

Desde La Cabecera Hasta La Casa,  
AMT cuenta con el equipo necesario  
y en inventario.



GX2 Plataforma Optica

Soluciones Carrier Ethernet



Fuente De Poder  
con Respaldo  
- XM2/PWE

Amplificadores RF



- BT
- MB
- BLE
- SLE

Nodo Optico Hub Virtual

- SG4000
- Ethernet Switch
- VSN2000
- SG1000
- MBN

- SB6121 -
- SB5102 -
- SBG941 -



- SBV5222

- DCT700
- DCX700
- DTA-101
- DTA-HD

- DCX3510
- DCX3501

Taps  
- FFT

Para mayor información, llame al 954.427.5711 o visite [amt.com](http://amt.com)

# Prensario Internacional

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

Televisión • Broadband • New Media • Licensing



## Claves para entender un mundo globalizado

Latinoamérica crece y avanza rápidamente. ¿Cuáles son sus oportunidades y riesgos? Gonzalo Ernesto Cáceres y sus invitados analizan desde la perspectiva de la región los retos del siglo XXI y los temas candentes de América Latina y el mundo.

Contacto  
Deutsche Welle | 53110 Bonn | Alemania

[www.dw.de/claves](http://www.dw.de/claves)

DISTRIBUCIÓN



TEPAL 2012



TECNOTV



TECNOTELEVISIÓN 2012



Edición México:

Informes: Post Canitec - Post Telemundo

LA MÁXIMA EXPRESIÓN  
DE LA CREATIVIDAD,  
UNA COLECCIÓN DE LO QUE DEFINE  
EL ESTILO NARRATIVO  
DE LA MARCA HBO

PELÍCULAS  
SERIES  
DOCUMENTALES  
MÚSICA  
DEPORTES

**HBO**  
SIGNATURE®  
CALIDAD ORIGINAL

**DESCÚBRELO**  
WWW.HBOMAX.TV



**PROGRAMACIÓN  
VARIADA DE  
ALTA CALIDAD**



**SWITCHED  
AT BIRTH**



**LOST  
GIRL**

**CONÉCTATE  
CON LA  
GENERACIÓN  
MILENIO**

**SÚMALO YA  
A TU  
PAQUETE  
BASICO**

@SONYSPINLA  
/SONYSPINLA  
WWW.LA.SONYSPIN.COM

Disponible a partir del 1º de febrero en el paquete HBO MAX

# EXPO CONVENCION DE TEPAL, TECNOTELEVISION DE COLOMBIA Y EDICION ESPECIAL DE MEXICO



**TECNOTELEVISION  
2012**

Esta gran edición de julio de PRENSARIO, con cerca de 130 páginas, tiene su foco en la Expo Convención de Tepal que se realizará en el Hard Rock Hotel & Casino de Punta Cana, República Dominicana.

En los últimos años se ha revitalizado el rol de Tepal como asociación de asociaciones y la importancia estratégica que tiene para los principales cableoperadores de la región, que concurren a un evento donde prácticamente no tienen competidores y si colegas para compartir experiencias frente a las economías de escala de los jugadores regionales. Junto a los trade shows de cabecera como son Andina Link Colombia, Canitec en México y Jornadas en Argentina, Tepal es el que aglutina a ellos y a los demás, lo cual es un buen punto de entrada para acceder a lo mejor de la región.

## EXPO TECNOTELEVISION EN COLOMBIA

Al haber sumado a todos los eventos de broadcasting de la región, con esta edición asistimos también por segunda vez al evento exclusivo de Colombia, Expo Tecnotelevisión de Bogotá, que siempre organizó la revista TV & Video. El año pasado este evento cambió su nombre y parece potenciarse con buena representatividad local y buena concurrencia internacional.

Se va ganando un lugar apoyado en un mercado que perfectamente puede solventarlo, pues Colombia está en la elite de la región con

sus cadenas abiertas, el anuncio de la tercera cadena, la y producción audiovisual independiente, que se ha incrementando mucho en los últimos años.

## ESPECIAL MEXICO: INFORMES POST CANITEC, POST TELEMUNDO Y ADSALES

Al mismo tiempo, esta PRENSARIO de julio ocupa el lugar de nuestra edición especial de México que hemos expuesto en los últimos años. Lo hace con dos coberturas e informes posteriores de sus dos eventos principales: Canitec para la parte de telecomunicaciones por cable, y Expo Cine Video y Televisión, que organiza la revista Telemundo principalmente para la parte de broadcasting. Uno y otro sirven de antecedente inmediato para los protagonistas de Tepal y TecnoTV, respectivamente.

Aparecen además allí todos sus máximos protagonistas y las expresiones de cómo está México hoy y las perspectivas futuras. Y como es tradicional, le agregamos el componente de ventas publicitarias que completa la mirada integral que le da a los mercados habitualmente PRENSARIO.

## NCTA EN BOSTON, ESTADOS UNIDOS

Asistimos a The Cable Show, la convención de la National Cable Telecommunications



Association de los Estados Unidos, y reportamos las principales tendencias actuales en la industria y la participación latinoamericana en la misma, en boca de sus directivos principales.

## NEXTV, POSTNAB DE RÍOS & CÍA EN CHILE Y ENCUENTRO REGIONAL DE ROSARIO

También incluimos la cobertura de la conferencia NexTV South America Summit en Buenos Aires, donde se vio desde la partida de las cooperativas con la IPTV y la TDT a las nuevas oportunidades de la OTT, el FTTH y hasta los receptores SmartTV, a los que analizamos como fuente de ingresos para la industria de la televisión.

En Broadcasting está además el evento Post-NAB que, organizado por Ríos & Cía, tuvo lugar del 12 al 13 de junio en Santiago de Chile, donde 20 compañías presentaron su equipamiento multimedia.

Finalmente, aparece el informe Post Encuentro Regional de Telecomunicaciones de Rosario, que ha sabido mantener su lugar y logró congregarse, para el interior de Argentina, atención regional. Con todo esto completamos una edición 100% regional como suponemos le interesa a nuestros lectores

## TEPAL EXPOCONVENTION, EXPO TECNOTELEVISION IN COLOMBIA, MEXICO SPECIAL EDITION, NCTA AND MORE...

**TECNOTELEVISION  
2012**



This nearly 130-page issue of PRENSARIO previews the 2012 Tepal's trade show, to be held at the Hard Rock Hotel & Casino in Punta Cana, Dominican Republic. Tepal has gained strength in the recent past as a federation of cable operator associations and its strategic weight to the major MSOs in the region, who attend the show to exchange experiences and forge alliances that improve their competition capabilities.

## EXPO TECNOTELEVISION - BOGOTA CITY

This trade show in Colombia's Capital city is another emergent star in the Latin American broadcast landscape. For the second year, we provide full coverage of this exhibition, produced by TV & Video magazine, focused on a dynamic market that is attracting an increasing number of foreign participants, in part because it is becoming a leading television programming

production center, supplying all Latin America, but also due to its expansion possibilities.

## MEXICO SPECIAL EDITION: POST CANITEC, POST TELEMUNDO, ADSALES

Here's again our traditional yearly coverage of the Mexican pay television and Ad Sales market, enhanced by reports on the Canitec cable television industry gathering in Acapulco, and Expo Cine Video y Televisión, the trade show produced by local magazine Telemundo at the Mexico City World Trade Center. As customary, there is an advertising sales review on this nation, the second-largest advertising market in the region.

## NCTA

Prensario covered the National Cable Telecommunications Association's convention in Boston: we report the major trends seen at

The Cable Show and their influence on the Latin American pay TV business in the near future.

## AND MORE...

On top of the multi-convention previews and coverage, this issue features other outstanding information sources: a report on NexTV South America, the conference held in Buenos Aires that dealt with phone cooperatives entering television and other developments.

This edition also includes the coverage of the Post NAB seminar organized by Ríos & Cía, which was held on 12<sup>th</sup> and 13<sup>th</sup> June in Santiago Chile, where 20 companies showed their multimedia equipment. Finally, PRENSARIO brings last edition of Encuentro Regional trade show in Rosario, Argentina, a showcase focused on digital platforms. All this compounds a truly regional issue, according to the level we suppose our readers expect us to deliver.



THE  
**BORGIAS**

EL CRIMEN ESTA EN SU SANGRE.  
PRIMERA Y SEGUNDA TEMPORADA.

TODOS LOS JUEVES 10 PM



TNTLA.COM

MÉXICO / COLOMBIA / VENEZUELA / CENTRO AMÉRICA / CARIBE

• LUIS BOLLIO  
luis.bollio@turner.com

Tel: (5255) 5089-6272  
Fax: (5255) 5089-6280

**LOS ABOGADOS NO SON  
TODOS IGUALES.**



# SUITS

**SEGUIR LAS REGLAS NO ES SU ESTILO.**

**MIÉRCOLES, 21 HS.**



MÉXICO / COLOMBIA / VENEZUELA / CENTRO AMÉRICA / CARIBE

LUIS BOLIO Tel: (5255) 5089-3556  
luis.bolio@turner.com Fax: (5255) 5089-6280

**EL SOFÁ Y EL DELIVERY DE SIEMPRE.  
Y AÚN ASÍ, UN PLAN DISTINTO.**



**ZACK AND MIRI  
MAKE A PORNO**

**¿QUÉ TAN LEJOS LLEGARÍAS  
PARA SALDAR TUS DEUDAS?**

**DOMINGO 15, 23.30 HS.**

**ESPECIAL - ON AIR  
SHHH, ESTAMOS EN EL AIRE**

**DOMINGO 29  
A PARTIR DE LAS 13.30 HS.**



**EPISODES**

**ESTRENO SEGUNDA TEMPORADA**

**EN AGOSTO - LOS MARTES, 21.30 HS.**

**MENOS PREJUICIOS,  
MEJOR TELEVISIÓN.**



www.isat.tv



MÉXICO / COLOMBIA / VENEZUELA / CENTRO AMÉRICA / CARIBE

LUIS BOLIO Tel: (5255) 5089-3556  
luis.bolio@turner.com Fax: (5255) 5089-6280

DESPEDIRTE  
CON UN "HASTA LA VISTA BABY",  
TAMBIÉN ES UN CLÁSICO.

EN LA CDMX SE HA COMENZADO A TRABAJAR EN LOS ESTUDIOS DE LOS ESTADOS UNIDOS



LAS PELÍCULAS  
QUE HICIERON CLÁSICOS.

**TCM**

MÉXICO / COLOMBIA / VENEZUELA / CENTRO AMÉRICA / CARIBE

• LUIS BOLIO  
luis.bolio@turner.com  
Tel: (5255) 5089-6272  
Fax: (5255) 5089-6280

15 AÑOS

105 millones de televidentes en las Américas

131.400 horas de cobertura continua

47 presentadores y corresponsales alrededor del mundo

28 galardones

10-700 tweets a la hora

Visto en 26 países de las Américas

Cobertura de noticias en 196 países del mundo

1.974.000 seguidores

Lo viviste con nosotros.

**CNN** 15 AÑOS  
Vive la noticia

@CNNee /CNNee cnespanol.com cnmexico.com

CNN en Español TM & © 2012 Cable News Network, Inc., una compañía de Time Warner. Todos los Derechos reservados.

# EL MUNDO TEPAL 2012-2013



El negocio de la TV paga ha cambiado mucho desde que la originariamente denominada **Televisión Paga de América Latina** (Tepal) fuera fundada a principios de los '90 con la misión principal de combatir la piratería, en aquella época manifestada a través de la bajada en América del Norte, Central y parte del Sur de señales de los satélites Conus de los Estados Unidos, transmitiendo a los usuarios las señales de las cadenas de TV abierta de la TV estadounidense y mucho más.



Jorge Schwartz de TV Cable Ecuador, Javier Villanueva de VTR Chile, Eduardo Stigol de Inter Venezuela, Jean Paul Broc de Cablevisión México, Humberto García y Nicolás González Revilla de Tepal, y Raymundo Fernández y Enrique Yamuni de Megacable

En los primeros tiempos fue decisivo el apoyo de la MPEA (Motion Picture Export Association) de los estudios de Hollywood y el programa *Quit Claim*, por el cual la MPEA renunciaba a acciones legales contra los cableoperadores que dejaran de bajar sus señales sin derechos.

Hoy Tepal, la federación de cableoperadores y asociaciones de cableoperadores de telecomunicaciones de América Latina, y sus socios, enfrentan otros desafíos: con presencia en todos los principales países (excepto Brasil), abarca más de 15 millones de suscriptores y mantiene un diálogo permanente con los programadores y los proveedores de equipamiento.

Con sus asociados, sigue las alternativas de la industria en las diferentes partes de la región y se preocupa por los problemas que los aquejan; uno de ellos es la tendencia a una excesiva regulación en varios de los países, cuyas autoridades con frecuencia muestran desconocimiento de las características que requiere una actividad

comercial con función cultural, como es la provisión de contenidos de televisión de todo el mundo –lo cual los broadcasters no pueden hacer, por una limitación inherente– y el acceso a Internet, que se va convirtiendo cada vez más en un derecho universal como manera de garantizarle a las personas el acceso a la información.

### EXPO TEPAL 2012

Este mes, Tepal realiza nuevamente su convención anual en Punta Cana, República Dominicana, con una agenda que analiza los distintos aspectos de la actividad y escucha las inquietudes de sus socios, a la vez que ofrece a los cableoperadores en general una nueva edición de su exposición de productos y servicios en un momento en que la convergencia tecnológica los

obliga a digitalizar, ofrecer servicio de Internet (excepto en Uruguay, donde la telco estatal **Antel** mantiene su monopolio) y comenzar a abarcar el campo de lo que se denomina *TV Everywhere*, una combinación de TV e Internet que apunta a la creciente existencia de dispositivos móviles (como los smartphones y tablets) para captar la programación de TV y conectarse a Internet desde cualquier lugar, en cualquier momento.

### ANTE LOS DTHs

El negocio está en crecimiento, con índices que varían entre 6% en México y Argentina y 30% en Brasil, pero con una creciente incidencia del DTH, con las telcos y **DirecTV** –y sus asociadas **Sky** en México (controlada por **Televisa**) y Brasil (**TV Globo** retiene una pequeña participación, pero tiene un grado de

# CARTOON NETWORK

## ES LA SEÑAL DE CABLE FAVORITA DE LOS NIÑOS EN LATINOAMÉRICA



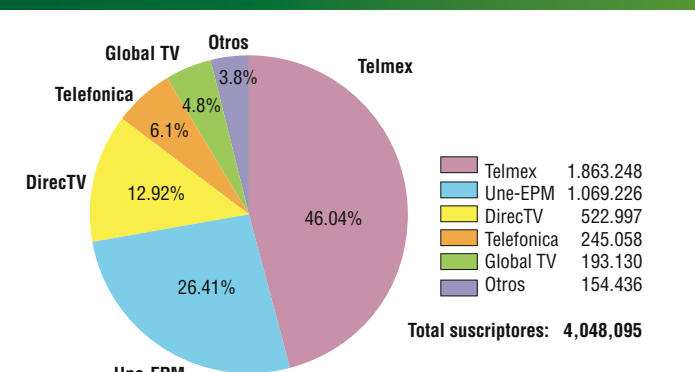
¡YEIYO!  
SER INCREÍBLEMENTE DIVERTIDOS, DE MANERA REGULAR, ES LO QUE HACE QUE CARTOON NETWORK SEA EL CANAL DE TELEVISIÓN PAGA #1 ENTRE LOS NIÑOS VARONES DE 4 A 11 AÑOS EN LATINOAMÉRICA. ¡DISFRUTA LA DIVERSIÓN Y SÉ PARTE DE CARTOON NETWORK!

TURNERMiami  
(305) 603-2000

Fuente: IBOPE MCO9 (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, América Central, México, Perú). Base: niños varones 4-11 años con TV Paga / Desde el 1 de enero de 2011 hasta el 31 de diciembre de 2011 / lunes-domingo / Día Total (24hs) / rat%.

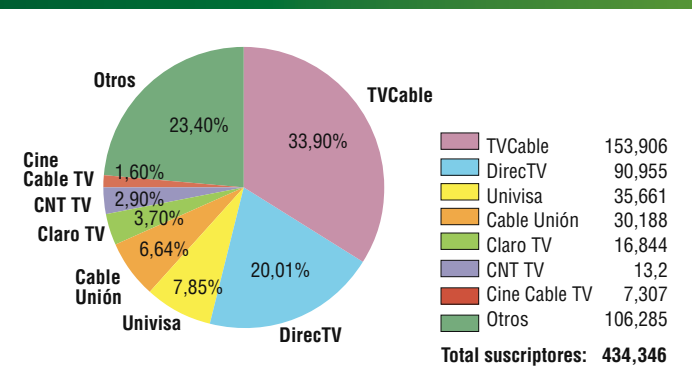


### COLOMBIA - MARKET SHARE DE TV PAGA, POR COMPAÑÍA ABRIL 2012



Fuente: ANTV

### ECUADOR - MARKET SHARE DE TV PAGA, POR COMPAÑÍA ABRIL 2012

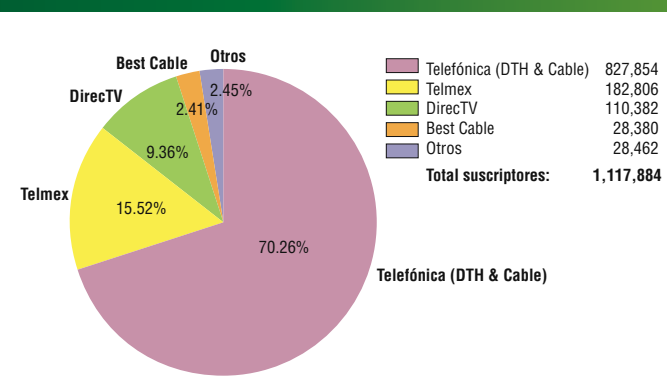


Fuente: OSPITEL

# EL MUNDO TEPAL 2012-2013



## PERU - MARKET SHARE DE TV PAGA, POR COMPAÑÍA MARZO 2012



Fuente: OSPITEL

control sobre la programación)-- en los papeles principales, y experiencias interesantes como las de **Media Networks** desde Perú y **TuVesHD** de Chile, que ahora iniciará el servicio con Inter de Venezuela.

Pese a los esfuerzos de digitalización (total en el caso de **Cablevisión** de Ciudad de México, avanzada en otros), la TV analógica sigue siendo la principal fuente de ingresos, aunque el acceso a Internet gana importancia en la facturación y la telefonía se destaca en casos como el de **VTR** en Chile, y es buen complemento en México ante la caída de líneas fijas de **Telmex**.

El avance del DTH es explicado en varios casos por la falta de cobertura de parte del territorio por parte del cable. Brasil está ante un proceso de otorgamiento masivo de licencias, a partir de la nueva Ley de Acceso Condicionado, pero los cableoperadores objetan que la mayoría de las licencias irán a parar a manos de las telcos, que además ofrecerán acceso a Internet que su servicio satelital no permite.

En contrapartida, Media Networks, subsidiaria de Telefónica, anuncia que pronto estará ofreciendo Internet satelital a partir de hacer spot cubriendo sectores de la región. La misma empresa ofrece (al igual que TuVesHD) servicio DTH con la marca de quien tenga la licencia y quiera contratarlo en lugar de lanzarse por su cuenta.

### SE VIENE LA TDT

La competencia a la TV paga se manifiesta también en el crecimiento de la Televisión Di-

gital Terrestre, especialmente en el caso de Argentina, donde la iniciativa oficial gratuita TDA ofrece un paquete de 16 señales y se han distribuido 1 millón 160 mil decodificadores en forma gratuita entre la población de escasos recursos.

De acuerdo a estimaciones de **Oswaldo Nemirovski**, coordinador del plan, hay unas 3 millones de personas, el 7% de la población, sintonizando TDA en Argentina. En Chile se viene discutiendo la Ley de Televisión Digital desde hace más de dos años. El problema de esta iniciativa es que quiere englobar tanto la transición a la TV digital como varios otros temas, entre ellos el de los diferentes tipos de licencia para TV de aire existentes, y los derechos autorales.

Uruguay está encarando la TV digital con una apertura a un mayor número de emisoras, la mayoría no comerciales, lo cual genera conflicto con los broadcasters

privados existentes, que consideran que el mercado publicitario en ese país no puede sostener más canales que los existentes.

### LA PIRATERÍA

La piratería domiciliaria --antenas satelitales con decodificadores modificados para recibir ilegalmente señales codificadas-- es un problema serio en Paraguay, donde **Claro TV** lo estima en 50% del total y relevante en otros territorios. La consultora **Busi-**

**ness Bureau** estima que en países como México, Argentina, Colombia, Ecuador y Venezuela oscilan entre el 14% y el 16% del mercado, en tanto en Perú asciende a 19% y en Bolivia al 25%. En México, **Megacable** está digitalizando la totalidad de su red para disminuir la piratería y poder ofrecer Internet sin la necesidad de contratar TV paga.

### INICIATIVAS

Entre las iniciativas de Tepal como organización figuran la contratación conjunta de derechos de acontecimientos deportivos, la compra en conjunto de equipamiento y otras acciones que beneficien a sus asociados. En Punta Cana se tratarán varios de estos temas, tratando de superar los obstáculos planteados por las diversas modalidades operativas en diferentes países de la región con un tratamiento de los puntos en común que permita partir de una base conjunta.

En lo que hace a los participantes en general, se ha preparado un programa de presentaciones, charlas y paneles con el atractivo de exponerse los "casos de éxito", donde se explica la manera en que han sido resueltos o encarados problemas que son comunes a diferentes países de la región.

## SUSCRIPTORES DE TV PAGA POR PAÍS EN AMÉRICA LATINA, JUNIO 2012

Argentina	6,200,000	1,700,000	7,900,000
Bolivia	190,000	6,000	196,000
Brazil	5,800,000	7,400,000	13,200,000
Chile	1,450,000	1,250,000	2,800,000
Colombia	3,850,000	450,000	4,300,000
Costa Rica	160,000	30,000	190,000
Domincan Rep.	440,000	20,000	460,000
Ecuador	420,000	30,000	450,000
El Salvador	300,000	10,000	310,000
Guatemala	530,000	7,000	537,000
Honduras	510,000	5,500	515,500
Mexico	6,250,000	5,600,000	11,850,000
Nicaragua	180,000	2,500	182,500
Panama	300,000	40,000	340,000
Paraguay	270,000	35,000	305,000
Peru	1,200,000	180,000	1,380,000
Spain	3,400,000	1,750,000	5,150,000
Uruguay	520,000	46,000	566,000
Venezuela	1,700,000	1,350,000	3,050,000

Fuente: Private Advisor



## Disney & ESPN Media Networks Latin America

### VENTAS AFILIADAS

AMÉRICA LATINA, AMÉRICA CENTRAL Y CARIBE

Tel: (5411) 5031-0800  
ventasafiliadasla@espn.com

BRASIL

Marcello Zeni  
Tel: (5511) 3677-7604  
marcello.zeni@espn.com

MÉXICO

Oscar Ramirez  
Tel: (5255) 525 - 1963  
oscar.ramirez@disney.com

ARGENTINA

Sebastián López  
Tel: (5411) 5031 - 0800  
Sebastian.lopez@espn.com

## Disney media+ Soluciones únicas para oportunidades múltiples

### PUBLICIDAD & PROMOCIONES

PANREGIONAL

Kattia Quintanilla  
Tel: (001) 305-476-2108  
kattia.quintanilla@disney.com

BRASIL

Mauricio Jacob  
Tel: (5511) 5504 - 9416  
mauricio.jacob@disney.com

CONO SUR

Daniel Degand-Löb  
Tel: (5411) 5777 - 7055  
daniel.degand-lob@disney.com

MÉXICO

Leopoldo Valdés  
Tel: (5255) 5258 - 1914  
leopoldo.valdes@disney.com

Descifra los misterios  
Resuelve los crímenes

EL ÚNICO CANAL DE ENTRETENIMIENTO ENFOCADO  
EN SUSPENSO, CRIMEN E INVESTIGACIÓN



DRAMA REAL

SERIES

PELÍCULAS

**CONTACTENOS:**

- Miami (1786) 273 4201
- Mexico (5255) 5249 8867
- Argentina (5411) 4313 5005
- Brasil (5511) 2138 9600

 [investigaciondiscovery](https://www.facebook.com/investigaciondiscovery)





## TRICOM: PLAN DE EXPANSIÓN Y UPGRADE DE LA RED

Tricom de República Dominicana será uno de los grandes anfitriones en la Expo Convención Tepal 2012. Su presidente, **Guillermo Soto**, dialogó con Prensario sobre la actualidad del operador y afirmó: 'Desde el management de la compañía continuamos ejecutando la visión planteada cuando el **Grupo Amzak** asumió la dirección en asociación con el **Grupo Mota**: ser la primera elección del mercado en telecomunicaciones y entretenimiento, con soluciones innovadoras, eficientes y de calidad'.

Como parte de su plan de inversiones en tecnología y adecuación de la infraestructura total de las redes, Tricom ha puesto en marcha el diseño y la construcción de la red HFC, de fibra óptica híbrida coaxial. Además, ha iniciado su despliegue en nuevas localidades a fin de expandir la cobertura a nivel nacional, un proyecto iniciado en abril de 2010.

La nueva red HFC es totalmente digital. A la fecha se encuentra disponible en el Distrito Nacional, Santo Domingo Este y Oeste, y en las principales provincias de la región Este del país: San Pedro de Macorís, La Romana, Casa de Campo, San Cristóbal y Bayahibe. Estamos desplegándola en la región sur del país, también se extenderá a las principales provincias de la región norte, en Santiago para antes de finalizado el presente año, continuando con las provincias de Bonaio, La Vega y San Francisco de Macorís'.

'Un total de 2.274 Km de cables de red de HFC han sido desplegados en la ampliación de la nueva cobertura. 474 sectores poblacionales han sido servidos con la nueva tecnología que a la vez abarcan un total de 339,288 hogares que pueden acceder a los servicios de Triple Play Tricom'.

'El upgrade de la red anterior por la nueva red HFC con capacidad de 1 Gigahertz se encuentra en un 40% de ejecución, y ha permitido elevar la calidad de los servicios de Internet, televisión y líneas fijas residenciales. La nueva capacidad instalada permite que Tricom haya duplicado gratuitamente la velocidad de In-

ternet para sus usuarios sin costo adicional, dar acceso a más de 60 destinos de llamada de larga distancia internacional al mismo precio de una llamada local, y lo más importante, transmitir de forma simultánea en nuestra programación de cable más de 300 canales digitales, 50 canales HD y dos canales en 3D'.

'La inversión consolidada y ejecutada por Tricom asciende a US\$125 MM para el periodo 2010-2012 y abarca la reconstrucción de la red HFC en DN, la expansión red HFC zona oriental, región este del país, San Cristóbal y la ciudad de Santiago, una nueva red GPON para clientes corporativos, el incremento de la capacidad de los enlaces internacionales, adquiriendo mayores capacidades dentro de los cables submarinos que llegan hasta República Dominicana, como fue el caso de la última adición en el cable East West de la empresa **Lime** y la inversión en optimización del estándar para uso de Internet de la red HFC, pasando de Docsis 2.0 a Docsis 3.0', explicó Soto.

### PROPUESTAS FLEXIBLES EN PROGRAMACIÓN

'Como líder de la propuesta Triple Play en Dominicana, la estrategia ha sido tener para cada producto la combinación de la mejor oferta comercial con la mejor calidad de servicios. Así se toman acciones concretas como la redefinición de procesos e inversiones en nuevas estructuras de técnicos y personal de servicio, con el fin de tener los mejores indicadores de respuestas en instalaciones y averías del sector', remarcó.

El principal producto del Triple Play es **Telecable**. 'Buscamos tener la programación más completa de la región del Caribe y por



Guillermo Soto



encima de algunos de los mercados más grandes en Latinoamérica. Con más de 50 canales en HD, la reciente inclusión del primer canal en 3D, y los canales HD incluidos en los principales planes que ofrecemos'.

En cuanto a la propuesta de Internet, Guillermo Soto señaló la disponibilidad de hasta 100 Mbps de Internet para residencias (DOCSIS 3.0) en más de 14 sectores del Distrito Nacional. El servicio denominado **Internet Max** permite descargar la mayor velocidad disponible desde el servidor del Internet, álbumes musicales, películas o cualquier otra necesidad de acceso desde/hacia La Internet.

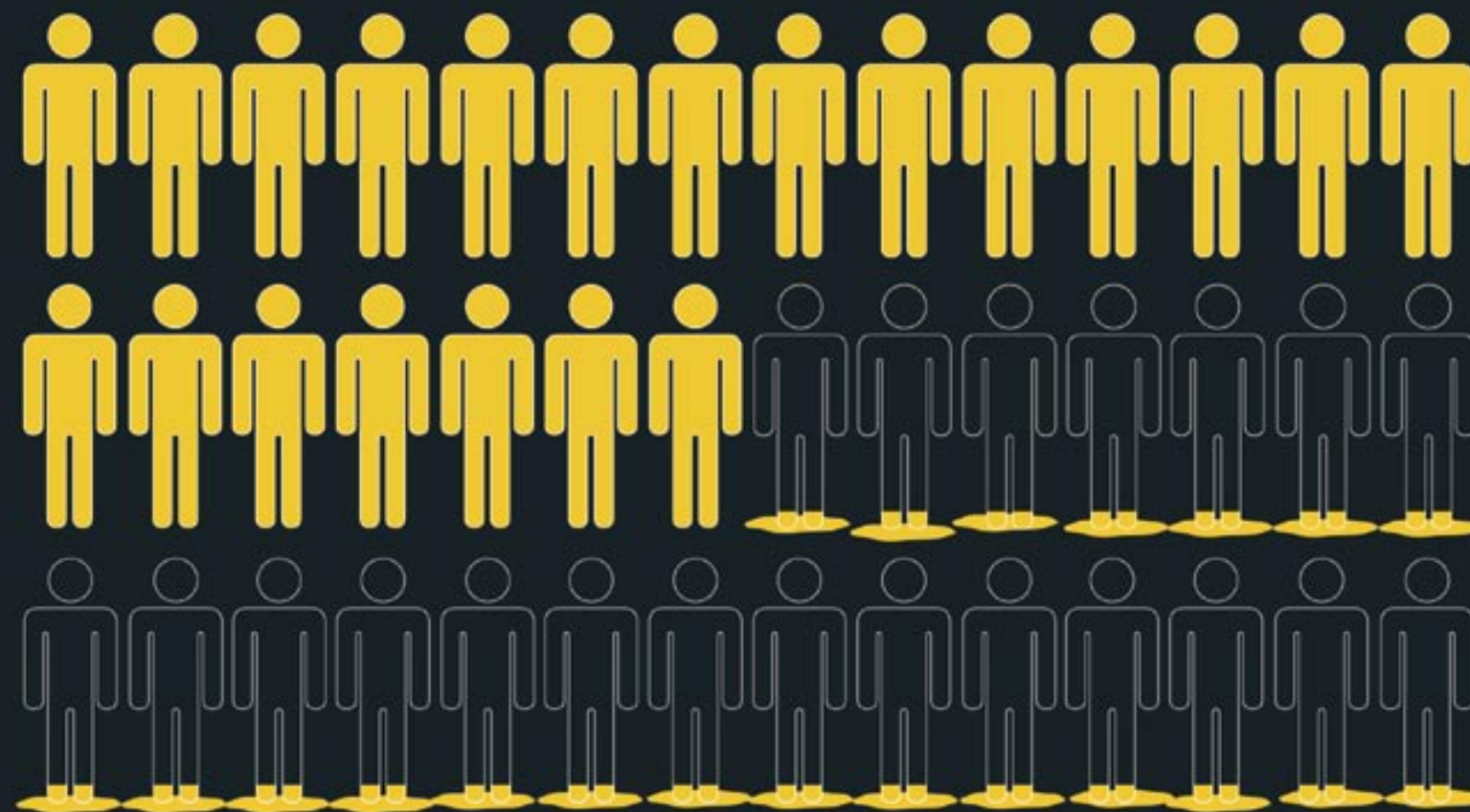
En líneas fijas, Tricom ofrece un servicio de líneas que abarca 60 destinos para llamadas de larga distancia internacional, incluidos en los minutos del plan del usuario, donde no tiene que pagar adicional por comunicarse con dichos destinos.

### VOD E INTERNET MÓVIL

'La estrategia de crecimiento y expansión con la nueva red HFC responde a la estrategia comercial de la empresa, enfocada en segmentos socioeconómicos AB, C+, lo que define un ARPU más elevado y de mayor sostenibilidad', detalló.

Y completó: 'Los próximos pasos consisten en continuar agregando valor a cada uno los productos que conforman la propuesta combinada de Triple Play. En la perspectiva del cable está en proyección el lanzamiento de VOD y otras nuevas funcionalidades. Por otro lado, en el segmento móvil, gracias a la nueva red que estamos implementando, estaremos en capacidad de ofrecer a los clientes internet móvil a través de dongles, modems inalámbricos, tarjetas inalámbricas, etc'.

LLEGÓ EL CANAL QUE HIZO QUE EL 50% DE LOS ESTADOUNIDENSES PERDIERAN EL CONTROL DE SUS FUNCIONES CORPORALES.



WWW.COMEDYCENTRAL.LA



VENTAS AFILIADOS: Laura Pérez / VP of Distribution Mexico, Ca, Caribe / laura.perez@vimn.com / (52) 5550801716  
 VENTAS PUBLICITARIAS: Carmina García / VP Adsales / carmina.garcia@beviacom.com / (52) 5550801720

VIENE DE PAG. 16

## TRICOM: PLAN DE EXPANSIÓN Y UPGRADE DE LA RED

### DESAFÍOS LES SIGUE PLANTEANDO EL ESCENARIO DOMINICANO

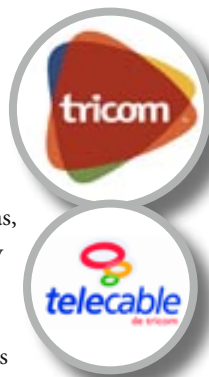
Sobre el mercado nacional de telecomunicaciones opinó: 'Es altamente competitivo y a su vez se divide en dos grandes segmentos: entretenimiento y acceso vía servicios de cable, Internet y líneas fijas, tanto en el hogar como en empresas, y el segmento móvil vía servicios de voz y datos inalámbricos. Tricom tiene presencia y participación en ambos mercados. El segmento de servicios fijos

es el que presenta mayor espacio de crecimiento (mayor penetración y potencial) en el país y la empresa domina la mejor propuesta de valor que ofrece el mercado con relación a las demás prestadoras'.

Es parte de la visión estratégica de la empresa lograr los mismos niveles de competitividad en el negocio que sirve el segmento de Internet y voz móvil para lo que es necesaria la inversión en la implementación de una nueva red móvil de última generación. 'Para ejecutar dicha visión, hemos formalizado la adquisición de una red 4G-LTE con la empresa **Huawei**, que fue concretada con la firma de un contrato entre ambas empresas el pasado mes de junio para el inicio inmediato de la implementación'.

Dentro de los beneficios que ofrecerá para los usuarios esta nueva red móvil de Tricom se destaca la capacidad de ofrecer el acceso a Internet, a velocidades muy por encima de las existentes en el mercado actual, desde diferentes terminales como celulares, dongles, modems inalámbricos, tarjetas inalámbricas, etc. Así como la descarga de contenido (video, juegos, música, aplicaciones) y el acceso a las redes sociales.

'Por otro lado, LTE permite disfrutar de contenidos en alta definición, en adición al intercambio de videos de mayor capacidad, video streaming, acceder a video en tiempo real, juegos en línea, y servicios como pulsar para hablar (push-to-talk), pulsar para ver (push-to-view) y Voz sobre IP. También, permite la descarga o intercambio de cualquier tipo de tráfico de datos de punto a punto con una buena calidad de servicio y con altas velocidades. De esta manera, se diseña un sistema capaz de mejorar significativamente la experiencia del usuario con total movilidad', finalizó.



## TEPAL, INNOVACIÓN EN UN MERCADO DIVERSIFICADO



Nicolás González Revilla



Nicolás González Revilla, presidente de **Tepal** y de **Cable Onda** de Panamá, destacó a **PRENSARIO** que con esta edición de la expo, la organización espera superar las expectativas de convencionalistas, cableoperadores, programadores y proveedores de equipamientos y servicios. 'Tenemos muchos temas para tratar e innovaciones en el interés de los miembros', destacó.

'La buena experiencia del año pasado sirvió de base para realizarla nuevamente en Punta Cana, con **Tricom** otra vez como gran anfitrión. Además, el mercado dominicano está diversificado y con una buena cantidad de operadores que lo hace atractivo'.

Se espera la presencia de los socios de todos los países miembros de Norte, Centro y Sudamérica. 'Durante la Expo, donde esperamos a todos los socios, se someterá a aprobación en la Junta de Asociados a una nueva asociación Dominicana: **Adetel**', dijo Revilla.

Este año, las conferencias harán foco en la innovación, nuevas tendencias, tecnología, servicios y nuevas estrategias. Respecto a las prioridades de trabajo de **Tepal** como cámara, remarcó. 'Seguiremos consolidando los benchmarks y brindándole mucho valor a los socios'.

Sigue además el trabajo de las comiso-

nes: 'Por lo pronto el más activo es el comité ejecutivo que está viendo temas de nuevas tecnologías, su desarrollo e implementación para llevar un sostenido desarrollo en nuestra industria e intercambiar experiencias, así como también fijar los cursos de acción e implementación'.

### CABLE ONDA

Sobre **Cable Onda**, Nicolás González Revilla precisó: 'Venimos teniendo muy buenos años, se sigue creciendo mucho en el Triple Play, HD, PyMEs y servicios corporativos. En video estamos agregando señales SD y HD, ya con 30 señales. Los clientes van y quieren la experiencia del HD'.

'En la red ya estamos casi al 100% digitales. En banda ancha, aumentando velocidades y cobertura, y ya lanzamos el servicio de 50 Mbps al mercado. En telefonía estamos creciendo con el plan ilimitado y El Triple Play sigue muy fuerte', completó.

'Hemos ido superando a la creciente competencia, mejorando el servicio. Tenemos un churn mucho más bajo que cuando teníamos menos competencia. Ponemos mucho foco en nuestros clientes y en servirlos de una manera única', remarcó.

