

¡Lléname de **Curiosidad!**



CuriosityStream es el premiado servicio de contenido documental donde los televidentes de todas las edades pueden alimentar sus pasiones y explorar nuevas. Vea miles de programas sobre espacio, arte, volcanes, historia, viajes, automóviles, arquitectura, océanos, y por supuesto, dinosaurios. Del creador de Discovery Channel, CuriosityStream te ayuda a explorar dónde y cuándo despierta tu curiosidad.



Para mayor información, contactar a robert.gold@curiositystream.com

FEBRERO 2020 | AÑO 29 | # 383

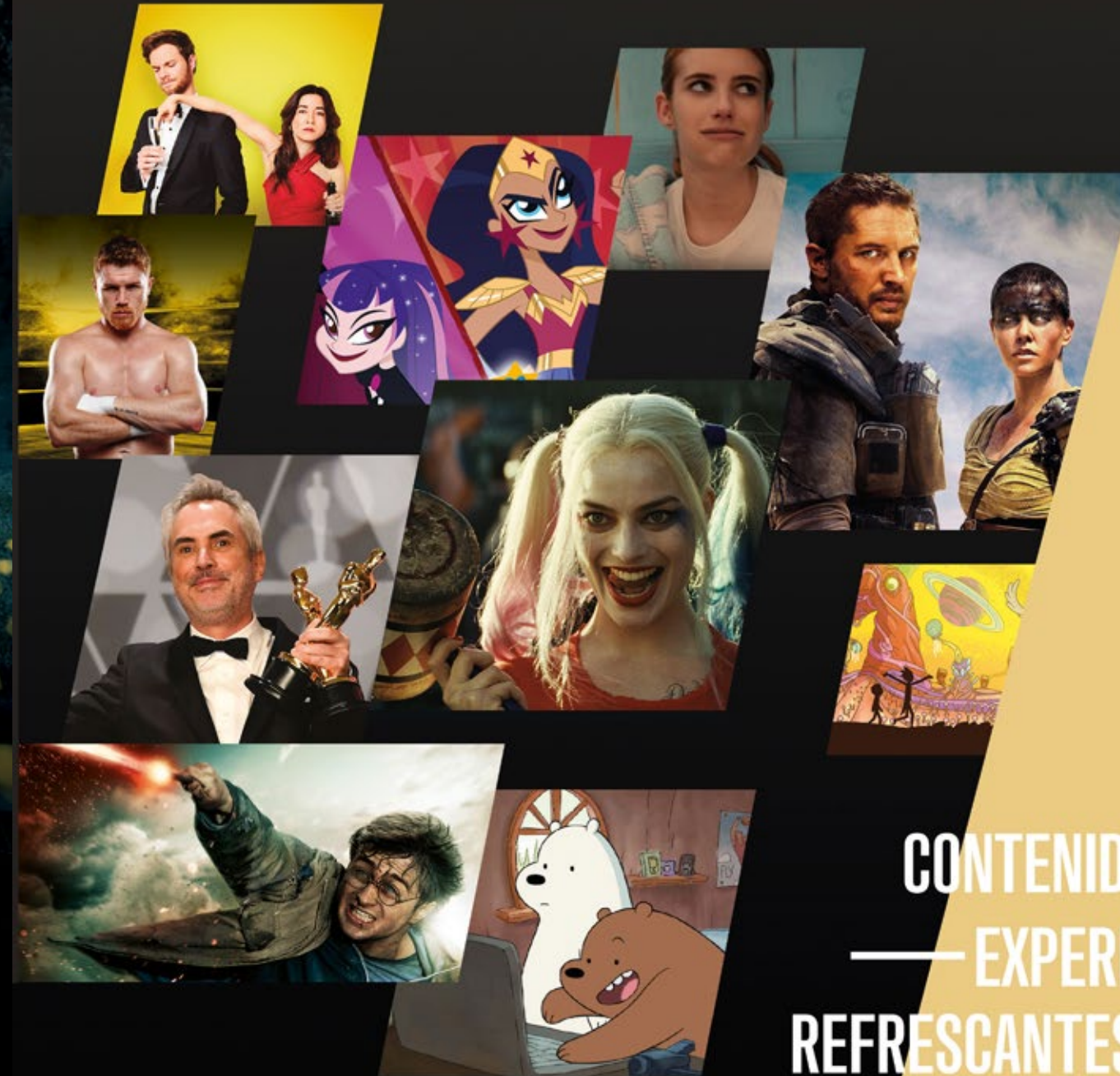
EXP ANDINA LINK 2020

Prensario

Internacional

www.prensario.net

PAY TV • OTTS • STREAMING



CONTENIDOS Y EXPERIENCIAS REFRESCANTES



Turner
a WarnerMedia company

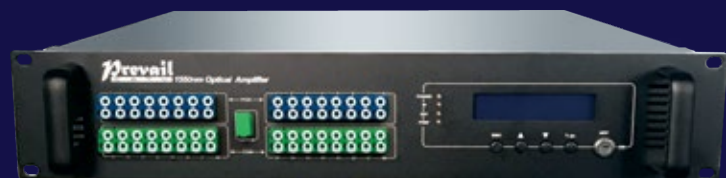


Tenemos 32 años de experiencia profesional en la fabricación de equipos CATV.

EXPO ANDINA LINK 2020
Cartagena, Colombia
Booth #36



Plataforma de comunicación óptica CATV :WOS-4000



Amplificador óptico de salida múltiple de alta potencia: WE-YZBC con un máximo de 64 puertos PON.



Transmisión óptica inteligente modulada directamente de 1550 nm WT-1550-DM Transmisor óptico externo modulado de 1550 nm: WT-1550-EM SBS es de 13dBm a 19dBm



2.4G y 5.8G

GPON ONT de doble frecuencia: WGP3200-DW



GEPON ONU



8 a 16 puertos GEPON GEPON



Receptor óptico FTTH Nodo RFOG WRO-90D



Receptor óptico FTTH WR-1075MB-WD



Receptor óptico FTTH WR-1082B



Receptor óptico FTTH WR-1088-M



Receptor pasivo PR1201

- HANGZHOU PREVAIL OPTOELECTRONIC EQUIPMENT CO.,LTD
- www.prevail-catv.com
- Dirección del departamento de producción: Youyi road No.27-1, Zona de desarrollo industrial de Guali, Xiaoshan, Hangzhou.
- Tel:+86-571-82559907 Fax:+86-571-82551107 E-mail:necy@prevail-catv.com



FUERZA Latina

Mujeres que inspiran

También en Latinoamérica las mujeres levantan la voz para reivindicar sus derechos, para denunciar discriminación, desigualdad y violencia. Las mujeres ganan protagonismo en todos los ámbitos y se movilizan para cambiar esta realidad. Ellas son Fuerza Latina.

Natalia Orozco y Yoani Sánchez conducen el programa en DW Español.

dw.com/fuerzalatina



Edición Especial de Colombia y Andina Link Cartagena

Esta edición de febrero de PRENSARIO INTERNACIONAL vuelve a tener un enfoque temático en el mercado de la televisión en Colombia en su totalidad, y al que venimos siguiendo de cerca desde hace más de 30 años. Tendrá, como siempre distribución, en la siempre vigente expo de Andina Link de Cartagena de Indias organizada por TDC Events de Luz Marina Arango, pero va mucho más allá con los reportajes a todos los operadores grandes como Claro y TigoOne, junto a los operadores independientes, los comunitarios y los proveedores de Internet. También tenemos a la CRC, que se ha consolidado como el único regulador convergente de telecomunicaciones, tras la aprobación de la nueva ley TIC.

Partimos con el mercado colombiano cuando había licencias municipales y regionales, además de los comunitarios, y estamos ahora en la etapa de las licencias nacionales y la consolidación del mercado. Esto sin dejar de prestar atención a los nuevos operadores con fines de lucro, y lo que puedan hacer los actuales 350 comunitarios, que este año volverán a tener también la expo ComuTV.

Todo eso se verá en las próximas páginas, en una edición para atesorar como otras temáticas de PRENSARIO que tienen foco en otros mercados, y son complementarias a todas las acciones digitales, como el sitio web y los newsletters que van a los colombianos y a toda la región.

Colombia & Andina Link Special Edition

PRENSARIO INTERNACIONAL, in its February edition, has again a thematic focus on the Colombian TV market as a whole, which we have been following for more than 30 years. This special edition will be distributed, as always, during Andina Link, the show taking place in Cartagena de Indias with organization of Luz Marina Arango's TDC Events, but it goes beyond with a great coverage of the main Pay TV operators such as Claro and TigoOne, together with the independents, the community sector and the Internet service providers (ISPs). Industry regulator, CRC, which will remain as the unique convergent regulator after the approval of the new TIC Law, is also represented in these pages.

PRENSARIO started its history in the Colombian market when licenses were municipal and regional, besides the community sector, and we are now in the national licenses stage moving towards the market consolidation. This, of course without forgetting new operators for profit and what the current 350 community systems –that will be represented at Expo ComuTV too– may do.

All this is expressed in the next pages, in a collection edition as the many others focused on other markets in Latin America, and which is complementary all digital actions, such as the website and the newsletters that are sent to Colombians and all the region.

Por Alejo Smirnov
Director Editorial

Prensario Internacional

Publicación mensual de Editorial Prensario SRL

Las Casas 3535
C1238ACC
Buenos Aires, Argentina
Tel: (+54-11) 4924-7908
Fax: (+54-11) 4925-2507

Email: info@prensario.com
Anuncios: anuncios@prensario.com
Website: www.prensario.net

Estados Unidos:
12307 SW 133 Court - Suite #1432
Miami, Florida 33186-USA
Phone: (305) 890-1813
www.prensario.tv
info@prensario.com

México: Vladimir Martínez
vladimir@prensario.com

Chile: Karina Cortés
karina@prensario.com

Perú: Miguel Angel Hurtado
miguelangel@prensario.com

Colombia: Paola Zapata Lozano
paola@prensario.com

Ecuador: Juan Carlos Arias Rendon
juanarias@prensario.com

Paraguay: Prince Soledad Otto
soledad@prensario.com

Uruguay: Santiago Rodríguez
santiago@prensario.com

Director Editorial:
Alejo Smirnov
Editora:
Magdalena Russo
Online Manager:
Juan Campi

Se envía por suscripción
Precio anual, vía aérea:
En toda América: USD 150
Resto del mundo: € 150

©2018 Editorial Prensario SRL
Las suscripciones deben abonarse con cheque o giro a la orden de Editorial Prensario SRL o por débito de tarjeta de crédito. Registro Nacional de Derecho de Autor N° 10878

L.A.'S FINEST **the Good Doctor** **GREY'S ANATOMY** **HAWAII FIVE-O**

ENTRETENIMIENTO PARA SEGUIR Y DESCUBRIR EN DONDE QUIERA QUE ESTÉS

AXN
a Sony Network

SONY CHANNEL

Consíguelo en el **App Store** **DISPONIBLE EN Google Play**

SONY PICTURES TELEVISION **DISTRIBUIDO POR: HBO LATIN AMERICA GROUP**



Colombia, a la vanguardia en regulación TIC

La CRC será el ente único que absorberá todas las funciones

Con la conformación de un único ente regulador para todo el sector de telecomunicaciones y televisión, Colombia se convirtió en el país pionero de la región en atacar desde el Estado y las normas regulatorias, todos los temas relacionados con conectividad, digitalización y contenidos audiovisuales, algo que la industria venía reclamando desde hace tiempo.

Este año se puso en práctica la Ley de Modernización del Sector TIC, 1978 de 2019, que fue promovida por el gobierno nacional encabezado por Iván Duque, junto al Mintic y la CRC. El Regulador Único TIC, Postal y de Contenidos Audiovisuales será ahora la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), y ya tiene a sus nuevos comisionados en funciones. Todas las tareas de regulación para los proveedores de redes y de servicios de Internet, telefonía, televisión y radio, el servicio postal y los contenidos audiovisuales, quedan ahora bajo un mismo techo.

La CRC quedó entonces compuesta por dos

Secciones: la de Comunicaciones, integrada por el Ministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, quien puede delegar en el Viceministro de Conectividad y Digitalización y cuatro comisionados; y la de Contenidos Audiovisuales, conformada por tres comisionados más.

Desde la entrada en vigencia de la nueva ley, la CRC ha actualizado las condiciones de compartición de infraestructura eléctrica para incentivar el despliegue de redes y la ampliación de cobertura de los servicios de telecomunicaciones en el país, definió los mercados relevantes del sector postal en Colombia y diseñó la hoja de ruta para la modernización de las redes móviles.

La nueva ley apunta a mejorar las condiciones para que el país esté más conectado, teniendo como principal meta llevar Internet a los 20 millones de habitantes que todavía no tienen acceso al servicio. La meta es alcanzar el 70% de los hogares colombianos antes de terminar el periodo actual de mandato. Para la televisión, busca transformarla en una oferta multiplataforma mediante varios mecanismos para fortalecer la radio y la TV públicas.

El mercado en cifras

La TV paga en Colombia alcanzó los 5,9

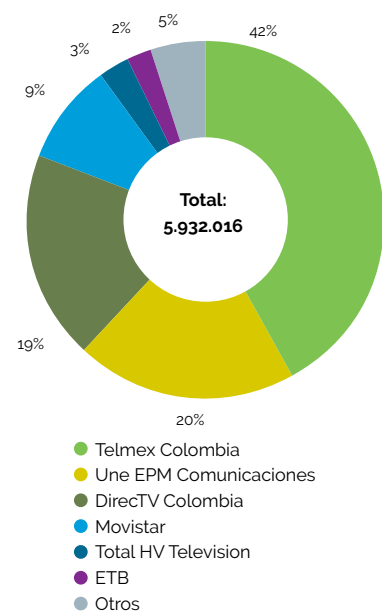


Iván Duque, presidente de Colombia, promovió la nueva Ley de modernización TIC

millones de suscriptores al cierre del segundo trimestre del 2019, logrando apenas un 1,4% de crecimiento respecto a septiembre del año anterior, de acuerdo al último informe de la ANTV. Además, existen 180.765 abonados a sistemas comunitarios.

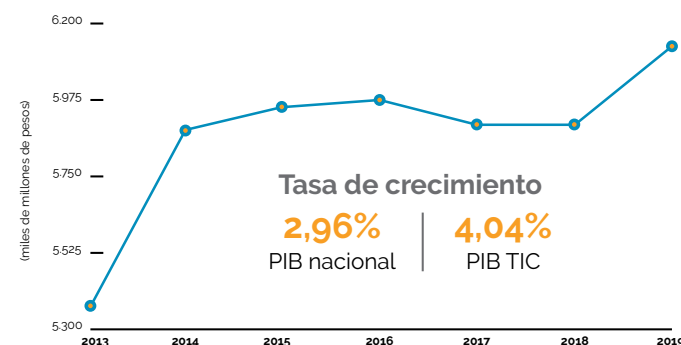
Telmex, del grupo América Móvil, continúa como líder del mercado, con 2,5 millones de suscriptores y el 42% de market share, seguido por UneEPM, con 1,2 millones y 20%. DirecTV es el tercer operador con su servicio satelital que llega a 1,1 millones y el 19% de participación. En cuarto lugar está Movistar con el 9%, HVTV con el 3%, ETB con el 2% y los demás con el restante 5%.

Colombia: Market Share de TV paga por compañía - Junio 2019



Fuente: ANTV

Actividad económica TIC (Dic. 2019)



Fuente: Mintic



Los mejores contenidos no solo trascienden las pantallas. También las fronteras.

Desde Argentina para el mundo, producimos contenidos de alta calidad e innovación para todas las audiencias. Cuando se piensa más allá, se llega más lejos.



Departamento de Comercialización de Contenidos:
+5411 4370.1395 / 4339.1541

Contenidos que conectan



artear
www.artear.com

Colombia, a la vanguardia en regulación TIC

Al término del tercer trimestre de 2019, el total de accesos fijos a Internet en Colombia era de 7 millones, mostrando un incremento de 4,4% respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando una penetración del servicio de 13,9 cada 100 habitantes. **Comcel** se quedó como líder del mercado con 2,65 millones de accesos, seguido por Une EPM (1,47 millones), Movistar (990.000) y ETB (630.000). La velocidad de descarga promedio nacional de Internet fijo en Colombia es de 14,5 Mbps, lo que representa un aumento en más de 5 Mbps en el último año.

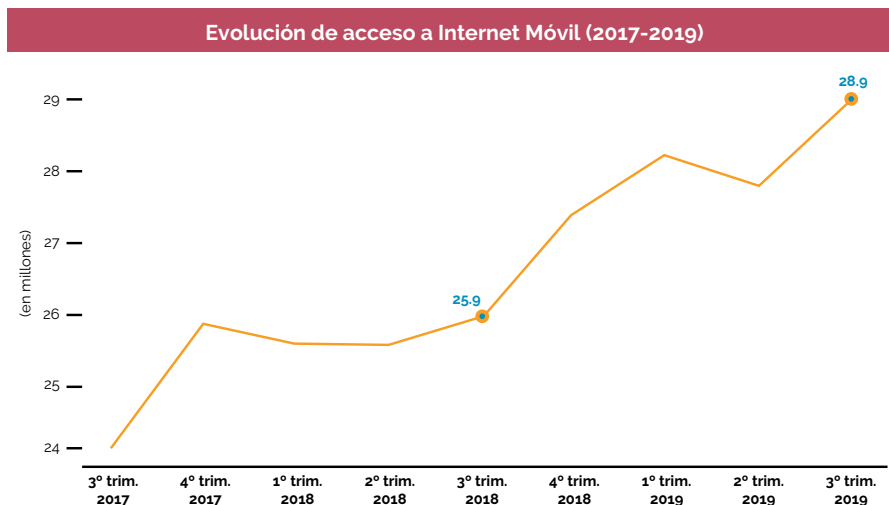
En lo que respecta a Internet móvil, Colombia cerró el tercer trimestre con 28,9 millones de abonados y un crecimiento anual cercano al 10%. La penetración del servicio fue de 57,4/100. A septiembre de 2019, el proveedor con mayor número de accesos a Internet móvil fue **Claro** (15,8 millones), seguido por Movistar (6,72 millones), **Tigo** (4,12 millones) y **Avantel** (962.000).

Crece OTT pero no reemplaza a TV paga

Este mercado tiene cerca de 15 plataformas OTT o SVOD, ubicándose en el cuarto país de la región en oferta de estas tecnologías. Sin embargo, sólo el 2% de los usuarios de plataformas OTT por suscripción han cancelado sus suscripciones de TV paga, según un estudio encargado en 2019 por la CRC.

Es decir, que cerca de 50.000 hogares han dado de baja sus servicios de televisión por suscripción en reemplazo de un servicio de video online. Sin embargo, el estudio determinó que este tipo de servicios están muy difundidos en el país.

El 42% de los hogares colombianos acce-



Fuente: Mintic

den a servicios OTT en sus hogares, donde YouTube ha alcanzado una penetración del 38% en los hogares colombianos. Por su parte, los servicios de video online pago han alcanzado una penetración del 16% de los hogares, donde **Netflix** se posiciona como líder del segmento con el 15%, seguida de **HBO Go**, con el 3% de los hogares.

Netflix entró en el mercado colombiano en 2011; para el 2014 había alcanzado los 500.000 y este estudio prevé que superará los 2 millones de usuarios este año. Es decir, que su crecimiento es significativo. Este proceso se ve facilitado por las conexiones de Internet de banda ancha y el creciente uso de SmartTVs y dispositivos de transmisión populares como **Roku**, **AppleTV**, **Google Chromecast** y **Amazon Fire TV**.

Así, el estudio determinó que el 27% de los hogares colombianos cuenta con conexiones superiores a los 10 Mbps de velocidad, lo-



Ministra TIC, Sylvia Constrain

grando las condiciones óptimas para acceder a OTT. Además, el 32% de los hogares tienen un SmarTV.

En cuanto a los servicios tradicionales, el 72% de los hogares cuenta con una suscripción a TV paga, mientras que el 12% sólo utiliza la TDT, y el 13% manifestó recibir la señal de televisión solamente a través de TV aérea/TV analógica.

Producción audiovisual: Un mercado prolífico

Colombia ha logrado posicionarse como uno de los mercados audiovisuales más prolíficos de Latinoamérica en los últimos años. A su talento y ventajas comparativas para la creación y producción, se suman importantes líneas de fomento que han permitido mejorar la industria local y atraer inversiones.

Desde **FoxTelecolombia** (ahora bajo la



La CRC posesionó a los nuevos comisionados que integrarán la Sesión de Comunicaciones y de Contenidos Audiovisuales que conforman el nuevo regulador único convergente



UNIVISION

Disfruta la programación del canal de habla hispana más visto en la unión americana

**A partir del 30 de Marzo
Univisión llega... a ti.**



Televisa

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

Colombia, a la vanguardia en regulación TIC

órbita de Disney) hasta Sony Teleset, el país se ha abierto al capital internacional. A ellos se suma un importante número de productoras independientes, como Dynamo, CMO, Dramax, además de las productoras dentro de RCN, Caracol, los canales líderes, e incluso Canal Uno, que en mayo próximo cumplirá tres años al aire, y muchas otras en distintos géneros como largometrajes, documentales y animación.

El sector es nutrido y variado, y se desarrolla en una economía estable. Innovadores proyectos audiovisuales han surgido y triunfado en Colombia y el mundo: su talento humano está altamente capacitado, cuenta con locaciones impresionantes y una infraestructura de producción muy atractiva. En la narración, cuenta con históricos directores, cineastas, guionistas y productores que han triunfado con sus creaciones en todo el mundo.

Además, Colombia ha venido viviendo un incremento vertiginoso en la producción de contenidos. Apoyados del nuevo 'boom latino', los OTT y plataformas globales han visto en el país un mercado clave para coproducir. Según Parrot Analytics los contenidos hechos en Colombia son los que mejor viajan a mercados como EE.UU., México, España y Vietnam.

La Ley de Cine 814 ofrece un incentivo a la inversión en producción de cine local y coproducciones mayoritarias o minoritarias en Colombia. Además, este año comienza a regir un nuevo apartado sobre la Ley 1556 que extenderá el incentivo a producciones de televisión para productores internacionales que quieran desarrollar productos allí.

Por otra parte, están las grandes cadenas como Caracol y RCN que tienen sus unidades de producción con varios acuerdos en marcha. Además de producir para su pantalla, Caracol provee de servicios de coproducción para productoras independientes y para Netflix, mientras que Canal 1 está apostando a los contenidos nativamente televisivos.

Según cifras de el Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica (Proimágenes) las ventas de contenidos audiovisuales y digitales alcanzaron los USD 82,8 millones en 2018. La Ley 1556, promulgada en 2012, permite que grandes estudios realicen producciones

cinematográficas en el país y en 2019 esta estrategia le ha dejado USD 25,8 millones al sector y se estima que suceda lo equivalente en producciones televisivas.

Inversión publicitaria

Con una inversión publicitaria de USD 3.536 millones al cierre del 2018, de acuerdo a las cifras de Kantar Ibope Media, el mercado colombiano se mantiene como uno de los más fuertes de la región, detrás de Brasil y México.

En cuanto a la distribución por medios, 29,6% del market share fue la TV paga que

lideró la inversión, seguido por la TV abierta con el 29,2%. Radio alcanzó un 24,7% y en cuarto y quinto lugar quedaron Diarios y Revistas, con 11,6% y 2,54%, respectivamente. En este contexto, los sectores que más invierten son comercio, turismo, telcos, financiero y gobierno.

Por su parte, IAB Colombia anunció que la inversión en publicidad digital llegó a USD 54 millones en el primer trimestre de 2019, mostrando un impactante crecimiento de casi 34% respecto al mismo periodo del año anterior.

Consumo por tipo de contenido en plataforma

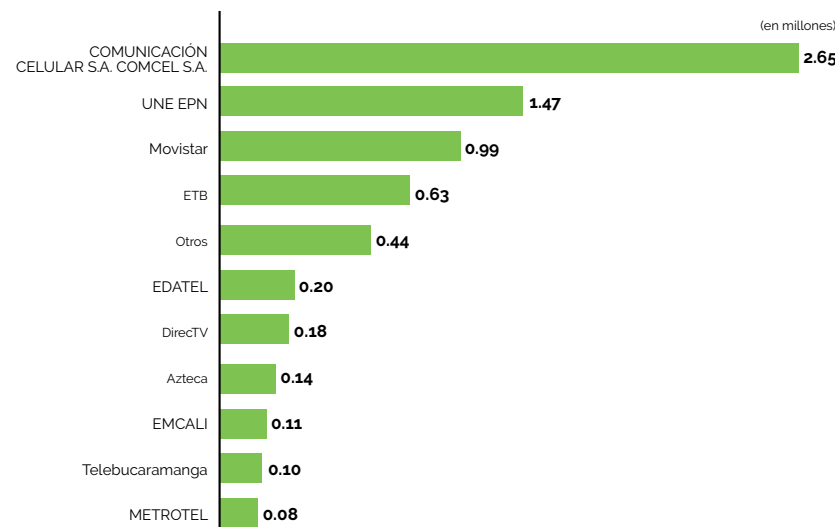
POBLACIÓN:	SERIES	PELÍCULAS	DEPORTES	DOCUMENTALES	TELENOVELAS	REALITIES
Aplicaciones gratuitas	6%	6%	4%	6%	2%	2%
Aplicaciones pagas	6%	9%	1%	3%	1%	1%
Canales Premium	1%	1%	1%	0%	0%	0%
TV por suscripción	23%	30%	30%	26%	29%	26%
TDT o TV abierta	10%	12%	12%	8%	15%	12%
No vs CATEGORÍA	52%	41%	52%	56%	53%	59%

OTT (GRATIS O PAGAS):	SERIES	PELÍCULAS	DEPORTES	DOCUMENTALES	TELENOVELAS	REALITIES
Aplicaciones gratuitas	14%	14%	9%	14%	5%	5%
Aplicaciones pagas	18%	21%	2%	6%	2%	1%
Canales Premium	1%	2%	2%	1%	0%	0%
TV por suscripción	25%	30%	35%	30%	30%	30%
TDT o TV abierta	9%	10%	9%	6%	12%	11%
No vs CATEGORÍA	32%	23%	43%	43%	51%	53%

OTT (PAGAS):	SERIES	PELÍCULAS	DEPORTES	DOCUMENTALES	TELENOVELAS	REALITIES
Aplicaciones gratuitas	11%	8%	7%	12%	4%	3%
Aplicaciones pagas	47%	56%	4%	14%	5%	3%
Canales Premium	2%	4%	5%	2%	0%	0%
TV por suscripción	17%	18%	39%	27%	28%	30%
TDT o TV abierta	3%	3%	7%	5%	7%	8%
No vs CATEGORÍA	19%	11%	40%	41%	56%	57%

Fuente: CRC

Suscriptores a Internet fijo por proveedor (Dic. 2019)



Fuente: Mintic



SEGUIMOS EVOLUCIONANDO SEGUIMOS TRASCENDIENDO

HBO | LATIN AMERICA

Seguimos siendo líderes, innovadores e inigualables. Seguimos siendo el único grupo de canales que ofrece entretenimiento en constante evolución, inteligente, personalizado y accesible a través de todas las plataformas. Fuimos, somos y seguiremos siendo, HBO Latin America Group.

© 2019 Home Box Office, Inc. y HBO. All Rights Reserved. HBO y los logos de servicio relacionados son propiedad de Home Box Office, Inc. El material incluido es de la exclusiva propiedad de HBO. All Rights Reserved. Este contenido está protegido por las leyes de derechos de autor y otras leyes aplicables.

NBCUniversal
INTERNATIONAL
NETWORKS



CONTENIDO
PARA TODAS LAS
AUDIENCIAS



Andina Link Cartagena: Internet y contenidos, los protagonistas

El lugar de encuentro de cableoperadores, ISPs y OTT



Luz Marina Arango acompañada de los reguladores y cámaras de ISPs en la inauguración de Andina Link 2019

Del 3 al 5 de marzo, TDC Events de Luz Marina Arango realiza una nueva edición de Andina Link Cartagena, el evento que en los últimos años ha ampliado su alcance para ser el punto de encuentro de operadores de TV paga, plataformas OTT e Internet Service Providers (ISP), no solo de Colombia, sino de toda la región.

El año pasado, en su edición 25º aniversario, se consolidó particularmente como el lugar de los ISP, cuando las cámaras que los representan en toda la región –incluyendo Brasil, Argentina, Ecuador y México– se reunieron por primera vez para conformar una asociación que los nuclea que denominaron LACISP.

Este año, volverán a estar todos ellos para seguir avanzando en negociaciones conjuntas. Todos los años, se reunirán en la expo de Cartagena, algo que ven con muy buenos ojos tanto los proveedores de tecnología, como los programadores, que pueden encontrar en ellos a sus nuevos clientes.

Pero más allá de estos nuevos jugadores, volverán a estar las empresas medianas y pequeñas de cable más representativas

de Perú, Ecuador, Honduras, y se espera vuelvan algunos del Caribe como Belice y República Dominicana. Además, como siempre estarán los grandes operadores como TigoUne con Daniel de Simone, DirecTV, TuVes con Konrad Burchardt, Henry Reyes de Cable Bello/HV Televisión, Global Net y otros.

FICA: Regulación, IOT y contenidos

Como todos los años, el foro FICA tratará temas regulatorios y este año especialmente avanza con el marco legal necesario para el despliegue de la Internet de las Cosas (IOT), que demandará grandes inversiones en infraestructura de redes, tanto de fibra óptica como de equipamiento inalámbrico para 5G y sistemas de aprovisionamiento.

Se discutirá si las legislaciones están preparadas para garantizar reglas de juego claras que permitan avanzar en este sentido. También, con la nueva ley TIC recién aprobada en Colombia, se hablará sobre el rol del regulador convergente para dar respuesta a las nuevas demandas del sector.

