



Asociación Argentina  
de Televisión por Cable

# JORNADAS INTERNACIONALES

una nueva edición  
ya está en marcha

**Convenciones:**

Andina Link  
y Canitec

**Nueva señal:**

TNT Series llega a  
toda América Latina

**Natpe:**

Crónica y balance de  
otra edición exitosa

# De Tarjetas Inteligentes a Multipantalla



Lo que ocurre cuando el contenido y la audiencia se conectan es una magia cotidiana. Más de 350 operadores de TV digital en más de 85 países confían en nosotros para sustentar esa magia, protegiendo su contenido y sus ingresos.

La cabecera de seguridad de contenido unificada Conax Contego™ proporciona a los operadores de TV de paga una plataforma a prueba de futuro y flexible para introducir nuevos servicios. Conax Contego™ es una solución de seguridad de contenido sofisticada, modular y totalmente escalable que soporta cualquier modelo de negocio para cualquier operación de TV y una multitud de dispositivos, tabletas, teléfonos inteligentes, CAM, PC/MAC y cajas digitales, con o sin tarjetas inteligentes. Todos los dispositivos son pre-integrados y fácilmente manejados a través de la interfaz de usuario altamente intuitiva incluida en Conax Contego™.

En Conax trabajamos duro para innovar de manera que los consumidores puedan experimentar la magia cotidiana, en cualquier dispositivo, en cualquier momento y en cualquier lugar. Así que, ¡deja que comience la magia!

securing content - sustaining magic



Asociación Argentina  
de Televisión por Cable

Av. de Mayo 749 – 5° P. Of. 31  
1084 - Bs. As. - Argentina

Tels: 54 - 11 - 4342 - 3362  
54 - 11 - 4345 - 5074  
54 - 11 - 4345 - 5075  
Fax: 54 - 11 - 4343 - 1716

E-mail: [atvc@atvc.org.ar](mailto:atvc@atvc.org.ar)

Web: [www.atvc.org.ar](http://www.atvc.org.ar)  
[www.atvc.org](http://www.atvc.org)

**Presidente:**  
Walter Burzaco

**Vicepresidente 1°:**  
Ricardo Masini

**Vicepresidente 2°:**  
Armando Ametrano

**Secretario General:**  
Hernán Verdaguier

**Pro-Secretario:**  
Eduardo Uría

**Tesorero:**  
Daniel Celentano

**Pro-Tesorero:**  
Horacio Luis

**Vocales Titulares:**  
Héctor Delloni  
Jorge Olocco  
Lucio Gamaleri  
José A. Ponzoni  
Roberto Ferraris  
Ángel Cadelli  
Fabián Di Cicco  
Federico Fornelli  
Oscar González

**Vocales Suplentes:**  
Alberto Genovese  
José González  
Jorge Busquets  
Raúl Suárez

**Revisores de Cuentas:**  
Roberto Argaña  
Jorgelina Ventura  
Mario Beorda

**ATVC es miembro de:**  
**NATPE - NCTA - PROMAX**  
**SCTE - TEPAL - CEMCI**



## **Mensaje del Presidente**

La industria de la Televisión por Cable de todo el mundo, así como la nuestra, está cambiando hacia una nueva etapa tecnológica.

Ejemplos de esto son: La digitalización de las señales, su rápida evolución hacia el HD y la inminencia de las Ultra HD o 4K; el recambio del antiguo televisor de rayos catódicos primero en un plasma, luego en LCD y ahora en SMART TV, que no sólo soportan resoluciones impensadas sino que también se conectan a la Web; y, a la par, los vertiginosos cambios en la modalidad de consumo, como el video a demanda a través de múltiples dispositivos. Todo esto conlleva grandes inversiones, dada la necesidad de incorporar lo último en tecnología tanto en las redes como en los centros de emisión.

Sin embargo, y a pesar de todos estos cambios, el fraude en el acceso a contenidos sin los derechos correspondientes y el simple y llano robo de señal no han cesado; la clandestinidad ha logrado adaptarse a los tiempos que corren y continúa siendo un cáncer para nuestro servicio. No cabe ninguna duda que el fraude y el robo es una actividad ilícita, por la cual uno o varios usuarios se encuentran conectados a la red de una compañía utilizando los servicios de Cable o de Internet de forma irregular y sin pagar el abono.

La ATVC cumple muchas funciones como la representación institucional de las empresas y de otras asociaciones que integran la industria en Argentina, promoviendo su crecimiento, y asesorando y capacitando a todo el sector. Asimismo, ATVC realiza todo tipo de acciones para que sus asociados puedan enfrentar exitosamente la piratería y el fraude, con el claro objeto de salvaguardar la propiedad intelectual y el acervo cultural argentino. Sin embargo, por la extensión de nuestro territorio, las empresas de Cable conviven con realidades demográficas, sociales, económicas, estructurales, edilicias, judiciales y policiales muy distintas entre sí. Pero, en todos estos escenarios existe la piratería como un problema en común. Sea por mano propia del individuo que se conecta clandestinamente a la red o el que comparte su conexión con un vecino, hasta llegar a aquellos que han adoptado como una pseudoactividad comercial la realización de conexiones al margen de la ley.

La operación clandestina afecta a cuatro principales damnificados. Los clientes, que de manera legal han contratado los distintos productos y sufren problemas con la calidad de los mismos. Las señales de contenidos, que soportan el robo y la violación de su programación. El Estado, en cualquiera de sus niveles, que por la actividad clandestina deja de recaudar el dinero proveniente de la enorme carga impositiva que afrontan las empresas del sector. Y por supuesto las empresas de Televisión por Cable, que como resultado de esta actividad ven perjudicadas la sustentabilidad de sus negocios y la calidad de sus servicios.

De acuerdo con algunos estudios, se estima que en Argentina las conexiones clandestinas ascenderían a un 14% de los hogares. Es tan importante el robo que ocupa el segundo puesto en el ranking de abonados, si se considera a todos ellos como un solo actor del mercado.

Debido a lo extendido de este flagelo, a la ATVC le resulta imprescindible enfrentar el problema con planes de difusión y comunicación que contemplen las distintas realidades de los operadores de Cable. También nos vemos en la necesidad de coordinar e intercambiar información sobre los métodos y soluciones encontrados por los asociados para que se vayan adoptando procedimientos probados y eficaces. Mucho más importante aún, sería lograr la colaboración de todas las autoridades competentes en la materia.



# Jornadas Internacionales en marcha



ESTE AÑO, EL EVENTO MÁS IMPORTANTE DE LA INDUSTRIA EN LA REGIÓN CELEBRA SUS 25 AÑOS. DEL 16 AL 18 DE SEPTIEMBRE EN EL HOTEL HILTON DE BUENOS AIRES.



Walter Burzaco y Sergio Veiga

Este año, además de continuar con los festejos por los 50 años del nacimiento de la industria de la TV por Cable en Argentina, las Jornadas Internacionales celebrarán su 25° aniversario. La Asociación Argentina de Televisión por Cable (ATVC) y la Cámara de Productores y Programadores de Señales Audiovisuales (CAPPESA) han comenzado a trabajar intensamente, apenas finalizó la edición 2014, en la organización de las Jornadas de este año, con el objetivo de ofrecer un evento acorde a la jerarquía y el brillo que una ocasión tan especial merece.