Dentro de la estrategia general de programación destacó la flexibilización de los paquetes. 'Cada día otorgamos más valor por el mismo precio'.

Finalmente, remarcó: 'La apuesta al mercado empresarial sigue como una parte integral de nuestra estrategia y una parte muy alta de nuestro negocio actual'.



SI FUERA PREVISIBLE NO TENDRÍA EMOCIÓN.

MÉXICO / COLOMBIA / VENEZUELA / CENTRO AMÉRICA / CARIBE  
Luis.Bolio@turner.com - Tel: (52-55) 5089-6272

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

BRASIL  
Anthony.Boyle@turner.com - Tel: (55-11) 5501-6700

CHILE, BOLIVIA Y PERÚ  
Gustavo.Minaker@turner.com - Tel: (56-2) 367-2260

**truTV**  
GENTE REAL.  
EXPERIENCIAS EXTRAORDINARIAS.™



inter

Eduardo Stigol

## INTER LANZA SU DTH EN VENEZUELA

VA POR 3 MILLONES DE HOGARES DESATENDIDOS

Eduardo Stigol, presidente de Inter y próximo protagonista en la nueva edición de **Tepal** en Punta Cana, afirmó a **PRENSARIO** que el 2012 viene siendo un año positivo para el primer operador de TV paga en Venezuela, donde la principal novedad es el lanzamiento del servicio de DTH –previsto para julio con plataforma de **TuVes HD--**, que competirá con **DirecTV** y espera crecer a nivel nacional.

### Pleno lanzamiento y prepagado con Digicel

‘Estamos en pleno proceso de lanzamiento, tenemos muchas expectativas en este servicio, pues Venezuela tiene aún el 60% de sus hogares sin acceso a redes de cable, lo cual representa más de 4 millones de hogares. La penetración actual de los DTHs no supera el 25%, así que hay un mercado virgen de 3 millones de hogares que vamos a ir a buscar’, señaló Stigol.

Y completó: ‘Diseñamos un proyecto muy atractivo para los niveles sociales populares y realizamos una alianza comercial con la empresa de telefonía celular **Digitel**, para utilizar sus tarjetas de prepago que se venden en 40.000 diferentes puntos del país y sus agentes autorizados son más de 600. Tenemos ya 1000 clientes en Beta y en agosto lo lanzamos comercialmente. Todas las campañas al público están concentradas a full con esto para generar expectativa y que la gente vaya reservando sus kits.’

Además del DTH, Inter lanzó el servicio de

Internet 10 Mbps a nivel nacional. Al respecto, Eduardo Stigol manifestó: ‘Es un buen año para servicio de banda ancha, ya que hemos extendido la oferta de 10 Mbps a casi todo el país, y eso hizo crecer el ARPU de Internet. Al mismo tiempo, estamos teniendo un fuerte crecimiento en clientes de las velocidades más bajas. Hay ciudades donde estamos superando el 60% de penetración del servicio de Internet en nuestros clientes de cable.’

### DIGITALIZACIÓN

Con respecto a la evolución de la digitalización de las redes de Inter, Stigol remarcó: ‘Va lento pero muy bien. Por ahora sólo 4.000 hogares son full digitales, estamos en un período de aprendizaje. Hay zonas donde hemos regalado decos a 200 hogares y a partir de ahí, generamos 400 clientes nuevos que compraron sus decos.’

‘Antes de lanzarnos full debemos aprender a identificar las zonas donde este esquema va a ser exitoso para evitar la piratería y generar nuevos clientes. Cada hogar nos está demandando dos decos y eso tiene un costo instalado de aproximadamente \$ 100. Si el crecimiento respecto a los clientes actuales es de sólo el 10%, eso tiene un costo de \$ 1000 por cada cliente nuevo. En donde los abonados del nodo se triplican, es de sólo \$ 50 por cliente nuevo’, añadió.

‘La diferencia es tan grande que debemos hacerlo bien. Cuando entramos en la etapa de digitalizar al 100% de los abonados ya todo cambia y uno hace otra cuenta, pero ahora estamos con 50.000 decos y no los queremos malgastar.’

Con respecto a nuevos servicios, Stigol manifestó: ‘Estamos analizando lanzar nuevos canales HD, pues actualmente tenemos sólo seis. DirecTV tiene 12, y **Telefónica** está por lanzar más de 20. Debemos tener más canales, pero lamentablemente no estamos pudiendo ingresar decos con HD para el servicio de TV cable, pues es un producto considerado de lujo y el gobierno nos pone cupos a estas importaciones.’

### TEPAL

Finalmente, concluyó sobre la asociación de asociaciones: ‘Tepal es un increíble ámbito de intercambio de ideas y experiencias. El hecho que sus miembros no sean competidores entre sí, cambió el concepto de una tradicional asociación, que discute temas genéricos, a un espacio de generación de ideas y de trabajo concreto en diferentes proyectos y en varios niveles de las diferentes empresas miembros. Creo que la nueva Tepal es mucho más productiva para todos sus miembros.’

## JUSTICIA SUSPENDE ADJUDICACIÓN DE ASTER A CEPM EN DOMINICANA



La venta de activos de **Aster Comunicaciones** al consorcio **Punta Cana-Macao (CEPM)**, aprobada luego de una licitación realizada en marzo pasado, fue suspendida provisoriamente por la Justicia de primera instancia de Santo Domingo.

La Cámara Civil y Comercial, a cargo del juez

**Rafael Delfín Pérez y Pérez**, emitió el dictamen luego de considerar existen elementos suficientes para darle entidad a la denuncia presentada por **Satel (Grupo Telemicro)** contra la licitación, alegando falta de transparencia y discriminación.

Durante el proceso de liquidación administrativa de **Baninter**, consorcio que manejaba

Aster hasta su quiebra, la comisión encargada rechazó los pliegos presentados por Satel para participar, calificando finalmente sólo a cuatro empresas: **Codetel, Tricom, Wind** y CEPM. Esta última, finalmente se impuso con una oferta de 27 millones de dólares, monto incluso inferior al que se proponía presentar Satel.

# NADIE TE CONECTA A HOLLYWOOD COMO NOSOTROS



RYAN SEACREST & GIULIANA RANCIC  
E! NEWS

BE ENTERTAINED

be on!

EONLINELATINO.COM  
@EONLINELATINO

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

REPORTAJE A JORGE SCHWARTZ EN LA NCTA

## TV CABLE DE ECUADOR: 'SEGUIMOS AVANZANDO'

PROYECTA LLEGAR AL 100% DE DIGITALIZACIÓN

Jorge Schwartz, CEO de TV Cable de Ecuador, participó en la última edición de la feria que la NCTA organizó en Boston a fines de mayo, y destacó a Prensario el particular

momento por que atraviesa la TV paga en ese país.

'A pesar de los problemas, seguimos avanzando. Todos sabemos que este



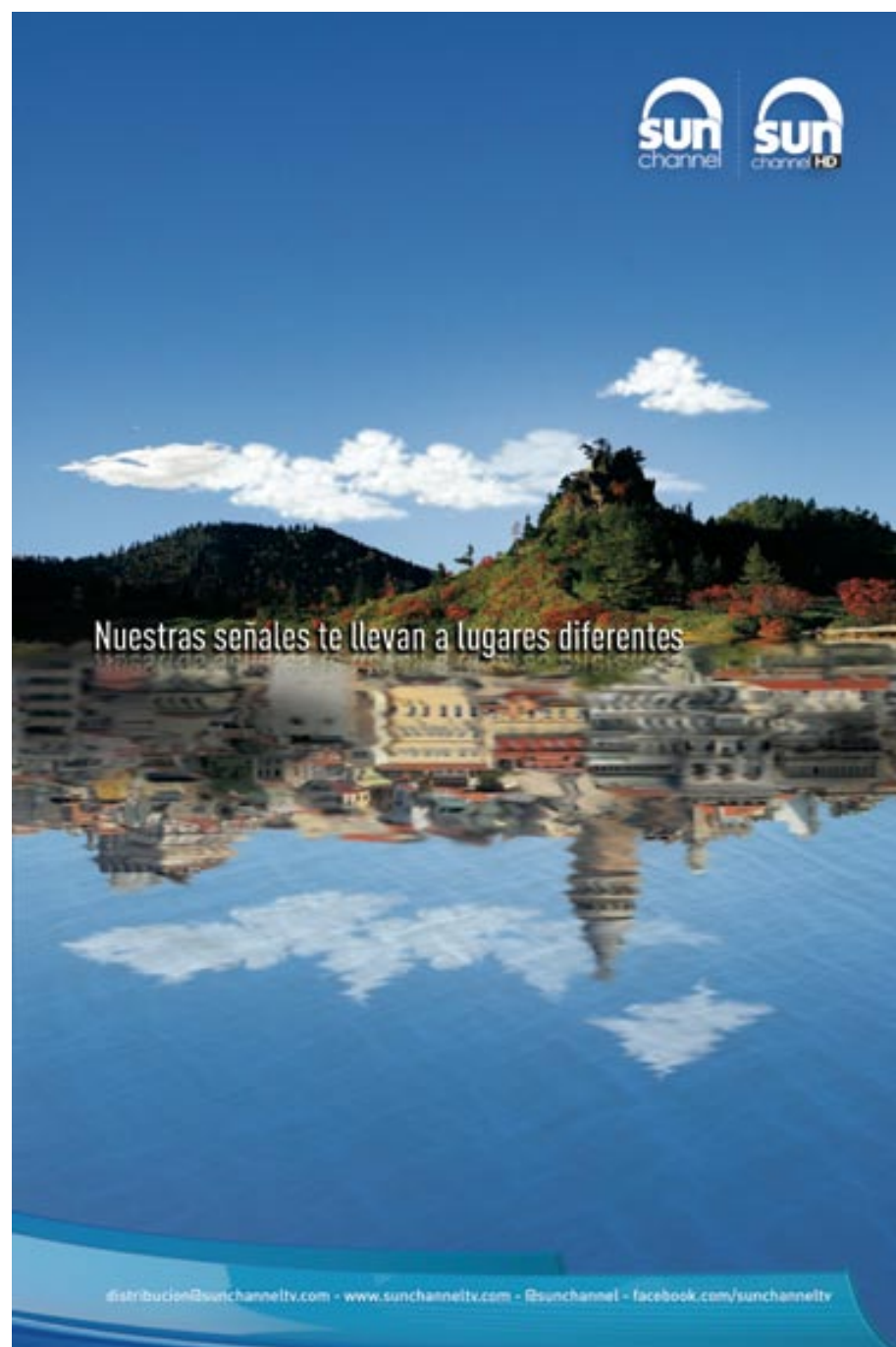
es un negocio de largo plazo, hay que avanzar y seguir invirtiendo aunque en lo inmediato no haya un retorno visible'.

Schwartz describe de esta manera el particular momento por que atraviesa la TV paga en ese país, en función de los que describe como 'una competencia desleal' con las empresas de telecomunicaciones. 'La estatal CNT salió con el sistema DTH y una plataforma de Media Networks, habiendo llegado a unos 20 mil suscriptores, frente a los 60 a 80 mil de DirecTV, a la que le fue bien con el prepago, pero tiene la ventaja de que no paga por el uso de los postes ni a los municipios, lo cual baja sus costos operativos', agregó.

'Se ve un futuro de mantenimiento, más que de desarrollo. Varias iniciativas que se iniciaron en el pasado están en un compás de espera. Nuestro proyecto principal en la actualidad es llegar al 100% con la digitalización y ampliar el ofrecimiento de Triple Play, reconstruyendo parte de la red para la doble vía y agregar interactividad. En la actualidad ya tenemos Quito, Guayaquil y Cuenca, y esperamos agregar siete ciudades más en lo que resta del año'.

'Por otro lado, seguimos avanzando con el HD: tenemos ya 34 señales y seguiremos incorporando las que estén disponibles, porque es algo que el público aprecia'.

Entre los problemas que afectan, Schwartz no deja de mencionar la piratería: 'golpea por dos lados; por una parte, están las cajas "piratas" que permiten bajar, a través de una carga de software desde Internet, la programación del satélite Amazonas. Por el otro, hay "piratería" sobre los sistemas analógicos que existen en Ecuador, con lo cual se configura otro ataque contra la actividad. Pero, de todos modos, estamos progresando y mantenemos la mira puesta en el futuro'.



# 26

PERSONAS  
PARA  
SALVAR  
AL MUNDO

2DA TEMPORADA

**EL MUNDO ES DEMASIADO GRANDE  
PARA ENCONTRARLAS EN UNA SOLA TEMPORADA.**

UNA PRODUCCIÓN ORIGINAL  
EN ESTRENO EXCLUSIVO.

**INF** **INFINITO**  
REALIDAD QUE SUPERA LA FICCIÓN.

MÉXICO / COLOMBIA / VENEZUELA / CENTRO AMÉRICA / CARIBE

CHILE / BOLIVIA / PERÚ

ARGENTINA / URUGUAY / PARAGUAY

BRASIL

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

Gustavo.Minaker@turner.com  
Tel: (56-2) 387-2200

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

Anthony.Doyle@turner.com  
Tel: (55-11) 5501-8700

# CASA club.tv

MEJORA tu vida

Familia  
Vida Mamá



Camila Canabal

Look  
Moda Actual con  
Anna y Kristina



Anna Wallner y  
Kristina Matisc

Espacio  
Eco Vida



Carolina González

Paladar  
El Toque  
Mexicano



Ariane Ariz

Ser  
Hola Maytte



Maytte Sepúlveda

FAMILIA LOOK ESPACIO PALADAR SER ELLA

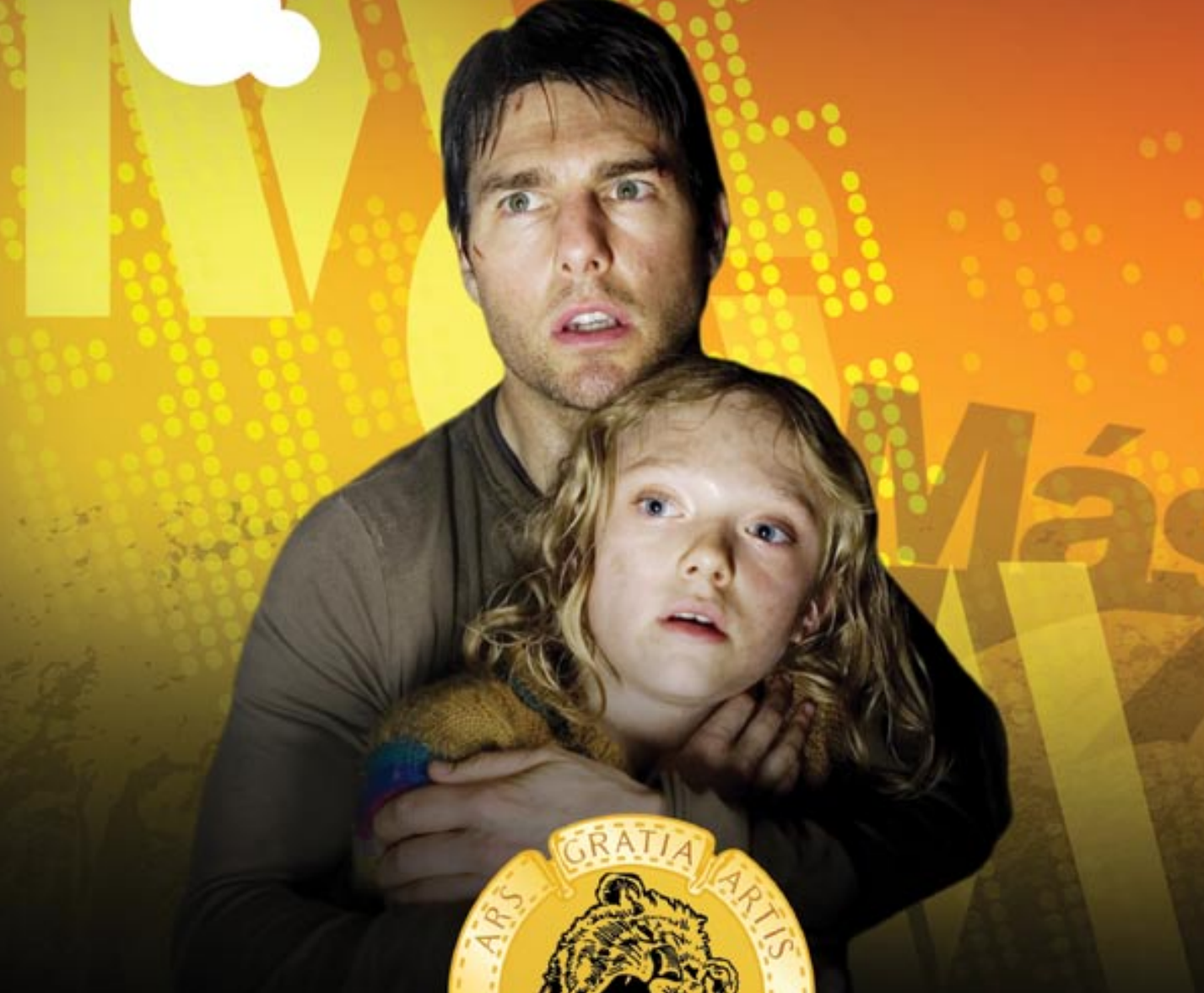
Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes Fines de semana



Marcello Coltro, Vicepresidente Ejecutivo y CMO - mcoltro@mglmilano.com - Tel: (1-305) 648-5228  
 Ricardo Montagnana, Vicepresidente de Mercadeo - rmontagnana@mglmilano.com - Tel: (1-305) 648-5246  
 Carlos Dellocchio, Dir. de Ventas Afiliadas para América Latina - cdellochio@mglmilano.com - Tel: (54-11) 5291-6248

Casa Club TV @Casa\_Club\_TV casaclubtv.com

# LUNES MGM MÁS



LA GUERRA DE LOS MUNDOS

LUNES MGM MÁS MARTES ACCION MIÉRCOLES MY FAVORITE NIGHTS JUEVES VIVA VIERNES ELLA MGM SPECIAL EVENTS

Marcello Coltro, Vicepresidente Ejecutivo y CMO - mcoltro@mglmilano.com - Tel: (1-305) 648-5228  
 Ricardo Montagnana, Vicepresidente de Mercadeo - rmontagnana@mglmilano.com - Tel: (1-305) 648-5246  
 Carlos Dellocchio, Dir. de Ventas Afiliadas para América Latina - cdellochio@mglmilano.com - Tel: (54-11) 5291-6248

Canal MGM @Canal\_MGM mgmla.com

# CANITEC: LAS SEÑALES DESPLEGARON SU FUERZA



El presidente de México, Felipe Calderón junto a Alejandro Puente, presidente de Canitec

La Expo Convención Canitec 2012 tuvo lugar en el Centro de Convenciones Mundo Imperial de Acapulco, con sede en el atractivo hotel Princess, donde Cablemás fue anfitrión de un torneo de golf, y se realizaron numerosas reuniones y eventos. Se destacó el apoyo recibido por parte del estado de Guerrero, en particular de la ciudad de Acapulco, que intenta reposicionarse como lugar turístico.

Como en años anteriores, y justo antes de las elecciones presidenciales en México, hubo una gran movida política que contó por séptima vez en Canitec con el presidente Felipe Calderón. En su enfrentamiento contra Telmex, Canitec podría mantenerse en la misma senda con Enrique Peña Nieto, que está apoyado por el Grupo Televisa.

Pero más allá de eso, en la Expo hubo mucho entusiasmo en la participación tanto de empresas de todo el mundo como de los principales operadores de México. De estos últimos vale destacar el plantel completo de Cablemás, Megacable, Cablevisión México, Cablevisión Monterrey, además de Axtel, que lanzaría en breve su servicio de IPTV a nivel nacional, y Total Play de Azteca.

Como habían anunciado ellos mismos, se notó la ausencia de Cablecom, pero sí estuvo Grupo Hevi con Luis Vielma, pese a que se creía que no iba a concurrir.

## PROTAGONISMO DE LAS SEÑALES

En cuanto a los resultados de la muestra comercial, este año se vio un despliegue superlativo de las señales y los programadores. Televisa Networks fue el anfitrión de la fiesta de bienvenida, como es habitual, en la disco Pure. Claxon tuvo su cóctel, y se destacó especialmente Discovery con un desayuno en el hotel sede, para anunciar el lanzamiento de Investigation Discovery (ID), con una fiesta con show de Gloria Trevi en Casa de mar.

Por su parte, HBO auspició el certamen de golf de Cablemás y tuvo una hospitality suite durante toda la muestra con sus principales ejecutivos. BBC Entertainment puso un ómnibus británico de dos pisos para ir a la Expo, y PCTV tuvo zombies con máscaras. Es notorio que hay varias señales nuevas para el territorio.

En el recuento de los stands, las señales no fueron minoría como en otras ferias respecto de las empresas proveedoras de tecnología, que por su parte tienen a las marcas líderes americanas como Motorola y Arris. El hecho del impuesto que se aplicó a los cables provenientes de China, que podría incrementar su precio en 384%, hizo que no haya tantos stands de esa procedencia.

## CONCURRENCIA

De todas formas, la percepción general fue que la muestra estuvo más chica que el año pasado y, para justificar tanto esfuerzo de los programadores, el movimiento fue demasiado lento, el primer día por la comida presidencial, y el segundo por la falta directa de operadores.

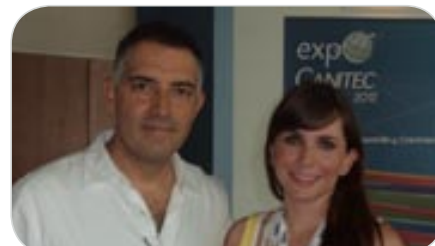
Es claro que el mercado se ha consolidado, pero podría pensarse para el año próximo en algún esfuerzo para integrar y asegurarse que los operadores independientes que quedan en el mercado estén presentes.



Eduardo Jiménez Chamorro, Jean Paul Broc, Pepe Bastón y Memo Salcedo



Emilio Rubio y Joel Barradas, de HBO Latin American Group



Julio Di Bella y Andrea Varona, de PCTV



Ignacio Guido, Christian Vanzini de Pramer, con Roy Salazar de la Asociación de Cableoperadores de Costa Rica



Samira Yamuni, Fernando Lugo y Enrique Yamuni



Jorge Azzario, de Cablevisión Monterrey



Mónica Trueba de HBO, y César Sabroso de A&E Olé Network



Luis y Miguel Torres Boul, y Alberto Ennis de Telefónica

V I V E L A N U E V A E R A

# neon

Primer servicio multiplataforma de VOD por suscripción en América Latina

Los estrenos del cine directamente a tu pantalla

Las mejores series, infantiles, música, deportes extremos, documentales y mucho más...

Acción, comedia, aventura, romance, drama, terror: ¡Entretenimiento para todos!

NEON: ¡Lo que quieras ver sin límite!



www.myneon.tv

Powered by  
DLA

Para más información comunicarse a [dlatvinfo@dlatv.net](mailto:dlatvinfo@dlatv.net) • Tel: +1 305 894 3532



## CANITEC: AMPLIO APOYO POLÍTICO EN EL INICIO DE LA EXPO 2012

CON PRESENCIA DE FELIPE CALDERÓN Y OTROS FUNCIONARIOS DE MÉXICO

La apertura de la **Expo Canitec 2012** contó con la presencia de **Felipe Calderón** por séptima vez consecutiva –sexta y última vez como presidente de la República Mexicana–, quien junto a **Alejandro Puente**, presidente de Canitec, estuvo a cargo de la inauguración oficial. Estuvieron además **Ángel Aguirre**, gobernador del Estado de Guerrero, **Dionisio Pérez Jacome**, secretario de la SCT, y **Mony de Swaan**, presidente de la Cofetel, entre otros.

Calderón dio un discurso largo y afectuoso hacia la industria de las telecomunicaciones por cable, repasando sus progresos en estos seis años. Remarcó que las telecomunicaciones son ‘una industria estratégica’ para él, que siguió creciendo, incluso en la crisis de 2009, a dos dígitos.

Destacó el trabajo de su gestión en la ampliación del acceso de los mexicanos a las nuevas tecnologías por cobertura, competencia y convergencia, y afirmó que los operadores han sido clave, ya que la TV paga duplicó el número de suscriptores y ahora llega a 11 millones.

También en lo que respecta al triple o cuádruple play, donde las líneas fijas pasaron de 0 a 1,3 millones de líneas ofrecidas por operadores, y los suscriptores de Internet de banda ancha crecieron de un millón a 2,5 millones.

Remarcó que mucho más allá de ayudar con la posteria, un tema candente seis años atrás, estuvo la instalación de la red de fibra óptica de la **Comisión Federal de Electricidad (CFE)** en todo el país y la fibra oscura como tercera red troncal de México.

Recordó además los proyectos actuales hasta el último día de mandato: iniciativas público-privadas con CFE para llegar a lugares no conectados, eliminar la doble ventanilla entre la SCT y Cofetel, y seguir reduciendo las tarifas entre operadores.

### ALEJANDRO PUENTE

Alejandro Puente, por su parte, ya le había expresado su reconocimiento. Dijo que nunca les había fallado, que Canitec seguiría siendo su casa y que los avances durante el gobierno de Calderón habían sido los más importantes en décadas. ‘Los operadores crecieron un 500% en los últimos nueve años’.

Remarcó que el costo de la posteria llegó al 38% de su precio original, la portabilidad es otro gran logro consumado y los dos hilos de fibra oscura abrieron una nueva etapa para que haya un nuevo proveedor de Internet.

Entre los pendientes, Puente elogió el plan de Interconexión que se encuentra detenido por

cuestiones judiciales, pero espera que haya finalmente bases sólidas para el principal insumo de las telecomunicaciones. Y enfatizó que la **Comisión**



Felipe Calderón y Alejandro Puente en el corte de cinta

**Federal de Competencia (CFC)** ha fallado al condonar la multa a **Telmex** por sus prácticas monopólicas.

Dijo que las condiciones que le impuso ‘no compensan en nada el daño realizado’, y agregó: ‘Ojalá que quien resulte ganador en las elecciones tenga la misma voluntad de Calderón para modificar el mapa de las telecomunicaciones’. Propuso también que se licencie una tercera cadena nacional de TV abierta para abrir todavía más el juego.

Dentro de las conferencias estaban anunciadas las de los candidatos presidenciales, pero estos se habrían excusado de asistir.

## TORNEO DE GOLF DE CABLEMÁS CON EL APOYO DE HBO



Todos los premiados del torneo con Frank Smith de HBO

Princess, que contó con el auspicio de **HBO**.

Entre los ganadores con siete golpes bajo el par, estuvieron **Amado Sánchez**, **Gabriel Larios** de **Arcom**, **Herbie Escobar** de **Corning Gilbert**, **Laura Gallegos** de **Cablemás** y **Rody de Conax**.

La entrega de premios fue muy amena y contó con **Frank Smith** de **HBO** como activo participante, al punto que también recibió un premio.

**HBO** también contó en el Centro de Con-



Miguel Islas, Eric Duboit, Anjon y Joel Barradas de HBO con Laura Salcedo de Cablemás

venciones con una Hospitality Suite, donde recibió a los clientes más importantes y tuvo allí a toda su primera plana ejecutiva, con **Emilio Rubio** a la cabeza.

LIGHTS,  
CAMERA,  
LONDON

LONDON CALLING

Durante el 2012, la BBC se enfoca en la ciudad de Londres en una gran temporada de televisión, radio e internet. De Sherlock hasta Shakespeare, documentales, drama y comedia inspirados por los juegos olímpicos, hasta las celebraciones del Jubileo Diamante de la Reina Isabel II.

LONDON CALLING – LA CIUDAD DEL 2012 TRAJIDA HASTA USTEDES POR LA BBC

bbc.com/londoncalling

BBC WORLD NEWS



## CONFERENCIA DE CEOs EN CANITEC 2012

La Expo Convención Canitec 2012 tuvo en su jornada final una impactante conferencia de CEOs de cableoperadores que pertenecen o están asociados al **Grupo Televisa**: **Carlos Álvarez de Cablemás**, **Jorge Azzario de TVI Monterrey** y **Jean Paul Broc de Cablevisión México**, con la moderación a cargo de **Alfonso Martínez Córdoba**.

Sobre el futuro de la industria, Álvarez dijo que el video no crece tanto y que hay que tratar de tener una penetración por encima del 35%, nivel en que está estancada desde hace años. A su juicio, hay que romper esa barrera y llegar al 50%, como en Estados Unidos.

La Internet para Cablemás sigue más creciendo con mayor fuerza pero se estima que comenzará a declinar, y en telefonía 'hay que ser más ingenioso' y si bien se crece al 30%, hay mucho por hacer.

Jorge Azzario coincidió que el video tiene que crecer, el año pasado creció del 39% al 42%, y hay mucho por hacer frente a la competencia de los DTHs. En Internet ve un reto importante, y sugiere tener en cuenta que hace 4 o 5 años que no crece en los Estados Unidos. En telefonía fija hay una pérdida conjunta de líneas, a la vez que va migrando la masa de suscriptores desde Telmex; considera que puede haber llegado el momento de "desempaquetar los tres servicios."

Jean-Paul Broc insistió en que 'hay que tener las redes preparadas para lo que se viene'. Aún frente a los DTH 'que degradaron' el producto video, 'hay que apostar a la conectividad en

los hogares'. En Cablevisión, aún con toda la competencia que se tiene en el DF, se sigue creciendo pues los tres servicios son una gran ventaja competitiva --60% de los nuevos usuarios compra productos de Triple Play-- y se quiere que cada cliente adquiera más servicios. Buscarán ahora crecer con el Cuádruple Play, agregando telefonía móvil y prepararse para cuando toda la conectividad sea en el futuro a través de un solo dispositivo.

### CÓMO CRECER EN VIDEO

Respecto a la pregunta de qué hacer para volver a crecer en video, Álvarez dijo que están creciendo con el mini-básico, y a futuro hay que ser creativos para no seguir bajando el precio. Agregó que el ingreso de **Dish** los encontró descolocados, pero que el video sigue siendo el motor con un 60% de la facturación.

Azzario mencionó como restricción que la TV abierta es demasiado fuerte como limitante, y que ello empeorará con la TDT: en zonas de frontera ya se reciben 40 señales de TV digital terrestre desde Estados Unidos. Pero, como el video volvió a posicionarse en la banda ancha vuelve a convertirse en *core business* y los crecimientos se lograrán uniendo video e Internet a nuevos servicios.



Carlos Álvarez de Cablemás, Jorge Azzario de TVI Monterrey, y Jean Paul Broc de CV México

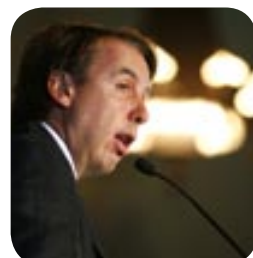
### PENETRACIÓN DE INTERNET

Sobre cómo hacer crecer la penetración de Internet, Jean Paul dijo que antes el acceso era caro pero ahora están bajando los precios, y esto en los dispositivos móviles hace que crezca la conectividad. En **Yoo** también se lanzaron paquetes con computadoras integradas a la oferta.

Carlos Álvarez dijo que, cambiando las cajas a **Docsis 3.0**, se le quitará mucho mercado a **Telmex**, y que en sus plazas ya están a 40% frente a 60% de penetración de mercado. En Boston, en la reunión de la NCTA, el propio **Time Warner** dijo que los cableeros tienen por suerte 'el más grande de los tubos'. Agregó que al llegar tarde pudieron entrar con las cajas híbridas y dar los nuevos servicios.

Jean-Paul Broc y Jorge Azzario coincidieron además en la importancia del mercado empresarial y en que el futuro es promisorio, incluso captando el mercado publicitario como en Estados Unidos, y llegando a los dispositivos múltiples.

## MÉXICO: TELEVISA YA ES PROPIETARIA DEL 50% DE IUSACELL



Emilio Azcárraga Jean, titular del Grupo Televisa

El **Grupo Televisa** aceptó las condiciones impuestas por la **Comisión Federal de Competencia** (CFC o Cofeco) para autorizar la compra del 50% de la operadora de telefonía móvil **Iusacell**, perteneciente al **Grupo Salinas**.

Luego de cumplir este acto administrativo, la compañía liderada por **Emilio Azcárraga Jean** pudo, de acuerdo a un comunicado emitido en el D.F., 'convertir una obligación de deuda de **GSF Telecom Holdings**,

controladora del Grupo Iusacell, en acciones del mismo consorcio, por lo que a partir de esta fecha Televisa participa con el 50% del capital social del GSF.

Si bien la alianza habilita a **Televisa** sólo a acceder a la operación de telecomunicaciones móviles de Iusacell, los condicionantes de la CFC apuntan a los mercados de TV abierta y TV paga de México, ante una posible posición dominante que podría resultar de la alianza de **TV Azteca**, cuyo propietario, **Ricardo Salinas Pliego**, también controla Iusacell, y el Grupo Televisa.

Para evitar cualquier tipo de prácticas monopólicas en el mercado de TV, el ente regulador impuso condiciones de no discriminación en

la venta de publicidad, una administración de Iusacell desligada de los negocios de TV abierta y paga, así como la venta por separado de contenidos de televisión, y la obligatoriedad de la salida de Televisa como socio accionario de **Totalplay**.

Además, la **Cofeco** comprometió a que ninguna de las partes podrá ampararse frente a la licitación de dos nuevas cadenas privadas de televisión abierta que ya inició la **Comisión Federal de Telecomunicaciones** (Cofetel), incluso estableciendo una cláusula mediante la cual, si en un plazo de 24 meses no se establece la licitación de una nueva cadena de televisión, se detonará de manera automática un mecanismo de disolución de la alianza Televisa-Iusacell.

# CON EL PAQUETE ADULTOS DE CLAXSON, TIENES MÁS BENEFICIOS PARA TUS CLIENTES.

## HOTGO

www.hotgo.tv



Ahora contratando el paquete adultos de Claxson tus clientes podrán acceder a HOT GO: la exclusiva plataforma que les permitirá disfrutar cuando y donde lo deseen, los mejores contenidos para adultos a través de internet sin costo adicional.

Descubre la manera de ofrecerle más a tus clientes y así aumentar el ARPU.



PLAYBOY TV



SEX TREME

PENTHOUSE

PRIVATE





## ALEXIS MILO CARAZA, COFETEL: 'LAS TARIFAS DE INTERCONEXIÓN DEBEN SER EFICIENTES'

### COFETEL EN CANITEC 2012

Alexis Milo Caraza, comisionado de la Cofetel, estuvo a cargo de la conferencia de la Comisión sobre el modelo de costos de interconexión de telecomunicaciones durante la Expo Canitec 2012, donde afirmó que el desafío es 'establecer tarifas de interconexión eficientes' para lograr el crecimiento orgánico de las telecomunicaciones.

La necesidad deriva del hecho de que Telmex controla alrededor del 80% del mercado de telefonía fija, por lo cual la mayoría de las llamadas iniciadas por los otros operadores finalizan en su red, la más extensa de México. Los competidores han acusado a Telmex de cobrarles tasas de interconexión superiores al costo total de la llamada para sus propios usuarios. Telmex acusa a sus competidores de querer lucrar con la inversión de dicha empresa en redes, en lugar de invertir en redes propias.

'Debe existir un modelo acorde con las deliberaciones de los entes reguladores, que contemple los diferentes escenarios, planteando distintas alternativas, y que permita resolver qué tarifa fijar', señaló Caraza.

Remarcó que el modelo utilizado para regular las tarifas de interconexión no es sólo una herramienta para el trabajo interno del ente regulador, sino que además debe funcionar como una herramienta de comunicación entre

éste y las compañías que lo implementen.

A principios de junio, el Pleno de la Cofetel aprobó, luego de más de seis años de tramitación, la reglamentación del Convenio Marco de Interconexión (CIM), cuyos términos y condiciones tienen su base en la Ley Federal de Telecomunicaciones, en los principios de eficiencia, calidad, trato no discriminatorio y arquitectura abierta. Este convenio es considerado un paso previo al cambio en el título de concesión solicitado por Telmex, por el cual dicha empresa podría ingresar en el mercado de la televisión, a lo que los cableoperadores se oponen.

El ente regulador informó que el documento queda en manos de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria (Cofemer), para recibir comentarios de los interesados e iniciar el proceso de mejora regulatoria, para que una vez concluido se publique en el Diario Oficial de la Federación y entre en vigencia.

Se espera que el nuevo marco fije condiciones razonables para la práctica de fijación de tarifas, y obliga a transparentar las razones de cada precio.

En México, desde 2006 comenzaron a implementarse modelos de costos de interconexión, con el objetivo de establecer un marco para resolver desacuerdos. En aquel año, la tarifa era de



Alexis Milo Caraza, comisionado de la Cofetel

1,71 pesos (0,124 dólares) por minuto; la Cofetel utilizó un modelo de costos para resolver en los siguientes años la tarifa de interconexión, haciéndola pública y abierta.

En 2008 la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), modificó el modelo utilizado anteriormente y determinó tarifas menores para los siguientes años, incluyendo el concepto de la externalidad de red. Esto dio lugar a un menor costo y los valores calculados se comenzaron a reducir significativamente.

En 2011 la Cofetel arbitró en una serie de desacuerdos de interconexión fija, utilizando un modelo actualizado y más eficiente al precio de MXN 0,39 (USD 0,028). 'Los modelos de interconexión fija y móvil no fueron desarrollados en una plataforma común, son diferentes y se ha ido avanzando en modelos de interconexión fija y móvil que sean congruentes', finalizó Alexis Milo Caraza.

## PRAMER: ELGOURMET.COM LLEGA A ESTADOS UNIDOS

Activas negociaciones llevó a cabo la delegación de Pramer en The Cable Show de la NCTA en Boston, con Alejandro Harrison, Alejandro Kember y María Florencia Geoghegan como protagonistas.

'Después de varios años, estamos viendo los resultados de nuestra gestión', señaló Harrison, y agregó: 'Nos estamos acomodando a los espacios que quedan'.

'Nuestro objetivo en NCTA es crecer en materia de territorios, por primera vez con operaciones de mercadeo en el mercado hispano de los Estados Unidos, y el foco puesto en introducir nuestra señal elgourmet.com. Hemos tenido ya muy buenos contactos, por ejemplo con Dish, y somos muy optimistas en cuanto a los resultados que podemos esperar'.

