

Nuevas formas de ver y hacer televisión



Estamos completos y en HD



Entretención Series  
Deportes Noticias



Telenovelas  
Contenidos exclusivos



Música  
Espectáculos  
Estilo de Vida



Cine de Época Mexicano  
Otros contenidos exclusivos

AZ TV de Paga

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

@AZTVdePaga

Julio 2015 | Año 20 | # 252

# Prensario Internacional

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

Television • Digital Platforms • Licensing

## THE ROYALS

ANARQUÍA EN LA MONARQUÍA

Protagonizada por Elizabeth Hurley  
**LA NUEVA SERIE MÁS EXITOSA DE EE.UU  
LLEGÓ A LATINOAMÉRICA**

TODOS LOS MARTES EN



Gran edición de Tepal 25, México y OTTs





**We are the CATV equipment professional manufacturer in china**

### Outdoor Modular Optical Node

WR-1004MLD-GD

- Optical AGC function, LED digital nixie tube display.
- Fixed attenuator and equalizer, four-way power doubler independently output.
- RFOG burst mode is optional in the return path.
- Reserved external C-CMTS RF signal special interface.
- Cast aluminum waterproof shell, support Ethernet transponder.



WR-1004MLD-GD

### Outdoor Modular Optical Node

WR-1002JL-CEAM

- Intelligent optical AGC function, GaAs power doubler output.
- Electronic variable attenuator and equalizer, nixie tube display, support Ethernet transponder.
- Two-way independent output, modular cast aluminum waterproof shell.



WR-1002JL-CEAM

WA-1200-CEAM/WA-1300-CEAM

### Outdoor Modular Bidirectional Amplifier

WA-1300-00-CEAM/WA-1200-00-CEAM

- WA1300CEAM is with 2 way independence output
- WA1200CEAM is with splitter or tap way output

### CATV Optical Communication

Platform: WOS-4000

- 4U standard rack, hot backup dual power, support hot plug.
- Can be installed with 1 monitoring unit and 16 equipment modules at most.
- Equipment slot can automatically identify the module type; the cooling fan is intelligent temperature controlled.
- LCD status display, support Ethernet transponder and provide RS-232 communication interface.



WOS-4000

### Outdoor Power-pass Taps and Splitters

- Operating Frequency: 5 ~ 1GHz.
- Low insertion loss, small deviation and high isolation.
- Cast aluminum waterproof housing, 5/8 standard coaxial cable interface.
- One-way tap, two-way tap, two-way splitter and three-way splitter are full power-pass products; others are the main port power-pass products.
- The exported products can use European standard or American Standard.



**¡Ya está servido!**  
Llegó a Latinoamérica



**FOODNETWORKLATAM.COM**

786.437.8783 • Mauro Paez-Pumar • [mpaezpumar@scrippsnetworks.com](mailto:mpaezpumar@scrippsnetworks.com)

**TU VIDA CON SABOR**



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

• Tel: +86-571-82559907  
• Fax: +86-571-82551107  
• E-mail: [necy-xu@prevail-catv.com](mailto:necy-xu@prevail-catv.com)



# GRAN EDICIÓN DE TEPAL 25, MÉXICO Y OTTs

INFORMES POST CANITEC, EXPO CINE, VIDEO Y TELEVISIÓN, NexTV SOUTH AMERICA, APTC PERÚ Y TECNÉ CHILE



EXPO CINE VIDEO TELEVISIÓN PANTALLA PROFESIONAL

exp CANITEC Reforma y Crecimiento 2015

NexTV SUMMIT 2015

VII CUMBRE APTC CUSCO 2015

Esta edición tiene foco en 25° Expo Convención de Tepal en Panamá, en el contexto de un mercado regional de telecomunicaciones consolidado donde se cuestiona la efectividad de los trade shows. PRENSARIO sigue creyendo en la importancia de estos encuentros de la industria donde los protagonistas con poder de decisión acuden con deseos de participar.

Tepal es una entidad que ganó importancia estratégica ante la necesidad de los operadores de cable más grandes de reunirse y fortalecerse frente a los gobiernos y las telcos. Ellos mismos participan y brindan las conferencias, siguiendo el ejemplo de la NCTA (hoy INTX) de Estados Unidos, y esa participación tuvo buena continuidad con la presidencia de **Mauricio Ramos**, que de VTR de Chile pasó a presidir el grupo **Millicom** y busca mantener el liderazgo de la asociación de asociaciones. Aparece destacado en un reportaje estelar en las páginas siguientes.

Con la consolidación también vino mucho volumen y esto motivó una efervescencia de nuevos programadores como se vio en Natpe, Andina Link de Cartagena y volverá a sentirse en Panamá.

## GRAN EDICIÓN DE MÉXICO: POST-CANITEC Y EXPO ATIM

Siempre relacionado con Tepal como puente hacia la región para la TV paga, es esta también una gran edición de México, dando continuidad a nuestras publicaciones especiales de este mercado. Consideramos pertinente colocar aquí las conclusiones posteriores a la última edición de Canitec en el Centro Banamex de Ciudad de México. Por motivos internos del mercado mexicano, ese entusiasmo regional no tuvo un buen correlato en ese evento, pues se sabía —y finalmente así ocurrió— que no iban a asistir los grandes jugadores ni la mayoría de los independientes, si bien hubo representantes de la segunda línea que no todos apreciaron.

En cambio, se consideran muy buenos los resultados de la Expo ATIM que agrupa a operadores independientes y tiene todo para crecer a partir de ahora dentro y fuera de ese sector como coincide en esta edición su apoderado **Salomón Padilla**. También aparece destacado en esta revista otro jugador clave del mercado que es **PCTV** con **Jorge Alejandro Tanaka**, que actualmente asocia a **Megacable** con independientes que atienden a medio

millón de suscriptores.

Es prioridad que el mercado mexicano recupere una Expo y un punto de encuentro neutral a donde pueda asistir la totalidad del mercado, reflejando la actividad para atender a más de 15 millones de suscriptores que pueden ser muchos más en el futuro cercano.

## MÉXICO CON LA EXPO CINE, VIDEO Y TELEVISIÓN

Otro gran desarrollo de esta edición es la cobertura del evento por excelencia del broadcasting en México, la Expo Cine, Video y Televisión que organizaron **Canal 100** y la **Revista Telemundo** en el WTC por 23ra vez. Como decimos en el editorial respectivo, es otro ejemplo de cómo los clientes tier 1 del mercado asisten con entusiasmo y compromiso pro-industria, ante un nivel tecnológico que la ubica como una de las mejores Expo del rubro en toda la región para ya brindar 4ky coberturas por streaming al mejor nivel. Aparecen destacados todos los grandes integradores del mercado que hacen eso posible.

## OTTs A LA VANGUARDIA

La visión de vanguardia también la tenemos aquí con un completo informe, como del mundo de TEPAL, de los nuevos OTTs que están llegando al mercado. Hay muchas discusiones en los foros de la industria, y en particular desde los operadores, sobre la neutralidad de la red y las ventajas que estos operadores de la internet (Over the top) tienen al utilizar las redes que otros tienden y mantienen. Pero son ya una realidad, para los programadores son nuevos clientes que desconcentran el mercado, generan muchas oportunidades y, en definitiva, generan competencia para beneficiar a los usuarios.

Entre las coberturas tenemos la postura expuesta en el NexTV Summit de Buenos Aires, donde se expresaron todos los puntos de vista como el caso de **Gonzalo Hita** de **Cablevisión** de Argentina con el concepto de *Parity*, para que haya igualdad de oportunidades con ellos.

Para finalizar, hay más coberturas como la de la Cumbre de la APTC de Perú, otro evento exitoso del trade; también la primera gran cobertura del **Tecné Chile** con sus grandes integradores justo para la Copa América y la cobertura que tuvo **DirecTVSports** en ese evento deportivo.

# SOMOS LA EVOLUCIÓN DEL ENTRETENIMIENTO



Available on the App Store

Get it on Google play

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™





# TEPAL 2015, NUEVAMENTE EN PANAMÁ



En el Sheraton Hotel de la ciudad de Panamá se realiza el 23 y 24 de julio, la 25ª edición de Tepal, convención de la federación de cableoperadores y entidades de cableoperadores de América Latina. La Expo Convención incluye tanto un programa académico donde se discuten los problemas y perspectivas de la industria, como seminarios sobre aspectos específicos —técnicos y de relación con el entorno— y la tradicional muestra comercial de productos y servicios, que cuenta este año con cerca de 30 expositores.



Reunión de la Junta Directiva en la edición 2014 de la expo Tepal en Panamá

Tepal se caracteriza por la asistencia de directivos de primera línea de los sistemas de cable de América Latina, desde que coincide con la fecha de una de las reuniones anuales de la Junta Directiva de la organización, actualmente presidida por **Mauricio Ramos**, quien desarrolló su carrera en **VTR** y **Liberty** y actualmente es directivo en la telco **Millicom**, que está ingresando activamente con video en varios mercados de la región, como los países de América Central, Colombia, Paraguay y Bolivia. Esto brinda a los asistentes la oportunidad de conversar en persona con personalidades de la industria que no asisten a otras reuniones.

La temática a tratar es igualmente impor-

tante, como la evolución en la relación entre la industria del cable y los programadores desde el surgimiento de los OTTs —ver informe en esta misma edición— y el vencimiento de los derechos de emisión de programas por parte de la TV lineal, un tema ya planteado en los últimos años. El hecho de que algunos productores de contenidos vendan en segunda instancia los derechos a **Netflix** y empresas similares en lugar de mantenerlos a disposición de la TV pagalínea, ya ha sido planteado como problema tanto en Tepal como en Jornadas Internacionales el año pasado.

Para algunos cableoperadores, el futuro del cable está en servir como sistema de telecomunicaciones para cualquier tipo de distribuidor

de contenidos que se presente incluyendo tanto las señales de TV tradicionales, como **Netflix**, **YouTube** y eventualmente **Apple** y similares. Ya en los últimos tiempos, el principal negocio para muchos cableros ha sido la banda ancha, más que la TV, y

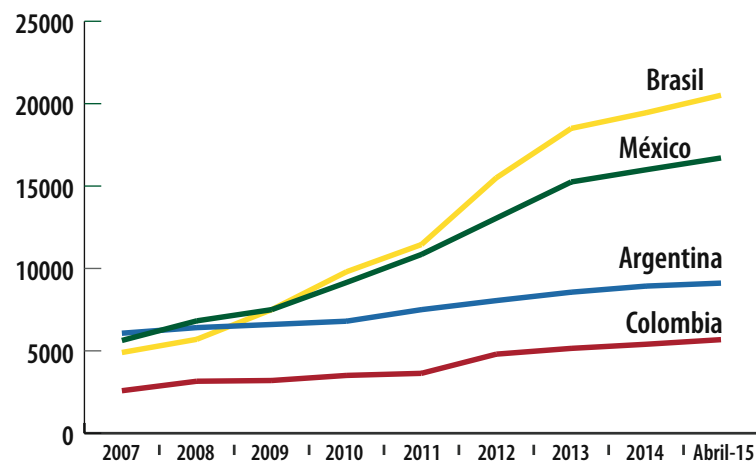
se ven urgidos ahora a ofrecer Wi-Fi como complemento a sus usuarios, esto más como mecanismo de retención de clientes que como negocio generador de ingresos adicionales. El problema del Wi-Fi es que requiere que distintos cableoperadores de una misma región geográfica —que pueden ser competidores entre sí, como en el caso de Uruguay— trabajen en conjunto para el 'bien común'.

## CONFERENCIAS EXPO TEPAL 25

El programa de conferencias y workshops de la expo se Tepal inicia el jueves 23 de julio a las 9 con una sesión inaugural sobre regulación en la industria de la TV paga, con la participación de **Marcos Rodríguez**, analista para Latinoamérica y el Caribe de **SNL Kagan**, empresa de analítica y datos para la industria de las telecomunicaciones globales, que además estará en la expo con el objetivo de dar a conocer mejor su oferta de productos y conocer el interés en la región. 'Trataremos de cerrar ventas de suscripciones de nuestros servicios y al mismo tiempo aprovecharé para nutrir mis investigaciones con el contacto directo con líderes de la industria', expresó Rodríguez consultado por **PRENSARIO**.

A las 10, **Humberto García**, secretario de Tepal, presentará la sesión académica "Las Finanzas en Telecomunicaciones", que tendrá la participación de especial de un panelista invitado. Ya para las 11, el foro de programadores moderado por **Jorge Carey**, director de Tepal y **VTR Chile**, tendrá la participación de los principales proveedores de contenido en

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



Fuente: Private Advisor/Reguladores

Disfruta de **TNT GO** desde tu smartphone y tablet. Descarga la TNTGO app en





TV paga, incluyendo HBO Latin America, Fox Latin American Channels, Discovery Networks, Turner, Disney & ESPN y Viacom International Media Networks.

Dando un giro más técnico al programa, a las 12.30 inicia la sesión "Networking Docsis 3.0 & 3.1 / Wi-fi: challenges and opportunities", a cargo del Ing. **Hugo Amaral Ramos**, CRT de **Arris**, con la presentación de **Jorge Garro**, director de Tepal y Sub Gerente General de **Cabletica**, de Costa Rica.

La primera jornada finaliza con la cena de Tepal para programadores y proveedores, y por la noche, la fiesta de bienvenida auspiciada por **Food Network**.

El segundo día de expo convención tendrá la junta de asociados de Tepal a primera hora de la mañana. Luego, la primera sesión será sobre interfaces y soluciones de video, a las 9.30, con participación de **Hugo Amaral Ramos**, de **Arris**, y **José Luis Vazquez**, CEO de **Mirada**, presentado por **Melissa De Ycaza**, de Tepal.

A continuación, se realizará la sesión académica "HEVC - Oportunidades y Desafíos", con **Gustavo Marra**, director de ingeniería y aplicaciones de **Ateme**, y presentación de **Walter Burzaco**, de Tepal y presidente de la **Asociación de Televisión por Cable (ATVC)** de Argentina.

El panel más importante de la tarde iniciará a las 11.30 bajo la temática "Estrategias de

Crecimiento y Nuevos Servicios", integrado por **Mauricio Ramos**, presidente de **Millicom Intl.**, **Enrique Yamuni**, CEO de **Megacable** de México, y **Carlos Molteni**, CEO de **Cablevisión** de Argentina, con moderación de **Nicolás González Revilla**, VP de Tepal y CEO de **Cable Onda Panamá**.

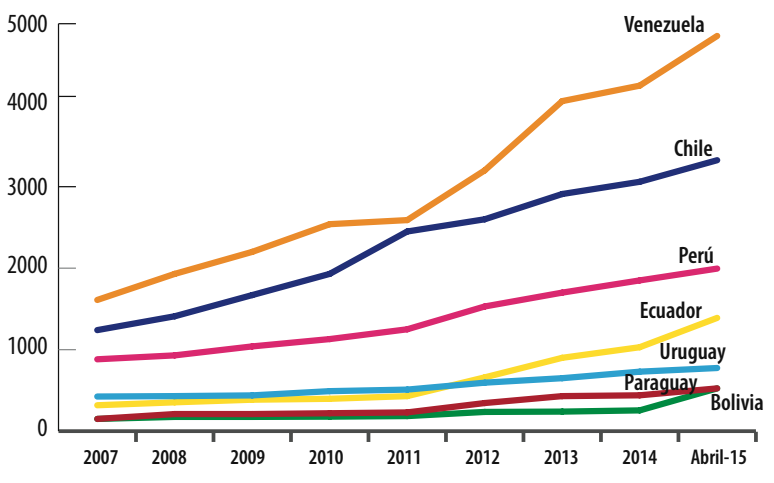
Para concluir la parte académica, la sesión "Access Network Road Map" se llevará a cabo a las 12.30 con **Jorge Salinger**, VP Access Architecture de **Comcast Cable**, y presentación de **Jorge Schwartz**, CEO de **TVCable** de Ecuador.

**PROTAGONISMO DE LAS SEÑALES**

Como todos los años, la expo Tepal tendrá una fuerte presencia de las señales. Tal es el caso de **VePlusTV**, la señal de TV paga del grupo Cisneros. **Carolina Lavado**, Business Office Manager para Pay TV, expresó que la señal será protagonista en Tepal. 'Es nuestra señal con la mayor cobertura geográfica ya que está disponible a nivel global'.

'Considerando el alcance panregional de Tepal, también estaremos atendiendo a nuestros clientes de Colombia y Venezuela que se den cita en esta feria, para los cuales seguimos ofreciendo

**EVOLUCIÓN DE SUSCRIPTORES DE TV PAGA OTROS PAÍSES DE SUDAMERICA (2007 - ABRIL 2015)**



Fuente: Private Advisor/Reguladores

**SUSCRIPTORES DE TV PAGA POR PAÍS, POR TECNOLOGÍA EN LATINOAMÉRICA (MAYO 2015)**

País	Cable	DTH	Total
México	7.590.000	8.890.000	16.480.000
Argentina	6.690.000	2.420.000	9.110.000
Brasil	8.250.000	12.290.000	20.540.000
Chile	1.770.000	1.570.000	3.340.000
Perú	1.600.000	330.000	1.930.000
Uruguay	610.000	160.000	770.000
Paraguay	340.000	150.000	490.000
Bolivia	495.000	85.000	580.000
Ecuador	640.000	730.000	1.370.000
Colombia	4.230.000	1.450.000	5.480.000
Venezuela	2.230.000	2.420.000	4.650.000

Fuente: Private Advisor



CONTACTO:  
 MARCO GUZMÁN / MÉXICO & CENTROAMÉRICA / MARCO\_GUZMAN@DISCOVERY.COM / TEL +52 (55) 52498850 / AV. PASEO DE LAS PALMAS 425-701 - COL. LOMAS DE CHAPULTEPEC, MÉXICO DF 11000  
 YNE GONZALEZ / CARIBE & REGIÓN ANDINA / YNE\_GONZALEZ@DISCOVERY.COM / TEL: (1) 786-273-4201 / 6506 BLUE LAGOON DR. SUITE 190, MIAMI, FL 33126



## MAURICIO RAMOS: 'EL CABLE SEGUIRÁ SIENDO PROTAGONISTA EN LA DISTRIBUCIÓN DEL CONTENIDO'

EL CEO DE MILLICOM Y PRESIDENTE DE TEPAL COMPARTIÓ SU VISIÓN SOBRE LA INDUSTRIA

Al frente de **Millicom** desde abril último, uno de los mayores grupos de telecomunicaciones con presencia en toda la región, y con una larga trayectoria en la industria sobre todo tras su desempeño durante casi diez años como presidente de la división latinoamericana de **Liberty Global**, **Mauricio Ramos** compartió con **PRENSARIO** su perspectiva sobre el presente y futuro del negocio y adelantó los principales objetivos para este año de Tepal, organización que también lidera, y que este año espera convocar cerca de 450 visitantes en Panamá, el 23 y 24 de julio.

### LOGROS DE TEPAL

‘Durante este último año hemos trabajado en fortalecer las relaciones entre los cableoperadores que formamos parte de Tepal y los programadores, con el objetivo de alinearnos en los desafíos que enfrenta la industria del cable y los que enfrentaremos en los próximos años en Latinoamérica. La idea que prevaleció en todas las reuniones fue definir y diseñar en conjunto el futuro de la industria. Creo que estamos ante una oportunidad única en la región, nos permite definir la forma que los clientes se relacionaran con nosotros, con nuevos servicios y productos dándole un mayor acceso a los contenidos en diferentes plataformas’, señaló **Mauricio Ramos**.

‘Como industria, nuestro desafío es seguir ofreciendo productos innovadores a los clientes que le permitan tener acceso a más y mejores contenidos a través de nuevas plataformas. La entrada de productos OTT y la flexibilización del acceso a contenidos nos están llevando a seguir trabajando en el futuro de la televisión y su evolución. Estamos seguros que la industria del cable es y seguirá siendo el principal actor en la distribución del contenido en conjunto con los programadores’.

‘Ahora bien, un tema que nos preocupa es la fuerte piratería que existe en la región. Activamente buscamos formalizar la industria. Las nuevas tecnologías y formas de acceso al contenido nos permitirán ofrecer a los clientes ventajas por sobre los contenidos piratas. En este proceso es clave seguir profundizando la digitalización, que permite ofrecer nuevos servicios que permitan el acceso a clientes de todo los presupuestos’.

### LA EXPO 2015

Sobre la expo que se realiza este año en Panamá, el presidente de la organización señaló: ‘Esperamos más de 450 personas durante los días de la exposición. Los expositores nos garantizan una gran calidad del evento que es más grande y más interesante cada año. También brindaremos un programa de conferencias con la participación de referentes de la industria de TV paga de Latinoamérica y a la vez asegurarnos la participación de operadores para promover un ámbito de negocios que siga siendo referencia para la región’.

Entre temas a destacar, mencionó las tendencias de la industria y regulaciones, las finanzas en telecomunicaciones, Networking Docsis 3.0 & 3.1 y desafíos y oportunidades del Wi-fi. ‘Sin dudas será una gran exposición donde compartiremos experiencias entre los actores destacados de la industria en Latinoamérica’, resumió.

### MILLICOM: NUEVO PLAN ESTRATÉGICO

Desde abril de 2015, **Mauricio Ramos** ocupa el cargo de CEO del grupo **Millicom**. Expresó: ‘Los primeros meses de mi gestión estuvieron enfocados en tres puntos clave:

definir un plan estratégico en base a la evaluación del potencial de Millicom como empresa, de sus operaciones en los distintos países y de sus diferentes unidades de negocio; implementar un modelo operativo de alto desempeño y fortalecer las relaciones con los diferentes stakeholders’.

‘El balance de estos primeros meses ha sido muy positivo. Estamos finalizando los últimos detalles de nuestro plan estratégico para compartirlo con nuestra junta directiva, nuestros inversionistas y empleados. He logrado una mejor apreciación sobre el potencial del grupo; Millicom tiene una plataforma ideal para asegurar el crecimiento basada en un completo portafolio de productos y grandes oportunidades de sinergias’.

En este sentido, detalló que la empresa cuenta con más de 57 millones de abonados en telefonía móvil, 7 millones en servicios fijos *homes passed* (hogares pasados) incluyendo cable, DTH, Internet y telefonía fija. Por otra parte, superó los 9 millones de clientes en servicios financieros móviles.

Añadió que sus metas se centran en tres dimensiones:

‘El desarrollo de nuestro plan estratégico “ofrecer a nuestros clientes el estilo de vida digital”. Ésta ha sido la idea de la compañía, la cual yo continuaré convirtiéndola en un mapa detallado que nos permitirá ejecutar esta promesa. Nuestra misión es liderar la adopción del estilo de vida digital en nuestros mercados’.

‘La segunda dimensión es la asignación de nuestro capital de manera muy enfocada a proyectos de alto rendimiento. Si queremos seguir ofreciendo innovación y productos de alto valor agregado a nuestros clientes, tenemos que ser muy disciplinados en nues-



tra asignación de recursos. Y por último, ‘el manejo de las relaciones con los mercados, para asegurar que estamos alineados con nuestra estrategia, y los resultados sean bien comunicados para que nuestra ejecución y nuestro trabajo generen valor para nuestros accionistas’, completó.

Aunque aclaró: ‘También hay riesgos para manejar; internos, asegurándonos de que tenemos el mejor recurso humano para asegurar la ejecución y continua innovación; y externos, con un entorno regulatorio, político y macroeconómico difícil para los países emergentes y un entorno competitivo fuerte. Para dar un ejemplo muy práctico: Millicom está activo en mercados en los que las monedas locales han perdido mucho valor contra el dólar, así que necesitamos un rendimiento muy alto localmente para compensar los efectos de las devaluaciones y seguir entregando resultados a nuestros accionistas’.

### TIGO EN LATINOAMÉRICA

Dijo el ejecutivo: ‘Hemos alcanzado un crecimiento muy fuerte el año pasado. En el negocio móvil superamos los 31 millones de suscriptores en la región, manteniendo una tasa de crecimiento de más de 5% año contra año. Principalmente apalancado en un fenomenal crecimiento en datos, alcanzando un 28% vs el año anterior’.

‘En servicios financieros móviles, aumentamos la base de suscriptores en casi un 40%, alcanzando 3,4 millones de clientes. En el negocio Home hemos alcanzado una tasa de crecimiento anual compuesto de más de 20% en los últimos cinco años. Con alrededor de 3 millones de hogares conectados en los diferentes servicios y tecnologías, sumando alrededor de 5,5 millones de RGU’s. Nuestro crecimiento no sólo está dado por la captura de RGU’s sino por un alto porcentaje de

*bundelizacion* y un incremento en el ARPU por Hogar’, remarcó Ramos.

Dijo sobre las inversiones en la región: ‘Hemos invertido consistentemente en todos nuestros negocios, en el último año el nivel de CAPEX alcanzó el billón de dólares. Un pilar primordial de nuestra estrategia en el negocio Home es continuar invirtiendo fuertemente en ampliar la cobertura y capacidad de nuestras redes, y continuar diferenciándonos en la experiencia del consumidor a través de la innovación’.

‘Un ejemplo de esto ha sido nuestro lanzamiento de *Tigo Sports App* en Bolivia y Paraguay que fue una de las Sports App la más descargada en estos mercados. Ahora todos los consumidores de **Tigo** pueden disfrutar de la mejor y más completa oferta de deporte, incluyendo el campeonato nacional de fútbol, bajo una experiencia multipantalla con streaming en vivo de los partidos, así como repeticiones y noticias relevantes. Integrando así la convergencia entre el mundo móvil y fijo’.

‘Otro ejemplo de esto ha sido el lanzamiento de los nuevos bundles de digital TV en HD por **Tigo Star** en Costa Rica dándoles a nuestros clientes una oferta más larga y con mejor calidad en contenido Premium, combinado con otros productos recreativos incluyendo nuestra plataforma **Tigo Music**. Podemos asegurar que **Tigo** continuara liderando la innovación en todas nuestras unidades de negocio, en termino de productos y servicios, en todos los países donde operamos’.

### LA TV PAGA EN LA REGIÓN

‘La industria de TV paga en Latinoamérica, como en el resto del mundo, está atravesando una transición, donde más y más jugadores empiezan a aparecer en nuestros mercados ofreciendo múltiples servicios y



Mauricio Ramos

contenidos. Pero esta industria también sigue ofreciendo mucha oportunidad para crecer. Al mirar las penetraciones entre los diferentes países donde **Tigo** opera, vemos que existen grandes oportunidades, ya que las penetraciones tanto de TV como de Internet fijo están entre el 20% y el 40% cuando en países como Argentina superan el 65%. Sin dudas queremos liderar y acompañar a estos países en la evolución digital’.

‘Para capturar esta oportunidad vemos que existen tres dimensiones donde debemos trabajar: contenido: asegurando la mejor combinación entre lo local e internacional, entregado con la mejor calidad y experiencia, al precio adecuado para nuestros mercados; tecnologías, utilizando la amplia gama de distribución que nuestra plataforma permite (DTH, cable HFC, móvil LTE), para llegar a mas y mas hogares de la manera más rápida y eficiente; y terminales de acceso, considerando la amplia gama de dispositivos disponibles, TV fija, ordenadores, móviles, tabletas, etc... Sin dudas todo esto añade complejidad de desarrollo, de gestión, y plantea preguntas estratégicas nuevas’, añadió Ramos.

Y concluyó: ‘Por lo tanto en Millicom buscamos ofrecerles a nuestros consumidores la mejor experiencia multiplataforma de entretenimiento y acceso a toda la variedad de contenido y servicios disponibles, con diferentes estrategias en cuanto a las tecnologías de acceso. Para nosotros la digitalización no es una opción sino una necesidad de nuestros consumidores, por lo cual seguimos impulsando la digitalización en todos nuestros mercados, con mayor oferta HD, convergencia y experiencia’.







## CABLE & WIRELESS PANAMÁ INVIRTIÓ USD 128 MILLONES EN TV PAGA Y CONECTIVIDAD

Roberto Mendoza, director ejecutivo de asuntos corporativos de Cable & Wireless Panamá, habló con Prensario sobre el presente de la compañía que reúne 2,09 millones de suscriptores de telefonía móvil, 132.000 de banda ancha, 56.000 de TV paga y 366.000 de telefonía fija.

En el último año, la empresa invirtió un total de 128 millones de dólares, 18% más altas que el período anterior. El 68% de ese capital se enfocó

en nuestro segmento de móvil. El trabajo se concentró en la expansión de nuestra red 3G/4G, así como en el incremento de la banda ancha, capacidad de TV.

Sobre este año, dijo Mendoza: 'CWP continuará expandiendo sus redes mejorando la calidad y marcando la diferencia como lo es LTE en móvil.



Roberto Mendoza

También estaremos invirtiendo en banca ancha, TV y en nuestra renovada estructura de negocios (B2B/B2G) en donde tenemos un agresivo plan que abarca el Caribe y Latinoamérica, gracias a la adquisición de Columbus Communications'.