Nuestra industria ha logrado un crecimiento y una renovación constante a lo largo de sus 50 años de vida. Así como en los inicios de la actividad se decidió luchar por un sueño que para muchos parecía imposible, hoy las Jornadas Internacionales son el fiel reflejo de que ese sueño no fue en vano. Estos 25 años ininterrumpidos de una exitosa convención son una muestra más de que con el compromiso y la voluntad de una industria de servicios que invierte con conciencia social, no hay sueño ni deseo que no pueda realizarse.

En efecto, desde 1991, las Jornadas Internacionales han recorrido un camino ascendente en el que año tras año se

ha generado un gran crecimiento. La industria de la Televisión por Cable, no sólo a nivel local, sino a nivel regional y hasta mundial, ha encontrado un ámbito profesional, donde los debates sobre marco regulatorio y legal, las innovaciones técnicas y de programación y la presentación de una cuidada exposición comercial componen la agenda de cada uno de los tres días del evento. La generación de un espacio de tan singulares y requeridas características, condujo a las Jornadas Internacionales de Televisión por Cable a convertirse en una de las convenciones más convocantes y prestigiosas de todo el continente.

La Carpeta de Ventas y el plano de la exposición comercial ya han sido distribuidas entre los participantes históricos y aquellos potenciales de América, Europa y Asia. El Acto de Adjudicación de Stands se llevará a cabo el próximo 12 de marzo a las 15 horas en el Club Alemán de la Ciudad de Buenos Aires, Avenida Corrientes 327, piso 21°. Durante ese acto, las empresas de programación, equipamiento y servicios para la TV por Cable y su desarrollo convergente que estén interesadas en exhibir en Jornadas Internacionales 2015 y hayan completado la documentación y demás requisitos tendrán la oportunidad de

*El Acto de Adjudicación de Stands se llevará a cabo el próximo 12 de marzo a las 15 horas en el Club Alemán de la Ciudad de Buenos Aires, Avenida Corrientes 327, piso 21°.*



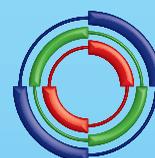
# JORNADAS INTERNACIONALES 2015

XXV ANIVERSARIO  
16, 17 Y 18 DE SEPTIEMBRE  
HILTON BUENOS AIRES, ARGENTINA



Asociación Argentina  
de Televisión por Cable

[www.atvc.org.ar](http://www.atvc.org.ar)  
(+54 11) 4342 3362  
(+54 11) 4345 5074/5



**capps**

CÁMARA DE PRODUCTORES Y PROGRAMADORES  
DE SEÑALES AUDIOVISUALES

[www.capps.org](http://www.capps.org)  
(+54 11) 4374 6932  
(+54 11) 4374 6982

El gran Encuentro Anual que reúne a la industria de la TV por Cable de Argentina, Latinoamérica, Estados Unidos, Europa y Asia.

Las Jornadas son el ámbito propicio para conocer una completa exposición comercial y participar de conferencias técnicas y de interés general.



comprar sus stands en primera opción, a través de la metodología establecida en los reglamentos. A partir del día siguiente, los stands se venderán en forma directa y por orden de llegada de las solicitudes.

Por otro lado, ya se han constituido las comisiones encargadas del calendario de las conferencias de interés general y marco regulatorio y técnicas, áreas que han comenzado a diseñar sus respectivos cronogramas. Como cada año, los más importantes ejecutivos de la industria local y de la región, así como también personalidades destacadas de Europa y Asia, ya han confirmado con anticipación su presencia en la próxima edición, hecho que vuelve a ratificar la

jerarquía internacional de Jornadas Internacionales.

La preacreditación online para cableoperadores y su personal técnico, de marketing y otras áreas de las empresas de TV por Cable y su desarrollo convergente, así como también las cámaras colegas de Argentina y la región, productores independientes, docentes y funcionarios, estará disponible a fines de marzo en las páginas web de los organizadores: [www.atvc.org.ar](http://www.atvc.org.ar) y [www.cappsa.org](http://www.cappsa.org).

Jornadas Internacionales 2015 ya está en marcha y aguarda con los brazos abiertos la participación de todos los miembros de la industria en la celebración de su 25° Aniversario.



## Nueva Comisión Directiva de ATVC

El 16 de diciembre último, en Asamblea General Ordinaria, la Asociación Argentina de TV por Cable eligió su nueva Comisión Directiva para el período 2014-2016.

### La misma está integrada por:

**Presidente:** Walter Burzaco

**Vicepresidente 1°:** Ricardo Masini

**Vicepresidente 2°:**  
Armando Ametrano

**Secretario General:**  
Hernán Verdaguer

**Pro-Secretario:**  
Eduardo Uría.

**Tesorero:**  
Daniel Celentano

**Pro-Tesorero:**  
Horacio Luis

**Vocales Titulares:**  
Héctor Delloni,  
Jorge Olocco,  
Lucio Gamaleri,  
José A. Ponzoni,  
Roberto Ferraris,  
Ángel Cadelli,  
Fabián Di Cicco,  
Federico Fornelli  
Oscar González

**Vocales Suplentes:**  
Alberto Genovese  
José González  
Jorge Busquets  
Raúl Suárez

**Revisores de Cuentas:**  
Roberto Argaña  
Jorgelina Ventura  
Mario Beorda.



# Contenidos para entretener a toda la familia

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

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



# A la conquista de audiencias complementarias

LAS ÚLTIMAS MOVIDAS DE A+E NETWORKS APUNTAN A ESTE CONCEPTO. CÉSAR SABROSO ANALIZA LOS RESULTADOS DE LOS LANZAMIENTOS REALIZADOS EN 2014.



César Sabroso

A+E Networks apuesta a seguir consolidando sus nuevas marcas H2 y Lifetime en toda Latinoamérica. Entre los objetivos, busca intensificar la distribución y aumentar las acciones transmedia para lograr engagement con televidentes y anunciantes.

Según César Sabroso, VP Senior de Marketing para Latin America, el año 2014 fue de grandes desafíos tras el lanzamiento de las señales H2 y Lifetime, lo que posicionó a su portfolio transformándolo en más sólido y atractivo.

*"Tenemos cuatro marcas dirigidas a las audiencias complementarias. Para los adultos que aman las series y las películas ofrecemos A+E LatAm; para las mujeres que gustan disfrutar los estilos de vida y ver grandes films tenemos Lifetime; para los hombres de 18 a 49 años que eligen hechos históricos y conocer a fondo nuevos acontecimientos, tenemos The History Channel, a quienes además les presentamos H2, para hombres de 25 a 49 años",* detalló Sabroso.

El directivo habló de audiencias complementarias refiriéndose, por ejemplo, a estos dos últimos canales mencionados que permiten complementar contenidos y audiencias, aun segmentándolas en dos señales diferentes. *"Tenemos también muchas niñas de entre 2 y 12 años, y de 12 años, que miran nuestra programación junto a madres y hermanas de esos hombres que miran la señal. A esto le llamamos audiencias secundarias",* destacó.

*"Tuvimos la suerte de posicionar en toda Latinoamérica a Lifetime, que llega a 28 millones de hogares, y a H2 que llega a 25 millones*

*de hogares. Este año seguimos trabajando en este reto impresionante y difícil en la industria, pero ansiosos por seguir elevando a nuestras marcas",* remarcó Sabroso. Asimismo, aseguró estar feliz porque con este portfolio el cableoperador ahora tiene una oferta completa para todas las edades.