Entre los atractivos del mercado latino en

Estados Unidos está el que, a juicio de Harrison, 'el operador tiene para las señales que contrata un precio que es entre dos y tres veces lo que se paga en América Latina'. Otra ventaja es que 'siendo los productores de elgourmet.com, tenemos los derechos universales al contenido: dentro de esta estrategia, la estrella es tener los derechos, no ser un agregador'.

'La idea es armar un producto específicamente pensado y programado para las características del mercado latino de Estados Unidos. Hemos detectado que existe una demanda por cooking & food, y también una cultura para el consumo de vinos, cuyas variedades y calidad están comenzando a ser descubiertas'.

Una ventaja de Pramer para los distribuidores en Estados Unidos, subraya Harrison, es que ofrece una alternativa a las productoras



Alejandro Kember, María Florencia Geoghegan y Alejandro Harrison

panregionales de mayor número de canales en oferta, lo cual 'les resulta útil y nos reciben con interés. Han descubierto que una excesiva concentración de sus proveedores no le es conveniente para el operador de TV paga porque pierde poder de negociación'.



EN ESPAÑOL

actualidad.rt.com

Señal abierta para operadores de cable

SEPA MÁS

CONTENIDO PARA LOS PROFESIONALES DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

Alta calidad televisiva, diferentes formatos, script en español

FREEVIDEO.RT.COM

Todos los videos son gratuitos

Solo haga click para descargar los videos

Booth 55-56 Tepal

Contacto:

Gerente de Distribución

Karina Melikyan

kgmelikyan@rttv.ru; distribucion@rttv.ru

Teléfono: +7 495 6452843

## TELEvisa NETWORKS: APUESTA AL HD Y OTT

HARÁ LA FIESTA DE BIENVENIDA TAMBIÉN DE TEPAL



Bruce Boren, Pepe Bastón y Alejandro Puente

**Bruce Boren**, presidente de **Televisa Networks**, destacó a **PRENSARIO** que la evolución de la compañía en estos 18 años de gestión tiene muchas aristas. 'Vimos que había una oportunidad en TV paga y con la industria en su apogeo se consiguió claramente un lugar. Gracias a ese crecimiento los anunciantes se volcaron a ver cada vez más lo que se hacía en tv paga'.



Marcos Santana y Bruce Boren, presencia destacada en Canitec por la señal Telemundo

**Pepe Bastón** dijo en la fiesta de la disco Pure en Canitec que **Televisa Networks** es un ejemplo de lo que se puede hacer en México frente a empresas internacionales. Bastón felicitó al equipo de Televisa Networks diciendo que antes no eran jugadores serios en tv paga y ahora lo son.

Expandiendo eso, Boren sostuvo que el hecho de que la compañía produzca más de 6.000 horas para TV paga la hace más competitiva. 'De los 30 canales más vistos, 10 u 11 son de Televisa. Creamos un nicho interesante de programación y contenidos en los canales'.

Ahora, explicó, Televisa está abocada a que

esos contenidos se vuelquen al HD. 'Yo veo que una vez que se ve en HD, no se vuelve al SD'.

Sobre OTT opinó: 'Ese modelo se está diseñando, damos contenidos bajo demanda, pero no es un negocio significativo todavía. La mayoría de los clientes seguirán abonados de la TV paga y MSOs. Estaremos encantados de participar y seguir con canales lineales y no lineales'.

### MÁS DE 56 PAÍSES

Sus canales y contenidos se colocan en más de 56 países. 'USA se volvió un mercado importante para nosotros, apoyándonos en la distribución de **Univisión** con el canal de deportes y **Clásico TV**. Aunque llevamos diez años vendiendo allí, por fin vemos una masa crítica y la oportunidad de penetrar paquetes no sólo hispanos, especialmente en deportes donde el canal de Univisión tiene más de ocho horas diarias de TN'.

'México sigue siendo el mercado core, donde estamos situados y más asociados con los anunciantes, pero claramente el negocio que se genera fuera de México crece más'. En cuanto a contenidos, habló de innovar en musicales y series, además de deportes.

### FERNANDO MUÑIZ

En otra charla con **PRENSARIO**, **Fernando Muñiz**, director comercial, habló de la nueva estructura para Latinoamérica que implementó este año. 'Funcionó bastante bien. Nos sirvió para atender mejor a cada uno de los clientes, y a mí para estar más en contacto con mi equipo de gente. Se benefició mucho la parte de **DirecTV**, donde la comunicación que lleva **Daniel Picazzo** mejoró mucho'.



Fernando Muñiz



Fany Lu en la disco Pure de Acapulco



Bruce Boren junto a Fernando Muñiz, José Elizalde, Soraya Ramírez, Sara Fernández y Hugh McCarthy

'La parte de Centroamérica también tiene ahora a **Pepe Elizalde** totalmente dedicado, y las áreas de **Carlos Cabrera**, que se mudó a Miami, y **Marcelo Bresca** son más eficientes y suman nuevas responsabilidades como la publicidad', añadió.

Dentro de sus prioridades actuales, están con reestructura de contenidos de **TDN**, donde Muñiz colabora con el nuevo director **Luis Alberto Ogarrío** para que el canal dé un giro. También trabaja en la estrategia para OTT con el objetivo de lanzar reglas, ver liberación de derechos y cuál es la tendencia de mercado mexicano.

Está pensando además en nuevas estrategias para Brasil, y en tener algo más importante para operadores grandes con una alianza con algún socio local. Con el canal **TLN** diseñado para ese país les ha ido bien en Angola, buscando más distribución con las novelas en portugués.

En el Cono Sur Chile sigue siendo cada vez más fuerte y **Golden** tiene oportunidad grande y para fin de año se tendrá todavía más distribución'.

De cara a Tepal, Muñiz adelantó que Televisa Networks dará la fiesta de bienvenida.

rtve

PIENSA » SIENTE » DISFRUTA  
THINK » FEEL » ENJOY

Información y entretenimiento, estés donde estés  
Information and entertainment, wherever you are

tve 24h

WWW.RTVE.ES

VENTAS DE PROGRAMAS  
HEAD OF SALES

TEL.: +34 91 581 7744  
FAX: +34 91 581 7881  
e-mail: rafael.bardem@rtve.es

VENTAS DE CANALES  
HEAD OF CHANNELS SALES

TEL.: +34 91 581 7872  
FAX: +34 91 581 7461  
e-mail: mjesus.perez@rtve.es

## INVESTIGATION DISCOVERY: PRESENTACIÓN EN CANITEC

Discovery tuvo una participación destacada en la Expo Canitec de Acapulco, así como lo había hecho en 1994 en Guerrero y en 2005 en Guadalajara con sus presentaciones. En esta edición se superó con una gran fiesta en Cada de Mar con la presencia de la artista Gloria Trevi.

El motivo fue el lanzamiento de la nueva identidad de su canal de entretenimiento LIV, por **Investigación Discovery (ID)**, al aire desde el 9 de julio. Estuvo todo su staff ejecutivo con **Henry Martínez** y **Allan Navarrete** a la cabeza, que también dieron un desayuno en el Hotel Princess.

ID existe en más de 100 países y se monta en la plataforma de LIV, que cuenta con 30 millones de suscriptores en América Latina. Seguirá siendo un canal de entretenimiento, pero con foco en el crimen, la investigación y el suspenso. Los ratings del canal vienen subiendo en Estados Unidos en los últimos 50 meses,

con un incremento del 40% en los ratings de febrero 2011 a 2012.

‘Vimos que podíamos ubicarnos claramente en la grilla porque había un espacio. Nos diferenciamos dentro del competitivo rubro del entretenimiento, porque nadie presenta este contenido en el segmento. Es cautivante en el desafío de resolver un misterio o el suspenso de entender la mente del criminal. El target es joven adulto, y apunta a captar un poco más al público femenino’, agregó Martínez.

Allan Navarrete, director general para México y Centroamérica, agregó que en Discovery tienen la ventaja de crear marcas de alcance mundial. ID es muestra de eso, incluyendo lo mejor de LIV, más las producciones originales de Discovery en un 50%, y otros contenidos de drama, películas –tendrán *El crimen del Padre Amaro*– y ficción, pero siempre con el sabor de Discovery. Tiene también series fuertes como *Dexter* o *Prison Break*.



Henry Martínez, Allan Navarrete y Alejandro Puente en la fiesta en Casa de Mar



El show de Gloria Trevi en la fiesta de Discovery

LLEGA ESE MOMENTO DEL  
DIA EN QUE LO UNICO QUE  
NECESITAS ES **DISFRUTAR**



PRAMER



elgourmet.com

## UN CANAL 100% CRIMEN, INVESTIGACIÓN Y SUSPENSO

CLAUDIA CHAGUI HABLÓ SOBRE INVESTIGATION DISCOVERY



Claudia Chagui, VP y directora de ID DLA/USH

Claudia Chagui, VP y directora de **Investigation Discovery** DLA/USH, conversó con **PRENSARIO** sobre el lanzamiento de la señal en Latinoamérica que, desde el próximo 9 de julio, viene a reemplazar a **LIV**, con más contenido de crimen, suspenso e investigación y manteniendo sus mismos canales de distribución.

‘En los últimos dos años hemos estado

viendo qué es lo que funcionaba en LIV, y buscando la manera de diferenciarlos. Si bien construimos un canal muy competitivo, notamos que la oferta era muy parecida al resto de los canales de entretenimiento’, explicó Chagui.

‘Nos dimos cuenta que los programas de suspenso, e investigación funcionaban en nuestro canal. Pero también funcionan series como *CSI* y *La ley y el orden*, que tienen altos niveles de audiencia’, completó.

Fue entonces que Discovery tomó la marca **Investigation Discovery (ID)**, que se ha posicionado dentro de los diez primeros canales de TV paga en Estados Unidos, a poco tiempo de su lanzamiento. ‘Su desempeño fue récord. Se trata de un canal 100% enfocado al crimen, la investigación y el suspenso. Vimos una posibilidad de mantener lo que funcionaba de LIV, agregando el contenido de esta marca en EE.UU., para diferenciarlos como oferta de entretenimiento’.

‘Así, se decidió concretar el cambio de

marca, siguiendo la estrategia de reforzar el contenido de ese género. Discovery contaba con una marca global en este sentido, y se alinearon las dos propuestas’, agregó.

La programación incluirá los dramas policiales *Hawaii Five-O* y *Blue Bloods*, historias reales dramatizadas y contadas a través de expertos, testigos y familiares, como *Amor Asesino*, *Demente*, *Presuntos Inocentes*, *Pecados Mortales* y *Mentes Criminales*; y películas como *El Plan Perfecto*.

‘Todo el contenido entra en la psicología del criminal y de aquellas personas de las que no se sospecha lo que son capaces de hacer, personas cercanas o conocidas que quizás tienen un cementerio en su jardín. Seguiremos agregando nuevas series al canal, para atraer cada vez más a nuestra audiencia’, dijo Chagui.

Además del canal en SD, Claudia Chagui adelantó el lanzamiento de ID en alta definición, que podrá verse desde agosto. ‘Con éste, serán cuatro los canales HD de Discovery’, concluyó.



## TV AZTECA INVIRTIÓ USD 27 MILLONES EN SUS NUEVOS FOROS

Ante más de 750 personas, entre actores y cantantes internacionales y de TV Azteca, la segunda cadena mexicana propiedad de Ricardo Salinas Pliego presentó sus nuevos foros, que tuvieron una inversión de 27 millones de dólares, según indicó Mario San Román, director general de TV Azteca.

Con gran performance de juegos pirotécnicos se dio el banderazo a las nuevas instalaciones, donde Salinas Pliego, presidente de Grupo Salinas explicó que los foros 1 y 2 de Azteca Novelas, miden 1.620 metros cuadrados y que llevan a un nuevo nivel de producción.

En total son siete nuevos foros. El tercero tiene 780 metros cuadrados; el cuarto, 800 metros



Ricardo Salinas Pliego, presidente del Grupo Salinas, y detrás, Dionisio Pérez-Jácome, secretario de Comunicaciones y Transportes de México

cuadrados; el quinto, 850 metros cuadrados; el sexto, 520 metros cuadrados; y el séptimo, 450 metros cuadrados.

‘Se trata de tecnología de punta con una inversión calculada aproximadamente por unos USD 27 millones, solamente en la estructura’, explicó más temprano a la prensa internacional Mario San Román, director general de TV Azteca. Y añadió: ‘La inversión incluye más foros con lo que esperamos mejorar los ratings actuales con las nuevas producciones’.

Salinas Pliego aseveró en la noche de ayer que estos fotos colocan a TV Azteca en un lugar ‘preponderante dentro de la industria de la TV’ que implica además del trabajo constante de todas las personas que forman parte de la empresa, contar

POR ÁNGELES PÉREZ AGUIRRE

con los mejores materiales y tecnológicos.

‘Estar a la vanguardia ha sido una constante durante casi 20 años que tenemos frente a esta televisora. Y hoy, nuevamente, volvemos a estar un paso adelante al poner en marcha los foros de novelas más modernos y espectaculares de América Latina, los cuales además de poseer un diseño arquitectónico único cuentan con lo más innovador que existe en el mercado en cuanto a tecnología de alta definición se refiere’.

En la actualidad, la televisora de Ajusco produce más de 1.700 horas anuales de dramatizados, sin incluir allí los programas de noticias, deportes, entretenimiento y espectáculos.



Marcel Vinay Jr., CEO de Comarex, distribuidora internacional de TV Azteca, y Mario San Román, director general de TV Azteca



Marcel Vinay Hill y Marcos Santana, presidente de Telemundo Internacional

## SEA CHANGE LLEVA VOD Y AD INSERTION A LA MULTIPANTALLA

### ACUERDOS CON TIGO, VTR Y CABLEVISIÓN ARGENTINA

Yefim Nivoro, director de Ventas de Sea Change, estuvo en Canitec de Acapulco donde visitó el stand de TVC, y se acercó a todos sus clientes.

Dentro del mercado mexicano, ha cerrado grandes acuerdos, como el caso de Multimedios Monterrey, para inserción de comerciales. Nivoro destacó: ‘Sea Change es líder en Latinoamérica en VOD, inserción de comerciales y en migración de nuevos productos para múltiples pantallas’.

Pero no sólo en México se ve este rol de liderazgo. Está creciendo mucho en Brasil con el principal cliente del mercado, Net Serviços, en VOD que se desempeña por encima de las expectativas.

Para Tigo en El Salvador y Costa Rica, Sea Prensario Internacional

Change realizó una gestión en inserción de comerciales, y prepara un proyecto de OTT en Centroamérica, que posiblemente se deleve en Tepal.

Otro gran cliente es VTR, con el cual hay un proyecto de OTT y para llegar a la múltiple pantalla. Se acompañará en VOD con Cablevisión de Argentina, donde hay fuertes expectativas para su mercadeo en uno de los lanzamientos del año. Entre las últimas novedades, Nivoro remarcó el convenio con Avail-TVN para VOD, y storage por streaming.

En cuanto a soluciones, Sea Change estuvo en Canitec presentando el Infusion y el Nitro. Infusion es una generación de productos en inserción de



Yefim Nivoro, Fernando Lugo y Jorge Cuevas

comerciales para entregar video multipantalla, y realizar la inserción en la Internet. Sea Change soporta la capacidad con total eficiencia y reduce el hardware.

Nitro es un avance en la interfase de usuarios para multipantalla, productos de on demand en Internet y IP en Set Top Boxes, para las entregas de servicios Over The Top y personalizar la experiencia del usuario con recomendaciones y promociones.



## SOMOS UN SOCIO ESTRATÉGICO

PARA PROGRAMADORES Y OPERADORES DE LA INDUSTRIA DE TELEVISIÓN POR SUSCRIPCIÓN EN AMÉRICA LATINA, EL CARIBE Y ESPAÑA.



## REPRESENTAMOS, DISTRIBUIMOS Y COMERCIALIZAMOS

14 SEÑALES INTERNACIONALES EN 25 PAÍSES, LLEGANDO A MÁS DE 20 MILLONES DE HOGARES.

17 AÑOS GENERANDO VALOR A NUESTROS CLIENTES.



MATILDE BOSHELL mboshell@mbanetworks.tv / CARLOS BOSHELL cboshell@mbanetworks.tv / T. [571] 642 00 79 / www.mbanetworks.tv

Encuéntrenos en: @mbantv MBA Multimedia Broadcast Associated



# MÉXICO: LA INVERSIÓN PUBLICITARIA CRECERÁ 4,2% EN 2012

EL MERCADO SE VERÁ ESTIMULADO POR LAS ELECCIONES Y LOS JUEGOS OLÍMPICOS

El mercado publicitario mexicano en 2012 crecerá 4,2% para alcanzar una inversión total de USD 4871 millones, de acuerdo con las estimaciones de **Aegis Media**.

Según el informe, los medios que desplieguen coberturas de los Juegos Olímpicos de Londres, principalmente la TV, atraerán a una amplia audiencia ya que, comparado con los últimos JJOO en Beijing, la diferencia horaria será menor. 'Esto incentivará a los anunciantes a incrementar la actividad'.

Otro evento que contribuirá al crecimiento de la inversión publicitaria en México son las elecciones presidenciales de julio.

En cuanto al desempeño por medios, Aegis Media estima que México, continuará siendo un 'mercado dependiente de la TV', la que acaparará el 66% de la torta publicitaria alcanzando los USD 3200 millones, y un crecimiento del 4,4% con respecto a 2011.

En contraste, la prensa impresa disminuirá su crecimiento 'como consecuencia de la merma en su circulación'. Así, Revistas dis-

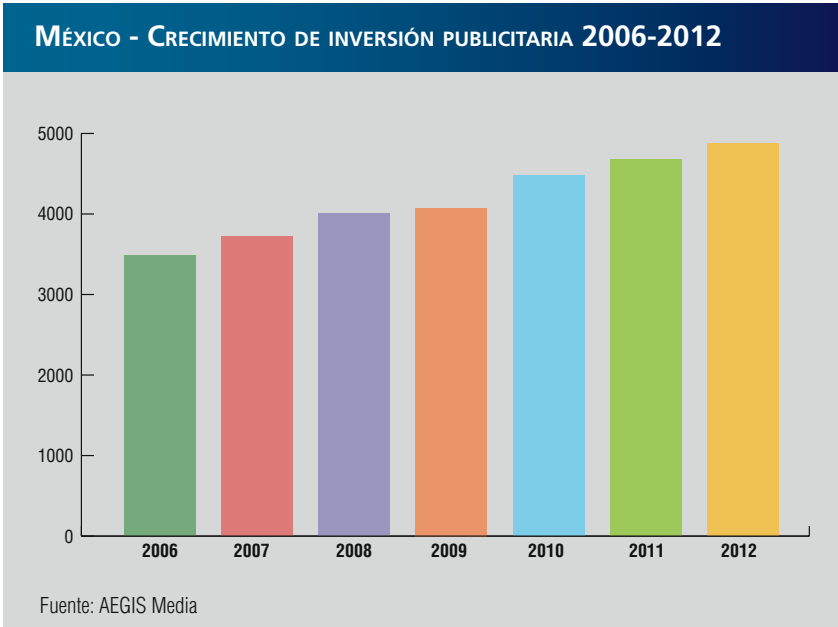
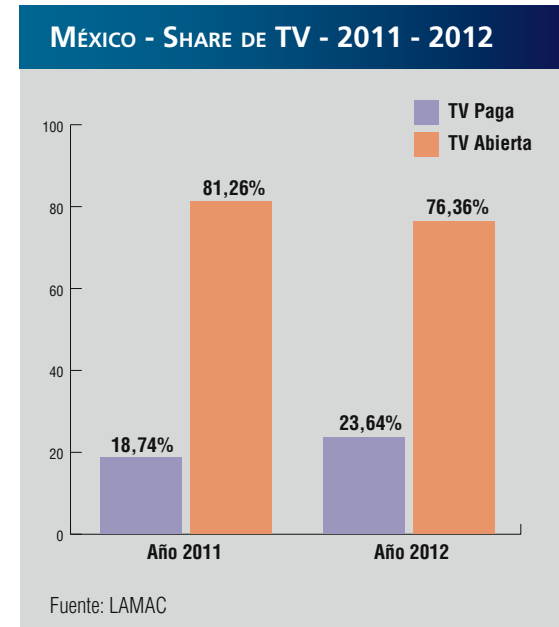
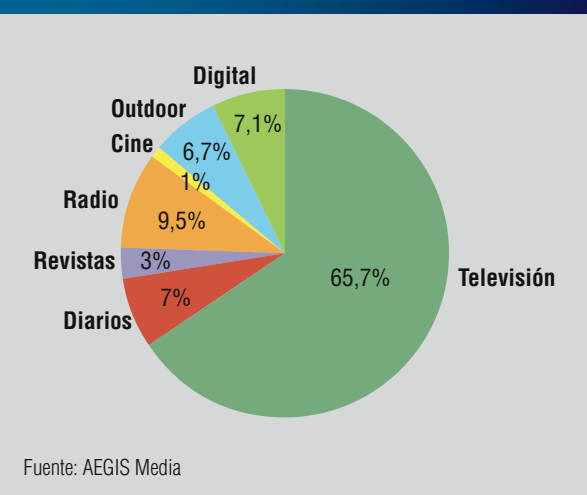
minuirá 2,3% y acaparará el 3% de la torta publicitaria, con un total de 146 millones, mientras que Diarios crecerá un 2,7% para alcanzar un total de USD 341 millones y un 7% del market share. Éste se verá favorecido en parte por su importante rol durante las elecciones presidenciales.

La Radio registrará una inversión de USD 463 millones, un 1% más que el año anterior, y un market share del 9,5%. Cine alcanzará los 49 millones y un 1% del market share, con un crecimiento del 5,3% sobre la cifra de 2011. La publicidad en vía pública atraerá una inversión de USD 326 millones, creciendo 1,2% y acaparando el 1% del market share.

Finalmente, los medios digitales continuarán sumando audiencia. Este año el crecimiento será de 17,4%, y la inversión

total de 197 millones, con un 7,1% del market share. 'La publicidad móvil también crece, y las redes sociales son cada vez más relevantes en el día a día de la vida del consumidor, no sólo para conectarse con sus pares, sino también en consumo de entretenimiento y noticias', explica el informe.

MÉXICO - MARKET SHARE POR MEDIO - 2012



artear

Más contenidos, más calidad.

EN TODA LATINOAMÉRICA



Primera productora de Argentina en generar Contenidos en Alta Definición.



www.artear.com +

Departamento Venta Señales Internacionales  
5411 4370 1351 | 5411 4339 1541

## CARAT MÉXICO: FOCO EN LA ESTRATEGIA DIGITAL

PREPARA UNA RESTRUCTURACIÓN EN LOS PRÓXIMOS MESES

**Miguel Loret**, director general de **Carat México**, comentó a **PRENSARIO** que 2012 viene siendo un buen año para la agencia, sobre todo por la incorporación de la cuenta de **General Motors**, con la que trabaja desde mayo. 'Es un cliente muy importante, tenemos todas sus divisiones y medios. La ganamos en todo el mundo, pero en México es fundamental'.

Sin embargo, aclaró, es un año atípico por las elecciones presidenciales. 'En México baja la inversión publicitaria porque muchos empresarios se ponen nerviosos ante el nuevo contexto político, y porque los partidos saturan los medios con y publicidad. Por este motivo, se está dando una baja que se mantendrá durante el primer semestre, mientras que la segunda mitad del año tomará su curso normal', comentó.

Sobre las novedades de Carat, Loret mencionó una reestructuración intensa en la que se está trabajando, y cuyos resultados se verán en los próximos meses. 'Separamos marcas mundiales junto a dos marcas locales para presentar a los clientes planes holísticos e integrados. Cada cliente contará con un contacto para manejar todos los rubros'.

También nombró el lanzamiento de **Carat Digital**, **I Prospect** (performance marketing), **Vizeum**, una segunda marca en agencias de medios. 'Presentaremos al mercado en los próximos meses un gran cambio, con el objetivo

de dar mayor atención al segmento digital y search', añadió.

Sobre lo más recomendado a sus clientes, Loret remarcó la insistencia por ampliar el mercado digital. 'Algunos clientes son más abiertos en este sentido, aunque México continúa siendo un mercado televisivo por excelencia. Hemos hecho un gran esfuerzo en digital, que crece mucho pero no tiene todavía una importante porción la torta de inversión'.

### MERCADO PUBLICITARIO MEXICANO

'Para 2012 calculamos una inversión de USD 5.580 millones, lo que representa un crecimiento del 4,2% con respecto a 2011. Para 2013 calculamos un incremento del 3,1%, alcanzando los USD 5.753 millones', señaló.

'En cuanto a los medios, estimamos un 57,4% para TV abierta, 8,3% en TV paga, 7% Prensa, 3% Revistas, 9,5% para Radio, 1% a Cine, 6,7% de Outdoor y un 7,1% para Internet. El medio más afectado con la crisis fueron las revistas en México, ya que aumentaron sus costos de insumos, y creo que el principal ganador fue outdoor'.

Además, explicó: 'La TV siempre se mantiene con índices altos. Ha habido un cambio hacia la TV paga, una migración de audiencias por programación más extensa hacia el contenido de nicho que ofrece ese mercado'.



Miguel Loret, director general de Carat

### EXPECTATIVAS

Miguel Loret opinó que los Juegos Olímpicos de Londres fomentarán nuevas inversiones, y mencionó que algunos de sus clientes ya se encuentran trabajando en ello.

Para el año próximo, estimó un crecimiento neto del 3,1%. 'En este mercado no hay muchos anunciantes nuevos, son casi siempre los mismos los que entran a la torta publicitaria. La pelea se da por inflación más el aumento proporcional en presupuesto de clientes'.

Y mencionó entre los principales desafíos, la motivación a las pequeñas y medianas empresas a incrementar sus inversiones en publicidad. Como estrategia, Carat sugiere la ampliación de los presupuestos en la publicidad digital, sobre todo para el sector PyME, 'ya que se trata del medio más accesible', concluyó.

## MEDIA OPTION: BUENAS PERSPECTIVAS PARA EL SEGUNDO SEMESTRE 2012

LAS ELECCIONES Y LOS JUEGOS OLÍMPICOS DINAMIZARÁN EL MERCADO

**Fernando Alba**, socio director de **Media Option**, destacó a **PRENSARIO** el buen balance de la compañía en la primera mitad del año, y expresó que 'continúa consolidándose como una de las más importantes agencias de medios en México, con un marcado ritmo de crecimiento, tanto de clientes nuevos como en lo que respecta a la inversión de clientes recurrentes. El segundo semestre se vislumbra igualmente muy positivo'.

Con respecto a las principales cuentas ganadas en la primera mitad del año, Alba mencionó: 'Arrancamos trabajando con el gigante papelerero Scribe, y estamos ya en etapa de firma con otras tres grandes compañías que

se sumaran a la cartera de más de 20 clientes que manejamos actualmente'.

En relación al mercado publicitario, señaló que las cifras vienen siendo 'muy positivas', y determinó: 'Hay un mercado publicitario en crecimiento, una derrama importante por las campañas electorales del 2012, e inversiones adicionales por parte de los anunciantes por los Juegos Olímpicos de Londres. Estos factores ayudan a darle un especial dinamismo al mercado publicitario mexicano'.

'Observamos un fuerte crecimiento en la actividad publicitaria online, especialmente hacia las redes de display, las redes sociales y la inversión en SEM. También notamos un incre-

mento en la inversión en TV paga', añadió.

Para el futuro próximo del contexto publicitario mexicano, Fernando Alba auguró: 'Sentimos que el mercado publicitario continuará con un crecimiento superior al crecimiento económico promedio, buscando alcanzar una madurez parecida a la situación de los mercados más desarrollados, en particular el porcentaje de inversión publicitaria respecto al PIB. Esto implicaría un mercado de por lo menos el doble de tamaño en los próximos cinco años'.



Fernando Alba, socio director de Media Option

Una señal, para todo el mundo.



Información • Entretenimiento • Cultura

Comercializado por :

FOX LATIN AMERICAN CHANNELS

BRANDS WITH FANS

ARGENTINA: (5411) 4103 1100 / CENTROAMERICA: (502) 2247 2700 / CHILE: (562) 750 6600  
COLOMBIA: (571) 610 7044 / MEXICO: (5255) 9138 6808 / VENEZUELA: (58212) 820 3200

## QUIROGA MÉXICO: 70% DE CRECIMIENTO EN EL PRIMER SEMESTRE 2012



Martín Caserta, CEO de Quiroga México

Martín Caserta, CEO Quiroga México, comentó a PENSARIO que el primer semestre del año ha sido 'significativo para el desarrollo de la agencia', ya que logró un crecimiento de 70%, incorporando nuevos clientes y consolidando los actuales.

'Este crecimiento es producto de la independencia de la agencia en la toma de decisiones, y

la rapidez en la adaptación que permite interrelacionarse de manera más efectiva y dinámica con el fuerte empresariado local mexicano, punto clave para la operación independiente con acceso directo al management', detalló.

Con respecto a cuentas ganadas, este año Quiroga incorporó **Laboratorios Sanfer** (Andantol, Baby Kanka, Blistex, Kanka, Replens, Syncol, Treda), **Proteínas & Oleicos** (aceite La Cocinera), la Cámara Nacional de la Industria de la Cerveza y de la Malta (Canicerm) y Alcatel.

Caserta remarcó sobre la industria publicitaria local que viene en constante crecimiento. 'La inversión publicitaria alcanzó en 2011 los \$ 65.485 millones de pesos mexicanos, donde la televisión se lleva el 60.04% de la inversión, mientras el resto de los medios mantiene una distribución similar entre sí'.

'Si se observa el 2010, según datos de la Asociación de Agencias de Medios, la inver-



sión en medios fue de \$57.835 millones de pesos mexicanos, con lo cual el crecimiento entre 2010 y 2011 fue del 13.22 %, marcando la importancia de este

mercado', completó.

Sobre el mercado local dijo: 'Debido al gran tamaño del mercado mexicano y su característica fundamental de tener niveles de consumo importantes y continuos en parte de la población, es de esperarse que aquella tendencia de crecimiento en la inversión publicitaria comentada anteriormente, continúe durante todo el 2012, más allá de cualquier nivel inflacionario'.

Finalmente, Martín Caserta afirmó: 'Si se piensa a nivel regional, la dinámica de consumo también se hace presente en los diferentes mercados de Latinoamérica, con lo cual se verá reflejado en un crecimiento en la inversión publicitaria 2012 de igual modo, aunque acorde a los niveles de cada país en cuestión'.

## LONDRES 2012 EN TYC SPORTS Y TYC SPORTS HD

TyC Sports tendrá por quinta vez en su pantalla los Juegos Olímpicos de Londres 2012, que se realizarán del 27 de julio al 12 de agosto, para lo que tendrá un equipo técnico y periodístico trabajando en una transmisión de 18 horas en vivo desde Inglaterra, y seis horas en vivo desde Buenos Aires.

La señal deportiva estará exclusivamente abocada a la transmisión de los JJOO, con conductores como **Gonzalo Bonadeo**, especialista en los deportes olímpicos.

**Juan Wade**, Gerente de Programación de TyC Sports, destacó a PENSARIO: 'Gonzalo Bonadeo, desde el estudio montado en el IBC de Londres, estará al frente de un equipo periodístico con más de 50 enviados especiales, entre periodistas, productores y técnicos'.

'Tomaremos la señal oficial, tendremos Prensario Internacional

además cámaras propias, para generar un contenido diferencial para cubrir todas las instancias en las que haya un deportista argentino participando o donde haya información destacada para la participación de nuestros deportistas', agregó.

'Nuestra jornada en Londres comenzará a las 4 am (hora argentina) y se extenderá hasta las 22, con la transmisión de toda la actividad del día, con móviles desde la Villa Olímpica y desde las distintas sedes con la actualidad y el desempeño de los deportistas argentinos. Al cierre de la transmisión, el equipo de Buenos Aires mostrará resúmenes y notas especiales, mostrando lo más destacado de la jornada, hasta que nuevamente por la madrugada Bonadeo retome la transmisión desde Londres'.



Juan Wade

Finalmente, explicó: 'Como en cada cobertura olímpica, TyC Sports realizará un seguimiento especial de los deportistas argentinos, con un equipo de cronistas cubriendo las competencias, los entrenamientos y toda la actividad de la Villa Olímpica, con entrevistas exclusivas y el día a día de la delegación nacional'.

# Disfruta de nuestra nueva señal en alta definición HD

El entretenimiento como lo mereces

## VIACOM: SE AFIANZA COMEDY CENTRAL LATINOAMÉRICA

MTV Y NICKELODEON PRESENTAN LOS PRÓXIMOS ESTRENOS

En diálogo con Prensario, **Eduardo Lebrija**, SVP y director general de **Viacom International Media Networks** (VIMN) The Americas - México, realizó un balance del año sobre las señales del grupo, destacando el lanzamiento en América Latina de **Comedy Central**. 'A menos de un año de su lanzamiento, llegamos a más de 5 millones de hogares en México, y a más de 11 millones en toda la región, incluyendo países como Brasil, Argentina, Chile, Ecuador y Venezuela.'

La programación de Comedy Central Latinoamérica incluye *Happily Divorced* con **Fran Drescher**, *South Park*, *La Casa de los Dibujos*, *Tosh.0* y *¡ROB!*, entre otras. Para el segundo semestre, se espera el estreno de la nueva serie de **Mathew Perry** (*Friends*), *Mr. Sunshine*, la sitcom *Retired at 35*, y en julio y octubre estrenan las producciones de México y Brasil de *Stand Up Comedy*. También para finales de 2012, estrenará la primera temporada de la serie animada *La Familia del Barrio*.

Sobre MTV, mencionó: 'Grabamos y estrenamos el *Juanes MTV Unplugged*, una producción dirigida musicalmente por **Juan Luis Guerra**. Estrenamos también la nueva temporada de la serie animada *Beavis &*

*Butt-head*, que ha sido un éxito con la nueva audiencia de MTV. También emitimos cada viernes un nuevo episodio del magazine *MTV Güik*, y nuevas temporadas de *Joystickers*, *Jersey Shore*, *16 & Pregnant*, *TeenMom*, *Pranked* y *Soy Tu Fan*'.

Para el segundo semestre Viacom prepara la tercera edición del *MTV World Stage México*, que se realizará por primera vez en Monterrey, y contará con la actuación de **Linkin Park**. 'Estamos produciendo en México la primera telenovela juvenil de MTV, *Último Año*, que será estrenada en toda América Latina en septiembre y posteriormente en Estados Unidos. También tendremos los *MTV Video Music Awards 2012*, la nueva temporada de *Chica Rara*, *Jersey Shore 6*, el spin-off de *Jersey Shore: Snooki y Jwoov* *The World*, *Sweet 16* y el show de premiación musical internacional, los *MTV EMA*, que transmitirán en vivo en noviembre desde Frankfurt, Alemania', completó.

'En **Nickelodeon** estrenamos dos producciones locales: en febrero, la segunda temporada de *Grachi* que acaba de concluir en junio. Y recientemente estrenamos *Miss XV*, una coproducción con **Televisa** que se



**Eduardo Lebrija, SVP y director general de VIMN**

ha convertido en un favorito de la audiencia. También estrenamos *Winx Club*, nuevos episodios de *iCarly* incluidos uno con **Michelle Obama** y otro con **OneDirection**, y la serie de Nickelodeon Brasil *Julie & The Phantoms*, remarcó Lebrija.

En julio, Nick realizará por quinto año en México DF el evento para niños *Verano Nick*, también acaba de confirmar la tercera edición de los *Kids' Choice Awards México* en septiembre, la tercera temporada de *Grachi* y Lebrija confirmó la realización de la telenovela *1111, en mi cuadra nada cuadra*, a estrenarse a fin de año. Estrenará nuevos episodios de *iCarly*, *Victorious*, la película para TV *Big Time Rush*, la nueva temporada de *Power Rangers Super Samurai*, *El Misterio de Anubis* y *Pingüinos de Madagascar*.

Finalmente, Eduardo Lebrija remarcó la importancia de la oficina en México, un mercado relevante para Viacom. 'Hemos logrado crecer la base de clientes considerablemente y generar más ingresos de ventas publicitarias, así como lanzar nuevas señales. Actualmente contamos con un equipo humano sólido y estable con una estructura eficiente.'

## TV AGRO: PREMIO SEMILLA DE ORO A ÁNGEL RESTREPO



**Piedad Martínez, gerente comercial de Global Media, con Alfonso Guerrero padre e hijo en la Expo Canitec 2012**

**Juan Gonzalo Ángel Restrepo**, presidente de **Global Media Telecomunicaciones**, recibió el premio Semilla de Oro por el canal **TV Agro**, que otorga la **Corporación Agrícola y Ambiental de las Américas** (Corpoagro) de Colombia.

La condecoración fue entregada por **Juan Camilo Restrepo**, ministro de Agricultura y desarrollo Rural de ese país, en reconocimiento a su 'labor de construcción de un ambiente de crecimiento y educación del agro a través del

ejercicio de su actividad periodística.'

Así, Ángel Restrepo fue acreedor de un pergamino con una medalla que representan la 'Orden de la Semilla de Oro'.

'Es un esfuerzo constante. Nosotros queremos todos los días innovar, mejorar. Estas condecoraciones nos animan, nos suben el ánimo y obviamente nos compromete muchísimo más en invertir esfuerzos para mejorar nuestro canal cada día más', manifestó el ejecutivo.



**AMERICA**  
Internacional



NOTICIAS

ESPECTÁCULOS

ENTRETENIMIENTO

PERIODISMO

DESDE ARGENTINA AL MUNDO

Comercialización de Señales  
America TV S.A.

**Adriana Molina**  
Tel: + 54 11 4110 5155 Int:7845  
Cel: + 54 9 11 3107 6261  
amolina@america2.com.ar

**Fabián Casella**  
Tel: + 54 11 4110 5155 Int:7844  
Cel: + 54 9 11 3107 6577  
fcasella@america2.com.ar





## JEAN-LUC CRONEL, TV5: 'LATINOAMÉRICA ES CADA VEZ MÁS IMPORTANTE'

Jean-Luc Cronel, General Manager, Marketing, Distribution and Sales de TV5 Mundo para todos los continentes, y estuvo presente en Canitec de Acapulco junto a Frederic Groll-Bourel, donde afirmó a PENSARIO: 'América Latina es uno de los mercados donde cobramos notoriedad, como en Canadá y Estados Unidos.'

