



**Merlin, Distribuidor Autorizado
Sony Profesional para
América Latina**

MARZO 2021 | AÑO 30 | # 400

EDICIÓN ESPECIAL PUNTA SHOW ONLINE

Prensario

Internacional

www.prensario.tv

PAY TV • OTTS • STREAMING

OleTM
DISTRIBUTION

TENEMOS EL **MEJOR**
EQUIPO DE
PROFESIONALES
ENCARGADO DE TU
ENTRETENIMIENTO

CONTENIDO DE CALIDAD
EN CUALQUIER **LUGAR** Y
EN CUALQUIER **MOMENTO**

WarnerMedia



SOMOS WARNERMEDIA



| EDITORIAL |

PUNTA SHOW
/ Online /

Punta Show realiza su edición 2021 de forma virtual

El 17 y 18 de marzo, **Grupo Isos** realiza de forma virtual una nueva edición de Punta Show, la plataforma funcionará como un 'Trade Show Digital' para toda la industria audiovisual de Latinoamérica y el mundo.

La plataforma permitirá a las empresas contar con un stand virtual, realizar screenshots digitales de sus últimos contenidos o novedades, brindar conferencias o workshops para mantener informados a sus clientes, ofrecer reuniones de negocios personalizadas y privadas.

Punta Show Online 2021 contará con el apoyo institucional de **CAPPSA, CUTA, CERTAL, CACPY, CCP, TV Cables de Chile, ATVC y FECOTEL**, así como con variadas empresas del mercado audiovisual y telecomunicaciones de la región.

Las temáticas para las conferencias virtuales de esta edición serán: 'El futuro de las telecomunicaciones en la región' organizada por **CERTAL**; 'La situación y desafíos de las Cámaras de Cableoperadores en LATAM'; 'La nueva televisión post-pandemia, una visión de los grandes referentes'; y la mesa 'América Latina: producciones mayor con destino internacional' organizada por **Prensario Internacional**.

El registro para el evento se realiza de forma gratuita a través de la página web de Grupo Isos. Desde la plataforma se mantiene un seguimiento en tiempo real de la cantidad de participantes al evento. Cada participante puede generar una reunión por video-llamada o chat con cualquier persona que se encuentre dentro del evento.

En el espacio de Networking ha sido especialmente confeccionado para que todos los participantes puedan interactuar 1 a 1 con audio y video de manera aleatoria con los conectados en este espacio. También le ofrecerá la opción de mantener una reunión privada, y previamente agendada, con los ejecutivos o cableoperadores que su empresa considere estratégico.

La opción de Workshops se mostrará en forma personalizada y podrán participar hasta 20 personas con audio y video, con la posibilidad de que entren más participantes como oyentes. Hasta 500 personas podrán ver lo que sucede en estas mesas, pero sólo 20 podrán interactuar con cámara y video al mismo tiempo.

Finalmente, vale destacar que en la 'Sala de Conferencias', podrán hacer sus presentaciones de 1 a 5 speakers a la vez mediante una videollamada. A su vez, ofrecerá también la posibilidad de compartir la pantalla del Speaker para mostrar su presentación al público conectado.



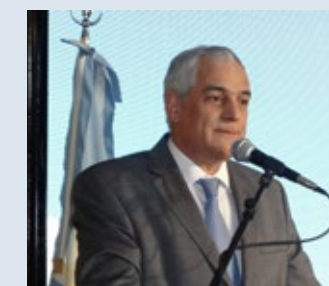
Maria Soto, de Isos, con Héctor Manuel Salinas, de Cotes, Fernando Dips, de Cotel, y René Castro, de Fecotel



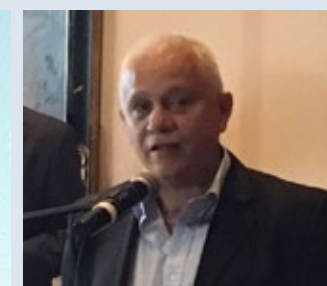
Karen Abudinen de Mintic de Colombia



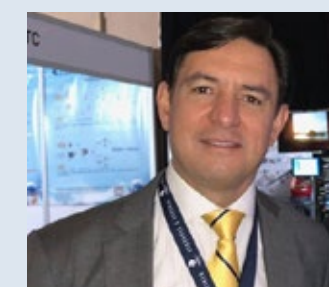
FelipeDeStefani



Walter Burzaco de ATVC



Washington Melo de CUTA



Salomon Padilla de Atim México



Gonzalo Arrisueño de Telefónica



Miércoles, 17 de Marzo

09.30 a 10.15 hs
Mesa de apertura y palabras de bienvenida.
Luis Almagro, Secretario General de la Organización de los Estados Americanos - OEA.
Ana Valero, Presidenta del Directorio de la Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones - ASIET.
Guzmán Acosta y Lara, Director Nacional de Telecomunicaciones y Servicios de Comunicación Audiovisual - DINATEL.
Pablo Scotellaro, Presidente Ejecutivo del Centro de Estudios CERTAL.
Miguel Wedy, Presidente del Directorio del Centro de Estudios CERTAL.

10.00 a 17.00 hs
Exposición Comercial y Networking.

Organiza: certal

10.15 a 10.20 hs
Ángel Melguizo, Vicepresidente para Asuntos Externos y Regulatorios de AT&T DIRECTV Latin America, presenta un video sobre su visión acerca de **Economía y Digitalización.**

10.30 a 12.00 hs
Mesa: "El futuro de las telecomunicaciones en la región"
Destacados ministros y reguladores de la región se reunirán para debatir sobre el futuro de la industria con mayor capacidad de innovación, y tratarán temáticas como: la trans-

formación digital de América Latina, políticas de telecomunicaciones, marcos regulatorios y los grandes desafíos a enfrentar.

Jaime Belloio, Ministro Secretario General de Gobierno, Chile.
Omar Paganini, Ministro de Industria, Energía y Minería, Uruguay.
Karen Abudinen, Ministra de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, Colombia.
Ana Valero, Presidenta del Directorio de la Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones - ASIET.
Paola Bonilla, Comisionada de la Sesión de Comisión de Comunicaciones de la CRC, Colombia.
Rafael Munte, Presidente del Consejo Directivo del Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones - OSIPTEL, Perú.
Moderador: Virginia Cervieri, Socia Directora de Cervieri Monsuárez & Asociados, Uruguay.

13.00 a 13.30 hs
Conferencia Magistral: "La Industria Digital en un mundo post COVID"
Karim Antonio Lesina, VP Ejecutivo de Asuntos Corporativos y Relaciones Institucionales de MILLICOM.

13.00 a 13.30 hs
Workshop: "Creando una UX única para cada perfil de usuario". (Se realizará en el Stand de MIRADA TV).

Antonio Rodríguez, Director de Desarrollo de Negocio de MIRADA TV.