Consultado sobre el feedback obtenido por parte de los segmentos de audiencia a los que están dirigidos, mencionó que el resultado ha sido inmediato: *"El cableoperador motiva y apoya todo lo que sea un contenido nuevo. En el caso de H2, el televidente ve programas profundos en cultura y una combinación de historia con entretenimiento, ofreciendo atracción al espectador, y combinándolo con educación y conocimiento. En Lifetime se puede ver una grilla completamente diferente a las señales de mujeres que ya existen. La marca es líder en Estados Unidos y llega a Latinoamérica con destacadas series, bestseller, películas e historias".*

Entre los objetivos a trazar para este año, Sabroso dejó en claro que van a continuar realizando acciones transmedia que sigan posicionando a sus marcas: *"Los hábitos de ver TV han modificado la vida y el comportamiento del televidente. Por lo tanto, seguiremos trabajando en la creación de contenidos 360° activando las redes sociales con acciones de marketing que logren el engagement con la audiencia y con nuestros anunciantes. El feedback de nuestros cableoperadores también es importante para poder aprender e impulsar aún más todo lo referido a TV Everywhere y VOD, sin perder de vista a la marca, el rating y el contenido".*



UN CANAL  
TODO EL DEPORTE



# TyC Sports

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

Visítanos en el stand n° 72 A de Andina Link 2015

Contacto Ventas Afiliadas: Hernán Chiofalo, [hchiofalo@tycsports.com.ar](mailto:hchiofalo@tycsports.com.ar) o al 5411 4300 3531.

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

   TyC Sports.com



## Llega una nueva edición de Andina Link

LA FERIA COMERCIAL Y LOS CICLOS DE CONFERENCIAS CONFORMAN UNA ATRACTIVA OFERTA PARA LOS OPERADORES DE LA REGIÓN.



Cartagena de Indias será una vez más el escenario de una nueva edición de Andina Link, la número 22 en este caso. Instalada como una cita obligada de las telecomunicaciones y tecnologías convergentes para la región Andina, la feria se ha posicionado como un lugar ideal para las negociaciones y el networking de la industria.

Del 3 al 5 de marzo, la muestra comercial representa las nuevas tendencias y los últimos adelantos tecnológicos, con la presencia de proveedores de programación, equipamiento y servicios que demandan las compañías del sector.

Pero la exposición no es el único atractivo de Andina Link. Tanto el FICA 2015 (Foro Iberoamericano de la Convergencia, los Contenidos y los Nuevos Negocios) como el Seminario Académico de Actualización Tecnológica, que se llevan a cabo en forma simultánea, generan enorme interés entre los asistentes desde hace varios años.

Para participar de esas conferencias Andina Link convoca a prestigiosos disertantes. Uno de ellos es Tomás Delgado

Paredes, ingeniero electrónico con amplia experiencia en administración operativa y técnica de sistemas de TV analógica y digital. Es especialista en diseño a medida del cable operador de terminales de usuario DVB-C STB, híbridos y Home Gateway y consultor en el diseño de redes de banda ancha.

Otro de los conferencistas será el ingeniero Cristiano Henrique Ferraz, Director de la empresa KBS - Knowledge-Based Services, dedicada a la formación, capacitación y consultoría en telecomunicaciones. Ferraz ha actuado como profesor invitado de cursos de postgrado y de extensión en telecomunicaciones de varias universidades y en cursos de entidades gubernamentales y privadas.

También participará el ingeniero Juan Ramón García Bish, que cuenta con 25 años de experiencia en la industria. El experto argentino se desempeña como consultor independiente especializado en temas de TV por Cable y telecomunicaciones, y es miembro de diferentes asociaciones internacionales como SCTE / IEEE. También integra la Comisión Técnica de la ATVC.

## Llega Punta Show Summit



Punta Show 2015 Summit vuelve a convocar a un evento internacional que, luego de once exitosas ediciones, ha consolidado su lugar en el calendario anual de la industria. *“La presencia de importantes personalidades, MSOs y CEOs de varios países de América Latina hacen de Punta Show una cita obligada para todos aquellos que se precien de tener un contacto personal con sus clientes, con el valor agregado de estar en un contexto paradisíaco”,* aseguran los organizadores.



El objetivo de este año, que se llevará a cabo en el Conrad

Punta del Este Resort & Casino de Punta del Este el 28 y 29 de abril próximos, será generar un punto de encuentro donde todos los sectores vinculados a la televisión en la región y el mundo puedan alcanzar el crecimiento, *“fomentando la competitividad de una industria que se encuentra en permanente desarrollo, a través de una fuerte exposición comercial con más de 50 stands, en conjunto con una serie de conferencias*

*donde se debatirán los temas que atañen al presente y futuro de la industria”,* explicaron.



TELEVISIÓN >

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



INTERACTIVO >

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



# Un jugador internacional



CON 50 AÑOS EN EL MERCADO, STEREN ELECTRONICS ES UN EXPERIMENTADO PROVEEDOR QUE PONE EL FOCO EN NUESTRA REGIÓN.

Cables, conectores, conectividad, banda ancha, datos: una amplia gama de productos relacionados con las comunicaciones integran el portfolio de Steren Electronics, un importante proveedor de tecnología cuya presencia en Latinoamérica comienza a expandirse velozmente.

Su última novedad es la apertura de oficinas y centro de distribución en Brasil, uno de los países más importantes de la región por el volumen de negocios que genera. La oficina central para Latinoamérica se encuentra en la ciudad de Orlando, y los interesados pueden contactarse al teléfono +1.407.777.3943.

El grupo de consulta de ventas en la región es liderado por Joel Quiñones, Vice Presidente y se conforma con

ejecutivos experimentados en el área como Directores Regionales: Gerardo Zamorano para la región de México y Centroamérica y el Caribe, Fabián Meza para la región de Sudamérica y Horacio Orozco en Brasil.

Entre la oferta de productos de Steren Electronics se encuentran cables coaxiales, conectores, adaptadores, materiales para la instalación de redes de banda ancha, dispositivo para conectividad de audio y video, telefonía, cableado, conectividad de datos y fibra óptica.

La compañía fabrica sus productos en diversas locaciones con tecnología de última generación ubicadas en México y países de Asia Oriental. Las oficinas corporativas están ubicadas en San Diego, California.



Joel Quiñones

## El socio estratégico

LA UNIDAD DE NEGOCIOS DE SERVICIOS PROFESIONALES DE VIDITEC REALIZÓ UNA IMPORTANTE TAREA EN 2014 PASADO, EN EL MARCO DE UN PERÍODO DE GRAN ACTIVIDAD.



Esteban Javier Renterías

La empresa Viditec S.A. sigue firme en su plan de desarrollo y crecimiento de su unidad de negocios de Servicios Profesionales. En el 2014 se realizaron 75 obras en todo el país que demandaron más de 25.000 horas de trabajo. Se han incorporado nuevos proyectos de servicios gerenciados, que incluyen el soporte integral a salas de reunión, auditorios y videoconferencias, como así también a usuarios en eventos y operación de audio, video y sonido.

*"Para brindar este servicio la empresa cuenta ya con varios equipos de especialistas asignados a los diferentes proyectos, brindando un servicio de calidad basado en estrictos cumplimientos de niveles de servicio. El objetivo es ser socio estratégico de negocios con los clientes",* comenta Esteban Javier Renterías, Jefe Comercial de Ser-

vicios Profesionales de Viditec.

Reforzando este camino de expansión se lanzó en marzo del 2015 la Mesa de Ayuda a los clientes para brindar un servicio preferencial de calidad, facilitando y optimizando así todas las necesidades que surjan respecto a servicios gerenciados, técnicos y de consultoría.