'Nuestra empresa está pasando de ser un proveedor de productos telco y IT con ofrecimiento de estos últimos en modalidad de venta a clientes dentro de sus premisas, a ser una empresa ICT (Information and Communications Technology) con ofrecimiento de servicios de infraestructura IT Virtual (IaaS, PaaS, DRaaS) en stack conectados dentro de nubes y redes privadas IP-VPN con calidad de servicio e Ingeniería de tráfico MPLS y con reportes en línea por tipo de tráfico en vez de sólo ofrecer monitoreo y reportes de uso de ancho de banda', expresó.

'Comprender los perfiles de tráfico en las redes WAN de nuestros clientes corporativos ayudará a hacer un uso eficiente del ancho de banda, a prevenir la congestión, obstrucción y aumento de latencia en las redes privadas ocasionadas por aplicaciones no deseadas y permite la detección de condiciones que afectan el rendimiento óptimo de las aplicaciones de misión crítica'.

'La televisión por suscripción es un mercado dinámico en el que los usuarios están creciendo hacia una oferta de calidad y en el que en los últimos meses hemos visto también una fuerte demanda en el modelo prepago. En ambos casos, los clientes crecen con la oferta más conveniente que les asegure los contenidos de mayor interés y la seguridad de que las interrupciones de servicio sean inapreciables como es el caso de +TV Digital', expresó el ejecutivo.

Y resumió: 'Para ello se ha realizado un importante esfuerzo de inversión en plataformas vía satélite con suficiente potencia para alcanzar todos los rincones del país y el nivel de disponibilidad no se vea afectada por lluvias; asimismo el capital destinado a proveer una mayor resiliencia y calidad en la televisión por cable se ha concentrado en un mayor despliegue en la fibra óptica'.

### RINCÓN TECHNOLOGY

Contáctenos en  
Tepal 2015

**Reduzca el gasto de sus operaciones. Ahorre con Rincon en presupuestos CAPEX / OPEX. Ofreciendo equipos activos a precios hasta el 80% de descuento comparado al precio de lista y además con garantía.**

**Somos proveedores globales de equipos activos para empresas de telecomunicaciones, facilitando equipos wireless, internet, CATV, DWDM, datos, servidores / almacenamiento y equipos relacionados. Contamos con equipos de transmisión, satelitales, radios, antenas y variedad extensa de marcas Arris, Cisco, Huawei, Juniper, Motorola, y muchas más.**

**Cambie las Reglas!**

**Más de 550 empresas globales Tier 1, Tier2, Tier 3 ya lo han hecho. Respaldando a todo el Caribe y Latinoamérica de una manera eficaz y responsable - con garantía de equipos!**

RINCÓN TECHNOLOGY, INC., 810 E MONTECITO ST, SANTA BARBARA, CA, 93103, ESTADOS UNIDOS  
 Contacto: Amado Quintanilla - CALA - International Sales - Rincon Technology  
 Tel: 1 + 949 690 7744 - (USA) - aquintanilla@rincontechology.com

# FACE OFF

## REGRESO DE LOS CAMPEONES



Nueva Temporada  
10 de agosto, 20hs

Syfy es un canal distribuido por HBO Latin America Group.

syfyla.com  
@syfyla  
/syfyla

**Syfy**  
Imagina Más



## EL DTH IMPULSÓ EL CRECIMIENTO DE LA TV PAGA EN COSTA RICA

SEGÚN DATOS DE SUTEL A DICIEMBRE 2014

El mercado total de TV paga de Costa Rica terminó el 2014 con 732.000 suscriptores, luego de sumar poco más de 91.000 conexiones durante el año, un 14% que en 2013, reportó la **Superintendencia de Telecomunicaciones** (Sutel).

Con este crecimiento, más de la mitad de los hogares del país tiene contratado un servicio de TV paga, registrándose la penetración en un 52%, cuatro puntos porcentuales más que en diciembre del año anterior.

El incremento de la penetración, destaca el reporte, 'ha sido veloz en los últimos años, ya que en comparación con 2010, se observa un aumento de 36%, hasta llegar al 52% en el 2014,

lo demuestra que hay más oferta y opciones de diferentes medios tecnológicos.'

Y fue el resultado de la rápida expansión del DTH en los últimos años, ya que si bien actualmente atiende el 29,6% de las conexiones (en 2010 representaban el 10%), fue rápidamente adoptado en las zonas en las que no existe cobertura del cable (mantiene el 39,7% de market share), cuyo crecimiento está limitado por la falta de de infraestructura desplegada. En tanto, el IPTV recién alcanza al 0,6% del mercado.

En este marco, si bien **Tigo (Milicom)** sigue siendo el operador líder del mercado con su servicio de cable, concentrando el 29% de los



suscriptores (en los últimos 4 años perdió 11% de su base), **Claro (América Móvil)** logró posicionarse para diciembre del 2014 su DTH, lanzado dos años antes, como la tercera fuerza del sector con el 16% de market share.

**Cabletica**, también con cable, se mantiene en el segundo lugar, con 16% de cuota, aunque viene cediendo terreno desde 2010, cuando atendía al 32% del total. **Telecable**, que había acordado su venta a Tigo y rechazada en abril pasado por Sutel, y **Sky** (DTH de **Televisa** y **DirecTV**) están cuartos con el 10%, mientras que **Cablevisión Costa Rica** sigue quinta con el 3%.

## TU VES HD LLEVA RACK-TV A LA REGIÓN



Erika Tapia, Verónica Melgarejo y Juan Ramón Saldaña, de TuVes HD

Después de su presencia en la Cumbre APTC de Cusco, TuVes HD continúa impulsando el crecimiento de su nueva solución Rack-TV en la región.

Rack-TV permite a los cableoperadores analógicos y digitales ofrecer señales digitales en alta calidad, 'sin tener que invertir en costosos IRD', explicó **Erika Tapia**, VP comercial mayorista de TuVes, quien confirmó que ya cuenta con 25 señales de cariz más local y regional.

La unidad de negocios de Servicios Mayoristas de Televisión Satelital de TuVes HD tiene como objetivo principal la búsqueda de operadores de cable que tengan la necesidad de aumentar su base de abonados en forma rápida y quieren, en forma adicional, poder crecer en servicios de televisión de pago por un medio distinto,

expandiendo su actual cobertura de cable con servicios satelitales de televisión.

Este servicio también está orientado para empresas de telecomunicaciones y emprendedores que quieren diversificar su rubro. 'Hay muchas empresas de telecomunicaciones enfocados a la telefonía e Internet, y para completar su estrategia de play es muy valioso agregar el servicio de televisión. El servicio de TuVes HD les permite armar un triple play en forma rápida y sencilla, sin tener una gran inversión en todo lo que significa la administración de un servicio de televisión paga', añadió.

## NHK WORLD TV, AHORA CON SUBTÍTULOS EN ESPAÑOL

NHK World TV, la señal que provee la última información de Japón y Asia para el resto del mundo hablada en inglés, anunció que desde julio hasta marzo del próximo año, habrá un bloque de programación variada con subtítulos en español para integrar a la audiencia latinoamericana.

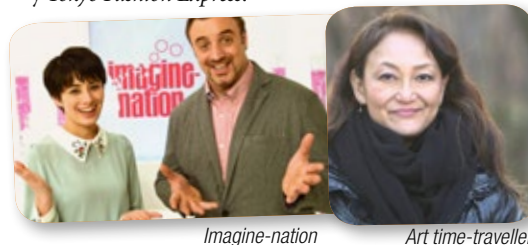
Como parte de un proyecto impulsado por el gobierno de Japón, todos los espectadores hispanoparlantes podrán acceder al contenido HD de NHK World. Según explica **Miyuki Nomura**, responsable de distribución del canal, se trata de

un plan solicitado y financiado por el gobierno que, de ser exitoso, continuarán los subtítulos en pantalla más allá del plazo estimado.

Para adelantarse a los juegos olímpicos de Tokio 2020, Japón encara sus esfuerzos en la introducción de todos los aspectos del país al mundo. Se eligieron 22 programas de varios géneros, como arte y diseño, cultura y estilo de vida, gastronomía, viajes a los subtítulos en español. Se trata de programas semanales de 28 minutos de duración.

Entre ellos, se destacan *Art-time traveler*, *The*

*mark of beauty*, *Design Talks*, *J-Architect*, *Delicious Japan*, *Trails to Tsukiji*, *Lunch On!*, *Core Kyoto*, *Journeys in Japan*, *Tokyo EYE 2020*, *Imagine-nation* y *Tokyo Fashion Express*.



Imagine-nation

Art time-traveller







## TRICOM, DOMINICANA: FUERTE INVERSIÓN EN FIBRA ÓPTICA Y SERVICIOS DE VALOR AGREGADO

A FINAL DE 2015 HABRÁ EXPANDIDO SU RED A 200.000 NUEVOS HOGARES

'Tricom evolucionó de su posición de liderazgo como empresa de TV paga a protagonista y marca líder de la convergencia de servicios en República Dominicana. Esto nos ha permitido realizar una oferta Triple Play bastante amplia, pasando de paquetes de 130 canales más Internet de 10 MBPS más telefonía, como oferta de entrada, a un Triple Play superior con más de 250 canales, Internet 100 MBPS y telefonía con 60 destinos de acceso sin costo adicional, en nuestro innovador dispositivo *SmartBox*, el cual nos permite entregar los tres servicios fijos en un único terminal inteligente.'

Rosario Veras, directora de mercadeo de servicios fijos de Tricom, comentó a Prensario cómo es el presente y los proyectos del operador dominicano que ya superó los 100.000 usuarios en su plataforma digital, con una oferta de señales que incluye 50 premium, 85 HD y dos 3D, además de SVOD y TVOD.

'Somos 100% digital desde el 2008, siendo los pioneros en el país en ofrecer un servicio de televisión paga totalmente digital, respaldado por nuestra red de fibra óptica HFC (Hybrid-Fiber Coaxial), la que nos ha permitido entregar la mayor cantidad de canales en alta definición sin compresión y las más altas velocidades de internet que diferencian nuestras propuestas de valor convergentes', explicó.

### INVERSIONES Y PROYECTOS

'El plan de inversión que respalda el crecimiento tecnológico y de cobertura de Tricom está concebido en un plan de expansión a tres años, cuyo objetivo principal es el despliegue de una red que continuará respaldando la mayor calidad y cobertura disponible, para la convergencia de todos los servicios de telecomunicaciones en el hogar y las empresas.'

'La nueva red en ejecución incrementará la capacidad de manejar una mayor propuesta de contenidos exclusivos en nuestro producto líder de TV paga, **Telecable**. También proveerá la robustez necesaria para altas velocidades de Internet de banda ancha, garantizando la mejor experiencia disponible en conectividad y entre-

Prensario Internacional

tenimiento para nuestros clientes', explicó la ejecutiva.

Añadió: 'El plan total de expansión será ejecutado en tres años (2015 al 2017) abarcando el despliegue de más de 2.700 km de red de fibra óptica y red móvil de transporte, con la instalación de más de 4.000 nodos ópticos (equipos que permiten la conectividad al hogar); esto implica servir a más de 600.000 hogares a nivel nacional.'

'A la fecha, la red de fibra de la empresa se ha expandido a ciudades principales del país, como San Francisco de Macoris así como en Santiago de los Caballeros y nuevos sectores en Santo Domingo. A final del 2015 Tricom habrá expandido su red de cobertura a 200.000 nuevos hogares y a más de 1.500 nuevas empresas, con un despliegue de fibra óptica de 1.038 km.'

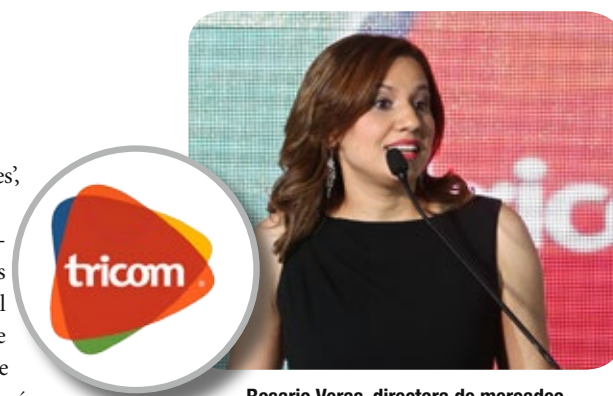
### VALOR AGREGADO

'HD ha sido uno de los diferenciadores clave de nuestro producto de TV paga desde su lanzamiento en nuestro país en 2008, donde Tricom fue la primera marca en ofrecer dicho contenido, con la propuesta más variada y atractiva de la región del Caribe, enfocada a responder a la mayor diversidad de clientes posibles.'

'Este enfoque nos ha permitido posicionarnos como el operador de referencia para disfrutar de HD en nuestro país, con una penetración muy saludable de clientes HD de un 13% sobre nuestra cartera. Esta estrategia va de la mano con nuestro objetivo de democratizar el acceso a contenido HD. Actualmente ofrecemos canales HD en nuestros planes básicos sin cargo adicional, porque queremos ofrecer la experiencia HD también a sectores de la población que no tienen el acceso económico para pagar por dichos contenidos', completó Rosario Veras.

### LA TV PAGA

La directora de mercadeo compartió la visión de la empresa sobre el futuro del negocio. Para Tricom, éste avanza en dos dimensiones: tecnología y comportamiento de consumo. 'El



Rosario Veras, directora de mercadeo de servicios fijos de Tricom

avance tecnológico y los cambios de consumo han transformado servicios antes separados en convergentes. Hoy tanto las redes como los dispositivos no transportan ni reciben un único servicio (voz, datos o video) sino que todos ellos son entregados al mismo tiempo, convirtiéndose la paquetización en el estándar mundial de las telecomunicaciones.'

'El negocio del sector en la región está cambiando. Están cambiando los jugadores, la oferta de contenido se está consolidando en unos pocos grupos, y vemos a no muy largo plazo cambiar la forma de ofrecer estos contenidos. OTT y contenidos bajo demanda han mostrado un pleno crecimiento en nuestro mercado en los últimos dos años, con los servicios verticales por suscripción como el SVOD convirtiéndose en una fuente de ingresos adicionales para los operadores que acogimos esta tecnología.'

'De igual forma, los servicios panregionales como **Netflix** impactarán y agregarán una ventaja competitiva al sector de TV paga. Los accesos a contenidos en plataformas como consolas de videojuegos (PS4, XBOX ONE) también contribuyen a un comportamiento de consumo diferente, como lo ha demostrado la modalidad "download to own" (DTO), alquileres de contenido por stream, etc., todos elementos que llevarán a los operadores a repensar sus propuestas de experiencia de contenido para los clientes.'

Concluyó: 'Por esta razón los dueños y productores de contenidos deben evaluar y entender que se debe armar un producto OTT relevante para Latinoamérica, sin precios prohibitivos, como un complemento ideal para las estructuras que ya tenemos de TV fija convencional.'

## REALEZA, ENTREVISTAS, MODA, ESTILO DE VIDA Y EL ACCESO EXCLUSIVO A LAS CELEBRIDADES



# iHOLA! TV

500 HORAS DE PRODUCCIÓN ORIGINAL INSPIRADAS EN iHOLA!  
LA REVISTA DE MAYOR RELEVANCIA EN EL MUNDO DEL ENTRETENIMIENTO

### Ventas Afiliados:

Carlos Boshell  
cboshell@mbanetworks.com

Rolando Figueroa  
rfigueroa@hola.tv

Matilde Boshell  
mboshell@mbanetworks.com



www.hola.tv





## TVCABLE, ECUADOR: FUERTES INVERSIONES EN CABLE SUBMARINO Y ÚLTIMA MILLA

DESTINARÁ USD 60 MILLONES EN LOS PRÓXIMOS TRES AÑOS

TVCable de Ecuador invertirá cerca de USD 60 millones en tres años para la puesta en marcha de un nuevo cable submarino, y en la llamada “última milla” para readecuar la red a los nuevos servicios.

Jorge Schwartz, presidente de TV Cable, explicó a Prensario que aproximadamente el 50% del total a invertir estará destinado al nuevo cable submarino que unirá Ecuador, Colombia, Panamá y el Caribe con Jacksonville, Florida, que ‘garantizará una autonomía e independencia de conectividad y no tener que depender de proveedores tradicionales’, como **Telefónica** y **Claro** que son también competencia.

La inversión en el cable pasa por un tema estratégico y la satisfacción de las necesidades actuales y futuras de sus clientes. Además, busca mejorar la infraestructura para contener el crecimiento de suscriptores y su demanda cada vez mayor de ancho de banda impulsada por las nuevas aplicaciones y servicios.

El resto de la inversión será destinado a última milla para readecuar la red a los nuevos servicios pasando a tecnología de Docsis 3.1,

‘lo cual ya iniciamos en Quito y Guayaquil entregando hoy velocidades de hasta 100 Mbps en todo el país’, agregó Schwartz.

‘Si bien estamos contemplando ampliaciones de red para cubrir el crecimiento normal de las ciudades (presupuesto incluido dentro del 50 % restante), efectivamente el énfasis esta puesto en mejorar el acceso brindando anchos de banda suficientes para opciones futuras tomando en cuenta la tendencia creciente de aplicaciones de TV Everywhere, OTT, streaming etc. cada vez mas demandante de este recurso’, resumió.

### INFRAESTRUCTURA Y CRECIMIENTO

TVCable totaliza 500.000 suscriptores entre sus tres servicios de TV, banda ancha y telefonía, luego de haber crecido 10% respecto al 2014 y a pesar de la ralentización de la economía y de la fuerte competencia de jugadores como **Claro**, **DirectTV** y la estatal **CNT**.

Dijo Schwartz sobre la digitalización, que las redes ya están al 100%, donde las tres cuartas partes son de doble vía con capacidad para brindar el triple play. ‘Nuestra cartera de



Jorge Schwartz, presidente de TV Cable

clientes de HD está en el orden del 12 % de nuestra base de suscriptores’, completó. ‘En HD ha habido un crecimiento razonable en la medida que aumentamos la digitalización de nuestras redes y disponibilidad de televisores HD en el mercado para lo cual estamos ofreciendo una oferta muy competitiva, no sólo a nivel local, de 65 señales en alta definición’.

Por último, opinó sobre el mercado: ‘Creo que hay una fuerte tendencia hacia los servicios de streaming en línea por lo que conjuntamente con los servicios lineales de video estos aspectos deben ser tomados muy en cuenta bajo amenaza de ir perdiendo terreno y/o desaparecer si se continua con la concepción “tradicional” de la industria’.

## SUN CHANNEL EN TELEFÓNICA DE PERÚ Y COLOMBIA



Jorge Velázquez de WTV con Jennifer Betancourt y Jorge Meza

**Sun Channel** estuvo con un gran stand en Canitec de México, siguiendo una sostenida continuidad de presencias en los eventos de la región. La misma está dando sus frutos y vienen de obtener un acuerdo para entrar en **Telefónica** Perú y Colombia, además de Venezuela. Además están negociando con Telefónica de Chile.

## BYU INTERNACIONAL RETOMA EMPUJE EN LATINOAMÉRICA

Con una nueva conducción y orientación tomadas en los últimos meses, la señal **Byu Internacional** volvió a los eventos de TV paga en Latinoamérica representada por su director **Daniel Souza**, quien manifestó a Prensario en Canitec que la señal ‘se tomó un tiempo para replantearse estrategias’ y ahora vuelve con energía y más orientada al entretenimiento, no ya tan educativa, queriendo acercarse más a lo que la gente quiere ver pero sin perder sus valores familiares.

Es importante que conserva una penetración de más de seis millones de suscriptores, siempre llegando en español y portugués.



Daniel Souza y Dennis Bray

# LÍDER DE LA TV PAGA EN LATINAMÉRICA.



A+E NETWORKS. | LATIN AMERICA  
A Joint Venture with **Ole Communications**



## HBO: TRAS EL SUCESO MUNDIAL DE GAME OF THRONES

### EL PROGRAMADOR NO VA A IR DIRECTO AL PÚBLICO

Como siempre, fue muy rica la charla con **Frank Smith** de HBO. Primero, comentó la difícil edición de la pasada Canitec: '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 fenece'.

#### Fuertes 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 jugado-

res 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'.



Frank Smith en Canitec

#### Game of Thrones global

Para finalizar, Smith se refirió a las producciones originales y el gran suceso 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 **GoyOndemand**, 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'.

## STMKG: SIGUE LA APUESTA A QYU

### ÉXITO DEL K-POP EN CINES DE LATINOAMÉRICA

**Stmkg** de **Alfonso Guerrero** está promoviendo en México la señal coreana basada en videos subidos en la web, **Qyu**, que viene con un gran éxito internacional llevada adelante en Latinoamérica por **Andy Brilliant**. **MBA Networks** lo tomó para otros territorios de Sudamérica, y se colabora en Centroamérica.

Vale destacar además, pese a lo difícil que **Prensario Internacional**

están las grillas en México, los buenos resultados que se vienen obteniendo con **Arirang TV**, que entró en todo **Cablemás**, y **Outdoor HD**, señal en inglés de caza, pesca y vida al aire libre que tiene cuatro millones de afiliados en USA y se está metiendo en México, Panamá, Costa Rica y pronto Colombia.

También se trabaja a **X-Time**, **Cine Clicky**



Alfonso Guerrero

todas las señales de **Alterna**.

Como algo distinto desde la parte de contenidos para cine, también se promueve recitales coreanos de **K-Pop**, con las que se hace una gira por Guatemala, Honduras, El Salvador y ahora sigue por Chile y Brasil con gran éxito.



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](http://www.pirateriacero.com) y salvemos lo mejor de nuestro negocio.





## FOOD NETWORK: CON LA FUERZA DE SCRIPPS

NUEVO CANAL DE COCINA PERO CON FORMATOS ÚNICOS

**Food Network** es la nueva señal del gran grupo **Scripps Networks** y la está lanzando en Latinoamérica. Ya la presentaron en Andina Link de Cartagena y en marzo partieron con **DirectTV Panamericana**.

**Marcio Fonseca**, es el general manager de **Food Network/Scripps** para Latinoamérica, comentó a **PRENSARIO**: 'El desafío que los cables entiendan la fuerza de nuestros contenidos. Tenemos que presentar a la empresa, no sólo a **Food Network** sino también a **Scripps**. Es el momento de mostrar quien somos, que no hacemos una aventura sino es una compañía grande, fuerte y sólida con mucho contenido para enseñar.'

### FUERTE PRESENCIA CON LOS CABLEOPERADORES

El camino emprendido apunta a lograr distribución en la gran mayoría de los países. **DirectTV** fue el primero que cumplió con ese rol, y ahí presentamos el canal.

Los cableros chicos quisieron ver el canal y ahí lo tuvieron. Ya cumplimos tres meses en la región y empezamos el roadshow, con los deco de prueba para el testeo, proponiendo un contrato de distribución de tres años. Ya hay expectativa con los grandes operadores y la idea es cerrar algunos acuerdos en Tepal, ABTA, Andina Link y Jornadas. Son momentos claves para cerrar los deals.

Tendremos un stand en Tepal, lo que es bueno con el canal ya al aire. En Jornadas también estaremos y en ABTA estamos viendo que hacer, tal vez un evento con los clientes. En Brasil partimos en noviembre y estamos más tiempo, ya agregamos 12 cableoperadores. Esperamos lo mismo del resto de la región.'

### CANAL PENSADO PARA LATINOAMÉRICA

Agregó: 'Es importante que que no es el mismo canal de USA, el contenido busca ser local y ya está doblado un 75%; lo nuevo ya doblado crece mes tras mes. Esperamos llegar al 100% a fin de año.

Hicimos encuestas y researchs, para ver el

comportamiento del televidente latino, e hicimos algo más horizontal para Latinoamérica, con menos programas por día, pese a tener un total de 33 shows en la señal lo que es bueno mostrar.

El prime time está dividido por diversidad de contenidos. Tenemos cuatro categorías: *In the kitchen* el chef en la cocina, que lo promocionaremos por la mañana que es lo más adecuado; *Out & about* con el que viaja a conocer la comida de las regiones; *Competition* que es muy fuerte en términos de audiencia para nosotros, y *Restaurant make over*, con restaurantes que

necesitan asesoramiento o consejos de chefs. Tenemos un peso distinto en cada categoría. Algunos tienen dos o tres programas nada más. El canal no tiene dos shows pagados con un chef

cocinando, hay un estilo que cambia todo el tiempo.

Un ejemplo de nuestra fuerza es *Cutthroat Kitchen*, con la competición de chefs conocidos, con el componente del sabotaje, donde uno puede perjudicar al otro como elemento sorpresa único. Tenemos formatos distintos que marcan la diferencia con los demás canales. Tenemos 20 años haciendo esto y otros tienen programas copias de los nuestros.'

### PRODUCCIÓN LOCAL

'Ahora estamos en la búsqueda de contenidos locales, que haga el merge con nuestros contenidos. Hicimos pruebas con gente en YouTube, pero en la tele no siempre se genera



Marcio Fonseca y Mauro Páez-Pumar, de Scripps Networks, con Francisco Maldonado de Aster Dominicana

el mismo éxito. Pero ya encontramos una chef venezolana, que viajó por todo el mundo y ya produjo un show antes para nosotros. Ahora la Idea es que haga un show no tanto de cocina, sino también de viaje. Igual haremos el contenido con productoras locales.'

### DIFERENCIAS CON EL RESTO

Entre las diferencias con otros programadores, **Marcio Fonseca** destacó tres:

'Primero, somos dueños del 100% del contenido. Eso nos permite un paquete de contenidos VOD, o de TV Everywhere, pero queremos hacerlo a través del cableoperador y dar esta posibilidad para que refuerce su oferta a los abonados. Es una oferta que no todos los demás no pueden hacer por no tener los derechos. En segundo lugar, hacemos el canal con una perspectiva diferente. Los demás tienen una grilla, licencian el contenido y les queda un frankenstein. En nosotros la gente de programación les dice a nuestra gente de producción que contenido necesita. Son producidos especialmente para el canal.

La tercera es que hicimos un trabajo fuerte antes de lanzar el canal, viene soportado por mucha información de suscriptores, y mucha información de lo que el cable necesita. El contenido viene con un formato probado de otras partes. Tenemos una demanda de competidores que no abastecemos para tener un canal en exclusiva y una oferta atractiva al cableoperador. Esto con un marketing fuerte que da la dimensión que no venimos a testear sino a entrar en el mercado.'



# WHAT LINKS ENERGY AND INFORMATION TO GLOBAL GROWTH?



## Cable solutions to support the world's supply of energy and information

Prysmian Group believes in the effective, efficient and sustainable supply of energy and information as a primary driver in the development of communities. With this in mind, we provide major global organisations in many industries with best-in-class cable solutions, based on state-of-the-art technology.

Through two renowned commercial brands – Prysmian and Draka – based in more than 50 countries, we're constantly close to our customers, enabling them to further develop the world's energy and telecoms infrastructures, and achieve sustainable, profitable growth.

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

**Prysmian**  
Group





## A+E NETWORKS: ACTORES PROACTIVOS DE ESTA HISTORIA

César Sabroso de A+E Networks destacó a **PRENSARIO** que está muy orgulloso 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.'

'A pesar de ciertos limitantes en la oferta, capacidad de las grillas y frecuencias, se trata de tener un canal y una propuesta diferente, ahora también multimedia. 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 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** de History,



César Sabroso

iniciando una plataforma multimedia y un nuevo episodio *Intimo*, idea de César Coletti. 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: 'Canitec fue muy positiva y proactiva. Nos permitió mostrar nuestra plataforma y con marcas únicas, a televidentes, prensa y operadores. 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.'

## TELEFE INTERNACIONAL LLEVA SU PROGRAMACIÓN HD A TEPAL

**Telefe** participará en la expo Tepal donde continuará destacando la programación de su señal internacional, sobre todo en su versión HD.

Como protagonista de su grilla, continúa el nuevo certamen de música interactivo *Elegidos*, *la música en tus manos*, una adaptación argentina del formato israelí *Rising Star*, que llega a **Telefe Internacional** en vivo y en directo, a la par de su transmisión en Argentina.

*El Hombre de Tu Vida*, la comedia escrita y dirigida por **Juan José Campanella** y protagonizada por **Guillermo Francella**. Hugo (Francella) es un padre soltero que al estar desocupado acude a su prima Gloria, que lo suma a su agencia de búsqueda de pareja para mujeres solteras y entonces se convierte en el

candidato ideal para presentar a las clientas.

Para el público juvenil, llega la segunda temporada de *Aliados*, la serie producida por **Cris Morena** (*Chiquititas*, *Rebelde Way*) que trae música, dinamismo, actores jóvenes, un gran despliegue escenográfico y el mensaje de que todavía se puede cambiar, de que nada está perdido y que si nos ayudamos entre todos podemos lograr un mundo mejor.

La tercera temporada de *Tu cara me suena* se estrenará próximamente, continuando la adaptación argentina del formato internacional donde celebridades aceptan el desafío de transformarse en diferentes iconos musicales a nivel mundial.