14.30 a 16.30 hs
Mesa: "La situación y desafíos de las Cámaras de Cableoperadores en LATAM"

La nueva realidad trajo desafíos importantes para los cableoperadores pequeños de la región. Los presidentes de las Cámaras ofrecerán su visión sobre las circunstancias que más los afectan: aumento de plataformas OTT, como satisfacer la demanda de los usuarios y mantenerlos dentro de su ecosistema, los altos costos de los contenidos, la regulación y la piratería, entre otros.
Washington Melo, Presidente de la Cámara Uruguaya de Televisión para Abonados de Uruguay - CUTA.
Cristian Zuleta, Presidente de la Asociación de Cableoperadores de Chile - TVCCH.
Roberto García, Gerente General de FECOTEL RL Bolivia.
Víctor Cantero, Presidente de la Cámara de Cableoperadores del Paraguay - CCP.
Walter Burzaco, Presidente de la Asociación Argentina de TV por Cable - ATVC.
Marcelo Tulissi, Presidente en Cámara Argentina de Cableoperadores Pymes - CACPY.
Salomón E. Padilla, VP de la Asociación de Telecomunicaciones Independientes de México - ATIM.
Moderador: Sergio Veiga, Presidente de la Cámara de Productores y Programadores de Señales Audiovisuales - CAPPASA.

Jueves, 18 de Marzo

10.00 a 17.00 hs
Exposición Comercial y Networking

10.00 a 12.45 hs
Conferencias: "Las telecomunicaciones post-pandemia, una visión de los grandes referentes"
La televisión sigue ocupando un lugar predominante en el tiempo de ocio de las audiencias, pero también está cambiando rápidamente hacia las plataformas de streaming. Los ejecutivos más importantes de las grandes empresas de televisión aportarán su punto de vista sobre como enfrentar el futuro de la regulación, distribución de contenidos y la forma de generar nuevos modelos de negocio.

10.00 a 11.15 hs
Mesa 1
Maryleana Méndez, Secretaria General de la Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones - ASIET.
Hernán Verdaguer, Director de Asuntos Regulatorios de TELECOM Argentina.
Alejandro Quiroga, Director de Asuntos Regulatorios e Institucionales de CLARO Argentina, Paraguay y Uruguay.
Francisco Barreto, Vice President of External and Regulatory Affairs de DIRECTV Argentina.
Horacio Romanelli, Regulatory Affairs Director Latam de MILLICOM (Tigo).
Sante Vallesse, Presidente de COPACO S. A., Paraguay.
Moderador: María Soto, Presidenta de Grupo ISOS Internacional.

11.30 a 12.45 hs
Mesa 2
Pablo Mancuso, President & Owner de Accion Group.
Solange Correa, Product Owner Contenidos Multiplataforma - VP Personas de ENTEL, Chile.
Gonzalo Arrisueño, Content Manager de Telefónica.
Moderador: Marcela Tedesco, Editora Senior de PRODU.

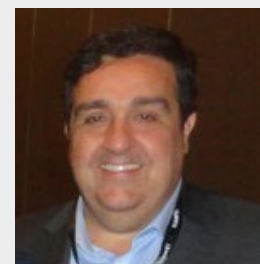
13.00 a 13.30 hs
Workshop Interlink: "Wayports, una comunidad virtual y productiva"
Mariano Malisani, Presidente de Interlink.

Organiza: GRUPO ISOS Prensario

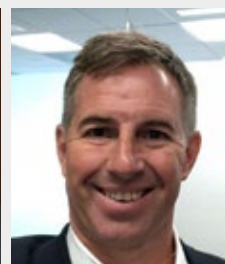
14.30 a 16.30 hs
Mesa: "América Latina: producciones major con destino internacional"
Hoy día la gran oferta de contenidos puede ser abrumadora para el consumidor o ineficaz para retener su atención. El panel ofrecerá la oportunidad a los productores de debatir sobre como encontrar soluciones para la distribución de productos pensados para un público local, pero con atractivo fuera de sus fronteras.
Felipe de Stefani, Jefe de Ventas de Publicidad en WarnerMedia Latin America y Gerente General de WarnerMedia Argentina.
Raúl Slonimsky, Director Artístico de Cuarzo Entertainment/Endemol Argentina.
Moderador: Alejo Smirnoff, Director de Prensario International.

17.00 a 17:30 hs
Mesa de Clausura de Punta Show Online.
Walter Verri, Subsecretario de Industria, Energía y Minería del Uruguay.
Sergio Piris, Secretario General del Centro de Estudios CERTAL.

José Reinoso, Vicepresidente del Centro de Estudios CERTAL y Gerente de Talento Humano de COPACO, Paraguay.
Washington Melo, Presidente de la Cámara Uruguaya de Televisión para Abonados de Uruguay - CUTA.
Eugenio Sosa Mendoza, Presidente de la Asociación Internacional de Radiodifusores - AIR.
María Soto, Presidenta de Grupo ISOS Internacional.



Hernán Verdaguer de Telecom Argentina



Alejo Smirnoff, Prensario

Desafiamos la forma de nuestras pantallas. Liberamos el poder del contenido.



VIACOMCBS



ViacomCBS: Upfront 2021 destacó toda la potencia de su nuevo ecosistema

Con la conducción de **Marley**, ViacomCBS Networks Cono Sur desarrolló su Upfront 2021 en Argentina que contó con más de 600 asistentes VIP virtuales, donde mostró el potencial actual del ecosistema del Grupo. El evento fue en línea con su visión estratégica que incluye los cuatro pilares: Networks, Studios, Streaming y Negocios Ancilares.

El Upfront mostró las 11 potentes franquicias de **ViacomCBS Networks Cono Sur** incluyendo *La Voz Argentina*, *Masterchef Celebrity* y *Telefe Noticias*, sus talentos y sus nuevas ficciones, *Backdoor*, eventos, los contenidos patrocinados, y las plataformas digitales **Pluto TV** y **Paramount+**.

Todo eso junto a los nuevos programas que se verán en **Telefe** en 2021 con la participación de todos sus talentos, como **Susana Giménez**. Al comienzo del evento, **Dario Turovelzky**, director general de ViacomCBS para Cono Sur y SVP de contenidos globales sostuvo: 'Somos una empresa creadora de experiencias y apostamos a contenidos originales y de alta calidad que nos permiten construir un puente entre las distintas audiencias y nuestros socios'. El ejecutivo destacó la estrategia de la compañía para reforzar la creación de contenidos innovadores y de alta calidad, por lo que durante el evento se presentó la extensa oferta de formatos y títulos internacionales de ViacomCBS International Studios (VIS) con más de 1300 horas de contenido original y más de 50 proyectos en desarrollo. Entre los grandes logros de 2020, se destaca la llegada de Pluto TV a 17 países de América Latina y su inminente lanzamiento en Brasil. Es el servicio de streaming de televisión gratuito que cuenta con una grilla de 72 canales, incluyendo más de 18 mil horas de cine, series, shows y entretenimiento para toda la familia. **Pablo**



Santiago Perincioli, Guillermo Pendino, Dario Turovelzky junto a Marley

Rodríguez estuvo **Unilever** y señaló que confió en el AVOD porque democratiza el VOD y querían estar un paso adelante.