La unidad de negocios de Servicios Profesionales de Viditec fue pensada, ya hace algunos años, para generar valor agregado a los clientes. Si bien Viditec contaba ya con un área de servicios técnicos y de ingeniería, al combinarlas lleva a los usuarios a una eficiente gestión de procesos de negocio. Esto no sólo genera confianza, sino la tranquilidad que la continuidad operacional de su negocio está asegurada.



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



## iHOLA! TV

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

Ventas Afiliados:

Carlos Boshell  
cboshell@mbanetworks.com

Rolando Figueroa  
rfigueroa@hola.tv

Matilde Boshell  
mboshell@mbanetworks.com



www.hola.tv



## Móvil satelital propio



EL SINDICATO ARGENTINO DE TELEVISIÓN, TELECOMUNICACIONES, SERVICIOS AUDIOVISUALES, INTERACTIVOS Y DE DATOS POSEE UNA NUEVA HERRAMIENTA PARA CAPACITAR A SUS AFILIADOS.

El Móvil Satelital del SATSAID ya está en pleno funcionamiento. El domingo 25 de enero, con la transmisión en vivo a través de la unidad móvil del programa televisivo "Imagen de Trabajo", que se emite por la señal América 24, pasó su primera prueba técnica con éxito.

Se trata de una Unidad Móvil Satelital de Capacitación en Producción Audiovisual, que el gremio utilizará para la capacitación y perfeccionamiento de sus afiliados, en el marco de los cursos que el SATSAID ofrece.

La puesta en marcha del Móvil forma parte del acuerdo suscripto entre la organización sindical y el Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios de la Nación, por el cual ya se construyeron e inauguraron estudios de televisión para la formación profesional en las ciudades de Paraná, Trelew, Río Grande y Mendoza y que próximamente se extenderá a Bahía Blanca, Posadas, Tucumán, Córdoba y Rosario.

### Características técnicas

La Unidad Móvil Satelital de Capacitación de Producción Audiovisual está dotada con la última tecnología en HD. Se desarrolló sobre un chasis Volkswagen, cuenta con un ambiente operativo y otro destinado al transporte de personal, ubicado en la zona frontal, con dos plazas más la del chofer. La zona operativa tiene doble funcionalidad: la operativa de TV en sí misma y la de la escuela de Capacitación. Se integra de la siguiente manera:

-Un sector destinado a la dirección de cámaras, generación gráfica y operación de VDR.

-Un sector asociado al ámbito de dirección dotado de ocho sillas pupitre para los alumnos.

-Un sector destinado al sonidista/musicalizador, resguardado acústicamente del resto de los sectores y con espacio para dos alumnos.

-Un sector destinado a la operación de video y los racks con el equipamiento de producción.

-Un sector destinado a alojar el sistema de transmisión, que es desmontable y podrá ser utilizado como sistema de transmisión fly-away, anexándosele la antena provista para tal fin.

La carrocería original de la unidad se adaptó para permitir el alojamiento -sobre el techo- de la antena de transmisión satelital. Sobre la parte central del techo de la unidad se montó una plataforma que permite el tránsito del personal y el montaje de hasta dos cámaras, con la suficiente comodidad operativa.

El móvil cuenta con un grupo electrógeno capaz de soportar la totalidad de la carga eléctrica en plena operación, lo que garantiza la autonomía total de la red y la seguridad en la prestación. Cuenta también con un sistema de acondicionamiento de aire independiente del preexistente en la unidad, de modo de asegurar tanto la refrigeración de los equipos como el confort de los operadores.

A partir de este año, el Móvil Satelital del SATSAID estará disponible para recorrer el país y constituir una herramienta fundamental para la capacitación y perfeccionamiento de los actuales y futuros profesionales de una televisión que crece y se expande.



# PLAY EVERYWHERE

Alterna'TV: Multiscreen TV Content

[ Documentaries ] [ Fiction Series ] [ Telefilms ] [ Reality TV ] [ Sports ] [ Ethnic ]



- LEADING CONTENT DISTRIBUTORS FOR TV EVERYWHERE -

Leonardo J. Pinto - Affiliate Sales Director  
 leonardo.pinto@alternatv.us | cel. +305.609.9518 | office +786.609.9620

**ALTERNA'TV**

Alterna'TV International Corporation • 2020 Ponce de Leon Blvd. Suite 1107; Coral Gables, FL 33134 • [www.alternatv.us](http://www.alternatv.us)



## Continúa su crecimiento global



Bruce Tuchman

Un renovado 2014 ha tenido AMC Networks luego de anunciar, en el último trimestre de ese año, el cambio de nombre de MGM Channel por AMC. Esta operación logró que, por primera vez, la marca AMC sea distribuida fuera de Norteamérica. Bruce Tuchman, presidente de AMC Global y Sundance Channel Global, quien además es responsable de programación, marketing y desarrollo comercial y estratégico de las cadenas internacionales de la compañía, dijo a la Revista ATVC que desde el debut de AMC, hace unos meses, los resultados han sido significativamente positivos: "Hemos doblado la distribución de nuestras marcas en México, y nos hemos expandido a seis nuevos terri-

TRAS ESTRENAR DISTRIBUCIÓN EN AMÉRICA LATINA, AMC PERFILO SUS CONTENIDOS EN BASE A LA DEMANDAS DE AUDIENCIA SEGÚN LOS MERCADOS, PROGRAMANDO EN FEEDS PANREGIONALES.

*torios que ahora ven nuestras señales por primera vez: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Panamá y Paraguay".*

Asimismo, agregó que están viendo "grandes oportunidades de crecimiento en el futuro y, en los próximos meses, tendremos varias iniciativas relacionadas a la programación clave para nuestros canales".

### Diversidad de contenidos por feed

AMC comenzó a transmitir feeds regionales a través de las principales plataformas de cable y satelitales de Europa, Latinoamérica, Asia, África y Oriente Medio, acompañados por servicios autenticados de AMC OnDemand (VOD), HD y TV Everywhere.

"Los canales comparten contenidos en los feeds en español y portugués, pero también hay mucha programación específica para cada mercado local. También presentamos programación de nuestras señales hermanas AMC y Sundance TV de Estados Unidos", destacó el entrevistado.

Consultado sobre qué flexibilidad le dan a los distintos tipos de contenido que manejan en cada uno de sus canales, mencionó que acostumbran a emitir programación

que incluye una destacada selección de contenidos localmente relevantes y aclamados a nivel mundial. "Tenemos producciones originales producidas en mercados locales de América Latina que son compartidas con audiencias de toda la región, así como también una variedad de programación adquirida para todas nuestras marcas", agregó.

Por otra parte, explicó que la programación de AMC y Sundance Channel se emite subtitulada, doblada y en idioma local, dependiendo del contenido y del mercado: "Las audiencias de la región tienen gustos muy diversos, por eso ofrecemos una amplia selección de contenidos para satisfacer las demandas, lo que incluye la emisión de dramas originales, películas populares, documentales independientes, y programas destinados a hombres, mujeres y fanáticos del lifestyle", expresó.

Sin embargo, Tuchman agregó que en sus grillas también incluyen especiales dedicados a eventos masivos. "En el caso de SundanceChannel emitimos regularmente películas de algunos de los festivales más prestigiosos del mundo, incluyendo el Sundance Film Festival y el Busan International Film Festival", concluyó.

## PROGRAMACION

### Revelador estreno por Eurochannel



Cada juego tiene sus riesgos, pero no siempre son tan peligrosos como éste. El emocionante mundo de los juegos de azar, en el que hay más que dinero en juego, y la amenaza de perderlo todo -incluso la propia familia- en esta taquillera película de Estonia que presenta Eurochannel: Demonios.