Siguiendo con conectividad, el tema de Smart Cities será también relevante, como un fenómeno de IOT ya instalado en las ciudades. Se hablará de la posibilidad de que esto ocurra en Latinoamérica en el mediano plazo, y sus beneficios para las economías locales. Habrá un foro dedicado a esto con Furukawa, A10, Alai Secure, Infinet Wireless y WDC Networks.

Las grandes inversiones que se prevén en este sector permitirán dar sostén al gran protagonista demandado por las audiencias:

el contenido. Por eso, otro gran tema de discusión serán los desafíos de la creación, adquisición y distribución de contenidos de calidad. Uno de los paneles centrales, estará integrado por RT de Rusia, la asociación colombiana Asotic, el regulador convergente CRC, la cadena alemana internacional DW, y el Patrimonio Fílmico local. También se disertará sobre la negociación de derechos de contenidos audiovisuales, las adquisiciones de formatos y la capacidad productiva para llenar librerías de OTT.



Felipe Tarazona, Daniel Lewellyn-Jones, María José Stozitzky, Mario Molins y Patricia Junca, en el barco de HBO



Christian Vanzini, de AMC; Henry Okumura y Jorge Vargas, de Econocable; Mariano Solía, de AMC; y Mauro Zamora, de Cable Red Perú



Los representantes de las cámaras de ISPs de Latinoamérica conformaban la asociación regional LACISP



Daniel de Simone y Marianella Silveira, de TigoUne



Jennifer Muñoz y Piedad Martínez, de Global Media; con Konrad Burchardt, de TuVes



25 años Innovando y agregando valor a la industria con **contenidos relevantes multiplataforma** para todas las audiencias

+30 marcas

+15 géneros

+VOD Video por Demanda

www.mbanetworks.tv

comercial@mbanetworks.tv

Conferencias
Foro FICA 2020

Martes 3 de marzo

9:00 a 10:00
Inauguración oficial

10:00 a 10:45
Conferencia magistral
Avances de la Implementación de la Ley 1978
Disertante: Iván Mantilla G., Viceministro de conectividad, Mintic

10:45 a 11:30
Conferencia
Agenda regulatoria de Colombia 2020 – 2021
Disertante: Director Comisión Regular de Comunicaciones (CRC)

11:30 a 12:30
Panel
Regulación de las IOT en Latinoamérica
Disertantes:
Iván Antonio Mantilla G., Viceministro de conectividad, Mintic
Douglas Velásquez Jacome, abogado

2:00pm a 2:45pm
Conferencia
Agenda regulatoria de contenidos de Colombia 2020 – 2021 (CRC)
Disertante: Comisionado experto de contenidos, CRC

2:45pm a 4:00pm
Panel
Los contenidos que verán nuestras audiencias en la próxima década
El Video en Internet como el rey de los contenidos
Disertantes:
Inna Afinogenova, sub-director de la web, RT En Español

Galé Mallol, presidente, Asotic
Cristina Peláez, Deutsche Welle
Alexandra Falla, directora Patrimonio Fílmico de Colombia

4:00pm a 5:15pm
Panel
Nuevas maneras de negociar y obtener los derechos de los contenidos audiovisuales
Disertantes:
Karina Melikyán, RT
Serguéi Makárov, RT En Español
Galé Mallol, presidente, Asotic
Héctor G. Jaime Vega, NAISP

Miércoles 4 de marzo

9:00 – 10:45
Panel
Implementando ciudades inteligentes en América Latina
Disertantes:
Samuel Tarquialcal, Municipalidad de Alto Selva Alegre
Wilmer C. Mongui, A10
Carlos Valenciano, Alai Secure
Maya Erkova, RT
Carlos Duque, Infinet
Junior Carrara, WDC Networks

10:45 a 12:30
Panel
Tecnologías para la Masificación del IOT y las Smart Cities
Disertantes:
Alejandro Acosta, Lacnic
Miguel Giraldo, Suma Móvil
Rafael Yoshio Kohiyama, Fibracem
Dixon Ramírez, Riverbed Latam
Josic Thépaut, Kerlink
Marcelo De Ambrosio, CAPPI Argentina
Eliana Naranjo

Jueves 5 de marzo

09:00 a 11:30
Panel
Monetizando el Iot, los contenidos, los servicios y las ciudades inteligentes
Disertantes:
Gustavo Marra, SeaChange
Carlos Eduardo Faría Hernández, CEF Technology
José Luis Batista, Latino TCA
Ronald Jamid Bohorquez, Rincon



LAS 3 SEÑALES DIVINAS

PROGRAMACIÓN VARIADA

NOTICIAS Y ACTUALIDAD

SERIES Y NOVELAS



CANALES INTERNACIONALES RCN
PRODUCCIONES COMO CAÍDAS DEL CIELO.

CONTACTO: JULIÁN GIRALDO
JGIRALDO@RCNTV.COM

Por Ernesto P. Orozco O., Comisionado Sesión de Contenidos Audiovisuales, CRC

Modernización institucional del sector TIC en Colombia

Desde su ejercicio como senador, el presidente de Colombia, **Iván Duque Márquez**, ha promovido la modernización y transformación de la economía colombiana, y ha entendido que esta pasa por la transformación digital del Estado de la economía en general.

Para el logro de estos objetivos, se han desarrollado, entre otras, las siguientes iniciativas transversales:

-Ley Naranja (Ley 1834 de 2017):

En 2017, se concretó esta iniciativa legislativa que permitió desarrollar cinco líneas de política de emprendimiento e industrias culturales.



-Creación de la Alta Consejería para Asuntos Económicos y Transformación Digital, con funciones como asesoramiento al Presidente en innovación, emprendimiento, transformación digital y apropiación tecnológica de los sectores públicos y privados.

-Expedición de la Ley 1978 de 2019, la cual busca la modernización del Sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC.

Alcances de la nueva Ley

Creación de un regulador único e independiente: Conformación de la Comisión de Regulación de Comunicaciones CRC como un regulador único e independiente, conformado por dos salas de decisión: la Sesión de Contenidos y la Sesión de Comunicaciones, a cargo de la promoción del pluralismo informativo, la defensa del televidente y la regulación técnica y de mercado.

Unificación de los Fondos de servicio universal y desarrollo de la TV pública en un Fondo Único TIC y Televisión, con cuyos recursos se financian los planes y proyectos para promover el servicio y acceso universal y los operadores públicos de TV y radio, de carácter nacional y regional. De esta

manera se garantizan los recursos para el fortalecimiento del sector y las industrias creativas y el fortalecimiento y sostenibilidad de la TV y radio públicas.

Promoción de la inclusión digital y cierre de la brecha de acceso a la sociedad de la información.

Promoción de la inversión en última milla, ampliando el plazo de los permisos de uso del espectro radioeléctrico hasta veinte (20) años, con posibilidad de prórroga, previo cumplimiento de compromisos de calidad, cobertura, inversión y renovación tecnológica.

Eliminación de barreras de entrada a los mercados de televisión con la eliminación de los diferentes regímenes de licencias, permisos y concesiones, creando un régimen de habilitación general integral para la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones y la aplicación cargas regulatorias y económicas justas que disminuyan las asimetrías y el arbitraje regulatorio.

Con esta modernización del sector, se liquida la ANTV y se distribuyen sus funciones entre el Mintic, a cargo de la política pública, habilitación general y período de transición, contraprestaciones, asignación de frecuencias y vigilancia y control, con excepción de los contenidos audiovisuales; la CRC, a cargo de la regulación TIC, TV y radio, clasificación del servicio, configuración técnica, gestión y calidad del servicio, obligaciones con los usuarios, uso y compartición de redes y vigilancia de contenidos; la ANE, a cargo de la planificación, registro y monitoreo del espectro y decomisos de clandestinos; y SIC, a cargo del régimen de protección de la competencia, prácticas restrictivas del mercado y autorización de integraciones y fusiones.

También se amplió la figura de la habilitación general a la provisión de redes



y servicios de telecomunicaciones, incluyendo los de TV y radio, lo que elimina las barreras de entrada a los mercados y disminuye las cargas económicas, produciendo un efecto inmediato en la promoción de la competencia y beneficios al consumidor.

Por último, en materia de promoción del servicio universal y de televisión pública, se crea un **Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones** con el que se deberán gestionar más eficientemente los recursos provenientes de las cargas económicas a los operadores y se asignarán de manera específica para garantizar el acceso y servicio universal, el desarrollo de la radiodifusión sonora pública, la televisión pública, la promoción de los contenidos multiplataforma de interés público y la apropiación tecnológica.

Con la aplicación de esta ley se busca, en el mediano plazo, dar prioridad al acceso y uso de las TIC para la población pobre y vulnerable, en zonas rurales y apartadas del país; propiciar escenarios de libre y leal competencia y el uso eficiente de la infraestructura y de los recursos escasos; proteger los derechos de los usuarios; promover la inversión; garantizar la neutralidad tecnológica; proteger el derecho a la comunicación, la información y la educación y los servicios básicos de las TIC; promover la masificación del gobierno en línea y los contenidos multiplataforma de interés público.

Gracias a esta Ley, Colombia cuenta con un sector público TIC dotado de las competencias necesarias para garantizar el crecimiento y competitividad de su industria de telecomunicaciones, de servicios de información e industrias creativas, en respuestas de las grandes empresas y pequeños emprendedores del sector.

Disney
BIA
SÉ TÚ MISMO
NUEVA TEMPORADA
16 DE MARZO
LUNES A VIERNES 6PM
Disney Channel

Mintic: El sector TIC crece por encima de la economía colombiana

La meta es 70% de hogares conectados para el 2022

‘El sector de telecomunicaciones venía un poco lento, por eso, uno de los pilares de nuestra política 2018-2022 ‘El Futuro Digital es de Todos’ ha sido generar un entorno TIC para el desarrollo digital y dentro de ese marco, logramos la aprobación de la Ley de Modernización. Hoy, el sector está creciendo un punto por encima del total de la economía, según cifras del Dane al primer semestre de 2019, lo que quiere decir que está jalonando al resto de los renglones productivos’, explicó **Sylvia Constaín**, ministra TIC de Colombia.

‘El número de accesos móviles a Internet también ha crecido. A septiembre de 2019 había 28,9 millones de accesos de este tipo, 3 millones más que en el mismo período de 2018. Internet fijo llegó a 7 millones de accesos, y se alcanzaron los 65 millones de líneas móviles, 1,7 millones más que en el tercer trimestre de 2018’, detalló.

‘Tenemos varios proyectos de conectividad para llegar a la población pobre y vulnerable, y a las zonas más apartadas del país, de manera que los ciudadanos puedan ampliar sus oportunidades y crezca el mercado digital’, completó la ministra.

Objetivos en conectividad

‘Nuestro objetivo es mejorar la calidad de vida de los colombianos, aumentando el acceso a los servicios de telecomunicaciones. Por eso nuestra meta, de acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo “Pacto por Colombia, pacto por la equidad”, es que el 70% de los hogares esté conectado a Internet al 2022’.

Constaín destacó grandes avances en este aspecto, sobre todo a partir de la aprobación de la Ley 1978 de 2019. ‘Nos permitió generar las condiciones para llevar Internet de calidad a todos los colombianos, mediante el impulso a la inversión y la focalización de los recursos en el cierre

de la brecha digital, y se puso la institucionalidad del sector en el estándar internacional’.

‘Iniciamos la “gran ola de conectividad” que llegará a todos los municipios y centros poblados del país. También cumplimos con la instalación de 1.000 Zonas Digitales, que son espacios de acceso gratuito a Internet instalados en áreas rurales de 381 municipios y 20 departamentos’.

‘Estructuramos el Plan 5G, convirtiéndonos en el único país en Latinoamérica y el segundo en el continente en tener una política pública para la implementación de esta tecnología. Se aprobó el Conpes de Transformación Digital e Inteligencia Artificial, que impulsará la disminución de barreras para la adopción tecnológica, y se expidió el decreto que

permitirá el uso de asociaciones público-privadas (APP) en el sector TIC’, detalló. ‘Finalmente, después de diez años, comenzamos el proceso de asignación de espectro para nuevas emisoras comunitarias, y frente a la televisión pública, destinamos un presupuesto histórico con el que se desarrollaron 22 producciones, equivalentes a 700 capítulos o contenidos multiplataforma’.

Metas para el 2020

‘Este año avanzaremos en ambiciosos proyectos de conectividad. En julio comenzará la instalación de 10.000 Centros Digitales que beneficiarán a igual número de comunidades rurales de los 32 departamentos y tendrán una operación garantizada hasta 2030; desde el primer semestre se hará la instalación de 840 Zonas Digitales Urbanas en 705 municipios, y también se pondrá en marcha el gran programa de última milla que brindará este año Internet fijo a 342.000 familias de estratos 1 y 2 con tarifas sociales’.

‘Otra meta es la realización de los pilotos



Sylvia Constaín, ministra TIC de Colombia

para 5G, mediante la asignación de permisos de uso del espectro de pruebas en bandas superiores a 3,3 GHz. Esta sería la primera vez que Colombia asigna espectro en estas bandas’.

‘Para la televisión pública, vamos a duplicar la producción de contenidos multiplataforma para dinamizar y renovar las parrillas de los canales públicos, impulsando el mercado de las empresas audiovisuales en las regiones’, remarcó Sylvia Constaín.

Regulador convergente

Según la ministra, la Ley de Modernización del Sector de las TIC, sancionada por el presidente **Iván Duque**, permitirá dar un salto en materia de conectividad. Ejemplo de esto es la subasta del espectro. Otro de los beneficios de esta Ley, remarcó, es la transformación de la televisión pública para dar un salto a lo digital gracias al nuevo modelo de financiamiento que garantiza el aumento real de su presupuesto cada año y el fomento de la creación de contenidos multiplataforma.

Finalmente, en relación con el regulador convergente, dijo: ‘Avanzamos en la reglamentación para la selección de los comisionados, lo que conllevó a la posesión de los integrantes elegidos mediante concurso público el último 3 de febrero. La adecuación institucional para la operación es realizada por la Comisión en su completa autonomía técnica, administrativa y presupuestal’.

THE MOST INFORMED, WINS.



A Global Perspective on 2020

TV | Online | Radio | App

COLOMBIA

Claro Colombia: OTT, gaming y proyecto para 5G

Oferta integral al ritmo del consumo

Andrés Carlesimo, Director Producto Personas & Hogares en Claro Colombia, compartió su balance del último año. 'Nos mantenemos como la empresa de telecomunicaciones con mayor preferencia de los colombianos, algo que hemos conseguido poniendo a los clientes en el centro de nuestras acciones y en un proceso de transformación digital que empezamos hace varios años'.

'A nivel de hogar, hemos agregado el acceso sin costo adicional a plataformas de video por streaming como Claro Video, que incluso tiene Internet dedicado para no usar el WiFi de la casa, o la función de Elegidos Fijo Móvil, en los que se puede hablar gratis los primeros cinco minutos de cada llamada desde un teléfono fijo con hasta cuatro líneas móviles del operador', explicó el ejecutivo.

En el hogar, también trabaja con Internet de hasta 300 Mbps, cobertura en toda la casa con Ultrawifi Claro, y nuevos servicios para los gamers. Claro llega con sus servicios de DTH a más de 970 municipios en todo el país y FTTH, posibilitando que las familias tengan un centro de entretenimiento en sus hogares.

La empresa ofrece servicios de datos 4G y 4.5G a través de la red de mayor cobertura del país, también trabaja con la plataforma Claro Música para los usuarios postpago y prepago sin consumir datos. La oferta se completa con Claro Video, almacenamiento en Claro Drive, y más.

'Hemos consolidado la oferta con un portafolio completo de conectividad, servicios digitales y soluciones de co-creación. Contamos con el ecosistema de centros de datos más importante de Colombia con el Data Center Triara Claro en Bogotá y en Medellín, además de consolidar nuestro trabajo en conjunto con Hitss, compañía de grupo América Móvil, en el desarrollo de software para llevar soluciones en transformación digital a los negocios', remarcó.

Crecimiento y desarrollo

'Adicional al compromiso de inversión de

la reciente subasta, que supera los 1,5 billones de pesos, seguiremos adelante con nuestras inversiones en cobertura móvil, servicios fijos, red de transmisión, centros de datos y centros de experiencia'.

'Continuaremos realizando las inversiones necesarias para seguir expandiendo y modernizando nuestras redes, sistemas y plataformas para garantizar la mejor experiencia de usabilidad en nuestros clientes, impulsados por el espectro recientemente asignado en la subasta. Hemos puesto en marcha la plataforma 'Para ti primero', que premia la fidelidad de nuestros usuarios con planes y servicios especialmente diseñados a la medida de sus necesidades'.

'Somos el primer operador del país que manifiesta formalmente su interés de realizar pruebas piloto de la tecnología 5G. Queremos ser los primeros en desplegar esta tecnología, que constituye el siguiente paso en la evolución de la conectividad y permitirá un salto tangencial en avances para la productividad del país, como Internet de las Cosas y Machine Learning', destacó Carlesimo.

Novedades en programación

Dijo el ejecutivo: 'Hemos entendido la nueva dinámica del sector, lo que nos ha llevado a construir una oferta diferenciada a través de nuestros canales como red+, Claro Música TV, Claro Música Sin Límites y contenidos como Red+ Conexión, Red+ Noticias, La Tele Letal, Efecto Pirry, Más ideas Ama tu Casa, que se pueden consumir de manera tradicional, a través de streaming en Claro video, pero sobre todo a nuestros clientes les damos la posibilidad de verlo a través de Mi Claro app, sin consumir datos y cuando quieran, esto es algo realmente revolucionario', detalló.

OTT y Claro Gamer

Claro video continúa su acelerado crecimiento y promedia más de 3 millones de películas y series que se ven mensualmente.



Andrés Carlesimo, Director Producto, Personas & Hogares en Claro

En el último año se duplicó el número de alquileres y las visualizaciones dentro del servicio de streaming de Claro, según remarcó Andrés Carlesimo.

También avanzó en la producción de series propias como Rubirosa, Reto Tokio o Hijos de su Madre, y ahora la plataforma para Gamers también evidencia una gran acogida entre el público, que va desde mayores velocidades y una tienda completa llamada Claro Gaming.

El mercado colombiano

Sobre el mercado local, expresó: 'La nueva ley de telecomunicaciones favorecerá la transformación digital, la libre competencia y las inversiones a largo plazo en el sector. Este año tendremos un crecimiento importante en cobertura como resultado de las obligaciones de la licitación de espectro del 2019. Este despliegue favorecerá a una importante cantidad de ciudades carenciadas'.

'En Claro continuaremos innovando en nuestros productos para el hogar, móviles y para empresas, ofreciendo la mejor experiencia a nuestros clientes. Conscientes de estas nuevas formas de ver televisión, en Claro los paquetes básicos cuentan con canales HD y Claro Video, para acceder a una enorme cantidad de contenidos por demanda en cualquier momento y en cualquier lugar'.

tv azteca internacional SOMOS LO QUE QUIERES VER
ESTRENOS mundo ES MÍO

Azteca uno -1 HORA

Azteca uno -2 HORAS

DESCARGA NUESTRA APP "AZ CONTENT"



AZ_Contenidos

az_contenidos

AZContenidos

AZ Contenidos

tvaztecainternacional.com

COLOMBIA

TigoOne invirtió en la expansión de redes fijas y móviles

Para dar soporte al constante crecimiento

A cinco años de la integración de Tigo con Une EPM en Colombia, la operación se ha convertido en la más importante de **Millicom**, que ha logrado incluso, cotizar en Nasdaq.

Al cierre del 2018, **TigoOne** totalizaba 1,2 millones de accesos a TV paga, 1,6 millones a Internet fija y 1 millón a voz e Internet móvil, de acuerdo a su reporte anual, en el que mostró un importante crecimiento en todos sus servicios.

Esto la llevó a invertir USD 941.000 millones en la construcción de autopistas digitales en diferentes zonas de Colombia. Así logró totalizar, en cuatro años, 4.000 millones en inversión, según destacó el presidente, **Marcelo Cataldo**, a la prensa local. Todo esto ya se puede ver

reflejado en las ciudades de Pasto, Tuluá, Tunja, Sogamoso, Funza, Mosquera y Fusagasugá.

Sobre todo, TigoOne logró consolidar su liderazgo en telecomunicaciones, tras ser la primera empresa en invertir en 5G contar ya con las primeras zonas de 4.5G en las principales ciudades del país. 'TigoOne incrementó la capacidad de la red LTE en un 30% y llegamos con 4G a más de 770 municipios', señaló Cataldo.



Subasta para 4G

TigoOne es una de las tres empresas de telefonía móvil que ganó la subasta de espectro radioeléctrico realizada por el gobierno nacional a través del **Mintic**, para llevar 4G a más poblaciones. El despliegue



Marcelo Cataldo, presidente de TigoOne

deberá concretarse en un plazo máximo de cinco años.

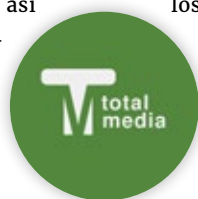
TigoOne será responsable del despliegue en 1636 localidades.

Total Media se consolida en la región

Acaba de sumar Univisión a su catálogo

'A un año de haber iniciado operaciones, hemos comprendido los retos, así como las oportunidades y respectivos riesgos. Existe una posibilidad importante de crecimiento en estos mercados. Procesos como la consolidación en cada uno, y la entrada de nuevos participantes, generara que en un mediano plazo se conviertan en mercados más ordenados y relevantes en Latinoamérica', expresó **Saúl Argueta**, Director General en **Total Media**.

'Hemos avanzado de forma inteligente y constante para posicionar la marca; esto sin duda se consolidará a mediano plazo. La retroalimentación ha sido positiva. Este año, buscaremos continuar con nuestra presencia y crecimiento en todas las operaciones de televisión paga, además de lograr



una mayor penetración y distribución de los canales que representamos, especialmente, en el sector de operaciones de televisión comunitaria en Colombia', agregó.

El grupo acaba de incorporar la representación de Univisión. Dijo Argueta: 'Es el canal de habla hispana más visto en Estados Unidos. Existe una empatía importante entre nuestros países y el mercado hispanohablante en Norteamérica. Creemos que la inserción del canal en las distintas parrillas de programación en Latinoamérica genere un atractivo importante para el consumidor final'.

Ahora, la empresa volverá a Andina Link y más tarde a Expo ComuTV de Colombia. Concluyó el ejecutivo: 'Siempre es importante tener presencia en este tipo de



Saúl Argueta

eventos, que van de la mano de acompañar a los distintos operadores para entender sus necesidades, así como sus inquietudes y propuestas'.



EWTN, COMUNICANDO LA FE CON CLARIDAD Y SOLIDEZ.



VIVAMOS LA VERDAD. VIVAMOS CATÓLICOS.

TELEVISIÓN • RADIO • NOTICIAS • ONLINE • PUBLICACIONES

Para mayor información escriba a iberoamerica@ewtn.com
ewtn.com/español

EWTN | El Canal Católico

COLUMBIA

DirecTV alcanzó 1,1 millones de suscriptores

Con 1,1 millones de suscriptores, DirecTV es el tercer operador de TV paga en el mercado colombiano, tras haber alcanzado el 19% de participación de mercado al cierre del segundo trimestre del 2019, según la ANTV.

En Colombia, el operador satelital sigue la línea del grupo en Latinoamérica, donde al 4K se le sumó el estreno de la plataforma OTT como producto stand alone. Además, el se cumplió un año del proyecto de

DirecTV Go. Se trata

de una oferta nueva que no requiere estar suscripto a un servicio de cable o físico; alcanza con tener Internet para suscribirse. Para nuestros clientes de DirecTV Oro, se ofrece como un beneficio gratuito.

DirecTV Go tiene 80 señales en vivo y una biblioteca de más de 6000 títulos. Es una combinación de life streaming con

VOD, a la que el usuario se puede suscribir completamente online.

La filial de Colombia trabaja de manera mancomunada con el grupo AT&T en toda la región. Esto se refleja en la producción de contenidos, y en la presencia de la marca **DirecTV Sports** en toda Latinoamérica, aunque cada país tiene su versión local. También hay una línea muy clara en los productos. El desarrollo de nuevos decodificadores y el producto prepago avanzan con una misma línea consolidada.

GET SHORTY



OnDirecTV estrenó la segunda temporada de la serie Get Shorty

Programación

En febrero, OnDirecTV estrenó el especial de Harry y Meghan, donde cuentan la verdad de la renuncia a los privilegios de la corona británica. Además, presentó el especial *Spirits in the Forest*, sobre Depeche Mode, la banda de rock que cumplió 40 años y sigue en plena actividad.



Spirits in the Forest, el especial de Depeche Mode

En la parte deportiva, DirecTV Sports transmitió la Supercopa Femenina de España, en su primera edición del torneo que será en formato Final Four. El evento tuvo dos semifinales y la gran final.

En ficción, estrenó la segunda temporada de *Get Shorty*, serie basada en la novela homónima del novelista estadounidense Elmore Leonard y producida por MGM Television, que narra la transformación de un gángster de Nevada en productor de Hollywood. También presentó *Gold Digger*, una miniserie británica de seis episodios creada y escrita por Marnie Dickens, y desde España, *Señoras del (h)AMPA* en su primera temporada.

YO YA ME METÍ
MÉTETE CON TODA
AL FÚTBOL, MÉTETE A

EL NUEVO CANAL 24 HORAS, 100% FÚTBOL,
PARA TODOS LOS QUE AMAMOS
EL FÚTBOL PROFESIONAL COLOMBIANO.

Winvo+

Disponible en Operadores de TV paga en Colombia.

Antena 3

TU CARA ME SUENA

FARIÑA

A3S
ATRESERIES

iHOLA! TV

A3CINE

LA TELEVISIÓN QUE NOS UNE



www.atresmediainternacional.com

COLOMBIA

HVTV llega a 170.000 hogares con TV paga

Henry Reyes, presidente de HVTV, realizó un balance de su sistema de cable en el marco de un mercado competitivo con grandes operadores. 'Vamos sorteando las dificultades propias de un mercado competido con operadores grandes, de bastante músculo financiero, como algunos un poco informales, pero contamos con un equipo humano muy comprometido y capacitado para atender muy bien a nuestros clientes', expresó.

'Hemos podido generar crecimiento, en especial con el tema de banda ancha empresarial y conectividad a los hogares', dijo Reyes y confirmó que su empresa alcanzó los 170.000 hogares con televisión y 80.000 con Internet. 'Para este año, hemos fortalecido significativamente todo el contenido local con un canal informativo y portal



de noticias bajo la marca Momento24.co. También, hemos avanzado en el despliegue de fibra y conexiones a clientes empresariales', señaló Reyes. Respecto de la nueva ley TIC, opinó: 'Tiene buenos aspectos pero aun se debe legislar para equiparar las cargas con las plataformas virtuales, regular las entidades de derechos de autor o gestión colectiva para dar un orden y tener una claridad frente a los nuevos actores que pretenden competir para que actúen conforme a la ley. En esto ha jugado un papel fundamental la asociación Asotic que nos agrupa y es el vocero en los temas con el gobierno'.

Proyectos para el 2020

'Este año, pretendemos continuar la expansión con redes en fibra y consolidar nuestros servicios de Internet y conec-



Henry Reyes

tividad en las ciudades que atendemos. Tenemos grandes retos tecnológicos para robustecer nuestros servicios y ser cada vez más confiables y competitivos'. Finalmente, confirmó su participación en Andina Link Cartagena. 'Aspiramos a saludar a los amigos y pasar momentos agradables como siempre sucede con esta industria', resumió.

- Películas, series y canales en vivo.
- Disponible para iOS, Android, Smart TV, Web y Set-Top Box.
- La primera plataforma de video por demanda prepago.

Estamos en Andina Link
 Alvaro Jaramillo | (593) 984 721 894
 alvaro@bigtechcorporation.com
 Francisco Domínguez | (57) 315 896 0953
 francisco@bigtechcorporation.com



TODA LA INFORMACIÓN Y EL MEJOR ANÁLISIS CON LOS TALENTOS MÁS RECONOCIDOS

TODOS LOS DÍAS EN VIVO

LUNES A VIERNES 4pm

LUNES A VIERNES 9pm

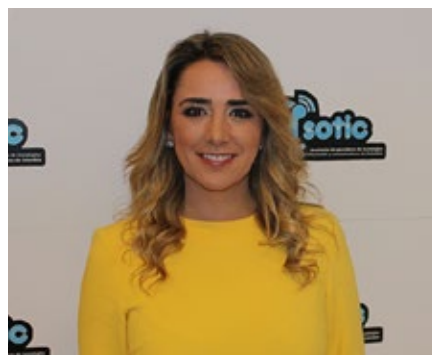
RISAS, DEPORTE, Y MUCHO MÁS!

LUNES A VIERNES 11am



COLOMBIA

Asotic: 'La nueva ley TIC enfrentará enormes retos en su implementación'



Galé Mallol, presidente ejecutiva de Asotic

Galé Mallol Agudelo, presidente ejecutiva de Asotic, compartió un balance del último año para la asociación de empresas TIC independientes de Colombia. 'Fue un año de grandes retos, en el que logramos trabajar de manera conjunta en el proyecto de modernización del sector'.

'Además, pudimos alcanzar reducciones significativas en el costo de infraestructura, lo que representó un aliciente y una ayuda para los operadores, y también se pudo bajar costo en la compensación', añadió.

Para este año, destacó: 'Estaremos enfocados en los temas de las entidades de gestión colectiva (derechos de autor) piratería y todo lo relacionado al despliegue de infraestructura'.

Nuevo contexto

'La industria ha tenido un cambio significativo del comportamiento del usuario y por eso hemos venido insistiendo al gobierno nacional con la necesidad de equilibrar las cargas tributarias', comentó la ejecutiva.