Luego llegó el turno de **Eduardo Lebrija**, EVP Chief Commercial Officer que mencionó: 'En el ADN de ViacomCBS somos "Partners First", porque nuestros clientes están en el centro de todo. Estamos anticipándonos al futuro con un abanico de productos y franquicias para todas las líneas de negocios y segmentos de audiencia en toda la región, lo que demuestra la fortaleza de nuestro ecosistema que va desde la televisión tradicional, los eventos, consumer products, todo lo digital hasta los negocios de streaming, Pluto TV y AVOD, y los estudios'. Por su parte, **Guillermo Pendino**, VP de la marca Telefe, confirmó la segunda temporada de *MasterChef Celebrity*, con la conducción de Santiago del Moro. Luego de la primera edición, que logró un promedio de 54,89% de share, y el mayor engagement en redes sociales, la nueva temporada estará disponible a partir del 2021 por la pantalla de Telefe. Otra de las novedades para 2021, será la vuelta de *La Voz Argentina*, con la conducción de **Marley** será transmitido todos los días en su prime time. Tanto *Masterchef* como *La Voz Argentina* tendrán pantalla en Telefe pero

integrarán el ecosistema de plataformas y oferta de la compañía que incluye desde programas dedicados exclusivamente para las redes sociales, desarrollo de eventos en vivo, productos de consumo, y transmisión por streaming en distintas plataformas. ViacomCBS también anunció la llegada del formato global de juegos *Game of Games*, el nuevo proyecto para Telefe que encabezará **Susana Giménez** y que implicará la realización de "hub" de producción regional. También confirmaron también una nueva ficción nacional para el prime time de Telefe, una producción original del **VIS**, la nueva comedia dramática, *El primero de Nosotros*. **Santiago Perincioli**, VP de Revenues para Cono Sur destacó la importancia del nuevo concepto de Partners Solutions que une el mundo digital, lineal, de eventos, de contenidos y el de social media. 'El objetivo es conectar con audiencias específicas y conseguir afinidad con performance eficiente, para que cada campaña logre los objetivos sobresalientes'. Allí participaron **Juan Fagiolini** de **Grupo Cepas**, que tuvo el caso de éxito de *Bar tender en casa* con **Inés de los Santos**, y **Sebastián Tourón** de **Ford Motor** con sus iniciativas de la pandemia. También se vio el éxito de *Codo a Codo* de **Mercado Libre**, marca de la que se contó con la presencia de su directora de branding **Luise Mckerrow** generando nuevas experiencias únicas.



LO MEJOR DEL DEPORTE ESTÁ EN TyC Sports



Somos el canal del deporte argentino

Porque llegamos a millones de hogares de Argentina y el resto de América con la transmisión de los principales eventos deportivos. Porque tenemos una programación única con más de 17 horas diarias en vivo. Porque somos líderes en la producción de contenidos multiplataforma y en la creación de productos de actualidad y entretenimiento digital. Porque entendemos mejor que nadie la pasión, la emoción y el color del fútbol argentino.

TyC Sports play

TyC Sports.com

TyC Sports

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

Contacto Publicidad: Gabriela Cirigliano, Jefa Ventas Publicidad Pantalla y Digital | gcirigliano@tycsports.com.ar o al 5411 4300 3800



WarnerMedia presentó su primer upfront integrado

WarnerMedia presentó su primer upfront integrado desde la fusión entre Turner, HBO y Warner Bros, confirmando que HBO Max, su plataforma OTT llegará a Latinoamérica durante el primer semestre de 2021. También se pudo ver la proyección de su nueva usina Particular Crowd, pero poniendo foco con las novedades de la compañía en su portafolio de canales agrupados en General Entertainment (GE) para Latinoamérica con Brasil. Allí sobresale también la proyección de TNT Sports. El evento virtual incluyó además una galería de sorpresas, para adentrarse en los nuevos contenidos, como el futuro estreno *House of the Dragon* para 2022, una precuela del universo de *Game of Thrones* que cumple 10 años. La confirmación y bienvenida en inglés fue de Whit Richardson, Presidente de WarnerMedia LatinAmerica, que expresó su entusiasmo por la conformación de la com-

pañía y el equipo para GE y HBO Max, que en Latam manejará Luis Durán.

Por su parte, Tomás Yankelevich, Chief Content Officer de GE, dijo: 'queremos seguir mejorando como narradores de historias y potenciar el desarrollo de la producción local y regional, mientras tenemos una visión empresarial global'.

También destacó a Particular Crowd, que en un año

ha estrenado 23 películas y cinco han sido proyectadas en cines, en asociación con Cinépolis, sobresaliendo *Fuga de Pretoria* con Daniel Radcliffe que estuvo varias semanas primera. Como resultado del nuevo sello HBO LatinAmerica Movies, este semestre se espera la película *Twist*, inspirada en *Oliver Twist*, una novela de 1838 de Charles Dickens.

TNT Sports: Nuevo protagonista en el deporte

Otro punto destacado del evento fue la presentación del nuevo proyecto panregional de TNT Sports. La división de deportes de la compañía busca apostar a exaltar la pasión y tiene ya posición fuerte en Chile, Brasil y Argentina. Fabio Medeiros, líder de contenidos deportivos de WarnerMedia, habló sobre el lema 'pasión sin límites'. TNT Sports ya funciona como canal de TV, OTT y perfil de redes sociales en Argentina, donde tiene la liga local y hasta el fútbol femenino, y Chile, donde sucedió al CDF. En Brasil, reemplazó a Esporte Interativo, de donde viene Medeiros, además de rebrandear su OTT como Estádio TNT Esportes.



Gustavo Grossman

Sus contenidos en Brasil incluyen la UEFA Champions League, Brasileirão, Nations League y el Campeonato de Italia.

Calidad sin igual en la industria

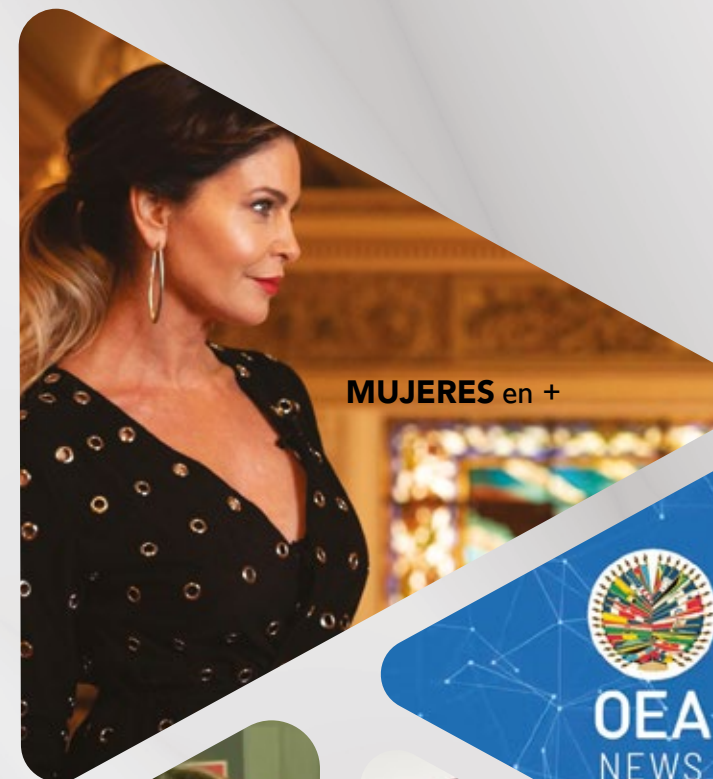
Medeiros fue entrevista por la directora de marketing al consumidor y RRPP Flavia Vligio, que también dio lugar Gustavo Grossman, la ex figura de HBO más importante que sigue en el grupo, como nuevo líder en GE de todos los canales básicos y Premium del grupo. Dijo que expanden sus límites con contenido y que nadie tiene una oferta de calidad como la de ellos. Habló de

Space, incluso con podcast, TNT con los premios internacionales y hasta contenido deportivo, sin olvidarse de Cinemax. También a la nueva ventana Hora H para promover el contenido Premium en los canales básicos, como se hizo con el primer episodio de la segunda temporada de *Batwoman*. En 2021 destacó todas las nuevas series incluso *Entre Hombres*, que está en el line up de la Berlinale, los nuevos documentales y nuevas comedias románticas como la nueva serie original *Amsterdam* sobre como un perro vuelve a unir a una pareja.