Otro programa lanzado este año es *El De-*



Elegidos

*portivo*, el noticiero producido especialmente para la señal internacional, que complementa con su contenido de deporte a los otros programas informativos y magazines, *Telefe Noticias* (primera y segunda edición), *Diario de Medianoche*, *Baires Directo*, *AM*, *Peligro, sin codificar*. En ficciones, se destaca *Viudas e Hijos del Rock and Roll*, entre otros.

# VEMOX™




MÁS ENTRETENIMIENTO A MENOR COSTO  
CON LA PLATAFORMA PERSONALIZADA DE OTT

CON VEMOX TÚ DECIDES CUÁNDO Y DÓNDE

- ENTREGA DE LA PLATAFORMA EN 90 DÍAS
- MODELO DE NEGOCIO BASADO EN OPEX
- PROTECCIÓN Y SEGURIDAD DE CONTENIDO

¡DISFRUTA TUS PROGRAMAS EN VIVO O A LA CARTA  
DESDE TU TELEVISIÓN, TABLETA O MÓVIL!

CONOCE MÁS Y VISITA [VEMOX.COM](http://VEMOX.COM)

RECONOCIDOS SOCIOS INTERNACIONALES





## E! NETWORKS: 'LA MEZCLA DE PROGRAMACIÓN NOS DIO UN POSICIONAMIENTO ÚNICO'

REPORTAJE A SERGIO PIZZOLANTE, SVP Y GERENTE GENERAL

Tras siete años al frente de E!, Sergio Pizzolante, SVP y gerente general de E! Networks Latinoamérica, lideró uno de los principales desafíos de la marca: renovarla y ponerla en un lugar de mayor valor a nivel editorial. 'Otro de los retos era refrescar la programación y tal vez aquí hemos ido un poco más lento de lo que queríamos con sólo un par de estrenos al año, pero como se ha visto en lo que llevamos de este 2015 hemos cumplido con ese objetivo que lo teníamos como pendiente', expresó.

'Nuestro posicionamiento es único y la mejor manera de explicarlo es que no tenemos un competidor directo más que en determinados segmentos, pero la mezcla de nuestra programación es única. Por ejemplo seguimos siendo dueños de la categoría de entretenimiento y Alfombras Rojas. La fortaleza que hemos adquirido en la parte digital nos hace ver ante nuestros anunciantes y ante el público como uno de los canales más avanzados en Latinoamérica.'



*I Am Cait*, el nuevo show de la saga *Kardashians*, que se estrena en agosto

### JUNTO A LOS NUEVOS HÁBITOS DE CONSUMO

'Entre los logros más significativos que podemos resaltar está nuestro constante avance en el área digital y la consolidación de una estrategia de contenido más robusta. Hemos acompañado los cambios tecnológicos y los hemos transformado en una de nuestras fortalezas', remarcó Pizzolante.

'Los canales que tienen contenidos de larga duración que cuentan con series o películas, se han visto mucho más afectados porque el hábito de consumo cuando se va a otras

plataformas es diferente. Pero en cambio E! cuenta con el componente noticioso y de actualidad, por lo que para nosotros ha sido beneficioso, ya que el público puede consumir este contenido tipo snack que se actualiza constantemente. La inmediatez de nuestro contenido se asocia perfectamente con el consumo directo a través de plataformas digitales', añadió.

'La fortaleza de E! es que el equipo al frente que me reporta es gente muy joven, que está al día en todas las tendencias para reaccionar rápido y antes; y mantenerse competitivos frente a los desafíos constantes que se presentan a diario.'

### PROGRAMACIÓN ÚNICA

Este año, el canal salió con su primera producción original, *The Royals*. 'Es el primer paso en la estrategia de contenido más robusta. Además de esta serie, estamos por estrenar el próximo 2 de agosto *I Am Cait*, vamos a tener *Younger* que marca el regreso de **Hillary Duff** a la televisión. Estamos lanzando en breve un show nuevo con Mónica Fonseca y Olivia Peralta que se llama *The Fabulist* de producción original. Y estos son estrenos que tendremos en los próximos dos meses, antes teníamos que esperar un año para contar con esa cantidad de lanzamientos.'

Además, siempre continúa el fenómeno *Kardashians*, que ha logrado penetrar en Latinoamérica. 'El último episodio de la décima temporada que se transmitió al final de junio fue record de audiencia en la historia de la serie. Creo que el éxito de la franquicia radica en la consistencia del programa y ha sido imitado infinidad de veces sin éxito. La más reciente novedad que es el anuncio de Caitlyn Jenner y el tratamiento del tema dentro del show evidentemente le trajo a la serie un interés renovado.'

'Las *Kardashians* siguen siendo nuestras consentidas y en cuanto a las Alfombras Rojas, a pesar de que los canales que transmiten las premiaciones han incursionado en esta categoría, nosotros seguimos siendo la referencia y cuando ocurren estos eventos, el público viene a nosotros y finalizado el segmento pasa al



Sergio Pizzolante

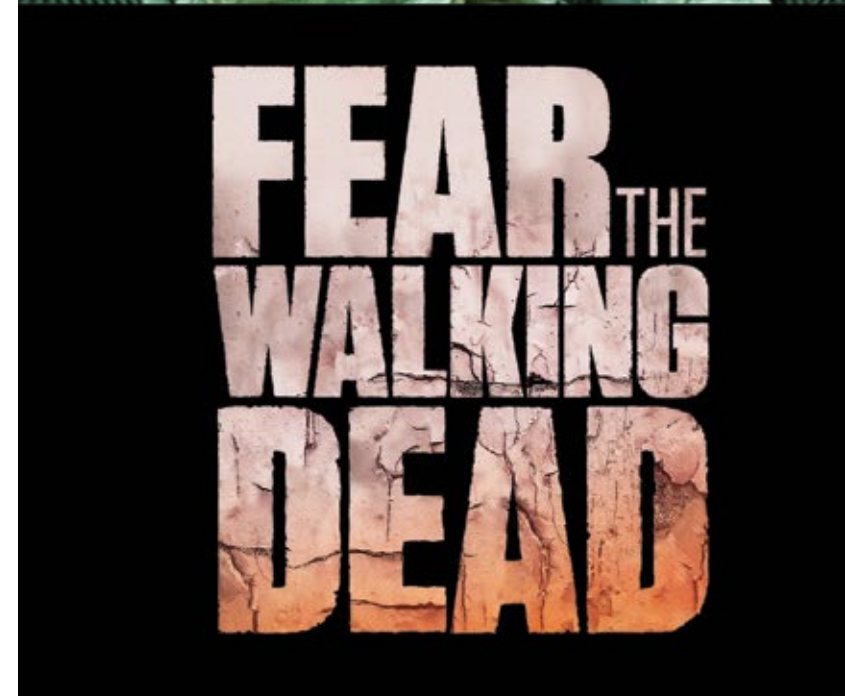
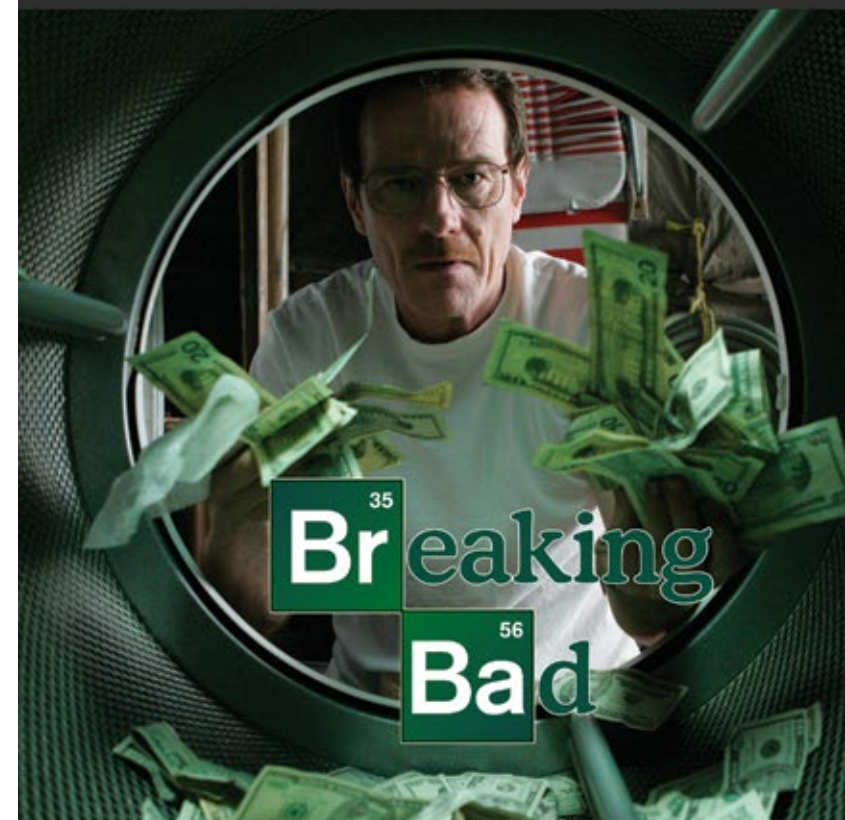
canal que transmite la premiación', completó.

Además, cuenta con la franquicia de la *Chica E!*. 'Vengo de México, donde está teniendo lugar la edición más exitosa de la historia del certamen, triplicamos el número de participantes versus el año anterior. Se inscribieron más de 3.000 chicas y se presentaron más de mil al casting de selección, pero lo interesante es que tuvimos un nivel de participación récord lo cual demuestra que la experiencia multiplataforma es súper exitosa.'

### DISTRIBUCIÓN

Sobre el esfuerzo conjunto con HBO para la distribución de la señal E! en la región, Sergio Pizzolante destacó: 'Es un orgullo ser parte del grupo de HBO; somos parte del *Bundle*, es decir el grupo de canales que se venden por paquete, y una de las estrategias que siempre estamos trabajando con HBO es este ángulo digital o de segundas ventanas que tiene E! que ayudan a su vez a que nuestro grupo de afiliados de HBO tenga una herramienta digital para ofrecer a los sistemas de cable. Y sin duda nuestra relación esta fuerte como el primer día, de hecho tenemos reuniones semanales sobre todo ahora con todos estos cambios de los digital rights, video on demand, catch up y todo esto que es absolutamente nuevo.'

Y opinó: 'El tema de la distribución pasó por algunos años a ser secundario por la fortaleza que presentaban las ventas publicitarias, llegó un momento que había canales que recibían el 70% de sus ingresos a través de ventas y el 30% a través de afiliados. Ha habido un regreso a la era inicial donde la distribución es prioridad. Es verdad que estamos transitando un cambio, llegan las plataformas OTT y otra serie de competidores al ruedo pero afortunadamente los programadores estamos reaccionando y dándole más opciones a los consumidores para que el cable siga siendo rey.'



**amc** mucho más

GUSTAVO LÓPEZ  
V.P. Head of Distribution  
Gustavo.Lopez@AMCNETWORKS.COM Tel: +1.305.648.5229 Cel: +1.305.615.0122  
www.amctv.la



## TELEVISA NETWORKS: 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 fué importante, pues la tuvimos en casa y fuimos anfitriones. El mercado está consolidado con **Izzi**, **Megacable** y **Sky**, pero la expo está abierta al resto de operadores que vinieron. La competencia no fue la misma que otros años pero sí han venido algunos operadores y son bienvenidos con celebraciones especiales’. En 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 pagalo 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



Fernando Muñiz, Alejandro Puente, Gerardo Ruiz Esparza y Bruce Boren con el talento de UFC

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’.



## EURONEWS: NOTICIAS 100% GLOBALES

### ACUERDOS IMPORTANTES EN LATINOAMÉRICA

**Euronews** viene apostando fuerte a la región en los últimos tres años y tuvo en Canitec al director de distribución Worldwide **Arnaud Verlhac** junto a **Celine Rodríguez**. En charla con PENSARIO, dijo que antes no tenía un responsable específico para la región, pero que con **Celine** sumó en todo este tiempo alguien que puede trabajar con la región tanto en español como en portugués.

Es así que desde 2012 se hicieron grandes esfuerzos en México y Colombia, entre otros países con buenos resultados y se empezó a crecer en la región. El primer acuerdo fuerte fue con **Cablevisión** de Argentina en 2013, y luego su similar de México que ahora es **Izzi Telecom** en otra excelente noticia. En Colombia se acordó con **Claro** y marcó tendencia en la región para seguir con Perú, Nicaragua y Costa

Rica. También se apostó a Uruguay y a Chile, donde están con **GTD**. Siguen avanzando en muchas plataformas y abren algunas ventanas para su programación como **TeleProgreso** en Honduras.

Queda como pendiente avanzar con Brasil, pero será oportuno cuando tenga más portugués e incluso es probable entrar con la parte en inglés. Igualmente se abrió otra ventana allí con **Futura** en el contenido educacional familiar que se ve en 15 millones de hogares por los mejores operadores como **Sky**, **Net** o **Vivo** de Telefónica. El canal está disponible para Latinoamérica en SD, pero se espera que para el año próximo pueda estar en HD.

Además, comentó qué es lo que hace diferente



Arnaud Verlhac, director de distribución internacional, y Celine Rodríguez

a Euronews en la región. ‘Somos un canal que pese a lo que dice su nombre no está orientado a Europa sino que está dedicado al mundo entero. Eso además con un enfoque súper objetivo y 360 pues tiene noticias desde Chile a China y Rusia. Estamos presentes en 157 países de todo el mundo y los operadores destacan que mientras otros traen la mirada de USA, Londres o Francia, nosotros somos realmente globales’.

## Fresh From Sundance Cada sábado, las películas más provocadoras y emocionantes del festival



**Christmas Again**  
Sábado 4 de Julio, 20:00hs



**Chorus**  
Sábado 11 de Julio, 20:00hs



**The Strongest Man**  
Sábado 18, 20:00hs



**Cloro**  
Sábado 25 de Julio, 20:00hs

sundance  
CHANNEL.

PELÍCULAS | SERIES | FESTIVALES

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

www.sundancechannel.la

f t SundanceLA



## FRANCE 24/RFI: RESULTADOS CRECIENTES EN LA REGIÓN

ESTARÁ PRESENTE EN TEPAL

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



Pompeyo Pino y Olivier Mortier en Canitec

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 y van a estar ahora en TEPAL de Panamá.

### 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 negociación de largo plazo se está logrando un lanzamiento de singular importancia para el mercado uruguayo como es Montecable, marcando también tendencia.

### 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 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.

Soluciones para Mejorar la Experiencia del Usuario.

SMK stand #12 TEPAL TEPAL 25  
Hotel Sheraton & Convention Center  
23 y 24 de julio de 2015  
Panamá, República de Panamá

SMK se enorgullece de presentar una amplia gama de controles remotos innovadores, rentables y totalmente personalizables, que emplean lo último en tecnología de Radio Frecuencia (RF) orientados al mercado latinoamericano.

Para mayores informes, contacte a:

Bogotá, Colombia	Jorge A. Contreras M.	jcontreras@smkusa.com	+57 (1) 663 45 22
México City, México	Carlos Reguera	creguera@smkusa.com	+52 (55) 9171-1830
São Paulo, Brasil	Mario Sergio Stehling Melo	mmelo@smkusa.com	+55 (11) 2246-2832

www.smkusa.com 90th CREATIVE CONNECTIVITY

## Contenidos para entretener a toda la familia

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

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



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



## MÓRBIDO: EL TERROR HACE UN CANAL DE TV DE PAGA

ALIANZA DE MÓRBIDO CON AG STUDIOS Y ESTUDIO AZUL

**Mórbido** es el festival mexicano de terror número uno en Latinoamérica, que tendrá en octubre próximo su octava edición en Puebla, ciudad perfecta para celebrar el Día de los Muertos. Tres millones de seguidores en las redes sociales a través de Twitter y Facebook, un programa de radiosemanal y una revista impresa bimensual; conforman la multiplataforma 360 de Mórbido; quien para esa fecha, tendrá también supropia señal de TV de paga, dirigida a toda la región, tras una alianza con **AG Studios** y el distribuidor **Estudio Azul** de **Alejandro Reyes**.

### AG STUDIOS

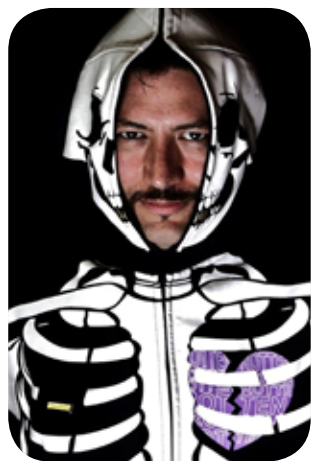
**AG Studios** es una empresa de contenidos para cine y OTT como Netflix o Hulu. Tienen como brazo de producción a **Ítaca Films** y parte del grupo **Lemon Films** entre otros, quienes están produciendo para **HBO**, **Telemundo** y **RCN**. Hace tres años se sumaron por medio de Latam Pictures, a la distribución de películas y, ahora, no sólo venden formatos sino también señales de tv paga con la división **AG Net**, que destaca a un conocido de la industria como **Eduardo Caso**.

Casoremarcó que la primera señal de TV de paga será **MórbidoTV**: 'No somos un canal de terror, sino el terror haciendo un canal. Cualquier comunicación de **Mórbido** por medio de las redes sociales o algún otro de sus medios, es muy particular y en base a eso haremos la programación, con especial detalle de programar el terror adecuadamente; nosotros sabemos que no se pueden mezclar vampiros con un slasher, por ejemplo'.

'Es un concepto único en Latinoamérica, Prensario Internacional

nosotros estaremos lanzando el canal el 29 de octubre para toda la región coincidiendo con el festival de este año. Buscaremos luego más canales, pero como **Mórbido** con una plataforma 360, ya no lineal, de interacción y también para OTTs. La interactividad va perfectamente con el nicho del mercado desatendido y vamos creciendo de la mano de la tecnología. La idea es que se lance simultáneamente en México y Latinoamérica'.

gunas down covertions para no dejar de tener cine clásico de terror. Igualmente estamos comprando mucho contenido en HD nativo y contamos con 700 horas de contenidos para el lanzamiento. Mucho es contenido propio, con la ventaja de ser un grupo con productoras, pues el contenido original a la larga nos va a diferenciar', completó.



Pablo Guisa

### MÓRBIDO, EL NÚMERO UNO DE TERROR

**Prensario** habló también con el director del festival **Pablo Guisa**, eminencia en materia de cine y terror al punto que será jurado de Ventana Sur de Argentina y en Corea para el **Asia Pifan**, y coeditará un libro en España. **Mórbido Fest** fue aceptado en Cannes entre los festivales de cine fantástico, lo cual les abre las puertas a cine europeo. Es el más grande de Latinoamérica

en convocatoria, con más de 22.000 personas y repercusión en millones de ellas, seguido por **Rojo Sangre** de Buenos Aires y **Cinema**



Eduardo Caso



### Zombie en Colombia.

Guisa destacó que **Mórbido**, que comenzó en el 2007, es primero un festival internacional de Cine, que agrupa e invita a directores y fans. Él mismo es un ultra fan del terror y tiene los mismos intereses que sus seguidores. Tras 8 ediciones, **Mórbido Fest** ya es más que un festival, pasó a ser un proyecto multiplataforma, con seguidores y eventos desde España a toda América Latina. El paso lógico era ser generador de contenido y lanzar un canal de TV con material top de terror y fantasía.

Tendrá series y películas de todo el mundo, con contenido original. 'Un diferenciador claro es que hacemos **Mórbido TV** conociendo el estilo y a los seguidores que conocen la marca. La idea es partir el 29 de octubre y demostrar eso con producción propia desde el día 1, con piezas chicas como la presentación de una película para mostrar su importancia. Haremos también una serie de píldoras o cápsulas de cine, videojuegos y música'.

'Vamos a programar desde el fan, como el fan lo entiende. Las relaciones que hay entre directores o temas hay que entenderlas, y eso no se puede hacer sino se tiene el gusto por el terror. Vamos a enfocarnos en contenidos para adolescentes y adultos, pero también habrá una sección infantil y actividades para niños. Los clásicos vienen en un paquete de Europa, USA, Argentina, Colombia y México, pero también películas raras o extrañas, de Corea, Rusia y Grecia. Habrá una parte Vintage y de remembranzas, series y animaciones de los 80s. Además, toda la sección de películas nuevas de 2013, 2014 y 2015', concluyó.

# MÓRBIDO+TV

## THE GENRE HAS A NEW FINAL DESTINATION

No somos un canal de terror... somos el terror haciendo un canal.

**MÓRBIDO™** es la fábrica de contenidos de fantasía y terror más importante de habla hispana: Festival, radio, revista, on-line, películas y TV. **MÓRBIDO™** an AG Studios Company.



## EL MUNDO DE FÓRMULA 1 SE EXPANDE EN LATINOAMÉRICA

A tres meses de su lanzamiento en la región, el canal **Fórmula 1** ya ha logrado posicionarse como el lugar de todas las carreras en vivo y en HD, generando identificación con la F1, algo muy positivo tanto desde la audiencia como desde los clientes publicitarios y stakeholders de la marca.

**Javier Villanueva**, director ejecutivo del canal **Fórmula 1** para Latinoamérica, de recordada gestión en **VTR**, confirmó su presencia en Tepal y Jornadas Internacionales, donde buscará reforzar el posicionamiento y cerrar nuevos acuerdos de distribución. Dijo: 'El desafío pasa por gestionar una unidad de negocio basada en un derecho deportivo que es una actividad que tiene una audiencia interesante en la región, específicamente en ciertos mercados que actualmente tienen representantes en la F1'.

'Tengo claro que el deporte por excelencia en el continente es el fútbol, pero la F1 es un deporte que por su naturaleza, permite crear mucho contenido a su alrededor, no sólo para los más fanáticos sino también para otros grupos objetivos como las mujeres en lo que respecta al "lifestyle" y "glamour" que rodea la F1'.

Se trata de un canal 24/7 dedicado a la Fórmula 1, al igual que en otros mercados avanzados como Italia e Inglaterra, que además brinda contenido

multipantalla a través de una aplicación. Cuenta con seis programas de producción propia y tiene una fuerte orientación a Latinoamérica, con un equipo de profesionales in situ en cada gran premio y otros en el estudio, complementando una transmisión nunca antes vista en la región.

Villanueva es un ejecutivo con gran experiencia en la industria, que lideró la Dirección de Contenidos y Programación de **VTR**, y formó parte de **Mega** en Chile, donde estuvo en la Dirección de Programación y en el Desarrollo de Negocios y Estrategia Digital. Opinó: 'El mercado de la TV paga es cada vez más competitivo y el principal desafío radica en sintonizar con la audiencia, entregar lo que la gente quiere ver y no lo que se decide en una oficina. En la medida que uno se conecta al telespectador, éste te premia con su fidelidad, y para eso hay que estar permanentemente innovando. En un canal de un deporte lo anterior toma más relevancia ya que hay que desarrollar una parrilla programática atractiva'.

'Las oportunidades pasan por mostrar al deporte de una forma distinta. Hay todo un mundo alrededor del "circo de la F1" que es interesante de mostrar, analizar y transformar en



Javier Villanueva, vuelve a la TV paga

piezas audiovisuales atractivas para la audiencia. El nuestro es un canal que cumple con todo lo que los operadores y audiencia piden: 100% HD y con contenido OnDemand multipantalla y multidispositivo'.

'En la aplicación se ofrece contenido adicional, en específico, cinco cámaras más que no se ven en la transmisión principal, de forma que el cliente pueda vivir la experiencia de *second screen* en su plenitud. Ofrecemos cámaras *on board*, *pitlane*, *highlights* en tiempo real, *Driver tracker* y *real timing*, toda información que complementa la experiencia de consumo', completó Villanueva.

Por último remarcó el principal objetivo: 'Seguir creciendo en distribución y ventas publicitarias, ofrecer contenido diferenciador entregando de una forma distinta la F1 a la audiencia, algo nunca antes visto en la región. Como dice nuestro slogan: *no son carreras, es la F1*'.

## STINGRAY FIRMA ACUERDO CON TELEFÓNICA EN AMÉRICA LATINA

PARA LANZAR SU CONTENIDO A TRAVÉS DE MOVISTAR TV Y VIVO TV

**Stingray**, proveedor de servicios musicales multiplataforma para empresas con base en Canadá, anunció la firma de un acuerdo con Telefónica para distribuir los contenidos de **Stingray Music** en América Latina.

Por medio de esta alianza, los clientes de **Vivo TV** en Brasil y de **Movistar TV** en Chile, Colombia, Perú y Venezuela podrán tener acceso a cerca de 50 canales de música de **Stingray Music** profesionalmente programados. Además, los suscriptores de **Movistar TV** podrán recibir con los contenidos de **Stingray Concerts**, un nuevo canal de TV de música en vivo.

'Este acuerdo representa un importante paso



en la expansión de nuestra presencia de marca en el creciente mercado latinoamericano y afianza el posicionamiento de **Stingray** como un aliado confiable de los operadores que buscan complementar su oferta con los mejores contenidos musicales', afirmó **Gustavo Tonelli**, gerente general de **Stingray Latin America**.

El lanzamiento de **Stingray Music** y **Stingray Concerts** en las plataformas de TV de **Telefónica** en América Latina forma parte de la iniciativa que la compañía ha implementado para consolidar su posicionamiento como la única empresa que ofrece a los operadores de TV Paga en América Latina una amplia gama de contenido musical programado



Gustavo Tonelli, gerente general de Stingray Latin America

profesionalmente en todos los géneros, todas las plataformas y bajo una sola marca.

Recientemente la empresa también lanzó al mercado un nuevo look & feel, con una nueva imagen, un nuevo logo y un nuevo slogan - "All Good Vibes" - brindándoles a los suscriptores una experiencia simple, accesible y más comprensible.



**EN LA VARIEDAD ESTÁ EL GUSTO**

**HOTPACK** **HOTGO** www.hotgo.tv

ACCESO GRATIS

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

**PRODUCCIONES DE ALTA CALIDAD DESARROLLADAS PARA CADA PLATAFORMA, MAXIMIZAN LA EXPERIENCIA DEL USUARIO Y GENERAN MÚLTIPLES OPORTUNIDADES DE NEGOCIO.**

**CONO NORTE:** Esteban Borrás: eborras@claxson.com e Ignacio Guido: iguido@claxson.com  
**CONO SUR & IBERIA:** Omar Figliolia: ofigliolia@claxson.com y Federico Carbonell: fcarbonell@claxson.com



## PRYSMIAN GROUP: HEREDERO DE PIRELLI

REFERENTE EN CABLE Y CREADOR DEL FTTH

Por primera vez estuvo este año en Andina Link **Prysmian Group** con stand para atender a los clientes de la región y ahora apuesta a tener alguna presencia en los trade shows que se vienen como TEPAL, Andina Link Centroamérica y los demás.

Se trata de la heredera como marca de la familia **Pirelli**, con más de 100 años de trayectoria y especialidad en la fabricación de cables y fibra, como el fabricante más grande a nivel CALA que puede ofrecer productos customizados para los grandes clientes. Vale agregar que fueron ellos

los que generaron conceptos como el FTTH en el mundo.

Prysmian aparece en la región con una estructura local propia armada y todo el soporte internacional entre logística y fabricación en USA, Brasil y Europa. Tiene la región dividida en Cono Norte, a cargo de **Jorge Aranda**, con México y Centroamérica, Brasil y Cono Sur con el resto de Sudamérica.

Prensario habló con Aranda en México, que destacó que están con sede en el mercado desde 2006, atendiendo tanto al mercado de telecomu-



Jorge Aranda

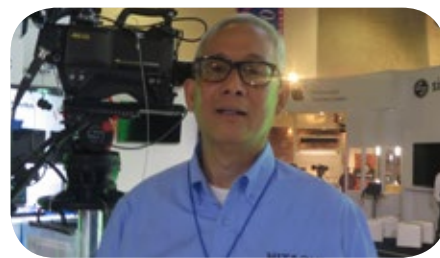
nicaciones como el de energía. En la parte de Telcos atienden a todos los operadores de cable y carriers de internet. Entre sus clientes, destacados para TEPAL, están **Cable Onda** de Panamá, **Cable & Wireless**, **Millicom** y muchos otros.

## HITACHI: 4K Y GRAN VENTA A TDN

**Tyke Manalang** de **Hitachi** detacó que el gran objetivo de su presencia en la Expo Telemundo fue la presentación de la nueva Cámara HSKHD4000, que ya trabaja en 4k.

Además, sostuvo en los negocios generales en Latinoamérica están muy bien con partners que

hacen buen push como **BVS** en Argentina o **Video media** en Chile. Asimismo, espera trabajar con Line Up en Brasil como con Comtelsat en México, donde se le hizo justamente una gran venta de cinco cámaras HD SKHD1300 a TDN, la señal de deportes de **Televisa**.