Sobre la nueva ley TIC, opinó: 'Habrá que enfrentar retos enormes en su implementación. El regulador convergente deberá estar al liderazgo de los principales temas que se discuten por las nuevas tecnologías'.

'La industria atraviesa un momento complejo. Sabemos que la industria y el consumidor han cambiado y entendemos que cada día debemos ampliar nuestro portafolio de servicios. Seguiremos insistiendo siempre en la reducción de cargas', completó Mallol.

Finalmente, confirmó su participación en Andina Link Cartagena y dijo que los objetivos serán 'explorar nuevas ofertas de contenido, networking y participar en las conferencias'.



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

www.globalmedia1.tv

Global Media
Telecomunicaciones SAS
NIT 900.141.130-9

TV Agro HD
Te acerca al campo
www.tvagro.tv

Rumba TV
Al ritmo de tu vida

TIN
La magia del tiempo

Hogar TV

KANAL D
DRAMA

CANAL PIONERO
EN SERIES TURCAS

LOS VERDADEROS DRAMAS
NO SÓLO SE VEN...
¡SE VIVEN!

#AtréveteAVivirlo



Distribuido por **THEMA**
A CANAL+ GROUP COMPANY

COLOMBIA

ComuTV se adelanta a los cambios en la industria de la TV

Sergio Restrepo, presidente de ComuTV, adelantó las novedades del evento para los comunitarios de Colombia, que desde el año pasado se abrió también a los ISPs.

‘Expo ComuTV viene más recargada que nunca ya que este año, con la entrada en firme de los nuevos operadores o ISPs, se abre un gran abanico de negociaciones que se darán en el marco de la feria. Además, con la entrada de las nuevas plataformas IPTV cerradas cableadas que ya cuentan con autorización de algunos proveedores de contenido, la industria de la TV paga cambiará enormemente llegando a lugares que antes no contaban con el servicio. Esta será una feria llena de oportunidades de negocio y estrategias de mercado que permitirán mantenernos a la vanguardia de la industria’, dijo.

La TV comunitaria

‘Los canales comunitarios tienen grandes retos y decisiones importantes por tomar este año. Por un lado, podrán solicitar su cambio a televisión por suscripción, lo que les dará mucho dinamismo a sus organizaciones, pero tendrán que asumir grandes desafíos, como el pago de IVA, canales codificados, organizaciones de gestión,

postería y demás’.

‘Por el otro lado, los sistemas que deseen permanecer como comunitarios lo podrán hacer, pero tendrán que lidiar con la contratación del contenido y los empaquetamientos de algunos proveedores de canales internacionales que hacen que los costos sean muy altos para transmitir solo siete canales codificados; tendrán que buscar alternativas con otros distribuidores que le suplan las necesidades de sus asociados’, agregó Restrepo.

‘Creemos que la nueva ley TIC abre el abanico de oportunidades y estrecha la posibilidad de comer de la gran torta de suscriptores que quedan. Los proveedores de contenido tendrán que equilibrar sus cargas para no perder posición en el mercado local teniendo en cuenta, que las audiencias de TV cerrada en todo el mundo van disminuyendo mientras que la televisión no lineal y OTTs capta más televidentes. Creo que tanto la CRC y el Mintic se están organizando para poder enfrentar este nuevo desafío y solo en unos años miraremos qué tanto le sirvió a la industria o recordaremos con nostalgia la extinta ANTV’, agregó.

Expo ComuTV 2020

Sobre la nueva convocatoria, adelantó: ‘Este año nuestra meta es ofrecer a todos



Sergio Restrepo

los ISP, cableoperadores, TV por suscripción y comunitarias las mejores oportunidades de contratar canales internacionales líderes en el mercado y otros nuevos, que día a día ganan terreno y hacen parte de una reciente oferta de contenido de muy alta calidad a precios razonables’.

‘Este año, llegan también nuevos proveedores que ven Expo ComuTV como el trampolín para darse a conocer en todo el territorio colombiano y países vecinos, esto hace que la feria sea más internacional que local’.

‘Proveedores de última milla o canal internacional como Internexa apoyan esta feria con capacitaciones de cómo mejorar el servicio y ser mucho más competitivos en esta industria; compañías 100% colombianas como Matrix también hacen lo suyo y están apoyando esta nueva industria del Gpon con equipamiento personalizado de muy alta calidad’.

Entrada gratuita hasta el 30 de abril

La edición 2020 de Expo ComuTV se realizará el 6 y 7 de mayo en el Centro de Convenciones Aburrá Sur de Itagüí, a minutos de Medellín. La entrada será gratuita para todos los que se registren antes del 30 de abril en el sitio web www.expocomutv.com y luego costará 20.000 pesos.

Visitantes y expositores podrán llevarse un TV de 55 pulgadas de última generación y una moto de 125 cc que los patrocinadores entregarán. En esta oportunidad la fiesta de bienvenida será patrocinada por la empresa de distribución de señales Neva Network, que ha consolidado su portafolio de canales en Colombia.

Algunas de las empresas que apoyarán también esta edición son Disney, Fox, Turner, Televisa, HBO, Claxon, Global Media, Neva Network, EWTN, Frida, RCN, Signal TV, Azteca TV, Siditel, Internexa, Televes, Alectron, Canal Zoom, Matrix, Fis, Wellav, Televvd, Optictimes, además de la CRC, SIC y Asotic.



DIRIGIDO A CABLEOPERADORES, TELEVISIÓN COMUNITARIA E ISP

Mayo 6y7
MEDELLÍN - COLOMBIA

Expocomutv es la feria de las telecomunicaciones y la Televisión cerrada en Colombia, que permite impulsar las relaciones comerciales, ampliando los vínculos de negocios con los programadores internacionales; suplidores de tecnología, participación de las autoridades de TV, actualización de plataformas digitales y tecnologías de punta.

CREAMOS vínculos,
generamos OPORTUNIDADES.

INSCRÍBETE
Separa tu Stand
www.expocomutv.com

Centro de convenciones Aburrá Sur, Itagüí
Cra. 50 #47-16, Medellín | Colombia
info@expocomutv.com
¡Te esperamos!



Agustin Becerra y Nubia Cruz de TV Norte



Monica Granada, Ivan Nauricio Prias de Click HD y Konrad Burchardt de TuVes HD



Javier y Belarmino Rojas, de Antena La Estrella



Carlos Uribe Martinez, de Inversiones Cable Mundo, y Santiago Forero, de Grupo Uno Telecomunicaciones



Fernando Martinez, de Comcast Mesoamérica; Roy Salazar, de Fatem; y Carlos Leiva, de Cable Centro, todos de Costa Rica



Martha Acosta, Gildardo Idarra, José Bantancourt y William Galindo de TV El Viboral



Nuevos licenciatarios Daniel Becerra, Ovidio Urdaneta, Agustin y Felipe Becerra



Gabriel Ferrer Coidsert, Hernán Ramírez e hijo con Fermin Lombana de Cable Servicios



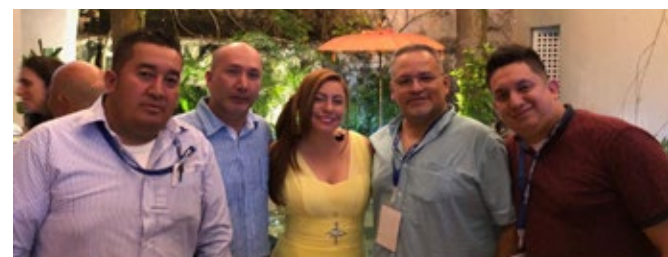
Carlos Pomo, de Vallevisión; Vicente Sánchez, de M&S de Pedernales; Marlon Granda, Guillermo Segurra e Ingrid Barzueeta, de JipiTV, todos de Ecuador



David Gutiérrez y Camilo Meza de Claro con Mathias Hain, Antonio Mendoza y Anibal Dumont de Wisi



Los ISPs en Andina Link, entre ellos Siscom, Inal Redes y Media Commerce



Javier y Jorge Rojas, de Antena La Estrella, con Sergio Restrepo y Fabio Fernández, de Cablemás, y Claudia Ariza, de Total Media



euronews.

Here's the **good news...**

Euronews lanza su nueva estrategia 360°, ampliando su gama de productos mas que nunca: Productos lineales, VOD, Sublicencia de contenido, RSS feeds y artículos, Productos digitales y nuevos formatos, Ad marked signals, White labelling.



CANAL INTERNACIONAL DE NOTICIAS EN 12 IDIOMAS
DISPONIBLE EN PLATAFORMAS TV, OTT, MÓBILES Y DIGITALES

Signal TV: Fuerte portafolio de señales y contenido de calidad

Signal TV lleva más de 20 años en el mercado de la TV paga acompañando a los cableoperadores en su evolución y siendo testigo de los profundos cambios que ha atravesado la industria desde 1999 hasta hoy. Liderada por **Hortensia Espitaletta**, la empresa tiene un vasto catálogo con las señales más valoradas, y desde el año pasado incorporó además contenidos para TV paga, TV abierta y OTT, junto con la venta de publicidad.

‘Hemos visto los progresos durante todos estos años; cambios de tecnología y avances en la industria. Siempre llegamos con un servicio de calidad, la gente nos busca para que sigamos representando señales en la región’, expresó Espitaletta.

Uno de las grandes dificultades que enfrentan hoy los distribuidores de señales en la región, es la saturación de programación en las grillas de los cableoperadores. ‘Antes

era más fácil vender la programación porque la gente buscaba contenido de calidad y siempre había espacio en una parrilla con un abanico de posibilidades. Ahora se dificulta el tema de los espacios; hay que innovar y mantener los clientes que ya están, y eso lo hacemos con contenido de muy buena calidad y una atención diferencial’.

La ejecutiva afirmó que en Signal trabajan en continuo contacto con cada cliente, en relación con sus estados de cuenta y buscando mantener una cartera actualizada y óptima a través de diferentes medios de comunicación. ‘El objetivo es mantener una relación comercial en niveles de confianza y cumplimiento con los deberes y derechos de cada parte’.

La oferta

El portafolio de Signal TV está integrado por las cuatro señales de **AZ TV de Paga** (AZ



Hortensia Espitaletta

Mundo, AZ Corazón, AZ Click y AZ Cinema) que actualmente está incorporando una más, Funbox, todo para la región andina, para la que también trabaja con **XTime** y **CineClick**. El paquete de Global Media lo tiene para Colombia y Ecuador, al igual que **Cinema+**. Trabaja con **Zee Mundo** para Colombia y Centroamérica, y acaba de anunciar la incorporación del canal de deportes extremos **PX Sports** para Colombia y Centroamérica.



MÉXICO

StarTV lanza HotGo en su plataforma DTH



El proveedor de televisión satelital de México **StarTV** anunció la incorporación de la plataforma **HotGo** en su servicio, tanto para la parte lineal como para el OTT.

Bruno Pruneda, dio la bienvenida a la plataforma HotGo, y al equipo directivo de **Playboy** Latam, integrado por **Esteban Borrás** y **Valeria Ortigoza**, por la confianza y la sinergia lograda desde el inicio de operaciones del nuevo DTH.

‘Cualquier suscriptor de StarTV podrá tener acceso a HotGo desde \$50 pesos (USD 2,5) si cuenta con el paquete a la carta de canales lineales de Playboy. También

contaremos con un paquete lineal que ya incluye la plataforma HotGo’, afirmó Pruneda. El lanzamiento de HotGo se suma al gran esfuerzo de StarTV para incorporar servicios OTT.

Crecimiento y servicios

StarTV tiene presencia en más del 81% de México y sigue creciendo y rompiendo paradigmas en la TV de paga con más de 210.000 clientes lineales y de Internet.

A mediados de 2017, lanzó la marca **StarGo**, el nuevo Internet satelital de última tecnología en banda KA, con la meta de conectar todas las zonas del país que actualmente no cuentan con el servicio, a través de paquetes satelitales de Internet



Bruno Pruneda

de alta velocidad.

De acuerdo con el INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) el 48% de los hogares mexicanos, aún no cuentan con Internet y corresponden a la población de menores recursos. Existen Estados como Chiapas o Oaxaca (al sur de México) donde el acceso a la red es solo del 25%.



Naisp: Por qué los ISPs todavía no pueden dar IPTV

El problema de la negociación con los programadores



Héctor Jaime Vega, gerente de Naisp

Naisp es la asociación de proveedores de Internet (ISPs) de Colombia, que hace años viene trabajando en el desarrollo de su propia plataforma de IPTV y OTT, para salir a competir en el mercado de los contenidos con llegada a casi 200.000 usuarios. Con la aprobación de la nueva ley, este segmento quedó habilitado para dar televisión, pero se encuentra ahora con una enorme limitante: la negociación con los programadores.

Héctor Jaime Vega, gerente de Naisp, habló sobre esta problemática. 'La nueva ley fue creada para salir del paso, es muy plana. Pero lo profundo y lo grave que impide que los ISPs lancemos IPTV, OTT o cualquier sistema diferente del tradicional, es el tema de los derechos'.

'Es por eso que no hemos podido avanzar mucho. Esperemos este año contar con los contenidos para poder transmitir y venderle otra propuesta a los usuarios finales. Creo que aquí es importante que el gobierno llame un poco al orden a las empresas de contenidos para que cambien la forma de comercializar'.

Explicó: 'No podemos seguir pensando en pagar USD 5 o USD 6 por usuario por un canal, sino que tenemos que pensar en todo el público al que se puede llegar en beneficio potencial de la torta publicitaria'.

'Si nos quedamos con la misma forma de comercializar de contenidos, donde no se sigue el gusto del consumidor sino el del programador, no vamos a poder crecer. Seguiremos alimentando todo lo que funciona lo hace clandestinamente para poder darse

el lujo de estar dentro de la modernidad. El Estado debe darle la importancia que requiere esta problemática de los derechos, de los contenidos y de la forma como se negocia esto'.

Capacitación

Por su parte, la asociación continúa con su plan de pedagogía. Por esta misión, fue catalogada por sus partners como "la Universidad de los ISPs". Dijo el ejecutivo: 'Es bueno porque nos da la confianza para seguir realizando la tarea de enseñar y llevar la normatividad y todas las exigencias del gobierno colombiano para operar como una empresa de telecomunicaciones. Además, sirve para defender los intereses de los usuarios, que son quienes se benefician de este servicio'.

'Celebraremos nuestra asamblea en Cartagena, como hacemos desde el 2015. Nos enfocamos en tener una actividad productiva con la CRC, hemos acompañado también a la ANE (Agencia Nacional de Espectro) y al final del año tuvimos contacto con la SIC (Superintendencia de Industria y Comercio), que ya empieza con la nueva ley a estar más participativa. Así que buscamos lograr un buen entendimiento entre proveedores y usuarios', detalló.

'Este año, tenemos como meta hacer la integración de tres grandes estamentos, con el fin de seguir con la pedagogía en todo el país, llevando todo el conocimiento en temas de regulación y normas técnicas, que haremos junto a los partners y empresas patrocinadoras', concluyó.

Asociados

Héctor Vega remarcó el enorme trabajo que vienen realizando los pequeños proveedores de Internet en el despliegue de redes. 'Son muchos kilómetros de fibra que se han extendido en todo el país por las pequeñas empresas. Migraron al sistema de fibra, de-

jando los de radio. Han recorrido ya gran parte del país. En Colombia ya existe una troncal que va desde el valle Cauca hasta Nariño, al sur del país, en un proyecto de empresarios privados que es paralelo a la red que puedan montar las multinacionales'.

'Estamos haciendo patria, invirtiendo capitales que generan un beneficio y estamos dejando sembrado para generar un beneficio a toda la población. Hemos mejorado para eso. Somos los que realmente hacemos el acompañamiento para que muchas instituciones estatales, educativas y de salud estén usando los servicios de las ISPs, así sea que los contraten a través de grandes empresas', completó.

Objetivos

Naisp ya está instalada como asociación de proveedores de Internet y ahora buscará crecer y aprovechar todo su potencial. 'Estamos buscando el acompañamiento para sumar la capacidad técnica, experiencia e inversiones y apuntar a convertir Naisp en un gran proveedor, una gran empresa cuyos asociados den el patrimonio técnico y financiero y entrar en las ligas mayores para reunir un capital gigante'.

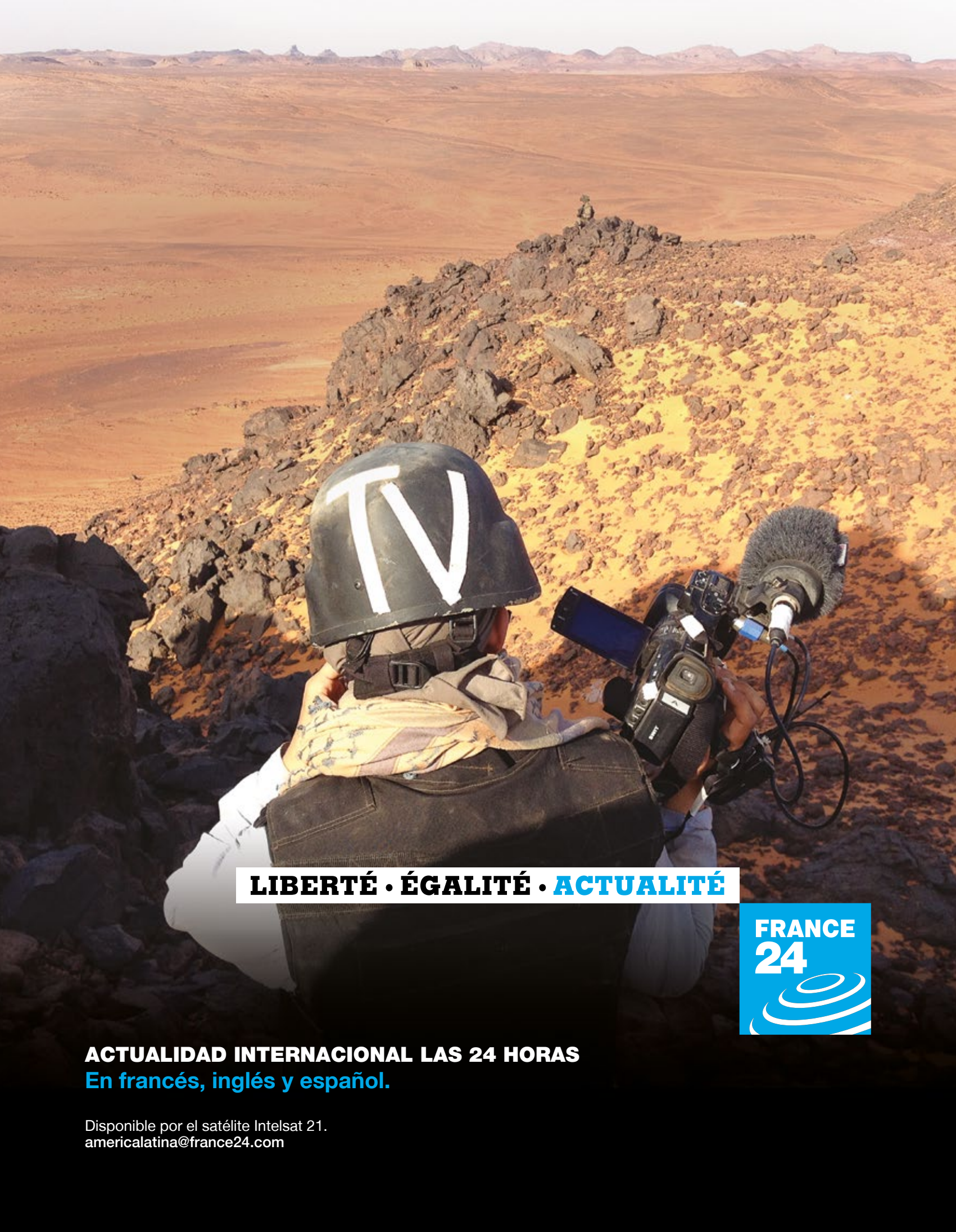
'Ese trabajo ya lo iniciamos, tuvimos una reunión en Andina Link, que llevamos para motivar al afiliado. Tenemos que hacer que la asociación tenga un interés general para que las pequeñas empresas se unan. Ya hemos comprado grandes cantidades de servicios de Internet a los carriers, por eso hoy tenemos buenos precios por Mbps, negociados con empresas que prestan servicios a las grandes empresas'.

Concluyó: 'Si entre todos no hacemos una integración y sinergia para romper la brecha digital, no será muy efectivo el desgaste que está haciendo el gobierno. Para que entre todos podamos ahorrar y ser más eficiente, desarrollar aplicaciones en todos los municipios'.



CONTACTO: MARLON GRANDA GONZÁLEZ
MAS TV, LLC, 2101 BRICKELL AVE # 2512. MIAMI 33129, FLORIDA, USA
marlongranda@mastv.net
EC: +593 99 777 6635 - USA: +1 (305) 542 6210

dc distrito comedia



LIBERTÉ • ÉGALITÉ • ACTUALITÉ



ACTUALIDAD INTERNACIONAL LAS 24 HORAS
En francés, inglés y español.

Disponible por el satélite Intelsat 21.
americas@france24.com



LAS VOCES DEL MUNDO

En español y otros 16 idiomas

PROGRAMAS DE AUDIO 24/7 DISPONIBLES PARA PAY-TV:

- Canales con noticias internacionales en español, portugués de Brasil, francés y otros idiomas.
- Un canal musical

Recepción gratuita vía stream Internet, o para ciertos programas, por los satélites Hispasat 1E, Intelsat 21 y Anik F1.

americas@rfi.fr



©FOTO: L. MARIN/AFP

Turner/Warner Media: Gran expectativa por el nuevo sello Particular Crowd

Destaca la importancia del mercado colombiano

A la par de todos los grupos de medios más importantes, **Turner / Warner Media** está poniendo el foco en Colombia. 'Es un territorio de altísimo crecimiento y grandes oportunidades que nos ha permitido conformar un sólido equipo local', afirmó **Isabel Otero**, VP affiliate sales, Northern Latin America en Turner/Warner Media.



mos parte del portafolio y oferta de contenido de todos los operadores gracias a que siempre han reconocido la calidad de nuestros contenidos.



Isabel Otero junto al equipo de Turner en Natpe 2019

Este equipo tiene a su cargo el manejo no solo de Colombia, sino de otros territorios como Ecuador, República Dominicana y Venezuela.

Desde el 2010, Otero estaba a cargo de la dirección de ventas de afiliados para la región andina, incluyendo posteriormente los territorios del Caribe, Centroamérica y México. Desde julio del año pasado, asumió la vicepresidencia de ventas afiliadas del norte de Sudamérica, que refiere a estos mismo territorios.

'Si bien nos encontramos en un mercado lleno de retos, Colombia está llena de oportunidades, donde la distribución de nuestras señales continúa creciendo año a año y esperamos que esta tendencia se mantenga', completó la ejecutiva.

Protagonista en la región

Sobre el rol principal que juega el grupo en toda la región, comentó: 'Hoy, forma-

Nuestras marcas son parte de la vida de los suscriptores, quienes se convierten en fanáticos de nuestros contenidos'.

'Tal es el caso de **Cartoon Network**, donde los niños no solo son fanáticos de *Ben10* o de *Las Chicas Superpoderosas* sino que logran tener las experiencias de nuestra marca en un ecosistema 360°, con videojuegos, contenido VOD y redes sociales', completó.

'Dentro de nuestra estrategia, se destaca la priorización de producción original, que alimenta las señales lineales y oferta digital. Por ejemplo, la creación de nuestro propio sello de películas, **TNT Original**, producidas por nuestro estudio **Particular Crowd**, en 2019 entregó 30 producciones, disponibles para distintas plataformas, y este año espera sumar 60 nuevos títulos al portafolio.

Particular Crowd

En el marco de Natpe Miami, WarnerMedia y Turner trajeron la gran noticia con la pre-

sentación del nuevo sello de cine Particular Crowd, que se realizó con un desayuno en el Hotel Eden Roc. 'El lanzamiento fue un éxito y tanto esta iniciativa como la oferta de contenido que presentamos, tuvieron una excelente acogida de parte de los clientes', destacó Isabel Otero.

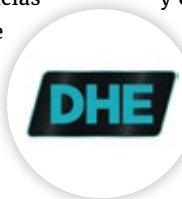
Agregó: 'Las películas estarán disponibles en Latinoamérica a través de **TNT** y **Space**. Además, algunos títulos se estrenarán en salas de cine y otros se podrán ver en redes sociales mediante episodios seriados cortos'.

Por último, adelantó los objetivos en Andina Link: 'Buscamos reunirnos con todos nuestros clientes y seguir trabajando juntos en la estrategia del año. Tendremos una sorpresa para todos los asistentes, el miércoles 4 de marzo a las 5PM en la Terraza El Claustro del Centro de Convenciones'.

DHE presenta tres nuevas series

En exclusiva para Latinoamérica

Uno de los mayores enfoques del canal **DHE** es responder a las tendencias del mercado y las necesidades de los usuarios. Es por esto que en 2020, lanzará en exclusiva para Latinoamérica tres nuevas series.

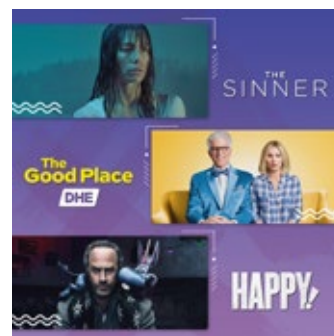


El *Lugar Bueno* (*The Good Place*) es una serie de comedia que trata sobre cómo cuatro personas y su enemigo aprenden sobre cómo ser buenos en el más allá. Además, *The Sinner* es una ficción de

suspense que examina cómo gente común y corriente comete crímenes brutales. Finalmente, *Happy!* mezcla elementos de acción, thriller y comedia negra, al convertir a un sicario en el salvador de una pequeña niña secuestrada con la ayuda de un pequeño unicornio imaginario.

Con esta propuesta, **DHE** continúa siendo un canal dinámico, brindando la más alta calidad en contenido con el que

genera un valor agregado para los operadores de televisión por suscripción y las diferentes plataformas TV Everywhere. Es así como **DHE** se ha convertido en una de las mejores alternativas de entretenimiento en la región, comprobado por nuestros más de ocho millones de suscriptores



Series

Ve
PLUS
Date el Gusto

Dra. Nancy



Dra. Nancy, nos llega una consulta de Colombia.

@VePlus_ @VePlus_ VePlus_ @VePlusTV

MBA Networks: 25 años agregando valor a la industria

Matilde de Boshell, presidente; y Carlos Boshell, VP Corporativo y Nuevos Negocios de MBA Networks; compartieron su visión sobre el contexto actual de medios y contenidos, y el lugar que ocupa la empresa de distribución de contenidos en la actualidad. 'Hoy, vivimos una época de grandes cambios. Hemos visto más avances en la forma de producir, transmitir y consumir contenidos en la última década que en los últimos 50 años'. 'Las redes sociales y la digitalización de los contenidos han roto la brecha entre los medios tradicionales y los productores de contenido, generando una gran oportunidad. Estos cambios traen consigo nuevos retos como el acceso global a la información y el reto de los medios es permanecer relevantes ante la cantidad de opciones que hoy existen con la globalización y la democratización de Internet'. 'La industria de la televisión y el cine puede llegar a más gente, de formas más personalizadas y sumar los medios digitales al consumo tradicional. Las nuevas tecnologías amplían el espectro y dan cabida a todos los jugadores de la cadena para que sumen audiencias e ingresos. Esto lo confirmamos en NATPE 2020, donde las ofertas de material y las adquisiciones de contenido tradicional y de TV paga se mantienen crecientes y con niveles de calidad nunca antes vistos', destacaron los Boshell.



Los ejecutivos mencionaron cómo las nuevas oportunidades de distribución digital con nuevos contenidos y formas de consumir medios que se ven prácticamente en todas las grandes marcas del entretenimiento. 'Lo anterior, sumado a un gran equipo de trabajo, nos ha permitido lograr grandes hitos para las marcas que representamos como la entrada de **Atresmedia** en **Izzi México** y próximamente en **ClaroVideo** con el **A3Player** para la región'. También mencionaron la consolidación del portafolio de **MVS Televisión** en audiencias y segmentos socioeconómicos C y D y el récord de distribución de señales internacionales como **Caracol Internacional** y **TV5Monde** en Latinoamérica, crecimientos sostenidos de dos dígitos para señales tan consolidadas como **Cine Latino**, **Pasiones** y **WOB**. 'Se acaba de lanzar **CuriosityStream** en nueve países donde opera **Millicom**, el inicio de nuevos modelos de distribución multiplataforma como es el caso de los contenidos del grupo **SPI International** y la suma de nuevos géneros al portafolio como **eSports** con la marca **Ginx** y contenidos lifestyle con **LatinAngels** y **Show Business TV** de **Sierralta Entertainment**, entre otros'.

Transformación digital

Remarcó Carlos 'Hemos venido trabajando fuertemente en la transformación



Matilde y Carlos Boshell

digital de cara a la realidad de nuestra industria y, como resultado, en 2019 lanzamos una plataforma digital de distribución B2B de contenidos en streaming con nuestro socio tecnológico **Mediastream** para facilitar la agregación, seguridad, procesamiento y distribución a cualquier plataforma OTT u operador con oferta IPTV. Así, nos convertimos en un one-stop-shop y nos consolidamos como el mejor socio estratégico para programadores, operadores y nuevas plataformas de distribución y comercialización de contenidos independientes'.

En Andina Link, resaltó Matilde, 'estamos celebrando 25 años de trayectoria con un portafolio de más de 35 marcas que agrupan todos los géneros audiovisuales, donde más de 25 ya las ofrecemos en streaming para que cualquier plataforma la entregue a sus audiencias de manera inmediata, así como una amplia oferta del mejor contenido para video por demanda (VOD); a través de modelos de negocio sostenibles y flexibles, teniendo en cuenta las nuevas tendencias de consumo de contenidos y pensando en las preferencias del usuario final', completó.