WARNERMEDIA



House of the Dragon la nueva serie de HBO



MUJERES en +



PERIODISMO PURO



Una señal de identidad latinoamericana...

- ucltv-latam
- Unión Continental Latinoamérica
- @unioncontinentaltv
- @UContinentalTV
- @ucl_tv

Contáctanos: uclplay.com



Canal ganador de
2 premios EMMY



Ole Distribution busca ampliar aun más su portfolio de contenido TVE/ VOD

Juan Carlos Urdaneta, Presidente Ole Distribution América Latina, destacó que 2020 fue un año atípico, sumado a la creación de la empresa que lidera actualmente. 'El 2020 nació Ole Distribution, formada por un extraordinario equipo de amplia experiencia y trayectoria de profesionales y expertos, unidos bajo la misión de gestionar grandes canales y contenidos. A pesar de haber sido un año lleno de dificultades, logramos cerrar el mismo con gran satisfacción desde lo que se logró crear y el gran aporte que continuaremos desarrollando para la industria desde nuestro lugar. Para todo nuestro equipo de Ole Distribution, será un honor este 2021 continuar ofreciendo a nuestros distribuidores el excelente contenido que tenemos para brindarles en nuestro portfolio de marcas y canales integrado por: **Universal TV, Studio Universal, SYFY, E!, Telemundo, A&E, Lifetime, History, H2, IVC, Warner Channel, Sony y AXN.** Trabajando juntos día a día para poder sorprenderlos, innovar y seguir impulsando el desarrollo y crecimiento en conjunto de nuestra industria. Sobre los puntos positivos desde la creación de Ole Distribution, el ejecutivo mencionó que 'hasta ahora, y más que nunca, quedó visible la gran importancia del entretenimiento y los medios en el mundo. La TV paga jugó un rol fundamental ya que permitió a la audiencia aprovechar al máximo su tiempo en casa disfrutando de sus shows y programas favoritos, y donde quedó demostrado un vertiginoso aumento del rating en todos los territorios de la región. El 2020 nos dejó un gran aprendizaje, y sin duda desde Ole Distribution confirmamos que 2021 es el momento de atrevernos, de cautivar cada vez más suscriptores, de aumentar la excelencia, relevancia y accesibilidad de nuestros contenidos en

toda Latinoamérica, donde anhelamos llegar hasta los lugares más remotos con nuestras marcas y propuesta de entretenimiento, acompañando siempre a nuestra audiencia a través de todos los medios y multiplataformas. Sobre las expectativas para este año, remarcó que 'este 2021 lo enfocamos con mucho entusiasmo, ya que estamos gestionando gran-

des marcas con contenidos de altísima calidad bajo una visión orientada a satisfacer los nuevos hábitos de consumo de la audiencia de toda Latinoamérica, con nuestros canales lineales ya consolidados como grandes favoritos del público, y complementándolos cada vez más con una sólida oferta de contenido digital no lineal. Buscamos seguir ofreciendo a nuestros distribuidores todas las herramientas y soporte necesario. Trabajar mano a mano junto a ellos en dar respuesta a las nuevas demandas de consumo, con contenidos increíbles, accesibles en todo momento a través de los diferentes dispositivos de la audiencia. Impulsando todo nuestro mejor esfuerzo y aporte para continuar promoviendo el crecimiento de la industria, así como también el crecimiento propio de nuestro gran equipo. Proyectamos un alto potencial de crecimiento no sólo en la distribución sino en el uso y el consumo de esos contenidos que ponemos a disposición en toda Latinoamérica. En Ole Distribution continuaremos trabajando en ampliar cada vez más nuestro portfolio de contenido TVE/ VOD. Así como también continuaremos



Juan Carlos Urdaneta, Presidente
Ole Distribution América Latina

estrenando nuevas temporadas de series consagradas, y nuevos lanzamientos que oportunamente daremos a conocer. Hoy los canales brindan una oferta integral que le dan al suscriptor la posibilidad de acceder a un importante volumen de contenidos de gran éxito y atractivo para disfrutarlos en el momento que deseen' afirmó el Presidente de **Ole Distribution**. Nuestros canales han tenido resultados exitosos en cuanto a audiencia, share y afinidad. Sin duda la situación actual global ha resaltado la importancia de la industria y sus contenidos como la forma más accesible de acceder a entretenimiento de primer nivel y nuestros canales han logrado sin duda destacarse logrando cautivar a la audiencia de Latinoamérica' finalizó. Asimismo, desde **Ole Distribution** confirman un plan estratégico de cautivar cada vez más suscriptores, de aumentar la excelencia, relevancia y accesibilidad de los contenidos básicos en toda Latam, donde anhelan llegar hasta los lugares más remotos con sus canales y propuesta de entretenimiento, acompañando a la audiencia a través de todos los medios y multiplataformas. Este 2021, ratifican que no se detendrán e irán por mucho más afirmando que estarán a la altura de los nuevos retos y hábitos de consumo.

Maximice el potencial de su red para los usuarios del futuro

COMMSCOPE®

UCL TV potencia acuerdos con RFI

Unión Continental Latinoamérica TV se ha convertido en una señal con distribución en toda la región, su continuo crecimiento y llegada a los hogares de la región ha permitido reforzar su acuerdo con Radio Francia Internacional – RFI y France 24 para la transmisión de contenidos exclusivos.

En este sentido, una de las propuestas que se transmiten por UCL y que se ha renovado totalmente es “El Invitado de RFI”. Este ciclo radial-televisivo es conducido por Jordi Batallé, en el que cada día recibe a un invitado en sus estudios y entrevista a distintas personalidades del mundo de la cultura, las ciencias o la política



de Francia y Latinoamérica.

El programa ha recibido a Premios Nobel como el argentino Adolfo Pérez Esquivel o el peruano Mario Vargas Llosa, abordando temas de actualidad que buscan aportar las claves para comprender lo que sucede en el mundo, después de haber analizado a fondo la personalidad del invitado.

‘La televisión de América Latina requiere de la construcción de un escenario que le permita lograr una mayor conexión con sus audiencias. Es por esto, que Unión Continental Latinoamérica TV llega a un nuevo acuerdo con RFI y pone a disposición de todos sus televidentes este excelente pro-



Pablo Scotellaro, presidente del Directorio de UCL TV

grama periodístico, con el objetivo de lograr la tan anhelada unión de las sociedades y culturas de Latinoamérica y Europa’, dijo Pablo Scotellaro, presidente del Directorio de UCL TV.