Dirigida por Ain Mäeots, Demonios es un atrayente drama sobre el peligro de los juegos de azar. En la película, Joko, Ants y Reedra no tienen nada en común más que una racha de suerte durante una noche en un casino. A medida que continúa su suerte, la codicia les lleva a descubrir los



rincones más oscuros de su alma, y su propia vida estará en peligro.

Contada desde tres puntos de vista diferentes, y basada en hechos reales, Demonios es la historia de cómo la mentira y la adicción pueden crear un ambiente infernal para los adictos y sus familias. Las historias son brutalmente honestas, a menudo dolorosas, pero también tienen un toque necesario de humor.

Eurochannel invita a los televidentes a descubrir por qué la mayoría de las veces el viejo refrán de que "la casa siempre gana", es cierto.

LA FAMILIA MATA VIVE CANTANDO LOLITA CABARET  
 LOS QUIEN EL SINDROME DE ULISES AQUINO HAY QUIEN  
 VIVA NADA ES PARA SIEMPRE FISICA O QUIMICA LOIS  
 PROTEGIDOS AMAR ES PARA SIEMPRE EL SECRETO DE LOS  
 GRAN HOTEL 90 80 90 DIARIO DE UNA ADOLESCENTE  
 700 EUROS KARABUJAN CIRCULO ROJO EL PANTANO  
 LA PRINCESA DE EBOLI TOLEDO HISPANIA IMPERIUM



HISTÓRICAS • FAMILIARES • ROMÁNTICAS  
 COMEDIA • JUVENILES • ÉPOCA

**PRIMER ESTRENO**



**ATRES**SERIES



SOMOS EL **PRIMER CANAL**  
 DE SERIES EN **ESPAÑOL**.  
 PARA TODOS. EN HD.

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

# La nueva apuesta de GolTV



A PUNTO DE LANZAR GOLTV PLAY, LA SEÑAL DEDICADA AL FÚTBOL SE PREPARA PARA OTRO AÑO DE CRECIMIENTO.

El canal de fútbol GolTV, continúa a paso firme creciendo en toda la región. El 2014 fue un año muy bueno para la señal, tanto en ventas afiliadas como en posicionamiento del canal, reforzando la grilla con contenido exclusivo.

Luego de lanzar su señal en calidad HD, GolTV relanzó su página web y apunta sus cañones al lanzamiento de GolTV Play, la nueva apuesta de la señal. *"Nuestra OTT es otra iniciativa que refuerza nuestro portafolio de contenido y muestra el esfuerzo de perfeccionar la manera en que desarrollamos y ofrecemos fútbol a nuestra audiencia, una plataforma donde encontrarán contenido exclusivo de nuestros derechos adquisiciones"*, señaló a la Revista ATVC Pablo Vargas, Gerente de Marketing del canal.

*"GolTV Play, nuestra web y las redes sociales se relacionan sinérgicamente con nuestra pantalla, acercando el fútbol a toda la región para que lo disfrute cuándo, dónde y como quiera"*, explicó el ejecutivo.

En relación al contenido exclusivo que ofrece la señal, Vargas afirmó: *"Acaba-*

*mos de adquirir los derechos de transmisión de la Serie A de Ecuador para GolTV Latinoamérica, que se suma a los Torneos locales de Perú y Uruguay. Y seguimos en las negociaciones para sumar nuevas ligas"*.

Entre sus principales derechos se encuentran la Coppa Italia, la Copa do Brasil, el Campeonato de Uruguay, el Campeonato de Perú, el Campeonato de Ecuador, la Premier League Rusa, la Superliga Suiza, la Superliga Griega, la Copa de Turquía, Lega Serie B de Italia, la Taca de Portugal, y los Canales oficiales del Milan, Arsenal, Liverpool y Benfca.

Gol TV produce y distribuye programación dedicada exclusivamente al fútbol, con presencia en expansión en toda la región y disponibilidad de su señal para todos los territorios. La señal programa en vivo más de 50 partidos mensuales, y sigue de cerca todas las novedades del fútbol mundial a través de sus dos ediciones diarias de "GolTV Noticias" y otras producciones "in house" como "FIFA Fútbol Mundial" y "Fanáticos."



Pablo Vargas

## PROGRAMACION

### Un trimestre exitoso para SPT



Nathalie Lubensky

Sony Pictures Television Networks Latin America anunció resultados de audiencia en Argentina que muestran un significativo aumento en los ratings de su portafolio de señales en el 2014 y uno de los mejores desempeños de su historia entre audiencias clave durante el cuarto trimestre del año. Impulsado por una nueva oferta de programación compuesta por las mejores series y comedias

de Hollywood, Canal Sony obtuvo en este periodo sus mayores ratings interanuales de los últimos ocho años, así como el mejor ATS en cuarto trimestre de su historia en horarios diurno y estelar en todos sus principales segmentos demográficos. AXN, por su parte, alcanzó su mejor share de audiencia en horario estelar de los últimos cinco años y se ubicó entre las nueve señales no infantiles de mayor

audiencia entre argentinos de 25 a 49 años y de poder adquisitivo medio-alto.

*"El excepcional desempeño de nuestro portafolio de señales en mercados clave de la región como Argentina y México en el 2014 subraya la validez y efectividad de nuestra estrategia de contenidos"*, señaló Nathalie Lubensky, VP senior y directora general de Sony Pictures Television Networks Latin America.



# El Canal Católico más grande del mundo.



**EWTN**   
*el canal católico*

Para mayor información escriba a [iberoamerica@ewtn.com](mailto:iberoamerica@ewtn.com)  
[ewtn.com/español](http://ewtn.com/español)



Rafael Díaz Infante



## Un canal para los jóvenes

NU MUSIC, DIRIGIDO AL PÚBLICO MENOR DE 30 AÑOS, NU MUSIC FUE LANZADA EL 12 DE FEBRERO ÚLTIMO Y ESTÁ DISPONIBLE PARA TODA AMÉRICA LATINA.

Rafael Díaz Infante, International Marketing Manager de MVS, dialogó con Revista ATVC acerca del lanzamiento de NU Music, el nuevo canal de música de la compañía.

**- Entre los canales de música existentes, ¿a qué tipo de público apuntan con un producto como NU Music?**

- NU Music está dirigido al abonado adolescente, joven y adulto joven abarcando principalmente edades desde los 13 a los 25 años, pudiendo llegar hasta los 30. El canal surge debido a que identificamos la necesidad en estos segmentos de una opción de canal musical que se convierta en su propio playlist musical.

**- ¿Cuál será el formato de la señal y cuáles sus principales contenidos?**

NU Music expondrá la versatilidad de los nuevos ritmos, mostrará cómo los jóvenes hoy viven y sienten su música. Programará sólo lo más nuevo de los éxitos a nivel mundial y ofrecerá mucha interacción con el abonado gracias a las ventajas de las redes sociales. Concretamente, como decimos nosotros, "si es un éxito; si es está en las listas más reconocidas de popularidad; si es un éxito popular, estará en NU Music".

**- ¿Qué alcance geográfico tendrá la señal?**

- NU Music está disponible para toda América Latina.

**- ¿Qué objetivos se plantean para este año en cuanto a distribución?**

- Consideramos al Cono Sur como un territorio muy atractivo y nuestro reto del 2015 es que nuestras señales sean transmitidas por todas las empresas de TV de paga en esa región.