Tyke Manalang

**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

# HUSTLER TV <sup>SM</sup>

HAGAMOS  
DE ESTE,  
UN MOMENTO  
PARA RECORDAR

**HUSTLERLATAM.COM**

PPV | VOD | SVOD | HD | MULTI-PLATAFORMA [Icons]  
CONTACTO: ALEX BEHRENS TEL: +1[303] 441-0954 EMAIL: ABEHRENS@LFP.COM





## PCTV: OPORTUNIDADES Y NUEVO COMPROMISO CON LOS INDEPENDIENTES

SUS PRIORIDADES HISTÓRICAS SIGUEN VIGENTES CON EL NUEVO MANAGEMENT



Jorge Alejandro Tanaka



En el consolidado mercado de la TV paga mexicana vuelve a tomar importancia el rol de PCTV, ya no como una alianza estratégica de los fundadores de la industria sino como la única asociación de operadores independientes que cuenta entre sus miembros con el principal jugador de este segmento, Megacable (con 2,5 millones de suscriptores) además de una franja de empresas que juntas superan los 500.000 abonados.

Atento al movimiento que estos operadores pueden encarar en un momento de crecimiento y digitalización, Prensario conversó con ellos en marzo pasado en Querétaro.

### MANAGEMENT JOVEN

Para conducir esta gestión, que todavía no lleva un año de operaciones luego de la transición, cuenta con un nuevo management liderado por Jorge Alejandro Tanaka, joven ejecutivo reconocido por su trabajo en el propio Megacable y en Video Rola, señal que es también un ejemplo a seguir por el contenido propio de PCTV. Su padre fue piedra angular de los medios en México, con él fundó el canal musical de 24 horas que el año pasado se convirtió en el primero de su categoría HD simulcast de la

región; es distribuido por Megacable, Dish México y Time Warner, Comcast, Charter y DirecTV en Estados Unidos con millones de suscriptores.

### NUEVA OPORTUNIDAD DE CONTENIDO

En México la nueva oportunidad de sinergias entre Megacable y PCTV es muy grande. Megacable con su gran distribución y presencia local cuenta con nada menos que 28 noticieros locales y está el proyecto de unir la generación de contenidos en una plataforma unificada. Ya dieron un gran ejemplo de cobertura para las elecciones con más de 300 personas involucradas y unidades móviles para TV Noticias, que alcanzó 16 puntos de share en un estado, inéditos para el cable, con presencia en toda la República Mexicana. Justamente, el paquete de señales de PCTV tiene como buque insignia a su señal de noticias, como también la de deportes y otras de gran potencial como el canal de terror, Pánico.

Según Alex Tanaka, las señales de TV paga deben tener tres características: ser temáticas, enfocarse en el nicho de mercado al que apuntan y contar con una homologación uniforme e identificación con ese segmento. Ahora, están abocados tanto a la generación de contenido para adentro del grupo, como también hacia fuera para ampliar la distribución a nivel local e internacional, otro objetivo histórico de PCTV que vuelve a tomar prioridad.

El objetivo es duplicar las ventas locales gracias al aporte de los noticieros que Megacable tiene en las ciudades, y productos como la Liga del Pacífico del béisbol, que tiene 8 equipos y cuyo ganador compete en la Serie del Caribe, con equipos de República Dominicana, Puerto Rico, Cuba y Venezuela, de los que también cuenta

con los derechos de transmisión exclusiva.

### SERVICIOS TROPICALIZADOS PARA MÉXICO

La posición en todo el país es una estrategia de la empresa que la vincula con la comunidad y fortalece a toda la TV paga en su conjunto. Esto tropicalizando el servicio y la producción en México frente a las cadenas hispánicas, con unidades móviles que permiten un gran servicio de producción y foros de TV en los que se están haciendo producciones para importantes cadenas.

Y además, el servicio de telepuerto que se actualizó en MPEG4 para poder brindar todo en HD, pero que tendrá nuevas actualización y una permanente inversión. El contenido ya está disponible en Centroamérica y se buscará fortalecer todavía más las emisiones hacia el Sur.

### COMPROMISO CON LOS INDEPENDIENTES

Enfatizó Alex que una prioridad que se ha ratificado es la de 'fortalecer las relaciones con los programadores' para llegar al operador independiente con contenido de valor y la mejor tarifa posible. Es claro que, unidos los operadores independientes con Megacable pueden lograr más ventajas.

Eso además de invertir en darles los servicios de última generación para que puedan actualizarse, digitalizarse y dar Internet y telefonía. Tienen varios proyectos muy interesantes con los independientes como digitalizar 16 plazas con tres de estos socios que podrían generar una tendencia interesante.

Finalmente, comentó que pese a los cambios y la consolidación del mercado, se ha renovado el compromiso histórico de PCTV y su oportunidad de trabajo con los independientes. De la misma manera, dijo que no están cerrados en absoluto a trabajar con grupos de independientes que se acerquen —como puede ser ATIM— para trabajar juntos.

PROVEEDOR LÍDER MUNDIAL DE SERVICIOS DE MÚSICA MULTI-PLATAFORMA.

110 millones de abonados  
111 países



ALL GOOD VIBES!



stingray.com





## EXPO ATIM: 'UN LUGAR NEUTRAL, DE NEGOCIOS Y ABIERTO AL DEBATE'

LISTA PARA SEGUIR CRECIENDO CON TODO EL MERCADO MEXICANO



Salomón Padilla

A tres meses de un nuevo éxito de la expo Convención de ATIM en la Ciudad de México, y con la confianza de la industria que los apoya en forma creciente, Salomón Padilla busca avanzar a un mayor crecimiento para devolverle a México una expo que el mercado necesita.

Esto tanto desde el punto de vista de los independientes, donde ATIM con sus 70 socios que cubren 250 poblaciones y 300.000 suscriptores hace un aporte clave, como para todos los operadores del mercado.

### EXPO PARA TODOS

En primer lugar, se está considerando desligar un tanto la expo de la asociación de cableros independientes en sí, aunque conservando su auspicio. El objetivo es generar un espacio neutral, abierto al debate, donde todos los protagonistas de la industria puedan hacer negocios, que es la gran prioridad.

En ese camino, promueve la participación de otros operadores como Total Play, Axtel, Maxcom

y PCTV y apunta a sumar a todos los proveedores del mercado desde Televisa Networks, como en su momento se sumó a MVS y TV Azteca, para comprarles y en definitiva que asistan a hacer negocios. 'En algunos casos somos competencia pero también podemos hacer negocios y resolver problemáticas conjuntas. Está faltando un lugar para el debate y la asociación', remarcó Padilla.

### EXPO 2016

En segundo lugar, ya plantea definir el nuevo centro de convenciones para la próxima edición, que tendrá un 50% más de capacidad ya que el último debió dejar afuera algunos expositores interesados en participar. Salomón remarcó la necesidad de contar con un espacio de buen acceso en metro para no perder el carácter que tuvo hasta ahora. También espera confirmar en estas semanas la fecha de realización, probablemente en mayo, más allá de lo que decida Canitec. Esto es una diferencia de los que se venían haciendo en años anteriores, pero para apostar en serio con los expositores prefiere que todos puedan confirmar con tiempo y que haya un cierre en enero. Sobre Canitec, el ejecutivo puntualizó que el objetivo de acercar ambas fechas ha sido siempre que los participantes (tanto expositores como asistentes) puedan estar en ambos y que no le parece bueno que Canitec pueda cancelarse ya que siempre es bueno seguir los pasos de las dos grandes empresas del país. Remarcó el gran trabajo que en su momento hicieron los directivos de la asociación, aunque admitió que en los últimos años y debido a las consolidaciones se perdió de vista el objetivo inicial.

### ENFOQUE TEMÁTICO Y PRESENCIA DE CENTROAMÉRICA

Seguirá con los enfoques temáticos, y allí para las conferencias pondrá mucho foco en las nuevas tecnologías, al punto que el slogan para 2016 será 'De cableros a dateros'. Otro aspecto que e va a incentivar es el de la presencia de Centroamérica, pues ratifica que los operadores de esos países tienen problemáticas parecidas a los asociados ATIM. Estuvieron 30 operadores este año, con la asociación de Costa Rica de Roy Salazar, la de Honduras de BaderDip que también trabaja con Gospell, la del El Salvador a la que hubo que gestionarle las Visas, y varios entes reguladores incluido el de México, El Salvador, Honduras y Costa Rica. Sobre la regulación, sostuvo que nunca hay que olvidar que para los entes la tv paga reguladores es un servicio social. Igualmente no está de acuerdo con la nueva legislación y dice que limita la competencia en muchos sentidos. Aquí, desde su posición en defensa de los sistemas pequeños, dice que 'al estar hecha para regular a dos gigantes termina matando a las hormigas'.

### NEXO CON OTRAS FERIAS Y LANZAMIENTO DIGITAL

Salomón Padilla expresa su deseo de conectarse con otras Expos para empezar a intercambiar experiencias, en especial con Andina Link Centroamérica, ya que su deseo es complementar la oferta y soluciones ampliando la concurrencia.

Finalmente, anunció que también para estas semanas se estrenará una apuesta de la web y la promoción digital de la expo, una vez definida la nueva imagen.

## ATRES SERIES SE LANZA EN MOVISTAR PARA LATINOAMÉRICA

Atres Series, la nueva señal internacional del grupo Atresmedia, anunció un acuerdo con Movistar por el que llega a más de 160.000 nuevos suscriptores en Colombia, Chile y Perú.

Atres Series forma parte del catálogo de señales internacionales que se completa con Antena 3 Internacional y ¡Hola! TV. Se trata de un canal de series en español que emite los estrenos en la región de las producciones más

exitosas del Atresmedia.

En marzo, el canal estrenó su primera serie *Algo que Celebrar*, a la que le seguirán el drama policial *Bajo Sospecha*, la comedia *Allí Abajo* y el thriller carcelario *Vis a Vis*.

En su lanzamiento, en julio de 2014, Atres Series se presentó al público hispano con una amplia variedad de títulos y un completo catálogo que hace las delicias de todos los públicos,



que incluye grandes éxitos de audiencia como *Imperium*, *Toledo* y *El Tiempo entre Costuras*, que se irán incorporando a la grilla del canal.

# LOS SECRETOS DEL BRANDING

¿Qué hacen las marcas para enamorarnos?



TODOS LOS MIÉRCOLES  
A LAS 9:00 PM

EL ENTRETENIMIENTO REAL SE ENCUENTRA EN LOS NEGOCIOS.

WOBİ



HEAD OF MEDIA 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 Boshellmboshell@mbanetworks.tv •  
 Carlos Boshell • cboshell@mbanetworks.tv • +(57) 31 0813 9807



# 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 **Proudea/Auris** con el concepto de **Vida**



Jean Paul Broc y Humberto García, de Tepal



Celine Rodríguez de Euronews y Ricardo Ortiz de Maxcom

conectado **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

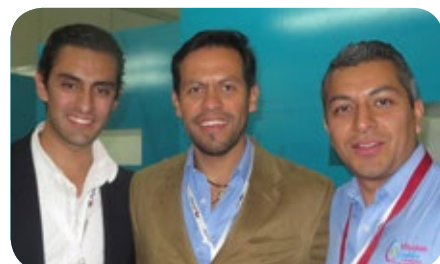
los que están diseñando el tercer DTH mexicano que ya venían gestionando en **IBC** y en **Natpe** de este año. Eso es importante verlo.

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 recuperó digitalizar. También los de **Gicable** de Aguas Calientes, 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



# EL ÚNICO CANAL CON TODA LA FÓRMULA 1® EN VIVO Y EN HD

100% EN VIVO: PRÁCTICAS LIBRES, CALIFICACIÓN Y CARRERA / TODA LA GP2/GP3 EN EXCLUSIVA PARA TODA LATINOAMÉRICA / LA ACTUALIDAD 24H/365 DÍAS AL AÑO

TV EVERYWHERE EN EXCLUSIVA PARA OPERADORES Y CON SERVICIO OTT



PARA INFORMACIÓN SOBRE EL CANAL: [ventasformula1@mediapro.es](mailto:ventasformula1@mediapro.es)

[www.canalf1latinamerica.com](http://www.canalf1latinamerica.com)





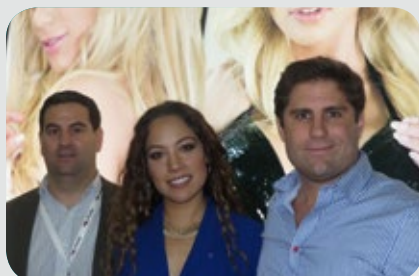
Fortunato Guzmán y Claudio Urrea de E!



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.

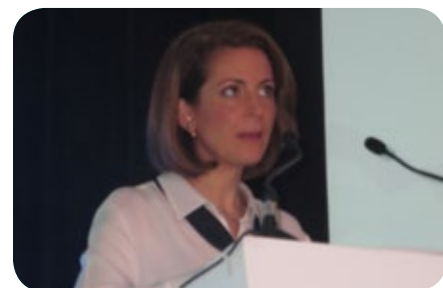
Remarcó que desde que asumió Peña Nieto dijo que el conocimiento y la tecnología eran



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

## DOS CANALES LÍDERES EN SUS GÉNEROS



## DOS CANALES DE HEMISPHERE MEDIA GROUP

CINE LATINO

PASIONES

Cinelatino, el canal líder de películas Latinoamericanas para toda la región.

Pasiones, el único canal multicultural, pan-regional dedicado a las novelas en español en HD.

www.cinelatino.com

www.tvpasiones.com/latam

Para más información, contactar a: [Fernanda Merodio/Fmerodio@hemispheretv.com](mailto:Fernanda.Merodio@hemispheretv.com) / [www.hemispheretv.com](http://www.hemispheretv.com)





## HUSTLER TV: MÁS SEÑALES PARA MÉXICO

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.



Alex Behrens

## DIVAS TV SE LANZA EN TEPAL PARA TODA LA REGIÓN



Divas TV es la primera señal de entretenimiento para adultos de producción 100% latina, hablada en español y con acentos locales.

Mauricio Peña, director de Grupo Peña y CEO de Divas, con 20 años en el negocio del entretenimiento para adulto, dijo: 'Surge ante la necesidad y ausencia de producciones xxx de calidad que identifiquen al público latino. Luego de haberse realizado diferentes estudios que revelaban la necesidad del público de identificarse con su propia imagen de la sexualidad apuntando en un gran porcentaje el interés por producciones latinas.'

Debido al éxito y aceptación en Uruguay y las

actuales repercusiones mediáticas en Argentina Divas TV realizará el lanzamiento para toda Latinoamérica en el marco de la Expo Tepal 25, para la distribución de su contenido en todo el continente. Estarán presentes Mauricio Peña, Enrique Casal, director comercial, Wolfgang Kurt, gerente de afiliados, Nicoletta Polizzi, ejecutiva de ventas afiliados, y Pamela Sosa una de las principales figuras de la señal. Si bien ya cuenta con más de 1000 títulos de producción propia en calidad HD. Divas TV tiene proyectado para lo que resta del 2015 y 2016 instalar productoras de contenido adulto en cada uno de los países en los que inicie nego-



Mauricio Peña

ciaciones contratando actrices y actores locales y haciendo movidas de prensa y publicitarias en cada uno de ellos. Otros de los objetivos de esta señal es brindar a los distribuidores ya sea cableoperadores o plataformas OTT una mejor ecuación económica de la existente con un producto de calidad y más interesante para el cliente. La señal estará presente en Asunción Media Show, Jornadas Internacionales ATVC y Chile Media Show.

## WIREWERKS PRESENTA SOLUCIONES PARA COBRE Y FIBRA EN TEPAL

CRECE EN LATINOAMÉRICA JUNTO A TVC



Diego Merizalde, gerente de productos de Wirewerks

Con base en Montreal, Canadá, Wirewerks es un fabricante global de productos para la industria de las telecomunicaciones, enfocada en soluciones para cableado de cobre y fibra óptica que tiene cada vez mejor presencia en Latinoamérica y eso estará reforzando con su participación en la Expo Tepal.

De la mano de TVC, la marca ha ganado un lugar en la industria de Latinoamérica y el Caribe con clientes de gran magnitud como Telmex, Televisa, TVCable y Tigo en ocho diferentes mercados de toda la región. Diego Merizalde, gerente de productos de Wirewerks, comentó: 'Tenemos más de cinco grupos de productos diferentes

actualmente en proceso de testeado, aprobación y homologación para futuras adquisiciones. La relación con nuestros clientes es un fuerte compromiso de calidad, servicio, diseño y puntualidad'. La marca provee tecnología para plataformas de cobre y fibra, entre ellas CableOnce la solución que responde a todos los requerimientos de las instalaciones de cableado de cobre y fibra óptica, y Keywerks, diseñada para proveer la performance sustentable buscada en materia de conectividad.

'Las soluciones para las industrias de telecomunicaciones y datos son reconocidas por su excelente desempeño, calidad y diseño meticuloso. Damos soporte a nuestros clientes con sistemas

end-to-end listos para desplegar, racks y montajes customizados en fibra y cobre', añadió Merizalde, quien ha sido asignado para atender la región CALA exclusivamente desde su oficina en Miami.

'Las tecnologías wireless continúan ganando importancia mientras las organizaciones demandan mayor capacidad sobre las redes. Con tantas opciones, aun el mundo sistémico del cableado estructurado, nuestros clientes siguen eligiéndonos por la única aproximación enfocada en cada operación.'

VIS A VIS  
 ALLI ABAJO  
 SIN IDENTIDAD  
 BAJO SOSPECHA  
 ALGO QUE CELEBRAR  
 LA FAMILIA MATA VIVE CANTANDO  
 LOJITA CABARET  
 LOS QUIEN EL SINDROME DE UILES AQUI NO HAY QUIEN  
 VIVA NADA ES PARA SIEMPRE FISICA O QUIMICA LOS  
 PROTEGIDOS AMAR ES PARA SIEMPRE EL SECRETO DE  
 GRAN HO EL 90 90 90 DARIO DE UNA ADOLESCENTE  
 700 EUROS PAR SUDIAN CIRCULO ROJO EL PANTANO  
 LA PRINCESA DE EBOLI TOLEDO HISPANIA  
 HISTORICAS • FAMILIARES • ROMÁNTICAS  
 COMEDIA • JUVENILES • ÉPOCA  
 ALGO QUE CELEBRA  
 SERIES EN ESPAÑOL PARA TODOS

ATRES SERIES



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

www.antena3.com/atres-series/





# XXIII EXPO CINE VIDEO Y TELEVISIÓN: CON LOS MEJORES CLIENTES DEL MERCADO MEXICANO

PREMIOS DE ORO A SKY MÉXICO Y MARCEL VINAY

Con un nuevo layout que la hicieron lucir más ambiciosa en los habituales salones Maya 1 y 2 y un alto nivel de equipamiento en los stands, se llevó a cabo en medio de la Copa América de Fútbol la edición 23 de **Expo Cine, Video y Televisión** en el World Trade Center de Ciudad de México bajo el título de "Ciudad Pantalla".

Es habitual que la concurrencia vaya creciendo a medida que avanza la semana, pero causó cierta preocupación la asistencia de los primeros días, que contrastaba con la calidad de equipamiento traído en el máximo nivel para la región. Pero ya avanzando la segunda jornada fue tomando color con la llegada de clientes tier one que complementan de la mejor manera al público estudiantil y semi profesional de las distintas industrias que forman parte de la Expo para redondear el saldo positivo habitual, incluso con mucho ritmo de gente y shows en los stands de **Teletec** y Grupo CVC, que contrató a **Stephan Jackson**, el más conocido imitador de Michael Jackson en México.

### CLIENTES TIER ONE

Los clientes tier one decididamente no dan la espalda a la Expo, como viene pasando este año con otros eventos, y estuvieron presentes. Un ejemplo fue la cúpula del grupo **Televisa**, con **Max Arteaga** y **Elías Rodríguez**, que se tomaron el tiempo de visitar a las marcas de

algunos stands como el de **Artec** y repararon sus soluciones. Allí mismo, por la mañana, a **PRENSARIO** le había tocado ver, al mismo tiempo a los ejecutivos del **Instituto Federal de Telecomunicaciones**, liderados por la directora de contenidos audiovisuales, **Rosamartha Velasco**, con un plan de monitoreo de medio para más de mil canales, al **Canal Judicial** con su directora general **Magdalena Acosta** y a todo **Canal 22** con su director general **Raúl Cremoux** acompañando a **Luciano Saavedra**. Cremoux participó de un gran panel de Comtelsat que se comenta por separado. También se destacó la gente de **Multimedios Monterrey**, **UnoTV de América Móvil** con **Eduardo García**, **PCTV** con su director **Alex Tanaka** y por supuesto ejecutivos de **TV Azteca**.

Del lado de los stands, además de los integradores locales que se destacan individualmente en esta edición, es importante mencionar los stands individuales de **Gates Air**, con **Diego Gilles** junto a **Eduardo Aguilar**, **EVS**, **ChyronHego**, **Leader**, **Aspera**, **Bexel**, **AVP**, **TSL** por primera vez, y **Aviwest**.

### GRANDES PREMIOS

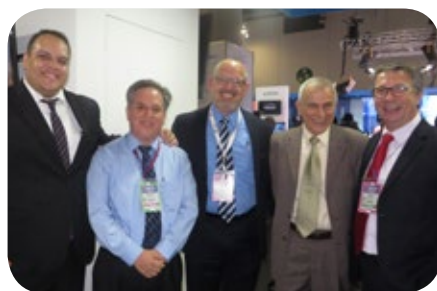
La **Expo Cine, Video y Televisión** volvió a partir con los tradicionales premios que tuvieron a grandes protagonistas. Tras un primer premio de oro a **Jaime Célis** de **Repre**



José Antonio Díaz y Marcel Vinay



Tras el corte de Cinta



Efrén Camacho de Canal Once con equipo Grass Valley



Magdalena Acosta, directora general del Canal Judicial, y Luis Fernando Torres de Masstech



Elías Rodríguez y Max Arteaga de Televisa, Jaime Tovar, Erandi Arredondo y Rodolfo Moncada de R&S



Enrique Gutiérrez, Luciano Saavedra de Canal 22 y Juan Carlos Ortolan de Ross



**Sistemas Digitales**  
en Audio y Video S.A. de C.V.

## Nuestro éxito es gracias a tu preferencia.

Espera más sorpresas en Expo Cine Video Televisión 2016







## XXIII EXPO CINE VIDEO Y TELEVISIÓN: CON LOS MEJORES CLIENTES DEL MERCADO MEXICANO

sentaciones de Audio, fue muy importante el reconocimiento a Sky por 'la revolución' que generó en el mercado mexicano al superar los 6,5 millones de suscriptores y llegar a las clases populares desde un servicio antes considerado elitista.

Se premió por separado a **Marco Rojas**, director de marketing, y al **Ing. Salvador Rosas** por el trabajo tecnológico para hacerlo posible.

El primero dijo que están volviendo a poner en su pantalla a Gran Hermano con esa cantidad de suscriptores, y cuando hicieron la primer entrega del programa tenían sólo 750.000.

Todavía más fuerte fue la apuesta con el último premio de oro a **Marcel Vinay**, reconocido como piedra angular de la industria mexicana

en las últimas 5 décadas y por haber llevado a las novelas mexicanas a más de 100 países. Vinay expresó que sigue viendo las mismas oportunidades para la televisión mexicana por muchos años.



Pedro Silvestre de For-A, Laura Petrosillo, Mauricio Alatorre de Multimédios, Roberto Montemayor de Comtelsat y Fernando Boom



Ing. Salvador Rosas de Sky México



Viviana Sierra, Héctor Sánchez de Elemental, Rosamartha Velasco y David Ortega del IFT, Jaime Tovar de Artec

## SIMPLEMENTE FESTEJÓ SUS 15 AÑOS

EN EL POLIFORUM SIQUEIROS

No fue una expo más para **Simplemente**, pues festejó sus 15 años de la mejor manera con una fiesta en el increíble Poliforum Siqueiros contiguo al WTC, que está decorado con murales del famoso artista mexicano. El cóctel también fue excelente, contaron con todas sus marcas distribuidas y también clientes importantes. Hubo un gran pastel y se bailó hasta las 3am.

Pero la empresa liderada por **Mónica Reina** y **Rune Hansen** también festejó con su fortaleza en el mercado que queda de manifiesto en cada



expo y el despliegue en sus stands, con islas aparte tanto para **Aja Systems**, con la presencia de **Bryce Button**, y para **Blackmagic**, marca con la que hicieron un gran evento en marzo. Allí vale destacar que con la marca le donaron cámaras e implementaron varios cursos con la UNAM. Los equipos fueron recibidos por **María del Carmen de Lara**, la directora del



Bryce Button y Rune Hansen en Simplemente 15 años

Centro de Estudios Cinematográficos de esa Universidad.

Además, como es habitual, estuvo presente todo el equipo de **Quantum**, y especialmente en esta edición de **Softron Media Services**, que tuvo por primera vez a **Cristian Moreau** y **Daniel Tapie**. Ellos hablaron con Prensario y destacaron el trabajo de **Simplemente** y su labor en el soporte al cliente.



David Sánchez, Daniel Tapie, Rune Hansen y Cristian Moeau de Softron



La directora de Cine Natalia Almada y Mónica Reina



María del Carmen de Lara de la UNAM, Mónica Reyna y Rune Hansen

NHK WORLD

# Canal en inglés 24/7 desde JAPÓN

NHK WORLD TV es el servicio de televisión internacional transmitido en inglés para el público extranjero. Transmite las 24 horas a través de todo el mundo, llevando a las pantallas las noticias más recientes, así como una amplia variedad de programas.

### Como sintonizar

**APP** Servicio de video streaming disponible descargando la aplicación gratuita para teléfonos inteligentes y tabletas.



- iPhone®, iPad® ... [App Store™](#)
- Android™ ... [Google Play™](#)
- Kindle Fire ... [Amazon Appstore](#)

**PC** Servicio de video streaming disponible en el sitio web de NHK WORLD.

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

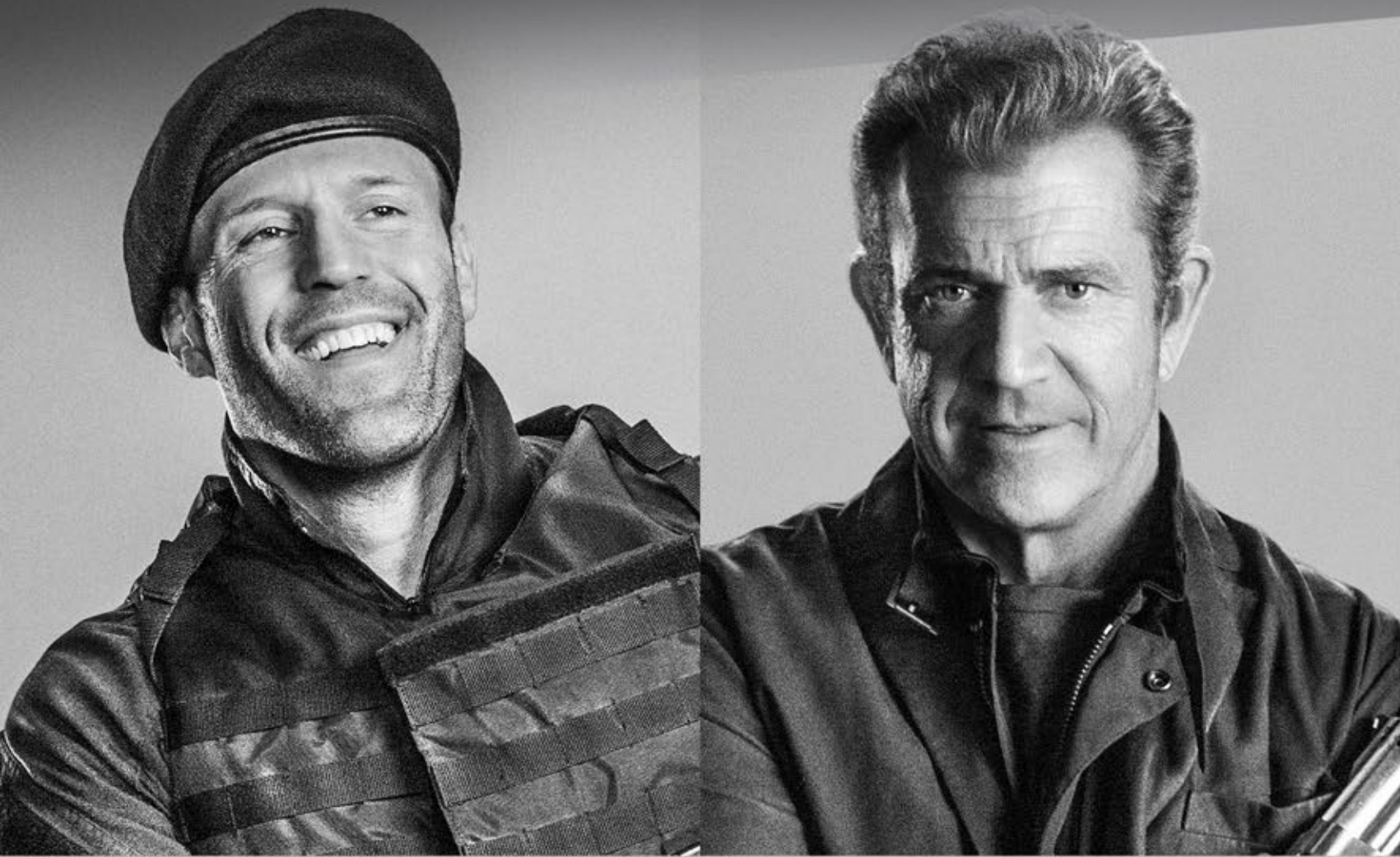


Disponible en VOD [www.nhk.or.jp/nhkworld/en/vod](http://www.nhk.or.jp/nhkworld/en/vod)



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





 /GOLDENPREMIERTV  
 @GOLDENPREMIERTV

**2015** EN PREMIER  
**LOS INDESTRUCTIBLES 3**

\*Programación sujeta a cambios sin previo aviso.