En Argentina el programa puede verse de lunes a viernes a las 17:30 hs. por el canal 567 de Cablevisión y Flow, 702 de Supercanal y 512 de CLARO Video.

TyC Sports: marzo y una agenda cargada de deporte

En marzo, TyC Sports se prepara para todos los partidos del fútbol de Argentina; con la mejor cobertura de la Liga Profesional de Fútbol; la televisación de los partidos destacados del ascenso Primera Nacional, Primera División B, Copa Argentina y Ascenso en general.

La cobertura también abarca a las principales ligas del mundo, con La Liga, Premier League, Serie A, Ligue 1 y Bundesliga; sumado a torneos internacionales como



la Copa Libertadores, Copa Sudamericana, Champions League, Eurocopa.

TyC Sports no solo es fútbol, y eso lo demuestra con la televisación del Argentina Open, el ATP 250 que se realiza en Buenos

Aires, quien tiene como favorito al argentino Diego Schwartzman, actual número 9 del ranking ATP.

Por el lado del básquet, siguen las tradicionales coberturas de la Liga Nacional de Básquet, mientras que la Liga Argentina de Vóley también podrá disfrutarse por la pantalla de TyC

Sports y TyC Sports Play.

Clásicos del canal como **Libero**, Ariel Rodríguez y Ariel Senosiain se unen para que la tarde explote de fútbol con una mirada analítica. De lunes a viernes de 14:00 a 15:30.

Pablo González y Fernando Lavecchia presentan **Planeta Gol**, la manera más entretenida de disfrutar del fútbol con el imperdible show de goles, patadas, atajadas, burradas y



Planeta Gol con Pablo González y Fernando Lavecchia

curiosidades que ya es un clásico de la TV. De lunes a viernes de 15:30 a 16:30.

Los fanáticos del pugilismo seguirán vibrando gracias a las mejores veladas nacionales e internacionales de todas las categorías en **Boxeo de Primera**. Todos los viernes y sábados a las 23 horas.

Para los amantes de las carreras, toda la pasión de los fierros se vive en TyC Sports junto al equipo **Carburando**, la marca que desde hace 60 años lleva a todos los hogares las carreras de Super TC 2000, TC 2000 y el Top Race.



Libero con Ariel Rodríguez y Ariel Senosiain

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.

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

Promptlink presentó sus nuevas soluciones



David Mosquera, VP Sales Americas

Promptlink Communications presentó este año su renovado portafolio de herramientas avanzadas para el monitoreo integral de redes, tanto para los estándares tradicionales DOCSIS y PacketCable, como para las nuevas y crecientes redes de tecnología FTTH (en particular, las redes GPON). El probado sistema de monitorización integral CPM (Cable Plant Monitoring) se ha ampliado con un módulo PNM para el mantenimiento proactivo de las redes HFC y con una aplicación sofisticada y exclusiva para la detección y lo-



calización de ruido: Network NoiseHawk. Mientras que el monitoreo convencional basado en SNMP muestra el estado de salud actual de la red y lo alerta sobre interrupciones del servicio, el monitoreo PNM proactivo le permite descubrir áreas de la red con imperfecciones o defectos que afectan sus parámetros críticos, antes de que ocurran degradaciones o interrupciones. A su vez, el nuevo detector de ruido

Network NoiseHawk ayuda a identificar y localizar rápidamente la red de entrada de ruido en los canales ascendentes, completamente por software. Al mismo tiempo, Promptlink detalla los desarrollos en su línea de plataformas de prueba automatizadas para equipos terminales de video y datos CPE. Los exitosos bancos de diagnóstico para equipos de datos y telefonía IP: CPE Atlas y CPE Atlas Mini, continúan siendo un referente en el mercado de recuperación de logística inversa de alto volumen. En particular, el Atlas Mini CPE es ahora

una opción interesante para la certificación de equipos, aprobación de nuevas versiones de firmware, investigación y desarrollo y otros usos a pequeña escala. El software de prueba Atlas es compatible con los estándares DOCSIS 3.1, GPON, xDSL, MoCA, IPv6 y permite probar todo tipo de equipos de datos y telefonía de banda ancha, incluida la prueba de Wi-Fi de alta precisión gracias a sus cámaras de prueba blindadas. Además, con ATLAS CPE es posible actualizar el firmware automáticamente, como parte del proceso general. Para diagnosticar decodificadores de video digital (Set-Top-Box), Promptlink ofrece el banco STBTP (Set-Top-Box Test Platform), que se puede configurar en versiones de baja, media y alta productividad, para el proceso de revisión y recuperación de equipos terminales de video. Los bancos de pruebas Atlas CPE y STBTP de Promptlink son utilizados universalmente por los principales operadores de MSO y laboratorios externos para optimizar sus procesos de diagnóstico y reacondicionamiento de equipos recuperados del campo.

Canon reconoció a Merlin como distribuidor destacado en la región

Canon reconoció como distribuidor destacado del 2020 a Merlin, por su desempeño en la distribución de cámaras de video profesionales, cámaras sin espejo y lentes Broadcast en Latinoamérica y Brasil.

'Hoy estuvimos con el equipo de Canon y nos sentimos muy orgullosos de recibir el premio por desempeño excepcional en la distribución de cámaras de video profesionales, cámaras mirrorless y lentes Broadcast en Latinoamérica y Brasil en 2020', dijeron desde el equipo de Merlin.

Y añadieron: 'El año pasado fue de consolidación de la alianza con Canon, luego de años de negociación, con una propuesta audaz a pesar de las incertidumbres de la pandemia cerramos un acuerdo



para realizar la Distribución para Latinoamérica de la línea Professional Video y Vixia y la línea Mirrorless para Brasil.

Canon es una marca increíble, con una línea diversificada y productos de alta calidad que nos permitieron trabajar con diferentes segmentos de mercado con nuestros revendedores. Como ejemplo, destacamos las cámaras sin espejo que funcionan

como una alternativa más práctica a las DSLR.

Superamos las expectativas de Canon, especialmente en el mercado latinoamericano, estamos orgullosos del logro y para



El equipo de Merlin Distributor recibiendo el reconocimiento de Canon como distribuidor destacado

el 2021 estamos preparados para ayudar al crecimiento de América Latina. Merlin ha estado en Brasil durante 35 años y 5 años sirviendo al mercado latino a través de su base en Miami a través de su red de revendedores en los principales países'.



Instalado en una superficie de aproximadamente 4.500 m2 en un edificio propio con fácil acceso a las principales vías de São Paulo, ARJ compañía opera con una 'JUSTO A TIEMPO' sistema de distribución para sus más de 900 elementos catalogados. Administración en fidecomiso de sus materiales de trabajo que tiene más de 20 años de conocimiento del tema y reciben un servicio personalizado.

Distribuimos productos para FTTH, HFC, Telefonía e Internet, incluyendo: cable de fibra óptica, cajas de empujes ópticos, fuentes de alimentación, la energía, el hardware para el apoyo de las redes aéreas y subterráneas, cuerdas conectores, materiales para el aislamiento y puesta a tierra, 'las líneas de derivación', materiales para el cableado interior de los edificios, conexiones de suscriptores, accesorios, herramientas y los instrumentos para la construcción de las redes y los materiales para la señalización y la seguridad.