'Por lo anterior, las marcas están adaptando sus modelos de distribución y formatos de contenido para lograr mantener la relevancia en las nuevas apps y plataformas, que es en lo que nos hemos venido enfocando para que en los próximos 25 años continuemos agregando valor a la industria', concluyó.



John Hendricks y Clint Stinchcomb, de CuriosityStream; con Matilde y Carlos Boshell, de MBA en el coctel de CuriosityStream



DISFRUTA DEL MEJOR
CONTENIDO
QUE TRAEMOS PARA TI



ACCIÓN • COMEDIA • DRAMA
FAMILIAR • TERROR • THRILLER
PREMIUM CAST • EXTRANJERAS



más entretenimiento sin cortes

Mórbido: Más programación y nuevos acuerdos de distribución

Mórbido está logrando consolidarse como la señal de terror de Latinoamérica. Su director, **Eduardo Caso**, estuvo en Nat-pe donde destacó varios contratos de programación que se habían iniciado en MIP.

Cerró un acuerdo con **Sony** para un paquete grande de 100 películas de Hollywood, y también con **MGM**. Seguirá trabajando con **ITV** que mostró su apoyo desde el principio y es un excelente proveedor de cine clásico de terror.

También abrirá una barra de nuevo contenido *Mórbido New Art* o arte negro. Es para otro tipo de películas con misterio o escenas bizarras, por fuera del terror más clásico, pues hay un mercado interesante. Se verá en el segundo semestre de este año. También habrá más programación asiática, sumando dos series nuevas de Animé que

funcionan muy bien.

Como señal para la región, acaba de cumplir tres años en enero y que eso le demuestra al medio que Mórbido llegó para quedarse y que más gente busca la señal. Hay además algunos acuerdos que la ayudan a tener presencia en toda la región como los recientes en Bolivia con

Cotel, el **Cabase** en Argentina, con **TCC** en Uruguay que puede irradiarse al resto del mercado y una cablera independiente en Chile. También estará ingresando en **Clarovideo** después de mitad de año.

Otro paso importante para su consolidación como señal regional es que saldrá vía satélite, con el **SES 6**, que cubre México y llega de Guatemala a Argentina, cubriendo toda la zona de pisada de sus representantes en Sudamérica.

En distribución, **Sabrina Capurro** y **Frida**



Alfonso Monroy y Eduardo Caso, de Mórbido

representan al canal para Bolivia, Perú y Ecuador. Ahora en Andina Link, estará anunciando su nuevo representante Colombia y Centroamérica.

Simma Media Latam

Eduardo Caso también lidera con **Adrián Shmotolocha**, **Simma Media Latinoamérica**, que representará nuevas señales como **CuriosityStream**, que tuvo una gran partida en México con **Total-play** hace dos o tres meses, y parte con un acuerdo con **Millicom**. También tiene a **Havoc**, en convenio con **David Vargas**, y a **Ginx Sports**.



CINE PREMIUM
MIMUSICA REGGAETON
MICINEMA
HOLLYWOOD CHANNEL

LEG
LATIN ENTERTAINMENT GROUP LLC

Ventas internacionales: Jefferson Cortes + 57 3202754500
Email: ventas@latingroup.tv

Representante Colombia: Shirley Nadjar + 57 3133500180
Email: shirley.nadjar@nevanetwork.com

RT

SEPA MÁS

ANDINA LINK 2020
STAND #61

10 años en el aire

SU ALTERNATIVA EN EL MUNDO DE LA INFORMACIÓN

- CONTENIDO ORIGINAL EN ESPAÑOL
- 16 NOTICIEROS EN 'PRIME TIME' EN AMÉRICA LATINA, EE. UU. Y ESPAÑA
- 24 HORAS AL DÍA Y 7 DÍAS A LA SEMANA
- DOCUMENTALES Y PROGRAMAS DE ANÁLISIS
- SEÑAL LIBRE Y GRATUITA

actualidad.rt.com

Distribución:
Maya Erkova mberkova@rttv.ru

Cooperación y contenido:
Karina Melikyán kgmelikyan@rttv.ru

AMC Networks lleva su SVOD Cocina On a Latinoamérica

Novedades en programación e incursión en el gaming

AMC Networks se prepara para un año de grandes lanzamientos y consolidación de su lugar, tanto en la TV paga, como en las plataformas digitales para llegar a la audiencia de Latinoamérica de todas las maneras posibles. Prensario entrevistó al General Manager de AMC Networks Latin America, Ricardo Deben, y Alejandro Kember, VP de distribución, quienes adelantaron las novedades y remarcaron los principales acuerdos para este año.

Ricardo Deben: 'Se ha acentuado la transformación de la industria y la exploración de nuevos modelos de negocios, donde la clave es ver qué se monetiza. Creo que no se ha encontrado todavía un modelo donde eso ocurra. Creo que convivirán las plataformas pero con sobresaturación de streaming, que no es una estrategia en sí misma, sino parte de ella. Sabemos que la TV lineal no va a desaparecer y va a tener su espacio en esa misma estrategia. Hay que



Alejandro Kember, VP de distribución

poner huevos en todas las cestas'.

Gaming y SVOD gastronómico

'Nosotros empezamos nuestra propia transformación a partir de una alianza con Temporada de Juegos, para desarrollar ligas de Counter Strike con 500 horas en 2020 y la organización de eventos en directo en una nueva aventura para nosotros', detalló Deben.

'También lanzamos nuestro producto de SVOD Cocina ON, con nuestra filial en España, Canal Cocina, que está entre los más importantes de contenido. Creemos que es una buena manera de monetizar, aunque también vamos a lanzar en AVOD un canal gastronómico en el segundo semestre del año', agregó.

Esto se suma a la iniciativa de clubes para cada una de las marcas, que AMC Networks presentó en 2019 y que 'tuvo un gran éxito, por encima de nuestras expectativas', explicaron.

Buen balance y novedades

Alejandro Kember destacó el buen cierre del año anterior, donde se cumplieron las metas de ingresos y ratings, incluso en mercados como Argentina, donde el contexto general de TV paga muestra una baja en los niveles de audiencia.

Dijo: 'México sigue siendo el mercado más importante en cuanto crecimiento. Por segundo año consecutivo, hemos sido el grupo de mayor crecimiento en total día (+4), con 26%, y 31% en primetime. Eso permitió que AMC en los últimos dos años haya subido 15 lugares en el ranking de los canales de TV paga de ese país, ubicándose entre los primeros 25', agregó.

Para este año, ambos confirmaron el estreno de *The Walking Dead: World Beyond* en AMC, con nuevo elenco y protagonizada por jóvenes y adolescentes que ya han vi-



Ricardo Deben, general manager, AMC Networks Latin America

vido en el mundo invadido por los zombis. Además, *El Gourmet* cumple 20 años en Latinoamérica y se van a realizar muchos eventos para celebrar.

También destacaron la producción original *Breaking Tango* en Film&Arts, y en AMC, la segunda temporada de *Nosferatu* y la sexta de *Fear The Walking Dead*. 'El contenido siempre es nuestra gran apuesta junto con la calidad, que es lo que nos diferencia de otros programadores. Nuestras marcas están dirigidas y apuntadas con contenido claro'.

Andina Link

'Andina Link Cartagena lleva muchos años realizándose y es importante para la región andina. El año pasado, AMC abrió una oficina crítica en Colombia, con Christian Vanzini como director trabajando desde allí, mostrando la fuerte apuesta a ese mercado. El área de publicidad también se maneja localmente porque creemos que es un territorio fundamental. Hemos creado feeds específicos y contenidos locales para *El Gourmet*', agregó Kember.

'Apostamos a que nuestros contenidos sean relevantes y en este contexto, hablamos con todos aquellos que están en el negocio, los tradicionales que televisión, y por supuesto los ISPs, que ya están ofreciendo TV o lo tienen en sus planes', explicó Alejandro Kember.



PARA TI QUE NO TE DESCONECTAS DE BRASIL.



BORA SP

Joel Datena y Laura Ferreira se conectarán con usted, brindándole las noticias sobre el clima, el tráfico y lo más importante que sucede en la capital más grande de América del Sur.



Silvia Popovic y Ernesto Lacombe lideran un programa de variedades con moda, gastronomía, salud, y los temas más controvertidos del día, con el testimonio de quienes viven esos temas.



× JOGO ×
ABERTO

Las principales noticias y un debate diario con buen humor reúne a periodistas y deportistas para comentar sobre lo más importante sobre el fútbol en Brasil y en el mundo.



JORNAL DA BAND

Com toda la credibilidad y el mejor equipo de periodistas y comentaristas, el jornal da Band lleva a los brasileños por todas partes en el mundo los hechos más importantes de Brasil y las principales noticias del planeta.

Dirección General: Silvia Jafet • sj@band.com.br
Contato: Marcelo Assumpção • marcelo@interactvbrasil.com

Argentina, Uruguay, Paraguay y Chile
Sabrina Capurro • +54 11 4774-5127
sabrina.capurro@sgdgggroup.com

BAND INTERNACIONAL

BAND.COM.BR/INTERNACIONAL
facebook.com/bandinternacional



The Walking Dead World Beyond

BigTech lanza Mi OTT para los ISPs

Para atraer más suscriptores

Bigtech Platforms desarrolló una propuesta innovadora para la industria de contenido en Latinoamérica, *mi OTT*, que permite a los proveedores de contenido llegar a más suscriptores, incluyendo los no bancarizados, mediante una red de múltiples puntos de pago en cada país.

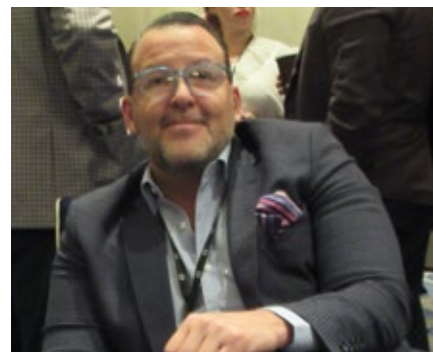
Con *mi OTT*, las marcas de consumo masivo pueden recompensar la lealtad de sus clientes con contenido "hecho a la medida" mientras la logística promocional se implementa con vouchers digitales y



todas las formas de recaudo porque la plataforma está integrada con una red de proveedores de servicio y pasarelas de pago.

A partir de marzo 2020, estará disponible para los mercados de Ecuador y Colombia, continuando con México, Centroamérica y la región andina hasta fines de año.

Álvaro Jaramillo afirmó: 'mi OTT es una realidad puesta en marcha entre Bigtech Platforms y PCCW Global, nuestro socio tecnológico, para presentar el primer ecosistema que une a proveedores de con-



Álvaro Jaramillo

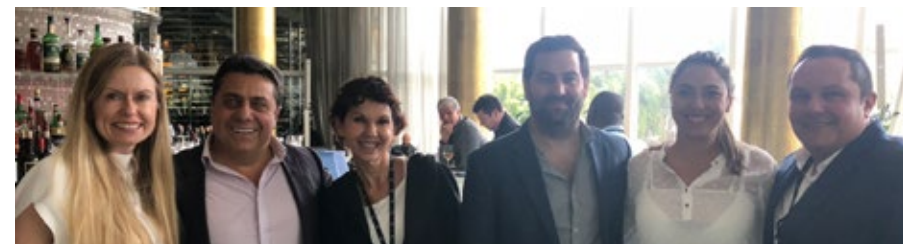
tenido con proveedores de servicios y llegar a miles de ciudades en Latinoamérica'.

Marlon Granda con Televisa Networks

En Perú, Ecuador y República Dominicana

Marlon Granda, histórico operador de la región andina, está creciendo con su empresa de representación de señales Más TV, que tiene oficinas en Miami. A la distribución de las señales de Televisa Networks en Ecuador y Perú, le sumó los mercados de República Dominicana, y toda la parte de cruceros y aviones en el Caribe. Tiene también la señal de telenovelas en inglés, también de Televisa, para las diferentes islas angloparlantes.

Es una etapa muy rica para iniciar esta tarea y cuenta con todo el apoyo de marketing del



Nela Pavloskova, Marlon Granda, Zulay Anzola, Esteban Borrás, de Claxson; y Carlos Cabrera, de Cisneros; en Natpe 2020

grupo para el lanzamiento de sus dos nuevas señales: **Bitme**, de tecnología y gaming, y

luego **UTDN** unificando **Univisión Internacional** con otras señales 24 horas del grupo.

Nace TVV, uniendo fuerzas en Estados Unidos

TVVenezuela, Grupo Zuluaga y IVC

Entre las noticias destacadas de Natpe estuvo la unión de fuerzas de **TVVenezuela**, el grupo **Zuluaga** e **IVC** con un primer foco en el mercado doméstico de los Estados Unidos. **Ricardo Gonsalves**, de TVV, destacó que para Estados Unidos el primer resultado es modificar su marca quitándole la palabra Venezuela para darle un corte más generalista que tiene que ver con la mayor

variedad de la programación.

Así, en EE.UU. quedará TVV como única marca a la que IVC aportará su contenido de **Olé Comunications** y el grupo liderado por **Carlos Alberto Zuluaga**, el suyo. La complementación también va de la mano que unos aportaron a Comcast y otros a DirecTV, sumando ya 5 millones de usuarios con una masa crítica importante para

incrementar ratings, publicidad y una plataforma digital robusta.

Gonsalves queda como gerente de los estudios consolidados en Miami y hay muchos nuevos proyectos y pilotos de programas para desarrollar este año. Esta alianza es para el US Hispanic, Canadá, México y España. En Latinoamérica, cada parte seguirá con su distribución.



myzen TV

MYZEN TV
EL CANAL MUNDIAL
DE ESTILO DE VIDA
LLEGA A
AMERICA LATINA !

ENTRETENIMIENTO
Y ESTILO DE VIDA
BIENESTAR YOGA SALUD
BELLEZA COCINA HOGAR
JARDINERÍA ECOLOGÍA
VIAJES HISTORIAS REALES

CREADO EN 2008
CON DISTRIBUCIÓN EN 82 PAÍSES
2 SEÑALES: HD Y 4K
CATÁLOGO DISPONIBLE
EN HD Y 4K VOD
UN CONTENIDO ENTRETENIDO
Y MOTIVADOR PARA
UNA VIDA FELIZ !

CONTACTOS

NELA PAVLOUSKOVA
NELA@MYZEN.TV

ZULAY ANZOLA
+1 (786) 448 4265 / +58 (412) 2285427

Discovery compró Golf Channel Latin America



Fernando Medin, presidente de Discovery DLA-USH

Discovery anunció la compra de **Latin American Golf**, que opera **Golf Channel Latin America**, un canal de televisión paga disponible las 24 horas y el destino digital de golf de la región, a **Simple Networks y Fornaluz Productions**, afiliada de Inversiones Bahía.

La incorporación de **Golf Channel Latin America** expandirá el negocio global de medios de Discovery relacionado con el golf en América Latina, sumando una multiplataforma en crecimiento que llega a más de 10 millones de suscriptores de televisión paga en 17 mercados y que ofrece una amplia cobertura de este deporte, además de programación instructiva y de entretenimiento.

La compra dará impulso al ecosistema global de golf de Discovery, sumando **Golf Channel Latin America** a su portafolio que incluye **GolfTV Powered By Pga Tour**, la casa digital del golf, **Golf Digest**, la marca N°1 de medios dedicados al golf, y una alianza exclusiva de contenido global con **Tiger Woods**.

Lanzado originalmente en 2006, **Golf Channel Latin America** ofrece a sus aficionados una amplia variedad de contenido premium de golf y cobertura de los torneos del **PGA TOUR**, que incluye más de 36 eventos exclusivos en vivo. En televisión, la señal está actualmente disponible a través de operadores líderes de televisión paga en 17 países, y ofrece reportajes, análisis y cobertura de este deporte en sus plataformas digitales.

Discovery logró forjar una alianza estratégica revolucionaria con **PGA Tour**, anunciada en junio de 2018, que incluyó

la gestión de los derechos internacionales multiplataforma del **PGA Tour**. Esta relación, sumada a la adquisición de **Golf Channel Latin America**, permitirá a Discovery optimizar y maximizar la programación y la cobertura en vivo a través de las pantallas de **Golf Channel Latin America** y **GOLF TV** a partir de enero de 2020.

‘La incorporación de **Golf Channel Latin America** al portafolio de Discovery solidifica nuestra oferta de marcas agregando el golf a la ya amplia variedad de contenidos que le brindamos a nuestros fans’, comentó **Fernando Medin**, presidente de Discovery Latin America/US Hispanic.

‘Discovery sigue fortaleciendo su oferta y su compromiso con los aficionados al golf de todo el mundo, y nos entusiasma la expansión de nuestra oferta en América Latina para potenciar nuestras ambiciones de golf en toda la región’, dijo **Alex Kaplan**, President and General Manager, **Discovery Golf**.



TV en tus Manos
La nueva era de IPTV y OTT

Multi Tenancy
Manejo de operadores medianos desde un HUB

UX Multi Dispositivos
Brindamos una experiencia unificada en todas las plataformas

Búsqueda de Contenido
Encuentra el contenido que buscas, cuando lo necesites

Manejo de Plataformas
Administra su contenido y suscriptores

Integraciones
Facilidad y agilidad de integraciones con nuestros partners

nordija
DESCUBRE Y CONSTRUYE INTERFACES CON EL EDITOR DE FOKUSON

Innovando la industria IPTV y OTT por más de 20 años

aws@elemental broadpeak edgeware
Google verimatrix
www.nordija.com

SETAR swisscom telcel T-Mobile vodafone



LA PROVA DEL CUOCO
"FESTA DELLA CUCINA"
PROGRAMAS ÚNICOS Y
GRANDES PRODUCCIONES



www.condista.com

Natpe: OTT, contenidos y señales, juntos en un solo mercado

Bajó el volumen de concurrencia pero mantuvo su relevancia

Natpe 2020 no fue un evento más, sino que fue el primer lugar en el que se pudo reflejar cómo será el nuevo mercado de video unificado, caracterizado por la convergencia y las sinergias de áreas que hasta el momento manejaban por separado: las señales, las plataformas OTT y los contenidos. Este nuevo panorama responde en gran medida a cuestiones tecnológicas y a las fusiones de los diferentes grupos de medios.

Y tal como ocurre con toda transformación, mientras permite vislumbrar nuevas oportunidades en el futuro cercano, por otro lado, puede resultar dolorosa y traer aparejadas algunas pérdidas, como se vio este año en Natpe, que atrajo un menor volumen de participantes. Sin embargo, supo mantener la relevancia de sus protagonistas, tanto en el rango de ejecutivos que asistieron, como en el nivel de operadores y empresas que estuvieron representadas.

Así, se destacó la presencia de **Megacable** de México con todo su equipo ejecutivo liderado por **Enrique Yamuni**, que anunció la llegada de **XView 2.0** para mediados de año. **Claro** estuvo con el equipo de **ClaroVideo**, con **Alberto Islas**, y **Claro/Net Brasil**, con **Fernando Magalhaes** como gran figura. **Millicom**, cada vez más activo, **TotalPlay** de México, **Telecom** de Argentina con **Tony Álvarez**, **Vivo** de Brasil con **María de Oliveira**, aunque **Telefónica**, que acaba de anunciar la intención de venta de sus activos en la región, fue el mayor ausente.

También se destacó la presencia de **TV Cable** de Ecuador, **VTR** de Chile con **Christian Novoa**, **Tricom** de República Dominicana con **Manuel Meneces**, y **DirecTV**. El volumen de operadores no fue significativo, pero se notaron algunos emprendimientos nuevos como el de **Jorge Gandulfo**, con **Nautilus** para el mercado paraguayo.

También se vieron nuevas señales que ya empiezan a surgir con contenido para OTT, como el caso de **PrideTV**, con un contenido dedicado a resaltar la diversidad sexual. Es



El staff ejecutivo de Megacable de México liderado por Enrique Yamuni, con Joel Barradas de HBO

decir, que la apuesta a la TV paga tradicional continúa al mismo tiempo.

Fusiones y OTT/AVOD

La parte más dura de la transformación del mercado pasa por las fusiones de grandes grupos que, hasta el año pasado, eran protagonistas por separado. Tal es el caso de **Disney** y **Fox** y, en menor medida, **Turner** y **HBO**, dentro del gigante **Warner Media**, aunque mantienen la expectativa de conservar cierta independencia. Además, si bien la TV paga sigue funcionando e incluso creciendo en algunos territorios de Latinoamérica, el modelo de canales lineales está atravesando su propia crisis.

La respuesta de los grandes grupos ya se ve con los lanzamientos de nuevos OTT, como **Disney+** o **Amazon Prime Video**, que para competir con **Netflix** ha levantado su perfil. También se vieron nuevos AVOD (Advertising VOD), donde el gran protagonista fue **PlutoTV** de **Viacom**, que marca tendencia y motivó que armaran una división aparte de OTT con equipo propio, liderado por **Pierluigi Gazzolo**, que dejó la parte de



Fernando Magalhaes de Claro Brasil; y Alberto Islas, de ClaroVideo

Networks a **JC Acosta**. Se espera la llegada de más AVOD por parte de grupos como **AMC**, que lanzará **CocinaOn**. Otro mensaje positivo fue que **HBO Max**, el próximo OTT de **Warner Media**, no será parte de **Turner** o **HBO**, sino que conformará una tercera empresa.

De todas maneras, el lanzamiento de estos OTT no significa que hayan encontrado el modelo definitivo, sino que parecen estrategias para mantenerse protagonistas y tratar de monetizar desde el lugar de la tendencia. Habrá que ver si un AVOD que dependa de la publicidad como la TV tradicional puede ser exitoso.



Alejo Smirnoff, de Prensario; y Tony Álvarez, de Telecom Argentina



Diego Puente y Ronald Spina, de TV Cable Ecuador

DESCUBRE LO MEJOR DEL ENTRETENIMIENTO

XTIME CHANNEL
xtimechannel.com

CINECLICK CHANNEL
cineclickchannel.com

Facebook: xtimechannel, cineclickchannel
Twitter: xtimechannel, cineclickchannel
Instagram: xtimechannel, cineclickchannel

Natpe: OTT, contenidos y señales, juntos en un solo mercado

Bundle de bundles

El otro problema claro que se plantea ya desde Estados Unidos es la reacción negativa de los consumidores a seguir acumulando suscripciones en plataformas diferentes, con todo lo que eso implica, loguearse una y otra vez, recordar claves, etc. La acumulación de suscripciones ya no es tan ventajosa frente al servicio de un cableoperador Tier 1 o Tier 2, así que también está la oportunidad para los operadores de ser 'curadores de OTTs', como lo hacen desde siempre con las señales lineales, replicando lo que dijo **Mauricio Ramos** de Millicom, en una de las últimas ediciones de Tepal en Panamá.

Ese camino lo llevan adelante Telecom

Argentina que en su plataforma Flow ya incluye a Netflix, o Megacable. Igualmente, como dijo en su conferencia el fundador de **CuriosityStream**, **John Hendricks**, se tratará de armar un 'bundle de bundles' entre las diferentes opciones.

Particular Crowd

En este mercado único, el dueño del contenido puede estar en todas las plataformas; mantener sus señales lineales o lanzar OTT, ya sea por suscripción o bajo el modelo publicitario, mientras que los operadores apuestan a esto para no perder terreno. De lo que no quedan dudas es de la importancia del contenido en este nuevo entorno, que si bien siempre estuvo claro, ahora sobresale todavía más.

Y en ese campo, que es el negocio central

de Natpe, la gran noticia la aportó el grupo **Turner Latinoamérica**, que mantiene su denominación más allá de formar parte de **Warner Media**, con el lanzamiento de **Particular Crowd**, como usina propia de contenidos en inglés que se destaca especialmente por separado, liderado con **Whit Richardson** y **Tomás Yankelevich**.



Marcello Coltro, de NBCUniversal; y Rubén Gómez, de Antina Argentina



El panel Unscripted con Eddy Ruiz, de A+E Networks; Jorge Franzini, de Curiosity Stream; Rodrigo Cantisano, de Utópica Media; Christian Drobnyk, de Nat Geo; y Dave Royle, de Smithsonian



Javier Figueras, de HBO; y Gabriela Garmendía



Juan Diego Garretón y Loreto Gaete, de TV+ de Chile



Marcelo Bresca, de Frida; Carlos Cabrera, de Cisneros; y Miguel Clutterbuck, de Artear



Jorge Gandulfo, de Nautilus Paraguay; y Miyuki Nomura, de NHK



Mr. Khan, Mauro Páez y Marc Hertfelder, de AJE



Tony Salanova, Joel Barradas y David Flores



Borja Pérez, de NBC; Gio Punzó y Antonio Calderón, de Strea Media; y Marcelo Bresca, de Frida



Leonardo Alvarado, de Nuestra Visión; y Pablo Mancuso, de Accion Group

¿QUIERES TENER TU PROPIA TELEVISIÓN SATELITAL?

TUVES
TE OFRECE
TV SATELITAL FLEXIBLE

- DTH a tu medida.
- CAS con seguridad avanzada.
- Asesoría y soporte 7 x 24.
- Más de 200 canales SD / HD.
- Equipamiento a bajo costo.

A+E Networks Latin America: Grandes números de 2019 a 2020

Pese a la transición de Adsales a lo digital



Eddy Ruiz

Eddy Ruiz, general manager de **A+E Networks Latin America**, volvió a tener una activa participación en Natpe como la filial de Estados Unidos, que ofreció una fiesta y formó parte de muchas de las conferencias. En ese campo, el ejecutivo participó en el panel de Buyers *Unscripted* moderado por **Rodrigo Cantisano**, donde discutieron sobre la importancia de las historias reales.

Más tarde, y como es costumbre en Natpe, el grupo de medios ofreció una conferencia a la prensa especializada para compartir el balance del 2019 y las perspectivas para este año. Esto permitió conocer cómo se moverán las señales en el contexto actual de la industria.

Crecimientos de ratings y afiliados

Y en eso, lo interesante es que salvo en el caso puntual de adsales que no dejó de precisar Ruiz, los demás números del año para el grupo fueron excelentes, incluyendo en redes sociales como **YouTube** y **Facebook**. En rating, el crecimiento de la parte lineal panregional en 2019 fue de 20% para **History**; 30% en mujeres, con mayor tiempo de permanencia. **A+E** tuvo un incremento del 11%; **Lifetime** de 18% y **H2** de 22%, con mayor share audiencia de las señales en varios mercados.

Lifetime tuvo un gran incremento en distribución con la llegada a **Net-Claro** que le permitió sumar 6 millones de suscriptores en Brasil, más un 100% en **Vivo / Telefónica**, y en Argentina al llegar a **Telecentro** al 100%.

History también tuvo un excelente 2019 al sumar a **Sky** en México y **H2** en **Dish**. 'Lifetime tiene todavía en Buenos Aires el reto de pasar al servicio básico, como para que luego vengan los ratings y la posibilidad de comercializarlo igual que a las demás señales en Argentina', remarcó Eddy Ruiz.

Allí el mensaje importante es que en Latinoamérica, la TV paga sigue creciendo, más allá de que en Brasil el DTH cayó después de haber subido mucho, con una dinámica diferente a la de EE.UU., ya que el 4G no está totalmente instalado.

Ad sales y lo digital

Respecto a la venta publicitaria, el ejecutivo dijo que para todos los grupos fue un año difícil en el que muchos anunciantes se fueron a plataformas 100% digitales, con o sin razón. Hay una verdad en el envejecimiento de las audiencias en Latinoamérica, pero también se apuesta mucho al segmento 18-24 años o 18-49 cuando los que son mayores de esa edad han ampliado mucho su consumo y mantienen a sus hijos, aunque estos sean mayores de edad.

Eddy también remarcó un estudio que marca que en las empresas digitales invierten más en televisión, que les da el alcance y la relación emocional, aunque las agencias los elijan a ellos en vez de a la TV.

En lo digital, el grupo llegó al millón de suscriptores en **YouTube** en Brasil y Latinoamérica. Con **Facebook** sigue fuerte. Para eso apuesta al desarrollo y la homogeneización de data con una empresa en México y otra en Argentina, en un trabajo conjunto con las agencias de publicidad y clientes directos para utilizar eso en el día a día.

Highlights de programación

Para sustentar todo eso fue un 2019 muy fuerte de programación que se extiende al

2020 con historias reales, con mucho crimen y Blockbusters, si bien tienen efecto por la coherencia y el contexto adecuado en cada una de las marcas.

En **A+E** ya lanzó las primeras temporadas de **Narcos** y en febrero empezaron las dos primeras de **El Chapo**. También tuvo éxito **Metrópolis**, con un elenco que acompaña a policías y se viene otro de ambulancias. En la misma línea está **Metro en Acción** (en México) con cámaras para ver lo que sucede en CDMX y se puede replicar en Sao Paulo y Bogotá.

En **History**, el gran éxito fue **Hernán**, con la historia de **Hernán Cortés** en partnership con **Azteca** y **Amazon Prime**. Si bien la emisora por ahora le puso un stop a la segunda temporada, fue un gran cierre de año. Este año llega la serie **Washington**, que tuvo chance de ser rey, **Desafío sobre fuego** en su tercera temporada y otra más de género **Kings of pain**, sobre gente que deja que les pase de todo que tiene reacción en redes. Volvió la sexta edición **Una Idea para Cambiar la Historia** en México, con un taller de cinco finalistas con auspiciantes como **Nissan**. Tendrá la celebración de los 50 años de la llegada del hombre a la luna con 120.000 dólares en premios.

Este año, **History** celebra 20 años en Latinoamérica y Brasil (25 en EE.UU.) y se verán celebraciones, como el **History Talks en NY** con invitados como George Bush y la feria **History Con** que se hará como primer año en California del 2 al 5 de abril. Hará un concurso para asistir con algunos viewers.