'No tenemos este modelo en la mayoría de los continentes y en una época con presupuestos

Europeos en baja, donde buscamos desarrollar la publicidad y nuevos ingresos de distribución de afiliados, Latinoamérica es cada vez más importante', añadió Cronel.

Sobre la redirección de la oficina regional en Panamá expresó: 'Frederic (Groll-Bourel) siempre manejó Latinoamérica. Por motivos de reestructuración, en ese momento era importante que esté en París, y cuando terminó el proceso volvió a la región y decidió hacerlo



Jean-Luc Cronel y Frederic Groll-Bourel en Canitec

en Panamá. Esto ratifica nuestra apuesta allí. Fred conoce el mercado desde los 11 años y es imposible tener a alguien más competente.'

Sobre la señal dijo: 'TV5 se posicionó como señal generalista en todo el mundo. Por eso hacemos la inversión en el subtítulo y, de todos los 13 TV5 del mundo, Latinoamérica es el que más horas tiene.'

Entre los principales contenidos del canal, mencionó el Tour de France, el Mundial de Rugby y la liga de fútbol. 'Mantenemos una grilla competitiva, y el objetivo es seguir así. Un ejemplo es que hoy en Estados Unidos, como oferta Premium, transmitimos Roland Garros porque hay fondos suficientes. Es el único mercado en el mundo que tiene ese torneo porque los ingresos lo permiten.'

Sobre los paquetes digitales dijo: 'La digitalización es un fenómeno mundial, antes estábamos siempre en analógico y en la era digital, se negoció con cada mercado, pero siempre tratamos de tener una posición con la más amplia difusión posible. Hay mercados como México donde nunca tuvimos difusión que no fuera digital, y hay otros en los que se empezó directamente a la carta. Pero hay casos como Cablevisión México donde, gracias al éxito del subtítulo, se pudo triplicar la base de abonados y pasar a un paquete más amplio.'

Finalmente hay una estrategia mundial para el desarrollo de productos de OTT, pero tratando que no canibalicen la distribución y relación con los operadores. 'Concretamente nunca lanzaremos un servicio sin asociarnos a un distribuidor actual para desarrollarlo en conjunto. Nunca lo haríamos de manera independiente', concluyó.

**expo comu tv 2012**  
**Septiembre 18, 19, 20**  
**Medellín**  
 Centro de Convenciones y Exposiciones  
**Plaza Mayor Pabellón Rojo**

**5<sup>to</sup> Festival de Televisión Comunitaria Muestra Comercial Talleres en:**

- Área Técnica
- Área Jurídica
- Producción de piezas audiovisuales

Informes.  
 PBX.(57-4) 444 26 68  
 Fax.(57-4) 444 26 68 Ext. 108  
 info@comutv.org / www.comutv.org  
 Medellín - Antioquia.

Informamos lo que otros medios no reflejan  
 Llevamos la noticia desde el lugar de los acontecimientos  
 Hablamos en tu idioma y con tu mismo acento



**LA SEÑAL INFORMATIVA DE AMÉRICA LATINA**

**VISÍTANOS EN WWW.TELESURTV.NET**

## MBA: ACUERDO DE REPRESENTACIÓN CON ¡HOLA TV! HD

ESTARÁ PRESENTE EN TEPAL



Juan Pablo Santos, Matilde y Carlos Boshell, Henry y Alejandro Reyes

MBA (Multimedia Broadcast Associated) anunció un acuerdo en el primer semestre 2012, para la representación en Latinoamérica de ¡HOLA TV! HD, la versión en pantalla de la famosa revista del mundo de las celebridades asociada al Grupo Antena 3 de España, la cual estará disponible en el cuarto trimestre del año.

También cerró trato con Canal ET, una señal con 24 horas de noticias y opinión en español con el respaldo, experiencia y trayectoria periodística de la Casa Editorial

El Tiempo en Colombia.

MBA se ha consolidado como un socio estratégico con gran experiencia y trayectoria de más de 17 años en la industria de TV paga. Presidida por Matilde de Boshell y con sede en Bogotá, representa, distribuye y comercializa 14 señales de TV por suscripción en América Latina, El Caribe, EEUU Hispano y España. Sus relaciones comerciales sólidas con los jugadores más importantes de la industria le han permitido ofrecer oportunidades únicas de distribución, generar valor a sus socios comerciales y obtener excelentes resultados en penetración del mercado a través de operadores y plataformas en todos los territorios.

El proceso de selección de las señales busca generar siempre el mayor valor a programadores y operadores. Según se indica, cada señal llega a distintos segmentos del mercado. MBA propone nuevos modelos de negocio identificando oportunidades que se reflejan en distribución, facturación y recaudo. El reconocimiento y logros en tantos años le permiten

contar con información estratégica y manejar una relación cercana con los diferentes actores de la cadena de valor de la industria. MBA cuenta con un equipo comercial calificado para lograr mayor penetración, rentabilidad y crecimiento de cada una de las señales internacionales y contenidos que representa, convirtiéndola así en una de las compañías de distribución más eficientes de la región.

Sus actuales socios de programación y contenidos son: MVSTelevisión, aliado comercial desde el inicio de la compañía con los canales Cine Latino, Multipremier, Antena 3 y Exa TV. Igualmente, se destacan otras señales y contenidos como Caracol TV Internacional, TV5 Monde, Wobi, Al Jazeera, Pasiones, Pxtv, Go!TV, Yups y TorosTV, entre otros.

En 2012 MBA continuará fortaleciendo y consolidando su portafolio. Entre sus estrategias está el lanzamiento de más señales HD, la comercialización panregional de pauta publicitaria y la distribución de contenidos para plataformas OTT y móviles.

## RT: DISPONIBLE PARA 530 MILLONES DE ESPECTADORES

El canal informativo internacional RT, cuya señal en español comenzó a emitirse en diciembre de 2009, ya está disponible para 530 millones de espectadores en todo el mundo, es decir, para más de una cuarta parte de todos los usuarios de televisión por cable.

RT emite ininterrumpidamente en inglés, español y árabe desde sus estudios en Moscú y Washington. La señal es transmitida por 24 satélites y más de 330 operadores. Gracias a ello, más de 85 millones de ciudadanos de las principales ciudades de EE. UU., pueden ver RT las 24 horas en inglés y español (sin contar las múltiples visitas registradas en sus sitios en Internet).

Es también el primer canal informativo internacional que ha superado las 700 millones de visitas en el mayor portal de almacenamiento de videos, YouTube. Además, está disponible en dos millones de habitaciones de los hoteles más prestigiosos del mundo.

Victoria Vorontsova, directora de RT en español, señaló: 'América Latina es uno de los mercados televisivos más importantes en español. Ahora estamos negociando activamente la Prensario Internacional

expansión en la región. Estamos muy contentos de que las operadoras estén dispuestas a incluirnos en sus paquetes, porque los espectadores se han aburrido de ver siempre los mismos canales que cubren los mismos temas. Quieren ver historias nuevas, escuchar opiniones nuevas y eso es lo que buscan en nuestro canal.'

Entre los últimos proyectos del canal, se destaca el debut del fundador de WikiLeaks, Julian Assange, llamado *El mundo del mañana* y en el que conversa con grandes figuras de la agenda internacional. El lanzamiento del programa en tres idiomas simultáneamente (inglés, árabe y español) causó una viva respuesta y se convirtió en tema principal para los mayores medios de comunicación. Sólo el día de su estreno el programa estuvo cuatro veces entre los temas más comentados de Twitter.

RT en español empezó a emitir en diciembre de 2009 y se convirtió en el primer canal de Rusia en transmitir en esa lengua en todo el mundo. El lanzamiento fue premiado en concurso británico Broadcast Digital Awards 2010 en la categoría Mejor Lanzamiento de un Canal. En menos de

< 50 >



un año, la señal celebró entrevistas exclusivas con jefes de diez estados latinoamericanos, entre ellos, los presidentes de Venezuela y Ecuador, Hugo Chávez y Rafael Correa.

Hasta el momento, decenas de millones de espectadores de Europa, América Central, del Norte y del Sur reciben la señal de RT a través de satélites y operadoras por cable. El canal tiene correspondencias en la Habana, Buenos Aires y Miami. La señal es transmitida por más de 130 operadoras de televisión por cable en todo el mundo, y su número sigue creciendo. La emisión del canal está disponible en línea en la página actualidad.com y en YouTube.

La señal estará presente en la Expo Tepal, donde tendrá su stand en la posición 55-56.

# LA VIDA ES ENTRETENIMIENTO

En A&E Ole Networks, le damos vida a historias humanas, que cautivan a la audiencia, a través de nuestras plataformas. Somos una fuente de contenido auténtico, provocador y emocionante.

THE GLADES

GENE SIMMONS JOYAS DE FAMILIA

SUPERHUMANOS LATINOAMÉRICA

EL LUCHADOR

EL PRECIO DE LA HISTORIA

RUTAS MORTALES

BIO ÍCONOS: RICARDO ARJONA

¿QUIÉN DA MÁS?

A&E OLE NETWORKS

Distribuido por HBO LATIN AMERICA

A&E bio. HISTORY A&E|HD bio. HD HISTORY



## PASIONES LLEGA A 5,8 MILLONES DE HOGARES

SE OFRECE EN HD Y SD



Fernanda Merodio y Juan Pablo Santos

El canal **Pasiones** y su reciente nueva versión en HD están teniendo un buen desempeño en los diferentes mercados. Su vicepresidente **Juan Pablo Santos**, junto a la senior director

de ventas y marketing **Fernanda Merodio**, destacaron que, después de las pláticas con los diferentes cableros, concluyeron que fue una decisión acertada dar la chance a los clientes de elegir entre la señal HD o la SD.

Lo dicho tuvo lugar en Canitec de México, donde por primera vez tuvieron stand. Ingresar en ese país es un desafío, por ser 'el reino de las telenovelas', pero Pasiones puede tener buena repercusión entre el público por ser un producto no mexicano que da una alternativa a los seguidores del género.

Tienen afiliados tanto en Estados Unidos como en Latinoamérica, con presencia en Venezuela, Colombia, Perú, Ecuador, Argentina, Paraguay y pronto Centroamérica. Ya

llegan a 5,8 millones de hogares, con afiliados destacados, como el servicio básico de **DirrecTV**, **Telmex** Colombia, y se sumaron 11 nuevos sistemas en Perú tras la Cumbre de APTC en Arequipa. Ahora irán a Tepal junto a **Matilde de Boshell**, con quien acaban de cerrar la distribución para la región Andina, y otra confirmación es que para Argentina se llegó a un acuerdo de representación con **Sabrina Capurro**.

También son notorios los ratings que alcanza la señal en algunos países. En Colombia están entre las diez señales más vistas del cable.

Finalmente adelantaron que ya se está pensando en ingresar Pasiones al negocio multipantalla.

## DARTV: ALIANZA DE DISTRIBUCIÓN CON TVE PARA EUROPA, AFRICA Y ASIA

PRESENCIA EN DIEZ PAÍSES

**Roberto Montano** y **Ramón Lorenzo Sierra**, presidente y vicepresidente de **DarTV**, hablaron con Prensario sobre la nueva señal que viene de España a Latinoamérica, y que desde su lanzamiento en febrero pasado, ha cerrado contratos en diez países, incluyendo EE.UU, Colombia, Venezuela, Perú, Chile y Brasil.

'La estrategia es empezar con operadores pequeños que tienen mucha necesidad de nuevos contenidos. Los nuevos afiliados elogian la calidad de imagen y contenido. Hasta ahora hubo una parrilla de tránsito con películas y en septiembre se viene una nueva parrilla con programas de música,

tres horas a la mañana, cinco nuevas series, películas prime time, y un segmento infantil por la mañana los sábados y domingos', comentaron.

'La inserción va muy rápido y en tres meses se hizo mucho. Este año la idea es tener presencia en todos los mercados. Estuvimos en Perú y entregaron 40 decodificadores. Seguimos viendo que no hay una oferta original en español y en HD. Hollywood es espectacular, pero siempre lo mismo cansa y esto tiene una ventaja de la novedad, con contenidos originales.'

Una vez afianzado esto, adelantaron que



Ramón Sierra y Roberto Montano

pueden lanzar nuevas señales, pero primero se concentrarán en el canal en español. 'Es más interesante la expansión a nuevos continentes que tener nuevos canales, ahora viene una alianza con **TVE** Española que distribuirá la señal en Europa, África y Asia. Estamos muy contentos de entrar en esos países y TVE es un cliente nuestro que pasó a ser además un aliado fundamental', concluyeron.

## CINECLICK, NUEVA PLATAFORMA ONLINE DE CONTENIDOS

**CineClick** es una plataforma online de difusión y distribución de contenido audiovisual multimedia, al que los usuarios acceden mediante el sistema de alquiler, durante las 24 horas del día, y accesible también desde dispositivos móviles.

Desde el sitio [www.cineclick.com](http://www.cineclick.com), los usuarios pueden contratar contenidos audiovisua-

les, musicales. Así, la sección Cineclub funciona bajo una suscripción mensual de 9,95 Euros por mes (USD 12,52), y permite ver todas las películas desde cualquier plataforma, sin cortes publicitarios ni horarios.

Cineclick lanzó una aplicación para iPad y iPhone/iPod que permiten a todos los usuarios con suscripción al Cineclub, ver las películas

en sus dispositivos o por televisión, a través de una conexión con el adaptador HDMI o A/V compatible.



NHK WORLD



## NEWSLINE

En su emisión diaria durante 30 minutos al comienzo de cada hora, **NEWSLINE** brinda actualizaciones detalladas de las noticias que cambian constantemente, de una manera fácil de seguir y se concentra principalmente en Japón y otros países asiáticos.



Destaca la escena contemporánea de la música de Japón y los mejores artistas.



Explora puntos fascinantes de la vida en Tokio.



Invita al mundo de la cultura japonesa tradicional y contemporánea.

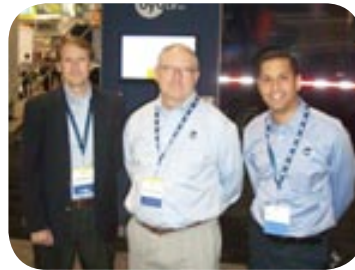


Le traemos la última información de Tokio sobre personas, experiencias y artículos kawaii. Cada vez son más los seguidores de la "cultura kawaii" en todo el mundo, y aquí encontrarán todo aquello que anhelan conocer.

Más información en:  
[www.nhk.or.jp/nhkworld/](http://www.nhk.or.jp/nhkworld/)

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

## BYU TV INTERNATIONAL AGROTENDENCIA, NUEVA OPCIÓN RURAL



Derek Marquis, Scott Sworford y Saúl Leal, de ByuTV

Con las figuras del canal y un espectacular camión de exteriores que permite emitir en TVHD desde cualquier sitio, estuvo presente **BYU TV International** en la NCTA en Boston, Estados Unidos.

Saúl Leal, gerente de la gestión internacional de las señales de la **Brigham Young University**, señaló a Prensario que, más allá de la presencia del camión de exteriores de 52' de longitud (casi 16 metros) equipado con cámaras, control y enlace satelital, en los últimos tiempos se ha expandido la presencia del canal en países como México, Perú y Brasil, y recibido a múltiples visitantes de esos y otros países interesados en este impresionante desarrollo tecnológico.

La calidad de la programación de BYU TVI le ha valido a la universidad un Premio Emmy de la Academia de Artes y Ciencias de la Televisión por la realización de "Nexos", en un contexto de emisiones que combinan alto nivel creativo y calidad de realización con el código ético de la Universidad y un mensaje positivo para las diferentes audiencias. La unidad de exteriores permitirá expandir el radio de acción del canal y aportar calidad HD a las transmisiones.

La grilla de programación incluye producciones con temática agropecuaria de distintos canales de Venezuela, Colombia, Paraguay, Brasil, Guatemala, e incluso EE.UU. y Canadá. Además, **Agrotendencia** tiene un acuerdo con el canal **Rural** de Argentina, por el que transmite un resumen de sus programas más solicitados en un ciclo llamado *Lo Mejor del Rural*.

**Luis Eduardo Palacios**, director general, afirmó: 'La señal está teniendo una gran aceptación entre los clientes y el público. Agrotendencia TV ofrece acceso directo y universal a la información sobre nuevas tecnologías, diferentes modelos de producción de cada rubro, así como noticias actualizadas y de interés para el sector agropecuario.'

'Se complementa con una página web y una revista. Es una fuente de información en temas agropecuarios para todos los países del continente. La idea es seguir incorporando contenido a través de acuerdos con diferentes canales', señaló **María Eugenia Ugueto**, representante de Ventas.

Luis Eduardo Palacios es un veterinario de Venezuela que desde hace tres años ha buscado y negociado con las señales de la región por la programación ideal.

**Agrotendencia** es una señal de contenido agropecuario que nació a partir de un programa venezolano del mismo nombre y que desde enero de este año, está disponible gratuitamente para todo el continente de manera promocional hasta diciembre.

La grilla de programación incluye producciones con temática agropecuaria de distintos canales de Venezuela, Colombia, Paraguay, Brasil, Guatemala, e incluso EE.UU. y Canadá. Además, **Agrotendencia** tiene un acuerdo con el canal **Rural** de Argentina, por el que transmite un resumen de sus programas más solicitados en un ciclo llamado *Lo Mejor del Rural*.

**Luis Eduardo Palacios**, director general, afirmó: 'La señal está teniendo una gran aceptación entre los clientes y el público. Agrotendencia TV ofrece acceso directo y universal a la información sobre nuevas tecnologías, diferentes modelos de producción de cada rubro, así como noticias actualizadas y de interés para el sector agropecuario.'

'Se complementa con una página web y una revista. Es una fuente de información en temas agropecuarios para todos los países del continente. La idea es seguir incorporando contenido a través de acuerdos con diferentes canales', señaló **María Eugenia Ugueto**, representante de Ventas.

Luis Eduardo Palacios es un veterinario de Venezuela que desde hace tres años ha buscado y negociado con las señales de la región por la programación ideal.



María Eugenia Ugueto y Luis Eduardo Palacios

# SIGNAL TV

Representamos y comercializamos señales internacionales para la industria de TV por Suscripción en la Región Andina, Centro America y el Caribe



**Hortensia Espitaletta**

Av. 15 No. 104 - 30 Of. 506 Bogotá, Colombia

☎ PBX: (571)611 3907 Ext. 108 • ☎ Cel: (57) 312 448 8536

E-mail: hmespita@signalteu.com • comercial@signalteu.com

www.signalteu.com

SIGNAL Mobile



Android + iOS



### Su mejor acuerdo comienza con nosotros

Nos enorgullecemos de ser un proveedor líder de productos innovadores para la industria de televisión por cable. Ofrecemos soluciones para que los MSO puedan disponer los equipamientos que ya no utilizan ahorrando espacio de almacenaje y aumentando su flujo de caja. Nuestro enfoque principal es la compra y venta de equipos nuevos y usados que les sobran a los operadores de televisión por cable. Esto incluye STB digitales, cajas analógicas, Line Gear, Cable Modems y mandos a distancia. Trabajamos en estrecha colaboración con cada uno de los MSO para hacerles saber dónde se venderán los decodificadores direccionables y Digitales.

Podemos ofrecerle una forma asequible de almacenaje, inventario, exposición y limpieza, o tomar en consignación alguna o todos sus equipos de televisión por cable que esté sobrando, significando un ahorro sustancial. Nuestro almacén está asegurado y tiene un sistema de seguridad electrónico con respaldo de batería y programación automática de autodiagnóstico.

Si va a actualizar o mantener su sistema de televisión por cable, podemos proporcionar el equipo necesario y el servicio y precio que usted se merece.



**TERAYON**  
TJ716x



**ARRIS**  
502g



**MOTOROLA**  
DCT6200



**DCH200**



**Contáctenos**  
15560 W 100th Terrace - Lenexa, KS 66219  
Tel: 913-888-5100 - Fax: 913-888-5101  
jflores@adamscableequipment.com  
www.adamscableequipment.com



## BBC WORLDWIDE: CONSOLIDADA EN LA REGIÓN, CRECE EN BRASIL

Ramón Salomón, gerente general para México de BBC Worldwide, estuvo en Canitec donde dialogó con Prensario sobre la compañía, que hace cuatro años lanzó en Latinoamérica sus señales BBC Entertainment y CBeebies, ya consolidadas en los diferentes mercados de la región.

‘Recién estamos lanzando BBC HD en Brasil. Creemos que las señales de BBC llegaron para quedarse en Latinoamérica, hemos logrado involucrarnos en el mercado, por la calidad en contenidos y producciones de nuestras señales’, destacó.

‘Conocemos el mercado de TV paga y nos enfocamos en lo que el cliente desea. Nuestro equipo está entrenado para buscar que los canales atraigan a los televidentes, y establezcan un vínculo que los haga permanecer allí’.

Entre los programas más destacados que formaron parte de la grilla de las señales de BBC, se puede mencionar *Top Gear*. ‘Es show que ha logrado muchos fans, y está catalogado como el programa número uno en automovilismo, porque se maneja de una

forma muy desenfadada y eso gusta mucho. Además, capta un 20 a 25% de audiencia femenina’, afirmó Salomón.

Sobre *Dancing With The Stars*, remarcó: ‘Seguimos presentando las nuevas temporadas de este show que ha dado buenos resultados a nivel comercial’. Y mencionó también la serie *Luther* y *The Graham Norton Show*, entre otras.

### LAS SEÑALES DE BBC

Salomón remarcó que el 90% de la programación que se ve en las señales de BBC es producción o coproducción propia. ‘Siempre se busca el máximo nivel y todas las señales tienen un alto estándar de calidad’.

Y añadió: ‘BBC produce temporadas cortas de seis a ocho capítulos, con la intención de mantener fresca la pantalla, es un reto que los impulsa a la renovación constante. Éste es el año de consolidación y hemos logrado integrar marcas a nivel mundial’.

Con respecto a CBeebies, una señal dedicada a los niños escolares y preescolares, así como a sus padres y educadores, afirmó: ‘Tratamos



Ramón Salomón, gerente para México de BBC Worldwide

de que reciban un producto sano, siempre congruente con la publicidad. El canal está avalado por la Asociación Mexicana de Pediatría, por lo que la elección de anunciantes es un gran compromiso para BBC’.

En la programación de CBeebies se destacan *Rastarotón*, que habla sobre la diversidad de razas, *Nina* y *las Neuronas*, para aprender jugando temas nuevos de manera innovadora, a través de cuatro segmentos: tiempo de despertar, de aprender, de jugar y de dormir.

Sobre BBC HD detalló: ‘Es el único canal producido enteramente en HD 100%. No es un canal espejo que repite programación de BBC Entertainment, sino que llega a complementar la oferta para el suscriptor. Presenta documentales, conciertos, viajes, aventuras y series. Es una canal que va a tener oportunidades comerciales, pero el anunciante deberá entregar su publicidad en HD’.

## TV EVERYWHERE

### CLAXSON: HOT PACK GO

Claxson tuvo una participación muy activa en Canitec de México, donde organizó un cóctel con las chicas de Playboy TV y figuras como Pamela Sosa, y el CEO, Mariano Varela, quien además brindó una conferencia sobre TV Everywhere durante la convención, adelantándose a la experiencia multiplataforma con contenidos de calidad en material adulto.

Remarcó que el contenido de adultos ‘es el más importante en Internet’, y que la temática de sexo es la más buscada, incluso más que Google, con un tercio de lo que se consume. ‘Si sumamos el tráfico de los sitios

de adultos se equipara a Google y Facebook’, afirmó. Además, la cantidad de minutos de permanencia se triplica. La idea 360 es darle una experiencia centrada en el usuario con seguridad, conexión, flexibilidad, fácil acceso, múltiples ofertas, seguridad y privacidad.

En Internet no existen las barreras habituales para lo adulto. Las marcas de adultos más conocidas son Venus, Playboy, Penhouse, Sextreme y Private, todas de Claxson. TV Everywhere implica que las marcas estén disponibles para los suscriptores en múltiples plataformas.



Mariano Varela en el coctel de Canitec

*Hot Pack* y *HotPack Go* van a estar disponibles para el que tiene más de seis señales con oferta simplificada, con variedad de contenido y generando mayor ARPU para los operadores, todo en HD. La plataforma de TV Everywhere se hizo con Toolbox, que estuvo representada en la conferencia por Ezequiel Ardigó, del área de desarrollo de negocios.

# novelísima



Tu canal con todo el entretenimiento latino



VENEVISION Continental

División de TV por suscripción



## WObi, LA EVOLUCIÓN DE MANAGEMENTTV

ManagementTV, ha crecido hasta llegar a más de 15 millones de hogares en Latinoamérica. En febrero presentó su nueva cara, **Wobi**, con una fiesta en Andina Link en Cartagena de Indias.

'Ahora somos Wobi y toda la oferta de valor a nuestros televidentes ha mejorado y evolucionado enormemente. Decimos esto porque nos hemos transformado en un verdadero multimedio donde si un televidente quiere leer esto en papel tiene la revista Wobi, si quiere ver Wobi en su iPad puede descargarse gratuitamente la aplicación del app store, si quiere conocer las

estrellas del canal puede asistir a uno de nuestros eventos y finalmente si quiere ver todo esto en internet existe wobi.com donde realmente se sorprenderán de la calidad de nuestros contenidos y de las visitas que estamos teniendo', señaló **Alejo Idoyaga Molina**.

La programación incluye *Mark It - Social Media III*, *Hired*, *Green force*, *Sueño Emprendedor* y *Conociendo al jefe*.

Desde **MBA**, socio estratégico de WObi, se ha encargado de representar y distribuir la señal en la Región Andina, Centroamérica y el Caribe.

**WObi**  
World of Business Ideas



David Peredo y Alejo Idoyaga Molina

## SIGNAL TV, 13 AÑOS EN LATINOAMÉRICA

**Signal TV**, la empresa de representación de señales de **Hortensia Espitaletta**, se ha posicionado en la industria de la televisión por Suscripción. Cuenta con 13 años de experiencia en los mercados de Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú, Bolivia, Centroamérica y el Caribe. Su infraestructura permite tener una propuesta sólida y variada en un mercado tan variable y competitivo que la requiere. 'Somos un socio estratégico en el negocio, ofrecemos oportunidades en la distribución de señales logrando ser una buena opción para los cable operadores y los anunciantes', dijo Espitaletta. 'Las señales que representamos cubren una gran variedad de géneros como música, cine, cine independiente, acción, variedades, noticias, deportes, agricultura, novela, familiar, entre otros', completó. Sus grupos de señales representados actualmente son **TV Azteca** con **Azteca Internacional**, **Azteca Novelas** y **Azteca HD**; **Xtime**; **Global Media** (**TV Agro**, **Cablenoticias**, **Tele Nostalgia**, **Tumba TV**, **Nova TV**), **TVE** y **24 horas**; **Cinema+**, **Cine Click**, y **Mediaset**.



Hortensia Espitaletta

## UNISTAI BUSCA CONSOLIDARSE EN MÉXICO



Ignacio Gallardo

**Ignacio Gallardo**, figura de gran trayectoria en **Cablevisión**, participó del relanzamiento de la señal **Unistai**, y afirmó a **PRENSARIO** que el objetivo es, primero, consolidar su distribución nacional y luego recién trabajar a nivel internacional.

Actualmente se ve en **Total Play**, **Cablemás**, **Dish HD** y pequeños sistemas del interior de la República Mexicana, y afuera en Canadá, USA y Japón. También está en la frecuencia 13.5 de la TDT en Ciudad de México, y se está negociando con **Cablevisión Mexico**, **Mega** y **CV Monterrey**.

Se trata de un canal de entretenimiento familiar interactivo, porque los televidentes participan, como en el programa *Historias de vida*. Tiene programación propia, y mucha de ellas en vivo.



## NHK WORLD PRESENTA SU PROGRAMACIÓN DE JULIO 2012

**NHK World** presentó su programación para julio, destacando *imagenación* (martes y miércoles) un programa dedicado a los fanáticos de la cultura pop japonesa, con entrevistas con creadores destacados y las últimas tendencias de anime, videojuegos y manga de Japón.

Además, estrena *Kawaii internacional* (viernes 28 y sábado 28 de julio) un programa que, desde Japón, trae las últimas tendencias kawaii. Para saber qué está de moda en Tokio y en el resto del mundo. Para saber hasta dónde puede llegar su belleza, propone seguir los consejos de quienes marcan tendencias.

Finalmente **NHK** transmite *J Melo* (domingo 22 y lunes 23 de julio) un especial de artistas kawaii que cada semana, da a conocer la música japonesa del momento de todos los géneros. En la edición del 22 y 23 de julio, presenta artistas kawaii. Un programa que muestra a los artistas recomendados por el público japonés para el mundo.



**EL RITMO SE EXPANDE.**

**SE PONE BUENO.**

MÉXICO / COLOMBIA / VENEZUELA / CENTRO AMÉRICA / CARIBE	CHILE / BOLIVIA / PERÚ	ARGENTINA / URUGUAY / PARAGUAY	BRASIL
Luis.Eolio@turner.com Tel: (52-55) 5089-6272	Gustavo.Miraker@turner.com Tel: (56-2) 387-2200	Juan.Balassanian@turner.com Carlos.Cordero@turner.com Tel: (54-11) 4318-3100	Anthony.Doyle@turner.com Tel: (55-11) 5501-8700

## TuVes HD PRESENTA SISTEMAS DE ENCRIPCIÓN ROBUSTA EN TEPAL

### PLAN CONTRA LA PIRATERÍA

TuVes HD anunció que participará en Tepal 2012, en República Dominicana, donde presentará, junto a su tecnología y productos para facilitar el despliegue de DTH, su plan enfocado en combatir la piratería.

Este año, Konrad Burchardt, gerente general de TuVes HD, asistirá a la convención en representación de la compañía. 'Para TuVes HD resulta imprescindible enfrentar la problemática de la piratería con un plan de acción



Konrad Burchardt, gerente general de TuVes HD

adaptable a las distintas realidades, utilizando nuestra tecnología para evitar el robo de señales y buscando aliados', afirmó.

'Cuando se ofrece un servicio con un estándar de seguridad bajo, se abre la puerta para que empresas que se dedican a la piratería puedan acceder a un producto final que tendrá un mal uso. El caso de los Set Top Boxes que tienen la encriptación abierta es un caso claro de cómo un usuario final puede captar una señal de pago en forma gratuita', agregó.

El ejecutivo destacó que las plataformas TuVes HD tienen altos niveles de seguridad, ya incluyen sistemas de encriptación 'muy robusto'.

'Creemos que la necesidad de gozar de los beneficios de un servicio de televisión satelital y la falta de cultura e información mueve a las sociedades hacia la ilegalidad cuando no se cuentan con los recursos económicos para pagar su abono mensual, o cuando hay un mercado ilegal altamente organizado y sin persecución de las autoridades correspondientes. La razón económica y la desinformación no solo incentiva al usuario que roba señales codificadas, sino también a los instaladores clandestinos', explicó Burchardt.

Y completó: 'Como consecuencia colateral, se desarrolla un mercado paralelo de equipos robados e instaladores ilegales para poder realizar estas conexiones. El esfuerzo realizado por TuVes HD hoy en día es enorme, teniendo en cuenta la entrega de un servicio con altos grados de seguridad, apoyo en la identificación del delito, y su posterior proceso de denuncia ante las autoridades correspondientes'.

Además, la compañía exhibirá en Tepal sus soluciones para servicios de transporte y gestión de señales de televisión a distintas empresas de consumo masivo, que se convierten en distribuidoras del servicio de televisión satelital para abonados o en clientes que desarrollen su propio DTH con servicios de TuVes HD mayorista.

Además de República Dominicana, ha asistido a Jornadas Internacionales en Argentina, Andina Link en Colombia, Punta Show en Uruguay y la Cumbre de APTC en Perú.



**El Líder en la Fabricación de Herramientas para la Preparación de los Cables Coaxiales, Cables de Fibra óptica y Energía Eléctrica**



**Distribución** Telecom Energía Electrónica  
**CATV** Fibra Óptica Transmisión

Ripley  
46 Nooks Hill Road  
Cromwell, CT 06416 USA  
Corporate Office: +1 (860) 635-2200  
Latin America Office: +1 (954) 499-9203  
info@ripley-tools.com  
www.ripley-tools.com







SERVICIO MAYORISTA DE TELEVISIÓN SATELITAL

SERVICIO DE DIGITALIZACIÓN DE CABECERAS ANÁLOGAS

TRANSPORTE SATELITAL DE SEÑALES DE AUDIO Y VIDEO

TuVes HD

www.tuves.net  
info@tuves.net

Con tecnología 100% digital de última generación, TuVesHD entrega servicios mayoristas de televisión a empresas e inversionistas que deseen entrar al negocio de la TV paga y a cable operadores en Latinoamérica.

Incrementa sus ingresos y aumente su cartera de clientes con un servicio de alta tecnología y con una mínima inversión.

Conviértase en nuestro socio y lleve a sus clientes la mejor televisión digital.

MPEG4

DVB-S2

PVR

Oficina Central  
Av. Kennedy 5454 of. 1303, Vitacura, Santiago, Chile.  
+56 2 594 07 42

## MEDIA NETWORKS OFRECERÁ INTERNET VÍA SATÉLITE EN BANDA KA



Moisés Chico de Telefónica, Carlos Boshell de MBA, Gonzalo Arrisueño de Telefónica, Matilde de Boshell de MBA, Loreto Gaete y Peter Kothe de Telefónica

Media Networks lanzará un servicio de acceso a Internet vía satélite en banda Ka, anunció Peter Kothe a Prensario durante

la NCTA. Media Networks, con sede y telepuerto en Perú, pertenece al grupo Telefónica Digital y actúa en la región como proveedor mayorista de telecomunicaciones y señales satelitales y de Internet en banda K. Ahora sumará el acceso a Internet en banda Ka mediante haces "spot" de alta potencia y 400 Km de diámetro, enfocados estratégicamente hacia diversas partes del continente.

El servicio será presentado en América

Central durante Tecno Forum 2012, que se comenzará en Panamá el 3 de julio, y continuará en Costa Rica el día 5, en Nicaragua el 10, en Guatemala el 17 y finalizará en El Salvador el 19.

Por otro lado, Media Networks anunció la creación de su Dirección de Servicios Audiovisuales para el diseño, desarrollo e implementación de servicios audiovisuales complejos, tras su reciente integración con Telefónica Servicios Audiovisuales (TSA).

'En cuatro años hemos desarrollado know-how y experiencia robustos; con el crecimiento que se da en la región, el futuro se ve alentador, y el consumo de TV paga crece a buen ritmo', afirmó Kothe.

## PRESENTÓ EL SERVICIO GO DIGITAL EN CANITEC

Media Networks, unidad del Grupo Telefónica que provee a los operadores de la región soluciones integrales para el desarrollo de negocios en TV paga e Internet satelital, estuvo presente en la Expo Canitec, donde anunció el lanzamiento de Go Digital, un servicio para los pequeños operadores que entran en la digitalización, que implica una baja inversión.

En diálogo con Prensario, Oscar Castillo, Wholesale Manager North de Media Networks, comentó: 'Ofrecemos un servicio digital con una guía de programación de primera calidad y que requiere una inversión baja, ideal para los operadores que tienen desde mil suscriptores. En Canitec encontramos cableoperadores abiertos a escuchar y a continuar las conversaciones, detectamos oportunidades con algunos de ellos'. 'La penetración de TV paga en el mercado mexicano está siendo ganada por la tecnología DTH de otros competidores, ya que permite llegar a cualquier lado. Con Go Digital convertimos a las cablerías en digitales. Tenemos la capacidad de darles cobertura nacional con u otra plataforma', remarcó.

Media Networks se desempeña bajo el modelo B2B o marca blanca, que permite Prensario Internacional

a los operadores integrar y definir la marca y todas las demás variables comerciales. Así ellas mantienen el foco en la gestión comercial, mientras MN se encarga de todo lo demás, mediante sus tres unidades de negocio: satélite, contenidos y ad sales.

Castillo explicó: 'Los operadores se encargan de la personalización de paquetes, distribución y estrategia comercial, mientras que nosotros les damos la infraestructura procesada y asegurada a través de sistemas Cast, para que ellos ofrezcan el servicio de TV paga en modalidad DTH'.

'Es una forma de aprovechar lo que tenemos de infraestructura, y dárselo a los clientes a través de la economía de escala. Esto les permite salir con TV paga en menos tiempo, con una inversión menor, y sin todo lo relativo a la línea de aprendizaje', completó.

'Resulta más rápido brindar el servicio de esta manera, que un sistema de cable tradicional, en el que el cablero tiene que ir por las ciudades viendo por dónde va a pasar su cable, tirar fibra y después ver si vende. Con DTH vendes e instalas, es una forma de desarrollar tu plataforma vía satélite con una gran rapidez'.

Castillo contó que cuenta con una oficina



Oscar Castillo, Wholesale Manager North de Media Networks

central en Lima, Perú, desde donde atiende a clientes de Centro y Sudamérica, en países como Colombia, Perú, Ecuador, Brasil, Chile y Bolivia. Cuenta con una plataforma de gestión y monitoreo, además de lo que corresponde a la bajada de señales. En México, Media Networks está representado con una oficina comercial que ya ofrece el servicio Go Digital.

Finalmente, comentó sobre el mercado mexicano: 'México es una oportunidad muy grande y la penetración sigue creciendo, hay jugadores que están interesados en nuestros servicios'.

# Tocamos todos los puntos del entretenimiento



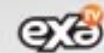
El balance perfecto entre entretenimiento e información. Producimos más de 3000 horas de programación exclusiva al año. Canal 52MX, la tele de todos... tu tele.



El canal número uno de películas en español, sin cortes comerciales, con los estrenos más recientes de México, Latinoamérica y España.



La combinación perfecta para adultos contemporáneos: películas internacionales y el mejor cine erótico.



100% musical con una propuesta joven, fresca y actual, donde puedes ver los videos más pedidos del momento sin interrupciones.



Con más de 20 años de transmisión en España. Cuenta con series originales y especiales exclusivos de gran producción.



El suspenso, la acción y el terror son los principales ingredientes de nuestra programación. MC es... Tensión adictiva.