Ponemos a su disposición nuestro departamento técnico y comercial para cualquier consulta

Produtos para Redes FTTx



Lindsay Broadband: líder mundial en soluciones para servicios de comunicación

La compañía ofrece desde hace 65 años soluciones ópticas de extremo a extremo, fuentes de poder con y sin respaldo de baterías, fuente convertidor de voltaje AC/DC para habilitar LTE, puntos de acceso Wi-Fi para red de cable, soluciones con backhaul óptico y DOCSIS® con puertos PoE y soluciones de RF. Entre los productos destacados, se pueden ver soluciones costo-efectivas de red de fibra óptica FTTx, RFoG y GPON



XGS-PON de extremo a extremo. Como líderes tecnológicos, Lindsay ofrece servicios de ingeniería, asistencia en diseño de soluciones personalizadas y capacitación para complementar nuestro portafolio de productos. Además las soluciones de energía LEON™ de Lindsay (por sus siglas en inglés Lindsay Ever On Networks) garantizan suministro de energía confiable permitiendo a los operadores ofrecer servicios ininterrumpidos incluso bajo las condiciones ambientales más extremas. Las soluciones incluyen (Soluciones personalizadas también disponibles). Mientras que las soluciones de valor agregado de Lindsay Broadband le permiten extender su infraestructura actual para



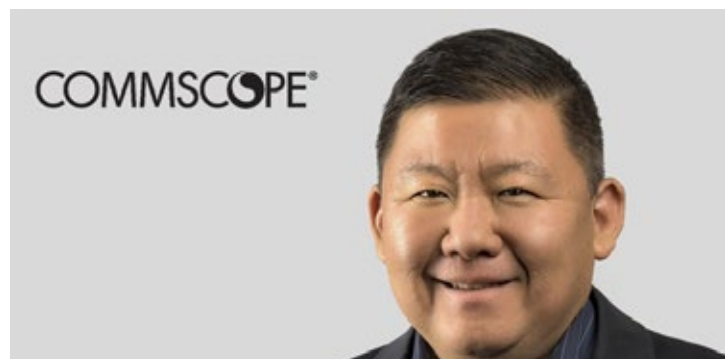
llegar a nuevos clientes comerciales o residenciales generando nuevos ingresos y reduciendo bajas de clientes.



Commscope cubre la demanda de los usuarios

Según Marcos Takanohashi, vicepresidente senior de ventas para América Latina de Commscope: 'La pandemia nos ha traído múltiples desafíos, incluida la búsqueda de soluciones para satisfacer la demanda de 1 a 2 años en unas pocas semanas'. Y agregó: 'Trabajamos con nuestros clientes para incrementar la capacidad de la red en un 30%, 40% e incluso más en algunos casos, con el objetivo de mantener estables las redes de acceso de banda ancha, que se han vuelto aún más imprescindibles con el efecto de la declaración de cuarentena en las ciudades. Como resultado, el usuario habitual de banda ancha observó una interrupción mínima en la calidad del servicio, a pesar de que el tráfico ha aumentado, en un lapso de semanas lo que se había proyectado crecer en 1 o 2 años'. Takanohashi agregó: 'No hay forma de que una empresa realice, en semanas, inversiones de capital previamente pro-

yectadas para 1 o 2 años. Trabajamos en estrecha colaboración con nuestros clientes, en toda América Latina, para buscar y habilitar soluciones comerciales que nos permitan mantener la calidad de los servicios, evitando interrupciones inminentes con la repentina explosión del tráfico de banda ancha. La agilidad para actuar en las redes sólo fue posible gracias a la gran robustez y flexibilidad de las soluciones que brindamos. Toda la industria sufrió durante este año, especialmente en la primera mitad del año. Es natural, porque ante una situación tan insólita como la que nos encontramos, se aplazaron muchas inversiones'. Sobre la segunda mitad del año, el ejecutivo dijo: 'Se reanudaron muchos proyectos y



Marcos Takanohashi, vicepresidente senior de ventas para América Latina de Commscope

se revisaron muchos otros. Después de todo, la «nueva normalidad» no indica disminuciones en el tráfico de la red, o menor necesidad de conectividad, ya sea fija o móvil, por parte de los consumidores. Para satisfacer esta demanda, hay mucho trabajo en la red y en los equipos dentro de la casa, áreas en las que operamos con nuestro amplio portafolio'.

Soluciones desde el Headend hasta el Cliente



RF



Ópticas



Energía



Servicios de Valor Agregado



- Amplia gama de soluciones de alto desempeño para la reconstrucción de redes de 1.2 GHz
- Soluciones costo-efectivas de red de fibra óptica FTTx, RFoG y GPON de extremo a extremo. Como líderes tecnológicos, Lindsay ofrece servicios de ingeniería, asistencia en diseño de soluciones personalizadas y capacitación para complementar nuestro portafolio de productos

- Las soluciones de **energía LEON™** de Lindsay (por sus siglas en inglés Lindsay Ever On Networks) garantizan suministro de energía confiable permitiendo a los operadores ofrecer servicios ininterrumpidos incluso bajo las condiciones ambientales más extremas
- Las **soluciones de valor agregado** le permiten extender su infraestructura actual para llegar a nuevos clientes comerciales o residenciales generando nuevos ingresos y reduciendo bajas de clientes (puntos de acceso Wi-Fi® para red de cable, soluciones con backhaul óptico y DOCSIS® con puertos PoE, y mucho más)

Manteniéndote Conectado.
Tecnología Robusta. Desempeño Garantizado.

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

Soluciones Ópticas, RF, Energía y Servicios de Valor Agregado

2021: el año de la Guerra de Contenidos



La promesa de Netflix de lanzar ‘una película por semana’ durante 2021 parecería ser más una prolongación de su política de acortar la duración de las series que una amenaza para Hollywood. Publicitariamente suena como logro, desde el punto de vista de la producción es sencilla. Si medimos la cuestión desde el punto de vista de las horas de producción, una temporada de una serie como la finlandesa #Karpki (#Deadwind) ocupa doce episodios de unos 48’ de duración, sería el equivalente de seis largometrajes. Ideas no faltan: los directivos de la empresa, y los de sus similares, son constantemente acosados por autores noveles con ideas para que sean puestas en práctica. Si bien las estadísticas indican que sólo se aprueba una de cada mil propuestas ‘en frío’ (no solicitadas), el porcentaje de éxitos sube a 1 en 400 cuando hay un concurso o se conoce a los autores.