**- ¿Qué novedades estarán presentando en Andina Link?**

- Desde luego la prioridad será el lanzamiento de NU Music, pero también tenemos novedades en cuanto a la selección de los contenidos para nuestras otras señales; en Multipremier, donde transmitimos las mejores películas a nivel internacional, hemos buscado que el abonado pueda disfrutar de mejores elencos. Como ejemplo, estaremos transmitiendo la película "All The King's men", que tiene un excelente reparto. Adicionalmente, seguimos muy fuerte con la barra "solo para adultos". En Cinelatino hacemos esfuerzos semejantes en el tema de los elencos, como por ejemplo con "El sueño de Iván" o "¿Alguien ha visto a Lupita?", que es una coproducción entre varios países, entre ellos Chile y Argentina.

## Un mercado muy tranquilo



Oscar Sacchetto

Para conocer la actualidad del sector vista desde los proveedores de tecnología, Revista ATVC consultó a Oscar Sacchetto, Presidente de Antemont. El ejecutivo aseguró que "el mercado está muy tranquilo, y no hay grandes proyectos. Habrá que esperar que se despeje el panorama político y observar también las posibilidades de crédito. Esperemos que mejore y vaya cambiando."

Consultado sobre los productos que está impulsando la compañía actualmente, mencionó los transmisores UHF digitales y los

enlaces de cámara en IP. Estos últimos "los utilizan los cables para hacer los transportes de video de estudio a planta, o para hacer un programa en vivo. O como enlace de punto a punto", explicó. Con 35 años de trayectoria en el mercado, Antemont ha respondido con eficacia a los constantes cambios tecnológicos. La empresa acompaña permanentemente el desarrollo de las telecomunicaciones en toda la región, respondiendo así a la demanda de los numerosos clientes que eligen sus productos y servicios en diversos países.



CORPORACION PERUANA DE TELECOMUNICACIONES S.R.L.

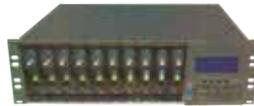
# CORPETEL.COM

DE TODO PARA CATV, VIA SATELITE & REDES HFC



## LO MEJOR EN EQUIPOS OPTICOS FTD NETWORK

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



## Equipos para HEADEND

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

visitanos en [www.corpetel.com.pe](http://www.corpetel.com.pe)

**HOLLAND**  
Electronics LLC



RIPLEY

Hansen

**ofs**  
A furukawa Company



MOTOROLA

Thomas & Betts



PICO DIGITAL



CommScope



CISCO

ACI COMUNICACIONES



Sadelco

Oficina Comercial: Av. Nicolas de Pierola 1717 Dpto. 502 Telf.: 4283002 / 4283971  
Tienda: Jr. Paruro 1401 Tda. 108 RPM #315274 Nextel: 817\*3978

# Una oferta amplia y variada

ALTERNA TV CUENTA CON UN PAQUETE DE DOCE SEÑALES Y APUNTA A INCREMENTAR SU PRESENCIA EN AMÉRICA LATINA, TANTO EN LAS PLATAFORMAS TRADICIONALES COMO EN LAS DE RECIENTE APARICIÓN.

Alterna TV se encuentra ante la oportunidad de incrementar la distribución de sus canales en América Latina. Según explicó a la Revista ATVC Leonardo Pinto, Sr. Distribution Director para la región, el objetivo es trabajar tanto sobre la distribución tradicional de canales lineales como en todo lo relacionado a los nuevos dispositivos y plataformas a través de las cuales los contenidos llegan a la audiencia.

Consultado sobre las nuevas posibilidades que se abrieron para la compañía con la adquisición de Satmex por parte de Eutelsat, comentó: *"He podido ver durante los últimos meses es que contamos con apoyo total de nuestra empresa matriz, la cual está conformada por un grupo de profesionales muy preparados y con larga experiencia tanto en el negocio de Satélite TV Paga como en conocimiento de la región, y esto tiene mucho valor al momento de evaluar oportunidades"*.

Actualmente el portfolio de Alterna TV está integrada por 12 canales:

**PXTV HD:** canal de deportes extremos totalmente en español.

**Trace Sport Stars:** único en su género de Sportainment, se trata de un canal que nos acerca a las figuras más importantes del deporte mundial, más allá del terreno de juego, o de la cancha o cual sea la especialidad que se desempeñe. La "farándula" de los deportistas de alto nivel.

**MotorsTV:** uno de los últimos en incorporarse a la oferta de Alterna, ofrece 24 horas de deporte automotor. Tiene alrededor de 42 millones de suscriptores a nivel mundial y llega por primera vez a Latino-

américa.

**AYM y LAS ( Latin America Sports):** canales con contenido de fútbol mexicano, baseball profesional y otras especialidades.

**Fix & Foxi:** señal basada en el dúo de comics Fix& Foxi, creados por el Walt Disney alemán, Rolf Kauka. Un canal sin violencia y con mucho contenido educativo.

**Inti Network:** con un sentido holístico, del buen vivir, brinda un contenido variado enfocado en la salud de mente, cuerpo y espíritu. Pertenece al grupo Ecuavisa.

**Ecuavisa Internacional:** también es parte del grupo del mismo nombre.

**Canal 11 y Canal 22 de México, CB TV de Michoacan y Telemicro Internacional (República Dominicana):** estas cuatro señales completan el paquete que comercializa Alterna TV.

*"Nuestro objetivo en la región -afirmó Pinto- es aumentar la penetración de nuestras señales en todas las plataformas de distribución. Contamos una variedad de contenidos de diferente género y en español que calan muy bien dentro de las plataformas tradicionales y en las nuevas ya existentes y por venir. Estamos en constante visita a los territorios, y también contamos con apoyo en algunas regiones con nuestros representantes locales. De esta manera, nos aseguramos de contar con presencia local y atender necesidades de manera inmediata"*.

Por último, adelantó que estarán presentes en Andina Link y en todos los trade shows de la región: *"Es parte del enfoque que encaramos este año. De esta manera mantenemos contacto directo constantemente con los operadores de todos los tamaños y países"*.

ALTERNA' TV



Leonardo Pinto

*"Nuestro objetivo en la región -afirmó Pinto- es aumentar la penetración de nuestras señales en todas las plataformas de distribución."*



# SOS PARTE DE UN SINDICATO QUE CRECE



**Sindicato Argentino de Televisión**  
Telecomunicaciones, Servicios Audiovisuales, Interactivos y de Datos

**EL SINDICATO  
DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS**

[www.satsaid.org.ar](http://www.satsaid.org.ar)

[www.blogsatsaid.com.ar](http://www.blogsatsaid.com.ar)

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

[@SATSAIDnacional](https://www.instagram.com/SATSAIDnacional)



Lic. Marcel Vinay Hill

## En busca de mayor penetración

EL OBJETIVO DE AZ TV DE PAGA ES QUE SUS SEÑALES LLEGUEN A UNA DISTRIBUCIÓN DEL 90% EN AMÉRICA LATINA.



Luego de haber estrenado en el segundo semestre de 2014 la unidad creadora y productora de contenidos denominada AZ TV de Paga -que incluye a los canales AZMundo, AZCorazón, AZClic y AZCinema- Azteca se alista para afrontar un 2015 lleno de retos y desafíos. *"Estamos contentos porque va tomando forma tanto el cambio de imagen en dichas señales, como en la integración de más canales, y es por ello que continuamos poniendo foco en seguir creciendo en la región"*, destacó Marcel Vinay Hill, VP de Ventas Internacionales.