Lifetime destacó el lanzamiento de **El Embarcadero** con **Alvaro Monte**, la figura de **La Casa de Papel**, y el mismo estuvo con **A+E** en México promocionándola. Ya está la segunda temporada. Eso además de los ciclos de crimen como **CIS** o **ColdCase**, y que se viene la franquicia **Lifetime Movies** con muchos artistas de renombre. En películas tendrá más estrenos que nunca y se ve con los proveedores que hay material latino.



18 Señales
marcan la
Diferencia
EN EL MERCADO
Latino



¿Y tú ya conoces todas
NUESTRAS SEÑALES?



// WWW.SIGNALTVEU.COM //

ViacomCBS lanza PlutoTV en Latinoamérica

Protagonista en Natpe

ViacomCBS anunció en Natpe el lanzamiento de su plataforma de AVOD, **PlutoTV**, para Latinoamérica. El servicio, que ya estaba disponible en Estados Unidos, llegará a la región para finales de marzo.

Esta noticia llega en un contexto ideal en el que el grupo se está adecuando a los nuevos tiempos del mercado. Estará completamente abocado a este proyecto **Pierluigi Gazzolo** desde su nuevo cargo de CEO de **OTT ViacomCBS International**, tras dejar su anterior posición como presidente de Viacom Networks Americas a **JC Acosta**.

Así se pudo ver durante la fiesta realizada en Natpe en el Alfred I Dupont Building en el Downtown, que mostró una estética increíble de los años '20. Allí, ofreció varios shows



Luis Fonzi en la fiesta de ViacomCBS

con figuras fuertes como **Becky G** y **Luis Fonsi**, para que disfrute toda la industria latina presente en la expo de Miami Beach.

PlutoTV ofrecerá contenido para audiencias de habla hispana y estará disponible en plataformas de operadores de cable, en sitio web y aplicaciones para descargar en dispositivos iOS y Android. Se trata de un servicio gratuito de televisión online por streaming, con más de 250 canales, poseyendo contenido curado de más de 170 proveedores. También ofrece contenido lineal y on demand con cortes comerciales, sin cargo para el consumidor.

En Latinoamérica, tendrá un slate de canales con contenido de acción, comedia, drama, terror, juegos, deportes, música, niños, familiar, cocina, viajes, misterios, vida salvaje y realities. La compañía anunció que continuará sumando canales hasta superar los 80 canales hacia fin de año. La grilla incluirá

canales asociados a marcas, canales originales de **Pluto TV** (propios y operados por terceros) y canales temporales, diseñados para aprovechar eventos especiales, iniciativas culturales.



Pierluigi Gazzolo en la presentación de PlutoTV



Agustín Vigil, de América Móvil; Rita Hering, de ViacomCBS; Alberto Islas, de Claro Video; Patricia Pérez y Natalia Delmas, de ViacomCBS Americas

Condista celebró sus 20 años en Natpe

Referente de las señales

Condista estuvo en Natpe Miami, donde ratificó como nunca que es un gran referente de las señales. En su tradicional cóctel, realizado en el lujoso Villa Azur de Miami Beach, aprovechó para celebrar sus 20 años



Javier Prelooker, Augusto Valdez, Raul Mora, Jorge Alberto Fiterre, Kevin Cross, Burke Berendes, Jorge E. Fiterre, Willie Hernandez, Scott Berendes.

en la industria. Luego agasajó a sus clientes y representados para Estados Unidos y Latinoamérica con una cena.

Condista tiene cada vez más relevancia en la industria tras haber construido durante todo este tiempo un puente virtual que incorporó también soluciones tecnológicas para tener el contenido listo para los operadores de Estados Unidos.

Los anfitriones **Jorge Fiterre** y **Willie Hernández** recibieron a muchas de las señales presentes en Miami y a todos los invitados.



Condista y Hugo Hernán Hernández de TotalPlay



Guillermo Franc, Willie Hernández de Condista y Alberto Domínguez de Multimédios

¡YA LLEGO!



UNIVISION®



Expertos en el área de distribución

y comercialización de derechos de señales de televisión de paga.

Contamos con la representación de **Televisa** en Colombia.

CONTÁCTANOS: www.totalmedia.tv/Colombia: ☎571-704 0555

CuriosityStream: Gran paso de John Hendricks por Natpe

Primeros acuerdos con Totalplay y Millicom



Jon Erlichman y John Hendricks en Natpe

De las nuevas señales, sin duda la que más relevancia y repercusión está generando es **CuriosityStream**, que se lanza en Latinoamérica y ya tiene sus primeros acuerdos con operadores como **Totalplay** y **Millicom**.

Este año, se destacó por la presencia de su fundador **John Hendricks**, conocido en la industria por la creación de **Discovery Networks**, que con su impronta dio una conferencia estelar en Natpe en el gran salón central Fontaine, y luego participó acompañado de su hija en un cóctel ofrecido en el EdenRoc. Allí, estuvo el ejecutivo junto a clientes de todos los países, incluyendo Brasil, y con su potente equipo de distribuidores.

En la conferencia compartió su visión van-

guardista del género factual, con contenido de alta calidad donde siempre prefiere contar una buena historia antes que ir a un reality como la mayoría de la competencia. Pero también habló de aplicar todo su aprendizaje de la era del streaming, donde busca dar a los espectadores contenido de calidad cuando quieren verlo y en formatos más cortos de 10-15 minutos, o incluso de 3-4 minutos, entre sus 2.800 títulos.

Pero además, mostró su visión sobre cómo encajar en la competencia actual de OTTs del consumo del público, con lo que denominó "bundle de bundles", es decir paquete de paquetes, donde el consumidor va sumando sus suscripciones sin que le sea tan pesado pudiendo tener tanto OTTs como operadores Tier1 y Tier2. Por eso CuriosityStream puede considerarse competencia para los OTT por todo su gran contenido para VOD, aunque siempre pase por los operadores.

La participación se potenció también con el equipo que incluyó al presidente y CEO **Clint Stinchcomb**, el nuevo director de programación y contenido, **Jorge Franzini**, que participó en el panel de compradores Unscripted. Entre los programas que promueve la señal, se

destacan *Right Now*, *Antártida, vida bajo cero*, *René Araneda Backyard*, *Pompeii* y *The History of Home*, que le sigue a *The History of Food*.

Eso además de la labor del director comercial **Robert Gold**, que tiene su distribución en Latinoamérica con **Simma Media** —**Adrián Shmotolocha** con **Eduardo Caso** en Latinoamérica, que sumó a **Totalplay** en México— y a través de ellos con **MBA Networks** que ya está consiguiendo nuevos acuerdos con operadores grandes con el respaldo de los nueve territorios que ya tiene con **Millicom**.



Robert Gold, Maria de Oliveira, de Vivo; Adriana Demjen, Yassue Inoki, Clint Stinchcomb, Adrian Shmotolocha y John Hendricks, de CuriosityStream

Smithsonian Channel estrena serie de Mexicanal



David Royle, de Smithsonian; y Demian Torres Bohl, de Mexicanal

Smithsonian Channel anunció el estreno de *Las Cantinas De Cornelio*, la nueva serie mexicana producida por **Mexicanal**, que se emitirá en Latinoamérica durante el primer trimestre de este año.

La serie contará con la conducción de

Cornelio García, que llevará a los espectadores a las cantinas más históricas y populares de México. Mientras degusta comidas y bebidas autóctonas de cada región, el conductor se relacionará con los lugareños resaltando la rica cultura e historia detrás de estos bares clásicos y de quienes están más cerca de ellos.

'Smithsonian Channel mantiene su compromiso de seguir emitiendo programas creados por cineastas locales que celebran la historia y la riqueza cultural de América Latina', dijo **David Royle**, EVP y director de programación de Smithsonian Networks.

'Las cantinas son tal vez los lugares



Los equipos de Castalia, Smithsonian y Mexicanal, en Natpe

mexicanos más destacados y reconocibles en la cultura popular alrededor del mundo. Queríamos llevar a los televidentes en un viaje para descubrir o volver a visitar estos locales', dijo **Demian Torres-Bohl**, VP y productor ejecutivo de Mexicanal.

OPTIMIZAMOS
LOS CONTENIDOS
GENERANDO
MAYORES UTILIDADES

frida
MEDIA GROUP



MARCELO BRESCA | DIRECTOR COMERCIAL
+54 9 11 6216-2584 | mbresca@fridamedia.com

DIEGO TORREGROSA | DIRECTOR COMERCIAL
+54 9 11 5623-9639 | dtorregrosa@fridamedia.com

Cisneros: Consolidar VPlus y MobiusKids

En el mercado doméstico y la región



Jonathan Blum y Carlos Cabrera

Jonathan Blum y Carlos Cabrera comentaron a Prensario las prioridades del Grupo Cisneros para este año. En primer lugar, apuntará a consolidar VPlus como marca, que lleva menos de un año en Estados Unidos.

Se trata de un canal irreverente, compañero, de talk show y variedades, muy dirigido a toda la audiencia hispana, pero

especialmente para la mujer de cualquier nacionalidad. Siempre tiene personajes para identificarse que conectan con toda la audiencia. Hace dos años que ya está produciendo todo el contenido en Miami con talento local. Así, destaca Dra. Nancy, Más de ti o los Especiales de Shirley, que antes se hacían en Caracas. También trabaja con cápsulas de 1 a 3 minutos en redes sociales.

Sobre la producción para terceros, explicaron: 'En materia de contenidos, también estamos desarrollando material digital para nuestros clientes, como para Viacom y Nat-Geo. Se trata de productos originales para airear al mercado en diferentes ventanas'.

Acerca de su MobiusKids, viene certificado por consultoras por cumplir con los lenguajes y demás, y ofreciendo ya programas diferentes con Mobiuslab para otros sectores'.

Media Group Ukraine llega a Latinoamérica

Tetiana Voloshchenko, Head of Distribution International Channels y HoReCa en Media Group Ukraine LLC, estuvo en Natpe Miami representando la red de televisión líder en Ucrania, que ahora llega a la región.

Media Group Ukraine tiene cuatro canales lineales propios y tres socios con derechos internacionales para hombres y mujeres de 13 a 56+ que hablan idiomas ucranianos y rusos. La programación tiene series, películas, programas de entretenimiento, educativos, lifestyle y deporte.

Voloshchenko explicó que el compromiso de abordar la gran cantidad de ucranianos que viven en la región y EE.UU. Los mercados más atractivos por ahora son Brasil y Argentina.



Tetiana Voloshchenko

"DON'T WAIT FOR THE RIGHT OPPORTUNITY, CREATE IT!"

PROX TV
BRINDAMOS ENTRETENIMIENTO

Channels Distribution | Ad Sales | Business Development

crónica HD

CM
EL CANAL DE LA MÚSICA



Contact: Javier Julio | javier.julio@proxtv.com.ar | +54 11 4770-9398

www.proxtv.com.ar

SERVICIO DE MONITOREO DE SEÑALES

Entérese antes que sus abonados, cuando un canal esta fallando.

- Escaneo automático de canales
- Entrada analógica y digital
- Operación y visualización local/remota
- Alarmas por mail y sonoras



CONTÁCTENOS PARA CONOCER TODOS LOS BENEFICIOS DEL SISTEMA

www.obix.tv



info@obix.tv

SPI: Gran cóctel para cerrar Natpe

Natpe Miami 2020 culminó con un cóctel organizado por el staff ejecutivo de **SPI International**, la compañía europea que apuesta fuertemente a Latinoamérica, ofreciendo sus contenidos y señales lineales en 4K.

En una gran casa de South Beach que puso a disposición el CEO y presidente del grupo, **Loni**



Edgar Spielmann, del fondo Screen Capital; Julio de Bella, asesor de StarTV en México; y Pablo Zehle, representante de SPI en América Latina

Farhi, se agasajó a clientes y partners. Fue el mismo Farhi quien cocinó y ofreció vinos de su gran bodega, al tiempo que los asistentes disfrutaron de juegos como pool y metegol. Participaron compradores de contenidos y operadores de toda la región, incluyendo directores y productores de cine, que vinieron especialmente al evento.

También fue anfitrión **Okan Atlan**, comentando sus viajes alrededor del mundo y en particular en la ruta del vino en Mendoza Argentina.

La delegación latinoamericana fue recibida por **Pablo Zehle**, responsable de distribución de los canales de SPI, además de **Katya Sagastizabal**, representante para Perú, y el equipo de **MBA Networks** de Colombia. Entre



Loni Farhi, CEO, y Okan Atlan, con sus respectivas mujeres en el cóctel de SPI International en Natpe Miami

los clientes también estuvo **Jorge Gandulfo** de Paraguay, **Julio de Bella** como asesor de **StarTV** de México y de Chile estuvo **Edgar Spielmann**, que acaba de armar un fondo de inversión para producciones audiovisuales con USD 20 millones que está basado en Santiago de Chile y que cuenta con colaboradores en Argentina y otros mercados de la región.

HITN llega con Edye a ClaroVideo en la región

HITN trabaja con su plataforma infantil y su app **Edye**, tanto en el US Hispanico como de Latinoamérica, bajo el liderazgo de **Guillermo Sierra**. En Latinoamérica, dio un paso fuerte con **ClaroVideo**, que lo sumó a su propia plataforma en 14 países y sólo le falta Puerto Rico. En México, partió el 30 de abril y los últimos lanzamientos fueron en noviembre, así que es el momento perfecto para crecer.

Guillermo Sierra dijo que fue algo muy conveniente y que los tienen junto a los canales Premium, con una fuerza cada vez más grande. Los primeros feedbacks de los países fueron muy positivos, ha gustado

mucho la plataforma como SVOD que se vende a USD 2,5 dólares.

Edye como app y producto tiene una estructura diferente, comparado con otros servicios, porque está totalmente enfocado en el mercado preescolar. Su diseño apunta al target de 2 a 6 años y sin adaptaciones. Tiene contenidos relevantes como *Milimages*, *El Mundo de Elmo*, *Bob el Constructor*, *Plaza Sésamo*, *la Abeja Maya* y todo lo demás.

Todo el contenido seleccionado es educativo y de calidad. Está dividido en seis categorías, como lenguaje y comunicación, música y matemáticas, desarrollo personal, y otros. Hay una sección de guías para pa-

dres, donde está la información de la selección para los que les preocupa saber qué miran los chicos cuando le pasan el celular. Cada programa tiene una página que lo explica, de qué se trata y cuáles oportunidades genera.

Sierra agregó que quiere seguir expandiéndose en el mercado hispano, Latinoamérica y pronto también con un servicio Brasil.



Guillermo Sierra

DW: A la vanguardia con la señal 24/7 en español



Sylvia Viljoen

DW volvió a estar presente en Natpe Miami, donde **Sylvia Viljoen** y **Andrea Hugemann** conduxeron la meeting table. Allí confirmaron que tendrán stand en Andina Link, donde la cadena alemana estará representada por **Cristina Peláez**.

El énfasis está puesto en el carácter vanguardista de la programación generalista de la señal en español 24/7. Esto con sus nuevos programas tanto para públicos masivos como específicos.

En la parte de programación, adelantó **RPM (Revoluciones por Minuto)** sobre autos y movilidad con pruebas mecánicas y tecnologías respetuosas del clima, entre ideas sorprendentes y visiones futuristas. Tam-

bién sobresale el programa de 15 minutos *Todo Deporte*, que trae historias de cómo el deporte cambió la vida de diferentes personas. También tendrá *Todo Gol*, con todo el resumen de la Bundesliga que tiene muchos jugadores latinoamericanos, y el nuevo ciclo *A Fondo*, un formato de entrevistas que va directo al punto, con argumentos claros y debates sin rodeos con una mirada internacional.

mip
move at the
speed of content

tv

30 March – 2 April
Cannes, France

new connections
new business
new experience

introducing
the global content market for the future

MIPTV 20.20 | REIMAGINED
drama. factual. formats. kids.

TV5 Monde: Contenido con acento francés, ahora también en VOD

La señal francesa TV5 Monde lleva más de 30 años en Latinoamérica, con **Frederic Groll-Bourel** como COO para Latinoamérica y el Caribe desde hace 20 años, con sede en Panamá donde trabaja con un equipo. Además, cuenta con distribuidores para la región andina,



México, Brasil y Argentina. TV5 Monde tiene un acuerdo de representación con **Condista** y por eso Groll-Bourel estuvo junto a **Lizbeth Erickssen** en el cóctel de la empresa realizado en Natpe. Además, en el evento de Miami se renovaron contratos con los principa-



Jorge Fitterre y Willie Hernández, de Condista; con Lizbeth Erickssen y Frederic Groll-Bourel, de TV5, en el cóctel de Natpe Miami

les operadores y los ejecutivos estuvieron atentos a nuevas oportunidades. Ahora, vuelve a Andina Link junto al equipo de **MBA Networks**.

El ejecutivo adelantó las novedades para este año, sobre todo la disponibilidad de toda la programación para el entorno multiplataforma, con contenidos para VOD y plataformas OTT. En cuanto al contenido, destaca las fortalezas que le han permitido posicionarse en la región y crecer en distribución con los operadores más relevantes.

TV5 es reconocido por representar la cultura francesa, con su carácter internacional que es una gran ventaja no sólo para los franceses residentes en la región, sino también por los miles de francófonos y admiradores del cine y la cultura francesa.

En segundo lugar, con una faceta generalista para cualquier público que se puede aprovechar con los subtítulos que es la mejor manera con los contenidos actuales de cine de calidad mundial y deporte más pedidos y más difíciles de conseguir por los derechos actuales. En deporte, tiene a la liga francesa en el mejor momento, con el **PSG** lleno de estrellas y jugadores de Latinoamérica en todos los equipos, el Tour de France con cada vez más protagonistas e interés de la región y todos los demás símbolos que caracterizan la cultura francesa.

BUSCA. ENCUENTRA. MIRA.

SOLUCIONES **androidtv**

RINCON

EQUIPO Y SERVICIOS

Lo que necesite, cuando lo necesite

Garantía en equipos

Ahorros CAPEX y OPEX

Equipo para redes de cable, internet, telefonía, y inalámbrico

Core routers/switches, CMTS, QAM, encodificadores, equipo satelital

Equipos multi-marca
Cisco, Juniper, Arris, Etc.

Intercambio y recompra de equipos obsoletos

Gbics marca-Rincon
SFP, SFP+, QSFP, CFP, Etc.

CAMBIE LAS REGLAS

www.rincontechnology.com

Asistente de GOOGLE

Llama o activa el asistente

Aplicaciones

Acceso directo a aplicaciones como Netflix, YouTube y Prime Video



Tu socio global en controles remotos y accesorios

www.uei.com

Juan Carlos Ocampo • Juan.ocampo@tvnet.co • +57 311 598 7628 • Bogotá - Colombia

Kanal D Drama se lanzó en Cable Onda Panamá



Patrick Rivet, CEO de Thema América

Thema América anunció que Kanal D Drama, producto de una asociación con Kanal D International, expandió su presencia en Panamá a través de Cable Onda.

‘El contenido turco se ha convertido

rápidamente en el preferido de la audiencia latinoamericana. El acuerdo con Cable Onda subraya el gran interés que existe por parte de los principales operadores de América Latina de contar con un catálogo de los mejores dramas turcos disponibles en el mercado’, afirmó Patrick Rivet, CEO de Thema América. Kanal D Drama ofrece más de 1500 horas de dramas y series turcas premiadas, historias universales con personajes que cautivan y lugares fascinantes. Entre los títulos que destacan y que estarán disponibles a los suscriptores de Cable Onda están *Secretos Prohibidos*, *Tormenta de Pasiones*, *Honor y Respeto*, y la exitosa ¿Qué Culpa Tiene Fatmagül?, entre otros.



Kanal D Drama se lanzó en 2018 y ya está disponible en Argentina, Bolivia, Chile, Ecuador, Panamá, Perú y Uruguay. Thema América cuenta con todos los derechos digitales disponibles del canal, para cualquier servicio OTT, cable, satélite u operador independiente.



La exitosa telenovela turca ¿Qué Culpa Tiene Fatmagül?

TyC Sports presentó su nueva programación

TyC Sports presentó sus novedades de programación para este año, destacando el regreso de la Superliga con nuevos programas, cambios de conductores, la transmisión de los eventos deportivos más relevantes.

Entre las principales novedades del 2020 está el estreno de *Superfútbol*, la nueva apuesta de los mediodías que de lunes a viernes sale a la cancha para analizar los temas más importantes de la fecha y del fútbol argentino, porque los partidos duran más que 90 minutos.

Con Diego Díaz en la conducción y la participación especial de Martín Souto, Horacio Pagani, Leo Farinella, Esteban Edul, Tony Serpa y Atilio Costa Febre, *Superfútbol* propone una pluralidad de voces y de puntos de vista que desmenuzan las claves del juego y enriquecen el debate futbolero que tanto atrapa a los fanáticos. Además, invitados en el estudio, móviles, coberturas de entrenamientos, conferencias de prensa, informes especiales, las repercusiones en las redes sociales y toda la actualidad del día a día de la Superliga.

TyC Sports

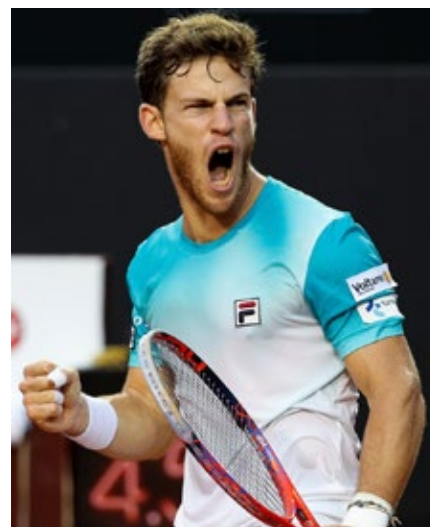
Otra de las nuevas propuestas es *Presión Alta*, el programa que de lunes a viernes a las 19 horas hace pressing en todos los sectores de la cancha y debate los temas del día más relevantes del fútbol argentino. Dirigido técnicamente por Ariel Rodríguez, *Presión Alta* propone informes especiales, invitados en el piso y la polémica futbolera más picante de la TV de la mano de los panelistas Hugo Balassone, Rodolfo Cingolani, Gustavo Grabia, Guido Glait, Lucas Beltramo, Daniel “Rolfi” Montenegro, Nicolás Cambiasso y Martín Arévalo.

Por su parte, Ariel Senosiain se incorpora a *Líbero* para hacer que la tarde explote de fútbol junto a Ariel Rodríguez en uno de los clásicos de TyC Sports que lleva 18 años al aire. De lunes a viernes a las 14 horas, los dos comentaristas del canal se unen para descifrar las claves del juego con la mirada analítica que los distingue como los periodistas que mejor entienden y explican lo que pasa en el terreno de juego.

Los fines de semana la actualidad deportiva se vive en #Bonadeo, con la experiencia

y el conocimiento de Gonzalo Bonadeo; Paso a Paso, el programa preferido de los futboleros junto a Martín Souto y Ariel Rodríguez; *Estudio Fútbol* en su formato dominical y *Domingol*, el programa que hace vivir la Superliga desde todas las canchas.

Junto a la consagrada programación diaria, TyC Sports propone un 2020 a pura emoción con los Juegos Olímpicos de Tokio, la fiesta más espectacular del deporte.



Argentina Open

EVOLUCIONAR ES IR SIEMPRE HACIA ADELANTE



Fuente Standby
Bluenergy

- Display touch color de 3.2"
- Sistema de gestión de batería inteligente
- Conexiones en panel frontal de fácil acceso
- Módulo inversor intercambiables en caliente
- Voltaje de salida seleccionable en campo
- Monitoreo de estado incorporado

LATPOWER
EXPERTOS EN ENERGÍA

www.latpower.com

Euronews lanza nueva estrategia 360° en Latinoamérica

Más productos y nuevo Director de Distribución Global



Sarah Mimouni



Maxime Carboni

30 países trabajan para brindar una aproximación internacional, obteniendo acceso a historias, perspectivas y a un intercambio de miradas que enriquecen los resultados para todos los servicios’.

Euronews genera nueve ediciones lingüísticas en francés, inglés, español, portugués, ruso, italiano, griego, alemán y húngaro. Su programación tiene una variada oferta que incluye negocios, reportes, cultura, ciencia y tecnología. ‘Brindamos un enfoque único e innovador con nuestro periodismo móvil y programas interactivos donde las audiencias pueden compartir sus puntos de vista en asuntos globales’, completó.

Presente en Latinoamérica desde hace más de diez años, Euronews es la señal con contenido europeo que busca transmitir independencia e integridad, proveyendo noticias desde una perspectiva internacional y separada de las agendas políticas o nacionales de la región.



‘Euronews es el único canal de noticias 24/7 con ediciones en nueve idiomas diferentes, que provee información neutral con perspectivas europeas sobre asuntos globales’, dijo Sarah Mimouni, Distribution Manager Latam & CEE de la señal.

Fuerte foco en Latinoamérica

En los últimos años, Euronews se ha profundizado su presencia en la región con nuevas propuestas. ‘Latinoamérica es muy importante para nosotros y es por eso que decidimos enfocarnos en las necesidades de los clientes y desarrollar productos acordes a sus demandas’, agregó Sarah Mimouni.

La empresa viene teniendo una participación ininterrumpida en los eventos de la industria y por eso ahora estará nuevamente en Andina Link Cartagena.

Uno de sus más recientes desarrollos es la estrategia 360°, con nuevos productos y formatos desarrollados a medida: branded content, espacios publicitarios dedicados, presencia en todas las plataformas, que incluye también el entorno digital y móvil con plataforma VOD y mucho más.

Junto a Maxime Carboni, el nuevo Director de Distribución Global de Euronews, Sarah seguirá trabajando para incrementar la llegada del canal en toda Latinoamérica. Actualmente, está con los grandes operadores como Claro, Izzi y Cablevisión.

Mirada internacional

Sobre las cualidades del canal, dijo: ‘Más de 600 periodistas de



JONARD TOOLS MADE FOR LIFE

VISIT US AT BOOTH # 16



MID SPAN SLIT & RING TOOLS

Designed to open fiber jackets and loose buffer tubes to provide easy fiber access. One side of the tool slits fiber jackets and loose buffer tubes, the opposite side rings fiber jackets and loose buffer tubes.

FOUNDED IN 1958

Jonard Tools manufactures tools for the Telecom, CATV, Fiber Optic, Home Automation, Security & Alarm, and Electrical markets. Jonard Tools designs and engineers patented products by utilizing customer partnerships to create innovative solutions for industry needs. New tools are released each month and are all Made for Life with lifetime warranties. Through quality and innovation Jonard Tools aims to move the industry forward and connect the world.

CONTACT US

Customer Service Email: LatAm@jonard.com

jonard.com

Latin Entertainment lanza su catálogo de señales en la región

Contenidos de calidad a precios competitivos



Sara Rojas, directora de desarrollo de negocios en Latin Entertainment

Latin Entertainment Group es una compañía dedicada a la distribución de canales de entretenimiento multiplataforma a nivel internacional. 'Nuestro compromiso es proporcionarles a nuestros afiliados canales de calidad a precios competitivos, permitiéndoles incrementar suscriptores y aumentar sus márgenes de ganancia', dijo Sara Rojas, directora de desarrollo de negocios.

Con oficinas centrales en Miami, brinda servicios a clientes de varias plataformas de entretenimiento incluyendo cableoperadores, DTH, telcos, IPTV y otras pantallas emergentes.

'Los clientes son nuestra prioridad y nos esforzamos por construir relaciones confiables y duraderas. Esto significa que escuchamos

a nuestros afiliados, buscando entender sus necesidades y así brindarles soluciones óptimas. Por ejemplo, buscamos programación que tenga acogida con la audiencia de nuestros sistemas afiliados. No empaquetamos canales de bajo rating y somos transparentes en nuestras contrataciones', añadió la ejecutiva.

'No manejamos precios exagerados basados en paradigmas de tiempos pasados. Nos hemos actualizado a este nuevo esquema de consumo de contenidos y trabajamos a la mano de nuestros clientes para que ellos sigan siendo competitivos y exitosos'.

Nueva solución IP-HD

Este año, la empresa lanzó oficialmente su nueva solución IP-HD, que permite la transmisión de la suite completa de canales HD y SD en un solo equipo con un consumo mínimo de Internet. 'Estamos emocionados de brindarle a los operadores esta solución novedosa, óptima y sobre todo rentable', expresó Rojas.

Las señales del grupo

El catálogo de señales de Latin Entertainment Group está integrado por CinePremium, acción 100% en español con películas de aventuras criminales, suspenso y acción, para sumergir a la audiencia en emociones

intensas. Cada mes, estrena películas de Hollywood sin interrupciones ni cortes comerciales.

Canal Infantil está dedicado a la educación, estimulación y entretenimiento. Dirigido a niños de 0 a 5 años para enseñarles los primeros pasos en letras, números y colores a través de personajes alegres y animación apta para su desarrollo.

Micinema es un canal temático de cine internacional contemporáneo hablado exclusivamente en español, sin subtítulos. Programando películas actuales con variedad de géneros como: romance, drama, comedia, acción e infantiles, cuidadosamente programadas para no emitir contenido no apto para menores en horas en las que acceden al televisor.

Mimúsica Urbana es el único canal de música dedicado exclusivamente al reggaetón, programando los artistas preferidos por las audiencias latinoamericanas. Programando solo éxitos, sin cortes comerciales ni interrupciones, para disfrutar al máximo de la música urbana las 24 horas al día.

Mimúsica Perú está dedicado a los géneros musicales preferidos por las audiencias peruanas; programando las mejores agrupaciones de cumbia, salsa, baladas y mucho más.



Hemisphere: CentroAméricaTV transmitirá el torneo Clausura

CentroAméricaTV, la señal dedicada a la población de Centroamérica que vive en Estados Unidos que forma parte del grupo Hemisphere, transmitirá la temporada de fútbol Clausura de la primera división en El Salvador, Honduras y Costa Rica, que se realizará entre enero y abril.