En realidad, la mayor amenaza de Netflix para Hollywood es que aplica el modelo de negocios de Silicon Valley: maximizar audiencia en lugar de segmentar ingresos. El desafío para sus competidores es vivir en terreno antes impensable: ver reducir las utilidades del rubro salas cinematográficas y la TV paga lineal: cable y satélite, compensando en parte el aumento de ingresos por streaming. La segunda mayor amenaza para Hollywood es el algoritmo de Netflix que identifica unas 2.000 situaciones argumentales y pondera su aceptación por los usuarios. Se podría creer que lo está usando ahora para generar contenidos “originales” “nuevos”, combinando varias de esas situaciones que gustan a los usuarios. El uso del algoritmo por Netflix fue sugerido en una nota de noviembre en NewYorker donde Kyle Chaiké habla de ‘TV Ambiental’ al referirse a #EmilyInParis como un

armado de situaciones cotidianas (“artifactual”) con las que el público se identifica. Según Chaiké, la ‘TV Ambiental’ (que recuerda el concepto de música ambiental de los 90) ‘no requiere atención para ser disfrutada’. Si la lucha actual de los medios es por la ‘atención’ (no ya el tiempo, por el ‘multitasking’) de la audiencia, es un desarrollo a tener en cuenta. ¿Por qué Netflix promete películas? Además del menor esfuerzo que representa, se podría suponer que se está preparando para la embestida de Disney+, que aparece como su principal futuro competidor y a largo plazo podría desplazarla del liderazgo, en la medida en que produzca contenidos con argumentos para mayores de edad. En la actualidad, su mayor competidor es Prime Video, de Amazon, cuya base de suscriptores es impulsada por las compras en Amazon, donde se obtiene una suscripción anual por 99 dólares al

#Innovación #Desarrollo #Futuro



 **Tecnored**

www.tecnoredlatam.com

2021: el año de la Guerra de Contenidos

efectuar una adquisición. Pero, hay razones de peso para vigilar al gigante de Hollywood más que pelear contra esta estrategia de su CEO Jeff Bezos: 'quien alquila una película, también compra zapatos'. En los Estados Unidos, cuenta también Hulu, un OTT pensado por los estudios de Hollywood como contrapartida a Netflix pero que, por diferencias de criterio entre los socios originales de la empresa, ha quedado en manos de Disney con mayoría y NBCUniversal, de Comcast, como socio minoritario. En el camino quedaron 21st Century Fox, actualmente propiedad de Disney, y TimeWarner, actualmente propiedad de la telco AT&T. No se espera expansión internacional para Hulu, desde que sus propietarios tienen servicios propios con los cuales debiera competir. A diciembre 2020, reportaba 38,8 millones de usuarios.

Un futuro complicado

Esta definición a corto plazo deja abierta la polémica sobre el resto de los jugadores que necesitan una cuota de mercado importante del negocio mundial de #streaming. Y abre otra: el futuro de la 'TV Conectada' a través de los SmartTVs, que ya representan el 40% de las ventas de receptores de televisión, y de dispositivos como los de Roku, que ha llegado a los 50 millones de cuentas activas y permite sintonizar tanto canales OTT gratuitos (AVOD, como Pluto TV) como, pagando la suscripción, a los servicios pagos (SVOD). Prácticamente todos los grupos importantes de TV paga lineal de las últimas décadas tienen lanzado o han decidido lanzar este año su OTT: la telco estadounidense AT&T, a través de su división WarnerMedia, que incluye Turner y HBO, está relanzando HBO GO como HBO Max y tiene un desafío particular: mantener un precio alto (en el orden de los 16 dólares mensuales) pero aumentar la cantidad de suscriptores. Por su parte, Apple concede un año gratuito de AppleTV+ a quien compre un producto de su línea de computadoras y

smartphones; el grupo Comcast, dueño de NBCUniversal y Telemundo, está lanzando Peacock; el gigante ViacomCBS, además del servicio gratuito Pluto TV, lanzó Paramount+, que reemplaza a CBS All Access.

Entre los más recientes también figura Discovery+, con acuerdos con telcos como Verizon y Vodafone dispositivos como Roku, Amazon FireTV y Android TV que le abren camino en el área de la "televisión conectada", los receptores de televisión SmartTV capaces de recibir imágenes de video por Internet. Finalmente, están los independientes: de acuerdo a cifras de la consultora internacional Dataxios, en América Latina hay cerca de 300 servicios de streaming locales y regionales, ofreciendo contenidos en algunos casos específicos (como Teatrix en Argentina) y en otros casos que apelan a oportunidades de mercado que se presentan como resquicios a lo cubierto por las grandes empresas. Los problemas que enfrentan en general son: dificultoso proceso de cobranza por la escasa bancarización (posesión de tarjetas de débito o crédito) de sus usuarios potenciales y altos costos de cobro a través de terceros, y alto índice de "churn", el porcentaje de usuarios que cancelan su suscripción cada año. Este valor, que está en el orden del 18% a 20% entre los OTTs líderes de mercado, sube a 40% a 50% entre los "independientes" y hace que muchos no resistan y deban suspender su servicio, siendo generalmente reemplazados por otros de renovado optimismo. A esta múltiple oferta regional y panregional hay que agregar el posible ingreso de jugadores europeos y hasta eventualmente asiáticos que quieran entrar a competir en los mercados latinoamericanos como una expansión marginal a sus operaciones en Europa, Asia y África, y los servicios locales en cada país, como Blim de Televisa y Cinépolis en México, Flow de Telecom en Argentina, y Globo Play en Brasil, sin olvidar los que ofrecen, como valor agregado

o herramienta de retención de usuarios, telcos como América Móvil de México y Telefónica Movistar de España, entre otras. El resultado práctico es que, a lo largo de 2021, en la mayor parte del mercado latinoamericano de TV paga, sea lineal -lo que se conoce como "cable" y "satélite"-, o 'por demanda' (AVOD, SVOD) habrá entre diez y quince ofertas de "streaming", frente a la estadística que a fines de 2020 indicaba que el promedio de OTTs por hogar conectado era de cuatro, frente a los 3,5 admitidos como promedio a fines de 2019. Es decir, un fuerte exceso de oferta, por mucho que pueda crecer la demanda este año.

El regreso de los "cableeros"

El exceso de oferta ha resultado ser una especie de bendición para los cableoperadores y algunos satelitales, que desde hace unos cinco años han encarado la función de "agregadores" de contenidos, ofreciendo a sus suscriptores el acceso a los servicios de streaming como si fueran canales dentro de su oferta de programación. Para esto firman convenios con los OTTs, quedándose con parte del pago adicional que se percibe, un esquema similar al de los canales "premium" como HBO o los que fueron de Fox y ahora serán los Star de Disney. Para Netflix y sus competidores, la gran ventaja es que ganan acceso a cientos de miles de usuarios que ya consumen contenidos, y también la convicción de que se cuidará la calidad de transmisión de su señal. De esta manera, el "cableero" que fue proveedor de contenidos de video durante décadas ahora se convierte en proveedor de conectividad. En la región, el empresario uruguayo Javier Ruete ha sido pionero del concepto 'lo importante es que el usuario no salga de nuestra plataforma' y lo sostuvo en época en que muchos de sus colegas discutían en las reuniones de la extinta asociación Tepal la forma en que debieran poder cobrarles a las OTTs el uso de sus redes para transmitir sus imágenes.



LLEGÓ

diboxGO

+ que televisión
+ que entretenimiento



GRILLA DE TV ON LINE / PROGRAMACIÓN ON DEMAND
SERIES / PELÍCULAS / CONTENIDOS EXCLUSIVOS

Descargá la aplicación
y disfrutala en todos tus dispositivos.



diboxgo.com.ar



dibox

Merlin es el nuevo master distributor de Sony para América Latina

‘Después de 20 años de asociación con Sony, con mucha dedicación, enfoque, resultados crecientes, innovación y profesionalismo, ganamos el contrato de Distribuidor Maestro sirviendo a toda Latinoamérica a través de nuestra operación en Miami-FL’, destacó a Prensario



Edson Marion.