## ROHIT MEHRA: VICEPRESIDENTE PARA LAS AMÉRICAS DE CONAX



Rohit Mehra

Rohit Mehra ingresó a Conax hace nueve años, trabajando para las primeras operaciones de India, un mercado con 40 millones de suscriptores que le dio mucha experiencia y donde tuvo que abrir oficina. Luego en 2005 se mudó para Norteamérica para hacerse cargo, no sólo del área de ventas, sino también de buscar partners adecuados para el continente.

En México ganó los primeros clientes para 2010 que eran buenos partners como EvolutionTV, y paulatinamente ganó clientes como MVS y Cablemás. Con todos ellos estuvo en Acapulco por Canitec, participando desde el torneo de Golf de Cablemás hasta activamente durante la feria con un gran stand.

Ahora, con el recambio de equipo que hubo de la oficina de Brasil con el alejamiento de Ricardo Pirola, asumió el desafío de manejar todas las Américas con Latinoamérica entera incluida. Su visión de la región es que hay una afinidad con Estados Unidos pues en muchos casos se sigue lo que ocurre allí, que fue bien estructurado por Motorola y Cisco pero que luego se abrió el juego y más ahora con los negocios que vienen de la nube de Internet.

En ese contexto, ve que los operadores necesitan mucho control sobre lo que ocurre en sus redes y que Conax ofrece una de las mejores soluciones para sus negocios. Un desafío prioritario es entender la problemática de cada cliente.

Acerca de Sudamérica que es la región que suma ahora, dijo que Conax está bien posicionado con clientes muy importantes como Telmex o Cablevisión de Argentina. En ese país también estuvo para NexTV. Ahora se está reclutando gente para rearmar la oficina de Sao Paulo que tendrá más recursos de los que tenía antes.

## AMT: FOCO EN LA TRANSICIÓN AL DVB



Tony Cameron, Humberto García y Vladimir Velikovich de AMT

Tony Cameron, country manager de AMT para México, destacó a Prensario que está apostando a la integración y a la transición de lo analógico al DVB, para hacer entrar a los clientes en el mundo digital.

Así está enfocado en México, país nutrido por el acceso a un gran fabricante como es Motorola, Harmonic, Decima, Miranda y Cheetah, entre otras marcas que empezaron otra etapa de contacto con Latinoamérica.

Con Cheetah viene trabajando con resultados positivos desde hace un año, buscando mejorar el servicio haciendo más que monitoreo de fuentes, nodos o video en general con su V-Factor. En Canitec estuvo presente Ralph Brenes, quien está llevando este trabajo en México con idea de extenderlo a otros países de América Latina.

## Soluciones de Codificación con Salida IP... en paquetes disponibles para TODAS las aplicaciones



### IDEALES PARA:

- Codificación Costo-eficiente, Multiplexación y Transmisión IP en Cabeceras y Hubs
- Consolidación de Cabeceras: Backhaul IP de Contenido Local
- Backhaul IP de Contenido PEG
- Inserción de Contenido Local en Ambientes Basados en IPTV

- Codificación SD/HD, MPEG-2/H.264
- Escalabilidad por medio de plug-ins (1-2, 1-4, 1-8 programas)
- Montajes de pared y rack
- Fácil de mantener y administrar (VLAN de administración de dispositivos en una misma red de distribución de contenidos)
- Opciones para red de cobre y/o transmisión óptica (SFP)

+506-8850-2379

bcastro@atxnetworks.com

www.atxnetworks.com/IPc



# WOBI

World of Business Ideas  
Televisión



EL FRACASO ES LA  
OPORTUNIDAD DE  
EMPEZAR DE NUEVO,  
PERO MÁS  
INTELIGENTEMENTE.

Henry Ford

24 horas de  
programación  
inteligente.

wobi.com



Latino América: Alejo Idoyaga Molina :: amolina@wobi.com :: +(52) 55 5002.3215  
México: David Peredo :: dperedo@wobi.com :: +(52) 55 5002.3250  
Cono Sur: Javier Asensio :: jasensio@wobi.com :: +(54) 11 4110.3388  
Región Andina, Centroamérica y Caribe: Multimedia Broadcast Associated (MBA)  
Matilde de Boshell :: mboshell@mbanetworks.tv :: +(57) 1 642.0079  
Carlos Boshell :: cboshell@mbanetworks.tv :: +(57) 1 642.0079

Powered by HSM  
Inspiring ideas

## CONTEC: LISTO PARA LOS GRANDES JUGADORES

### EN MÉXICO Y LATINOAMÉRICA

Victor Avilés y Fernando Quesada describieron a Prensario cómo el gran centro de servicio integral Contec se ha preparado para los nuevos tiempos de la industria de las telecomunicaciones y para atender a los jugadores que empiezan a liderarla, tanto en México como en el resto de la región.

‘Estamos creciendo y la estructura de planta también, pues se han sumado 400 metros de oficinas en el primer piso, y se ha ganado 600 metros de planta para sumar líneas de data modems y cable modems, servicios de DVB y una línea específica para Dish de cajas Echos-tar’, remarcaron.

Y completaron: ‘También se agregó en el mismo lugar una bodega de más de 1000 metros cuadrados para almacenamiento completo destinada a recibir todos los materiales y productos que llegan de los sistemas’.

#### TODO EL GRUPO TELEvisa

Contec trabaja con los mejores clientes del mercado. ‘Venimos asistiendo a las empresas del Grupo Televisa, como Cablemás, desde que ha entrado en la digitalización. Reparar producto o hacer revisiones sigue siendo un valor agregado importante, y se ofrece Screen and Clean a todos sus equipos de datos de modems y MTAs’.

‘Además ese operador se ha pasado al estándar DVB, por lo que Contec se está capacitado para atenderlo, ya que hace ocho meses fuimos nombrados centro de servicio autorizado de las cajas DVB de EvolutionTV. Cablemás tiene ahora cajas híbridas, además de las SD y HD’.

Frente a la competencia, dijeron: ‘Otras

empresas no son centros de servicio autorizados y por eso no tienen el apalancamiento del fabricante que permite contar con información y distintos componentes que permiten optimizar la calidad del servicio y una extensión de la vida útil’.

También se diseñan y fabrican controles remotos y son proveedores de Cablevisión México y Cablevisión Monterrey con un diseño específico para ellos, además de repararles las cajas.

#### PARA TODOS LOS GRANDES CLIENTES

Sobre otros nuevos jugadores: ‘También estamos en una relación importante con Total Play del Grupo Salinas en sus cajas IP híbridas, aquí representando a NetGem’. Además empiezan a ayudar a Dish con los excesos que pudieran tener de su propia centro de Echos-tar. ‘Somos una empresa multimarca y no generamos conflictos de intereses en nuestros clientes. Ellos nos tienen confianza por la confidencialidad que garantizamos y las normas TL 9000 con la que seguimos certificados’.

Contec está trabajando mucho el tema de CAS para sistemas que usan Smart Cards de cajas Conax, NDS y Cablecom con Irdeto.

#### AVANCE INTERNACIONAL

Sobre el resto de la región, comentaron: ‘Hoy estamos trabajando en programas de logística de reversa en Centro y Sudamérica de manera más formal. Eso con Cable Onda en material de para reparación de sus cajas Motorola--del que siguen siendo un centro autorizado--, de módems para Cisco y Pace, ahora en el proceso de ayudarlos desde Ciudad de México para Centro y Caribe.



Victor Avilés y Fernando Quesada en las nuevas oficinas

También están trayendo unidades de Pace de TV Cable Ecuador y se empieza a trabajar desde el corporativo de Estados Unidos con Tricom de Amzak en buena relación con Rob Boing’.

Se está planificando un nuevo centro de servicio en Sudamérica que podría estar localizado en función de la demanda de mercado y la demanda de clientes como Claro.

Victor Avilés irá nuevamente a Tepal para estar con sus clientes y ver qué pasa con Argentina con los controles remotos. También se producen los controles remotos para los DTA para Motorola destinados a toda América, incluido USA.

#### CORPORATIVO ACTIVO

El corporativo Contec Holding trabaja muy intensamente en el mercado de USA, sumando nuevos ejecutivos de buen nivel para reforzar la parte comercial que vienen de la vieja guardia de los fabricantes como Motorola, Pace o Cisco. Se abrieron allí dos operaciones de logística de reversa y próximamente se hará lo propio en Canadá, siempre para estar más cerca del cliente y consiguiendo tiempos de respuesta más eficientes.

## ALPHA TECHNOLOGIES PRESENTA SU FUENTE XM3



Paul Shmotolokha y Jorge Villalobos con Gabriel Hernández y Miguel Sol Cantú de TVI Monterrey

Alpha Technologies presentó en su stand de Canitec su fuente de energía XM3, que implica un cambio importante para el uso de las fuentes por parte de los clientes. Paul Shmotolokha, VP de ventas internacionales, dijo que los cambios se realizan escuchando a los clientes.

La XM3 representa una eficiencia máxima generando un ahorro del 25% respecto a las XM1 y de un 8% sobre las XM2, optimiza el mantenimiento y mejora los costos de operación.

Hay otros productos nuevos como las

tarjetas de aplicaciones, que en lugar de dar datos dan la respuesta. Se saca la información y se procesa para la parte de monitoreo de las fuentes y las baterías. También se simplificó totalmente el sistema de cablearía. El peso de los equipos es menor y tienen un uso más amigable para el usuario.

La constante inversión en nuevos diseños y nuevas tecnologías sobre equipos que ellos diseñan permite además una protección fuerte de los equipos y que estos duren más.



XTSY JUICY REAL QUICKIES

## NADIE CONOCE EL GENERO ADULTO MEJOR QUE NOSOTROS

- CONTENIDO PARA TODOS LOS GUSTOS
- LAS HERRAMIENTAS DE MERCADO QUE NECESITAS
- APOYO TÉCNICO Y LOGÍSTICO
- LOS MEJORES TÉRMINOS COMERCIALES DEL MERCADO
- ASESORÍA EN EL DESARROLLO DEL SEGMENTO ADULTO



## ESTIMULA TU NEGOCIO CON EL CONTENIDO MÁS CANDENTE Y RENTABLE DEL MERCADO

SUSCRIPCIÓN | PPV | VOD | SVOD | HD | MULTI-PLATFORMA [TV, PC, MOBILE]

PROXIMAMENTE TEN★NOW

## CNA CABLENETWORK: NUEVO WAREHOUSE ONLINE

Marcelo Occhionero, CEO de CableNetwork, estuvo presente en Canitec con su marca CNA, y junto al equipo para México. Destacó a PENSARIO que, dentro de las campañas comunicacionales que está volcando a la región con creativos en España, se destaca la puesta en operación del nuevo Warehouse online, una oficina virtual donde los clientes pueden pedir presupuestos, ver cotizaciones, stock, catálogo y llegar hasta su estado de cuenta en forma remota.

También comentó que la gran apuesta en innovación y tecnología en la producción le ha permitido a la compañía expandirse. Actualmente cuenta con la división de fabricación CNA Technology, con dos plantas de producción de cable y equipos en Greenville, Estados Unidos, y en Argentina. A esto se agrega una red de oficinas comerciales y de distribución para dar soluciones en Florida, Carolina del Norte, Madrid, México DF y Buenos Aires.

La planta de Greenville cuenta con más de 18.000 metros cuadrados, provista con la más moderna tecnología y un equipo de profesionales calificados.

‘Vamos contra la corriente de las compañías que ponen fábricas en China, lo que implica peor calidad y un tiempo de respuesta en la entrega más extensos’. Después de dos años de apuesta, se ha insertado totalmente en el medio de Latinoamérica y en el mercado doméstico de Estados Unidos.

Destacó que, de los diez principales clientes de la región, tiene ocho comprando habitualmente, valorando especialmente la relación con DirecTV, con un producto especial para ellos, Megacable, y también cerró con Cablevisión Argentina.

Se piensa en abrir otra fábrica en Brasil u otro mercado, para el caso que la de Estados Unidos sea muy requerida por el mercado doméstico,



Marcelo Occhionero en Canitec

pues ya está homologando con Time Warner, Comcast y los demás. Allí fabrica troncales, y está desarrollando el nuevo cable Infinity, que presenta resistencia contra la corrosión. ‘Esta gama es más eficiente y duradera, permitiendo rendimientos mayores, inversiones rentables a medio y largo plazo’, completó.

Finalmente, Marcelo Occhionero remarcó que toda la producción se realiza bajo estándares ISO 9001 y demás certificaciones.

## EL TIGRE: SOLUCIÓN DE DIGITALIZACIÓN BAJO COSTO



Francisco Ruiz y Mónica Sun de Konka

Francisco Ruiz de El Tigre estuvo promocionando en Canitec su solución de digitalización de bajo costo para cableoperadores, que implica

una baja inversión para sistemas headend, CAS y STB, porque utiliza productos fabricados en China, y permite que sólo los abonados que lo requieran, instalen sus STB.

Así, los cableros de localidades pequeñas pueden ofrecer paquetes premium digitales de bajo costo con 120 señales, compitiendo con las ofertas más agresivas del mercado.

También se puede dar el caso que, invirtiendo 100.000 dólares, se pueden comprar 3.000 cajas y en 12 meses se recupera, con lo cual no sería difícil conseguir inversionistas. Por eso se ofrece la solución completa con CAS gratis, pues su

negocio es sólo los equipos de cabecera, que llegan a los operadores a un precio más barato --a 20 dólares-- que el de la competencia, como Conax o Gospel, destacó Francisco Ruiz. Ya tiene buenos clientes en México y se arregló Venezuela con la cámara de Agustín Becerra.

El Tigre provee su solución a más de 100 compañías de cable en México, entre las que se destacan Cablemejor de Chiapas, Visión Sureste de Campeche, y operadores en Puebla, Oaxaca, Veracruz, Tabasco, Nayarit, Oaxaca, Monclova, Torreón, Teocatiche, Río Verde, entre otros

## CASA SYSTEMS EN LA NCTA

Lucida participación en The Cable Show tuvo Casa Systems, proveedor de CMTS que cumplen con especificaciones Docsis 3.0 y otros equipamientos de avanzada para el cable.

Grant Antonio Bloom, director de ventas para América Latina y el Caribe, señaló a PENSARIO: ‘Somos los únicos que proveemos soluciones con Cable Modem Termination Systems que cumplen con Docsis 3.0 y esto nos otorga una ventaja comparativa sobre, combinando equipos muy potentes en una plataforma y proveyendo Prensario Internacional

flexibilidad para diferentes escalas, desde el el C10G que cuenta con funcionalidad Full Converged Cable Access Platform (CCAP), y permite video Docsis, IPTV y MPEG en un solo chasis; el modelo C3200 funcional hasta 80 downstreams; el C 2200 para hasta 48 downstreams, con lo cual se reemplaza la generación anterior, y el C1G, hasta 8 downstreams, ideal para ciudades pequeñas, hoteles y edificios de apartamentos; su ventaja es ser muy adecuado para mercados medianos, con chasis y software compatible’.

‘El lanzamiento es inminente y tal vez sea presentado en jornadas en Buenos Aires.

Hasta la aparición de Casa Systems, la norma Docsis aparecía como inaccesible para las pequeñas y medianas empresas de Latinoamérica y el Caribe. Con estos modelos estamos creciendo fuertemente en la región, con instalaciones comerciales y partners como Interlink’.



Grant Antonio Bloom



Un Mondo di Colori, Sapori ed Emozioni



L'Italia è qui per la  
**allTV**

América Latina & Caribe  
Tel: +55-11-8480-8974  
info@alltvla.com



## NON STOP: ACUERDO CON WELLAV PARA DIGITALIZACIÓN

Alejandro Cendejas, manager para México de Non Stop, destacó a Prensario la línea completa de amplificadores de Motorola de 750 y 870 MHz, sobre la que afirmó: 'contamos con un gran stock por lo que lo vamos a ofertar a un gran precio', afirmó.

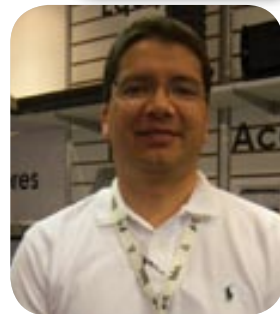
Además, Non Stop tiene en su portfolio de productos una línea de cables de servicio y fibra óptica.

'Comenzaremos a ofrecer además un sistema piloto con un demo para cabecera digital para

sistemas de cable medianos y pequeños, a partir de nuestra alianza con Wellav Technology, que tiene la línea de soluciones completas para la migración a digital. Entre ellas, equipos de cabecera y cast (control y acceso) y step out of the box. Ellos hacen la implementación y la capacitación, mientras que nosotros promovimos sus equipos', explicó Cendejas.

Este año, en Canitec la compañía se presentó con un stand mayor. Cendejas opinó: 'Tenemos muchos años viniendo a la convención en

México, y vemos que ahora está más pequeña. Además nos decepciona un poco que cobren tan cara la entrada a los clientes y asistentes, pues finalmente ellos vienen a ver qué ofertas hay en el mercado, si se les facilitara la entrada o bajarán los costos quizá habría mayor afluencia'.



Alejandro Cendejas, manager de Non Stop México

## PERFECT VISION: PRESENCIA EN MÉXICO Y APERTURA PARA BRASIL

FABIÁN MEZA CUBRE TODO SUDAMÉRICA Y EL CARIBE

Perfect Vision volvió a tener stand en Canitec, donde estuvo representado por Joel Quiñones, quien ratificó su compromiso y búsqueda de liderazgo en Latinoamérica con el trabajo de su dream team de ventas para la región.

Entre los logros de ese equipo, se destaca la contratación de Horacio Orozco para Brasil, ejecutivo con 20 años de experiencia y radicado en Sao Paulo. Coincide con la apertura

de las oficinas en esa ciudad en el barrio de Morumbí. Vale recordar que ahora Fabián Meza ve el resto de Sudamérica y el Caribe, y estará en Tepal.

En México estuvo con su Sales Manager Jorge Carrasco, quien destacó que las ventas van muy bien en dicho mercado, pero que la empresa está teniendo dificultades gracias a un aumento del 384% en los impuestos para



Jorge Carrasco y Joel Quiñones en Canitec

las fábricas radicadas en China, como es el caso de Perfect Vision. Carrasco consideró la situación 'injusta, pues la empresa apuesta a la calidad para la región'.

## OYALA PRESENTA SUS SOLUCIONES PARA OTT

200 MILLONES DE USUARIOS ACCEDEN A SU TECNOLOGÍA

Bismarck Lepe, presidente de producto y cofundador de Ooyala, conversó con Prensario, sobre la actual tendencia de acceder a contenidos de video a través de Internet, mediante todo tipo de dispositivos conectados, incluyendo celulares y tablets. 'En Estados Unidos, más del 10% de todo el video que se ve, incluyendo la TV y los videos, se están viendo a través de Internet', destacó.

Lepe ofreció una conferencia en Canitec, donde sugirió: 'Cada vez más, los cableoperadores van a invertir en estos contenidos para que se vean a través del dispositivo que la gente desee. Si no, seguirán llegando empresas como Netflix que van a satisfacer esa demanda. Los Prensario Internacional

usuarios quieren ver el contenido a la hora que deseen y bajo sus propios dispositivos'.

Ooyala tiene un catálogo de soluciones para el desarrollo de OTT, desde la transcodificación, hasta la monetización con publicidad. 'Tenemos soluciones para todo el proceso, pero se entregan en módulos para cada servicio. Por ejemplo, la señal ESPN ya tiene sistemas de almacenamiento y de transcodificación. Sus canales en vivo tienen que ser autenticados con el nombre y la clave del usuario del cableoperador. Ellos usan un modelo mixto con la autenticación que les da su operador, pero todo lo demás lo hacen con contenido original para Internet con nosotros'.



Jeanette Elliott, Bismarck Lepe y Víctor Rico de Ooyala

Actualmente, la marca trabaja con cableras y canales de TV que apuntan a servicios parecidos al de Netflix.

Entre sus clientes, se destacan además, CBS y BBC. 'Tenemos más de 200 millones de personas viendo video a través de nuestra tecnología, manejamos más contenido profesional que Netflix o YouTube, pero a través de diferentes clientes, por lo que los usuarios no saben que nosotros somos el player'.

En México Ooyala trabaja con Azteca, Proyecto 40 y el Grupo Expansión.

# El sabor italiano



Mediaset Italia. Italia como nunca antes la habias visto.

Dedicado a los 60 millones de italianos que viven en el mundo, Mediaset Italia es el canal italiano #1 en el mercado. Ofreciendo lo mejor de la programación de los principales canales del grupo en Italia, incluyendo



MEDIASET ITALIA  
El canal italiano #1

Distribuidores





## MVS



Sandra Chávez

Sandra Chávez fue confirmada en MVS como subdirectora de Ventas de sus señales de TV paga para México y el Cono Sur. Eso lo ve directamente y se complementa con la labor que realiza Matilde de Boshel en el resto de los mercados de la región.

## X-TIME



Francisco Ruiz y Batista Galizia

Batista Galizia y Carlos Rodríguez estuvieron presentes en Canitec por X-Time en el stand de su aliado tecnológico Francisco Ruiz de El Tigre, y adelantaron que están trabajando en una nueva señal que será un complemento para la actual, con la parte de series que sería *Cine Klik*.

## VOICE OF MERICA



Oscar Barceló y Alberto Mascaró

La señal *Voice of America* sigue teniendo mayor difusión en Latinoamérica y en este caso volvió a estar presente con un stand en una feria de la industria con Canitec. Es una señal libre que aporta a los sistemas un canal internacional y noticioso de 24 horas.

Prensario Internacional

## CUBAVISIÓN: FESTIVAL EN OCTUBRE

Cubavisión organizará, del 23 al 25 de octubre, el primer Festival de Cine y Televisión que tendrá lugar en La Habana. Muestra un poco la apuesta del gobierno cubano por la señal y por hacer crecer su penetración internacional.

## BETHEL TV



Ángela Espejo y Juan Carlos Pérez

Bethel TV expuso por primera vez en Canitec y Juan Carlos Pérez expresó que, si bien no hubo gran movimiento, los 30 contactos que pasaron por el stand les expresaron la necesidad que tenían en México de un canal que les traiga paz y seguridad. Por eso fue muy importante dar a conocer el canal con contenidos sin violencia, incluso en el segmento infantil de dibujos no agresivos.

## SUN CHANNEL: ACUERDO CON PCTV



Héctor Bermúdez, Jorge Mesa y Jennifer Betancourt con amigos colombianos: Herny Reyes de Max Media y Humberto Valdes de Aurora

Sun Channel presentó en Canitec su canal HD y celebró la feria con un acuerdo importante, como es su entrada en PCTV para comenzar a crecer en ese mercado. Dijeron que aunque no hubo tanta concurrencia, tuvo gran importancia estratégica para el canal.

### TECNOLOGÍA

## AGC DISTRIBUYE A TRIVENI



Ralph Bachofen y Daniel Torres

En Canitec, Daniel Torres de Adams Global Communications estuvo acompañado por Ralph Bachofen de Triveni Digital, pues lo distribuye en toda Latinoamérica. Triveni realiza webinars en forma permanente con clientes de la región. Hace ya más de un año de la compra de Adams Global por parte de Tulsat, y el crecimiento en la región se ve progresivamente.

## VERICOM



Maira Quillín y Craig Bates

Maira Quillín destacó a Prensario en su stand de Canitec que para su marca fue una buena feria, pues hubo pocos contactos pero de calidad. Eso porque su foco estuvo puesto en buscar distribuidores, es una fábrica y necesita distribuidores con bodega y base local. Ahora proyectan ir a Tepal.

## KONKA



Mónica Sun

Konka ya viene teniendo una presencia importante en distintos eventos de la industria; tras Andina Link y la NAB, estuvo en Canitec e irá nuevamente a ABTA. Su fábrica está en el Sur de China, ofrece una solución completa y ya tiene buenas ventas en Latinoamérica. Incluso tiene su catálogo de nuevos productos en español.

**EL MEJOR CINE FRANCÉS. CON SUBTÍTULOS.**

**EL CANAL EN FRANCÉS PARA TI. TV5MONDE**

\*En mayo por TV5MONDE.





## FERNANDO LUGO, REFERENTE PARA GRANDES OPERADORES

Fernando Lugo sigue siendo un gran referente con sus integraciones para los grandes operadores de México. Según dijo a Prensario, estuvo abocado a la centralización de video con inserción de comerciales con Sea

Change y Cisco. Eso además de la distribución de Alpha Technologies, con su nueva fuente de poder XM3, una versión más robusta y eficiente. A Megacable le llevan vendidas 9000 fuentes.

## NATIONAL TEST EQUIPMENT



Ramón Morales

instrumentos de metrología con analizadores de espectro, de campo y calibradores, tanto de con la venta de equipos nuevos, usados y reparaciones.

Ramón Morales reapareció en Canitec representando a una nueva empresa para Latinoamérica como es National Test Equipment, que se dedica a

## ANSEL

Juan Carlos Haiek es familiar de Ralph Haiek, ex director de Claxson, pero hace muchos años que está radicado en México con una empresa de tecnología, Ansel, que expuso por primera vez en Canitec.

Vende commodities de hardware como pueden ser conectores, y también productos de software para la industria del cable. Ya viene con clientes como Cablevisión y Maxcom, e internacionalmente en Chile, Panamá y Guatemala.



Juan Carlos Haiek

## SIBA



Ofelia Meléndez, Martín Meléndez y Adriana Delgado

La empresa colombiano-mexicana Siba se ha consolidado en ambos mercados entrando al tema digital con productos de costo menor para el usuario y les permiten generar ingresos. Se diseña la solución de manera integral para el operador y tienen clientes en 11 estados de México.

## MUHLE



Staff de Muhle en Canitec

Muhle se presentó en Canitec con stand para mostrar sus fuentes de alimentación. Tiene oficinas en Tlalnepantla, Estado de México, y la fábrica en China. Desde México se vende a toda la república y a Estados Unidos, y la idea es empezar también con el resto de Latinoamérica. Por eso pensaban ir a Tepal entre otros eventos.

## AQS

AQS es fábrica y desarrolladora de productos de audio y video de San José, California, que por primera vez se mostró en Latinoamérica en Canitec. Dijo Pedro Aguilera que la idea es mostrarse en otros eventos de la industria y mostrar tanto su gran gama de productos como su costo menor.



Pedro Aguilera y Rodolfo Purriel

## INTRAWAY SE DESTACÓ EN LA NCTA

Intraway se destacó en la convención de la NCTA en Boston, atendiendo tanto a los cableoperadores latinoamericanos como a las empresas en EEUU.

Sandra Bobadilla, Regional Sales Manager de Intraway, señaló a Prensario que ésta ha sido la tercera vez que se participa en la convención. 'Esto nos abre mercados, y nos da la posibilidad de tratar con nuestros clientes de toda América Latina. Somos una de las pocas empresas latinoamericanas especializadas en software para la TV paga y somos competitivos

a nivel mundial'.

'Parte de los retos que enfrentan los cableoperadores en la región en la actualidad tienen que ver con la seguridad, control de fraudes, el mejoramiento de la red y la home automation. Son todas opciones que estamos discutiendo con nuestros clientes, aparte de nuestro negocio principal, que abarca tanto a empresas de TV paga como de telecomunicaciones, por mercado, servicio y tecnología'.

'Hemos participado aquí en Forum de Cable Labs, donde se plantean iniciativas específicas,



El stand de Intraway en la NCTA

teniendo en cuenta que el software refleja la visión que se tenga de la industria y de su futuro. Y estaremos en Tepal 2012 viendo cómo ayudar a los cableoperadores. Estos shows son interesantes por la interacción y el intercambio de ideas que generan'.

# ESPN3

# 3.0

DEPORTES DE ACCIÓN

SERIES & DOCUMENTALES

# SERIES

LO MEJOR, RESUMIDO

# COMPACT

EVENTOS EN VIVO

# NOW

# BLOQUES

DONDE QUIERAS, CUANDO QUIERAS

## TRILITHIC: CONSTRUYENDO UNA SOLUCIÓN DE CERTIFICACIÓN DE ORIGEN DESDE CERO



John Bush

Mientras el concepto de certificación de origen se expande, los sistemas de cable están adoptando más requerimientos estandarizados para la expedición de “certificados de nacimiento” válidos.

Estos estándares preservan la salud general de los sistemas de cable, estableciendo las mejores prácticas para proveer una variedad de servicios alto valor, a través de una conexión a Internet siempre activa. Esto se traduce en un mejor servicio para el consumidor y una entrega rápida y orientada al mercado del sistema de cable.

En términos de estandarización, los sistemas de cable han identificado una brecha significativa en sus cajas de herramientas tecnológicas: falta un medidor de instalador diseñado especialmente para certificaciones de origen.

Para proveer instaladores con los macros de testeo y los niveles de sofisticación que se necesitan para realizar dichas certificaciones, los

managers de operaciones han utilizado las versiones despojadas de los más sofisticados medidores, diseñados para los técnicos de mantenimiento.

El resultado ha sido similar a la dotación de una sala de parto con los instrumentos para la cirugía del cerebro: una solución de sobre ingeniería con costos que exceden el ROI.

Con el costo de un medidor de instalación típica, sobrepasando los 2000 dólares, los sistemas de cable han consultado por un medidor de menor costo, que incluya el set apropiado para instaladores, o suelen contratar técnicos para hacer una instalación de triple play y una certificación de origen.

En lugar de dar vuelta la ingeniería de un medidor existente, Trilithic ha diseñado especialmente un medidor para certificación de origen desde cero. El medidor ofrece una batería de funciones que los sistemas de cable han requerido, incluyendo un precio que les permite equipar a toda su flota de instaladores, técnicos de servicio y contratistas a un precio asequible.

Los sistemas de cable también han requerido una solución completa para el manejo de la certificación de origen, una que ayude a monitorear, asesorar y mejorar la eficiencia de sus operaciones de certificación. Así, el nuevo medidor de Trilithic es parte de una solución integrada con herramientas backoffice de reporte, que permiten gestionar sus flotas de medidores y técnicos desde una ubicación central. Como resultado, los gerentes de operaciones de campo podrán verificar fácilmente que los



técnicos estén realizando los testeos adecuados en los lugares y tiempos correspondientes, casi en tiempo real.

Por ejemplo, la funcionalidad de reporte backoffice puede alertar a un gerente técnico de operaciones que una instalación particular no está alcanzando los requerimientos estándar apropiados para ejecutar las certificaciones de origen. La pronta intervención con entrenamiento adicional puede ayudar al técnico a rectificar el trabajo de instalación y hacer el trabajo correctamente en primera instancia. Esto provee sustancial impulso a la calidad de servicios y la calidad de experiencia para el cliente.

En un nivel más alto, la solución backoffice entrega un sistema con reportes amplios estandarizados que ayudan al director técnico de operaciones, captar la operación entera de un vistazo y aplicar el aprendizaje para reducir el servicio y repetir las llamadas para reportar desperfectos.

Esencialmente, esta aproximación al sistema integrado permite a los cableoperadores ver más de sus operaciones de certificación de origen, y utilizar la información de manera práctica. Las ideas pueden ayudarlos a identificar, ya sea los problemas localizados, como aquellos de sistemas de alto nivel, y tomar decisiones basadas en un entendimiento más claro de sus operaciones y del ROI asociado.

## GOSPELL: OPCIONES PARA TODOS LOS CLIENTES

Idan Kesell de Gospell, destacó a Prensario que la compañía está bien en Latinoamérica, y que su presencia en Canitec también sirvió para destacar la apertura de su oficina en Guadalajara, a la cual podría seguir una apertura en Brasil.

Se destaca, más allá de los productos para la era digital, el soporte que brinda en diferentes niveles.

Sus países más fuertes son Colombia, Venezuela, Costa Rica y Guatemala. Tiene dos Prensario Internacional

tipos de clientes: por un lado, los operadores chicos y medianos que empiezan a digitalizar, quienes buscan a Gospell como integradores por la solución fuerte, que tiene hasta 50 canales con entradas ACI multifunción.

Y están los clientes más grandes, que desean convertir de 120 a 200 canales. Para ellos la solución ya es directamente de equipos IP. También se venden equipos individuales a un integrador. Lo más avanzado es el Multifunción e IP QAM donde en un equipo salen



Idan Kesell

hasta 300 canales.

Kesell confirmó su presencia en Tepal, de República Dominicana.



## Modems que zumban

Con Menos aleteo

Encienda su presupuesto con grandes resultados.

Antronix **E-Option** es la solución más económica y eficiente en el mercado de la señal de retorno acondicionado hoy día.

La flexibilidad en nuestros enchufes y el intercambio en las tapas permiten mitigar el ruido en su origen, obteniendo así niveles óptimos de la señal, mejora de C/N y una respuesta plana sin necesidad de interrumpir la red o con rediseños costosos. Ya sea con el legado de retorno en banda o cambios en el mañana, E-Option ofrece una gama de soluciones para mantener su módems zumbando ahora y en el futuro, con menos aleteo de su equipo de campo.

Porque los retornos felices hacen abonados de datos felices. Y los abonados de datos felices hacen retornos felices.

**Que dulzura**



# Donde las estrellas se alinean

**MIPCOM** es el único lugar donde las estrellas se alinean para tus negocios. Los creadores de artistas, deal-makers, ejecutivos y talentos de la TV y del cine convergen desde el orbe entero para formar un nuevo mundo de entretenimiento. Descubre las emocionantes oportunidades y beneficios de cuatro días intensos de reuniones, proyecciones y conferencias que pueden transformarse en acuerdos de la industria de contenidos.

Asimismo, el mercado de los niños inicia más temprano en **MIPJunior**, la muestra de la programación infantil.

  
**mipcom.**  
deals get done

8-11 de octubre de 2012  
Cannes - Francia

  
**mipjunior.**  
6-7 de octubre de 2012

Inscribirse, exhibir o anunciar ahora,  
para aprovechar de su tiempo en Cannes  
[www.mipcom.com](http://www.mipcom.com)

Contacto para España:  
[fabienne.germond@reedmidem.com](mailto:fabienne.germond@reedmidem.com)  
Contacto para América Latina:  
[jose-luis.sanchez@reedmidem.com](mailto:jose-luis.sanchez@reedmidem.com)

## 24HS EN VIVO CON TODA LA PASION DE LOS JUEGOS OLIMPICOS LONDRES 2012



DEL 27 DE JULIO AL 12 DE AGOSTO

Vivilo también en  | [www.tycsports.com](http://www.tycsports.com)  

HD sujeto a disponibilidad.

**TyC Sports**  
el canal de los Juegos



EVENTO DISPONIBLE PARA LA REPUBLICA ARGENTINA.



## ÉXITO DE LA NCTA EN BOSTON



Creciente participación de los principales directivos latinoamericanos tuvo The Cable Show, la convención de la **National Cable Telecommunications Association (NCTA)** de Estados Unidos, realizada en Boston a fines de mayo, a partir de la posibilidad que ofrece a los cableoperadores de la región de conocer los más recientes adelantos tecnológicos en materia de cable, televisión, telefonía, banda ancha y plataformas digitales.

A las novedades de programación y técnicas se agrega el interés que despierta el mercado latino de Estados Unidos para los productores de señales, por su alto poder de compra --se paga mucho más por suscriptor que en Lati-

noamérica-- y la posibilidad de participar en los paquetes digitales de las principales MSO de cable y los DTHs, principalmente **DirectTV** y **EchoStar**.

Las reuniones plenarias de The Cable Show permiten asimismo actualizarse con respecto a los temas que preocupan a la industria en Estados Unidos. Este año, no fueron los avances de las telcos sobre la TV paga --un tema que aparece controlado en los últimos años-- sino la necesidad de expandirse hacia el OTT (Over The Top) o TV Everywhere, es decir, la posibilidad de que los suscriptores al cable puedan sintonizar sus programas favoritos en cualquier lugar y momento, a través de dispositivos portátiles como los smartphones, iPads y similares.

La industria está avanzando hacia convenios entre cableoperadores que permitan que un suscriptor de una empresa pueda sintonizar programación aunque esté en el territorio de otra empresa, mediante una base única de autenticación. En México se está trabajando en este sentido alrededor de la marca **Yoo**.

La brasileña fue nuevamente la más numerosa de las delegaciones, seguida por la mexicana y una menor participación argentina, chilena, peruana y colombiana. El fuerte crecimiento del mercado brasileño, en el orden del 2% mensual, y la proyectada duplicación del mercado actual hacia el 2015, son impulsores de este fenómeno. Los expositores reaccionaron agregando personal de la región a sus stands para una mejor atención de sus clientes, lo cual resultó nuevamente en que el español haya sido el segundo lenguaje más escuchado en los corredores del Convention Center de Boston, y el portugués el tercero.

En materia de tecnología, el HD está ya totalmente impuesto pero hay dudas sobre la aceptación final del 3D, considerado por muchos una moda pasajera. Se ha avanzado en la tecnología *adaptive bandwidth*, que ante la presencia de un dispositivo que busca conectarse le envía un *stream* de ancho de banda que ese aparato pueda procesar, evitando la frustración de la pixelación y las imágenes congeladas, que en TV móvil son consideradas inaceptables.

La opinión de los cableoperadores estadounidenses --compartida por la FCC-- es que ofrecen un ancho de banda generoso a sus usuarios, incluso a los móviles. Las estadísticas mundiales no confirman esto: figura 31º en el ranking mundial con 13,3 Mbps, detrás de Rusia y Estonia (fuente: **Ookla**) aunque muy adelante de todas las naciones latinoamericanas.

Desde que los técnicos calculan que para poder entregar señales de TV HD por Internet de calidad a los hogares harían falta por lo menos conexiones de 30 Mbps, sólo un puñado de países las ofrece actualmente. Por lo tanto, el cable no sufre por ahora un ataque fuerte por parte de las telcos y los inalámbricos a su reinado. Sí preocupa que EchoStar haya diseñado un dispositivo que retira los comerciales cuando el programa se sintoniza en diferido; las críticas a esta alternativa fueron generalizadas.

En materia de programación, hubo pocas novedades; las señales dedicaron el tiempo a renovar convenios existentes y atender las inquietudes de los clientes, aprovechando la presencia de operadores de múltiples países en un mismo lugar, al mismo tiempo. En definitiva, la misma ventaja que lleva a líderes de las MSO latinoamericanas a concurrir a la NCTA.