Como en temporadas anteriores, la liga de Primera División de El Salvador estará compuesta por los 12 mejores equipos del



país. El actual campeón Alianza FC abrió el torneo con una victoria de 3-1 contra Isidro Metapán el sábado 18 de enero, estableciendo el tono de lo que promete ser una emocionante temporada regular de 22 juegos.

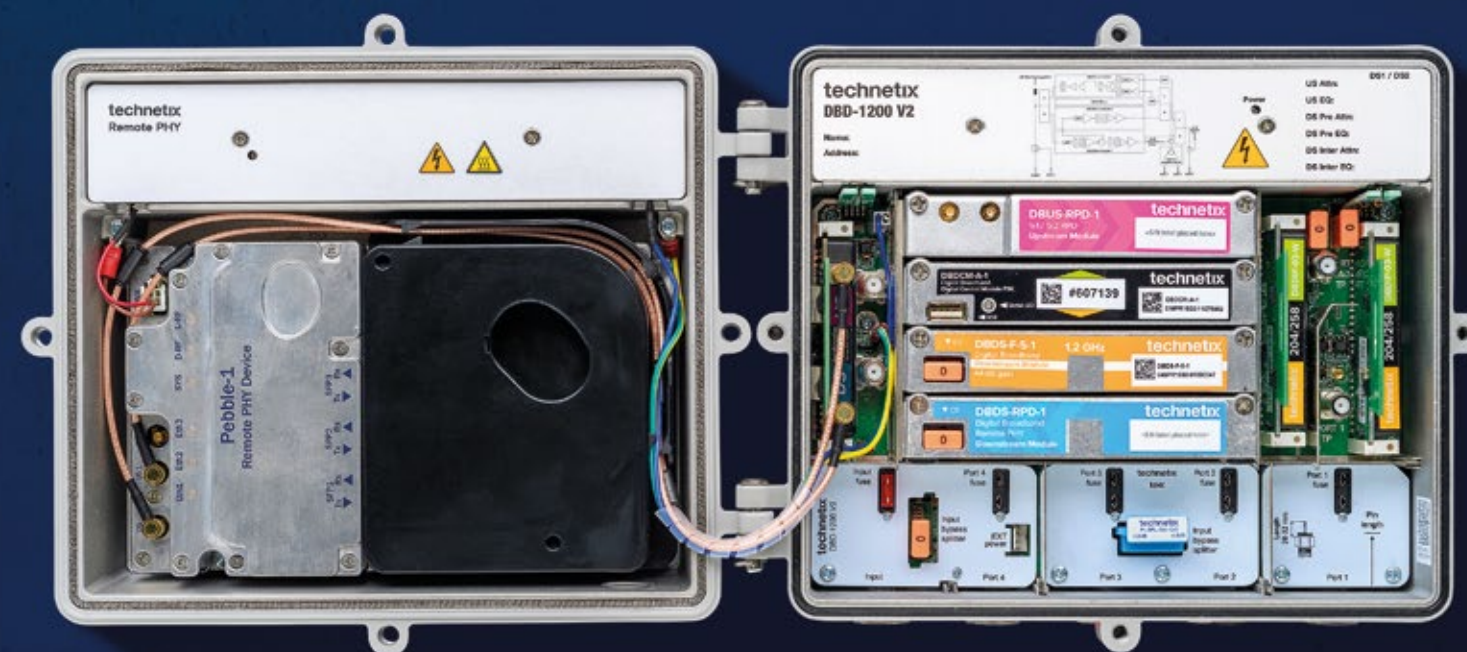
Los 12 equipos profesionales de fútbol masculino costarricense se enfrentarán nuevamente durante el 114º torneo Clausura de Primera



División del país. Los Tres Grandes, el apodo de los clubes deportivos más exitosos del país (Saprissa, Alajuelense y Herediano), junto con los otros nueve equipos de Primera División, se enfrentarán en 22 juegos de la temporada regular, y los cuatro principales contendientes pasarán a la etapa semifinal.



DBx plataforma de acceso modular



Technetix DBx es una plataforma de acceso flexible con módulos intercambiables que se puede reemplazar rápidamente y económicamente para cumplir con los requisitos cambiantes para actualización de red.

AMPLIFICADOR >> NODO >> REMOTE PHY

Technetix ha suministrado 750,000 amplificadores inteligentes DBx a los principales operadores en todo el mundo. Nadie conoce HFC mejor que nosotros.

- 1.2 GHz completamente funcional, listo para DOCSIS 3.1
- Listo para operación remota usando transpondedor DOCSIS
- Diseño energéticamente eficiente
- Actualizable en campo
- Plug-ins no requeridos
- Plataforma modular permite actualizar amplificadores a nodos y hasta Remote PHY



Para obtener más información sobre la segmentación virtual, escanee el código QR.

technetix.com · info-mx@technetix.com · +52 (0)1 55 4244 1506

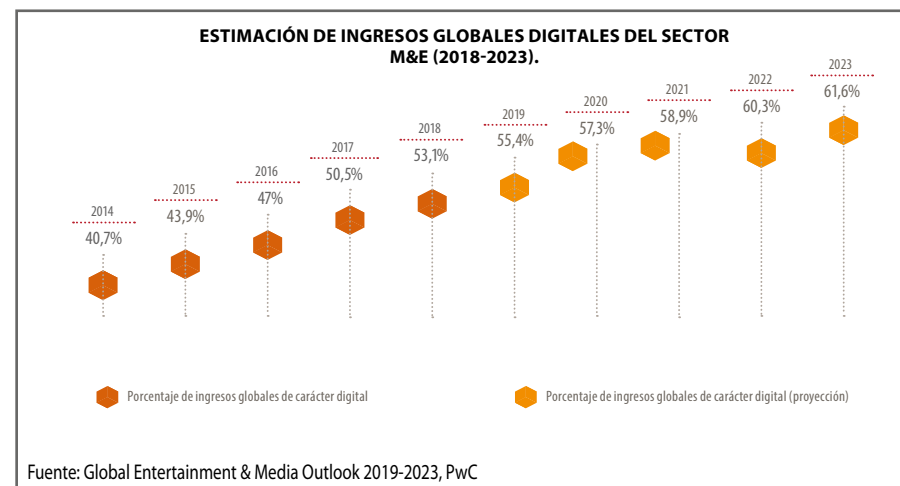
Una mirada al futuro del mundo de medios y entretenimiento

El sector de medios y entretenimiento seguirá creciendo en todo el mundo, incrementando sus ingresos del 4,3% en los próximos cinco años (CAGR), según el "Entertainment and Media Outlook 2019-2023" de PwC. Las claves: consumos cada vez más personalizado, la "voz" como frontera por llegar directamente a los usuarios, la consolidación de la AI y el algoritmo, y el despliegue del 5G.

El aumento de ingresos será desigual tanto en los distintos segmentos como en los mercados y áreas geográficas. En cuanto a los segmentos, la Realidad Virtual seguirá siendo el que más crece en términos relativos, pero sigue siendo una industria que no acaba de despegar como se esperaba. También crecerá de manera sólida el video OTT y otros segmentos emergentes, como el podcast y los eSports.

Como se viene observando desde hace años, la TV paga y el video están perdiendo fuerza y registrarán un retroceso como consecuencia de la caída de clientes de servicios de TV por cable. Los ingresos de periódicos y revistas también seguirán bajando de manera significativa en los próximos cinco años, llegando a descender un -2,3%.

El trabajo de PwC señala: 'Los consumidores disfrutaron de experiencias únicas



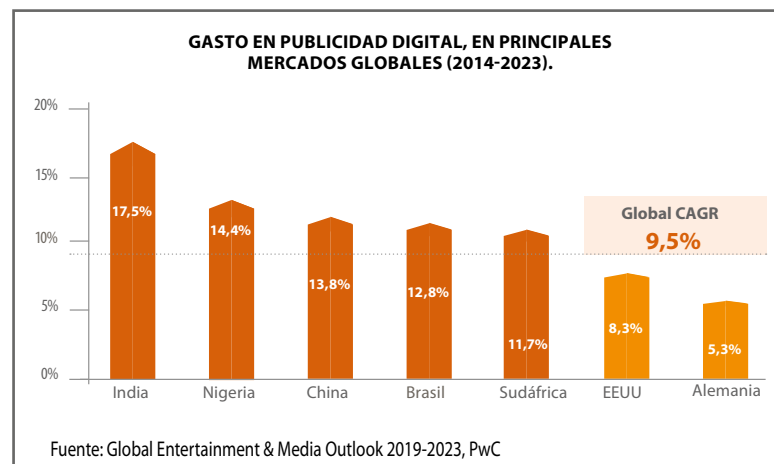
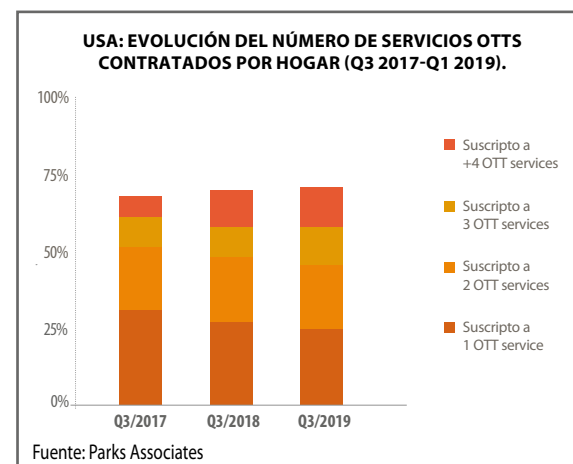
que se adapten a sus propias preferencias, contextos y horarios. Cada día "más móvil" y siempre activo, un consumidor con más poder quiere ejercer un mayor control sobre cómo y cuándo consumir contenidos'. Considera además que el cambio de hábitos de consumo está 'redefiniendo al sector'. La "personalización" del consumo se percibe claramente en el incremento del tiempo dedicado al contenido.

Y ejemplifica: en 2018 el gasto en cines creció 5,2% respecto al año anterior, y lo hará en un ritmo del 4,3% hasta 2023. Según la FIFA, más de 1000 millones de personas (una de cada 7 en el mundo) vieron la final del mundo entre Croacia y Francia. Pero si hay algo

que crece significativamente, sobre todo en los mercados de alta penetración de la banda ancha, es la tendencia del usuario de construir su propio menú para "comerlo" a su manera.

Es en esta transformación del consumidor, donde tecnologías como la inteligencia artificial juegan un papel central. Los consumidores crean espacios personales en el 'centro de su propio universo de elecciones y experiencias', que se actualiza y configura gracias a mecanismos de AI y algoritmos que recomiendan e introducen nuevos contenidos, según cada individuo.

Hay un 'rechazo' a los paquetes de canales cerrados que ofrecen los operadores por cable o satélite tradicionales. Prueba de esto es la baja de suscriptores que hoy sufre esa industria en Estados Unidos,



USTED. NOSOTROS. JUNTOS.

Hacemos que la comunicación suceda.



Para más información:

www.ptsupply.com



Contáctenos al:

1-800-238-7514

VISITANOS EN
EXP ANDINA LINK 2020
 LATINOAMÉRICA
 CARTAGENA, COLOMBIA
 CENTRO DE CONVENCIONES
 MARZO 3, 4 y 5

STAND 35

Una mirada al futuro del mundo de medios y entretenimiento

por ejemplo, aunque también se está avizorando en otros mercados desarrollados como Europa.

5G: videojuegos y VR

El despliegue de 5G 'consolidará esta tendencia y revolucionará el panorama del sector por su capacidad para mejorar el acceso a datos y contenidos en tiempo real', resalta el informe. El 5G es uno de los avances con mayor impacto en el sector de la Tecnología, Medios y Telecomunicaciones (TMT). Con respecto al 4G, ofrece un aumento exponencial en funcionalidades, una velocidad de navegación 100 veces más rápida y una capacidad 1.000 veces mayor.

Disponible como prueba en algunos países, cuando finalmente se implemente será una red móvil con un mejor rendimiento y fiabilidad, mucha menor latencia (tiempo entre recepción de una señal y respuesta), reducción del gasto energético y mejor conectividad entre dispositivos. Así, redundará en un acceso más ágil y barato a todos los servicios relacionados con M&E, con impacto palpable en industrias como videojuegos en la nube (donde empresas como Intel, Microsoft o Nvidia están invirtiendo fuertemente).

También será el caso de la realidad virtual, indica el informe de PwC: 'De momento, VR sigue sin despegar con la fuerza que habían vaticinado algunos expertos debido a los altos costes de producción y a la falta de contenidos atractivos. Pero es un segmento de negocio que ha cobrado relevancia en el ámbito B2B y ahora empieza a desarrollarse

entre consumidores finales. El 5G será, sin duda, un gran estímulo', comenta.

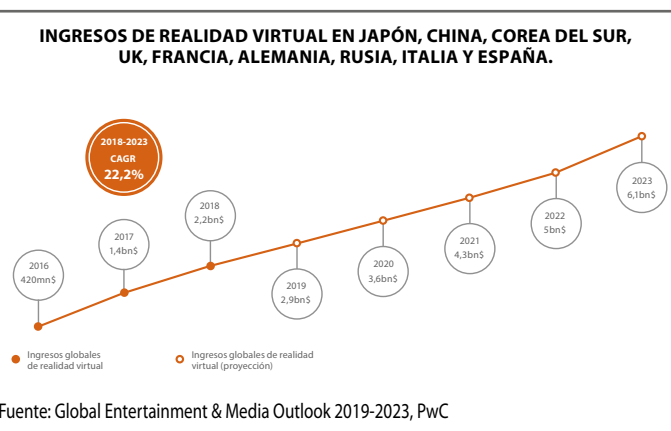
Streaming

El boom global de consumo de datos y contenidos se expresa en dos tendencias: por una lado, las compañías ofrecen

más propuestas de "consumo ilimitado" de datos para que los usuarios accedan a un mayor número de horas de entretenimiento. Pero otro, no han dejado de ofrecer los paquetes con precios diferenciales para aquellos que prefieran un plan más ajustado a su bolsillo.

Esa estrategia también se visualiza en las nuevas ofertas de streaming, que brindan precios específicos para sus distintas marcas. Por ejemplo, The Walt Disney Company con Disney+, Hulu o ESPN+, dependiendo el gusto del consumidor: se pueden contratar todas juntas o por separado.

Entre los establecidos, Netflix ofrece distintos paquetes, según el número de pantallas, y Amazon Prime Video tiene una estrategia de precios dependiendo del territorio. Por ejemplo,



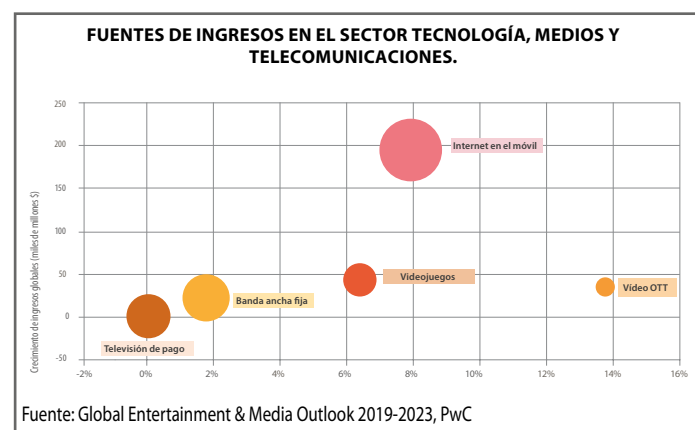
taformas y contenidos invita a creer que cada consumidor puede encontrar la que busca y adquirir cuantos servicios necesite. Pero ese efecto no es tal.

Parks Associates indicó a fines de 2019 que el porcentaje de hogares en USA con múltiples OTTs se incrementó en 130% desde 2014. El año pasado 46% de los hogares con banda ancha estaba suscritos a dos o más servicios, cuando en 2017 ese número era de 33% y en 2014 de 20%.

Pero el número de servicios contratados por hogar casi nunca es más que dos. Si consideramos que hoy existen cuatro grandes jugadores globales, Netflix y Amazon disponibles en 190 países, Apple TV+ en 100 mercados, y Disney+ en cinco y en plena expansión, teniendo en cuenta los números de arriba, sólo dos de ellas serían "elegibles" por los usuarios.

Ese mapa se incrementa a cada paso. Solo entre los majors, en 3 meses más habrá dos opciones nuevas: HBO Max de WarnerMedia, y Peacock de NBCUniversal. Aunque se espera que el recientemente fusionado ViacomCBS unifique su propuesta de streaming dividida en CBS All Access y Showtime Anytime en USA y Canadá, junto al AVOD Pluto TV, que espera lanzar en Latinoamérica en 1Q 2020, Paramount+ en una docena de países, y Noggin de Nick Jr. Y también que Discovery confirme su estrategia OTT global.

el Prime (que permite acceder al video como valor agregado) en Japón cuesta USD 35, mientras que en USA, USD 100. El número creciente de opciones es otro tema a tener en cuenta. Una mayor disponibilidad de pla-



CISCO PowerVu D9800 Program Receiver

DISPONIBLE AHORA



- Single Service
- Multi Service
- Transcode
- SDI, ASI, IP & Multi-Tuner Options



01-918-251-2887

www.tulsat.com

news.tulsat.com



Netflix: 'El modelo de negocio se acomoda a las historias'



Rodrigo Mazón, VP de adquisiciones y contenidos para América Latina y España

Con presencia en 190 países y casi 160 millones de suscriptores, Netflix es el principal SVOD global con una clara apuesta a ser cada vez más original y local, fuerte foco en alianzas estratégicas e innovación en nuevos géneros.

Rodrigo Mazón, VP de adquisiciones y contenidos para América Latina y España, destacó el momento de la compañía en un contexto donde nuevos OTTs se lanzan en la región y el mundo: 'El 2019 ha sido muy positivo. Vimos mucho compromiso de parte de la audiencia, que muestra un interés cada vez mayor por nuevos originales locales en diferentes géneros'.

Gracias a ese progreso en variedad, diversidad y calidad, el número de miembros a nivel global creció, los ingresos aumen-

taron y esto le permitirá financiar más contenido original, gasto estimado en USD 15.000 millones. 'Es un momento ideal para los creadores de contenidos: hay más plataformas y más apetito por el contenido original. Llevamos cinco años produciendo en la región, habiendo sellado alianzas con players clave como Caracol TV (Colombia), Telemundo (USA) y más recientemente, Atresmedia (España). Añadimos documentales, películas y nuevos subgéneros dentro de series con fuerte apuesta por la comedia'.

'Si bien no tenemos un volumen específico, estamos produciendo más y mejor. A los productos de México, Brasil, Argentina, Colombia y España, le sumamos nuevos en Chile, Perú y España. Queremos socios de programación que aporten a nuestra grilla diferentes puntos de vista, nuevos géneros con visión universal y que sean auténticos para alcanzar los 190 mercados donde operamos', definió Mazón.

El ejecutivo destacó: 'No importa el formato o número de episodios. Rompemos esquemas tradicionales: contenidos mexicanos triunfan en Francia, contenidos italianos en Argentina, colombianos en el US Hispanic. No todos esos mercados se comportan de la misma manera, pero entregar historias diferenciadoras hace que la audiencia nos elija'.

La comedia latinoamericana aparece fuerte no sólo para la región, sino también para el mundo. Caso concreto es *La casa de las flores*. 'Una mayor competencia global y local nos empuja a ser mejores. Es un escenario excelente para todos. Nuestro diferencial es en tres elementos: historias, géneros y talento, que redundan en un beneficio claro para el suscriptor', explicó el ejecutivo.

Para este año, el OTT tendrá un poderoso line

up de nuevas series y otras que regresan: en Argentina, *Puerta 7 (Polka)*, *Casi Feliz* y la primera película *La Corazonada (FAM Contenidos)*, un thriller basado en la novela *La virgen en tus ojos* de **Florencia Etcheves**; en Colombia, regresa *Siempre Bruja*, *La Búsqueda* y *Chichipatos*; en México, *Selena*, *Desenfrenadas*, *Monarca*, *La Casa de las Flores* y *Diablero*; en España, *Élite* y *La Casa de Papel S4*, que estrena en abril.

Brasil merece párrafo aparte: en abril 2019, Netflix anunció 30 producciones locales para los próximos dos años en Río de Janeiro, Sao Paulo, Curitiba, Porto Alegre, Cimbres y Tocantins. Incluye películas, documentales y series de thrillers, romance, comedia y contenidos para niños y familia. 'Destacamos la cuarta temporada de *3% y Ricos de Amor*', aportó Mazón.



La Casa de las Flores, la comedia latina gana mercados en todo mundo

Sobre el contenido internacional en Netflix Latinoamérica, comentó: 'Apostamos a la variedad: hay interés fuerte en Hollywood, pero también de Italia, Alemania (*Dark*), UK (*The End of the F***ing World*) y, por supuesto, España. A las series, se suma el éxito de películas y stand up comedies'.

'Somos abridores de paladar de las audiencias. Las alianzas locales nos aportan territorialidad y localización de los contenidos terminados. Seguimos buscando socios de producción y adquisición. El contenido legendario es un driver, sin dudas. Se destacan Betty la Fea o películas de los estudios que son muy consumidas. El modelo de negocio, en cada caso, se acomoda a la historia que es nuestro principal interés', concluyó.

Delivering Everything You Need to Compete

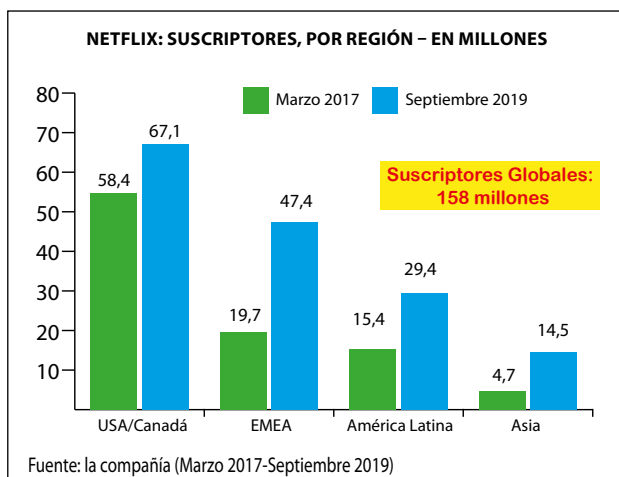


Let Amphenol Broadband Solutions demonstrate how its global technology leadership can help you with your most pressing network challenges in an innovative and sustainable way.

- Wireless
- FTTx
- R-PHY
- Satellite
- Wireless Backhaul
- Fiber Deep
- 5G/Small Cells
- HFC
- IoT
- Customized Training
- Engineering
- Installation

For more information visit us at amphenolbroadband.com

TFC South America S.A.
Av. Sarmiento 786 - 9A - Resistencia - Chaco - Argentina
Tel. +54 362 440 4457 - e-mail: info@amphenol.com.ar



Disney+ abre camino en la nueva era del entretenimiento



Robert A. Iger, Presidente y CEO, The Walt Disney Company

Cuando **The Walt Disney Company** anunció que en noviembre de 2019 lanzaría su OTT global **Disney+**, nadie imaginaba que en apenas dos días la aplicación iba a conseguir más de 10 millones de clientes globales. El crecimiento fue arrollador en solo seis mercados.

Con el comienzo del 2020, el OTT planea continuar desde el 31 de marzo con el roll out en Europa occidental, incluidos UK, Francia, Alemania, Italia, España, etc., y Asia. Se estima que llegará a Latinoamérica hacia fines de este año, cuando inicialmente iba a ser en 2021. En resumen, su lanzamiento y expansión fueron más rápidos que lo que se esperaba originalmente.

Robert A. Iger, Presidente y CEO de **The Walt Disney Company**, enfatizó que Disney+ representa un 'momento histórico' para la compañía, y que marca 'una nueva era de innovación y creatividad'.

La app se lanzó inicialmente en EE.UU., Canadá y los Países Bajos. Luego incorporó Puerto Rico, Australia y Nueva Zelanda. En su segundo día de operación, la empresa ya hablaba de una 'demanda extraordinaria'. Otras fuentes, como In My Area indicaron unos 15 millones de suscriptores en EE.UU., que coincide con el dato de **Apptopia**, que indicó que Disney+ se había descargado en 15,5 millones de dispositivos móviles dos semanas después de su lanzamiento; a mediados de diciembre, según la misma fuente, obtenía casi 22 millones de descargas. Además, la lista de tendencias en búsquedas de **Google** la ubicó al tope del cuadro en 2019.

Una de las grandes responsables de ese crecimiento es la librería estelar que combina las principales propiedades de **Disney**, **Pixar**, **Marvel**, **Star Wars**, **National Geographic**, destaca producciones originales y exclusivas ya disponibles en dispositivos móviles y de TV. En total son cerca de 500 películas y 7.500 episodios de televisión de series.

Entre las primeras, las películas animadas de **Disney Animation Studios** como *Blanca Nieves y los siete enanos*, *Pinocho*, *Bambi* y *El Rey León*; tres de las cuatro más taquilleras de todos los tiempos, *Avengers: Endgame*, *Avatar* (más toda la librería del universo cinematográfico de **Marvel Studios**) y *Star Wars Episodio VII: El despertar de la Fuerza*; de **Pixar**, *Wall-E*, *Up: Una aventura de altura* y *Monsters, Inc.*, *Toy Story* e *Intensa-Mente*.

Entre las segundas, 30 temporadas de *Los Simpsons*, once veces ganadora del premio Emmy; series de **Disney Channel** y **Disney Junior** *Zack y Cody: Gemelos en acción*, *Kim Possible*, *La Casa de Mickey Mouse*, junto a +100 películas originales de Disney Channel como *Descendientes*, y *Camp Rock*; +400 horas de contenido de **National Geographic**,

incluido el documental galardonado y aclamado por la crítica *Free Solo*, y el debut en streaming de *Science Fair*, y las series de **Marvel** desde la década de 1970 hasta la actualidad, incluidas *X-Men*, *El Hombre Araña* y *Marvel's Runaways*.

Las producciones originales están encabezadas por *The Mandalorian*, la primera serie épica live action de la saga *Star Wars*, y *La dama y el vagabundo*, una reversión live action del clásico animado de 1955; *Noelle*, una película original de comedia navideña protagonizada por Anna Kendrick, *High School Musical: The Musical: The Series*, una nueva serie guionada y ambientada en la East High de la vida real que fue presentada en la exitosa franquicia.

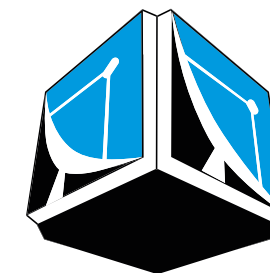
La serie documental *El mundo según Jeff*



The Mandalorian, la primera serie épica live action de la saga *Star Wars* que es uno de los principales atractivos de Disney+

Goldblum de **National Geographic**; *Marvel's Hero Project*, que celebra a niños extraordinarios que marcan la diferencia en sus comunidades; *Encore!*, con la producción ejecutiva de Kristen Bell; el documental de seis episodios *The Imagineering Story*; las series cortas *Pixar IRL* y *Disney Family Sundays*, y las colecciones de cortometrajes animados *SparkShorts* y *Forky Asks a Question* de **Pixar Animation Studios**.

Otro gran acierto es que el servicio cubre todas los targets, representando con su contenido casi un siglo de creatividad. Disney ha sido además el primer mayor en anunciar su estrategia de establecer una marca familiar a través de Disney+, un contenido Premium con **Hulu**, y el contenido deportivo en **ESPN+**, que supera los 2 millones de clientes. Combinados, el costo mensual es de USD 12.99.



Scientific Satellite

> Marcando la diferencia en tecnología digital <

AVANZANDO
A LA SIGUIENTE
GENERACIÓN EN
TELECOMUNICACIONES

HIGH SPEED INTERNET

FTTH

HEADEND DIGITAL

REDES

DIGITAL TV

FTTH

OTT



www.scientificsatellite.net

Síguenos en:



Perú: (051) 436-7200 / 436-7500
USA: 1-954-3491755

RPM: 999 840 034
ventas@scientificsatellite.net

Apple TV+ busca cambiar el rumbo de la industria



Eddy Cue, SVP de Software y Servicios, Apple



The Morning Show recibió tres nominaciones a los Globos de Oro 2020

Apple lanzó en noviembre de 2019, su OTT global **Apple TV+**, que está disponible en 100 mercados globales por USD 4,99 mensuales. Con esta apuesta, la empresa busca hacerse un lugar en un mercado altamente competitivo, con operadores ya establecidos, como **Netflix** y **Amazon Prime Video**.

Su propuesta de contenidos estaba sostenida en la premisa "poco, pero bueno". Fueron inicialmente ocho producciones originales de creativos y talentos establecidos de Hollywood, que implicaron grandes inversiones de desarrollo y producción.

Pasadas la primera semana de lanzamiento, se informó que Apple TV+ tenía 1,1 millones de suscriptores. Con ese primer dato oficial, anunció que renovaría algunas temporadas de sus series originales. Entre ellas se destacan series, películas, documentales y otros formatos innovadores en casi 4,0

idiomas, incluidos los subtítulos para sordos y con problemas de audición (SDH) o subtítulos.

Eddy Cue, SVP de Software y Servicios, de Apple, dijo: 'Ofrecemos shows originales y poderosos de los más grandes storytellers en un enorme número de mercados globales. Es importante para nosotros que el servicio sea sencillo para que todos puedan acceder desde sus pantallas favoritas'.

Disponible en múltiples dispositivos, algunos SmartTVs de Samsung, Roku y Amazon Fire TV y en la web, tv.apple.com, el servicio trae producciones originales como *The Morning Show*, con **Jennifer Aniston**, **Reese Witherspoon** y **Steve Carell** sobre el despiadado mundo de las noticias matutinas.