¡CONTRÁTALO  
**YA!**

ACCESO EXCLUSIVO  
**A GRANDES**  
PRODUCCIONES

  
**PREMIER**



## COMTELSAT: PANEL ILUSTRE PARA EL FINANCIERO-BLOOMBERG

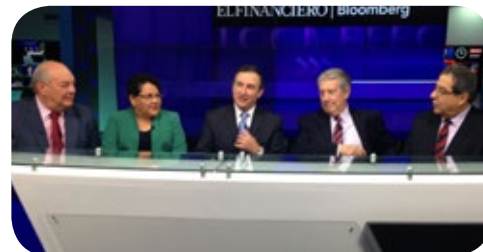
TAMBIÉN PRESENTÓ SU NUEVA ALIANZA CON HP



Israel Gómez, Rafael Castillo y Russell Johnson, SVP Americas de Quantel Snell

Comtelsat tuvo gran actividad en la Expo con Israel Gómez como líder. Por un lado con su gran stand central que lució en su pared exterior de su stand todo un flujo de trabajo completo, acorde al nuevo ecosistema de marcas que diseñaron.

Destacó un gran lugar para Snell Quantel, que tuvo la presencia de su nuevo responsable para Latinoamérica Rafael Castillo, que vuelve a trabajar con el integrador como en la etapa con Grass Valley. Dijo que va a hacer una eva-

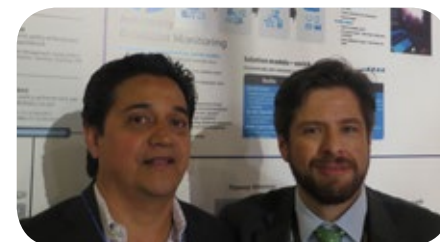


Armando Carrillo de SPR, Susana Solís, Leonardo Kourchenko, Raúl Cremoux de Canal 22 y Rafael y Ernesto Velázquez de TV UNAM

luación de todos los resellers y en mostrar toda la amplitud del portfolio, en sintonía con lo que hace Comtelsat en México y Brasil.

Israel Gómez valoró mucho el nombramiento de Rafael y dijo que conocerse tanto con una relación de años tan transparente ayuda a dar mejor servicio y a tomar riesgos, desarrollar toda su versatilidad y dar mejor soporte sabiendo que la marca los respalda.

Comtelsat también se destacó con un panel ilustre que organizó para la mañana del jueves, que se emitió el fin de semana posterior por El Financiero-Bloomberg. Fue sobre la nueva regulación, los nuevos competidores y la brecha tecnológica que busca reducirse con el apagón analógico, entre el futuro de los medios públicos. Los participantes fueron nada menos que Armando Carrillo Lavat, presidente del Sistema Público de Radiodifusión; Susana Solís, presidenta de la Red; Ernesto Velázquez Briseño, director general de TV UNAM y Raúl Cremoux, director general de Canal 22, moderados por Leonardo Kourchenko. El panel fue grabado y transmitido por la multiplataforma informativa de El Financiero que incluye el periódico impreso y digital, la web y aplicaciones para dispositivos móviles.



Ricardo Sánchez de HP e Israel Gómez de Comtelsat

Finalmente, Comtelsat también tuvo un cóctel en el salón de Heineken del WTC, agasajando a todos los presentes en la expo. Igualmente, Israel Gómez presentó allí la nueva alianza con HP para México y Latinoamérica, que incluye especialmente su workstations de última generación, sus pantallas 3D y el storage que pasaría a llegar a precios mucho más accesibles. La marca estuvo representada por Ricardo Sánchez.

## SISTEMAS DIGITALES: REFORZADA EN SERVICIO

ELOGIOS DE LUCIANO SAAVEDRA DE CANAL 22 PARA AXON

El Lic. Enrique Gutiérrez, director general de Sistemas Digitales, hizo un positivo balance de su participación en la expo Cine Video y Televisión. 'Hemos recibido a los ingenieros más importantes del medio y estamos muy contentos pues hemos rebasado las expectativas'.

Agregó: 'Hubo gran interés por la solución de audio con IP de Wheatstone, que es una incorporación muy reciente pero tiene a John Terrey que lo conocemos trabajando desde Wohler y nos hemos reencontrado en esta etapa. Es un producto innovador'.

'También tuvo buena repercusión el Set virtual y robótica de Ross, marca de la que también el nuevo Aquity, un swither que soporte 4K y es el modelo más reciente de Ross'.

Otra novedad fue la presentación de Linear Acoustic como parte de Telos Alliance que maneja ahora Chris Shaw'.

'Entre los logros, Axon viene aportando

fuertemente con su solución de transporte de video sin compresión con tendencia a ahorrar el uso de coaxiales y mucha switchetería en el uso como una apuesta para el futuro. Genera gran efervescencia pues esta parte de la industria va al cambio y tiene necesidad de actualizarse, sino corre el riesgo de quedarse atrás'. Aquí vale mencionar los elogios del premio director de tecnología de Canal 22 Luciano Saavedra, que dijo que Axon era el futuro para la transición a IP como ejemplo de flexibilidad y sincronización, y que en IBC iban a mostrar como manejar 220 canales por esta vía.

Remarca Gutiérrez sobre las prioridades de Sistemas Digitales: 'Somos una empresa reforzada 90% en servicio, creemos que el soporte y la calidad de servicio es lo que vende.



Raúl Cremoux y Luciano Saavedra de Canal 22, Alfredo Cabrera de Axon y Enrique Gutiérrez, de Sistemas Digitales

Tenemos un equipo de ventas calificado, con más de 10 años de trayectoria en la empresa, y la gente de servicio han estado integrando nuevos ingenieros. Tenemos 11 vendedores y 6 responsables de soporte, lo cual da un soporte por cada dos vendedores y da una idea de nuestras prioridades'.

Este año volverá a IBC, que dice se ha vuelto imprescindible para ver las tendencias y ubicar la posición de sus productos en relación a la competencia.

**WKD Cable Enterprises LLC**

- Equipos Nuevos y Reconstruidas
- Motorola / General Instrument
- Scientific Atlanta / Cisco
- Arris / Ccor / Phillips - Magnavox
- Equipos de Medición y Testeo
- Fibra Optica / Cable Coaxial / Connectores
- Transmisores / Nodos Opticos
- Cable Modems Docsis 2.0 & 3.0
- Equipos Headend

**OFERTAS ESPECIALES**

3355 Copter Road, Unit 4, Pensacola, Florida 32514 U.S.A. - Tel : 850-450-5620  
 wkd@wkd.com - wkd@skype.com - wolfgangdomschke@icloud.com - nicoletta@wkd.com

### 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

**cinegy**



## EXCELENCIA EN COMUNICACIONES: PROVEEDOR DE SERVICIO AUTORIZADO DE GRASS VALLEY

Como habitual protagonista de la Expo, el que duplicó el tamaño de stand y estrenó nuevo logo fue **Excelencia en Comunicaciones** en



Marco Rabadán, Jorge y Jennifer Castañeda en la cena de Excelencia

el segundo año bajo la dirección general de **Marco Rabadán**.

Entre las novedades se destacó el espacio asignado a para **Grass Valley**, con un set para tres cámaras súper especial con una desde arriba. El año pasado todavía no se había hecho el acuerdo de distribución de la nueva Grass Valley y ahora tiene a Excelencia como proveedor de servicio autorizado en México, coordinado por Amílcar Zozaya como personal local de la marca.

Otras novedades fueron **Bridge Technologies** con **Emerson Pérez**, y **Thomson Video Networks**.



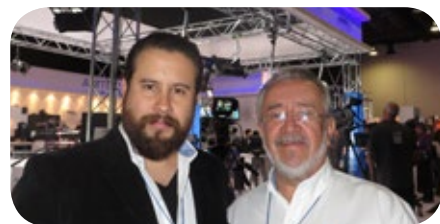
José Luis Reyes, Lionel Da Luz, Alfonso Castro, Jorge Castañeda, Marco Rabadán y Amílcar Zozaya de Grass Valley

Como agasajo volvió a realizarse la tradicional cena para marcas representadas en la Cantina Remedios.

## AMTEC SUMÓ A FOR-A

GRAN STAND Y AGASAJO EN SUS OFICINAS DE LA EXPO

En el nuevo lay out que tuvo la Expo Telemundo con la entrada más lateral se vio muy destacada la posición de **Amtec**, que tenía su stand como primer paso obligado a todos los concurrentes. El tamaño fue similar pero con un diseño totalmente renovado y un espacio nuevo



Andrés Martínez padre e hijo



Roberto Oaxaca y Adrián Copantsidis de Harmonic, co Eduardo García Travesi de UnoTV

un el set de cámaras de **Ikegami** que no tenían el año pasado, e islas espaciosas para el Vitec Group y marcas como **The Foundry** y **FilmLight**.

De todas formas una de las novedades más importantes fue el comienzo de la distribución de **For-A**, que presentó allí su nuevo switcher



Mario Rodríguez, Andrés Martínez, Ciro Cortés y Jay Shinn de For-A

**HVS 2000** como gran novedad. Ya confirmó la venta de cuatro unidades en Brasil y dos en Colombia. Al respecto, **Andrés Martínez** destacó a **PRENSARIO** que el cliente no tenía un switcher de producción ni un router tan grande y que esta incorporación le va a dar un alto valor agregado a sus integraciones y ecosistema de marcas.

Como es habitual, la noche del jueves se hizo el agasajo a todas las marcas y clientes en sus oficinas de Colonia del Valle.

## MAGNUM: TRANSMISIÓN DE LAS ELECCIONES POR STREAMING

En medio del gran momento que atraviesa **Magnum Digital**, que estuvo en la expo Telemundo con **Jorge y David Camacho**, se concretó con éxito la transmisión de las últimas ediciones electorales de México a través de 27 canales de streaming, con 97 equipos de LiveU.

El despliegue se hizo con **Televisa**, **Cadena 3** y **El Financiero**, además de haber lanzado **El Universal TV** y de la cobertura interna para el PRI en más de diez estados de República. Se hizo con 46 hot spots y presencia en más de 70 plazas. Según Camacho en que fue la cobertura más grande que **Prensario Internacional**

hicieron en **Magnum**, demuestra su capacidad actual para este tipo de proyectos de producción, distribución y streaming de contenidos.

Todas las marcas con las que se trabajó para eso como **LiveU** estuvieron en su stand en la Expo, como también tuvo mucho destaque la nueva distribución de **Elemental**, que si bien hace punta con 4K por el tipo de público se concentro en mostrar equipos como el iPad basado en Android para sus mismas funciones.

En el stand también se distinguió como siempre **Yamaha**, un set de estudio HD de **Sony** y marcas



David y Jorge Camacho de Magnum, con Viviana Sierra y Héctor Sánchez, de Elemental

más nuevas como **Brightcove**, la antena **Satlite** para las integraciones en los móviles, **Farelight** en consolas broadcast y la parte de **Linear Acoustic**.



TELEVISIÓN >

ESPN  
ESPN+  
ESPN 3  
ESPN HD  
ESPN EXTRA

INTERACTIVO >

ESPNPLAY.COM  
ESPN.COM  
ESPN GUÍA  
ESPN MAGAZINE

ESPN



## INSITEL: SOLUCIONES PARA CLIENTES HIGH END

Insitel de Edgar de la Vega tuvo en la reciente Expo Cine, Video y Televisión un stand diferente, mucho más abierto a la circulación con diseño moderno que causó muy buena impresión.

De la Vega vive en Vancouver pero se apoya plenamente en su equipo que tiene una gran experiencia con la empresa, en la mayoría de los casos no menor a cinco años, si bien es probable que sume gente en ventas por la demanda actual.

Esto siempre apostando a soluciones en un target específico que apunta al high-end del mercado, según comentó a Prensario. En ese segmento una marca a la que apostó en el stand fue la empresa belga I-Movix, para ultra slow motion, en una solución que pese a ser de vanguardia es económica y apunta a mejorar el flujo de trabajo de los clientes. También tuvo buen lugar como siempre Snell-Quantel y como novedad del año pasado Tedral, que



Edgar de la Vega con Nigel Stoddart y Sergio Garrido de Tedral está posicionado con Televisa pero se buscará romper el paradigma que es caro.

El siguiente evento a asistir es la IBC, dice Edgar, para seguir buscando las nuevas tecnologías.

## ESCAPE: GRANDES INTEGRACIONES DE PANASONIC



Sergio Rataus de Orad con Eduardo Hinojosa y Sergio Noriega de Panasonic en el camión integrado

El Lic. Eduardo Hinojosa, director general de Escape, dio sus palabras a Prensario destacando la buena convocatoria de la Expo, con presencia de toda la línea media de los broadcasters del mercado.

Escape es una empresa con 42 personas y hacen integraciones con un equipo de ingeniería importante, y el gran empuje comercial de Luis Fernando Riestra.

Lo hacen con marcas de la importancia de Orad, Evertz con la que tienen un nuevo

acuerdo, Gates Air que se potencia ahora mucho en su nueva etapa, Hitachi con la que trabajan hace 12 años con muy buenos resultados el último tiempo y en gran forma con Panasonic, donde tienen un rol muy relevante en el mercado mexicano hace también cerca de 12 años. Prensario acompaña a Hinojosa y a Sergio Noriega de Panasonic al camión integrado para eventos deportivos principalmente con todo equipamiento de la marca, entre los que sobresalían 8 cámaras 3800 y el Switcher 6.000.

## ON AIR CON LA NUEVA ANTENA ERI

On Air volvió a tener gran actividad en la Expo Telemundo como brazo mexicano de la alianza Antenas Latinas, teniendo a toda su gente en el stand con un agasajo permanente de jamón y vino muy atractivo.

Según confirmó Felipe Padilla, foco comunicacional estuvo en apoyar la nueva antena

de Eri, que también se potenciará comunicacionalmente en SET Brasil con Focuss Digital y en CAPER. Se trata de una Antena de baja potencia de UHF 100 a 2000 watts LAL Series, muy económica con grandes prestaciones, liviana y fácil de instalar. Eri contó con todo su equipo gerencial para la región.



Bill Ramos, Felipe Padilla, Jim Hauptstueck y Luis Endara, de On Air

## ENCO

Ken Frommert de Enco estuvo en el stand de Excelencia en Comunicaciones y luego en el evento de Broadcast Depot en Miami, como parte de su continuada presencia en al región. Destacó que tienen una solución única para subtítulos y sobre todo Close caption, sin competencias. Prensario Internacional

cia, con reconocimiento en tiempo real. Es ideal para la nueva regulación del mercado mexicano.

Es nueva empresa en la región pero tiene 30 años de trayectoria en USA, integrando productos de radio y luego de TV con clientes de la talla de CNN; ESPN, NBC y CBC.



Ken Frommert, General Manager, y Marco Rabadán

**XVII JUEGOS PANAMERICANOS**

10 al 26 de Julio

**TyC Sports**

VIVO 24 HD

TyC Sports play | TyC Sports.com | f t y

Evento exclusivo para la República Argentina.  
Visitanos en el stand N° 3 de TEPAL.





## SECOND SKIN ACERCA LA SEGUNDA PANTALLA

Artec de Jaime Tovar desarrolló su actividad habitual de avanzada en la Expo Telemundo, con buenos espacios para Elemental que tuvo una presentación para la IFT, Rohde & Schwarz que estuvo con Televisa, Avid como su marca tradicional y también Masstech, de una gran presentación para el Canal Judicial.

De todas maneras, una gran novedad de esta expo en su stand fue el lanzamiento de la empresa Second Skin (segunda piel) presentada por Sus-

san Taunton. Es un nuevo servicio para llevar a los eventos, las señales de tv paga o abiertas a ofrecer servicios de segundas pantallas para reenganchar a los jóvenes que no ven televisión lineal. El servicio, que usa el software de Nyx, permite jugar y ser parte de los contenidos de una manera diferente. Tuvieron un video de presentación y la dirección de Sussan, que interactuó con el propio Max Arteaga de Televisa cuando visitó el stand. Así como tal es un servicio pionero en México.



Jaime Tovar F., Sussan Taunton y Jaime Tovar

## TELETEC APUNTA A LA REGIÓN

Teletec tuvo la gran participación habitual en la Expo Cine, Video y Televisión, e incluso un poco más por show de baile provocador un par de veces al día que generó gran atracción. Alfonso Vázquez, director comercial, destacó los resultados de la muestra por el nivel de equipamiento, de los mejores de Latinoamérica, y también por el de los clientes que concurrieron con interés muy particulares.

Agregó que desde la NAB fortaleció además

su ecosistema de marcas con novedades como Silvus en radio, que tuvo a Mark Tommey presente, o la alianza con Primestream, que tuvo nada menos que a su CEO Claudio Lisman.

Vale destacar que Teletec, como ya llevó a la realidad su proyecto regional con ventas interesantes en Perú y Brasil, donde cuenta con oficinas propias y se proyecta para la próxima SET. Sigue así el camino de su marca



Alfonso Vázquez y Mark Tommey de Silvus

de productos de iluminación Fluotec, que es ejemplo de marca mexicana de exportación.



Roberto Pérez y Ernesto de León de Comtec con Benjamín Marriage de EVS

## COMTEC: PRODUCCIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS EN MÉXICO Y EL CARIBE

En el stand de EVS de la Expo Telemundo, Benjamín Marriage estuvo junto a Roberto Pérez y Ernesto de León de Comtec, empresa con sede en Monterrey que con más de diez años en el mercado produce los eventos deportivos para ESPN, Fox, todos los torneos en el Caribe

de la Concacaf, y su Liga de Campeones. Incluso produjo el Sub 20 en Jamaica.

Cuenta con tres unidades móviles y tres equipos de uplinks, además de dar servicios satelitales en un partnership con Intelsat. Todo lo producen en HD.

## RICARDO SALAZAR, CON SUS MARCAS EN MÉXICO

Ricardo Salazar volvió a tener un muy buen stand en el Expo, donde Evertz con Rodrick Smith y Mo Goyol pudo desplegar toda su fuerza incluso junto a ATSCI, que incorporó el año pasado.

Pero no fue la única distribución presente,

pues se destacó la presencia también por primera vez de TV Logic, con Wes Donahue, y también de Providius con Tony Zare, Fast Forward y Calibre con convertidores de norma.



Mo Goyol, Rodrick Smith y Ricardo Salazar

**GOLTV HD**  
100% fútbol

Acercando el fútbol a toda la región para que lo disfrute cuándo, dónde y cómo quiera.

**GOLTV PLAY**

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

facebook.com/GolTVLatAm    twitter.com/goltvlatam





## SONY PSLA: NUEVOS PRODUCTOS EN MÉXICO

FUE OTRA VEZ PROTAGONISTA EN EXPO CINE, VIDEO Y TELEVISIÓN

Sony PSLA de México tuvo el protagonismo acostumbrado en la Expo Cine, Video y Televisión y tuvo nuevamente su conferencia y comida para la prensa donde presentó los productos de NAB.

Entre ellos estuvo la nueva videocámara profesional HXR-NX100, equipo compacto de mano de la familia NXCAM, cuenta con tecnología de sensor de 1,0", grabación de 50 Mbps y excelente operabilidad con tres anillos de lentes manuales e independientes.

‘La incorpora el exclusivo sensor CMOS Exmor R retroiluminado de 1,0" con una resolución de 20 megapíxeles. Este sensor tiene un tamaño similar al del cuadro de filmación Super de 16 mm, brinda alta resolución y un gran rendimiento en escenas con poca iluminación, además de mayor control de la profundidad de campo, tal como lo demandan las necesidades de grabación en el ámbito profesional’, aseguró **Humberto González**, Marketing Sr. Manager Profesional Solutions Group.

‘La videocámara HXR-NX100 ofrece lo mejor en color, profundidad e imagen aún en condiciones con poca luz gracias a su sensor CMOS Exmor R, permitiendo a los creadores de contenido capturar maravillosas imágenes en cualquier entorno’, expresó **Guillermo Dávila**, gerente de mercadeo en Sony Professional Solutions Latin America.

Por otro lado, **Gabriel Casco**, mostró los demás complementos que tiene la marca como lo son: sistema de archivo wireless para soluciones “llave en mano” que permite acceso remoto a internet, operaciones de búsqueda y visualización rápida entre otras características.

Otras soluciones que se complementan es la estación de digitalización de cintas, que sirve para la digitalización de stock de cintas, incluye comprobación de errores, control de calidad de los archivos así como la gestión del almacenamiento.

Humberto González mostró también los monitores 4K, los LEDS y los LSD y asegura



Humberto González

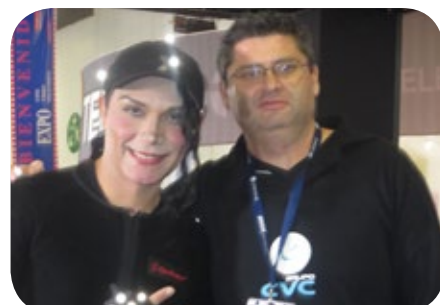
que estas soluciones son sumamente eficientes en la industria, ‘esto es una muestra de todo lo que mostramos en la NAB y los clientes en México tienen acceso a la tecnología y a trabajar con ella, ese contacto directo con los equipos es necesario. Completó diciendo que las nuevas cámaras 4k ya tienen clientes interesados. Aclaró que como negocio la parte que representa más beneficios son todas las cámaras portátiles completas, la gente viene pues es una realidad más accesible a nuestro mercado’.

## GRUPO CVC CON OPTITRACK

Una muy buena participación tuvo en esta Expo el grupo CVC de **Charlie Domínguez**, que desplegó un show artístico cuatro veces al día con **Stephan Jackson**, el mejor imitador de Michael Jackson en México. Dijo que ‘es la mejor manera de ver los equipos y los demos: funcionando’. Lo vieron y disfrutaron varios

directivos de las televisoras.

Dentro de sus productos, además del éxito habitual de **Newtek** y las cámaras robóticas de **Datavideo**, Domínguez destacó en el stand la presencia de **Optitrack**, con sus soluciones de captura de movimiento que promueve para toda la región.



Charlie Domínguez con Stephan Jackson

## TEKNOAMÉRICA: JVC, NEWTEK Y ROLAND

**Julio Sánchez** de Teknoamérica habló con **Prensario** del stand que tuvo en la Expo Telemundo, donde se destacó por un lado el gran set de cámaras de **JVC**, con la presencia de **Pedro Mees**.

Mees remarcó que los proyectos de JVC van ‘un poco más despacio’ pero no están frenados y que tiene una línea amplia en 4K. Viene de

hacer una gran venta de 32 cámaras a **América TV** de Perú. Se va cumpliendo su objetivo de mayor reconocimiento a la hora de elegir los productos a la par de **Sony** o **Panasonic**.

Sánchez, por su parte, también destacó el auditorio mayor de **Newtek**, que el año pasado no tenía, y un buen espacio para **Roland**, que se está metiendo fuerte en México.



Pedro Mees y Julio Sánchez



# LES VOIX DU MONDE



**Radio France Internationale, la radio mundial en francés, español y otros 11 idiomas.**

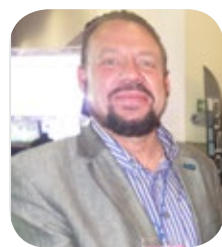
Disponible vía los satélites Hispasat 1 E y SES 6, así como por stream Internet

**rfi.fr y rfimundo.com**



## AJA SYSTEMS: NUEVA CION Y MUCHO MÁS

Aja Systems volvió a estar bien representada en la Expo Cine Video y Televisión, donde tuvo un stand aparte dentro de la apuesta de su distribuidor local Simplemente, que además festejó sus 15 años con una gran fiesta en el Poliforum Siqueiros.



Bryce Button

Pero además contó con la presencia de Bryce Button acompañando a Manny Rosado, quien detalló el despliegue de toda la familia de productos de la marca en México, y también en la Infocomm de Orlando, con varias novedades.

Hizo una recorrida por toda su línea de productos, donde sigue ocupando un lugar preponderante la cámara Cion, con su nueva versión 1.2 presentada en la NAB que agregó un nuevo control y está siendo realmente muy popular y empieza a acumular casos de éxito. Sus nuevos equipos ya vienen con la chance de trabajar con múltiples canales HD y nuevos displays para crecer en las emisiones en vivo y también con nuevos horizontes en la parte educaciones y de trainings impulsados en Aja años atrás.

## AVIWEST/BURST CRECE EN LA REGIÓN

Otra presencia fuerte de la expo viene siendo la de **Aviwest** con su partner local **Burst**, que estuvo representado por **Jaime Barajas** en la expo de Telemundo. Por su parte, **David Jaouen** destacó la nueva experiencia en México y dijo que la continuará en Brasil con **ADDigital**, donde ya empezó a vender, la IBC y también en Caper con **Ríos & Cia**. De Chile, con el cual tiene un interesante acuerdo de trabajo regional que incluye Bolivia, Uruguay, Argentina (también con **Viditec**) y el Caribe, donde harían un evento en los próximos meses.



Jaime Barajas y David Jaouen

Vale destacar que para la Copa América le rentó equipos a **ESPN**, **TV Azteca**, **Canal 13** y otros medios de Colombia.

En materia de producto destacó el nuevo estudio basado en **Linux** con hasta 16 entradas y 16 salidas y la opción de streaming sobre cualquier receptor.

## IGSON: AUTOMATIZACIÓN PARA LA REGIÓN

Un stand interesante de la Expo fue el de **Igson**, empresa internacional que está hace dos años en México y tienen una expansión interesante en la región, al punto que iría a TecnoTV de Colombia, según adelantó la

gerente **Sonia Massana**.

Tiene una solución de desarrollo propio de sistema de automatización, layout y gráficas para que lo puedan implementar todos los canales chicos y medianos.



Sonia Massana

## CINETEC: JUNTO A LOS BROADCASTERS

**Cinetec** es otra de las empresas tradicionales de Expo Cine Video Televisión, con marcas clave como **Arri**, que estuvo presente con tres personas, **Angenieux** y **Panter** entre otros además de los lentes **Zeiss**, que lo tienen exclusivo para México, comentó **Curd Mai Loffier**.



Curd Mai Loffier

Mai Loffier estuvo conforme con la concurrencia a la expo y destacó su trabajo con las universidades, como la **UNAM** o el **TEC** de Monterrey entre otros. Entre los broadcasters también cuenta entre sus clientes habituales a **Televisa**, **Azteca** y el grupo **Milenio**, entre otros. Aquí un concepto interesante es que el cine ya no se puede trabajar separado de la televisión en la era digital.

## TV LOGIC LLEGA MÁS DIRECTO A LA REGIÓN

**Wes Donahue** cumplió lo que había anticipado a **PRENSARIO** en la NAB y empezó a ir personalmente a los mercados para incrementar su presencia en la región. Un punto importante es que había hasta ahora una reventa que incrementaba un 20% los costos de sus productos, lo cual ahora se soluciona con este acercamiento y acuerdos de distribución ventajosos como los que tiene con **Ricardo Salazar** en México, **Videolec** en Colombia y **BVS** en Argentina, brindando soporte local. También empieza a trabajar con **Phase** en Brasil para la parte de Broadcast, y empieza a buscar a otros para la parte de cine.



Wes Donahue y Ricardo Salazar

# Una señal, para todo el mundo.



Conectividad  
Información Entretención Cultura

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

Síguenos en :  
f /TVChileTVN @TVChileTVN

Comercializado por :  
**FOX** Latin America  
INTERNATIONAL CHANNELS

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





Dalia Torres

## AVID/R&S EN ARTEC

Avid estuvo representado en Expo Telemundo por Dalia Burgos en el stand de Artec, donde mostró el más reciente Media Composer que trabaja con 4k y soporta desde el hardware en tiempo real, conectados al servidor de Rohde & Schwarz, que también estaba en el stand lanzando su nuevo servidor Venice, de Play Out, ingesta y transcoding que llegaría al mercado para septiembre.

## LEADER BROADCAST



Rafael Minaya

En la Expo Telemundo valió destacar el stand propio de Leader Broadcast, junto al de Sistemas Digitales, lo que coincide con el objetivo de Rafael Minaya de todos estos años de apostar y promover todo mucho más. Se destacó allí la muestra de equipos para 4k pues Televisa San Angel les compró 13 equipos.