Phil Kent de Turner, Marcia Cruz de Sky Brasil, y Anthony Doyle de Turner



Neil Smit, presidente y CEO de Comcast Cable, y Philip Kent, chairman y CEO de Turner Broadcasting System



Glenn Britt, de Time Warner Cable, con David Zaslav, CEO Discovery



Henry Martinez de Discovery, con Jean-Paul Broc, de Cablevisión México



Ricardo LaGuardia, German Iaryczower y Miguel Cruz, de Arris



Tu ventana a **España**

**CINE**  
**SERIES**  
**DOCUMENTALES**  
**MUSICA**  
**100% ESPAÑOL**

Contáctenos en: [sales@dar-tv.com](mailto:sales@dar-tv.com) Tel: +1 (305) 323 5141 [www.dar-tv.com](http://www.dar-tv.com)

## EXPO CINE VIDEO Y TV: CALIDAD DE CONCURRENCIA, SECTOR PÚBLICO DE CARA A LOS JJOO

La edición 20º Aniversario de la **Expo Cine Video y Televisión**, organizado por la revista **Telemundo** se realizó por primera vez en el Pepsi Center del WTC de Ciudad de México del 5 al 8 de junio, lo que obligó a una disposición diferente de los stands, con ventajas y desventajas para los expositores en la feria de broadcasting de México.

El organizador, **José Antonio Fernández**, adelantó que el año próximo la expo volverá al sector anterior de los Halls Maya 1 y 2, previo a dar las tradicionales premiaciones de apertura, donde se reconoció la vanguardia y la trayectoria.

El premio principal fue para **TV Azteca**, por la primera transmisión mundial de un musical por TV abierta en 3D con su **Academia**. Recibieron **Rubén Centineo**, gerente de proyectos especiales, y **Jesús Sánchez**, director general de ingeniería y sistemas, aunque también se destacó a **Román Gómez**.

Los otros premios fueron para la productora **Talento** de **Paco Outón** y **Jorge Torres**, y la distinción de oro fue para **Pedro Torres** por su trayectoria como productor independiente. Habló también **Andrés Martínez**, como presidente de la asociación de proveedores de la industria de la televisión.

### INTEGRADORES MÁS QUE DISTRIBUIDORES

La muestra comercial tuvo buen movimiento, aunque los clientes importantes fueron llegando con el correr de la semana. Nuevamente fue destacada la labor de las compañías locales, que reúnen a las marcas en su stand y les dan un lugar, aunque en esta expo se evidenció que muchas marcas estaban en varios stands y se perdió un poco la correspondencia con un distribuidor.



Rubén Centineo de TV Azteca recibe de José Antonio Fernández



Paco Outón y Jorge Torres de Talento, junto a José Antonio Fernández



Pedro Torres, Andrés Martínez y José Antonio Fernández

**Jaime Tovar**, de **Artec**, explicó a **PRENSARIO** que el concepto de distribución 'ha cambiado' y ahora 'no se trata de quien tiene el producto, sino el cliente'. Allí feneció la figura del distribuidor y nace la actual del integrador, que compra cualquier marca y a veces sin necesidad de pasar por el dealer local.

Igualmente, hay muchas marcas que siguen muy fieles a sus representantes, como puede verse en **Sistemas Digitales**, según reconoció **Enrique Gutiérrez**, o **Excelencia en Comunicaciones**, que tuvo una reunión con sus marcas en la cantina Antonias, al igual que **Amtec** y **Comtelsat**.

### STANDS DESTACADOS

**Sony** y **Panasonic**, habituales grandes expositores, dieron una muestra destacada de la NAB en sus stands. Vale destacar también el lugar de **Newtek**, que ofreció un evento con la banda Ritmo Peligroso, **Ross Video** con **Sistemas Digitales**, **Evertz** con un stand más grande, **Plura**, **Chyron** y **EVS** con stand propio.

**Chyron** organizó un evento con la actuación de luchadores para celebrar una nueva inauguración. Todas las empresas visitantes mostraron entusiasmo y dejaron en claro que ya han adoptado la Expo como la feria de

### CONDUCTA DE LOS CLIENTES Y SECTOR GOBIERNO

Según lo comentado a **PRENSARIO** por los expositores, la calidad de los concurrentes fue el factor destacable en esta Expo Convención. Fueron numerosos los ejecutivos de **Azteca**, **Televisa** y **Multimedios Monterrey**, entre otros grandes broadcasters, que quisieron ver todo lo de la NAB, probarlo en México y con más ingenieros y técnicos de sus planteles.

Algunos expositores, como **Carlos Turati**, es que muchas compras esperan a las elecciones del 1 de julio para concretarse, incluso lo que respecta a la cantidad de equipos que los broadcasters llevarán a Londres para los Juegos Olímpicos 2012.

Pero junto a los grandes broadcasters, se agregó un importante componente del sector del gobierno y público, que entusiasmó a muchos expositores ya que pudieron hacer varias cotizaciones concretas.

Más allá que este sector tenga un carácter complejo y muchos componentes políticos en la toma de las decisiones, los proyectos de cara a la migración a la TV Digital y al HD movilizarán el mercado. Se destacaron nuevamente los seminarios para **La Red**, que se destacan aparte.



Rubén Centineo, Amílcar Zozaya y Jesús Sánchez



Rafael Coullón, Arturo Olvera y César Cervantes de Multimedios Monterrey, con Juan Manuel Cortés y Roberto Tejero de Kroma

## Impulse su negocio con nuestra plataforma de soluciones

# flowdat



Gestión de clientes

Gestión de Clientes y servicios de manera centralizada a través de una segura plataforma web.



Provisioning de servicios

Provisioning de Cable Modems, ADSL, PPPoE, Wireless, Telefonía IP, servicios de correo electrónico.



Estadísticas Precisas

Registra y grafica la actividad de cada cliente y equipos en la red, brindando información crítica para la toma de decisiones.

Provisioning



casa systems

Lider mundial en fabricación de CMTS, con certificación DOCSIS 3.0



Nuevo CMTS C1G



Docsis 3.0 CMTS



Soluciones para la gestión y control de tráfico de la red



WideCast Series



Content Cache

Empresa Miembro



CABASE



POLO TECNOLÓGICO ROSARIO

Corrientes 161  
CP. 2000 Rosario  
Santa Fe, Argentina

Consultenos  
Te. +54 341 4248123  
www.flowdat.com



## NEWTEK: ROCK EN EXPO TELEMUNDO

SUMÓ A ADRIÁN BAZÁN EN MÉXICO Y A VIDITEC EN ARGENTINA



Ralph Messana y Rubén Ruiz

Newtek volvió a tener una participación protagonista en la Expo Cine, Video y TV, donde convocó para el primer día al grupo **Ritmo Peligroso** para tocar a su stand habitual, con forma de teatro. Se trata de un grupo muy exitoso en México con 35 años de trayectoria, que son usuarios de sus **Tricasters** y usaron cuatro en el reciente festival **Vive Latino**.

En diálogo con **PRENSARIO**, **Jorge Dighero** remarcó cómo los cambios en la industria de la música llevan a usar más las nuevas tecnologías, como el streaming y las redes sociales.

Pero no fue la única noticia para el equipo de Newtek, pues **Ralph Messana** estuvo acompañado de **Rubén Ruiz**, VP de Ventas para las Américas, quien pudo ver todo el trabajo que se está haciendo en Latinoamérica. Destacó el trabajo



El grupo Ritmo Peligroso con Jorge Dighero



Ralph Messana y Adrián Bazán

que está haciendo la marca en la región.

De la misma manera, Messana presentó a **PRENSARIO** a su nuevo ejecutivo con sede en México, **Adrián Bazán**, que los soporta en todos los países del Cono Norte, haciendo crecer su representación en Latinoamérica.

Finalmente, anunciaron que se ha tomado a **Viditec** como el tercer representante de la marca en Argentina, por lo que hubo una presentación en Buenos Aires. Messana dijo que la empresa de **Eduardo De Nucci** buscará hacer crecer en el segmento broadcast, en forma complementaria a lo que vienen realizando de excelente forma en los segmentos profesional y prosumer **Carbi** y **Gold Dreams**.

## LA RED, TELEVISORAS PÚBLICAS PRESENTÓ SU CICLO DE CONFERENCIAS

La organización de **José Antonio Fernández** apuesta desde hace años a la incorporación del sector público dentro de la expo. **La Red**, asociación de TV y Radiodifusoras públicas culturales y educativas de toda la República Mexicana, se congregó para los seminarios que se dictaron en salones aparte en el Hotel Hollyday Inn Express, frente al WTC, donde los expositores principales presentaron sus productos y temas actuales como la IPTV y TV Everywhere por

parte de **Magnun**, o los set virtuales de parte de **Pixel Video** y **Newtek**.

**PRENSARIO** conversó con la presidenta de La Red, **Mónica Ramírez de Radio y TV Querétaro**, quien dijo que La Red funciona desde hace siete años y que actualmente nuclea a 488 estaciones de radio y televisión, convirtiéndose en la primera cadena de radio y la tercera del país, después de **Televisa** y **Azteca**. En la expo hubo cerca de 200 de ellas.



Mónica Ramírez, presidente de La Red

Agregó que se reúnen para trabajar en conjunto, tener una posición única ante la **Cofetel**, abriendo puertas para la TDT, hacer algunas coproducciones y por ejemplo tener una señal única en las próximas elecciones. Dijo que eventualmente podría darse una compra de tecnología en conjunto, pero que son muy diferentes y respetan la individualidad.

## SONY MÉXICO SORPRENDIÓ CON SU SET DE CÁMARAS



Humberto González

**Humberto González** de **Sony México** destacó que además de trabajar durante todo el horario de feria con la concurrencia, Sony recibió citas por las mañanas en el stand para poder mostrar con

más tranquilidad los productos a los clientes más importantes.

Remarcó que fueron 'todos los que se esperaban', incluyendo representantes del sector de gobierno, que mostró mucha inquietud por la transición a la era digital.

En el stand, que tuvo la misma dimensión de años anteriores, se amplió la muestra de producto para lograr 'el set de cámaras más

grande de toda la expo', remarcó González.

Sony exhibió toda la parte de monitoreo, integración con sistemas XD Cam, una división de cinematografía, estudio portátil y todo en HD y 3D.

La muestra se organizó por cuadrantes, según cada tipo de cámara. Se pudo dar continuidad a la NAB pues muchos clientes vieron esas cámaras en Las Vegas y ahora querían involucrar



# SIMPLEMENTE SORPRENDENTE

- Lo mejor de **Hollywood** las 24 horas
- Programación doblada al español o subtitulada para toda la familia
- Estrenos cada semana

xtimechannel.com [facebook.com/xtimechannel](https://www.facebook.com/xtimechannel) [@xtimechannel](https://twitter.com/xtimechannel)



## COMTELSAT: SIGUEN LAS INTEGRACIONES Y PROYECTOS LLAVE EN MANO

SUMÓ A ABEL TAMAYO EN MIAMI PARA EL DESARROLLO INTERNACIONAL

Israel Gómez de Comtelsat, contó a Prensario cómo evolucionan los negocios para la compañía: 'Hemos diversificado nuestras áreas. Tenemos claro que la migración a la TDT va a detonar la inversión del mercado mexicano en los próximos años. Igualmente vemos que la parte de producción en HD se inició antes que la transmisión y sumar experiencia es fácil para nuestra área de integraciones que es siempre clave dentro de los proyectos llave en mano que seguimos haciendo.'

'Tenemos tres o cuatro proyectos llave en mano en desarrollo, con recursos asignados

como hacemos también con Fox Sports. En cuanto a las integraciones hemos reforzado el área internacional con Abel Tamayo, que se ha incorporado con sede en Miami para encarar muchos proyectos OTT, entendiendo como generar revenues y de desarrollar negocios grandes con los Networks líderes de la región, completó.

Actualmente, Comtelsat tiene tres tiers básicos de clientes a los que atiende en forma sostenida y desarrolla en materia de servicio. Primero los networks grandes nacionales mexicanos como el Grupo Televisa, TV Azteca y el Grupo Milenio

por las cosas y productos que genera.

En segundo lugar aparecen los grupos regionales como Fox Sports, a los que se les puede dar bastante servicio, y se puede incluir en este mismo nivel a las televisoras del gobierno o el sector público.

Y como tercer franja de clientes, cuenta con los productores independientes, empresas de video y algunas escuelas con la estrategia de go to the market, con atención desde las oficinas de México, Monterrey y Mérida. El foco principal de la compañía está en los tiers 1 y 2, pero no se desatiende el resto.



Israel Gómez

## ARTEC: 20 AÑOS Y GRAN PARTICIPACIÓN EN LA EXPO

Artec estuvo celebrando, durante la Expo Cine Video y Televisión, su 20º aniversario en Ciudad Tinto frente al World Trade Center, y además tuvo una destacada participación dentro en la muestra.

Jaime Tovar comentó: 'Me gusta mucho el stand de Artec de este año. El cambio es bueno y la participación de las marcas se está mostrando. Ahora tenemos a Dolby, que es una representación de renombre, DVS, Mastech, Wasp3D, Avid y Blackmagic. Cada una tiene más realce y mostramos en el stand diferentes flujos de trabajo. No tanto equipos o cajas sueltas, sino integración de Avid con DVS, o DVS con Mastech'.

Sobre la relación general con las marcas, expresó: 'Ya no se trata de quién tenga el producto sino de quién tenga la cuenta. Por eso se acaba un poco lo de distribuidores exclusivos, cambió el modelo de distribución'.

Entre las cuentas ganadas, se destaca la concesión para la Cineteca Nacional. 'Compré Arri, DA Vinci y otras que no represento. Así toma fuerza la figura del integrador de proyectos'.

Tovar dio una conferencia durante la expo. 'Tuvimos un buen feedback. La mía o la de los broadcast tuvieron 25 o 30 personas de público profesional y se pudo hacer interactivo, a diferen-



Alan Richards de Wasp 3D y Jaime Tovar

cia de otras más masivas. Se basó en DCP Digital Cinema Package y hubo una de Nicklass Fabian de la evolución de videoservidores de DVS'.

Y remarcó: 'El flujo de clientes en la Expo Telemundo fue bueno con clientes súper como Max Arteaga y Elías Rodríguez de Televisa. Comimos con ellos y después se fueron. Todo un privilegio'.

También va bien su academia para formar profesionales: 'La CAT tiene nuevos cursos y nuevas certificaciones como la de DVS y estamos orientándonos mucho a poner los contenidos en Internet y pantallas en la calle, para incorporar a los que van a producir para el celular o las tablets'.

## AMTEC: DESTACADO LUGAR EN LA EXPO



Andrés Martínez

Andrés Martínez, presidente de Amtec y también de la Cámara de Proveedores de Tecnología, destacó el lugar que su empresa

ocupó en la Expo Cine, Video y TV. Primero con el stand que mantuvo pese al cambio de diseño la posición privilegiada a la derecha de la entrada, y también durante las conferencias ofrecidas tanto en el centro de convenciones como para la Red, ofreciéndoles videoservidores y set virtuales.

Entre las novedades de su stand se destaca la presencia de Lite Panel que se incorporó y también el de los sistemas de automatización Provys, de República Checa.

# Lo Último en Generación de ENERGÍA

El PODER de la Inteligencia



XM3-HP CableUPS® de Alpha

El XM3-HP CableUPS de Alpha combina los productos de energía de Alpha que son muy robustos, confiables y probados a través del tiempo con la inteligencia interna requerida por las redes interactivas de comunicación de alta capacidad y alta velocidad.

- > Energía Lista e Inteligente para Optimizar el Rendimiento
- > Monitoreo Líder en la Industria para Reducir los Gastos de Operación
- > Diseño Avanzado e Innovador para Maximizar la Eficiencia

¡Visítenos en el Expo Canitec stand nº 331!



www.alpha.com 800-322-5742



## SISTEMAS DIGITALES: FOCO EN SERVICIO POST VENTA



Enrique Gutiérrez con Jesús Sánchez y Eduardo Centineo de TV Azteca

Enrique Gutiérrez, presidente de **Sistemas Digitales**, dijo que espera que el año próximo, la

Expo Telemundo vuelva a su ubicación habitual, y sugirió hacer entradas y salidas simultáneas para que el flujo de gente esté más repartido.

Sobre su empresa como partner e integrador, destacó que ha estado incrementando la lista de productos en los últimos años, al mismo tiempo que ha ido incorporando gente joven, pero todos con bagaje de ingeniería. El servicio post venta sigue siendo fundamental para la estrategia de la compañía en el mercado.

En el último tiempo hubo varias integraciones, destacando la participación que tuvo junto a otras compañías como **Teranex** y **Ross** en *La*

*Academia de TV Azteca* para poder emitir en 3D, lo cual fue premiado en la inauguración de la Expo Telemundo.

Todo esto va generando un progresivo reconocimiento de los clientes y fortaleciendo la relación con las marcas. En una época donde las marcas en general están con varios distribuidores, en general las que están con **Sistemas Digitales** se mantienen trabajando en equipo con ellos.

Entre las marcas nuevas que se pudo ver en el stand, vale mencionar a **Vidigo** como servicio de gráficos.

## SIMPLEMENTE: GRAN ACCIÓN CON TELEVISA PARA LONDRES 2012

Mónica Reina de **Simplemente** afirmó a **PRENSARIO** que la marca tuvo un stand más grande y con un enfoque muy ambicioso en la Expo Telemundo, donde recibió a representantes de marcas como **Aja Systems**, que estuvo representada por **Paul Weiser**, VP de Ventas y Marketing, y **Bryce Button**, Product Marketing Manager, ambos estuvieron junto a **Manny Rosado**. **Simplemente** hace grandes integraciones de edición con Aja al gusto de los clientes. Se especializan en grandes flujos de trabajo.

También hubo buen apoyo de marcas como **Autodesk**, que tuvo seminarios en el propio stand de **Simplemente**. Desde hace un año trabaja con **Avid** y tiene oficialmente la parte de los premios Adobe.

Es una gran opción para los clientes la parte de **Final Cut de Apple** y en almacenaje trabaja con **Active Storage** e **Iscilon**, que permite aumentar la productividad de las aplicaciones.

Mónica Reina explicó que se está trabajando en una acción para los Juegos Olímpicos con

varias marcas, por lo que la marca viajará a Londres con **Televisa**. Es un proyecto de 22 líneas de ingesta por la cual podrán reclamar material y editar en baja en México para reproducirlos desde Londres.

Eso además de marcas nuevas como **Metaman** para hacer MAM sobre web en HTML, que no necesita aplicaciones en el cliente sino liberar materiales en campos calificados para publicar.



Mónica Reina

## TURAVISIÓN AFIANZA LA RELACIÓN CON CLIENTES



Adriano Bedoya de Fujifilm, Keiko Watson de Shotoku, Carlos Turati y Yukio Ito de Fujifilm

Carlos Turati de **Turavisión**, referente del mercado mexicano con 27 años de trayectoria, expresó a **PRENSARIO** que durante la feria se mostraron 'más expectativas que concreciones', pues se esperaba incluso el resultado de las elecciones para ver qué equipos se llevaban a Londres para los Juegos.

Destacó igualmente que el mercado continúa creciendo y que desde principios de año se viene trabajando en la planeación anual de los

clientes. Trabaja muy bien con **Fujifilm**, cuyo equipo ejecutivo estuvo todo en el stand en la Expo Telemundo.

También con **Shotoku** que tiene buena penetración en el mercado y a la gente le gusta. **Percon**, como compañía que lleva diez años de trabajo y tiene más fuerza compitiéndole a **Belden** con ventajas en el tiempo de construcción, y se crece con **VTQ Videotroniks**, con **Wireless Systems** y componentes electrónicos.

## INSITEL: EXPECTATIVAS POR LOS JJOO

Edgar de la Vega de **Insitel** expresó que no le gustó el salón más pequeño de este año en la Expo Cine Video y Televisión, ya que la reducción de tamaño pudo ser percibida por clientes y proveedores, y eso 'no es bueno'. Su stand en

particular fue más grande, pero decía que no se veía tanto por la pared alta de uno contiguo.

Entre sus productos destacó a **Orad**, con el que empezó a trabajar tras un acuerdo en la pasada NAB. Agregó que 'no viene siendo un

mal año', y que con las Olimpiadas y las Elecciones hay 'buenas expectativas'.



Edgar de la Vega y Paul Márquez de Snell

ARRIS  
CONVERGENCE ENABLED  
www.arrisi.com

NO CORRA RIESGOS  
*Piense*  
EN ARRIS

Para conocer más acerca de las soluciones de última generación de ARRIS, visítenos en Expo CANITEC Stand #403, del 30 de Mayo al 1 de Junio del 2012, Expo Mundo Imperial Acapulco México.

## NAHUEL VILLEGAS, EN LA EXPO TELEMUNDO

Nahuel Villegas de Harris estuvo en la Expo Telemundo en medio de un tour de seminarios que incluía Ecuador, Colombia y Puerto Rico, además de los que dieron en el marco de la Expo de México. Pasó a saludar a TV Azteca por la inauguración de los Foros de Azteca Novelas.

En el marco del proceso de venta de la división broadcast, que describió como 'muy transparente', Villegas mostró que 'no pasa nada raro',

sino que el proceso de venta de dicho segmento está en marcha, y que se presentaron más de 100 oferentes, muchos de los cuales se descartaron por querer sólo partes de la división.

Agregó que el cierre del primer trimestre del año fue 'muy bueno', y que las cosas 'van bien y sin sobresaltos' a partir del anuncio de puesta a la venta. Toda la información está disponible.



Sergio Yañez y Nahuel Villegas

## TEKTRONIKS DESTACÓ SOLUCIONES DE MONITOREO



Carlos Becker

Carlos Becker de Tektroniks dijo a Prensario que la reciente Expo Telemundo 'sirvió para que la gente que ya nos conoce, nos busque en el stand de Comtelsat por nues-

tras soluciones de monitoreo e instrumentos'. Becker remarcó la labor educativa que viene generando a través de seminarios con los clientes en diversos países como México y Colombia, que es 'un mercado muy interesante', al igual que Argentina.

También dijo que prepara el viaje al SET de Brasil, ya que 'está viajando allí mucha gente del Cono Sur a la que es bueno recibir'. De ese

país destacó la mentalidad del mercado hacia los temas de monitoreo e instrumentos, donde los técnicos se fijan y preguntan por los detalles.

Desde Tektroniks se está viendo la verificación de archivos, un tema que no todos llevan a cabo. Y para la gente creativa se trabaja con un colorista para armar una infraestructura respecto de los instrumentos y otros temas.

## ICKROM, PROVEEDOR DE TELEVISIA

ICKrom, de Roberto Reyes acaba de festejar sus 10 años en un evento en Galería Plaza, con sus productos de audio y video para radio, televisión, estudios de grabación y hotelería.

Vale destacar que proveyeron a Televisa con el equipo para la última visita del Papa en marzo 2012, para lo cual compraron dos encoders con licencia para MPEG 2 y MPEG 4, y dos decoders. Después de muchas propuestas y dos años de

muestras y gestiones, se pudo llevar adelante el proyecto en conjunto con Adtec, que es manejado por Fernando Monetti.

Se transmitió gran parte desde el Colegio de Miraflores con muy buenos resultados y satisfacción de parte de los usuarios. Quedan pendientes de todo lo que se pueda requerir ampliando los standards al HD.

En su stand de Telemundo ICKrom también



Roberto Reyes de ICKrom y Fernando Monetti

presentó a BW Broadcast, nueva marca de transmisores de TV y procesadores de audio en HD, y Enco, con software para TV y Radio.

## SI-MEDIA LANZA SOLUCIÓN PARA GERENCIAMIENTO BMS

Andreas Panozzo, CTO de Si-Media, anunció el lanzamiento de la aplicación para gestión de medios BMS (Broadcast Management System). 'Es una plataforma integral de software con varios módulos funcionales trabajando en conjunto para maximizar los sistemas de gerenciamiento (MAM, Trafico, Automatización) ya instalados'.

Panozzo explicó que la solución tiene dos tareas fundamentales: la administración de medios de comunicación de flujo de trabajo, y la plataforma de integración avanzada.

'El administrador de medios de flujo de trabajo se encarga de la automatización de las transferencias de activos medios de comunicación entre cualquier origen y destino. Al mismo tiempo, BMS es una plataforma de integración avanzada que proporciona la integración de múltiples sistemas heterogéneos a fin de permitir la comunicación entre sí'.

'Si-Media BMS ofrece para cada sistema de terceros una solución de integración de extremo a extremo capaz de proporcionar una interfaz para los dispositivos más utilizados

de la industria', completó.

El BMS es también un sistema de gestión de nivel empresarial de activos (MAM) con multi-idioma y el apoyo a los contenidos múltiples formatos, incluyendo archivos de video. Basado en la base de datos SQL, permite la personalización completa de la estructura de metadatos y el almacenamiento en una arquitectura distribuida que combina archivos de datos de cinta bibliotecas robóticas y repositorios de disco, maneja proxy, transcodificación, etc.

# Llegó el momento de sorprender de nuevo a sus suscriptores.



SEACHANGE® NUCLEUS™ SOFT BOX GATEWAY. THE MARKET DISRUPTOR.



El "Nucleus" de SeaChange ya está aquí para asegurar que los proveedores de servicios de video puedan dominar el cambio hacia un consumo de medios personalizado dentro del hogar. Lo llamamos Nucleus, pues permite que cada dispositivo del hogar se conecte y comparta todos los medios. Actualmente, trabaja con QAM y está listo para trabajar con IP en el futuro.

Acepte el desafío. Asegure su sitio dentro de los hogares de sus suscriptores.

DVR TOTAL EN EL HOGAR | MEDIOS COMPARTIDOS A TRAVÉS DE DLNA  
TELÉFONOS INTELIGENTES Y TABLETAS UTILIZADAS COMO CONTROLES REMOTOS | Y MUCHO MÁS

Conozca Nucleus en el stand 53/54 de Tepal Expo Convención 2012.



SOLUCIONES DE VIDEO INTELIGENTE EN LA NUBE



www.schange.com

## ROSS: GRAN APUESTA Y CRECIMIENTO EN LA REGIÓN



Neil Hopley, Mike Embry, Juan Carlos Ortolán y Gabriel Menezes

Juan Carlos Ortolán, director para Latinoamérica de **Ross Video**, destacó a **PRENSARIO** tras la Expo Telemundo que todos los grandes clientes de México pasaron por su stand, que formaba un cuadrado con el de **Sistemas Digitales**. Agregó además que se habla de proyectos concretos con ellos.

Ross tiene buena imagen en el mercado y la ventaja de ser líder en switchers de alto nivel, con un costo que permite una gran eficiencia.

Desde que Ortolán se hizo cargo de Latinoamérica, el primer año Ross creció un 40%, el segundo año un 100% sobre eso, y ahora en su tercero espera volver a incrementar en un 50% o 60%.

Su equipo sumó a **Jorge Sobenes**, figura de gran experiencia, para asistirlo en toda Latinoamérica con la salvedad de Brasil y México, mercado donde acaba de tomar un nuevo ejecutivo especialmente para atenderlo en tech support dedicado. También para Brasil sumará un nuevo agente local dedicado que se podría llegar a conocer para SET. Con esto su equipo ya supera las cinco personas para la región, con un gran esfuerzo para Latinoamérica que ya se vio en la NAB donde su stand parecía estar dispuesto para nuestros países.

## PROTAGONISMO DE AJA VIDEO SYSTEMS

Paul Weiser, VP de Ventas y Marketing de **Aja Video Systems**, estuvo junto a **Bryce Button**, Product Marketing Manager, y **Manny Rosado** en la Expo Telemundo, dando continuidad a la gran exposición que está teniendo la marca.

**PRENSARIO** los entrevistó en el stand de **Simplemente**, donde expresaron que Aja está invirtiendo cada vez más recursos en Latinoamérica, junto a resellers como **Simplemente** en México, o a nivel regional con **Videoscope**, con quien tiene un 'excelente acuerdo'. También apuesta a Brasil, con el mismo concepto de localizar soporte y diálogo local.

Acerca de su gran performance en la NAB, donde la marca fue anfitriona un desayuno y la principal fiesta de la Expo de Las Vegas, dijeron: 'La empresa sigue creciendo y nuestra participación allí es una manera de capitalizar el tiempo de trabajo'. En la IBC también estarán organizando un desayuno la mañana del viernes.



Paul Weiser y Bryce Button

## WASP 3D: VANGUARDIA DESDE LOS VIDEOGAMES

**Alan Richards** de **Wasp3D**, estuvo en la Expo Telemundo en el stand de **Artec**, tal como viene haciendo en los últimos eventos latinos e internacionales.

El año pasado tuvo un gran stand propio en Broadcast & Cable, adonde volverán este año, así como lo harán en TecnoTV con **Instelec**, y en Caper con **IplusB**. También estuvo en la NAB, y volverá a IBC y a Broadcast Asia.

En lo que respecta a Brasil, **Globo** transmitirá todas las Olimpiadas y los juegos de fútbol con sus productos gráficos y workflow **Wasp3D**.

**Televisa** de México también utiliza sus sistemas, pero además hay un trabajo de base con canales de provincias o universidades que, desarrollando diferentes productos y funcionalidades, pueden acceder a soluciones completas basadas en **Microsoft** con valores más económicos. Para ello, hay que remarcar el trabajo junto a **Artec** y su academia **CAT** para formar a los nuevos profesionales.

## MIRANDA, LUEGO DEL ACUERDO CON BELDEN

Tras la noticia de la venta de **Miranda** a **Belden**, **Néstor Schpaliansky** estuvo presente en la Expo Cine, Video y Televisión de **Telemundo**,

donde destacó que la compañía fue comprada 'con un valor Premium de 385 millones de dólares', lo cual habla tanto de la sanidad de **Miranda** como del ánimo del comprador, que no tiene otra empresa broadcast en su grupo, con la salvedad de **Telecast** que hace otra gama de productos.

Agregó que es una 'gran empresa de 102 años y 6800 empleados', **Miranda** tiene 700.

Otra novedad fue la incorporación de **Marco Rabadán** como country manager para México.



Néstor Schpaliansky y Marco Rabadán, nuevo country manager para México

## VEAS: VANGUARDIA EN EQUIPOS IP PARA RADIO Y TV

**Veas** expuso en la Expo Canitec, para la industria del cable y en la Expo Telemundo para la industria broadcast, todo en dos semanas consecutivas. Estas dos participaciones tienen que ver con expansión de la compañía en México y otros territorios, donde lleva 16 años vendiendo radio, 8 años en productos para cable y ahora ha comenzado con la televisión abierta, para la que ofrece servidores de video, grabación testigo y delays, además de sistemas de monitoreo de señales y OTT.

Empezaron además a vender los switchers de **Data Video**, los transmisores de **Axcera** y el equipamiento para IPTV de **Sumavisión**.

La idea es que todos los sectores van hacia el IP y **Veas** está muy avanzado en eso. La idea es mostrar también el camino a los distintos jugadores con enlaces IP para 20.000 (no 8.000 como tiene la mayoría de la competencia); ya en radio tienen múltiples ciudades enlazadas.

# yups

NOS GUSTA LO MISMO.

EL CANAL QUE TODOS LOS ADOLESCENTES Y JÓVENES DE LATINOAMÉRICA ESTABAN ESPERANDO



Nuevos estrenos en Yups. Próximamente **FLORICIENTA** segunda temporada, **CASI ANGELES** tercera temporada. Y producciones internacionales como **DANCE, DANCE, DANCE**; **BAXTER** y mucho más!

**YUPS** es puro entretenimiento en la televisión y un mundo de posibilidades en la web.

Distribuido por:

**media networks**

América Latina & Caribe  
Tel: +511 207-4156  
carla.toguchi@telefonica.com

ENTRA A **www.yups.tv** Y SE PARTE DE ÉL!



# FORME PARTE DE ESTA HISTORIA. PARTICIPE EN ABTA 2012.



El mayor encuentro de medios convergentes del país completa 20 años en 2012, en uno de los mejores momentos vividos por el sector. ABTA 2012 trae un congreso con temas relevantes, área de exposición con lo mejor de las tecnologías y del contenido mundial para quienes actúan en el mercado de TV de pago, video bajo demanda, banda ancha y servicios digitales avanzados, además de una amplia oportunidad de network.

## Feria y Congreso **ABTA 2012** Donde ocurre la divergencia.

31 DE JULIO A 02 DE AGOSTO DE 2012 TRANSAMÉRICA EXPO CENTER - SÃO PAULO, BRASIL

Reservas de stand:  
(+5511) 3138.4623  
comercial@convergecom.com.br

Más informaciones:  
(+5511) 3138.4600  
info@convergecom.com.br

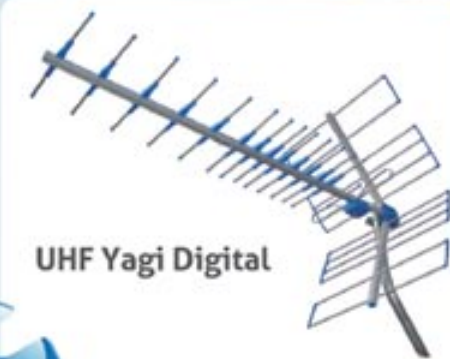
Realización	Organización	Publicaciones Oficiales	Asociados de Medios	Aliados Institucionales

# És fácil reconocer quien utiliza antenas **PRO**

*Innovation*



**super**  
POWER  
UHF Digital HDTV



UHF Yagi Digital



Modulador Adjacente 19"



Amplificador de Linha



Booster UHF  
Doble Voltage  
26dB / 36dB



Extensor de  
Control Remoto



Mesclador



Conectores "F" Compresión



Divisores 1GHz Solder Block



Pinza de Compresión  
RG59 e RG6  
Fechamento 20.3mm



Pinza Pelacable Ajustable  
RG59 e RG6 Ajustável



[www.proeletronic.com.br](http://www.proeletronic.com.br)



Antenas para TDT (Televisão Digital Terrestre)



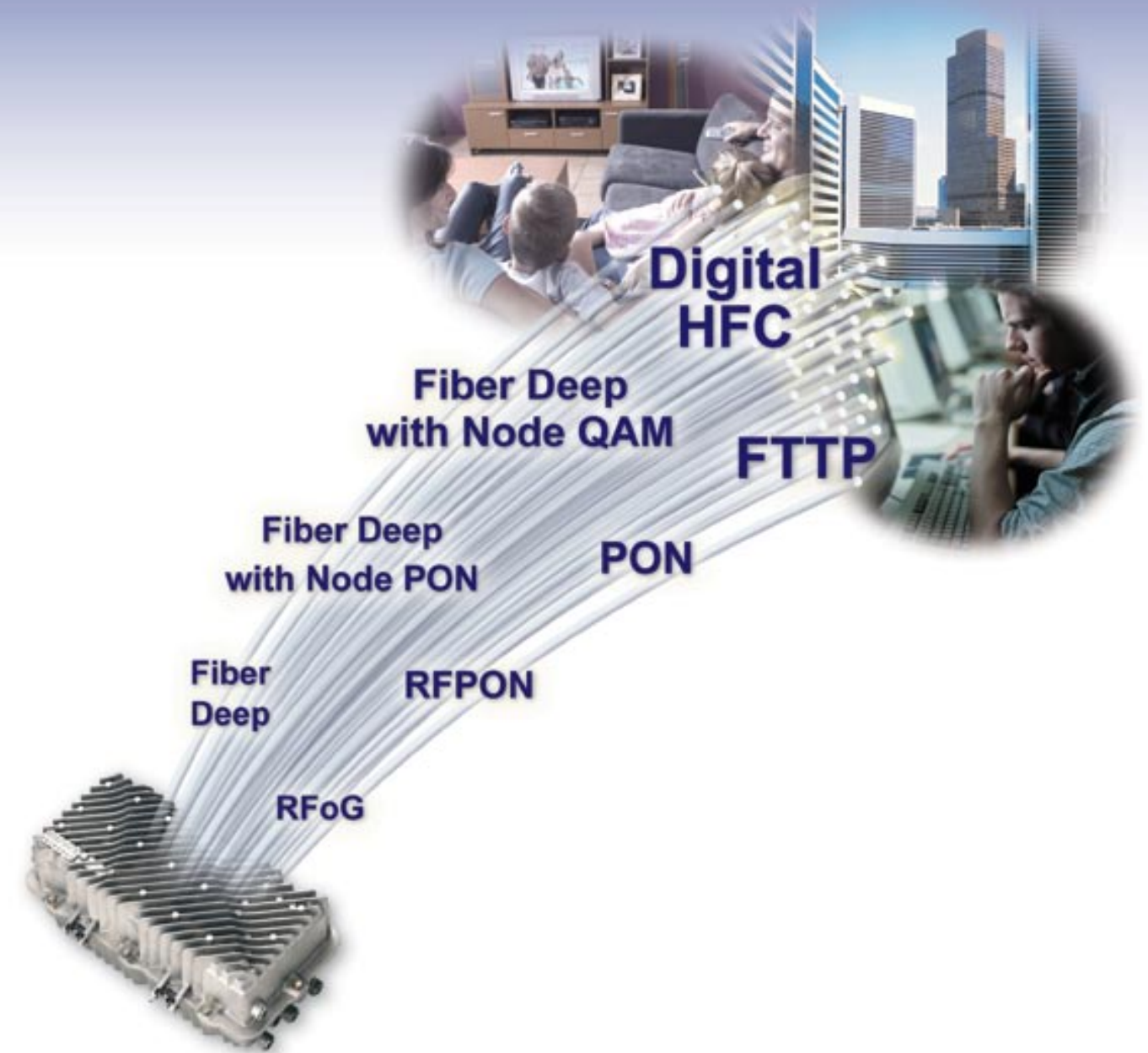
Fabrics 12 39613433



CARTELERA TELEMUNDO



# Breaking Access Barriers



Aurora Networks ofrece soluciones "ideales" de transporte óptico diseñadas para los operadores de cable. Nuestros nodos son una plataforma de acceso probada, optimizada para ampliar el ancho de banda de cada suscriptor y soportar múltiples tecnologías de segmentación (LcWDM®, DWDM, CWDM). Con una innovadora arquitectura Fiber Deep, retorno digital actualizable, tecnologías xWDM de espectro total que permiten futuras implementaciones de CCAP, la exclusiva herramienta de ampliación de capacidad coaxial BitCoax™ (EPoC), RFoG, RFPON (RFoG más PON) y Nodo PON™ junto con soluciones de migración al mundo IP Trident7™, Aurora Networks ofrece soluciones rentables y efectivas para el desarrollo de la industria del cable. Elija Aurora Networks hoy mismo.