‘Para nosotros es un gran orgullo después de años de negociación llegar a este nivel tan deseado en el mercado. Agradecemos a Sony Latin America por su confianza, haremos nuestros mejores esfuerzos para cumplir con los objetivos esperados y satisfacer la demanda de los revendedores latinos’.

‘Ya estamos preparados con toda la línea de video profesional, Pro-audio y cámaras PTZ en stock para satisfacer las necesidades de los revendedores e integradores de Sony’, subrayó Marlon.

Con el lema ¡Somos América Latina, somos Sony! Merlin dio a conocer este nombramiento que lo posiciona, no sólo como empresa insignia para Sony, sino como uno de los líderes de la región. A la de Sony se suma la representación de varias marcas de primer nivel, para el mercado Broadcast y de Video Profesional.

Todo esto, sumado a la política de expansión y profesionalización de sus equipos de venta seguramente redundarán en importantes beneficios para los clientes de la marca.

Hoy con oficinas en Doral Miami, la empresa brasileña ya tiene revendedores en: Argentina Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Ecuador, Guatemala, Haití, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, y Uruguay.



Latin America

LATAM Oficial Resellers
We are already an incredible team of 50 authorized resellers in 11 countries in Latin America.

Tecnored elegido por Artic LatAm como integrador en Argentina

Juan Domínguez, presidente de Tecnored, destacó: ‘Estamos muy contentos de contar con Artic LatAm como uno de nuestros socios de negocio para llevar productos de calidad a los clientes en una ecuación costo-beneficio que revolucionará el mercado local’. Y señaló: ‘La presencia de Artic LatAm a través de Tecnored en Argentina dinamizará las inversiones de los prestadores de servicio de distintos tamaños, quienes contarán con productos innovadores -como fibra óptica, equipamiento e instrumentos de medición y capacitación para desplegar y realizar mantenimiento de redes’. Por su parte, Raúl Fleman, gerente Comercial de Artic LatAm, aseguró: ‘El desembarco en la Argentina de la mano de Tecnored responde a que encontramos en esta compañía el socio de negocios indicado tanto

por trayectoria, como por experiencia, capacidad de acción y recursos humanos calificados para llevar adelante el posicionamiento de Artic LatAm en el país’. Con casa matriz en Hong Kong y filial en Argentina, Artic LatAm posee un plan de negocios para América Latina que cuenta con tres etapas iniciales de inversión para el bienio 2020-2021. La primera incluye un Centro Logístico Integral, la segunda la instalación de un Laboratorio de Ensayos Ópticos y Mecánico certificado -destinado a analizar y verificar los parámetros de los distintos productos-, y la tercera prevé la apertura de una Planta de Producción de cables ópticos y componentes que abastecerá a la región con tecnología innovadora para el desarrollo de los elementos que conforman una red óptica,



Juan Domínguez, presidente de Tecnored

desde el datacenter hasta el usuario final. De esas tres fases, una primera ya fue concretada con un Centro de Logística ubicado en el Gran Buenos Aires, el cual tiene la capacidad de almacenar bobinas de 4 Km en suelo, además de los racks que contienen el resto de los productos.



Proveedor Integral de Redes HFC y FTTH

Con mas de 15 años en el mercado



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

Network Broadcast confía en su experiencia para ayudar a sus clientes



Matías Lassalle, director comercial de Network Broadcast para América Latina

Matías Lassalle, director comercial de Network Broadcast para América Latina destacó los desafíos que enfrenta la empresa en el contexto actual y por lo que atraviesa la industria. ‘Los operadores son conscientes de que además de leer el mercado, en tiempos únicos como los que estamos experimentando, deben seguir adelante. Y perciben claramente que el mundo se está moviendo hacia plataformas interactivas, ya que es el propio usuario quien, con sus nuevos hábitos de consumo, demanda contenidos VOD y aplicaciones de terceros como Netflix, YouTube, Prime Video etc.’, dijo Lassalle. ‘Es lo que escuchamos, lo más importan-

te es “la experiencia del usuario”. Pero esa frase implica mucho más que plataformas. Se trata de contenidos de calidad y ajustados a la demanda de los usuarios. Por tanto, debido a este cambio en la forma en que los usuarios ven la televisión, es fundamental que el operador pueda ofrecer un servicio personalizado según las necesidades y gustos de sus usuarios. Con nuestro servicio TMS (Transport Management System) el cliente podrá llevar estadísticas y analizar los hábitos de consumo de sus usuarios, cuáles, cómo, cuándo, durante cuánto tiempo y en qué dispositivo consumen los contenidos que ofrecen. Algo muy importante para la toma de decisiones corporativas. En línea con el objetivo de profundizar en la experiencia del usuario, debemos garantizar una correcta entrega del contenido y para ello la solución Bromteck Boro (Online Streaming Monitoring Solution) es una

herramienta fundamental para poder anticipar los problemas que se generan. En el proceso de transmisión de audio y video. Con sus sistemas de alarma nos permite identificar cuál es el problema y dónde está, con el fin de brindar una solución rápida que optimice los recursos técnicos y los costos de monitoreo’. Lassalle dijo que ‘cabe señalar que esta no es solo una solución para Tiers 1. Es una solución totalmente escalable, que se puede modificar dentro de la red para lograr un monitoreo completo de señales comenzando con muy poco. En nuestra experiencia, es una solución muy rentable, ya que está directamente enfocada a la calidad del servicio, lo que evita la pérdida de usuarios por mala entrega o caída de señal.

Y ahí es donde va el mercado, con plataformas personalizadas que están al nivel de sus usuarios. Pero también deben estar pensados y ajustados al consumo, llegando con un servicio confiable, amable y de calidad. Por tanto, el servicio estadístico TMS y Bromteck Boro son herramientas fundamentales para garantizar estos servicios’, concluyó Lassalle.



Network Broadcast implementa sus soluciones Bromteck Tv en la región

Las soluciones de Bromteck TV contiene módulos de análisis que le permiten al operador saber qué servicios, programas y aplicaciones les interesan a sus usuarios, como así también poder aumentar su oferta en relación a los gustos de los mismos. BromteckTV es la plataforma que permite interactuar con los usuarios brindando servicios de TV lineal, IPTV, OTT y aplicaciones de terceros de manera tal que los usuarios tengan la mejor experiencia en el consumo desde cualquier dispositivo, cuando y como quieran. La plataforma BromteckTV ha sido diseñada por un equipo de ingenieros que se especializa en lograr el desarrollo de soluciones innovadoras y adaptables a los procesos de evolución que suceden en el mercado. A través de la inversión directa en investigación y perfec-

cionamiento para poder brindar a los clientes todos los recursos que le permitan ofrecer un servicio que pueda diferenciarse profundamente con su competencia, Bromteck TV se encuentra fuertemente garantizada, ya que Network Broadcast es uno de los líderes en la industria IPTV/OTT por estar constantemente brindando excelencia y calidad en servicio y soporte.



Bromteck TV

La visión estratégica que potencia tu empresa.

DVB IPTV CLOUD OTT

Maximice la experiencia de TV de sus usuarios.

- Bromteck BORO
- Bromteck Peer to Peer
- Remote Phy
- Soluciones end to end
- Interfaz Intuitiva
- Middleware
- Medición y análisis de audiencia
- CAS / DRM

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