## CUESCRIPT

CueScript se destacó en el stand de Excelencia con Teleprompters de vanguardia, unidades totalmente desmontables y portables, en LCD, con conexiones USB y para total desarrollo en el campo de filmación con los studio systems. Lo seguirán en Brasil con Phase y en CAPER con FDM.

## ENPS

ENPS tiene su sede en Washington y crece en Latinoamérica con su sistema de producción de noticias multiplataforma. Cuenta ya con oficinas propias en México, Argentina y Brasil, y clientes de la talla de EfektoTV, Multimedios, el Canal del Congreso y El Financiero (estuvieron con Comtelsat); Telefé, Canal 9 y Canal 5 de Argentina, y Record, Band y SBT de Brasil. En la Expo de México estuvo representado por la agencia Associated Press AP.



Jaime Serdán y David Belt de AP/ENPS

Prensario Internacional

## IKEGAMI: GRAN VENTA A CHILEFILMS

En el stand de Amtec se la Expo Telemundo se destacó un nuevo set de cámaras de Ikegami que no tenían el año pasado.



Oscar Vaca

La marca viene de hacer un gran deal con Chilefilms para la Copa América con 9 cámaras para sus móviles y dos de slow motion. Es un éxito la HCHD300 que se mostró en la expo y tiene además unidades vendidas en Bolivia, Puerto Rico y otros países. Oscar Vaca dijo que tiene la cualidad de seguir siendo top level pese a tener un costo menor. Están avanzando en la parte de soft.

## LIVEU

Además de la gran cobertura de las Elecciones en México, que se destaca en la nota de Magnum, Gio Moreno de LiveU destacó a su vez la gran presencia de la marca en Chile con la Copa América, ahora con Videocorp como socio. Tuvieron colocadas más de 80 mochilas con Televisa, Univisión y Bain Sports de Daniel Lugo.

## VOLICON

Fue interesante además la presencia de los ejecutivos del Ifetel, que están viendo con Volicon (stand de Excelencia en Comunicaciones) un gran proyecto desde la NAB para monitoreo de Media para más de 1.000 canales. Es parte del cambio regulatorio para controlar el loudness y el Close caption en México para 2016.

Además, destacó que tiene un gran proyecto en Argentina con Turner y Cablevisión, y en Brasil tienen un caso de éxito con NET para monitorear su red de cable, y están bien con Globo y RBS.



José Eduardo Favaro y Roberto Martínez de Excelencia

## BEXEL: CON TVN EN LA COPA AMÉRICA

Además de tener concretado un gran proyecto que se iba a dar a conocer sobre la salida de Prenario, Sergio Castillo de Bixel no quiso dejar de destacar que para la Copa América acordaron un set completo de 9 cámaras con TVN en dos estadios. Ahora están preparando el Sub-17.



Sergio Castillo, Lee Estroff y Ernesto de la Torre

## TSL: PRIMERA PRESENCIA EN MÉXICO

TSL con Sergio Bourignon, tuvo su primer stand propio en México, contando ya con la distribución de Amtec y Comtelsat. Sergio no descarta sumar algún distribuidor más para las compañías de Teatro o algo de cine. Vale destacar que ellos no hacen sólo broadcast, sino también tienen productos para TI con el área de Digital Signage que está creciendo. La gran presencia la repetirían en SET con stand propio, y luego en CAPER junto a SVC como gran partner. También tienen buena presencia y habrá visitas a Colombia con VCR y a Chile con Intervideo. En Brasil tienen negocios con Globosat, TV Globo, ESPN y Fox.



Sergio Bourignon e Israel Gómez

# ITALY HAS NEVER BEEN CLOSER



Targeted at the 60 million Italians living around the world, Mediaset Italia is the #1 Italian language TV channel on the market. Offering the best of Mediaset's programming aired by its mainstream channels in Italy it brings you the latest news, entertains with drama, amuses with reality, talent and talk shows and excites with the best Italian soccer.



The best choice for Italian entertainment

www.mediasetdistribution.com - internationalsales@mediaset.it





# DHE HD

## EL CINE ES DHE

EL MEJOR CONTENIDO <sup>EN</sup> DOBLADO AL ESPAÑOL **HD**

SERIES EXCLUSIVAS

LAS MEJORES PELÍCULAS

### SIBERIA

Lo que pasa cuando un reality sale terriblemente mal.



PRODUCCIONES DE **HOLLYWOOD** DE TODOS LOS GÉNEROS PARA TI





## A+E NETWORKS ABRIÓ NUEVAS OFICINAS EN MÉXICO



A+E Ole Servicios inauguró sus nuevas oficinas en México desde donde atenderá todos los servicios asociados a su oferta de programación, integrada por las señales A+E, History, H2 y Lifetime.

Eddy Ruiz, presidente y gerente general de A+E Networks Latin America, comentó: 'Nos acercamos más a nuestros clientes y anunciantes, para

poder brindarles servicios a la medida, desde alianzas estratégicas, propuesta únicas asociadas a nuestro contenido y marcas a nivel multiplataforma, desarrollo de servicios creativos y producción original'. 'El consistente crecimiento define el trabajo de nuestro equipo en México, liderado por Carlos Escobedo, donde tenemos un crecimiento de más de 100% en ventas, consolidando clientes



Carlos Escobedo y Melisa Quiñoy

existentes y duplicando la cartera de clientes, que sumado al crecimiento de ratings y distribución de nuestras marcas. Nos augura un gran futuro también con Melisa Quiñoy que apoya las ventas publicitarias', añadió Ruiz.

## DISCOVERY PRESENTÓ CRÍMENES MILLONARIOS EN MÉXICO



Discovery Networks estrenó la nueva temporada de la serie Crímenes Millonarios, que presentó en México con la presencia de su presentador, el actor Luis Felipe Tovar.

La serie propone intriga, drama y suspenso con historias reales de asesinatos. 'Son muchas historias que te dejan realmente perplejo, se habla desde relaciones amorosas secretas y cosas ocultas, hasta crímenes que se llegan a cometer porque les sobra

el dinero. Cada uno de los casos es interesante y te mantiene en suspenso preguntándote qué es lo que los mueve a estos personajes a realizar esos actos atroces en sus grandes mansiones', expresó Tovar a PENSARIO.

'Todos queremos saber de intrigas y secretos oscuros que guardan algunos millonarios, enterarnos aquí de porqué lo hacen nos deja asombrados de cómo la gente es capaz de tantas



Luis Felipe Tovar

cosas, agregó.

Luis Felipe Tovar narra con sarcasmo uno a uno de los capítulos de los millonarios, excéntricos que cuentan sobre sus acciones y cómo les falta sentido común. Se trata de 13 episodios que además incluyen los comentarios de algunos investigadores y abogados que analizaron estos casos.

## CANAL 11 PRESENTÓ NUEVA SERIE SOBRE LEONA VICARIO

La señal de TV pública de México, Canal 11, estrenó en junio la nueva serie histórica Réquiem por Leona Vicario, que narra la vida de este personaje característico de la época insurgente de México.

Durante la presentación del programa Enriqueta Cabrera, directora de Canal 11, explicó que este personaje sigue siendo 'una mujer vital para el país y que su participación fue clave en la guerra de Independencia'. Y agregó: 'La serie permitirá a los televidentes acercarse a este personaje de gran historia, que para algunos es todavía poco conocido.'

Patricia Arriaga, productora ejecutiva, señaló: 'Fue un reto hacer esta producción debido a que siempre hacer algo de época resulta complejo, pues no basta con traer a los mejores actores, sino que además se debe traer a aquellos que en verdad representen a los personajes.'

Réquiem por Leona Vicario está inspirada en Prensario Internacional



La nueva serie está inspirada en la vida de Leona Vicario

la novela histórica *La insurgente*, del escritor Carlos Pascual, que reivindica el papel de las mujeres en la gesta independentista.

La serie de cuatro capítulos de media hora cada uno, cuenta con un elenco de más de 50 actores. La producción llena de humor negro y sátira, propone mostrar una mujer independiente, arriesgada e indomable, y un personaje, considerado como la primera mujer periodista de México.

La historia se gesta en 1842 cuando Leona



El elenco de Réquiem por Leona Vicario, en la presentación



Los directivos de Canal 11

Vicario, la heroína insurgente, muere. Es entonces cuando el gobierno convoca a la ciudadanía para que asista libremente al Ayuntamiento de la Ciudad a externar su voto, a favor o en contra, para que sea nombrada "Benemérita y Madre de la Patria". Este hecho da pie a un abigarrado concierto de voces contrarias y favorables que llegan a convertir al Ayuntamiento en un verdadero campo de batalla. Desde el 3 de junio, la serie se emitió los miércoles a las 20.

## Porque sabemos lo que te gusta

### Enamórate con las Novelas



### Diviértete con las Variedades



### Identifícate con los TalkShows



VePlusTv



@VePlusTv



VePlusTv

100% Entretenimiento Latino

CARLOS CABRERA  
DIRECTOR DE VENTAS AFILIADAS

P +1 (305) 4423450 - M +1 (954) 2881907 - F +1 (305) 4459667  
CCABRERA@CISNEROS.COM



## SMK: SOLUCIONES DE ELECTRÓNICA PARA LAS TELECOMUNICACIONES

DESARROLLOS SEGÚN LAS NECESIDADES DEL CLIENTE

SMK es una empresa japonesa con 90 años de experiencia que ofrece soluciones en electrónica y tecnologías para diversas industrias. En el campo de las telecomunicaciones ha desarrollado soluciones enfocadas en tecnología inalámbrica para diversas aplicaciones, principalmente mandos remotos para controlar cajas decodificadoras y equipos de televisión.

SMK participa en aplicación e incluso desarrollo de las tecnologías nuevas de estas soluciones, desde los básicos mandos infra rojos hasta las tecnologías de punta de basadas en Radio Frecuencia, como, BLE, WiFi Direct, RF, RF4CE, etc, con diversas capacidades como recibir mandos de voz y movimiento. La empresa está en el liderazgo del desarrollo de la interacción con las nuevas plataformas de OTT, VOD y aplicaciones embarcadas para la industria de audio y video. 'Nuestro valor agregado es poder desarrollar



junto con nuestro cliente una solución que se ajuste a sus necesidades ofreciendo soporte de ingeniería mecánica, eléctrica, diseño industrial, manufactura, distribución, etc. todo esto en el mismo idioma de nuestros clientes y en husos horarios adecuados. Hemos desarrollado nuestros

productos estándar para cubrir necesidades muy específicas de la región de Centro y Sudamérica, con librerías de dispositivos regionales para TVs, Set Top Boxes y equipos auxiliares, señaló **Alfonso Camacho**, gerente regional para Latinoamérica de SMK Electronics.

Dijo sobre los eventos de la región: 'Este tipo de trade shows son muy importantes ya que nos dan la oportunidad de tener contacto directo con los tomadores de decisiones de las compañías. En estos foros los equipos de compras e ingeniería de nuestros clientes actuales y potenciales, pueden conocer de primera mano nuestras capacidades como



**Alfonso Camacho**, gerente regional para Latinoamérica de SMK Electronics.

socios comerciales, y aun mas, pueden llevarse una visión mucho más global de las nuevas tecnologías disponibles en otros mercados'. 'SMK busca hacer negocios directos B2B, pero estamos abiertos a escuchar, evaluar y apoyar cualquier oportunidad de negocio que sea atractiva y se ajuste a nuestros principios. Continuamente estamos explorando nuevos territorios mientras consolidamos aquellos donde ya estamos presentes. No hay limitaciones geográficas, buscamos ajustar nuestra operación a las demandas específicas de cada región o país', concluyó.

## RINCÓN TECHNOLOGY: SOLUCIONES ECONÓMICAS EN EQUIPOS ACTIVOS



'Rincón Technology lleva cinco años trabajando con los clientes en Latinoamérica y el Caribe, ofreciendo soluciones económicas en equipos activos con gran éxito', comentó a Prensario

**Amado Quintanilla**, director de ventas internacionales para Latinoamérica y El Caribe.

Rincon es proveedor global de equipos activos para empresas de telecomunicaciones. 'Nuestro énfasis es el respaldo en equipos difíciles de encontrar sea debido a EOL o EOS, al igual que por tiempos de entrega extendidos por los fabricantes. Respalamos a nuestros clientes lograr recuperar inversión de capital

en equipos no utilizados. Estos programas colaboran significativamente en presupuestos, ya que compramos sus equipos no utilizados. Trabajamos con 66 empresas como partners a nivel global'.

Agregó Quintanilla: 'No existe mejor momento para las empresas de telecomunicaciones en CALA que se acerquen a Rincon. Hemos logrado respaldar presupuestos CAPEX / OPEX en exceso de USD 10 millones durante nuestra presencia en CALA. Este año empresas principales de telecomunicaciones en México, Chile, Costa Rica, Colombia y Brasil, Guatemala, Honduras y el Caribe han logrado realizar ahorros en exceso de USD 5 millones'. Además, Rincón ofrece garantía en equipos.

Dijo sobre Tepal: 'El enfoque de Rincon será



**Amado Quintanilla**

CMTS de todas marcas de OEM (Arris C4, CASA, Cisco, Huawei, Motorola). Siempre estamos dispuestos a discutir todo tipo de oportunidades en el respaldo de operaciones (equipos satelitales, CPE, data storage, fibra, etc)'. Concluyó: 'La región CALA cuenta con casi un billón de habitantes y crece el número de usuarios de teléfonos celulares, TV por cable e Internet. Las empresas más grandes del mundo (Telefónica, Claro, Millicom y muchas otras) cuentan con el respaldo de Rincon ya, aun nos queda bastante trabajo'.



**15 Millones de Latinoamericanos ya disfrutan este estilo de vida**

Somos un canal de TV dedicado al bienestar del cuerpo, mente y espíritu de los latinoamericanos.

**Contacto:**  
**Guillermo Hidalgo**  
 +593 994 468 281 • +1 917 855 4877  
 ghidalgo@bonudiem.com

@Intinetwork  
 Intinetwork.tv  
 @Intinetwork



## DIRECTV SPORTS: FUERTE APUESTA EN CHILE PARA LA COPA AMÉRICA

La fuerte apuesta de **DirecTV** al contenido deportivo, y sobre todo a la experiencia interactiva multiplataforma, se vio reflejada como nunca en la transmisión de la Copa América que se desarrolla en Chile, donde **Prensario** pudo ser testigo en primera persona.

Invitado como parte del press tour a Santiago de Chile, este medio recorrió las instalaciones y estudios de grabación montados exclusivamente en el nuevo centro comercial Costanera Center del barrio de Providencia. Allí está el **Estadio DirecTV**, un espacio con juegos y aplicaciones. Además, se pudieron

visitar dos estudios televisivos y ser espectadores de la grabación de dos de los programas diarios para el campeonato de fútbol.

La empresa trasladó un equipo de 130 personas, principalmente de Argentina, para la producción del contenido que va a toda la región y para el armado del Estadio que invita a todos los visitantes a vivir la Copa América de una manera diferente.

‘Para la transmisión del campeonato se buscó superar la experiencia del Mundial de Brasil 2014. La app móvil tiene más funciones, repeticiones de jugadas y mayor interactividad durante los partidos y con las redes sociales. Se integra con todos los programas que se producen desde Chile y en cada uno de los centros de producción’, dijo **Guillermo Barreto**, director de programación deportiva de **DirecTV PanAmericana** y de **DirecTV Sports**.

La realización de los contenidos está a cargo del brazo de producción del operador, **Torneos y Competencias**, que se asocia a productoras locales en cada país. ‘**DirecTV Sports** es un



Guillermo Barreto



Harol Medina

canal madre panregional que tiene sus diferentes desarrollos locales cuya programación va complementando a la regional. El último lanzamiento fue la versión ecuatoriana, desde donde se producen tres programas, y ya está el proyecto para Colombia’, señaló **Harol Medina**, director de desarrollo de contenido y producción, **DirecTV Latin America**.

‘Hay contenido latinoamericano pero también hacemos localmente porque el público quiere ver cosas originales de su país. Es tanto lo que se produce que se hace necesario llegar con señales locales, deportistas destacados de cada lugar y ligas nacionales’, agregó **Medina**.

Todo lo que se produce se emite a través del canal deportivo del operador DTH, pero también desde el OTT **DirecTV Play** y la versión a demanda, **OnDirecTV**. Pero además, tiene a disposición más canales que se abren de manera ocasional, pudiendo haber por ejemplo seis canales en simultáneo con programación en vivo y transmisiones especiales.



Estadio DirecTV desplegado en un espacio del shopping Costanera Center de Providencia, en Santiago de Chile





**VIDEOSWITCH**  
EQUIPOS DE VIDEO BROADCAST

web: [www.videoswitch.tv](http://www.videoswitch.tv)  
E-mail: [ventas@videoswitch.tv](mailto:ventas@videoswitch.tv)  
TE: +54 (11) 4911 5551

**MULTIPLEXOR y MODULADOR ISDB-Tb**

**Servidor EPG-CC-EWBS DVB / ISDB-Tb**

**Interfaz de control WEB**

**Soporta EWBS (Emergency Warning Broadcast System)**





**SOLUCIONES PARA TV PAGA**





**DTH**  
TV SATELITAL CON TU MARCA



**RACKTV**  
MULTIRECEPTOR DE CANALES

Servicio mayorista de televisión satelital marca blanca para Latinoamérica

DTH con tu propia marca

CAS con seguridad avanzada

Más de 150 canales ( SD / HD )

Aumenta tu oferta de canales SD y HD

No requiere Capex

Sin costo de instalación

Las mejores señales digitales a bajo costo



## Los OTT, NUEVA FUERZA EN EL MERCADO

La televisión es un negocio de expectativas, pero la expectativa que hoy está en auge resulta sombría para la TV de aire y paga tradicional, con canales programados de antemano por especialistas, y tono 'generalista' —aire— y especializado, en cable.

A esta televisión 'pre-empaquetada' se la define como *lineal*, a diferencia del consumo de contenidos sujeto a la voluntad del usuario, conocida como *Transactional Video On Demand* (Bajo demanda) o TVOD, —lo que antes se denominaba *Pay Per View*, sistema donde se paga por ver un cierto contenido; el DTO *Download to Own* es parte de esto— y *Suscription Video On Demand* (SVOD) donde se paga una suscripción mensual con derecho a sintonizar todos los contenidos disponibles en el momento. Las empresas que operan a través de Internet se denominan genéricamente OTTs: *Over The Top*.

En la actualidad, la principal empresa de SVOD es **Netflix**, cuyo auge ha impactado en la industria, pero no es la única: en Estados Unidos está **Hulu**, una competidora propiedad de varios de los productores de contenidos, que ofrece un servicio gratuito a cambio de tener que ver anuncios publicitarios como parte de la experiencia. En tanto Netflix tiene 43 millones de suscriptores en la Unión Americana y 26 millones en el resto del mundo, Hulu cuenta con 9 millones de usuarios registrados en los



Emilio Martinic, de Multinet (Chile), Carlos Hullett Guinard, de Vivo Play, Gustavo Castro, de On Video/Telefónica (Argentina), Ricardo Nugué, de Delta E (Uruguay) y Rafael López, de Smartbox TV (Chile), en el panel Estrategias de OTT en la edición 2015 de NexTV Summit en Buenos Aires

Estados Unidos.

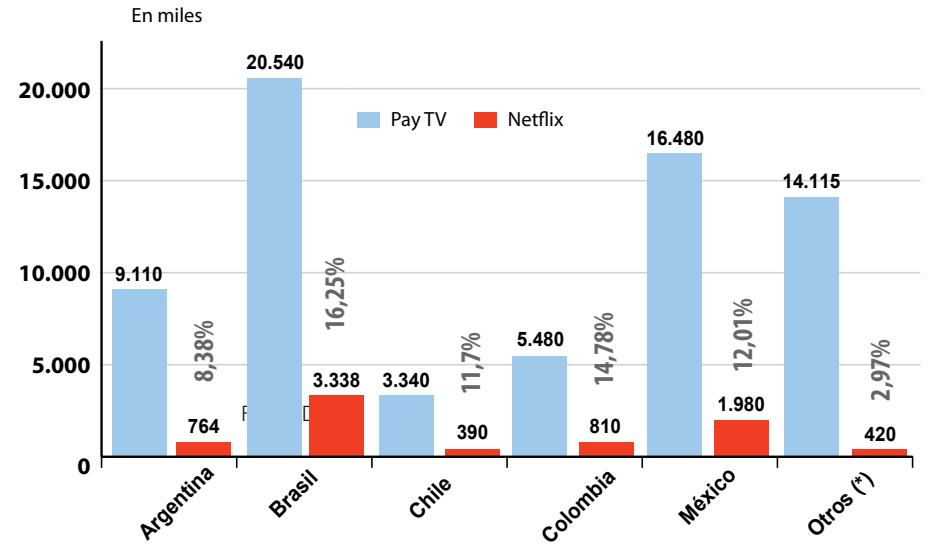
En realidad, **YouTube** es también el ejemplo clásico de OTT, pero su acceso es mayoritariamente gratuito —se paga con publicidad y algunos canales de pago— y esto establece una gran diferencia entre la cantidad de usuarios del sistema gratuito (básicamente, quienes bajan videos por Internet) y quienes pagan sistemáticamente por ello. También lo son **Spotify** y **Apple Music**, el nuevo servicio de streaming de música lanzado por la creadora de los iTunes, que serían un ejemplo de DTO, descarga para ser dueño. En el caso de Apple Music, con un pago mensual de 6 dólares, la idea es que el

suscriptor escuche la música, no que la grabe, en tanto los iTunes pasan a formar parte de la 'musicoteca' del usuario.

Esto nos lleva a que, en tanto la cantidad total de usuarios de OTT es muy superior a la de usuarios de TV paga y se acerca a la cifra de usuarios de TV abierta, el número de usuarios que pagan es todavía una fracción pequeña del número de suscriptores de TV paga, sea por cable o satélite; pero, los pronósticos son de fuerte crecimiento para lo que sea transaccional —y pago— y menor expansión para lo lineal.

A los efectos de este informe, consideraremos principalmente a los suscriptores pagos; para completar el panorama, existen OTTs como *Crackle* —propiedad de **Sony**— que permite acceso gratuito a programas y películas producidos por esa empresa, a cambio de ver publicidad; OTTs que no emiten programas de televisión sino, por ejemplo, música, y finalmente extensiones OTT de los cableoperadores cuyo uso es gratuito para quienes pagan una suscripción de cable; al ingresar, estos usuarios deben identificarse con su número de cliente ante un sistema de TV paga adherido al sistema. En el campo de las OTTs por suscripción paga, Netflix enfrenta en América Latina competencia en los principales países —Brasil, México, Colombia, Argentina— por otros OTTs, y en particular las empresas telefónicas ("telcos") como América Móvil, que opera con la marca **Claro**; **Telefónica** de España, que opera con la marca **Movistar** —excepto en Brasil, donde utiliza la marca **Vivo**— y **Telecom** en Argentina. Hay decenas de otros proveedores locales y regionales, pero su número de adherentes es por ahora pequeño; lógicamente, esto va a cambiar con el tiempo.

### NETFLIX VS. TV PAGA EN AMÉRICA LATINA (DICIEMBRE 2014)



(\*) Incluye Bolivia, Costa Rica, República Dominicana, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela

Fuente: Digital TV Research / PACT

Director VOD:  
Sabemos muy bien lo que significa.  
Estamos aquí para ayudarte.  
Ya no estás más solo.

AGREGACIÓN DE HOLLYWOOD STUDIOS E INDEPENDIENTES  
MULTI-ENCODING | CONTROL DE CALIDAD | MARKETING Y EDITORIAL

**GreyJuiceLab**  
Content is King. Distribution is King Kong.

Londres | Paris | Barcelona | Miami | Buenos Aires | Dubai | Kuala Lumpur

www.greyjuicelab.com | contacto@greyjuicelab.com



## Los OTT, NUEVA FUERZA EN EL MERCADO

### CAMBIO DE HÁBITOS

Netflix se inició en Estados Unidos para competir con **Blockbuster**, la hoy desaparecida cadena de tiendas de alquiler de videos, primero en VHS y luego en DVD. Netflix enviaba los videos por correo, pero esta modalidad colapsó ante la mejoría en la velocidad de acceso a Internet en ese país, y pasó a ser *streaming* por Internet. Y ello trajo aparejado dos cambios fundamentales: desaparecieron las tiendas de video y el usuario comenzó a poder elegir 'en vivo' el material que quería visualizar, y a ver varios episodios de una misma serie, o eventualmente una temporada —en aquel tiempo, generalmente de 22 o 23 episodios— de la misma serie, con la modalidad *Back to Back* —uno tras otro—, lo que pasó a denominarse *BingeWatching* o *BingeViewing*. La serie *Lost* popularizó esta modalidad: hay un episodio de *Los Simpson* donde Homero se encierra en el sótano de su casa para mirar las temporadas de esta serie sin que nadie lo interrumpa.

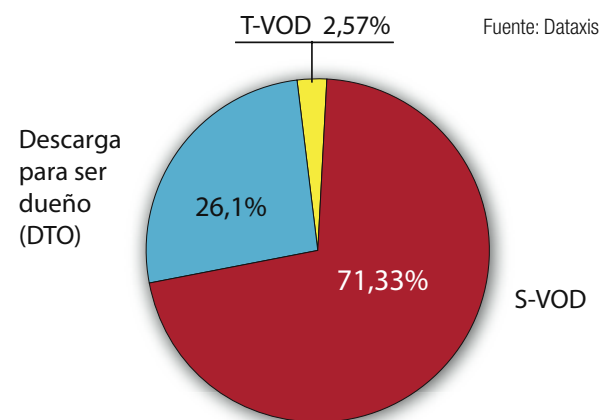
Este cambio de hábitos provocó una conmoción en la industria de la TV paga lineal, porque los canales pagos de cable y satélite se encontraron con que podían emitir los episodios de una temporada sólo durante cierto tiempo —un año, año y medio— y después los derechos eran vendidos, por ejemplo, a Netflix. Y, dio origen a los *cordcutters* (cortadores del cable), usuarios que daban de baja su suscripción a TV paga para sintonizar sólo los canales de aire —que en Estados Unidos emiten la mayoría de las series

que en América Latina distribuye en principio la TV paga básica—y suscribirse a Netflix para ver la programación anterior. También comenzaron a surgir los *cordnevers* (nunca con cable), personas que nunca se suscribieron a cable o satélite. Sólo los deportes y las noticias, géneros que los espectadores exigen ver en vivo, quedaron a salvo de esto en la TV paga lineal.

Tan emocional se ha puesto el tema que ha aparecido en los Estados Unidos un sitio web (cutcabletoday.com) con consejos para dejar de estar suscripto al cable en tres pasos, como si tratara de dejar de fumar; la página web tiene un banner de CBS All Access y esencialmente ofrece suscribirse a Sling TV, el servicio OTT de Dish en los Estados Unidos que ofrece un paquete básico de 20 dólares, sugiriendo como adicional suscribirse a Netflix y Amazon Video 'para redondear el número de canales' y tener acceso a series y películas. De acuerdo a este portal, el 67% de los suscriptores de Netflix todavía está suscripto a un sistema de cable, el 9% planea cancelarlo y el 16% no está seguro de que lo tendrá dentro de año.

A este fenómeno, un jerarca latinoameri-

### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS DE VIDEO OTT EN AMÉRICA LATINA (DICIEMBRE 2014)



TOTAL DE INGRESOS: USD 517,3 MILLONES

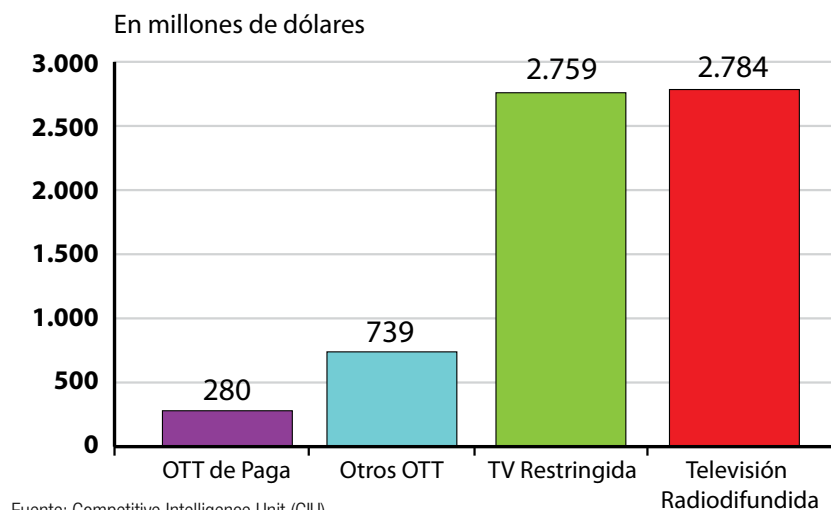
cano del cable ha señalado que 'si se suman el costo de la banda ancha y todos los servicios necesarios para una selección atractiva de contenidos, se llega al mismo precio del cable'. De todos modos, fenómeno de auge del OTT se ha extendido a América Latina: de acuerdo a The Competitive Intelligence Unit (The CIU), en México un 35% de los usuarios de OTT no tienen suscripción a TV paga lineal. Con una penetración de TV paga en el orden del 45%, esto indica la existencia de un núcleo de usuarios que no consideran necesario suscribirse a cable o satélite; la disponibilidad de varios canales de aire gratuitos fomenta esta actitud.