*A whole new light, growing brighter!*

www.aurora.com | +1 408.235.7000

**EXTEND YOUR REACH,  
AND YOUR REVENUE.  
FOR UNDER \$1,000.**

The Lindsay Strand-Mounted, Hardened Access Point (SMHAP) is a quick and easy way to extend your plant to previously unavailable business customers and Wi-Fi users for additional revenue. With connection at any power-passing tap or directional coupler, it features high power single and dual radios with multiple secure management, advanced routing and bridging options with DOCSIS or Optical backhaul. From the original manufacturer of strand mounted access points, designed by cable engineers for cable technicians. Starting at under \$1,000. Tough to beat.



**Tough Wireless,  
Optical and RF Solutions.**

www.lindsaybroadbandinc.com

## EVERTZ



Rodrick Smith y No Goyol

Evertz con **Rodrick Smith** volvió a superarse en México con un stand más grande y mucho equipo en exposición, recibiendo a los clientes más importantes del mercado para mostrarles los nuevos sistemas de compresión, el nuevo workflow automatizado y el play out avanzado. Sus soluciones serán exhibidas también en el SET de Brasil, dentro de su paquete digital, pues es la etapa de educar al mercado sobre ellos empujando un poco.

## JVC



Julio Armando Sánchez de Teknoamérica de México y Pedro Mees

**Pedro Mees** de JVC dio una conferencia en la Expo Telemundo y estuvo también presente en el stand de **Teknoamérica**. Remarcó que les está yendo muy bien a México, se concretó eso de volver al mercado que además se va recuperando. Hay mucho interés por sus cámaras 600 y 650, además de empezar con las de 4k.

## LINEAR



**Gustavo Figueredo** de Linear estuvo mostrando elementos de estudio y procesamiento digital y transmisión, campo nuevo para explorar de cara al 2015. Considera que Linear estará en el articulado de los sistemas digitales en México donde ya están iniciando proyectos con el área pública.

Prensario Internacional

## EVS



Alejandro Ríos y Benjamin Marriage

**Benjamin Marriage** de EVS ya está abriendo la oficina en el WTC de Ciudad de México, justamente donde se hizo la Expo Telemundo. Estuvo acompañado de **Alejandro Ríos** que hace cuatro años que está con la compañía. La inauguración de las oficinas será a fin del verano, pues todo está muy ocupado ahora con las Olimpiadas, donde tanto **Televisa** como **Azteca** llevarán servidores de EVS.

Remarcó además que con dos canales chilenos, **TVN** y **Canal 13**, se implementan soluciones de grabación y play out. También con **Medcom** de Panamá hay una gran solución de estudios para Londres.

## TSL



Jeff McNall

**Jeff McNall** de TSL estuvo presente en la Expo Telemundo en el stand de **Amtec**. Fue su primera vez en lo personal si bien la compañía estuvo antes pero sigue la tarea de educar a los clientes. Luego irá a SET junto a **Videocompany**.

## DIGITAL SPECTRUM



Leonardo Cusnir de Si Media y Fernando Monetti

**Fernando Monetti** estuvo presente con **Digital Spectrum** en la Expo Telemundo, representando a **Adtec** para la cual trabaja y otras marcas como **AVP** con **Patch Pannels**, **Promax** con sus instrumentos, **MicroCoax** con cables caros para transmisión de alta calidad (como los de la **Nasa**) y **Teradek** con sus mochilas para transmisión IP. La idea es ir creciendo en todos los mercados.

< 94 >

## NEVION

**Emilio Gañán** estuvo en la Expo Telemundo en el stand de **Excelencia** y destacó que toda la fibra que puso **Televisa** para el centro de noticias que tendrá en las Olimpiadas de Londres es de **Nevion**.



Emilio Gañán

## VISLINK

**Andrew Larsen** destacó en la Expo Telemundo de México que mostró mucho equipamiento en el stand de **Excelencia en Comunicaciones** y que tiene muchos proyectos en México con unidades y tv estaciones del gobierno mexicano, incluso en HD.

## PROVUS

En el stand de **Amtec** debutó en la Expo Telemundo **Provys**, empresa de la República Checa con **Jiri Janiga**, que se ocupa de planear las transmisiones desde el principio al final del proceso. Dice que no ven competencia en la región que haga exactamente lo mismo. Ha empezado con algunos clientes en Chile como **TVN** y **Chilevisión** y eso los animó a avanzar en Latinoamérica. El show fue positivo y se pudo demostrar a **Amtec** la fuerza que se puede tener.



Jiri Janiga

## AVP

**José Carrillo** de **AVP** destacó que la **Expo Telemundo** le sirvió mucho y que a lo largo de los tres primeros días nada más tuvo 127 contactos con proyectos interesantes. Lleva cinco años asistiendo con stand a la Expo de México, la gente ya los reconoce y les da un buen posicionamiento. También iba a estar presente en el Encuentro Regional de Telecomunicaciones.



José Carrillo

# HARRIS

Server de transmisión de almacenamiento integrado y compartido.

## NEXIO AMP



Es una eficiente plataforma de server integrado que aporta un nuevo enfoque de gestión de contenidos digitales. Desde la ingesta hasta la emisión, la plataforma de medios avanzados NEXIO AMP ofrece la flexibilidad y transparencia de formato necesarias para las operaciones de transmisión.

- ⚡ **Menor costo de mantenimiento.** Actualización de codecs y resoluciones sin necesidad de reemplazar el hardware.
- ⚡ **Capacidades y configuraciones flexibles.** Elija la mejor combinación de software y canales HD y/o SD que más se ajusten a sus necesidades, con actualizaciones sencillas para cumplir con los requisitos futuros.
- ⚡ **Confiabilidad al aire.** Proteja sus activos de medios a través de componentes hot-swap redundantes y la protección patentada de almacenamiento RAID para el acceso a video sin interrupciones.

Más información en [www.broadcast.harris.com/NEXIOAMP](http://www.broadcast.harris.com/NEXIOAMP)

Harris International Inc. Sucursal Colombiana  
Carrera 118 No. 98-08 Oficina 501 - Edificio Spazio 98  
Bogotá, DC 110221 - Colombia  
Tel: +57.1.6275701  
Cel: +57.300.6780834  
Fax: +1.321.409.7008

Visítenos en  
**TECNOTELEVISIÓN 2012**  
STAND #18 A  
**25 y 26 de Julio**  
Corferias - Bogotá, Colombia

[www.broadcast.harris.com](http://www.broadcast.harris.com)

Deliver the moment  
Harris Broadcast

## AXON

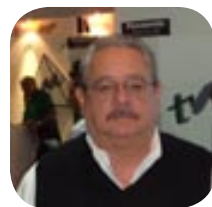


Enrique Gutiérrez de Sistemas Digitales y Johan Lieffers

La reciente Expo Telemundo fue la segunda feria en México para Axon, donde Johan Lieffers destacó que ya tiene buenas perspectivas y un gran soporte en Sistemas Digitales por su gran bagaje técnico. Las ventas están comenzando pero ya se percibe el valor de sus equipos en el mercado. Ahora espera asistir a TecnoTV de Colombia con Instelect de Joaquín Varela, SET Brasil, IBC y CAPER.

## SNELL

Paul Márquez destacó a Prensario que Snell está muy bien posicionada en México y que como novedad pudieron vender el primer Kahuna 360 en todo el mundo al Grupo Televisa. Lo usará para su noticiero principal. Para las olimpiadas compraron el Alchemist que como HD converter se está formando casi en un referente. Globo también tiene el que es HD.



Paul Márquez

## ATEME

Raúl Rivera de Ate-me destacó en el stand de Sistemas Digitales la prueba que está haciendo TV Azteca con el DGCTV. De la misma manera con Televisa los negocios van muy bien y da crédito para el mercado con su solución de contribución 4:2:2 10 bits.



Raúl Rivera

También mencionó otros proyectos con cableoperadores como Cablevisión con David Meza para multiscreen. En otros países como Chile también tiene un proyecto de TV Everywhere con GTD Telefónica del Sur y en Brasil un proyecto de transcoding con Globosat.

Prensario Internacional

## FLUO-TEC: LEDS PARA TODA LA REGIÓN

Fluo-Tec es una empresa mexicana de que además de representar a algunas marcas internacionales como Blackmagic, que fue una novedad de esta Expo Telemundo, con marcas como Tiffen (estuvo Dan Ikeda presentando un estabilizador de cámaras), Domke y Bower en lentes más baratos que los de Canon o Fujifilms.

Destacó su marca propia de Leds que están promoviendo e la región e incluso tienen su representante en Colombia, Seel. Vende en Honduras, Perú, Ecuador y Venezuela, agregó el gerente de ventas de la división profesional Eduardo Cedillo.

En general no va al usuario final, sino que trabaja en todos los estados de la República Mexicana con retailers como Liverpool o Palacio de Hierro.



Eduardo Cedillo y Rodolfo Vergara, director general

## MEDIA 5



Moisés Martíni y Antonio Limas

Media 5 fue la única empresa Argentina que tuvo exposición en un stand de la Expo Telemundo de México con su titular Moisés Martíni, junto con su distribuidor Antonio Limas de Videotone/Proavimex. También trabaja con Corytech. Pudo hacer contactos de radio y TV, especialmente de este mercado.

También estará en el SET de Brasil con Merlin, Pinnacle y Seegma que lo distribuyen.

## SOFRON MEDIA SERVICES/IBS

Softrón Media Services expuso por quinta vez en al Expo Telemundo. Están basados en Bruselas y en Las Vegas para la parte satelital, ofrecen servicios de salidas multicanal e ingestas de video sobre Mac. La interfaz es muy fácil de completar.



David Sánchez-Burr

## EDUARDO AGUILAR EN CANON MÉXICO

Edgardo Aguilar, ex director de Sony Broadcast, es ahora el nuevo country manager de Canon en México. Destacó que vio en la NAB una relevante expectativa con Canon la parte de producción en 4K y para de adquisiciones en HD. También la hay ahora por sus cámaras como la C300 además de los clásicos lentes, donde la parte de cine ha comenzado a crecer. Hay que pensar que en México se filmaron 65 películas el año último.

En México la división broadcast cuenta con un equipo de servicio que incluye dos ingenieros y

una persona de marketing de proyectos, además de contar con el apoyo de toda la oficina del sector de consumo masivo.



Eduardo Aguilar y José Alvarado

Eliminamos sus preocupaciones



En Vidiexco comprendemos sus necesidades, por ello disponemos de un variado y permanente inventario de productos listos para atender sus requerimientos. Consulte a cualquiera de nuestros distribuidores autorizados en Latinoamérica y el Caribe cuando requiera soluciones audiovisuales y servicio técnico especializado.



Distribuidor Maestra para Latinoamérica y el Caribe de Vinten, Sachtler, Oconnor, Petrol Bags y LitePanels  
1420 Celebration Blvd. Suite 305 Celebration, FL 34747 • Tel: (321) 939-0452 • videocomsales@vidiexco.com • www.vidiexco.com

# TECNOTELEVISIÓN 2012 EN LA TRANSICIÓN A LA TV DIGITAL

La edición 2012 de TecnoTelevisión se realiza del 25 al 26 de julio en Bogotá, Colombia, país que se destaca, en la industria de la televisión, por ser el único de la región que adoptó la norma ISDB-Tb para TV digital.

Esta característica hace que el esquema de transición hacia la TV digital no sea el mismo al seguido en otros países y aunque las necesidades son otras, las tecnologías y los objetivos siguen siendo los mismos: crear una televisión digital inclusiva, abarcadora, integradora pero que a su vez debe ser rentable.

Destacaron los organizadores: 'En la transición a televisión digital, nuevos temas aparecen cada año, y Alta Definición ya no es el único foco. En esta migración, las nuevas tecnologías requieren un nuevo enfoque y un nuevo planteamiento para la comunidad de empresas e individuos que participan con su experiencia, equipos e infraestructura en la creación y distribución de contenido para televisión, comerciales, cinematografía electrónica y otros medios digitales.'

El negocio de la televisión está mutando. La aparición de las redes sociales, los Smarts TV,

el video IP, el OTT que compite con el cable y el satélite, hacen que hoy los ejecutivos de la televisión tengan que estar más atentos que nunca a los cambios, a las actualizaciones y a las innovaciones, para poder seguir la evolución del negocio de contenidos.

'El seminario TecnoTelevisión 2012 ofrecerá a sus participantes la información más reciente en el mercado, con ejemplos y aplicaciones reales, cubriendo las áreas de producción 3D, televisión por IP --desde la cámara hasta el televidente, flujos de trabajo, sistemas MAM, la evolución del negocio de contenidos, y cambios tecnológicos e innovaciones y su impacto en nuestro negocio', destacaron desde **LatinPress**, la empresa organizadora del evento.

Se trata de un evento académico y comercial que provee herramientas para las empresas de la industria audiovisual, que se encuentran activas en el ambiente digital. 'En este evento se analizarán los desafíos y oportunidades de la televisión digital desde el punto de vista técnico y de negocios con una perspectiva fresca e independiente', añadieron.

Desde el punto de vista académico cuenta



José Cadavieco Jr. con Edgardo Mosca, de RCN

con presentadores de Estados Unidos, Europa y América Latina, ofreciendo la oportunidad de participar en sesiones de alto nivel informativo, con entrevistas interactivas con los presentadores, a quienes se les podrá plantear los problemas directamente.

El mercado de televisión abierta colombiano está atravesando cambios importantes ya que la autoridad que regula la industria ha sufrido cambios recientemente, y se espera que desde la nueva autoridad se empiecen a reglamentar y dictar nuevas normativas que regulen el mercado.

Si bien las actuales autoridades han expresado su intención de no realizar cambios profundos, existen opiniones encontradas sobre cómo se fiscalizará la industria. En este sentido el panel inaugural de la muestra presenta a **Omar Rincón**, representante de la Autoridad Nacional de Televisión, quien analizará el papel que ejerce la autoridad y los retos para los próximos años.

SONY  
make.believe

## Super 35



NEX-FS100N



F65RS



PMW-F3K



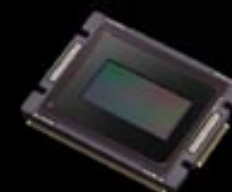
NEX-FS70

## Cinematografía Digital Nace Para Todos

Descubra hoy el futuro en producción cinematográfica y televisiva con la línea de cámaras **Super 35mm** de Sony, el líder en producción digital. La avanzada tecnología exclusiva de Sony, caracterizada por los sensores **Exmor Super 35 CMOS**, combina la mejor calidad de imagen con un control creativo de profundidad de campo, facilidad de uso y portabilidad.

Calidad, rendimiento y funcionalidad, solamente con Sony.

Conozca más de nuestros productos en [www.sonypro-latin.com](http://www.sonypro-latin.com)



© 2012 Sony Electronics, Inc. Todos los derechos reservados. La producción total o parcial sin aprobación por escrito está prohibida.

## CAPTURANDO EL MOMENTO K2 DYN0

*La producción de video en vivo es emocionante, pero usted no cuenta con muchas segundas oportunidades. Su solución de Replay tiene que ser rápida, confiable y fácil de usar. Y K2 Dyno™ es exactamente eso. Es el resultado de conectar a los operadores de "Replay" del mundo real con la experiencia de éxito mundial que tiene Grass Valley™ en servidores basados en archivos.*

más información en: [www.grassvalley.com/products/k2\\_dyno](http://www.grassvalley.com/products/k2_dyno)

Con soporte total para cámaras slow-motion 2K y 3K, operaciones multicámara, key y fill, y clientes K2 Summit/Solo autónomos o conectados a SAN, el Sistema de Replay K2 Dyno está idealmente adaptado para instalaciones de estudio y camiones de producción de deportes SD, HD, e incluso 3D.

DONDE COMIENZA EL CONTENIDO

## TECNO TELEVISIÓN 2012 EN LA TRANSICIÓN A LA TV DIGITAL

## PROGRAMA ACADÉMICO TECNO TELEVISIÓN 2012

## MIÉRCOLES 25 DE JULIO

08:00 – 09:00

PANEL INAUGURAL  
PRESENTACIÓN NUEVA AUTORIDAD NACIONAL DE TELEVISIÓN  
CONFERENCISTA: OMAR RINCÓN, REPRESENTANTE DE LA AUTORIDAD NACIONAL DE TELEVISIÓN

09:00 – 10:00

MODELOS DE NEGOCIO PARA DVB – T2  
CONFERENCISTA: JOSEP VENTOSA, DE ABERTIS TELECOM, ESPAÑA

11:00 – 12:00

SONIDO PARA DVB – T2  
CONFERENCISTA: CARLOS WATANABE DE DOLBY, BRASIL

13:30 – 14:30

ESTÁNDARES DE ILUMINACIÓN PARA GRABACIÓN  
CONFERENCISTA: PABLO SZELEY DE OSRAM, ARGENTINA

14:30 – 15:30

CASO DE ÉXITO  
CANALES DE TELEVISIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA  
CONFERENCISTA: GABRIEL TORRES, DIRECTOR DEL CANAL, MÉXICO



## JUEVES 26 DE JULIO

08:00 – 09:00

PROTECCIÓN DE CONTENIDOS EN LA COMPUTACIÓN EN LA NUBE  
CONFERENCISTA: JUAN DAVID PINEDA DE UNIVERSIDAD EAFIT, COLOMBIA

09:00 – 10:00

PRESENTE Y FUTURO DE LA DISTRIBUCIÓN DE VIDEO POR INTERNET  
CONFERENCISTA: JUAN MORALES DE MULTISTREAM, COLOMBIA

11:00 – 12:00

LOUDNESS PARA TV  
CONFERENCISTA: GILBERT FELIX DE LINEAR ACOUSTICS, BRASIL

13:30 – 14:30

PANEL SOBRE CÁMARAS  
CONFERENCISTAS: ALEX REYES, GERENTE DE PRODUCTO DE SONY CÁMARAS PSLA; NACHO MAZZINI, VP DE VENTAS Y MARKETING; Y REPRESENTANTE DE FUJINON. MODERADOR ANDREW NELLES, GERENTE SENIOR DE MARKETING DE SONY PSLA, ESTADOS UNIDOS

14:30 - 15:30

CÓMO USAR EL VIDEO ONLINE PARA MEJORAR SU NEGOCIO  
CONFERENCISTA: MIKE PETRO DE LIMELIGH, ESTADOS UNIDOS



Yesid Guerra, ingeniero electrónico en Caracol TV



Manuel Riveros, director de Tecnología y Sistemas en Colombiana de Televisión

## AVTECH AMPLÍA SU PORTAFOLIO DE MARCAS

## AFIANZA SU LUGAR EN LA REGIÓN ANDINA

José Enrique Rojano, gerente de AVTech, confirmó a Prensario que la compañía está ampliando su portafolio de marcas. 'Nos aseguramos de ofrecer las mejores opciones del mercado a nuestros clientes, tanto en calidad como en garantía y precios. Esto nos da fortaleza en la región y nos impulsa a hacer el mayor esfuerzo por mejorar.'

'Marcas como Newtek, Williams Sound y TV One nos han permitido posicionamiento y reconocimiento, y la respuesta dada a todas ellas comercialmente, nos ha ganado la confianza de nuevas firmas como Envivio, Volicon, Viewcast, ApppearTV, Blackmagic', añadió.

AVTech ha asistido a la NAB de Las Vegas, sobre la que Rojano afirmó: 'Es siempre muy

interesante asistir a estas ferias, y una excelente oportunidad para confirmar y saber hacia dónde va la tecnología audiovisual. Como empresa pudimos asistir con varios miembros, lo que nos enriquece en conocimiento, y nos permite relacionarnos y garantizar la representación de varias firmas importantes para Colombia y la región, como es el caso de Volicon, Viewcast y Envivio.'

Sobre el desempeño de la empresa en la región, remarcó: 'Colombia por obvias razones es nuestro principal nicho comercial. Sin embargo, para dar respuesta a la clientela fuera de ese país, hemos abierto nuestras



José Enrique Rojano, gerente de AVTech

oficinas en Orlando, y próximamente en Miami para una mayor comodidad de los clientes en la región andina. De esta forma logramos corresponder con la confianza que nos han otorgado clientes de otros países.'



TSL Professional Products Ltd

products@tsl.co.uk

## Control Universal para operadores de vanguardia

## TallyMan

Comunicación eficiente entre equipos

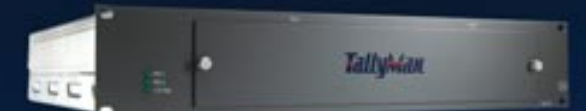
Ideal para:

Estudios  
Vehículos de Producción  
Cabeceras Remotas



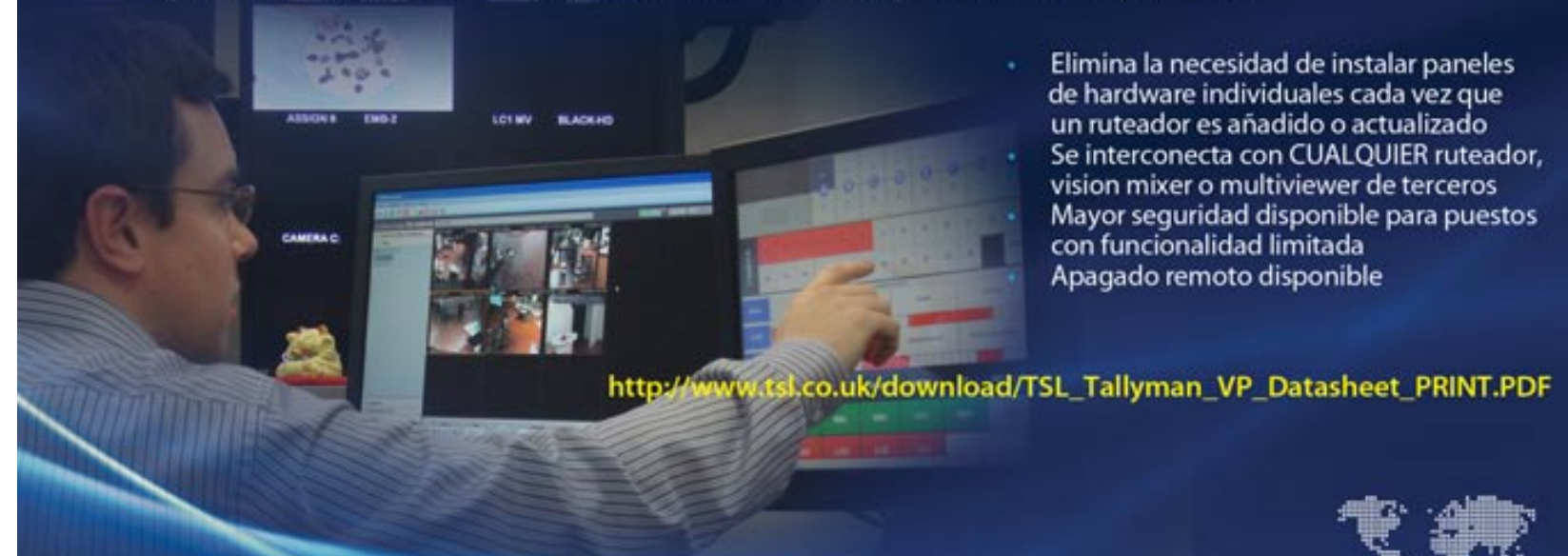
- Proporciona una vía de comunicación fluida entre los equipos
- Configura los componentes de hardware según las preferencias definidas por el usuario
- Fácil mapeo de Tallys, mnemónicos y vías de ruteo
- Sencilla edición con tan sólo "arrastrar y soltar"
- Se interconecta con todos los mixers, multiviewers y ruteadores conocidos

<http://www.tsl.co.uk/download/TSL-TallyBrochure.pdf>



## NUEVO TallyMan Virtual Panel

El TallyMan Virtual Panel con pantalla táctil, está diseñado para simplificar el control de ruteadores con múltiples I/Os. La intuitiva interfaz de usuario, está diseñada para estar más en sintonía con las necesidades de operadores creativos, tales como Directores, Productores, Operadores de EVS y Gráficos.



[http://www.tsl.co.uk/download/TSL\\_Tallyman\\_VP\\_Datasheet\\_PRINT.PDF](http://www.tsl.co.uk/download/TSL_Tallyman_VP_Datasheet_PRINT.PDF)

- Elimina la necesidad de instalar paneles de hardware individuales cada vez que un ruteador es añadido o actualizado
- Se interconecta con CUALQUIER ruteador, vision mixer o multiviewer de terceros
- Mayor seguridad disponible para puestos con funcionalidad limitada
- Apagado remoto disponible

Soluciones para Monitorización de Audio, Sistemas de Tally y Gestión de Energía

Para hablar con TSL directamente, por favor contáctenos: E-mail: [products@tsl.co.uk](mailto:products@tsl.co.uk) Tel: +44 (0)1628 676 221



## AccuWeather: SOLUCIONES PERSONALIZADAS PARA MEDIOS

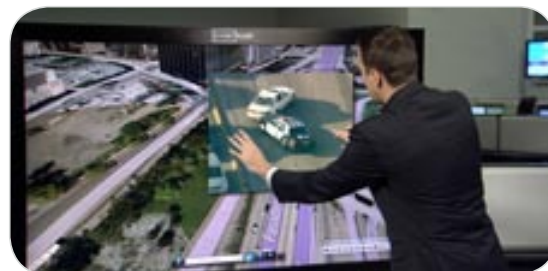
AccuWeather es una compañía global de información climática, que provee pronósticos a cada hora para más de 2,7 millones de locaciones alrededor del mundo, así como contenido personalizado y presentaciones de video, disponibles para smartphones, tablets, sitios de Internet, smarTVs y aplicaciones, además de los medios tradicionales.

También es un desarrollador de sistemas y aplicaciones, incluyendo el nuevo StoryTeller, un sistema interactivo de pantalla táctil que coloca todos los elementos noticiosos, de deportes, tránsito, finanzas, clima, al alcance

de los dedos.

Fundada en 1962 por Joel N. Yers, AccuWeather también entrega una amplia gama de soluciones personalizadas para empresas de medios, negocios, gobiernos e instituciones, así como también noticias y contenido del clima y video para más de 50.000 sitios, incluyendo **The Wall Street Journal**, **CBS News** y **The New York Times**.

AccuWeather despliega sistemas en alta definición y servicios de canales del clima 24x7, que ya se utilizan en varias áreas de Latinoamérica. 'Nuestro objetivo es hacer crecer nuestra red



StoryTeller, sistema de pantalla táctil

de afiliados entre regiones y dar a conocer el StoryTeller a más broadcasters', destacaron desde la compañía.

Sobre la Expo Tepal, a la que asistirá con sus representantes, remarcaron: 'Es bienvenida la oportunidad de compartir nuestros sistemas y servicios climáticos con la amplia audiencia de las compañías líderes en tecnología y proveedores de servicios que atienden esta convención.'

## BRAINSTORM, TECNOLOGÍA PARA LA TRANSMISIÓN DE ROLAND GARROS

Brainstorm Multimedia anunció que IDS, una división de SMT, ha utilizado el motor de render 3D en tiempo real para sus gráficos en el campeonato de tenis de Roland Garros 2012, realizado en París.

Sus sistemas gráficos utilizaron eStudio, el motor de gráficos 3D en tiempo real más rápido de la industria, para la generación y emisión de todos los gráficos tanto de marcador como estadísticos utilizados durante el torneo por France 2, France 3 y France 4 en su producción de Roland Garros.

Estos gráficos fueron producidos en hasta

siete partidos simultáneos, y emitidos en francés e inglés en tiempo real. Estos mismos gráficos fueron reutilizados por broadcasters de todo el mundo.

La cobertura de Roland Garros alcanza más de 170 países, por parte de 137 broadcasters. El servicio de grafismo fue proporcionado por IDS en colaboración con IBM, Oficial IT Partner of Roland Garros. IDS es un business partner de IBM, y en este evento preparó y configuró los sistemas de grafismo y proporcionó el personal necesario para la operación y gestión de la producción.

IDS utilizó el motor de eStudio V12, la ver-



Carlos Morett en la Expo Telemundo

sión más reciente de eStudio, capaz de cubrir prácticamente todas las necesidades gráficas de broadcasters de todo tipo.

### PRESENTE EN TELEMUNDO

Carlos Morett de Brainstorm, dijo a PRENSARIO en la Expo Telemundo, que durante la convención pudo hacer los seguimientos de las operaciones importantes con los clientes, iniciada en la NAB.

## TV GLOBO ADQUIERE PATCH BAYS 3G DE CANARE

Canare proveyó 120 patch bays 32MD-ST-4U 3G a TV Globo, para la actualización de dos instalaciones, y tiene programados algunos más para la segunda mitad del año.

Estos paneles son contruidos con la última tecnología para SMPTE 424M en patching 3G, con jacks de video utilizando la tecnología Rotary Switch, un switch diseñado especialmente para el uso en señales de alta frecuencia.

Diseñado en Japón, los jacks de video de Canare, tanto en WECO como en mini configuración, ofrecen a los broadcasters en la región,

una opción superior para conectividad dentro de su infraestructura. Utilizados en instalaciones broadcast en EEUU y Japón, estos patch panels ofrecen la última tecnología 3G.

El 32MD-ST-4U es un patch bay de 75 Ohm de escala, con un tamaño mediano. Los jacks de video permiten una utilización más eficiente del espacio en el rack. Los nuevos paneles 4RU (unidad de rack) se sumaron recientemente al catálogo de Canare. Los jacks de video duales utilizados en los paneles son MDVJ-STW, 75 Ohm, tamaño mediano con puertos BNC hechos de

una aleación de aluminio ultra liviano.

'Canare utiliza sus propios jacks de video, favoreciendo las actividades de mantenimiento y evitando los períodos de garantías para usuarios finales que tendría si tercerizara esto', explicó Rick Fernandez de Axxion Consulting, representante de Canare en Latinoamérica.



Fernandez de Axxion Consulting

## Entre en el Juego

a una fracción del costo de la competencia



3Play™  
425

Los sistemas de cámara lenta y repetición instantánea 3Play™ de NewTek le permiten brindar una cobertura al estilo de la Copa del Mundo, ya sea que esté creando un momento o examinando una jugada controvertida, la tecnología de cámara lenta interpolada de NewTek le ofrece una repetición fresca, con precisión y flexibilidad durante todo el proceso de cobertura.

- Servidor de repetición instantánea con 6 canales que soporta grabación simultánea de hasta 4 fuentes y 2 canales completamente independientes para reproducción.
- Upconvert y downconvert en cada canal.
- Grabación en 100 Mbit full HD.
- Soporte completo para video progresivo en todos sus frame rates incluyendo 24fps.
- Timcode Linear (LTC) para una captura perfectamente sincronizada de todas las fuentes.
- Importación y exportación de clips en una gran variedad de formatos.
- Listas de reproducción múltiples.
- 2 unidades de rack.



# ENCUENTROS REGIONALES, OPORTUNIDAD DE CAPACITACIÓN PARA LOS PEQUEÑOS OPERADORES

Del 26 al 28 de junio en Rosario, Santa Fe, se realizó el Encuentro Regional que, con la organización de **Jorge Jacobi**, se destacó por el nivel de capacitación que ofreció para los pequeños operadores, que este año completó seis seminarios, dos talleres y dos workshops, además de la expo comercial con 40 stands.

Si bien se suele escuchar que los participantes que concurren a este tipo de reuniones de la industria desearían mejorar cada vez más el nivel de los visitantes, cabe destacar que estas convenciones permiten a muchos operadores pequeños, que no pueden asistir a los grandes centros para escuchar las experiencias de los actores más importantes de la industria, encontrar el ámbito adecuado para capacitarse, conocer los avances tecnológicos y las tendencias de una industria tan cambiante.

Desde el punto de vista comercial, los pequeños y medianos operadores tienen una realidad totalmente distinta a los MSOs. Los grandes proveedores internacionales también sacan provecho de este tipo de encuentros al conocer de cerca las necesidades de estos clientes, convirtiéndolos en un punto de encuentro indispensable para cualquier industria.

Como prueba de esto, el salón Paraná de las Palmas estuvo colmado de asistentes dispuestos a escuchar todos los seminarios, desde arquitecturas de fibra a la casa, a la comercialización de servicios digitales para cable, pasando por la producción de TV Digital.

En estos seminarios se escucharon las experiencias de operadores que se digitalizaron y montaron nuevos servicios sobre su red, experiencias de operaciones pequeñas y medianas que demostraron



**Eduardo Maurino,**  
presidente de CACPYP



**Digitalizar: Michel Bonet, Maria Victoria Riva y Leandro Gómez Guerrero**

que no hace falta ser un gigante para ofrecer servicios de punta a los abonados.

‘Pudimos contar nuestra experiencia de FTTH en la ciudad de Neuquén y cómo hicimos para poder lograr esa red’, comentaba uno de los disertantes.

Como se dijo anteriormente este tipo de encuentros sirve también para ver nuevas tendencias, como con el seminario Implementando IPv6 en operadores de TV por Cable, también se analizó la oportunidad de ofrecer TV Everywhere, Internet de banda ancha, telefonía, interactividad y HD 3D, que son sólo algunos de los nuevos desafíos que enfrentan los operadores, que muchas veces sienten que la inversión que deben realizar para ofrecer este tipo de servicios es demasiado elevada para la renta que generan.

Existen diversas soluciones que permiten, por medio de asociaciones estratégicas, brindar estos servicios. Tal es el caso de **CorssFone** que, presentó sus servicios con un workshop sobre plataforma de gestión de telefonía sobre redes IP. ‘Nos vamos muy contentos con los resultados que obtuvimos. Cumplimos el objetivo de conectarnos con el resto del interior y nos dimos cuenta que nuestra empresa tiene muchos servicios y productos para ofrecer, y es justo lo que los operadores del interior están necesitando’, remarcaron sus ejecutivos.

Otra de las soluciones presentadas fue la de **Qubit**, que de la mano de **PlayTres** de **Alfredo Revello** llega a los operadores del interior, se trata de una plataforma de servicios de video IP que se integran mediante un servidor al head-end del operador para ofrecer servicios de TV everywhere con marca blanca.

Para los operadores más pequeños ofrecer servicios de banda ancha, con servicios montados sobre IP suele resultar muy costoso, Interlink, representante de **Casa Systems**, presentó servicios de tecnología DOCSIS 3.0, a un precio accesible, algo que tuvo mucho éxito entre los presentes.

## LA EXPOSICIÓN COMERCIAL

Los Encuentros Regionales han venido creciendo año a año esta vez se mantuvo la tendencia. Representantes de las principales cámaras y asociaciones de cableoperadores estuvieron presentes, como la gente de **Red Intercable**, que a su vez estuvo exponiendo su solución de cable digital, el presidente y los principales socios de CACPYP, la cámara que nuclea a los cableoperadores PyME.



**Jorge Jacobi** organizador de los Encuentros Regionales



**Corte de cinta: Jorge Jacobi** junto a **Claudio Demarchi** (Municipalidad de Rosario), **Juan José Sarasola** (Ministerio de la Producción de Santa Fe) y **Ariel Grazier** (CABASE)



**Interlink: Raul y Eduardo Malisani, Emiliano Bonansea, Grant Bloom, y Hernán Martínez**

Dicha asociación estuvo representada por su presidente, **Eduardo Maurino**, quien destacó a Prensario el trabajo que se viene desarrollando desde la cámara, fundada dos años atrás. ‘Nuestros socios están presentes en casi 300 localidades, con más de 200.000 abonados y 150 operadores. Tenemos socios desde Ushuaia a la Quiaca. Trabajamos en la problemática del pequeño operador, tratando temas como la televisión digital, la división de señales, o la piratería satelital’, remarcó.

‘Hemos hecho presentaciones ante la CNC, el Afsca, y defensa de la competencia. Nuestro objetivo es ayudar a que los pequeños operadores tengan un canal de comunicación y que sean escuchados por las autoridades y sean tenidos en cuenta a la hora de tomar decisiones que atañen a toda la industria’, completó.

## IP HEADEND



PROCESADOR SCRAMBLER



IP QAM



ASI/IP CONVERTOR

El mayor proveedor de TV digital e Internet por cable en la República Dominicana



## NEXTV SOUTH AMERICA SUMMIT DE DATAXIS: NUEVAS Y DESTACADAS FIGURAS

NexTV South America Summit se realizó del 12 al 13 de junio en el Hotel Pestana de Buenos Aires, con la organización de **Ariel Barlaro** y **Dataxis**, y con **Prensario** como Media Partner.

Esta edición volvió a aportar grandes figuras y empresas que no se ven habitualmente en los eventos de TV paga, desde las cooperativas que están implementando IPTV en este momento, los que empiezan con FTTH, grandes protagonistas como **Claro**, y temas como OTT y SmarTVs, que por primera vez aparecen como posibles nuevos generadores de ingresos con **LG**.

Además, se dio un lugar destacado al desarrollo de la TDT, para lo que se invitó a representantes de su implementación en el gobierno argentino, además de ejecutivos de **Artear**.

La concurrencia a estos seminarios donde todo está puesto en función de lo formativo, incluso las mesas de los auspiciantes, fue de 200 personas permanentes. Hubo también muchos programadores que iban a ver nuevos clientes, operadores de cable de Argentina, Uruguay y Chile, que en algunos casos dieron conferencias destacadas como **Davitel** de Neuquén, **Cable de la Costa** de Valparaíso o **Red Intercable** -- con introducción de **Prensario**--.



Sandra Conejos de Amino



Kirsy Valles de Envivio



Rohit Mehra, Tryggve Arveschoug  
y Bruno Bellantuono de Conax

charlas como para hacer negocios en un ambiente propicio.

### AGENDA DE PUNTOS ALTOS

El evento comenzó con **Darío Oliver**, presidente de **Catel**, la cámara de cooperativas de Argentina, que está encarando su proyecto de IPTV bajo la marca **Crear TV**. Siguió **Mario Carranza** de **Davitel** de Neuquén, quien afirmó que para diferenciarse de los competidores, se decidió saltarse el Docsis 3 y pasar directamente a una red PON con fibra óptica al hogar.

Por otra parte, **Eudes Benítez** y **Milton Amarilla** de **Copaco**, hablaron de IPTV en Paraguay. Fue muy importante luego tener a **Pablo Astudillo** como gerente de **Claro** los dos días.