Con esta serie, Apple TV+ se transformó en el primer servicio de streaming en recibir nominaciones a los Globo de Oro en su año de lanzamiento, incluyendo "Mejor serie de televisión, Drama", y nominaciones dobles para "Mejor actuación de una actriz en serie de TV, Drama", por las actrices y productoras ejecutivas Aniston y Witherspoon. Aniston se consagró ganadora en su categoría. **Jamie Erlicht**, jefe de Video Worldwide de **Apple**, ya confirmó su segunda temporada para el 2020.

Otras series disponibles son *See* y *For All Mankind*, que han presentado sus primeros tres episodios y lanzarán uno nuevo sema-

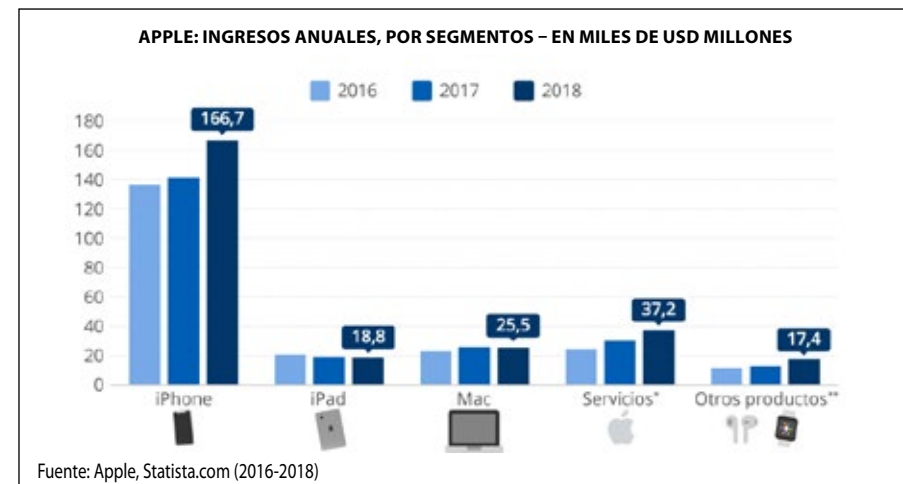


nalmente todos los viernes. Mientras la primera se desarrolla 600 años en el futuro después de que un virus haya diezmado a la humanidad y haya dejado ciega a la población restante, la segunda imagina un mundo en el que la carrera espacial mundial nunca terminó y el programa espacial siguió siendo la pieza central cultural de las esperanzas y sueños de USA.

Apple TV+ ofrece episodios de *Dickinson* y shows infantiles como *Helpsters*, desarrollado con **Sesame Workshop**, *Snoopy in Space* y *Ghostwriter*; documentales como *The Elephant Queen*, o programas como *Oprah's Book Club* con **Oprah Winfrey** en conversación con Ta-Nehisi Coates sobre su novela "The Water Dancer".

Nuevos originales anunciados tras su lanzamiento pasado son *Truth Be Told*, que debutó el 6 de diciembre sobre la obsesión de EE.UU. con los podcasts sobre crímenes reales; la serie *Servant* y *Little America*, además de las películas *Hala* y *The Banker*.

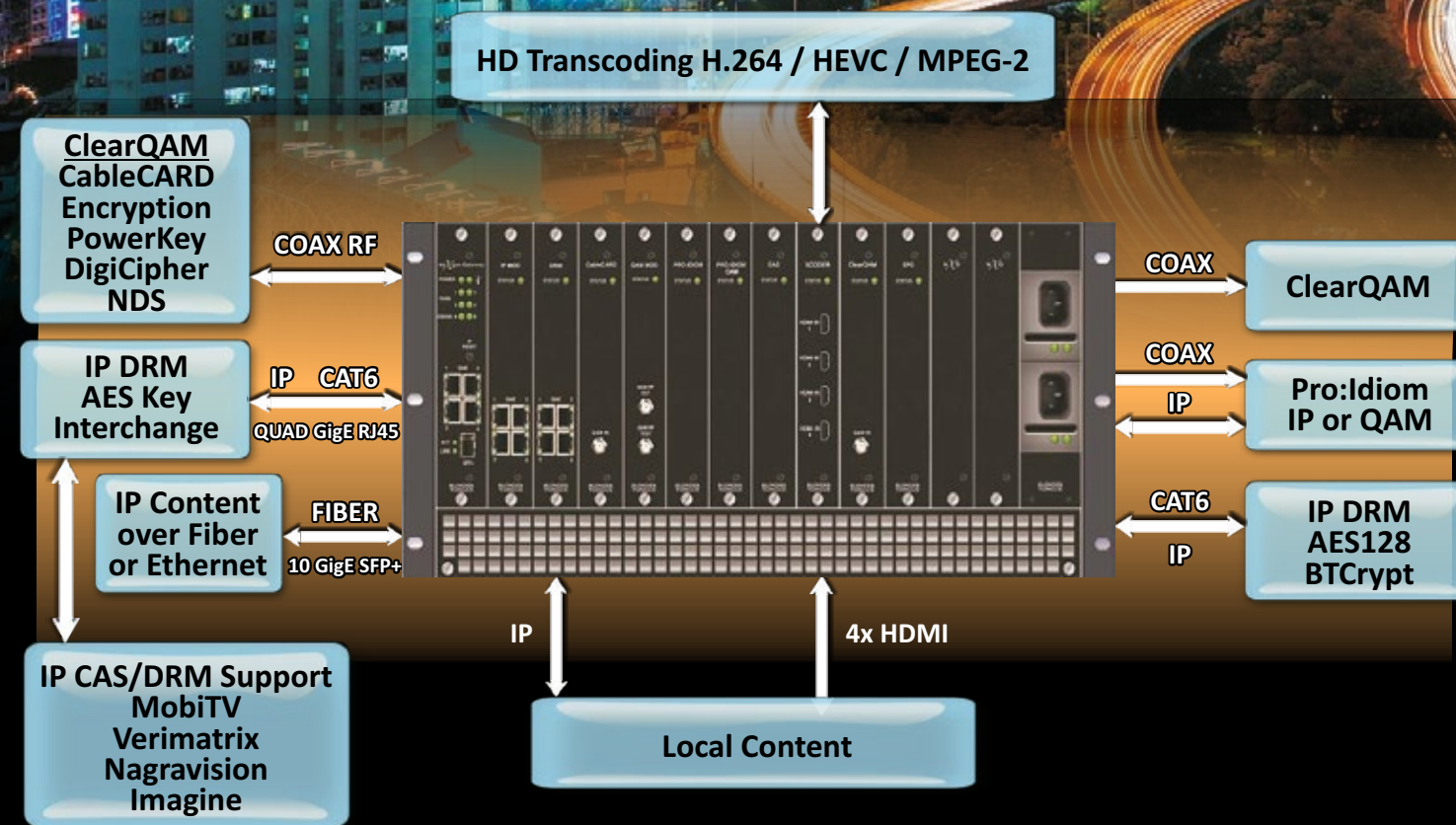
Producida y dirigida por **M. Night Shyamalan**, *Servant*, lanzado en noviembre, es un nuevo thriller psicológico que sigue a una pareja de luto en Filadelfia después de una tragedia indescriptible que crea una grieta en su matrimonio. La serie fue creada por el productor y escritor ejecutivo nominado por la Academia Británica de Cine y Televisión **Tony Basgallop**.



PLATAFORMA POTENTE, BIDIRECCIONAL, A PRUEBA DE FUTURO



NeXgen Gateway



Plataforma extremadamente poderosa, bidireccional y a prueba de futuro que es ideal para brindar servicios de video de próxima generación a ubicaciones empresariales que incluyen hospitalidad, educación, residencial, áreas de atención médica, parques empresariales y estadios.

www.tonercable.com
info@tonercable.com | 800-523-5947



Lindsay Broadband lanza nuevos UPS para redes

Lindsay Broadband anunció el lanzamiento de sus UPS para redes y dispositivos en las instalaciones del cliente. Estas soluciones de backup de energía robustas, a precios competitivos, mantendrán a los clientes conectados durante los cortes de energía.

Las fuentes de alimentación de reserva LBUPS-900/1350 de Lindsay proporcionan energía de respaldo para redes de sistemas de cable en aplicaciones de ali-

mentación en exteriores. Están disponibles en 900 o 1350 W con tecnología ferromagnética de línea interactiva y salida de onda casi cuadrada regulada controlada por microprocesador. Una pantalla táctil a color de 3,2" (8,1 cm) permite una operación fácil de usar.

Las características incluyen un sistema inteligente de gestión de la batería con compensación de temperatura, excelente protección de entrada, salida y cortocircuito, conexiones de panel frontal de fácil acceso, módulos de inversor intercambiables en caliente y voltaje de salida seleccionable en campo. El monitoreo de estado integrado DOCSIS® / EuroDOCSIS™ opcional está disponible junto con los gabinetes para instalaciones de montaje en poste o pared.

Los dispositivos LBP-UPS-F de Lindsay son potentes y compactas soluciones de UPS de 12 V CC que proporcionan energía de respaldo para las instalaciones del cliente. Están disponibles en ofertas de respaldo de 8 o 24 horas y utilizan tecnología de batería de iones de litio. Se pueden utilizar para



Adrián Acosta, Dave Atman y Gabe Iarios

realizar copias de seguridad de dispositivos de 12 V CC, como enrutadores, enrutadores inalámbricos, módems, cámaras, nodos RFOG, PON ONT y puntos de acceso.

Cuentan con control completo de la función del microprocesador, carga de la batería y gestión de seguridad, salida de tiempo de transferencia cero, protección contra sobretensiones, sobretensión, sobrecarga y protección contra cortocircuitos, indicadores LED de estado, arranque automático e interruptor de encendido / apagado manual, último jadeo de 8 y 30 minutos tiempos de ejecución respectivamente, así como telemetría.



Toner Cable desarrolló el enlace satelital QLink

Junto a RF Design

Toner Cable Equipment anunció el enlace satelital de banda L de fibra óptica QLink fabricado por RF Design de Lorsch Alemania. Toner Cable colaboró con RF Design para desarrollar una solución única para enlaces de fibra óptica entre antenas de satélite y la electrónica de recepción (IRD).

El QLink es un gabinete de exterior autónomo (con clasificación IP65) que tiene cuatro transmisores ópticos (850-2450 MHz) junto con dos fuentes de alimentación redundantes duales y gestión de fibra. El QLink está diseñado para ser montado



directamente en la antena satelital. La carcasa viene con accesorios de montaje de acero inoxidable y prensa cables para entrada de cable herméticas de intemperie para fibra, coaxial y alimentación.

Cuando se combina con cuatro receptores de banda L, como la carcasa de montaje en rack Olson OLRR y Toner TLRC-4, tiene un enlace completo



QLink

de fibra de banda L de 4 polarizaciones que es rentable y está listo para una instalación sencilla. El QLink se presentará en la SCTE Cable Tec Expo en Nueva Orleans, del 1 al 3 de octubre.

NETWORK BROADCAST

30 Más de Años

La visión estratégica que potencia su empresa.



DVB



IPTV



CLOUD



OTT

EXP ANDINA LINK 2020
LATINOAMÉRICA CARTAGENA, COLOMBIA
CENTRO DE CONVENCIONES MARZO 3,4 y 5

Stand 22 y 23

Expone: Matías Lassalle y Mauricio Echeverri
"Desarrollar IOT sobre bases sólidas, estables y confiables para soluciones presentes y futuras"

Maximice la experiencia de TV de sus usuarios.



Bromteck BORO



Remote Phy



Bromteck Peer to Peer



Middleware



CAS / DRM



Soluciones end to end



Interfaz Intuitiva



Medición y análisis de audiencia



Soluciones F.O.



OLT

Esperamos tu consulta: info@networkbroadcast.net | www.networkbroadcast.net

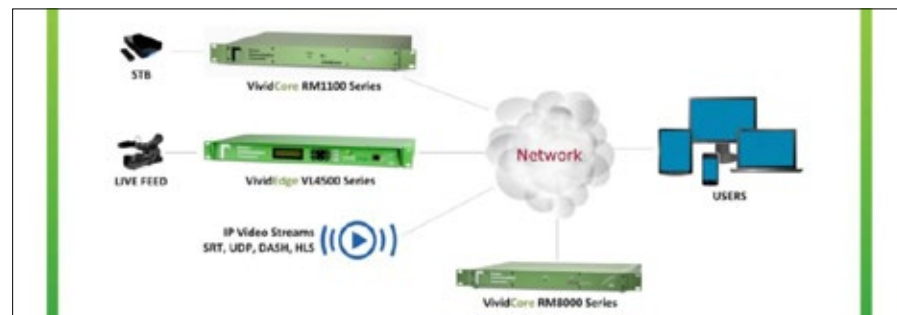


ARG 54 11 5273 1111 | BRA 55 11 4680 4548 | COL 57 15 086526 | CR 506 40 100 525 | MX 52 55 5350 4773

Radiant Communications lanza nuevas soluciones de monitoreo remoto

Radiant Communications, fabricante de soluciones para el monitoreo remoto de video en broadcast y cable, presentó al mercado nuevos sistemas que permiten un mayor control de los decodificadores y mejores capacidades de visualización remota de contenido.

La tecnología HD RM1100SD o RM1106 / 1121 permiten pruebas de calidad de experiencia, así como una verificación simple de la alineación de canales del servicio. Complementando la serie RM1100 se encuentra la puerta de enlace de análisis y monitoreo remoto RM8000, que permite a los MSV y emisores de CATV realizar monitoreo en tiempo real, captura programada, captura continua y análisis avanzado de su programación de video controlando de forma remota los sistemas de la serie



Nuevos sistemas, Vividcore

RM1100 y capturando muestras de contenido en el borde del suscriptor.

Las muestras se programan configurando flujos de trabajo dentro de la puerta de enlace. Los flujos de trabajo ordenan a los sistemas de la serie RM1000 que sintonicen canales específicos en momentos específicos y capturen muestras de

contenido de video, que luego se almacenan en el disco para su análisis.

La puerta de enlace RM7000 puede monitorear transmisiones de video para mensajes SCTE-18 y forzar el ajuste de los sistemas de la serie RM100 para capturar el contenido de alerta requerido para demostrar el cumplimiento de la FCC en el borde del suscriptor.



What's New in Remote Video Monitoring for CATV MSOs and Broadcasters



RM7000 EAS Monitoring Gateway

The New RM7000 EAS Monitoring Gateway is an integrated Appliance allowing CATV MSO's and Broadcasters to perform real-time monitoring and regulatory compliance of SCTE 18 Emergency Alert Messaging of their system. The VividCore RM 7000 monitoring gateway provides automatic reporting and capture of EAS messaging events on up to 30 set top boxes connected to VividCore RM 1100 units. Specific set of workflows allows the operator to export EAS and time scheduled verification clips and reports.



RM8000 Video Monitoring Gateway

The New RM8000 multi Stream Video Monitoring and Analysis Gateway is an integrated Appliance allowing CATV, MSO's and Broadcasters to perform real-time monitoring, continuous capture and advanced analysis of their video programming. When used with VividEdge Broadcast Encoders and VividCore Remote Monitoring devices the system allows capture and storage of multiple video sources indexed by time/date and closed caption data if available. The VividCore RM8000 monitoring gateway has options for advanced analysis. It provides automatic reporting of ad queue events, EAS messaging, closed caption data, video quality analysis and audio loudness measurements. Specific set of workflows allow the operator to export ad insertion, EAS and time scheduled verification clips and reports. When used with RM1100 VividCore devices the system provides efficient and real time monitoring multiple cable tv set top boxes directly from our browser.



www.rccfiber.com

La tecnología más avanzada para pruebas funcionales y actualización de firmware en terminales de Datos, Voz y Video

CPE ATLAS



STBTP



CPE ATLAS Mini



STBTP: Banco de pruebas para Set-Top Box
Procesa decodificadores de TV digital, para múltiples sistemas de video

CPE ATLAS: Banco de pruebas para terminales de Datos y Voz
Para terminales Cable Modem - EMTA - ONT - DSL - Enrutadores WiFi - AP

CPE ATLAS Mini: Versión reducida del CPE ATLAS
La opción adecuada para producción de bajo volumen, certificación y homologación de equipos CPE

Promptlink: proveedor líder de soluciones automáticas en alto volumen de producción, para logística reversa y recuperación de terminales.

EKT realiza integración con Eutelsat-Cirrus para plataformas híbridas 4K

Jill Mulder, director de marketing de EKT, destacó la solidez de su equipo de ingeniería y marketing para televisión, que ofrece no solo buenos productos sino también apoyo y soporte de manera cooperativa.

La marca tiene una amplia gama de productos que por sus diseños se



diferencian del resto de la oferta presente en el mercado. Esto se combina con las últimas plataformas 4K híbridas y con la integración con la plataforma satelital Eutelsat-Cirrus.

‘En base a algunas tendencias que hemos visto en el mercado, dividimos nuestras soluciones en



Jill Mulder

tres grupos de productos: **AndroidTV, SolidTV y LiveTV**’, explicó Mulder.

‘AndroidTV es una ola imperdible que está haciendo grandes avances en el mercado. Además de los modelos OTT más comunes, EKT también tiene una gama completa de modelos híbridos en los que nuestros clientes pueden seguir utilizando su infraestructura DVB / ISDB-T y aún beneficiarse del conjunto de aplicaciones AndroidTV’.

‘En SolidTV, contamos con nuestro propio middleware basado en Linux desarrollado en casa, sobre el que ahora más de 15 socios han portado sus soluciones HTML5 de “Middleware / IU de alto nivel”. Esto ofrece una fantástica solución de relación calidad-precio que, en combinación con las tiendas de aplicaciones, ofrece una solución ultrarrápida para comercializar’, añadió.

Finalmente, dijo sobre LiveTV: ‘A pesar de la creciente conectividad de los hogares, todavía existe un gran requisito para una televisión de una vía de gran calidad. Combinado con PVOD y opciones avanzadas de EPG, este segmento se nutre de una excelente relación calidad-precio, pero una solución de producto de calidad para cada requisito de DVB o ISDB-T’.

‘EKT se ve más adecuado para operadores de tamaño mediano a grande. Sin embargo, también invertimos en trabajar con empresas de nueva creación’.

Concluyó: ‘Latinoamérica ha sido uno de nuestros principales enfoques durante los últimos seis años. Ahora tenemos personal permanente de ventas y soporte de EKT en la región. Vemos lo mismo para varios de nuestros socios de middleware y seguridad donde se están enfocando e invirtiendo en la región’.



www.dllocorp.com

Energía Confiable y Eficiente

Incluso Bajo Condiciones Ambientales Extremas



LINDSAY BROADBAND

NUEVO!

LEON™ (LEON - Lindsay Ever On Networks)

Las soluciones de energía de Lindsay (LEON) ofrecen energía eficiente, confiable y solida de forma continua para garantizar servicio en todas las aplicaciones.

La serie de fuentes de poder de onda cuadrada sin respaldo de baterías LBNS-PS están diseñadas para ser robustas, confiables, eficientes y soportar las peores condiciones ambientales en una caja ventilada con recubrimiento resistente a los elementos.

Fuente de Poder sin Respaldo de Baterías

- Rendimiento y simplicidad comprobada – transformador ferromagnético de voltaje constante
- Bajo costo y alto retorno de inversión – rendimiento altamente confiable
- Garantiza el funcionamiento adecuado de los equipos de línea – salida de voltaje AC regulada
- Voltajes de entrada y salida seleccionables (entrada 120 o 220 VAC, salida 63 o 89 VAC)
- Protección estándar ofrecida a la entrada y salida
- Reduzca sus gastos operativos – reinicio automático al eliminar cortos circuitos/sobrecarga
- Indicador de operación externo – resistente LED externo indica energía activa
- Instalación en poste o pared



También ofrecemos opciones de energía UPS para la red y los suscriptores

La serie de fuentes de poder LBUPS con salida de onda cuadrada y respaldo de baterías garantiza la operación de las redes incluso cuando hay fallas del suministro eléctrico principal.

La serie de UPS compactos LBP-UPS ofrecen de 8 a 24 horas de respaldo a sus suscriptores.

Manteniéndote Conectado. Tecnología Robusta. Desempeño Garantizado.

www2.lindsaybb.com/pleon | info@lindsaybb.com | +1.705.742.1350

Soluciones Energía, RF, Ópticas y Servicios de Valor Agregado

Network Broadcast acompaña a los operadores en su evolución tecnológica

Networks Broadcast acaba de incorporar a su equipo a **Mauricio Echeverri**, quien será responsable de liderar las operaciones de Colombia y Ecuador. Previo a Andina Link, donde el ejecutivo estará destacando las soluciones de la empresa, comentó su visión del mercado, sus objetivos en el evento y cuál será la clave de su gestión para el próximo año.

Desde hace 30 años, Network Broadcast lleva las últimas tecnologías al mercado latinoamericano, y por esa experiencia. 'Hasta la forma de cambiar está cambiando', afirmó Echeverri. 'La tecnología siempre avanzó muy rápido y los cambios son constantes, eso no es nuevo. Pero a diferencia de algunos años atrás los consumidores naturalizan las nuevas tecnologías de inmediato, lo que hace que sea una obligación para todos los que estamos en este mercado, no solo incorporarlas, sino también crearlas. Ser parte del futuro es la única manera', remarcó.

'Ya no alcanza con adaptarse al cambio, es necesario implementar continuamente tecnologías para poder estar lo más cerca posible a las exigencias de los consumidores actuales. Lo que requiere llevar al cliente a su máximo potencial tecnológico si lo que quiere es optimizar su rentabilidad y garantizar su permanencia en el mercado, completó el ejecutivo.

'Dentro de esa incorporación tan natural, encontramos que todo debe ser multipantalla. Y si no lo es, sencillamente está obsoleto. Por eso los operadores deben brindar servicios OTT para que sus clientes puedan ver lo que quieren, cómo, cuándo y dónde sea. Y así mejorar su rentabilidad y reducir la baja de usuarios'.

'Creemos que la única forma de acompañar a los operadores y programadores es estando preparados para poder brindarle soluciones con la visión estratégica que les permita desarrollar sus negocios de forma sólida y sostenida en un mercado como el nuestro'.

Remarcó Mauricio Echeverri: 'La ansiedad del consumidor es muy alta y busca continuamente nuevas experiencias. Y en Network Broadcast somos muy conscientes que para mantener a nuestros clientes en línea con los últimos avances debemos ofrecer proyectos flexibles, escalables, viables y rentables'.

'Esa insaciable demanda del mercado obliga a los operadores a crecer, por lo cual es clave asesorarlos y acompañarlos con la experiencia que nos diferencia, para poder apoyarlos con soluciones que deben ajustarse a situaciones tecnológicas y económicas muy puntuales. Y eso exige una gran flexibilidad y conocimiento del mercado de nuestra parte'.

'Resulta fundamental hacer proyecto



Mauricio Echeverri

trazando un plan de acción que permita ir incorporando soluciones sistemáticamente, a corto, mediano y largo plazo, y sin importar el tamaño del cliente. Porque todos tendrán que hacerlo, a todos se les demanda al mismo tiempo', afirmó el ejecutivo.

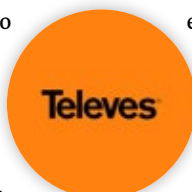
En esa línea, Network Broadcast estará en Andina Link mostrando las últimas y más avanzadas tecnologías que hay en el mercado para la televisión y datos. Además, participará en la conferencia "Desarrollar IOT sobre bases sólidas, estables y confiables para soluciones presentes y futuras". 'Las IOT serán un hecho en el mercado, no hay dudas, y es necesario contemplar en la realidad de cada empresa la posibilidad de incorporarlas en un futuro cercano', resumió.

Para muchos cableoperadores puede parecer una tecnología lejana o muy costosa, pero no lo será si sus redes pueden adaptarse al ancho de banda que esta tecnología demandará. Y para eso es que existe *RemotePhy*.

Televes: Grandes oportunidades en Latinoamérica

En el último año, Televes pudo consolidar su presencia en Latinoamérica, con un crecimiento importante en varios países de la región. 'La apuesta por este mercado fue acertada y vemos grandes oportunidades de crecimiento', afirmó **Juan Molezún**, International Department Director.

'En Televes fabricamos soluciones para operadores de cable, objetivo principal de



estas ferias, así como equipos para la digitalización de las cabeceras, componentes de red, soluciones de fibra óptica, GPON y somos uno de los principales suministradores de equipos de medición QAM y Docsis para los grandes cableros', comentó.

'Somos líderes de mercado en la fabricación de equipamiento para los operadores satelitales, soluciones de hospitality para hoteles, hospitales, mineras, etc, y también



Juan Molezún y Pablo Enríquez, de Televes en Andina Link 2019

para la TDT. La implantación del Ritel en Colombia o la Ley de Ductos en Chile presentará grandes oportunidades de mercado latinoamericano', remarcó el ejecutivo.

Visítanos en
ANDINA LINK 2020
Stand 65A

ENCODER DIGITAL HD DELUXE



Transmita contenido HD a un número ilimitado de televisores

Moduladores y Encoders

ENCODER/MODULATOR CON IP STREAMING



Resolución de video de la más alta calidad

CH2-135 TOTALMENTE ÁGIL



CH2-118 TOTALMENTE ÁGIL



Los moduladores de canal fijo pueden ser cosa del pasado



Recintos de fibra óptica



Recinto de la bóveda



Recinto en línea



Puntos de acceso de red de fibra

Hardware de línea de poste

Multicom ofrece una línea completa de hardware Pole Line



SOLUCIONES DISEÑADAS PARA SATISFACER LAS NECESIDADES ESPECÍFICAS DE AMÉRICA LATINA

La línea de componentes activos y pasivos Fibra Óptica de Multicom proveen video HD, voz y datos de distribución para todas las redes

Fibra Óptica



Transmisores Ópticos - 1310, 1550, CWDM, 48V
Amplificadores Ópticos EDFAs - 1 & 2RU, hasta 32 puertos SFPs, Splitters, Jumpers, Mufas, Nodos Óptico

GPON & EPON OLTs & ONTs



Soluciones disponibles ahora

Equipos de CATV



Análogos & Digitales

Herramientas y equipos de prueba



Fusionadora de Fibra Óptica - 1 año de garantía
OTDR - With VFL, Light Source, Power Meter
Power Meters, Cleavers, VFLs, Cleaners

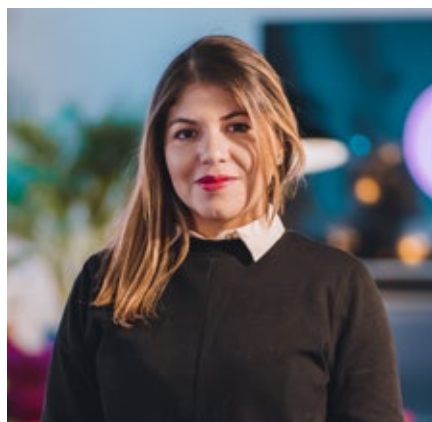


Multicom mantiene en stock mas de 20000 productos provenientes de los 380+ fabricantes principales del la industria. Estos productos se utilizan para adquirir, procesar, y distribuir señales de television, data, voz, seguridad y señales inalámbricas, atravez de fibra optica, cobre y coaxial.

www.multicominc.com | 407-331-7779 | Visítanos en el stand 65A

Nordija: Soluciones flexibles, híbridas y con capacidad multi-tenancy

Crece en Latinoamérica junto a sus distribuidores



Lorena Zapata, de Nordija

Nordija es una compañía de software de Escandinavia, con más de 20 años de experiencia en la industria, que ofrece soluciones para operadores, telcos e ISP para lograr un crecimiento y entrega de contenido con una experiencia de usuario intuitiva y una interfaz limpia.

La empresa estará por segundo año consecutivo en Andina Link Cartagena, donde exhibirá su tecnología para multi-plataforma, apuntando a cableoperadores de todos los tamaños. Cuenta con una posición sólida en Europa, Medio Oriente y Estados Unidos, prestando servicio a más de 3 millones de dispositivos para usuarios finales.

Latinoamérica

Nordija lleva tiempo explorando y abriendo el mercado regional de la mano de integradores como VGL de Chile. En 2019, tuvo su primera participación en Andina Link, iniciando su ingreso en Latinoamérica.

'Andina Link es una feria enfocada en el sector de nuestro interés, con alta participación de operadores de toda la región haciéndola una de las ferias más importantes para asistir y reunirnos con nuestros clientes potenciales y socios locales como Broadpeak, Verimatrix, EKT, Edgewise y Amino, entre otros. Sin duda,

es un punto de encuentro por su ubicación de fácil acceso y punto de encuentro centralizado', explicó Lorena Zapata, directora de ventas para Latinoamérica.

Desde mayo de 2019, Zapata ha estado abriendo el mercado en la región. 'El plan es seguir expandiendo Nordija en el sector, conquistando operadores de cable Tier 1 y medianos con nuestro producto fokusOn. Nuestro gran interés es hacer un MultiTenancy en la región para lograr incluir a todos esos operadores pequeños involucrados en un solo HUB, con precios económicos y ayudar a expandir su modelo de negocio con plataformas modernas listas para competir en el mercado actual'.

Flexibilidad y Multi-tenancy

'Ofrecemos flexibilidad, algo que todos los clientes de Latinoamérica necesitan, y otras dos ventajas, como multi-tenancy e hibridez', dijo la ejecutiva.

Multi-Tenancy significa tener múltiples operadores en un solo sistema. 'En la región, hay miles de pequeños operadores en todo el continente que no tienen las capacidades o el presupuesto para comprar su propio software, por lo que podemos agruparlos en un centro y pueden beneficiarse de la inversión de los demás. Con nuestra solución Multi-Tenancy podrán tener cada operador conectado al centro, donde pueden tener su propio sistema de facturación, su propio diseño de la plataforma, su propia publicidad y mucha más flexibilidad que pueden aprovechar'.