Los productores de contenidos han advertido la existencia de usuarios potenciales que tienen acceso a Internet pero no TV paga lineal, y no quieren privarse de tenerlos como clientes. Esto provoca conflictos con los cableoperadores, que no aceptan que los programadores tengan contacto directo con el público final sin pasar por ellos; en un futuro cercano habrá que encontrar una solución a esta cuestión.

### UNA OPINIÓN INDEPENDIENTE

Los cambios en las modalidades de consumo han alterado toda la estructura de la industria. Para **Pedro Leda**, CEO de **Ledafilms**, una de las principales distribuidoras independientes de películas cinematográficas en América Latina, el éxito o fracaso de las empresas depende, fundamentalmente, de la reacción del público en taquilla a los estrenos en cine, ya que la cadena de comercialización en la región reacciona en la

### MÉXICO - INGRESOS DEL MERCADO DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES (DICIEMBRE 2014)



Fuente: Competitive Intelligence Unit (CIU)

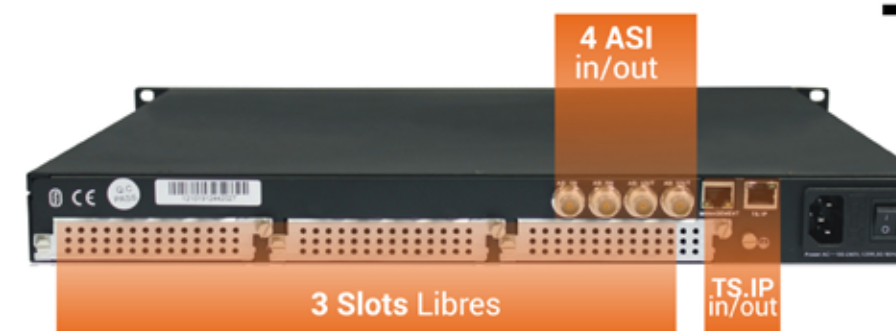
# Viditec

IPTV / OTT / DVB.C

Solución Modular



- Encoder de 2, 4, 6, 8, 10 ó 12 entradas
- Con entradas SDI SD/HD, SDI SD, HDMI, Compuesto
- Con Mpeg2 H264
- 2 o 4 Audios, AC3 Dolby



SMP-100 SERIES

- Receptor Satelital de 4 Turner con 4 CI slots
- Multiplexor de 4 a 16 ASI a IP
- Trascoder H264 a Mpeg2, o H.264 VBR a H.264 CBR
- Modulador QAM de 8 a 24RF



y todas las combinaciones que Usted pueda necesitar

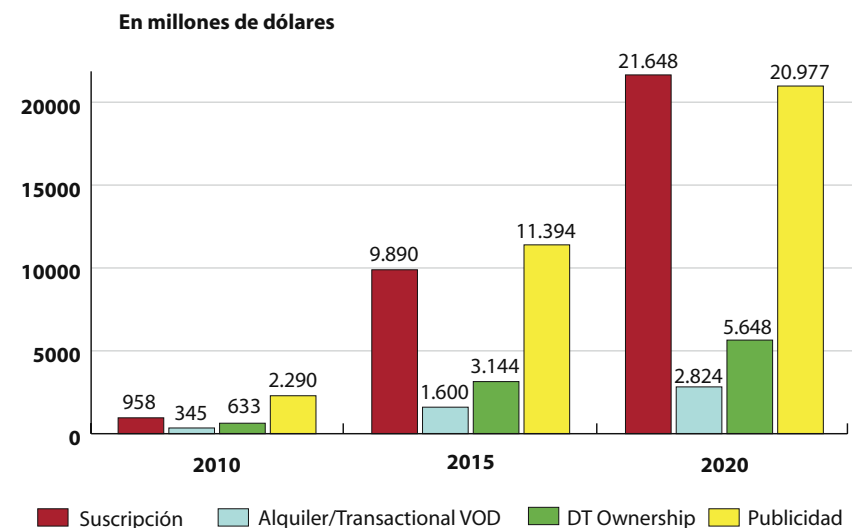
Humberto 1° 2889 - Buenos Aires, Argentina  
Tel: +54 11 4122 1200 / Fax +54 11 4308 5493  
info@viditec.com.ar

Viditec



## Los OTT, Nueva Fuerza en el Mercado

### PROYECCIÓN DE INGRESOS GLOBALES (2010 - 2020)



Fuente: Digital TV Research

mayoría de los casos según la recaudación que el film haya tenido en su estreno; una película no estrenada en cines en Estados Unidos tiene escasas posibilidades de ser un éxito en Latinoamérica, más allá de sus valores artísticos. Por otro lado, una película de éxito le cambia la vida a un distribuidor independiente, por lo menos durante ese año.

Desde hace tiempo, Leda viene señalando la disminución de la utilización de largometrajes cinematográficos en la TV de aire, debido al desgaste de audiencia que generan las etapas anteriores: después del cine, la película va a *Transactional Video* —antes aparecía en DVD—, sigue a *TV paga premium* —HBO, Fox en la región—, *TV paga básica* y finalmente llega, tres o más años más tarde, a estar disponible para TV lineal, sin contar la alternativa de aparecer en el catálogo de Netflix o una empresa similar. En países como Argentina, donde la penetración de TV paga excede el 80% —y pasa el 90% considerando piratería y *undercounting* (subreporte)— es muy difícil que emitir en TV abierta sea realmente ‘un estreno’ para la mayoría del público. Además, varios canales de TV paga están emitiendo la programación doblada totalmente o en parte al español, con lo cual las personas que odian leer subtítulos también tienen su oportunidad de verla antes de que llegue a la TV abierta. Hay excepciones, como películas de hace diez o quince años que conservan su atractivo, pero no se puede edificar un negocio sobre esta base.

#### UN FUTURO INCIERTO

Los analistas coinciden en que los OTTs seguirán ganando terreno en función de la frase ‘ver lo que uno quiera, en cualquier lugar, en cualquier momento’. Para la TV abierta se pronostica una ‘degradación lenta’, a partir del constante aumento en la penetración de Internet. El punto crítico se producirá probablemente en 2019 o 2020, donde el auge de las telecomunicaciones móviles hará conveniente pasar a fibra óptica todo lo que sea transmisiones masivas, posiblemente en un sistema derivado del actual IPTV, TV con protocolo de Internet; el espectro actualmente utilizado será aplicado a telecomunicaciones de corta distancia y gran volumen de datos, a partir de procedimientos de compresión de datos actualmente todavía en desarrollo.

La TV abierta está enfrentando ya el problema del estancamiento o caída en la facturación publicitaria: en Chile, donde la competencia ha llevado a la TV de aire a producir localmente, tres de los cuatro canales principales (TVN, Chilevisión y Canal 13) han perdido dinero en el primer trimestre de 2015; sólo Mega, con el auge de las novelas turcas y el éxito de la comedia local *Pituca Sin Lucas*, ha logrado ganancias netas. En la Argentina, las mañanas de Buenos Aires han sido ocupadas por programas de cocina —hay tres en competencia— y en el resto del día proliferan los realities, talk-shows y concursos de canto. El esquema de cubrir los

costos de producción con ventas al exterior está siendo puesto a prueba por la mayor cantidad de países que ofrecen programas al mercado, y el ingreso de jugadores como Turquía y Corea afectando el negocio de las telenovelas con dramas cuyo fondo emotivo sigue siendo universal, como *Las Mil y Una Noches*, *Ezel* o *Fatmagul*.

El futuro de Netflix tampoco es sencillo: por un lado, ha llegado a un altísimo valor en Wall Street y necesita mantener tranquilos a sus accionistas; cualquier descenso en las ganancias —sin hablar siquiera de pérdidas— influye muy negativamente sobre el valor teórico de la empresa. Por el otro, ha recurrido a las producciones originales como manera de destacarse, y a fin de cuentas competir con HBO y otros productores premium en Estados Unidos. Esto no es barato: un episodio de una hora de una serie como *House of Cards* puede costar hasta tres o cuatro millones de dólares, y hay que hacer hasta trece de ellos para tener ‘una temporada’. Además de todo esto, gigantes como Amazon —aparte del interés de Hollywood en llegar directamente a los usuarios— están entrando en el negocio a través de la financiación de programación: la serie *Transparent*, con Jeffrey Tambor como protagonista, ganó este año el Globo de Oro a la mejor serie de TV en Hollywood. Y también está Apple... que en esto sigue siendo la incógnita del campo de la televisión: lleva años tratando de armar un paquete técnico y de programación que sea atractivo, más allá de su dispositivo que permite sintonizar canales de Internet en un televisor común, y que compite con un dispositivo similar de Google.

Los OTTs insisten en que son ‘un complemento’ y no competidores de la TV paga; los cableoperadores no están de acuerdo y tratan de prolongar la tenencia de los derechos; muchos recurren a emitir en secuencia varios episodios de una misma serie, uno tras otro, para imitar el *bingewatching*; la experiencia no es la misma porque, a menos que se tenga un DVR para grabar, el horario no es libre, y se repiten episodios que ya se han visto, un hecho desmoralizante. Es cierto que habrá siempre un público dispuesto a sentarse pasivamente frente al televisor para ser entretenido por un programador; lo que resta ver es si este sector de la audiencia será suficiente para mantener el negocio *lineal* en una época crecientemente *transaccional*, donde a diferencia de la contemplación pasiva, la experiencia es fuertemente interactiva.

## DESCUBRE LO MEJOR DEL ENTRETENIMIENTO

**cineclick**  
¡LAS MEJORES SERIES!  
cineclickchannel.com cineclick cineclickchannel

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



## INTENSA EDICIÓN DE NEXTV SUMMIT EN BUENOS AIRES



Román Guasch, Gonzalo Hita, Ezequiel Ardigó y Pablo Hatcherian

El 13 y 14 de mayo se realizó en Buenos Aires la octava edición de NexTV Summit South America, organizada por **Dataxis**, donde se reunieron operadores de TV paga, TV abierta, OTTs, telcos y proveedores de equipo y programación para plantear controversias y debatir sobre el presente y futuro de la industria.

En lo que hace a la actividad, la presencia de disertantes y panelistas que excedieron lo técnico para abarcar los aspectos de negocio y en particular el conflicto cable-OTT fue factor de enriquecimiento.

El panel de TV paga y TV Everywhere mostró a los cableoperadores, en este caso a través de **Gonzalo Hita**, de **Cablevisión**, reclamando Parity (Paridad), una definición que exige de los programadores el poner a disposición de la TV paga tradicional los mismos derechos que se ofrecen a los OTTs, y señalando que 'el público quiere que se la hagan las cosas fáciles'. También adelantó que Cablevisión está preparando una interfase que incluirá tanto los contenidos propios como los de Internet, para fines de este año o principios de 2016. **Román Guasch** de **Turner** y **Ezequiel Ardigó** de **A&E** reconocieron

estar en una constante tarea con los abogados de sus empresas a fin de clarificar la cuestión de cuáles derechos están disponibles y de qué mane-

ra; Guasch planteó la pregunta: ¿Quién maneja la interfase? en tiempos en que los productores se convierten en distribuidores y los distribuidores en conductores.

Otra discusión interesante se generó entre los operadores uruguayos, representados por **Eduardo Mandía**, de **Nuevo Siglo Cable** de Montevideo, y **Javier Ruete**, de **TCC** de Montevideo, que compartieron panel con **Ariel Hernández**, de **Antina** en Buenos Aires, **Alberto Pose**, de **Unicable** de Jujuy, y **Ezio Sánchez**, de **Conax**. Los panelistas coincidieron en que sus empresas seguirán existiendo pese al auge esperado de las OTTs, con Ruete reiterando su definición de asumir, por parte del sistema de cable, el papel de "digerir" los contenidos que estén disponibles a través de las distintas fuentes. 'En la medida en que más OTTs haya, mejor'.

Por su parte, **Mandía** enumeró cuatro pilares de la estrategia de Nuevo Siglo: la digitalización de la red, ya concretada; hacer foco en el cliente, atendiendo sus requerimientos en tiempo y forma; posicionarse en HD -lo cual provee una experiencia de usuario con la cual a las OTTs les cuesta competir- y el lanzamiento de una OTT propia, ofreciendo todos los contenidos disponibles. En el caso de Uruguay, donde el servicio de datos y acceso a Internet son monopolio de Antel, esto representa un *set-top box* híbrido, que permite conectarse tanto a video como a la red de Antel.

El panel de TV abierta, con representantes de **TVN** de Chile y **América TV** de Argentina, mostró a este sector de la industria tratando de adaptarse al consumo multipantalla en un trabajo de exploración, tras años de haber sólo enviado un stream con la señal, para su recepción en Internet. La experiencia es que los contenidos deben ser diferentes; en TVN, una mesa de trabajo distribuye ahora los contenidos disponibles entre las diversas alternativas de emisión: el canal de aire, un canal de noticias, la señal internacional, el sitio web, etc.

Por su parte, las cooperativas telefónicas dando televisión mostraron matices opuestos a los de los cableoperadores en otra ponencia. La diferencia fundamental es que no ven a Netflix y YouTube como 'devoradores' de su capacidad de red, sino como 'una bendición' que hace que

gente quiera contratar banda ancha.

**Darío Oliver**, de **Telpin**, afirmó que 'las quejas de los cableoperadores sobre el consumo que en las redes producen Netflix y YouTube no tiene sustento, porque el costo del Mb de conexión baja constantemente, y en la actualidad representa entre 10% y 12% de lo que se cobra al suscriptor; el promedio del gasto está para nosotros entre 300 y 400 Kb, o sea que cada usuario cuesta entre 35 y 50 pesos, y el abono representa 350 pesos (unos 39 dólares al cambio oficial). El resto son otros gastos'.



Horacio Martínez, Darío Oliver y Ariel Fernández Alvarado

### ESTRATEGIAS OTT

Durante la primera jornada, se realizó el panel sobre estrategias OTT con **Emilio Martinic**, de **OTT Chile**; **Carlos Hullett Guinard**, CEO de **VivoPlay**; **Rafael López**, de **Smartbox TV**; **Gustavo Castro**, de **Telefónica** de Argentina, y **Ricardo Nugué**, de **Veoflix** de Uruguay.

Los panelistas coincidieron en términos generales en que las OTTs son complementarias de la TV por cable lineal, aunque Martinic señaló que 'la Internet, desde el punto de vista tecnológico, puede cumplir todas las funciones y por lo tanto reemplazar a la TV'. Por otro lado, 'hay audiencias que no miran TV lineal, y en este sentido las OTTs son un complemento. Para nosotros, el cable lineal es un aliado, no una amenaza'.

Hubo también acuerdo en que 'no tiene sentido para una OTT tratar de abarcar todo tipo de contenidos, siendo necesario enfocarse en un tipo de audiencia, y que el usuario tendrá hábitos condicionados por el dispositivo. Así, los teléfonos móviles irán ganando terreno con contenidos deportivos, resúmenes, noticias y actualizaciones, 'pero es muy improbable que alguien quiera ver una película en un móvil; tampoco hay que estar en todas las pantallas. Por ejemplo, en un smartphone se puede ver un resumen o una selección de imágenes de un episodio de una novela o una serie'.



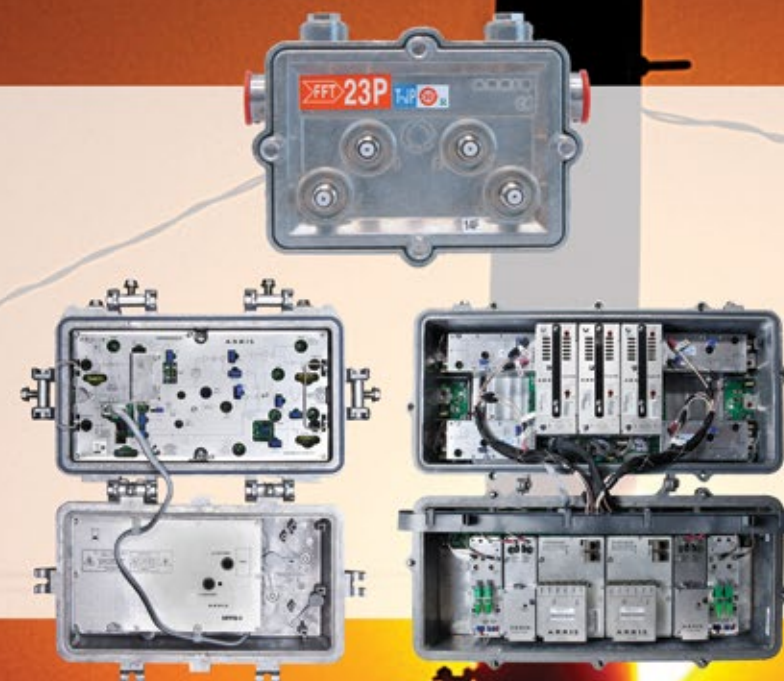
Eduardo Mandía (Nuevo Siglo), Ariel Hernández (Antina), Javier Ruete (TCC), Alberto Pose (Unicable) y Ezio Sánchez (Conax)

# AMT is With You Every Step of the Way

You climb with the highest quality gear you can get, so when you take the first step, make sure it's with the best Broadband Electronics on the market.

With AMT's vast inventory of ARRIS Line Gear in stock and available for immediate delivery, AMT has what you need, when you need it, every step of the way.

For more information, call 954.427.5711 or visit [amt.com](http://amt.com)



3150 SW 15th Street | Deerfield Beach, FL 33442 | 954.427.5711 | [sales@amt.com](mailto:sales@amt.com)

Multiple Solutions. One Source.

ARRIS and the ARRIS logo are all trademarks of ARRIS Enterprises, Inc. Other trademarks and trade names may be used in this document to refer to either the entities claiming the marks and the names of their products. ARRIS disclaims proprietary interest in the marks and names of others.



## ARRIS: ACCESO A MÁS ANCHO DE BANDA, EL DESAFÍO DEL CABLE Y LAS TELECOMUNICACIONES

Las industrias del cable y las telecomunicaciones se están transformando aceleradamente y enfrentan desafíos que se originan en el incremento del ancho de banda que los clientes ahora demandan. Por una parte, empresas como **Google** y **Amazon** están generando mucha demanda de contenido o acercando el contenido a los clientes. Otras, como **YouTube**, están poniendo el contenido al alcance de más usuarios, lo que hace que el ancho de banda aumente, y esto no tiene vuelta atrás.

La tecnología, por otra parte, sigue su inevitable desarrollo y en la industria de la electrónica del consumidor ya han aparecido dispositivos con resolución 4K y 8K en un futuro cercano, que requieren también más ancho de banda. 'Entonces, se va a empezar a generar contenido y obviamente el reto es hacer que la entrada de los suscriptores sea lo suficientemente amplia para ese contenido, no sólo para la televisión de broadcast o vídeo a petición, sino también en la parte de acceso a Internet', dice **Emilio Chalita**, VP Sales Engineering en **Arris**.

En este panorama y en lo que se refiere a las redes de acceso, Arris se está alineando con las normas que se definen dentro de la industria y está brindando soluciones a sus clientes, los operadores de cable, para cubrir sus intereses y sus necesidades.

### EL PROBLEMA: RESPONDER A LAS EXIGENCIAS DE SERVICIOS HOY CON FLEXIBILIDAD DE CARA AL FUTURO

Para alinearse con esas normas, se están ofreciendo soluciones tanto para la actualidad como para el futuro, y un ejemplo de esto es la norma DOCSIS 3.1, que representa un salto grande de la industria. 'Cuando pasamos de

la versión 2 a la 3, lo que representaba mayormente era el poder agrupar distintas portadoras para incrementar el ancho de banda al suscriptor, pero lo que pasa con la 3.1 es que permite estándares mucho más grandes y significa no sólo que se puedan agrupar más portadoras, sino que los esquemas de modulación de dichas portadoras van a ser más complejos, más sofisticados, y esto para los operadores de cable significa que se entregue la capacidad que los usuarios están demandando', explica Chalita.

El interés de Arris es que los operadores aprovechen la infraestructura que van instalando para que no tengan que reemplazarla simplemente porque haya un cambio o modificación en la norma, y obviamente el que estén bajo la norma ayuda a los operadores a que haya soporte, que los productores estén alineados y que la solución que escojan no se quede sin soporte en un futuro si algo pasa con el productor que les está suministrando dicha solución.

La propuesta para los grandes protagonistas de la industria es tener soluciones de arquitecturas distribuidas y centralizadas, en las cuales Arris está activamente trabajando y en su caso cuenta con algunas ya disponibles para el mercado de CALA.

Las tecnologías a implementar van a ser una decisión particular del cable-operador, tomando en cuenta el mercado en que operan; teniendo esto en cuenta, Arris tiene ya soluciones disponibles y está trabajando también para proveer soluciones que permitan la transición, de manera que los operadores cumplan la demanda de servicios que los



usuarios requieren hoy y en el futuro sin establecer una ruta rígida ni preestablecida acerca de qué soluciones implementar.

### PROVEEDOR DE SOLUCIONES Y ENTRENAMIENTO

Además de la asistencia técnica que les brinda a sus clientes, Arris se encarga también de su entrenamiento. Para ello, realiza cada año un evento donde expone a sus clientes las nuevas tendencias y lo que se está proyectando en términos de tecnología en Norteamérica y en otras partes del mundo, para que puedan implementarlo en sus propios mercados.

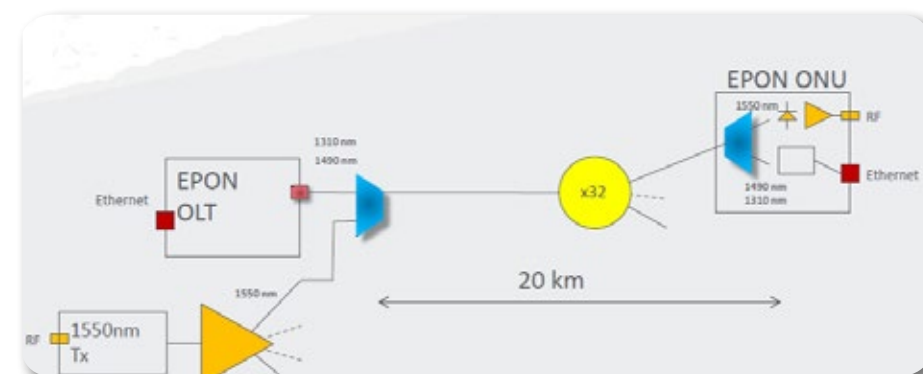
### EL RESULTADO: BENEFICIOS FUNDAMENTALES PARA LOS OPERADORES

'Tenemos es una serie de soluciones y sobre esas soluciones proyectamos lo que va a venir después. La ventaja que tienen los clientes de asesorarse con una solución de Arris es que les damos esa consultoría y les decimos que si seleccionan esa plataforma y en un futuro quieren implementar otras alternativas y ponerlas sobre esa solución les va a resultar más económico, o más fácil que ir cubriendo las demandas de su mercado', completa el ejecutivo.

Arris es que es una compañía global y está muy al tanto de las necesidades del mercado; se han brindado soluciones específicas para los clientes en América Latina y se tiene el compromiso de seguir haciendo dichas soluciones para ese mercado.

Para las economías de América Latina es fundamental que una compañía como ARRIS esté allí para apoyar a sus clientes, para que no tengan que gastar sus recursos, que sepan es una compañía a la que pueden acercarse con toda confianza a exponer sus necesidades.

'Estamos a la disposición de nuestros clientes para asesorarlos y para ayudarlos a proyectar no sólo lo que necesitan hoy en día, sino también cómo van a cubrir sus necesidades a futuro, a ver de qué forma aplicar las soluciones, junto con lo que tiene el cliente ya implementado, para optimizar la inversión que han hecho en sus redes de acceso y que cubra esas necesidades de la mejor forma. Problema. Solucionado.'



Conoces a Power & Tel? Exportamos.

# SUMINISTRAMOS PRODUCTOS PARA CONSTRUIR Y DAR MANTENIMIENTO.

### Mantenemos stock de productos para Latinoamérica:

- » Gabinetes, Cierres y Pedestales
- » Cables y Conductos
- » Herrajes
- » Equipos para su red de transmisión de datos
- » Energia
- » Equipos Residenciales
- » Empalmes y equipos de prueba
- » Herramientas y equipos de seguridad

### ADEMAS, PROVEEMOS DE SERVICIOS QUE AYUDARÁN A MAXIMIZAR SUS INGRESOS:

- » Manejo de inventario a través de nuestro programa PTMI®
- » Soporte de productos en sus servicios generadores de ingresos, tal como redes residenciales y video

YOUR SUPPLY CHAIN PARTNER | (800) 238-7514 | marketing@ptsupply.com

Visítanos en [www.ptsupply.com](http://www.ptsupply.com) para conocer como podemos ayudarle



## LINDSAY BROADBAND: BACKHAUL MÓVIL, HAGÁMOSLO

POR JONATHAN HAIGHT, VP DE VENTAS



El Backhaul móvil ya no es un secreto. Los pequeños enlaces celulares están generando ingresos reales para los operadores de cable. Pero estos ingresos podrían ser mayores. La tecnología y la demanda están ahí. ¿Por qué no arranca? La falta de familiaridad sigue siendo un problema. Haremos una breve reseña.

Las torres celulares enfrentan límites, tales como la zonificación, la ubicación física y la capacidad. Para superar estas limitaciones, los fabricantes han desarrollado células pequeñas de radio que permiten una mayor aproximación granular para sus despliegues. Aunque las células pequeñas tienen menos capacidad que las torres de celulares, a menudo son desplegadas mucho más cerca de las zonas comunes y con una mayor densidad de clientes y, un dato no menor, más cerca del nivel del suelo.

Los operadores de redes móviles (MNO) pueden tener cobertura nacional, pero no necesariamente tienen infraestructura, derechos y/o alimentación en estas áreas granulares. Sus opciones son limitadas, y hoy están buscando soluciones que sólo los operadores de cable pueden proporcionar.

Sin embargo, muchos en la industria se han mostrado reacios a trabajar con los operadores móviles. Muchos operadores se preguntan si acaso estos MNO no compiten contra el cable en el mundo del vídeo y los datos? ¿Por qué ayudarles entonces?

Para ello, se ha hablado de la creación de una cooperativa de cable y el uso de la infraestructura y comercialización conjunta para crear un área nacional de cobertura celular. Pero

los costos de un movimiento tan agresivo son altos y las lealtades en general son profundas entre operadores de redes móviles y sus clientes.

Existen MSOs que ya se han lanzado a esta "Co-opetition" y ya se han aventurado en el mundo de backhaul de datos celulares sobre sus redes, obteniendo resultados positivos, con significativos ingresos adicionales con relativamente pequeño costo marginal. Por supuesto que hay temas y preocupaciones adicionales como acuerdos de nivel de servicio (SLA), capacidades técnicas, puntos de demarcación, alimentación y aún más importante, back up de alimentación. Estas son preocupaciones legítimas. Pero si usted está en operaciones, debe lidiar con estos problemas todos los días, ¿verdad? Ya ha gastado dinero en esa infraestructura. Por qué no sacar un mayor provecho entonces.

### Gateway de diseño especial

¿Cómo se puede aprovechar esa oportunidad? Hay una pieza faltante y para ello se ha diseñado específicamente un dispositivo para que los operadores de cable puedan brindar servicios a las células pequeñas. Idealmente, sería:

Strand-mounted; Impermeabilizado; Strand-alimentado (40-90v); Amigable con la industria del Cable; Protegidos contra sobretensiones; Altamente flexible

En Lindsay Broadband, vimos ese vacío y lo llenamos. Nuestra innovadora plataforma de puerta de enlace toma la alimentación de la planta de cable y proporciona una potencia de salida a productos de terceros, tales como

radios WiFi, cámaras IP, señalización digital y células pequeñas. Nuestra nueva serie de productos Gateway se centra 100 % en las células pequeñas, nuestra mayor innovación consiste en proveer un cordón umbilical que proporciona hasta 250W (48v) para alimentar las células pequeñas de otros proveedores.