Del lado gubernamental argentino, participó **Emmanuel Jaffrot**, secretario técnico de **Argentina Conectada**. Y se destacó la presencia de **Eduardo Bayo**, director de Tecnología y Operaciones de **Artear**.

**Red Intercable** tuvo su exposición enfocada en la solución **DBox** para digitalización de PyMEs dentro de su alianza estratégica de 150 operadores, que une 300 localidades. Está por lanzar **Dbox Play** y tiene **Dbox prepago**. Estudia set top boxes híbridos para tecnología no lineal.

El segundo día contó con la presencia del Ing. argentino **Gerardo Pemán** de **Cable de la Costa** de Chile, de la zona de Valparaíso. Habló sobre las oportunidades para los cables chicos en su país, donde se saca una licencia de TV en 45 días. Tiene que competir con los sistemas satelitales (incluida **Entel**), telefonía celular, TV abierta (pronto con TDT) y lo demás. Ve demanda de servicios en las clases más bajas y en el público mayor. Perteneció a **TV Cables** de Chile, pero la toma de decisiones es lenta.

Como novedad, en esta edición estuvo **Manuel Altman**, responsable de generación de contenidos para SmarTV de **LG**. Tras el almuerzo, volvió la participación estatal con el responsable de TDT **Oswaldo Nemirovski**, que dio lugar a los

fabricantes de los STBs: **Juan Manuel Baretto** de **Coradir**, **Luis Piñero** de **Microtrol** y **Luis Tombo** de **Zoi-trón**, estos dos parte de una UTE. **Wálter Racca** de **Coop-tel** de Morteros recordó lo que es **Catel**.



Ariel Barlaro, organizador  
de NexTV

### EMPRESAS PATROCINANTES

Del lado de las empresas de tecnología, expusieron **Rohit Mehra** de **Conax**, **Gustavo Lerner** de **Verimatrix**, **Thierry Martin** de **Nagra**, y **Arnoult Lannuzel** de **Broadpeak**.

Por su parte, **Sandra Conejos** de **Amino** habló sobre OTT, estuvieron **Fabiano Botoni** de **Irredo**, **Kirsy Valles** de **Envivio**, **Leonardo Gioino** de **Minerva** que volvió a referirse a TV Everywhere, **Eduardo Jedruch** de **Supercine TV** de Rafaela, y completó **Diego Rodríguez** con **Moviecity Play**.

De parte de las señales, la primera fue **DW** de Alemania con **David Ecker**, que explicó su estrategia multimedia para Latinoamérica y sus principales programas. Lo siguieron **Turner** y **MTV/Viacom** con sus estrategias de TV Everywhere y los ganadores en el despliegue.

Para finalizar, la organización confirmó que **NexTV** tendrá su continuidad en el Hotel Intercontinental de Polanco, México DF, del 3 al 4 de octubre.



Alejo Smirnoff de Prensario



Fabián Di Cicco de Red  
Intercable

**SES**  
your satellite company

La nueva SES

## donde las audiencias se multiplican via satélite

Sus oportunidades de negocios dependen del crecimiento de su audiencia. Expandir su alcance a todos los rincones mediante nuestra flota global de más de 45 satélites. Como líder en el sector de plataformas de radiodifusión, difundimos 6.000 canales a más de 245 millones de hogares en el mundo entero. Desarrolle y amplíe sus oportunidades de negocios con nosotros.

Visitemos a [www.ses.com](http://www.ses.com) o escribanos a [latinamericasales@ses.com](mailto:latinamericasales@ses.com)



## LG Y EL ADVENIMIENTO DE LOS SMART TVs

Manuel Altman, responsable de generación de contenidos para SmarTV de LG, destacó que en Argentina hay 1,2 millones de suscriptores satelitales y 1,1 de VOD entre web, SmarTV y Mobile.

LG hace foco en el nivel local. Tiene tiendas como Netflix, Claro, CDA, Wealth3D y pronto On Video, Moviecity Play, Cubit, Slow Channel y SundayTV (Terra). Los convenios son 30% a 70% de las ventas con los partners, que son los que recaudan.

No generan contenidos propios sino alianzas. Se generaron cinco pilares de contenido con medios de comunicación, online, juegos, servicios y brands.

Tiene el magic control como el de una wii, o se maneja desde un celular sobre Android, iPhone o Blackberry. Se vendieron 262.206 aparatos el último año, ya casi el 30% de la venta de los televisores lineales. Está empujando al 3D y permite flujo de ese contenido en auge. Dice que termina de devolverle el lugar protagonista al televisor.



Manuel Altman

## MINERVA: TV EVERYWHERE

Leonardo Gioino de Minerva, compañía con 15 años de despliegue, volvió a referirse TV Everywhere. Remarcó que el 40% de los usuarios finales está dispuesto a pagar por recibir contenidos en los dispositivos móviles, y planteó cómo hacer eso rentable. Muchos broadcasters americanos vieron el hecho de monetizar y fidelizar, con seguridad y dándole movilidad. La monetización primero se hace con VOD y modelo de suscripción, y volvió a activarse el tema publicitario.

Las empresas celulares son las que más empujan este modelo. Otro caso es el de Facebook, que tuvo un rol importante. VTR de Chile con Bazuka lo mostró, y Claro y Telefónica también hicieron lo suyo. El impedimento está en el contenido: Adaptive streaming para los distintos dispositivos ya es algo real y Avail-TVN tiene 320 títulos para ver de esta manera. Los mismos broadcasters dan acceso a contenido para catch up TV. Lo importante es tener contenido local y poder personalizar las pantallas.



Wálter Racca de Morteros y Leonardo Gioino

## DEUTSCHE WELLE: FUERTE APUESTA AL ESPAÑOL



David Ecker

El segmento dedicado a señales de NexTV South America Summit, tuvo a Deutsche Welle de Alemania en un lugar destacado, señal que además tuvo su mesa de trabajo junto a la entrada del salón de conferencias.

La presentación estuvo a cargo de David Ecker quien explicó la estrategia multimedia para Latinoamérica. Dijo que la región 'es una prioridad', y que a nivel mundial tiene más de 4.000 socios.

Hoy DW genera programación en inglés, alemán, árabe y español. Ecker afirmó que la regionalización es muy importante para la empresa. También dijo que el porcentaje de presentadores latinoamericanos se invirtió respecto a los españoles.

En cuanto a contenido, Euromaxx es su programa estrella, desde ahora empieza Todo Gol con la Bundesliga, y destacó Claves y Enlaces.

El sitio web de **Prensario** para agencias de publicidad, centrales de medios y clientes directos

**LatinAdSales.com**

# DESDE LA CABECERA HASTA EL HOGAR



TVC OFRECE SOLUCIONES QUE GENERAN INGRESOS...

## Sistema de Boletín: La Solución Confiada para Notificaciones Dentro del Navegador



www.perftech.com

**PERFTECH**

Llegue a cualquier suscriptor, donde quiera que naveguen

- Aumente la interacción con sus abonados enviándoles mensajería directa dentro del navegador
- Mantenga a sus abonados informados, comprometidos, y sensibles
- Anuncie nuevos productos, servicios, y promociones
- Envíe alertas de tiempo crítico concerniente a utilización de ancho de banda, infecciones de virus, y otros asuntos de servicio
- Ahorre dinero y genere nuevos ingresos con aplicaciones del Sistema de Boletín



salescala@tveinc.com www.tvclatinamerica.com

Entregando Productos, Conocimiento, Servicio y Experiencia

## LAS COOPERATIVAS, LISTAS PARA IPTV

La edición 2012 de NexTV South America Summit dio un lugar destacado a las cooperativas, que están entrando en el negocio de IPTV.

Tal es así, que el primer orador del evento fue **Darío Oliver**, presidente de la Cámara de Cooperativas, **Catel**, que está encarando su proyecto de IPTV con su alianza **CrearTV**, para tener más masa crítica en la compra.



Alejandro Vivier y Gabriel Alvarez de CoopSAR, Sarmiento, Chubut



Walter Catalano y Gabriel Casaliggi, Cooperativa Balán

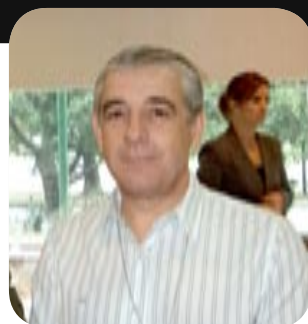
Resumió todas las maneras de ver TV, incluyendo aquellas bajo demanda y OTT (**YouTube, Netflix, Arnet Play, On Video, Vicoo, Qubit, Vesvi, CDA, Moviecity Play y ESPN Play**), y Catch up TV que dan **Telefé y Canal 13** de Buenos Aires. Entre los dispositivos ya figuran STB nuevos como **Google y AppleTV**.

A la TV Social denominó la segunda pantalla. El 74% de los que tienen banda ancha ve TV con su dispositivo móvil, el 37% regularmente, y una tercera parte hace comentarios en las redes sociales. La solución de **Catel** tiene acceso a OTT pero será complementario y habrá desarrollos de TV pero con sabor local, HD y los 16 canales de TDA (TDT, todo con middleware de **Minerva**).

Como mensaje a las cooperativas dijo que tienen que retomar la iniciativa y hacer las inversiones necesarias. El 5 de julio la Cooperativa de **Santa Rosa** inaugura su servicio de televisión por cable con la Ley actual de Medios con red fibra coaxial. Espera que sea el puntapié final para que se destraben otras licencias. Está todo listo en **Gobernador Gálvez, Telpín** de Pinamar y **Morteros** de Córdoba.

En su exposición, **Walter Racca** de **Cooptel** de Morteros, dijo que hace 20 años que quieren dar televisión, que sólo 20 tienen licencia. Ahora ya empezó a poner FTTH sin dejar de usar el cobre que ya tenía.

Hoy **Cooptel** ofrece 5 megas y el objetivo es llegar a 20 megas para IPTV y VOD. En conjunto



Darío Oliver de CATEL/CrearTV



TelViso: Horacio Vitullo, Carola Partarrie, Diego Mennear, Adrián Domini y Marcelo Paredes



Mario Durante y Oscar Grasso de Azul

en **Catel** compraron **Minerva, Verimatrix y Edgware**, la ingesta para VOD se hace en un solo punto (**Del Viso**) y luego se transfiere a los demás. También hay algo de widgets y OTT. Entre las fortalezas ubicó la atención 24 horas contra la falta de banda ancha. Refiriéndose a su razón de ser como cooperativa, remarcó que 'un excedente no es un lucro'.



Eudes Benítez y Nilton Amarilla

El mercado ilegal lo consideran en el 50%, originado por el DTH, y esperan que los proveedores de contenido actúen en ese sentido.

## COPACO, PARAGUAY PARTE CON IPTV

Otro momento destacado de NexTV South America Summit tuvo a **Eudes Benítez** y **Nilton Amarilla** de **Copaco** Paraguay, a cargo de una conferencia sobre el despliegue de IPTV en su país, que opera desde junio pasado.

**Copaco** es una compañía de telefonía básica alámbrica con un índice de penetración bajo para Latinoamérica, a la que luego sumaron Internet y ahora IPTV. Benítez precisó que 'tiene la interactividad de la que carecen otros protocolos'.

Explicaron que tuvieron que readecuar la

red de telefonía con **Zte** de China. Se trata de una única red multiservicio, con la última milla para ADSL2+. En Paraguay la TV no superaba el 12% y ahora con **Claro** llega al 15%, por lo que hay expectativas para su cobertura nacional, incluso compitiendo con **Cablevisión** en Asunción.

El servicio incluye SD y HD, televisión diferida, VOD, Mosaicos, correo electrónico, música, contenidos de Internet, TV y publicidad. Se apuesta a que cada cliente tenga un mínimo de 10 megas. OTT lanzarán este año.

El mejor distribuidor de productos de CATV y telecomunicaciones, IPTV, FTTH, GPON, GEPON, DTH, VoIP, WI-FI y WIMAX en América Latina. Tenemos las grandes marcas que nos respaldan.

ADTRAN	Emerson	Quintum
Alpha	Erico	Regal
AM communications	Fluke	Raisecom
Amino	Gilbert	Ripley
ANRITSU	GMP	Senior
Arris	Hellermann Tyton	Sumitomo
Asoka	Hollan	Superior
Blonder Tongue	IBBS	Suttle
CableAML	JDSU Acterna	Telect
Canusa	Larus	Telelynx
Channell	Lemco	Thomas & Betts
Cisco	Lindsay Electronics	Times Fiber
Clearfield	Maclean / Joslyn	Transition
Comtrend	National Strand	Vecima Networks
Corning	Netgear	Vericom
Draka	PLP	Viking-Satcom
		Wire World



Inventario permanente: una manera de mostrarle que **trabajamos donde Usted trabaja.**

+1 901 866 5116 | www.ptsupply.com | Your Supply Chain Partner

## ARGENTINA CONECTADA Y TDT, DESTACADOS EN NEXTV 2012

En NexTV también hubo un espacio importante para el sector gubernamental argentino. El primer día para **Argentina Conectada**, y el segundo para TDT. **Emmanuel Jaffrot**, secretario técnico de Argentina Conectada, destacó que hay un combo de políticas públicas con fines de inclusión social a través de la tecnología.

Tal fue el caso de la Televisión Digital Abierta (TDA), hoy con 40 estaciones funcionando y para fin de año se espera duplicar. O el proyecto **BACUA**, que es el banco de contenido audiovisual nacional para el proyecto de TV digital.

Jaffrot afirmó que el uso de la tecnología 'pasa por la adquisición de nuevos derechos que sólo el estado le puede dar'. Explicó que se trabaja con muchas PyMEs, cooperativas y les cuesta encontrar un proveedor que dé tarifas para ellos, viendo última milla y redes metropolitanas para definir una demanda a nivel país y crear escala para los STB.

El segundo día, dedicado a la TDT, contó con la presencia de **Oswaldo Nemirovski**, quien adelantó que la TV digital que es un 'nuevo paradigma' para la TV y más impor-

tante incluso, que la llegada del color, ya que donde antes se podía ver una señal, ahora se ven 16.

Se repartieron 1,18 millones de conversores, pidieron 680.000 y con eso se termina la primera fase. Se habrían vendido 300.000 televisores con los receptores incorporados, para jubilados. Se busca también interactividad con el Middleware **Ginga**, desarrollado en Brasil. El uso de los 6 Megahertz es primero por los canales analógicos, luego los generados por CDA y finalmente para sistemas de alerta como anti-sismo o avisos médicos.

Luego, expusieron los fabricantes de los STB **Juan Manuel Baretto de Coradir**, **Luis Piñeiro de Microtrol**, y **Luis Tombo de Zoi-trón**. **Baretto** dijo que Coradir negocia con cableros para otro tipo de cajas y que tiene proyectos firmes de exportación.

Por su parte, Piñeiro dijo que todas las cajas vienen con el Ginga, con el apoyo de **Videoswitch**, y HD. Destacó que tienen un bajo nivel de fallas y se los atiende desde el call center con 800.000 llamadas mensuales, con apoyo de las camionetas de TDA.



Emmanuel Jaffrot



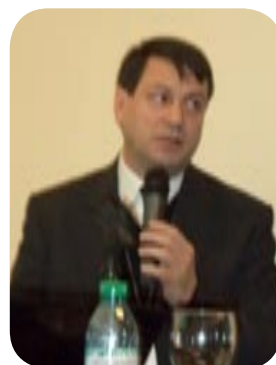
Oswaldo Nemirovski



Juan Manuel Baretto de Coradir, Luis Piñeiro de Microtrol y Luis Tombo de Zoi-trón

Tombo agregó que las cajas serán integradas con TDT y VOD para la televisión IP. El STB lo considera siempre de transición. Opciones televisivas son el Close Caption, servicio de señas o la audiodescripción.

## ARTEAR: PLANTA PROPIA PARA TRANSMISIÓN DE TDT



Eduardo Bayo

**Eduardo Bayo**, director de Tecnología y Operaciones de **Artear**, estuvo en el evento de NexTV para hablar sobre la TDT. Afirmó que a la empresa le fue asignado el canal 33 y que está yendo a una planta transmisora propia de tiempo completo.

**Canal9** pudo acordar con el gobierno algunas repetidoras, lo que parece imposible para ellos por ser parte del **Grupo Clarín**. Aceptó que la TDT 'no es negocio, sino sólo gasto'.

Otro punto en el que **Artear** trabaja es el sistema de compresión para la transmisión de la señal de HD (tiene un año). En cuanto a protección de contenidos, su equipo estudia MAMs para conservar programas en máxima calidad

y recuperar archivos históricos.

Sus contenidos van hasta el usuario final online con todas sus señales, **TN** y **El Trece**, por streaming. En cuanto a la cobertura satelital, sube **El Trece HD**, **TN HD** y sus seis señales analógicas, pero se buscan generar en 16:9. Para eso se reequiparon las cámaras (casi 76 de las mejores) y switchers de sus compañías y las asociadas. También se reequiparon los móviles.

La producción siempre se hace en la máxima calidad y después se pueden generar subcontenidos en menor calidad para los otros dispositivos, hasta los más pequeños, como la web o el celular.

## A giant lead for mankind

PREMIUM QUALITY  
MADE IN USA

Una apuesta por la innovación y la tecnología aplicada a nuestros productos nos permiten ofrecerle soluciones integrales con calidad superior al mejor precio.

### CABLE COAXIAL

- Triple pantalla.
- Con o sin mensajero.
- Audio, video y datos.
- Verificado a 1 Ghz.
- Apto para interior/externo.
- Recomendado para sistemas con vía de retorno.

Personalizamos el cable con el color y logotipo de su empresa



WAREHOUSE

Próximamente portal de venta online en [cablenetwork.net](http://cablenetwork.net)

### ENFOCADOS AL CLIENTE



Más de 18.000 m2 con la tecnología más avanzada, estrictos procesos y controles de calidad, para obtener un mayor rendimiento de producción, precios altamente competitivos y ofertas de productos más flexibles.



#### PLANTAS DE FABRICACIÓN

CNA Technology, LLC  
220 Industrial Boulevard  
Greenville, NC 27834  
Tel: (252) 628-8268  
sales@cablenetwork.net

CableNetwork Argentina SRL  
Buenos Aires, San Martín  
Calle 113 (ex Alvear) N° 2560  
Tel: (5411) 4755-5200  
ventas.ar@cablenetwork.net

CableNetwork Iberica S.L.  
Hernández de Tejada, 10 - 4ªA  
28027 Madrid.  
Tel: +34 91 406 37 30  
ventas.es@cablenetwork.net

#### OFICINAS COMERCIALES

CNA México S. de R.L. de C.V.  
Eje 5 Sur N°36, Col. Paseos de  
Churubusco México D.F.  
Tel: (52) 55 5640-7287  
ventas.mx@cablenetwork.net

#### OFICINA CENTRAL

CableNetwork Associates, Inc.  
4800 N Federal Highway Suite E300  
Boca Raton, FL 33431  
Tel: (954) 312-1200  
sales@cablenetwork.net



# Intraway

Provisioning Suite

CONOCEMOS  
LOS DESAFÍOS DE  
AMÉRICA LATINA

Provisioning y Gestión Integrada de Todos los Servicios



Visítenos hoy mismo en [www.intraway.com](http://www.intraway.com)



**PICO DIGITAL**

**Soluciones Integrales**



**Standard**  
Communications

### SVT Series | Multi-Format HD/SD, MPEG2/H.264 Transcoder

The **SVT Multi-Format Transcoder** is one of the most widely used transcoders in the world today. Processing thousands of channels, 24 hours a day, the SVT's proven performance and reliability meets or exceeds the demands of major broadcasters and service providers.

- Real time transcoding
- MPEG2/H.264, HD/SD television formats
- ASI and IP connectivity
- AFD, CC, DVB table pass-through
- Available in 2, 4, 6 or 8 channels models
- Front panel and Web Browser control
- Back up PSU option

### Líder en los mercados de:

**Telecomunicaciones, Banda Ancha, Satélite, Cable y Radio**

Llámanos al **858-546-5050** Visite nuestra página web para más información.

Número Gratuito **1-800-421-6511**

**[www.PICODIGITAL.com](http://www.PICODIGITAL.com)**

[sales@picodigital.com](mailto:sales@picodigital.com)

## CLARO CHILE: EL DESAFIO, CRECER EN HFC

### HABLÓ DE VOD Y LA CAMPAÑA TUPSU

**Pablo Astudillo**, gerente Contenido y Web de **Claro** de Chile, participó la edición 2012 de NexTV South America Summit en Buenos Aires, donde afirmó que 4,5 millones de hogares en Chile, el 42% tiene TV paga.

‘En tres años Claro alcanzó el 21% de mercado, e hizo crecer el mercado de TV satelital en un 75%, y el de cable en un 25% (ex **SappTV**)’, comentó y afirmó que el mercado chileno está ‘algo estancado en el 40% de penetración’, y que lanzar más minibásicos podría ‘canibalizar al medio’.

Claro tiene 1,8 millones de hogares pasados y utiliza un 10% de eso. Su principal desafío es el crecimiento en HFC, lo que le permite dar triple play. Tal vez el crecimiento pueda ser mayor en DTH, pero tiene ahí limitaciones

como en el número de señales. ‘Dar más señales no es sinónimo de mejor programación, pues el público ve un 5% del total’, opinó Astudillo.

Desde febrero, Claro tiene disponible el servicio de VOD a nivel nacional. Inicialmente, se accedía mediante una aplicación de **Microsoft**, que luego se eliminó, priorizando la entrada al portal **Claro VOD** que les provee **DLA**, hoy subsidiaria de **América Móvil**.

‘Los géneros más vistos son 34% acción, 34% infantil, 9% comedia y un menor porcentaje de romance y documentales. El 83% consume las películas dobladas’, detalló. Por ahora el servicio no cuenta con contenido adulto. Astudillo dijo que las promociones en redes sociales funcionan, y que se liberará el VOD por

suscripción y aumentará el contenido nacional.

Claro lanzará en los próximos meses el servicio OTT, primero como un complemento para sus clientes de DTH, ya que hasta ahora ‘es más satisfactorio el VOD que OTT’.

El segundo día estuvo para hablar de su proyecto **TuPSU**, una iniciativa para preparar a los jóvenes en su examen pre-universitario. El sitio tuvo más de 116.000. El objetivo era mostrar a Claro como una compañía de televisión, acercar la marca y agregar concepto de responsabilidad social empresarial.



Pablo Astudillo

## TURNER Y EL SERVICIO DE TV EVERYWHERE



Román Guasch

**Román Guasch**, Business Development Manager de **Turner Broadcasting Services**, disertó sobre los desafíos y el impacto de la TV Everywhere en el negocio de la TV paga, que Turner lanzará en los próximos meses junto con un operador regional.

Guasch se encuentra en el equipo de desarrollo de dicho servicio, que se trata de un sistema con el que el usuario o cliente de un operador pueda identificarse y acceder al contenido desde cualquier lugar o dispositivo.

‘El servicio de TV Everywhere en Latinoamérica surgió como una manera de competir con **Netflix**, si bien son servicios distintos. Hoy existen el SVOD (Subscription

Video On Demand / Rental) TVE (TV Everywhere como **Moviecity Play**, **ESPN Play** o **HBO GO**) FVOD (Free VOD, tipo **YouTube** o **Vimeo**) y otros como **Cuevana** o **Serieyonkies**’, detalló.

El negocio de cara a futuro es un tanto incierto, existen tendencias, pero no hay una definición. ‘Creemos que habrá negocios mixtos donde coexistirán los servicios pagos y free, pero lo importante es que el programador tendrá un nuevo rol, que debe estar conectado. Deberá ser multitasking para atender a cada una de las pantallas, y la relación directa con las otras pantallas y el social media, estas herramientas dan la posibilidad de saber exactamente qué está mirando la audiencia’, concluyó.

## MTV/VIACOM: QUIÉN GANA EN LA ÉPOCA DEL CLOUD TV

**Ramiro Fernández Varela**, director de Digital Media de **MTV**, explicó en NexTV South America Summit, ‘quién ganará en la época de Cloud TV’.

Destacó que ‘no todo lo que brilla en la nube es oro’, ya que allí hay millones de horas de contenido. Lo que hacemos en MTV es agregar la salsa secreta, es decir entre todo el contenido que hay disponible en la nube elegir lo que es relevante’.

Fernández Varela destacó: ‘La nube solamente conecta

los múltiples equipos con los contenidos, su función es conectar el contenido con el usuario’.

‘El proveedor del contenido debe convencer al usuario de que vale la pena pagar por el contenido. Para ello se necesita que el acceso sea sencillo, saber separar la paja del trigo, dar contenido que tenga valor, pero sobre todo, darles un precio que convenga al usuario de que el esfuerzo de conseguirlo en forma pirata es mayor y menos conveniente que el modo legal’, concluyó.



Ramiro Fernández Varela

# Multicom: una explosión de calidad y valor

Linea de componentes activos y pasivos. Además fibra óptica Multicom, video HD, voz y datos de distribución para todas las redes

Cable de fibra óptica

- ADSS
- Armada
- Tubo Suelto (Loose Tube)

Nodo optico de 4-puertos exterior

Soluciones diseñadas para satisfacer sus necesidades en la industria

**MULTICOM**  
30 AÑOS

Nuevo!  
Conector de compresión

Equipos de CATV tanto digitales como analógicos

Cables coaxiales y conectores

- RG-59, 6, 11 & Cable troncal
- Cable con mensajero
- Tri-Shield
- 60, 90% Braid

Taps y pasivos de red dura

Llame ahora a Multicom, donde podemos ayudarle con equipos desde la cabeza, redes de distribución hasta el usuario final. Siempre los mejores precios.



Multicom mantiene en stock mas de 13000 productos provenientes de los 270 fabricantes principales de la industria. Estos productos se utilizan para adquirir, procesar, y distribuir señales de televisión, data, voz, seguridad y señales inalámbricas, a través de fibra óptica, cobre y coaxial.

[www.multicominc.com](http://www.multicominc.com) 407-331-7779

# Red Intercable: El valor de la sinergia



Somos Cableoperadores independientes, unidos por objetivos y realidades comunes.

Nuestra organización, que nuclea a más de 220 pymes, alcanza con su plataforma de servicios a más de 500 localidades, distribuidas en 19 provincias del territorio nacional, con redes que cubren más de 610.000 hogares.

Promovemos el conocimiento y la innovación tecnológica permanente con el objetivo de consolidar nuestras empresas como operaciones multiservicio vinculadas a comunicación y entretenimiento.

Así, hemos dado origen a desarrollos exclusivos y programas de capacitación que en la actualidad contribuyen de manera protagónica en la generación de valor para incursionar en nuevas prestaciones con competitividad y rentabilidad.

**La sinergia es la esencia de nuestra organización.**

Red Intercable, Pymes, República Argentina.



**Fabricante Argentino de cables coaxiales flexibles**

Y la más completa línea de equipamiento para:

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

Thomas&Betts

ASKA  
Communication Corp



MOTOROLA

TELCON

TFC Amphenol

Cablematic

Sucursal Córdoba:  
Boulevard Los Granaderos 2722  
Córdoba  
Tel.: +54 0351 598 0084  
wtsucursalcordoba@arnet.com.ar

Casa Central:  
Domingo French 831 - Villa Martelli  
Pcia. de Buenos Aires  
Tel.: +54 11 4709 6650  
ventas@wiretechsa.com.ar

Wire Tech International Inc.:  
Ventas FOB  
vmarcarian@wiretechsa.com.ar  
Tel.: +54 11 4709 6650

www.wiretechsa.com.ar

# Ver el Mundo con Jiuzhou

## HD MPEG-4/H.264 DVB-C Twin Tuner CAS

- Support Conax, Nagra etc. CAS
- Support USB PVR
- Support OTA upgrade



Fornecedor para equipamentos de TV digital

Escritório no Brasil: Edifício Corporate Plaza, Av. Ibirapuera número 2907 sala 504, Moema, São Paulo, Brazil  
 Contato: Mr. Alex Deng  
 Telefone: 0055-11-50539802(Brazil) 0086-816-2468774(China)  
 Móvel: 0055-11-61642888(Brazil) 0086-139-81165779(China)  
 E-mail: overseas@jiuzhou.com.cn / alexjiuzhou@21cn.com  
 Site: www.jiuzhou.com.cn / www.d-telemedia.com

## HD MPEG-4/H.264 ISDB-T Zapper or HD MPEG-4/H.264 Viaccess CAS

- Support Ginga
- Support CC
- Support USB PVR
- Low power consumption



Jiuzhou satisfecha todas sus necesidades!



CATV Series



LNBF Series



Dish Antenna Series



Cable Series

# IRD P5000 Series

P5000 is a professional IRD with configurable modular design. It can be tailored to the needs of individual operator for a variety of applications. It has professional transmission functions with ASI, SDI, MPEGoIP, HDMI, CVBS, AES/EBU, XLR and other ports. P5000 is able to monitor abnormal signals and trigger relay alarm. With user-friendly management style and open SNMP programmable interface, it facilitates centralized management of TV broadcast equipments.

- DVB-S/S2, DVB-C, DVB-T/T2, DMB-TH, ABS-S, and ASI Standard Compliant
- Multiple Transmission Interfaces, ASI and MPEGoIP Outputs Supported
- Multiple AV Outputs: HDMI, CVBS, AES/EBU, SDI, XLR, etc.
- Web Server, Web-management, LCD Display Embedded
- Two CAM Card Slots, EN50221 Standard Compliant



See us at:



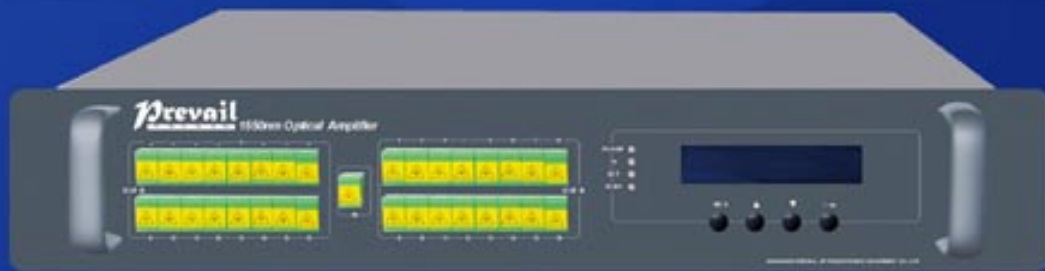
Shenzhen COSHIP Electronics CO., LTD.

Address: Rainbow Bldg., North, Hi-tech Industrial Park, Nanshan District, Shenzhen, P.R.China.518057

Tel: +86-755-2699 9288 Fax: +86-755-2672 2666 Email: sales@coship.com www.coship.com SZSE Stock Code:002052

Local Sales Contact: Mr. Vipin Sharma Cell Phone: +91 9999994675

24 Hours Service Center in India



## High-power multiple output EDFA

- Adopt erbium ytterbium-doped double-clad fiber technology
- 4-32 way output is optional, maximum output power up to 2W
- Low noise figure: 0dBm input is less than 5.0dB
- Back up power supply with Hot-pluggable: mixed insertion 220VAC and -48VDC
- Built-in standard II network management responder, support Ethernet interface and RS-232 communication interface
- The whole consumption could be lower because of Intelligent temperature control system
- Adjustable when output power is 0-3dB



## High frequency EOC product

- Adopt MOCA technology programme, maximum is 23
- Frequency point is available
- High receive sensitivity, maximum link attenuation is up to 65dB
- Strong network business functions, support VL AN and three-level Qos queues
- Provide a Console, Telnet and SNMP
- Management and support remote update



## Low frequency EOC product

- Adopt Home Plug AV technology, high efficiency transmission, low Out of band interference
- Adopt OFDM modulation technology, strong anti-jamming capability link
- Maximum attenuation is up to 60dB
- Support CoS and ToS packet classification and VLAN label
- Support port-based flow control and SNMP network management agreement

## Intelligent optical receiver with remote control WR1001J

- Advanced control technology of Optical AGC, when input power is -7~+2dBm, output level remained unchanged, CTB, CSO unchanged
- Forward frequency extension to 1GHz, gallium arsenide chip with high performance and low power consumption as RF AMP, maximum output level is up to 104dBu
- EQ and ATT adopt professional electronic control circuit, more accurate to control, more convenient to operate;
- Built-in standard II network management responder, support remote network management
- Compact structure, easy to install, the first FTTB CATV network equipment
- Built-in high reliability and low-power power supply

## Return outburst bidirectional optical receiver WR8601-RFOG

- Adopt advanced RFOG technology, reduce forward convergence noise by return laser working in "burst" mode
- Adopt advanced RF power detection technology, precisely control "breaking" of return laser
- Adopt Transceiver integrated optical devices with built-in optical isolator, conserve the fiber resources effectively because of single-fiber bi-directional transmission
- Minimum return received optical power is up to -6dBm



HANGZHOU PREVAIL OPTOELECTRONIC EQUIPMENT CO.,LTD  
 ADDRESS: Industrial Development Zone, Guali Town, Xiaoshan District, Hangzhou City, Zhejiang, China.  
 TEL: 13958131292 0571-82559907 FAX: 0571-82551107  
 EMAIL: necy\_xu@prevail-catv.com  
 Http://www.prevail-catv.com

## FORTALEZCA su ventaja COMPETITIVA

### ¿QUIENES SOMOS?



### NUESTROS PRODUCTOS



### NUESTRA ASOCIACION



FORTALEZCA SU VENTAJA COMPETITIVA es un seminario totalmente GRATIS de un día diseñado específicamente para abordar los desafíos que enfrentan nuestros clientes con los obstáculos económicos de hoy día. Podrá conocer cómo las soluciones de Perfect Vision Manufacturing proporcionan resultados comprobados y confiables. Aparte, conocerán quienes somos como empresa, cuales son nuestros productos, y como nuestra asociación en el mercado le traera beneficios a su negocio.

### TEMAS QUE CONSIDAREMOS DURANTE EL SEMINARIO:

- Nuestras Fabricas
- Nuestras Oficinas Corporativas
- Nuestros Centros de Distribucion
- Nuestras Oficinas Internacionales
- Nuestros Planes de 2012 en adelante.
- Conectores de Compresion
- Herramientas
- Cables Coaxiales
- Medidores de Campo
- Equipos de Planta Externa
- Fibra Optica
- Pasivos



Comuníquese hoy día para inscribirse en uno de nuestros próximos seminarios;

+1.501.626.5940  
 +52 1 (55) 5030.0240

TeamLA@perfect-vision.com

Presentes como expositores en la expo TEPAL en Punta Cana y ABTA en São Paulo a finales de Junio





**MOBILE WEBVIEW**

**CHANGE THE WAY YOU MAINTAIN YOUR NETWORK**

Hunter usa Radar Technology para encontrar exactamente la causa y la localización del problema, sea Analog CPD, Digital CPD, acceso, o impulso de ruido.

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

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

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

**ARCOM DIGITAL**

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

## RÍOS Y CÍA.: TERCERA EDICIÓN POST NAB EN CHILE

MÁS DE 200 ASISTENTES Y 20 MARCAS DE LA INDUSTRIA

La tercera edición del evento anual Post NAB 2012 organizado por Ríos y Cía., tuvo lugar del 12 al 13 de junio en las oficinas de la compañía en Santiago de Chile, donde más de 200 asistentes pudieron conocer las soluciones multimedia de más de 20 proveedores.

Marcas como 3Way, Academia MAC, Aviwest, Chyron, Clearcom, Cogent, Davideo, Grass Valley, Imation, Jampro, JVC, Masstech, Matrox, Newtek, One tastic, Panasonic, Tektronix, Thomson, Vidiexco y Villageflow, pudieron exhibir soluciones multimedia, incluyendo tipos de codificación y equipos de transmisión de última generación.

Se presentaron más de 120 equipos, y accesorios como mangos, trípodes y cables para cámaras. 'Dentro de los clientes estaban los canales de televisión, empresas de

telecomunicaciones, carabineros, policía de investigaciones y productoras', afirmó **Victor Dupret**, gerente de Ríos y Cía.

'Recibimos mucho feedback de parte de los asistentes agradeciendo el esfuerzo que hacemos por tener el único evento de este tipo en Chile, y que por supuesto damos una paliza a otros realizados por estos lados', completó.



Carlos Araya, Ventas, con Víctor Dupret, Preventas y Capacitaciones, ambos de Ríos y Cía. con Jorge Dighero de Newtek



Roberto Urrutia, Administración MAM, Roberto González, Técnico Móvil, y Nicolás Miranda, ingeniero de Proyecto, todos de Mega



Alejandro Zabala de Tektronik, con Luis Tronocoso, Francisco Hidalgo y Juan Pablo Ozimica de Terra TV



Sebastián Barra y César Peña de Green Stream, mostrando el sistema de distribución de contenido en HD



Juan Pablo Castellino, Ventas Internacionales de Viditec, y Guillermo Massucco, presidente de 3 Ways

# EXPERTICIA. INVENTARIO. VALOR. AGC.

AGC tiene lo que usted necesita, cuando más lo necesita – ahora. Somos líderes de la industria en inventario en existencia de equipos nuevos y restaurados provenientes de fabricantes originales.

### NODOS



- OM 1111 [Nuevo]
- SG 4000
- SG 2000
- 6940
- 6920
- Nodos Tierra

### CONVERTIDORES



- DCT 2000s
- DCT 6200s
- DCT 6208s
- DCT 6412s
- DCT 6416s
- DCT 700s

### AMPLIFICADORES



- Serie Flex Max 321 [Nuevo]
- Serie Flex Max 601 [Nuevo]
- GMLE 870
- Serie Flex Max 331 [Nuevo]
- Serie Flex Max 901 [Nuevo]
- MB 75 SH

### MODEMS



- Serie SB 51xx
- DPC 2100
- TJ 715Xs
- Modems VOIP

### CABECERAS



- CHP Max 5000 [Nuevo]
- Motorola DSRs
- C8
- C6
- SEM V8

### TAPS Y PASIVOS



- Taps Regal [Nuevo]
- Taps C-Cor [Nuevo]
- Taps S.A.
- G.I. Taps
- Taps Taikan [Nuevo]

Lo que necesita, cuando lo necesita. Pruebe AGC.

Somos un distribuidor autorizado de Arris.

913.402.4499

[www.adamsglobal.com](http://www.adamsglobal.com) [sales@adamsglobal.com](mailto:sales@adamsglobal.com)