El canal Azteca Internacional, luego de 15 años en el mercado, pasó a llamarse AZMundo, con una parrilla llena de nuevos contenidos que apuntan a un público latinoamericano y con un cambio total de imagen. Asimismo, Azteca Novelas se transformó en AZCorazón, con una grilla de telenovelas clásicas, comedias, dramas, juveniles, retro y premium. La señal AZClic comenzó a tener programas orientados al estilo de vida, espectáculos y música pensando íntegramente en la audiencia joven de la región; mientras que AZCinema está preparando una pro-

gramación orientada al cine mexicano de todos los tiempos. Esta señal estará disponible recién a partir del segundo trimestre de 2015 en Latinoamérica.

Consultado acerca de cuál ha sido la respuesta por parte de la audiencia, Vinay dijo que todo este cambio ha sido un reto importante, ya que *"nos comienzan a identificar con esta nueva imagen"*. Asimismo, explicó que las señales AZMundo y AZCorazón *"continúan con muy buena programación como lo han hecho desde sus inicios"*, y que AZClic *"todavía se está dando a conocer a los cableoperadores, buscando con su integración una mejor oferta y variedad para satisfacción del usuario final"*. Por otra parte, aclaró que se está aguardando el lanzamiento de la señal AZCinema para el segundo trimestre de este año, y de la cual esperan tener la misma respuesta que tuvieron con las demás marcas de su portafolio.

*"Con estas señales estamos presentes en aproximadamente el 80% de los sistemas de cable en Latinoamérica. En los próximos meses esperamos alcanzar al 90% de penetración en LatAm, y estaremos reforzando nuestra presencia en Europa"*, concluyó Vinay.

## PROGRAMACION

### Justin Bieber en Comedy Central



Comedy Central Latinoamérica anunció que el comediante y actor Kevin Hart será el Roast Master (conductor) del esperado Comedy Central Roast de Justin Bieber. El #BieberRoast será grabado en los Sony Studios en Los Ángeles, California, Estados Unidos, el 14 de marzo próximo y será transmitido en América Latina próximamente.

*"Normalmente yo no participo en Roasts, pero tenía que hacerlo por mi amigo Biebs... ¡cumple 21 años! Rostizaremos el trasero de todos!"*, dijo un



desenfadado Hart al confirmar su participación en el esperado envío. El canal comunicó que pronto se sabrá la fecha exacta de la emisión.

Comedy Central Latinoamérica alcanza a 27 millones de suscriptores en la región. El canal dedicado a la comedia las 24 horas y pionero del stand-up comedy en América Latina, es visto en más de 225 millones de hogares en 70 países alrededor del mundo.



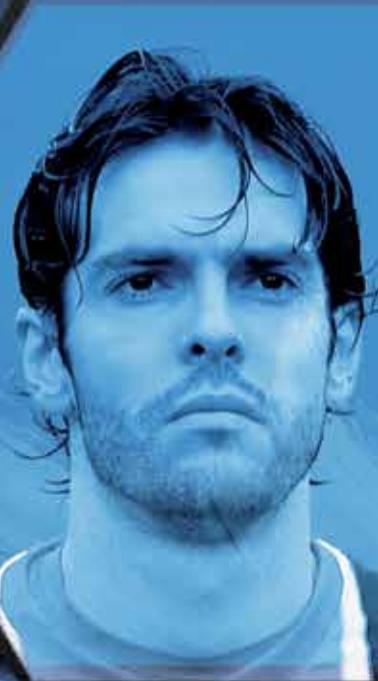
Viví tu  
**Pasión**

**GOLTV** HD

 [facebook.com/GolTVLatAm](https://facebook.com/GolTVLatAm)

 [twitter.com/goltvlatam](https://twitter.com/goltvlatam)

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





# El rebranding de Fox Sports



FOX SPORTS LATIN AMERICA RENUEVA SU PANTALLA EN TODA LA REGIÓN CON UNA PROPUESTA GRÁFICA INNOVADORA. TAMBIÉN HAY UNA NUEVA ESCENOGRAFÍA PARA EL NOTICIERO CENTRAL FOX.

Desde el pasado 2 de febrero el portafolio de Fox Sports Latin America renovó el look & feel de sus canales en toda América Latina. El cambio comprende desde un nuevo paquete gráfico -tanto dentro (On Air) como fuera de la pantalla (Off Air)- hasta los nuevos logos para Fox Sports 2 y Fox Sports 3.

La renovada identidad visual en pantalla está compuesta por nuevos billboards, menús, end pages, promos, bumpers y banners, entre otros elementos. Mientras que off-air, la totalidad de las piezas de comunicación ATL (Above the Line) y BTL (Below the Line) son completamente inéditas.

Adicionalmente, el principal noticiero deportivo en América Latina y emblema de FOX Sports, "Central FOX", cuenta desde ese mismo día con una nueva escenografía y la incorporación en pan-

talla de un innovador sistema "L-Bar" donde pueden seguirse en tiempo real los Tweets generados por los televidentes y los resultados y noticias más importantes de distintas instancias deportivas, accediendo a mayor información sobre deporte nacional e internacional durante la transmisión del programa.

"El rebranding forma parte de una estrategia global que busca unificar la imagen de las señales del portafolio Fox Sports a nivel mundial, incorporando un paquete gráfico más sofisticado y moderno y nuevas tecnologías en pantalla. Estamos muy entusiasmados por poder ofrecer una nueva experiencia visual a los fans latinoamericanos que está a la altura de una marca como Fox Sports, referente en contenido deportivo en la región", afirmó Hernán Donnari, SVP de Producción, Programación y Operaciones de Fox Sports para Latinoamérica.



## Buenas mediciones para Discovery

Discovery Networks Latin America/U.S. Hispanic (DLA/USH) dio a conocer sus cifras de audiencia correspondientes a 2014, que muestran los mayores niveles de rating para este portafolio de canales en su historia. El portafolio de Discovery aumentó sus niveles de audiencia en horario estelar en un 14% respecto del año anterior, colocando a los canales insignia Discovery Channel, Discovery Kids y Discovery Home & Health entre las 10 señales de TV de paga más vistas a nivel panregional entre el codiciado segmento demográfico de televidentes entre 25 y 54 años de edad. Así lo informó la compañía, que expresó su satisfacción por los re-

sultados obtenidos.

"El gran éxito de ratings del portafolio de Discovery en 2014, así como el liderazgo de las señales insignias en América Latina, continúa validando la efectividad de nuestra estrategia regional de contenidos que se basa en el entendimiento del mercado y en satisfacer las necesidades de un público cada vez más sofisticado a través de marcas y producciones únicas. Estamos muy contentos al comprobar que nuestra audiencia continúa respondiendo positivamente a la calidad de nuestros contenidos y a la excepcional ejecución de los equipos locales", afirmó Carolina Lightcap, Head of Content del portafolio de 11 señales de DLA/USH en Latinoamérica.



Carolina Lightcap



# music

## LO NUEVO DE LOS ÉXITOS

EL CANAL QUE PRESENTA EL PLAYLIST DE VIDEOS con los NUEVOS ÉXITOS MUSICALES y conciertos MÁS RECIENTES, las 24 horas.



INFORMES Y VENTAS, MATILDE DE BOSHELL REPRESENTANTE REGIONAL DE VENTAS  
Tel. (+571) 6420079 - 6420072 - 6420073  
Email: mboshell@mbanetworks.tv

OTRAS SEÑALES DISPONIBLES



www.mbanetworks.tv  
www.mvs-marketing.com

# En busca de nuevos acuerdos



MAR MARTÍNEZ-RAPOSO, DE ATRESMEDIA, SEÑALA CUÁLES SON LAS PRIORIDADES Y OBJETIVOS PARA SUS TRES CANALES.