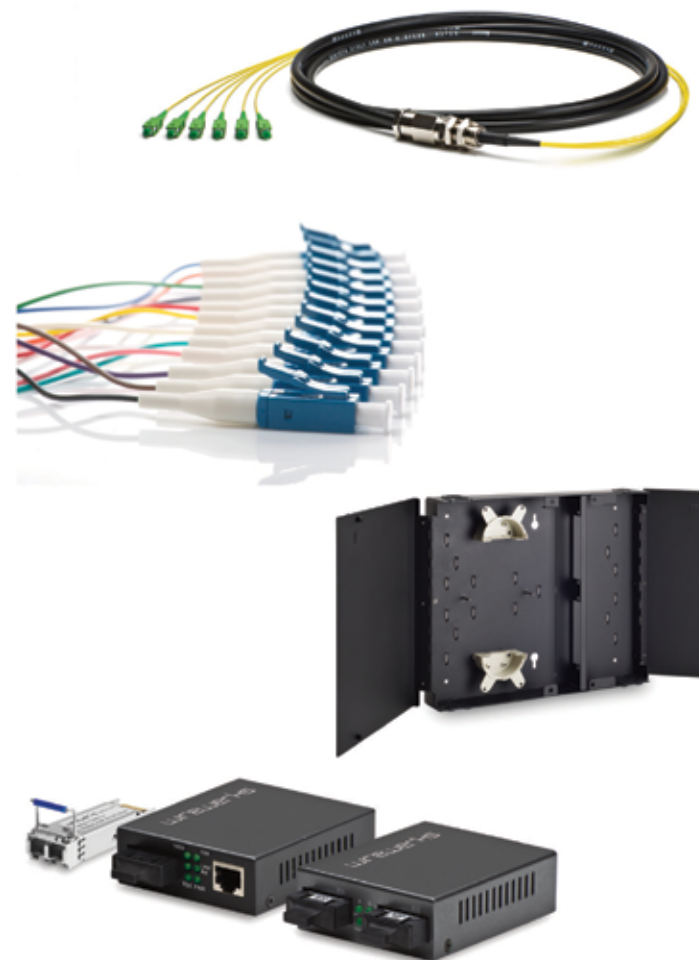
Las células pequeñas requieren una alimentación considerable y deben estar situados al nivel de la calle. La industria del cable tiene alimentación, inclusive con respaldado durante 4 a 8 horas-corriendo por casi todas las calles de cada ciudad o pueblo. Esto le da a los operadores de cable algo que el MNO necesita para tener éxito con los despliegues de células pequeñas.



# wirewerks

## SISTEMA DE CABLEADO ESCTRUCTURADO

Soluciones y Servicios Personalizados de Wirewerks y TVC



- Soluciones End-to-End a través de sistemas de cableado estructurado
- Ingeniería y Diseño Excepcional
- Productos para Conectividad de Fibra Óptica y Cobre
  - Convertidores de Medios
  - Conectores
  - Atenuadores
- Garantía Estándar de 25 años

TVC Communications está orgulloso de ser Socio y Distribuidor Exclusivo de los productos Wirewerks en el Caribe y Latinoamérica.



Comuníquese con nosotros hoy día para mayor información.

Miami 305-716-2160 Mexico +52 55-5639-2926

www.tvclatinamerica.com salescala@tvcinc.com

www.wirewerks.com

## LINDSAY BROADBAND PRESENTA NUEVO SISTEMA DE ALIMENTACIÓN

Lindsay Broadband anunció el lanzamiento del nuevo sistema de energía compacto para FTTH, Neo.

El sistema de alimentación ininterrumpible Neo para FTTH es la tecnología más avanzada de telecomunicaciones 12Vdc UPS del mundo. Diseñado para un buen rendimiento, durabilidad, confiabilidad y facilidad de servicio, Neo cuenta con el TCO más bajo de la industria. La batería

8Ah marca un nuevo estándar en la entrega de energía gracias a la tecnología Thermo-Amp.

A su vez, el firmware calibra el voltaje a la batería según las fluctuaciones de la temperatura ambiente, cargando la batería precisa y exactamente dando como resultado una vida extendida. También disponible para aplicaciones outdoor y soluciones solares.



Sistema de alimentación ininterrumpible Neo



**mipcom**®

**TURKEY**  
country of honour  
2015

**5-8 OCTOBER 2015**

CANNES, FRANCE

## THE STORYBOARD *for your success*

The international market powering extraordinary content



MIPCOM is the year's most anticipated global market for entertainment content across all platforms. Each October, the industry's major players converge in Cannes to turn every moment into an opportunity, transforming four days of meetings, screenings and conferences into deals, from blockbuster programming to groundbreaking partnerships.

**mipjunior**

**mipcom.com**

**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

**1-918-251-2887**

**CHEETAH TECHNOLOGIES** **Corning Gilbert**

**alpha** **CISCO**

**ARRIS**

© MIPCOM and MIPJunior are registered trademarks of Reed MIDEM. All rights reserved. Shutterstock. 2015



# APTC 2015 REUNIÓ A 450 VISITANTES DE LA TV POR CABLE EN CUSCO

La VII Cumbre APTC se realizó este año en la ciudad de Cusco, tras haber convocado durante tres días a casi 450 visitantes de empresas de cable de Perú, Bolivia, Guatemala y Ecuador, quienes recorrieron los 50 stands de la expo que mostró un importante crecimiento respecto al año anterior.

Fue especial esta edición, ya que marcó el fin de la gestión de cuatro años de **Ovidio Rueda**, quien agradeció en su despedida a todos los participantes, prensa y expositores, y entregó obsequios representativos de Cusco. Se habla de una próxima feria en Lima, aunque no está confirmado, ya con la nueva presidencia de **Demóstenes Terrones**, definida el 13 de mayo.

En su discurso, Ovidio Rueda remarcó los principales logros de su administración en los últimos cuatro años, destacando el crecimiento de las cumbres que se han venido realizando de manera ininterrumpida y con cada vez mejor posicionamiento en el país y la región. Con sus 41 socios, la APTC representa cerca de 300.000 abonados, de los casi 2 millones a nivel país.

Sobre las principales problemáticas que viene reclamando todos los años, reconoció que la transmisión del fútbol peruano sigue aún en exclusividad para las empresas más grandes como **Telefónica**, aunque hoy es posible llevar más partidos a través de los canales de televisión abierta de llegada nacional, **ATV** y **América TV**, gracias a acuerdos que cerraron con quien tiene los derechos, **Gol TV**.

En lo que respecta a piratería e informalidad, dijo Terrones que 'la lucha continúa' e instó a los programadores a colaborar. 'Se puede lograr combatir pero necesitamos el compromiso de todos, que más operadores se unan. El ministerio está trabajando y aun esperamos más de parte de los programadores'.



El alcalde de Machupichu, **David Gayoso García**, **Ovidio Rueda**, **Rosa Carrasco** de Scientific Satellite, **Jorge Gutiérrez** y **César Heredia** (atrás), de AZ TV de Paga, y **Hortensia Espitaletta**, de Signal

En este sentido, **Lorenzo Orrego Luna**, director de control y supervisión de comunicaciones del MTC de Perú, dio detalles de la situación actual de la piratería en Perú, a partir de una exhaustiva investigación encarada por el ministerio.

Compartió cifras interesantes del mercado de TV peruano, como que 8 de cada 10 hogares acceden al servicio pago, pero la penetración oficial reportada por Osiptel es de sólo el 40,2%, dejando un amplio margen de casi 40% correspondiendo a conexiones ilegales. 'Desde el MTC hemos detectado 470 operadores a nivel nacional, donde el 30% son procesados por transmitir de manera ilegal'.

Finalmente, se refirió a las acciones que está encarando el ente gubernamental para atacar el problema y reconoció la colaboración de iniciativas como la Alianza contra la Piratería en TV paga, que reúne a programadores y operadores en acciones antipiratería. Oficialmente, se creó una Mesa de Trabajo destinada a sancionar las prácticas ilegales, que busca incrementar en un 70% este año los operativos a nivel nacional. La Mesa cuenta con representantes de los organismos públicos y de empresas como Fox y Turner, buscando detectar irregularidades en cada campo de acción.

## INTERNET COMO PRIORIDAD

Si algo quedó claro tras la VII Cumbre es que los operadores de todo el país ya no tienen dudas de que para subsistir en el mercado no pueden quedarse afuera de Internet. La digitalización aparece indudablemente en su horizonte, pero no en todos los casos es una prioridad.

La construcción de la red dorsal nacional de fibra óptica impulsada por el gobierno está dando nuevos ánimos al mercado de operadores



**Jesús Angulo** con todo el equipo de Cable Visión en Cusco



Inauguración: **Juan García Bish**, **Ovidio Rueda** y **Demóstenes Terrones**, de la APTC, **María Rojas Cárdenas**, representante de las universidades, el ejecutivo de la Cámara de Comercio, y **David Ecker** de Deutsche Welle (atrás)



**Rosa Giselle** y **Edgar Carrasco**, de Scientific Satellite, junto al ingeniero **Tomás Delgado** e **Isidoro Alvis Davila** (centro), gerente general de TVA x Cable de Perú

independientes de Perú, que ya se capacitan y consultan todo lo que necesitan para aprovechar esta infraestructura que los beneficiará en su camino hacia la fibra al hogar.

Expertos de diferentes empresas han instado a los asociados a 'no tenerle miedo' a la digitalización, proponiendo implementaciones muy convenientes según el estado de sus redes.

## CITA OBLIGADA

Los expositores consultados por Prensario coincidieron en que la expo de la APTC ya entra en el calendario obligado para los proveedores de señales y tecnología que desean crecer en Latinoamérica. Los pequeños y medianos operadores de Perú conforman un mercado en crecimiento, que está requiriendo toda la información posible en cuanto a las alternativas para digitalizar, ofrecer Internet y todo lo que sigue a partir de ahí.

Cifras de Cisco y VNI Mobile compartidas en las conferencias revelan que el consumo de video OTT a través de dispositivos móviles en Perú se triplicó en los últimos tres años, y se espera que para 2018 sea 11 veces mayor.

Son pocos los que ya se han animado a dar el gran paso pero con estos números, tal como señalaron algunos proveedores, saben que 'el plazo para digitalizar es de dos años'. Incluso las empresas más pequeñas entienden que no pueden quedar afuera de los servicios basados en IP a riesgo de desaparecer si no se actualizan.



## Construyendo la mejor arquitectura de red DOCSIS 3.1 - Solución Huawei D-CCAP

En el mercado de acceso por cable, el servicio tradicional de televisión por cable se está encogiendo mientras el servicio de datos se ha convertido en el nuevo punto de crecimiento. Siguiendo ésta tendencia, los MSO tienen la intención de ofrecer cada vez mayores capacidades para el acceso a Internet y construir una red de acceso convergente. Para llegar a éste requerimiento, HUAWEI propone una plataforma CCAP distribuida, que integra topologías de FTTx y CCAP para ayudar a los MSO a construir una red de acceso convergente y de ultra capacidad.

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

HUAWEI TECHNOLOGIES CO., LTD.





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



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

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

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

Posicionarse para incursionar en un entorno IPTV.

Incentivar el consumo de contenidos lineales Premium.

**dibox One, un servicio con dinámica de futuro.**

## diboxone

# Wire•Tech

## PROVEEDOR INTEGRAL

Representante exclusivo

Prysmian  
Group

OPC  
Optical Cable  
A GOLDEN BRAND

ASKA  
Communication Corp

Cablematic  
CABLE TELEVISION EQUIPMENT

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



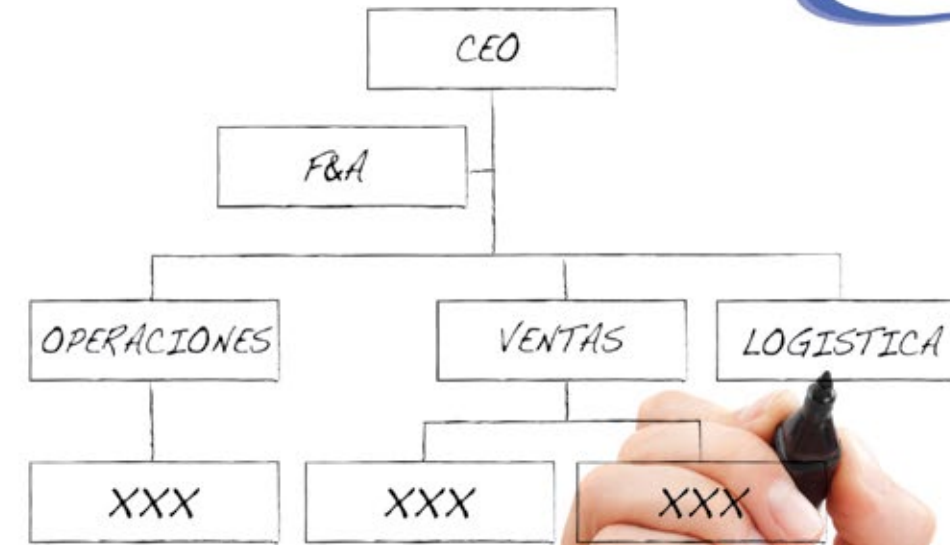


Descubra por qué 45 operadores en 18 países confían en nuestras soluciones de software para gestionar millones de dispositivos alrededor del mundo

- 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](http://www.intraway.com)



### Queremos ser parte de su empresa.

Tenemos todo para convertirnos en el área de logística de su empresa. Su éxito es nuestro negocio. En **Aerodoc** aplicamos **ingeniería** a la logística para garantizarles a nuestros clientes un beneficio económico y una entrega rápida y segura de sus bienes de capital y de uso. Contamos con **licencias propias de importación**, lo que nos permite ofrecer un servicio puerta a puerta real. Hacemos la puesta a punto y el embalaje en **depósitos propios**, para proteger el equipamiento de nuestros clientes. Monitoreamos todo el proceso y podemos controlar tiempos de entrega y costos totales, y ofrecer un **SLA** de tiempo de tránsito garantizado.

Oficinas, depósitos y agentes propios en diferentes países de Latinoamérica -incluyendo Argentina y Brasil- nos permiten tener la **flexibilidad** para adaptarnos a los procesos de cada mercado, y **trabajar cerca** de cada uno de nuestros clientes. En **Aerodoc** podemos satisfacer sus necesidades de **distribución**, tanto a nivel operativo como cultural. Si su empresa no tiene un área de logística, podemos convertirnos en ella. Si la tiene, podemos darle todo el soporte que ésta necesite.



Oficina Central  
1790 NW 82nd Ave.  
Miami - FL 33126 USA  
+ 1 305 640 0763



Atención al Cliente  
+ 1 800 566 7983



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







**huntr**

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

## TECNÉ: CRECIMIENTO QUE POTENCIA EL FUTURO

SIN PERDER EL FOCO EN LO EDUCACIONAL

En mayo se realizó la séptima edición de **Tecné Chile**, la segunda a nivel industria en la Estación Mapocho, uno de los mejores reductos para eventos de Santiago, tras haberse realizado los primeros en el propio **Duoc UC**, que la organiza. Es un respetado instituto técnico de formación profesional de Chile que es independiente en términos económicos pero sus miembros del consejo vienen de la Universidad Católica. Es una institución tan prestigiada dentro de la educación superior que cuenta con una acreditación por 7 años que es el máximo en Chile. Tiene 95.000 alumnos, el 6% de la masa de estudiantes de todas las disciplinas. En audiovisual entre las tres sedes 1.300 estudiantes, además de sonido, animación y publicidad. Son la más grande del país en lo audiovisual.



Paco Zegers, Andrés Villela, vicerrector académico de Duoc US y el director general de Tecné, Alejandro Wilson

para ser de la industria pasamos a la Estación Mapocho y pudimos sumar a más Escuelas en una alianza de Escuelas Audiovisuales. Este año fueron siete las presentes. Así levantamos el nivel, para llevar a Chile a ser un referente de la producción audiovisual.

De este año, lo más destacado es que la Industria ya entendió que es una feria de verdad, y la calidad de equipamiento tiene relación directa con las ferias internacionales. Tuvimos tres auditorios con charlas permanentes, con **Sony**, **Blackmagic** y otras charlas como la de **Javier Juliá**, el director de fotografía del film *Relatos Salvajes* que estuvo llena. El público también se hizo eco y pudimos superar los 3.000.

Queda muy poco de la industria para sumar pero hay. Es difícil que crezca más la industria en Santiago, pero sí a regiones. **Lorenzo Marucich** de Arcatel (Asociación regional de Canales de Televisión), fue importante para dar una señal que no somos un evento de Santiago e invitó a ser parte a todo Chile. Duoc tiene sedes en Viña y Concepción.

### NO COMPITE CON SET O CAPER

De cara al futuro, dijo: 'Quisiera ver que se transforme en una plataforma permanente para la vinculación efectiva entre la industria y el mundo académico, para cambiar la tecnología y que lo curricular se cambie en función de este vínculo. Que esta sinergia ayude a que el factor humano se valide y potencie, y por ende la industria tenga mejor desempeño. No buscamos competir con CAPER o SET, si no que nos complementamos con ellos y nos centramos en tener un fuerte vínculo industria y academia.

'Le queremos dar una mayor proyección durante todo el año. Subimos las charlas para que estén en nuestra web como un espacio de educación permanente. Hacemos un esfuerzo importante para que se motiven.'



Alejandro Wilson y Ricardo Ríos



## 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



## VIDEOCORP: INNOVADORA COMUNICACIÓN

PARA SONY, LIVEU Y OTRAS MARCAS LÍDERES

Como referente del mercado chileno y representante local de **Sony BPLA**, **Videocorp** se destacó con su stand en la entrada de la Expo Tecné en Estación Mapocho por el equipamiento que mostró y también con la actividad que llevó a cabo. Entre ellas, sobresalió la grabación en el stand del programa *Nicolate Show* de canal **Vive**, señal 47 de **VTR**, del ex **CQC Nicolás Larraín**, que entrevistó al director de fotografía **Martín Siccardi** sobre las cámaras *Sony Alfa* y baterías *L75*, en una innovadora manera de comunicar el broadcast que diseñó el gerente de marketing **Marcelo Arriagada**.

Remarcó Arriagada que quiere cambiar la comunicación dura, tradicional y formal del broadcast para entrar a los estudiantes y gente joven como la que asistió a Tecné desde otro

lugar mucho más cercano, y mostrando además no la teoría sino la realidad de una grabación. Vale destacar que se mostró producto accesible para un público amplio y no exclusivo. También hubo programas de cocina.

Videocorp ofreció dos seminarios permanentes que se mostraron en los auditorios, con producto de **Sony** y **Blackmagic** como otra representación líder. **Alejandro Zenteno** destacó especialmente el trabajo en 4K y lo hecho con Blackmagic, con toda la proyección de la línea baja.

En el evento Videocorp también mostró la representación de **LiveU**, de la que ya tiene colocadas 50 unidades en el mercado para volver a marcar una diferencia como impor-



Martín Siccardi, Nicolás Larraín y Marcelo Arriagada

tador e integrador líder. Y estrenó la representación de **Vizrt** como nueva marca líder, contando además con **Evertz** en gran protagonismo y **Editshare**, con la que tiene un caso de éxito con el CDF para la Copa América. Hay buenas perspectivas además con el Mundial Sub-17, al que viene público de todo el mundo.

## VGL: CLAVE CON AVID Y GRASS VALLEY

Y NUEVAS MARCAS COMO MASSTECH, TELESTREAM Y KALTURA

VGL tuvo un stand central en la Expo Tecné, el primero bajando las escaleras. La empresa cumple una función clave en Chile representando a marcas inevitables para los clientes broadcast como **Avid** y **Grass Valley**, entre otras. Ya estuvo trabajando con Avid en instalaciones de Bolivia, Colombia y Perú, donde alguna vez estuvo la chance de abrir una oficina, pero su foco sigue en el mercado chileno.

La empresa se fundó en 1992 y ya lleva 23 años haciendo negocios en Chile, según destacó el gerente comercial **Francisco Jaramillo**. Allí partió con Avid, que fue una de las primeras representaciones y el trabajo que hicieron fue muy fuerte en los sistemas de noticias de **CNN**, **Canal 7** y **UCVTV**, entre otros, con más de un 80% de penetración.

En la parte de post producción para las tele-series también tuvieron una gran performance con Avid. Además, empezó hace años con el mercado educacional. Tiene partners con cursos tanto en video como el Duoc.

Respecto a sus marcas, VGL cuenta con una división entre las Tier 1 y Tier 2. La otra Prensario Internacional

clave es **Grass Valley**, que volvió dos años atrás, antes ser adquirida por **Belden** con **Miranda**. Ya el año pasado ganó los nuevos estudios de **La Red** con cámaras **Grass Valley** y el hipódromo de Chile con las cámaras **LX** y **Superslowmotion**, y repetidores **Dyno**. Ahora viene el cambio de la infraestructura en los canales con la inmigración IP, y el empuje del 4K. 'Este año ya vimos un disco súper claro para hacer esa migración', expresó Francisco.

En la parte de audio y entretenimiento, donde Avid tiene las Consolas **Venue**, hay otras marcas de luces robotizadas como **Robe**, o consolas **Lawo** que se vendieron en **La Red** y **Canal 13** para un móvil. **MA Lighting** está entrando también.

En Tecné estuvo presente **Luis Fernando Torres** de **Masstech**, marca con la que acaba de empezar a trabajar. 'Antes trabajamos con otras empresas de archivos como **Frontporch** (ahora Oracle) pero Masstech se acercó a nosotros por una integración profunda con Avid'.



Francisco Jaramillo

Otras marcas interesantes son **Telestream**, la cual estuvo representada por **Irving Ramírez** y está trabajando fuertemente con **Kaltura** para la división de telcos, que atiende a PayTV y plataformas de video online para publicarlos en multipantalla y soluciones OTT, donde es fundamental un buen backoffice. Estuvo presente **Carlos Domínguez** de la oficina en México DF.

Destaca Jaramillo que VGL partió del mundo IT. 'Es algo que nos diferencia mucho, tenemos experiencia y un departamento de servicio con 18 personas sobre 50 en total. Para todo lo basado en IT es clave un soporte eficiente y proactivo con labores de mantenimiento que es muy valorado'.

# 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](http://www.trilithic.com) or call (800) 344-2412



## INTERVIDEO: GRAN PRESENCIA EN TECNÉ

CON EVS, ADOBE, STUDER, VSN Y OTRAS MARCAS

**Intervideo**, junto a los otros grandes integradores de Chile, fue pilar de Tecné. Su director general **Carlos Contreras** destacó que comparten la apuesta a futuro de la expo y que todos los primeros años tuvieron una presencia. 'La idea de participar en esta feria es Mirar al futuro, para provocar un encuentro entre la parte académica, la comercial y de la industria en un polo de desarrollo. No puede hacer que recurramos a los estudiantes sólo cuando hay una necesidad y que los alumnos no conozcan cual va a ser su futuro'.

Este año se destacaron con un stand más grande y con las marcas cada una con su espacio y la persona de la marca, como hacen los integradores de Argentina, México y Brasil en sus eventos. 'Tenemos unas 10 marcas, de las cuales estuvieron presentes seis. **Ikegami** iba a venir con una gran cámara con **Oscar Vaca** que luego se usó para una instalación con

**Chilefilms**, pero el paro aduanero lo demoró. Este año **Intervideo** cumple 34 años y es la empresa más antigua del mercado, según aseguró Contreras. 'Le llevo tres o cuatro a Videocorp, bromeó. La historia más larga es con Ikegami, donde conocí una serie de presidentes ya retirados.

Ahora esa marca sigue siendo clave, **EVS** también está muy importante, **Riedel** y **Snell** también crecerá mucho si bien con el cambio que está teniendo no pudo venir, y en Audio sobresale **Studer**, que estuvo con **Angel Pérez**, que nos dio la mano al cotizar productos **Soundcraft** a un costo más bajo'.

'Tenemos mucho foco en ingeniería y soporte y la gente nos reconoce en eso. Nos sentimos como un apoyo local de las marcas, para las que hacemos trainings permanentes en distintos lados, incluso en Perú. Tenemos además proyectos especiales con los clientes como en



Angel Pérez de Studer, Carlos Contreras y José Cadavieco Jr de Vidiexco

los Panamericanos, un nexa con AIEP a TVN para la Copa América, uno de radio para la Universidad o proyectos de telecomunicaciones para las Iglesias, con ingeniería y asesoría. La idea es replicar este tipo de acciones en los países vecinos como Argentina, Perú y Bolivia.

Queremos generar una cercanía entre los que participamos en todo este mundo de la televisión y la radio y que todos participemos. Hemos hecho acuerdos con **Videocorp** y **Rios&Cía**, pues no es bueno que nos miremos como enemigos, y que todos podamos colaborar', completó.

## RÍOS & CÍA.: PUNTA CON PANASONIC Y NEWTEK

GRAN INTEGRACIÓN EN UN MÓVIL EXPUESTO EN TECNÉ

**Ríos & Cía.** lleva casi 33 años en el mercado chileno. **Ricardo Ríos** comentó que empezaron con la regla de cálculo y ahora están en el iPhone. La mitad de esa trayectoria se hizo con **Sony** y luego junto a **Panasonic**, desde las cámaras más antiguas hasta las nuevas **Y de JVC**, que anda muy bien con los monitores y tiene un pic con Camcorders, ahora fuerte con el 4K con la **LS300** y apostando con la transmisión wifi.

Dijo que Chile lleva muchos años creciendo bien, pero que en los últimos hubo un estancamiento. 'Con tantos cambios, el chileno es temeroso de hacer inversiones'.

'De todas maneras, nosotros tratamos de mantener la infraestructura de 30 personas y 12 ingenieros, que cuesta tanto entrenar. Y también, diversificar en rubros relacionados en lo audiovisual profesional. Ejemplo de eso es el nuevo móvil que mostramos en Tecné para diversificar en rental y de paso mostrar el nivel de integración que tenemos y que no todos pueden realizar. Nos dieron la mercedes Benz vacía y le pusimos todo con siete cámaras de

**Panasónic**, dos cámaras robóticas, para algunas producciones más económicas. Por supuesto lo robótico no es tan perfecto pero queremos introducir ese concepto de más bajo costo en el mercado. Integramos un switcher de **Ross**, generador de caracteres de **ChyronHego**, uno de Medio 5 **orientado** a deportes y un repetidor de cuatro canales de **Newtek**.

A **Newtek** los representamos dos años y casi saturamos el mercado, pues en línea baja vendimos un montón y 30 por canal para hacer los reality shows.

Conseguimos así una participación de mercado muy alta, entre cámaras robóticas, las de estudio, venta de P2 HD para la parte de prensa y **Newtek**. Ahora creció también **Canon**, con cámaras que costaban relativamente baratas de Cine'.

Por siete años **Ríos & Cía** se distinguió por sus seminarios post-NAB, que ahora dejaron de hacer. 'Los clientes estaban muy ocupados, y tras tener mucho éxito en los últimos dos años ya no asistían los tomadores de decisiones. No tenía sentido traer 20 proveedores extranjeros



Ricardo y Felipe Ríos

para eso. Justo Tecné ahora coincide con el post NAB y es la única del rubro, pero está años luz de CAPER. Hay muchos estudiantes, cuando nosotros llegamos a tener 140 personas de primera línea en la industria.

Nosotros seguimos cerca de los clientes en viajes con **Panasonic** y **Newtek** al Norte o al Sur. Santiago no es Chile como dice la famosa frase. Incluso tenemos las primeras incursiones con Bolivia, con un evento de **Newtek** en la Paz y Santa Cruz el 23 de julio. Bolivia recién ahora migra al HD, así que no están las mismas oportunidades, pero si en sector Gobierno y en Universidades'.

Una novedad es que tomaron la representación de **Aviwest** para muchos mercados de la región y lo destacarán en Caper.

# 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](mailto:contactus@lindsaybroadbandinc.com)

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



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

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

**LINDSAY**  
BROADBAND  
TOUGH TECHNOLOGY.



# NexTV SUMMIT 2015



## EL FUTURO DE LA TV



### Segundo Semestre 2015 CONFERENCIAS Y DEMOS

El desafío de la nueva competencia.  
La nueva interfaz de usuario.  
TV Everywhere y TV 4.0  
Neutralidad de red.  
Alianzas OTT - VOD y Smart TVs.  
Contenidos exclusivos.



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



- VOICE
- VIDEO
- DATA
- CONNECTIVITY SOLUTIONS



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

Contactos:  
Oscar Vidotto [Ovidotto@defangtech.com](mailto:Ovidotto@defangtech.com)  
Pablo Diaz [Pablo.diaz@defangtech.com](mailto:Pablo.diaz@defangtech.com)  
Michael GU [Michael.gu@defangtech.com](mailto:Michael.gu@defangtech.com)

VISITENOS EN  
EXPOARIPDA 2015  
BOOTH #78A



# Think, do better



UHD/4K HEVC IP/OTT Box



6 Degree Monoblock Quad LNB



Communication Cable



Cable Modem Docisi 3.0



Cable Modem Docsis 2.0



MEPG4H.264 DVB-S2 Hybrid , Major CAS supported



Welcome to JEZETEK

Website: [www.jiuzhou-intl.com](http://www.jiuzhou-intl.com)

E-mail: [info@jezetek.cc](mailto:info@jezetek.cc)

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

## JEZETEK

## LA GENTE DE ARRIS - INVENTANDO EL FUTURO



### 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, vox 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...

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