'Además, proponemos una solución híbrida con la que podemos ayudar a los operadores en su ecosistema existente en la experiencia pura de Android TV y reduciendo sus costos. Con estas dos soluciones dentro de nuestra plataforma, podemos ayudar a la región no solo en términos de presupuesto y tecnología, sino también

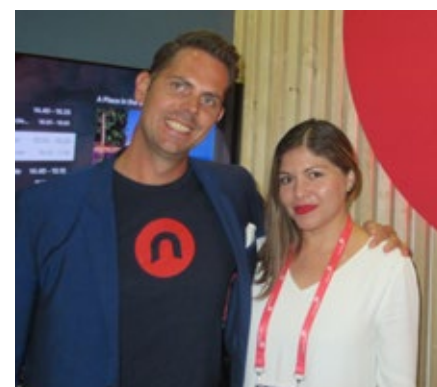
de brindarles flexibilidad para que nos adaptemos a nuestros clientes y no que el cliente se adapte a nosotros'.

Multiplataforma

'Nordija es una empresa con una mentalidad abierta. Ayudamos a nuestros clientes a crecer, independientemente del estado actual del operador, nuestro cliente final tiene la opción de elegir y adaptar su solución según el presupuesto y los requisitos, esto se logra debido a nuestra estrecha relación con más de 40 socios en la industria de manera transparente, esto facilita que nuestra solución funcione en varias plataformas a través de OTT o IPTV, sin bloquear o restringir el software a nuestros clientes, brindando soluciones y alternativas de manera ágil', comentó.

'Al escuchar a cada cliente individual y comprender su problema raíz, estamos constantemente actualizando nuestra plataforma para que sea compatible con la mayoría de los DRM, CDM, metadatos, Android TV, Apple TV, IOS y la mayoría de los decodificadores'.

En abril, el equipo de Nordija exhibirá en NAB en Las Vegas, en mayo en Angacom en Colonia, Alemania y en septiembre en IBC en Ámsterdam. Además de eso, asistirá a los eventos de NexTV Series en Buenos Aires, Bogotá, Ciudad de México, Berlín y Miami.



Jeroen Van Vliet y Lorena Zapata, de Nordija en IBC 2019

Más de 50 años llevando la mejor señal de TV y datos hasta el hogar

Diseñamos y fabricamos productos y soluciones que convierten las infraestructuras de edificios en autopistas de alta capacidad para servicios de ocio, salud y bienestar en el hogar.
Un Fabricante que Garantiza la Calidad de su Producto con el Mejor Soporte Post Venta

EL FABRICANTE EUROPEO CON PRESENCIA EN MÁS DE 100 PAÍSES



soluciones avanzadas para redes GPON



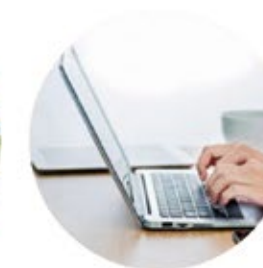
captación y distribución de TV satélite, cable y terrestre, para soluciones colectivas



soluciones profesionales para operadores DTH



redes de datos, televisión y VOD para edificios especiales, como hoteles, hospitales y escuelas.



internet más rápido y seguro utilizando el cable coaxial de la infraestructura existente con nuestras soluciones coaxdata



Televes

www.televes.com | www.televescorporation.com



Obix presenta su servicio de monitoreo de señales

Obix Solutions es una empresa que ofrece soluciones integrales de video y televisión, escalables y adaptables a todas las necesidades de los operadores de TV por suscripción (cable, terrestre, satélite) e ISPs.

La compañía sigue en permanente crecimiento en Latinoamérica con las soluciones que la caracterizan, resaltando los nuevos proyectos de OTT que se están desarrollando en México, Colombia, Ecuador y Perú. La solución OTT de Obix permite comenzar con una prueba de concepto y escalar sin limitaciones, para que cualquier operador la pueda implementar sin importar el tamaño de operación que tenga y sus usuarios puedan disfrutar del multipantalla y la interactividad de una manera rápida y eficiente bajo la modalidad Opex con una mínima inversión.

Continuando su compromiso de ofrecer soluciones innovadoras que cubran las ne-



cesidades de sus clientes, Obix está presentando su nuevo sistema de monitoreo de señales para cableoperadores, que ha sido diseñado específicamente para los proveedores de servicios que necesitan monitorear toda su grilla de señales a bajo costo.

El sistema realiza un barrido continuo de las señales analógicas y de las señales digitales. Al sintonizar cada canal, analiza audio y video y de encontrar algún desperfecto avisa mediante distintos tipos de alarmas.

La configuración y operación es 100% web, por lo que puede ser monitoreado en el headend o a distancia desde una cabecera remota o un teléfono celular y ante cualquier problema se alerta sonoramente, email o visualmente en el muro de visualización en vivo para que el cableoperador se entere antes que sus abonados.

Este sistema le permite al cableoperador estar monitoreando su operación las 24hs



Gonzalo Blanco y Agustina Roque, de Obix

de manera automática reduciendo los costos operativos y enterándose antes que sus abonados de cualquier problema en las señales.

Además, el sistema de monitoreo cuenta con un video testigo donde realiza una grabación del video y audio, con el fin de evidenciar las fallas que se presenten en cada uno de los canales de video con sus respectivos audios y los canales de radio que tenga el operador.

Gonzalo Blanco, CEO de la compañía, comentó: 'Con este nuevo servicio desde Obix buscamos brindarle al operador de TV paga mediano y pequeño una solución que antes estaba solo al alcance de los grandes operadores, permitiendo mejorar la calidad del servicio ofrecido y reduciendo los costos operativos'.

Skyworth

The Leader in DTH / ASO / Cable / IPTV



3rd Largest STB Manufacturer Worldwide

Bridging the Gap Between Ideas and Realities
Connecting to the Future Smart Life

MAIN OFFICES

Johannesburg, SA | Delhi, India | Shenzhen, China | Vienna, Austria | Mexico City, Mexico

Find Our Local Representatives at :
 DiegoCarrera@skyworth.com
 Mendezv@skyworth.com
 Our Website: en.skyworthdigital.com



Por Rodrigo Martín, Regional Sales & Engineering, CaLA

Technetix: En el futuro de la velocidad, Redes de alta capacidad



Las necesidades crecientes de velocidad y capacidad han conducido a la industria de la banda ancha por cable a desarrollar redes más rápidas y mayor capacidad. Ancho de banda extendido, mayores profundidades de modulación son algunas de las soluciones que se deben incorporar para mejorar la longevidad y flexibilidad de las redes actuales. Los principales fabricantes de equipamientos están redefiniendo su oferta de producto mientras los operadores deciden que tecnología adoptarán para obtener 10Gbps. El primer borrador de la especificación DOCSIS 4.0 por CableLabs se encuentra a punto de ser finalizada. Esta especificación definirá la siguiente generación soportará velocidades multi-gigabit y tendrá capacidad para una latencia más baja con mejoras en la seguridad de la red. A largo plazo, la industria global se esfuerza para alcanzar velocidades simétricas de 10Gbps en las redes de acceso como HFC, FTTx y Wireless.

Una parte clave de este nuevo standard es la incorporación de nuevas tecnológicas, incluyendo Extended Spectrum Docsis (ESD), Full duplex DOCSIS (FDX) y Low Latency Docsis (LLD) en un standard único en la industria. Estas tecnologías han sido desarrolladas para crear una red superior, más rápida, mas eficiente y con mayor capacidad, particularmente en el upstream. ESD obtiene esto utilizando y separando el upstream y el downstream en puntos más altos del espectro. La tecnología FDX permite que los canales upstream y el downstream se utilicen de forma simultánea. LLD se enfoca en los dos factores principales de latencia en la red – queuing delay y media acquisition delay.

El Diseño Innovador Comienza con la Plataforma de Acceso Actual

Los operadores deben buscar una tecnología que esté disponible ahora y que proporcione nodos modulares “plug and play”, amplifi-

adores y soluciones (R-PHY) que permitirán futuras modernizaciones y actualizaciones de red. Para mejorar la longevidad y la flexibilidad de las redes HFC, los operadores necesitan la capacidad de actualizar fácilmente los módulos ópticos y RF instalados o actualizar a los nodos R-PHY a medida que evoluciona la arquitectura de la red.

Con el enfoque de un futuro en el que los operadores brinden servicios de multi-gigabits a los suscriptores, el modelo actual donde sólo agregaban hardware para permitir un aumento constante en el ancho de banda no puede continuar. La evolución constante de las plantas DOCSIS y HFC ha permitido que DOCSIS 3.1 sea entregado a través de una Plataforma de Acceso de Cable Convergente (CCAP). Esta evolución ha proporcionado un aumento en la densidad y la escala, lo que permite a los operadores abordar la demanda exponencial anual de mayor ancho de banda. Sin embargo, con la necesidad de reducir el gasto de capex y opex, los operadores están avanzando hacia arquitecturas de acceso distribuido y virtualización de redes.

Distributed Access Architecture (DAA)

DAA permite relocalizar el hardware de acceso de los HUBs a HUBs más pequeños o directamente en la planta. Esta implementación se realiza separando el núcleo CCAP de las funcionalidades PHY, que se acercan a los suscriptores, manteniendo únicamente las funciones de core en las cabeceras. El R-PHY se conecta al core vía un enlace óptico digital, por lo que requiere que los operadores desplieguen fibra hasta cada una de las localizaciones R-PHY.

R-Phy, que integra DOCSIS 3.1, permite a los operadores de cable, dar respuesta a las necesidades de banda ancha de sus suscriptores, en cualquier caso, esto requiere el despliegue de fibra en múltiples localizaciones, donde un nodo o amplificador se convertirán en un nodo R-Phy. El despliegue de fibra requiere tiempo y tiene un coste elevado; particularmente en cuando a la obtención de permisos de la autoridad local y construcción. Incluso si existe una fibra pre-existente en algunos escenarios, puede no

ser práctico para el operador desplegar la fibra para un número limitado de usuarios.

Segmentación de red

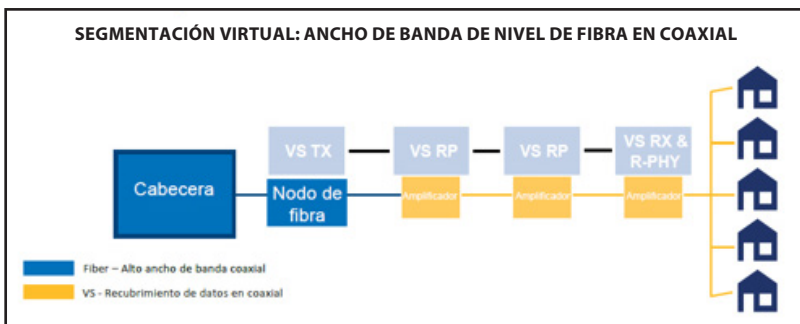
Algunas soluciones de segmentación de red pueden eliminar la necesidad de despliegue de fibra. Virtual Segmentation (VS) es una tecnología innovadora que permite activar ancho de banda adicional sobre el cable coaxial, permitiendo el despliegue de R-PHY sin desplegar fibra óptica. El ancho de banda adicional depende de la utilización del espectro de RF y puede ser de hasta 10Gbps simétricos.

CS ha sido desplegado como un añadido a la infraestructura existente donde el espectro DOCSIS permanente intacto en las líneas troncales, utilizando las frecuencias superiores hasta 4 GHz. Es posible utilizar diferentes frecuencias y anchos de banda para desplegar canales de transmisión transparentes ethernet de hasta 10Gbps. EL cable Coaxial actúa puede actuar como una fibra virtual para aplicaciones de: red troncal de móvil, conexión de clientes B2B, puntos de acceso Wi-Fi y para alimentar dispositivos R-PHY. Es incluso posible utilizar el cable coaxial para la transmisión DOCSIS y VS simultáneamente.

VS proporciona a los operadores una conexión 10 GE SFP+ desde el nodo/CMTS hasta la localización del dispositivo R-PHY. Dependiendo del escenario de despliegue, VS proporciona hasta 10 Gbps de ancho de banda simétrico. Como conclusión VS permite desplegar R-PHY más rápido y con un coste inferior.

Opciones

Hoy la plataforma de acceso DBX 1.2 GHz es un ejemplo de tecnología que cumple el standard DOCSIS 3.1 pero puede acomodar la siguiente generación de tecnologías que serán detallados en el standard DOCSIS 4.0. El upstream puede incrementar desde 42/54 a 85/102, 204/258 o 300/380 MHz. La plataforma DBx ofrece amplificadores electrónicamente ajustables (localmente vía T-box o laptop, remotamente con un transpondedor DOCSIS 3.0). Technetix ha suministrado 750.000 amplificadores inteligentes DBx a los principales operadores en el mundo. Cuando sea necesario, los operadores pueden expandir sus redes, utilizando Virtual Segmentation (VS), desplegando R-Phy sin la necesidad de fibra.



we will hook you up with

winning MIDDLEWARE

we will hook you up with

the best DESIGNS

we will hook you up with

leading CAS/DRM

NABSHOW®

Where Content Comes to Life

Booth: SU9521

Livetv
Quality DVB/ISDB-T by EKT

Linuxtv
Connected & Integrated by EKT

Androidtv
(Hybrid) platform by EKT

for the best set-top box, visit us on our booth or on:

WWW.EKT-DIGITAL.COM

CHILE MEDIA & CONTENT 2020

SAVE
THE
DATE

31 de Marzo y 1 de Abril de 2020
Hotel Santiago By Mandarin
Las Condes - Santiago

¿TE LO VAS A PERDER?

Chile Media & Content es el mercado local y regional de la TV paga y producción de contenidos que viene teniendo un crecimiento exponencial. Con la participación de los principales ejecutivos y tomadores de decisiones de las más importantes empresas de la industria audiovisual, Chile Media & Content 2020 es la cita ideal para hacer crecer su red de contactos, beneficiarse con los mejores negocios, ver los últimos lanzamientos y novedades en producción y contenidos y asistir a las más destacadas conferencias y workshops.

PARTICIPAN:



UNA PRODUCCIÓN DE:
GRUPO ISOS
internacional

[@](#) [f](#) [t](#) [in](#) [v](#) [www.grupoisos.com](#)

INSCRIBITE AHORA

CONTACTO POR INSCRIPCIONES:
Tel: +598 2624 0465
noel.cuello@grupoisos.net
CONTACTO COMERCIAL:
Tel: +598 2624 0465
romina@grupoisos.net

#Innovación #Desarrollo #Futuro



 **TecnoRed**

www.tecnoredlatam.com

Latinoamericana TCA: Todo para FTTH, en un solo lugar

Amplia oferta con el apoyo de grandes fabricantes



Israel Rodríguez y Andrea Baena, de Latino TCA

La experiencia acumulada en más de 30 años en este mercado, ubica a la empresa como referente dentro del mismo como el aliado estratégico en el cual un operador puede encontrar la totalidad de los equipos activos, accesorios y pasivos, instrumental, cables de fibra óptica y demás para no tener que desgastarse en buscar estos elementos en varios distribuidores.

Con los mejores fabricantes

Hoy día es imposible desligar la vida cotidiana de Internet, cada día que pasa la interactividad es mayor y nadie se puede abstraer a la realidad de cómo la nube ha cambiado múltiples aspectos de la existencia humana.

Cada día, es más frecuente que las empresas tengan jornadas o contraten empleados bajo la modalidad de home-office, ni qué decir del entretenimiento en nuestros hogares, servicios de streaming como Netflix o Amazon Prime son infaltables en nuestras pantallas.

Toda esta demanda de ancho de banda hace una gran presión sobre los operadores que deben abastecer con planes de accesos más veloces a sus abonados. En este escenario de necesidad de una conexión confiable y de alta velocidad, los sistemas inalámbricos no suelen tener un buen desempeño abriendo así el espacio para que las conexiones de FTTH sean las que mayormente están siendo usadas por las ISPs para conservar y ganar porción del creciente mercado de abonados.

Entendiendo esta realidad, Latinoamericana TCA ha desarrollado la estrategia que resumida en la frase "En redes FTTH, todo bajo un mismo techo", le permite al operador de telecomunicaciones encontrar la solución a sus necesidades de tener unas redes confiables y veloces a precios razonables.

Dentro del portafolio de productos, TCA tiene el acompañamiento de prestigiosos fabricantes y marcas. Con el respaldo de KingType, con una solución integral que incluye diversos modelos de OLT's y ONU's para las tecnologías GPON y EPON que cumplen con todos los estándares de la industria y que brindan una excelente relación costo beneficio.

Para atender las necesidades de digitalización de cabeceras, cuenta con el apoyo del fabricante europeo Teleste, el cual brinda una amplia gama de productos que abarcan la solución para las diversas necesidades de los operadores. Se resalta el producto de modulación DVB-T el al integrarlo a una red de TV por cable permite que el operador pueda brindar servicios de tv digital en formatos SD y HD sin tener que recurrir al uso de STB en el abonado.

Este mismo fabricante ha presentado en el mercado una solución de alta densidad para el procesamiento de las señales DVB-C, la cual permite una ahorro significativo en espacio de rack y en consumos de electricidad.

En la línea de instrumental de la mano del fabricante Deviser ofrece una alta variedad de equipos especializados que permiten el monitoreo y control de los parámetros

técnicos de las redes tanto en cobre como en fibra. La robustez de los equipos de este fabricante hace que el operador sienta una totalidad seguridad sobre la calidad del servicio entregado en su red.

La marca Lifefiber aporta una amplia gama de productos de cables de fibra óptica ADSS y Drop, así como también todos los pasivos y accesorios necesarios para la implementación de la red de planta externa y de domicilio, tiene cajas NAP, mufas, cajas riser, conectores mecánicos, patchcords, toma rosetas, pigtaills, herrajes de drop, splitters ópticos, splitter WDM, ODF's. La calidad de esta línea y su precio competitivo presentan una gran relación costo/beneficio para el cliente.

Click TV

Pero la empresa no solo se ha quedado en la provisión de equipos y fierros, sino que completa su oferta con el producto Click TV de cabecera addressable IPTV que se constituye en la más avanzada y poderosa solución del mercado. Al no requerir el uso de decodificadores en la casa del abonado, libera un peso enorme sobre el flujo de caja del operador, no solo ahorrando dinero sino que también eliminando todo el engorroso proceso administrativo y operativo que representa el manejo de los decodificadores en la bodegas.

Como adicional esta plataforma proporciona las herramientas de análisis necesarias para estudiar el patrón de consumo del abonado, pudiendo en consecuencia con los datos recopilados planear una estrategia de publicidad dirigida hacia cada tipo de consumidor.

Finalmente el software de gestión de abonados de Phantom en sus versiones Classic y en Lite en la nube, permite que el operador puede tener la solución a todos los dolores de cabeza que representa la administración de sus abonados.



FTTX Fiber Solutions

Fiber Headend

Headend Transmitters



Headend Receivers

EDFA

Fiber Premise

Optical Fiber Node - Mini

Optical Fiber Node - RFoG

Optical Fiber Node - MDU



Llega una nueva
experiencia

diboxGO

dibox

red
Intercable

WireTech



Proveedor Integral de
Redes HFC y FTTH

Con mas de 15 años en el mercado

Prevail
CATV

SOFTTEL

delight

YOFC
Smart Link Better Life.

OPF
Optical Fiber System

LONGXING

Guangtai®

TFC Amphenol

ZIP

Grandway®

DATA

Opticlink

Acompañamos el cambio tecnológico



/Wire Tech s.a



/@Wire Tech



Casa Central Buenos Aires

+54 11 4709 6650

+54 9 11 2013 0683

ventas@wiretechsa.com.ar



Sucursal Cordoba

+54 0351 476 0908

+54 9 11 5249 9568

sucursalcordoba@wiretechsa.com.ar

www.wiretechsa.com.ar

CryptoGuard: Novedades en OTT y soluciones mobile

Estará en Andina Link, APTC y NAB Show

CryptoGuard, proveedor sueco de CAS y DRM con más de diez años protegiendo el contenido para programadores y operadores, volvió este año a Andina Link donde presentó novedades y mejoras de su producto para OTT, *CryptoLITE*, y destacará para el mercado latinoamericano su nueva propuesta, *Mobile CAS Dongle*.

Kjell Carlsward, CEO de la empresa, comentó que en 2007 lanzó el primer CAS para Suecia donde las regulaciones exigían que los operadores encriptaran su contenido y muchos pequeños tuvieron problemas, ya que las alternativas eran muy costosas.

En Latinoamérica, donde ocurre algo similar, la marca se ha destacado siempre por sus precios, el alto nivel de seguridad y escalabilidad para cualquier tamaño de red. Como resultado, el 70% de los operadores suecos lo han utilizado.

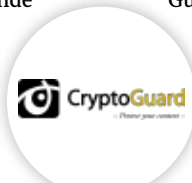
Eso fundamentó la expansión en el mercado internacional mientras continuó desarrollando producto para operadores y broadcasters del mundo. Hoy llega a más de 50 países, incluyendo cadenas de TV con cobertura nacional y oficinas de ventas en

cuatro continentes con gran red de socios.

Kjell aseguró que CryptoGuard seguirá apostando a sus productos 'seguros, inteligentes y económicos para servicios de televisión de próxima generación y fortalecerá su posición como el CAS más accesible'.

CryptoLITE OTT Solution es la solución de CryptoGuard para OTT que ahora se presenta en el mercado con mejoras en su interfaz de usuario y muchos despliegues. Esta solución puede ser agregada a cualquier CAS de la marca, permitiendo a los servicios de TV en dispositivos conectados ganar funciones como comenzar de nuevo sobre el catch-up. *CryptoLITE* también permite sumar PVR y un servicio VOD.

Como solución end-to-end, permite que los operadores de cualquier tamaño entreguen de forma económica contenidos de TV en cualquier pantalla. Además, soporta formatos DRM, incluyendo Google Widevine, Apple FairPlay y Microsoft PlayReady,



Tobias Nystrom y Kjell Carlsward, CEO de CryptoGuard

habilitando la distribución de contenido de manera altamente segura.

Entre sus más recientes desarrollos, CryptoGuard estará destacando en Andina Link su nueva solución *Mobile CAS* para aplicaciones móviles de TV paga sobre redes de transmisión TDT, DVB-T/T2 o ISDB-T.

Presencia en los trade shows de Latam

Ahora, la marca estará como todos los años en Andina Link Cartagena, y participará en la Cumbre APTC de Perú, junto a su partner **Obix**. Además, como todos los años, tendrá un stand importante en NAB Show Las Vegas en abril.

Multicom destaca su línea EPON/GPON

Multicom participará nuevamente en Andina Link con **Hugo Valenzuela**, incorporado recientemente para liderar la oficina de San Diego, si bien ya estuvo en la SCTE. Con más de 30 años en Pico Digital / ATX, el ejecutivo se une para acelerar la expansión de las operaciones de Multicom en Latinoamérica, incluyendo los productos y servicios para clientes en México y otros territorios junto a **Gil Caicedo** manejando las ventas



internacionales.

La empresa ha trabajado en el mercado latinoamericano por más de 20 años, con una presencia de marca en 13 países. 'Mientras la transición de las redes coaxiales a las de fibra continúa acelerándose, la tecnología también evoluciona. Multicom ha estado creciendo rápidamente año a año en los despliegues de proyectos HFC, EPON y GPON', explicó **Matt Conrad**, Gerente de Marketing y Tecnología.



Gil Caicedo, Hugo Valenzuela y Matt Conrad en la Expo SCTE



En redes FTTH todo bajo un mismo techo

Equipos activos GPON-EPON

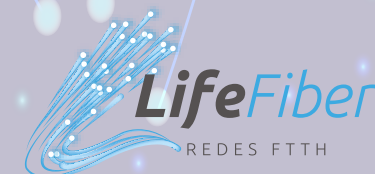
Instrumental

Fibra Óptica

IPTV-TV Digital

Software de Gestión

Accesorios y pasivos FTTH



Argentina-Chile
Colombia-Ecuador

www.fibraopticaonline.com

ventastcacol@latinotca.com.co

Latino TCA Colombia

(4) 560 7900

+57 314 567 2219

VideoSwitch: Gran proyecto de TV digital en Costa Rica

VideoSwitch desarrolló en Costa Rica, un laboratorio integral de televisión digital con fines educativos orientado a estudiantes y profesionales en transmisión de televisión, a pedido del Instituto Nacional de Aprendizaje (INA).

El proyecto fue llevado a cabo junto a su partner en Centroamérica, SoniVisión, y responde a la necesidad de ampliar la oferta académica del INA en este rubro.

El objetivo era contar con todos los sistemas actuales de transmisión de contenidos audiovisuales digitales, que incluyen: sistemas terrestres, cable, satélite y streaming. El laboratorio debía servir tanto para formar nuevos técnicos así como capacitar a profesionales experimentados que necesiten profundizar conocimientos en las nuevas tecnologías.

Para su desarrollo, VideoSwitch buscó que el laboratorio estuviera compuesto por equipos reales, los mismos que los técnicos usarían para realizar una transmisión real. También buscó cubrir los cuatro medios de transmisión más usados: Televisión Terrestre en norma ISDB-Tb (el estándar elegido en Costa Rica y gran parte de Latinoamérica), Televisión por Cable, Televisión por Satélite y Streaming a través de internet, lo que se



Marcelo Indarramendi (VideoSwitch), Erick Gomez Paniagua (INA), Carlos Blazquiz (VideoSwitch), Hans Lothar Lara (INA), Enrique Somogyi (SoniVisión), Rafael Rodriguez Quezada (INA), Erick Ledezma (SoniVisión), Luis Sanchez (SoniVisión), Kenneth Poveda (SoniVisión) y Ronny Ramirez Vargas (INA)



conoce como OTT (por sus siglas en inglés Over The Top). Al mismo tiempo se incorporó una plataforma de pruebas para aplicaciones Ginga, estándar que se está queriendo promover en Costa Rica.

El sistema completo está compuesto por más de 30 equipos y 10 módulos de software corriendo en 4 servidores, entre los que se destacan: un Transmisor de 70W, 2 Encoders H.264, 4 Multiplexores, 2 servidores de EPG y generadores de servicios auxiliares para las normas DVB e ISDB-Tb (Closed Caption, Ginga, Teletexto), un sistema de acceso condicional (CAS), un servidor de Streaming, varios instrumentos de medición, antenas para transmisión y recepción, y múltiples

receptores (Set-Top Box) para que los alumnos puedan realizar simulaciones y prácticas.

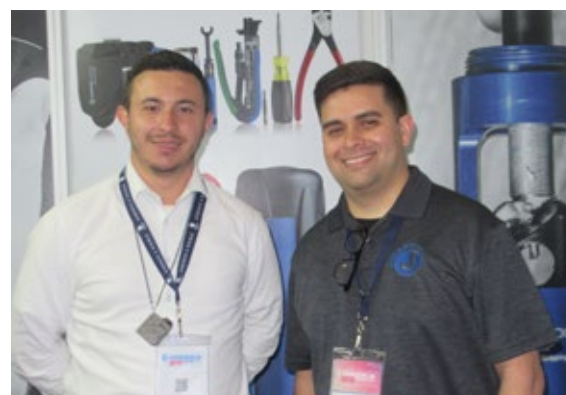
Marcelo Indarramendi, Development Engineering Manager de VideoSwitch y principal responsable del diseño del laboratorio, comentó: 'Con esta adquisición, el INA, posee el primer laboratorio integral de Televisión Digital de Costa Rica, y uno de los más completos y modernos de toda Latinoamérica. No solo los funcionarios del Instituto están maravillados por lo completo de este sistema, sino también los profesores, que vislumbran la nueva oferta académica que podrán proponer con esta infraestructura, así como las empresas, que tendrán ahora un excelente espacio donde mejorar el conocimiento técnico de su personal'.

Jonard Tools: Nuevas herramientas de fibra óptica

Jonard Tools presentó la nueva herramienta MS-326 de fibra óptica de hendidura media y anillo está diseñada para proporcionar un fácil acceso a los cables de fibra óptica específicamente utilizadas en microconductos. Estos cables tienen un diseño de cubierta de pared delgada que es difícil de abrir sin causar daños a los tubos de protección internos, pero el MS-326 aborda esa preocupación.



El MS-326 también cortará tubos de tampón de pared delgada. Aprovechando la popularidad de las herramientas de corte longitudinal de fibra óptica MS-6 y MS-26 de Jonard Tools, ha incorporado una función de anillo en la herramienta para que sea aún más versátil. El MS-326 consta de 5 ranuras de corte de precisión y 5 ranuras de anillo que varían en tamaño de 5 mm a 10 mm.



Oscar Mercado de Decu y Ricky Español de Jonard



CryptoGuard

— Protect your content —



Content Security

— For Digital TV on Any Screen —

CAS ▶ Multi-DRM



CryptoLITE

OTT SOLUTION

Cost-Effective End-to-End OTT Solution

ADVANCED FEATURES

Live-TV ▶ Timeshifting ▶ Catch-up ▶ Start-over ▶ nPVR ▶ VOD

SUPPORTS NATIVE DRMs

Apple FairPlay ▶ Google Widevine™ ▶ Microsoft® PlayReady®

CONTACT

Tobias Nyström | Sales Director LATAM

Tel +46 971 107 35

Mobile +33 626 60 02 91

Email tobias@cryptoguard.com

Follow us



www.cryptoguard.com



TRANSFORMANDO COMUNIDADES




SHERATON
LIMA HOTEL & CONVENTION CENTER



14 · 15 · 16 · ABRIL

WWW.APTCPERU.ORG

**XII
CUMBRE
APTC** 

Únete a la innovación
▶▶▶ tecnológica

SES 

www.ses.com
 SES Brasil
 SES LATAM