Mar Martínez-Raposo

A casi un año del lanzamiento de Atres Series, se han conseguido cerrar acuerdos con importantes operadores en México y EEUU, lo cual permite a la señal de series en español acceder a aproximadamente un millón de hogares. Ese es el primer dato que ofrece Mar Martínez-Raposo, Directora Internacional de Atresmedia en diálogo con Revista ATVC.

Según explicó, *"el hecho de que el canal sea único y exclusivo, así como que todas las series lleven la marca de calidad Atresmedia, nos facilita el trabajo en las negociaciones con los cableoperadores, teniendo en cuenta, además, que hablamos de mercados muy maduros y con grupos de larga trayectoria"*.

En cuanto a los objetivos de la compañía para este año, la entrevistada señaló: *"Seguiremos muy enfocados en ampliar la distribución de las tres señales internacionales de Atresmedia (Antena 3 Internacional y HOLA TV, además de Atres Series) y estamos muy confiados en lograr nuevos acuerdos en los próximos meses"*.

Entre los puntos fuertes de la programación de cada canal, mencionó El Hormiguero, La Ruleta de la Suerte o Tu Cara me Suena en lo referente a Antena 3 Internacional. En cuanto a Atres Series, destacó el primer estreno, Algo que Celebrar, *"una comedia muy divertida con un planteamiento muy original, en torno a las celebraciones familiares como son los cumpleaños, bautizos, las bodas o los funerales"*.

Consultada sobre la importancia estratégica que tienen para la compañía los acuerdos alcanzados con diversos operadores en Estados Unidos, comentó: *"Para cualquier señal televisiva, es un mercado con mucho potencial y grandes oportunidades donde hay espacio si el producto es de calidad. Antena 3 Internacional y Atres Series, como resultado de los acuerdos cerrados en 2014, alcanzan ya los tres millones de hogares en ese país"*.

Por último, destacó que ¡Hola! TV, con ocho millones de hogares en las Américas, está considerado como uno de los lanzamientos más exitosos de los últimos 5 años.

## PROGRAMACION

### SportsCenter, renovado



Desde el 9 de febrero pasado, como punto de partida de un impactante cambio de fisonomía, SportsCenter dispone de una puesta en escena que seguramente causó asombro al televidente más exigente. Cuatro escenografías compondrán este espacio multideportivo, donde la cámara puede girar 360° para posarse en la imagen del momento.

Las emociones se multiplican en las 30 pantallas, una de ellas una pared de leds de 9 metros de ancho, dispuestas en el Estudio 2 (set de 290 m2), que se encuentra en el ESPN MediaCenter, el más moderno centro de producción de la industria de la televisión, situado en San Isidro, provincia de Buenos Aires, Argentina. Además del cambio de esce-

nografía, SportsCenter también renovó su gráfica, que es ahora más dinámica, actualizó la presentación de datos en pantalla y cuenta con una nueva versión de su reconocido tema musical. El flamante estudio permite también una mayor interactividad de diferentes locaciones y la posibilidad de utilizar en simultáneo todas las escenografías.

# Viditec

Más de 30 años de experiencia al servicio del mercado Broadcast



- Proyectos llave en mano
- Servicios de integración, ingeniería e instalación de soluciones para aplicaciones de audio y video profesional
- Servicios profesionales de mantenimiento correctivo y preventivo

Somos los mejores socios para el desarrollo exitoso de sus proyectos tecnológicos

Contáctenos:

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

## Viditec



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



Petr Peterka



## En busca de mayor protección

VERIMATRIX CONFIRMA QUE EL ULTRA VCAS EMPUJARÁ A LOS OPERADORES A REPENSAR SU ESTRATEGIA DE SEGURIDAD.

En la próxima edición de Andina Link, Verimatrix estará presente exhibiendo su Video Content AuthoritySystem (VCAS) Ultra. Con esta solución, la compañía dedicada a redefinir la seguridad y el aumento de ingresos para multi-red y servicios de televisión digital multipantalla a nivel global ofrecerá seguridad para ingresos multi-red global, lo cual ayudará a satisfacer las metas de los clientes en pleno auge de las tecnologías IP.

Este producto impulsa a los operadores de televisión paga a sacar el máximo provecho mientras se disponen para la nueva prestación de servicios premium ultra highdefinition (UHD) contenido 4K, facilitando agilidad y eficiencia dentro de su infraestructura.

*"Con el VCAS Ultra brindamos una arquitectura mejorada para la inteligencia de vigilancia, operativo y abonado. El mismo expedirá un análisis de seguridad reuniendo sistemas de gestión de datos de rendimiento y manteniendo la privacidad del suscriptor",* explicó Petr Peterka, CTO

de la compañía.

La solución cuenta con soporte extendido para los nuevos modelos de distribución agresivos, junto a opciones de integración incluyendo la venta al por mayor y menor, espacios de almacenamiento virtual, y la entrega de contenido over-the-top (OTT). Además, acepta una gama de modelos comerciales flexibles teniendo en cuenta también a los basados en suscripción y despliegue distribuido, con el apoyo de las últimas licencias de gestión centralizada.

En tanto, Peterka destacó que la introducción de servicios de UHD, combinado con los servicios de red más penetrante e IP híbrida, *"empujará a los operadores a repensar su estrategia de seguridad con el fin de optimizar sus ingresos y reducir los costos operacionales. La arquitectura de seguridad de ingresos armonizados, como el VCAS Ultra, ayudará a la implementación de un régimen de seguridad transparente en todos los tipos de redes y dispositivos que los suscriptores demandan"*.

## Elemental crece junto a Viditec



Leonardo Rombolá, jefe de producto de Elemental Technologies para Viditec, le contó a Revista ATVC las novedades y estrategias del 2015 para la marca y el balance del año anterior. Turner Argentina, Non Stop, Telefé y Telered San Miguel, son algunas de las empresas que han incorporado equipamiento de Elemental.

*"El 2014 fue un muy buen año para Elemental Technologies y Viditec, el distribuidor oficial de los productos de la marca en Argentina. Ambas compañías han ido desarrollando en conjunto durante los últimos dos años, un profundo trabajo de acercamiento entre la industria*

*local y la excelencia de los productos Elemental, demostrando su alta capacidad y performance no sólo con seminarios sino también con pruebas reales llevadas adelante con cada interesado en sus propias facilidades",* detalló el ejecutivo.

*"Tener producto disponible en Argentina y personal capacitado para hacer todas las pruebas necesarias, fue el mejor modo de responder a las consultas de los clientes para que pudieran comprobar, por ellos mismos, como Elemental puede simplificar su operación y aportar a la disponibilidad y distribución de contenidos multipantalla",* concluyó.

# CICLOS, EVENTOS Y CAPACITACIÓN PROFESIONAL

PRESENTACIÓN DEL LIBRO  
**LA MEMORIA DE LOS OJOS**  
FILMOGRAFÍA COMPLETA DE  
**LEONARDO FAVIO 2ª EDICIÓN**



STAND  
**JORNADAS  
INTERNACIONALES  
2014 ATVC**

SEMINARIO MOCAP  
**WORKSHOP  
MOTION CAPTURE  
VICON**



**30 AÑOS  
DE CINE ARGENTINO  
EN DEMOCRACIA**



FIRMA DEL PRIMER ACUERDO  
CINEMATOGRAFICO ARGENTINO RUSO



**SEMANA DEL REENCUENTRO  
CON EL CINE RUSO**

**KAREN SHAKHNAZAROV,**  
PRESIDENTE DE LOS ESTUDIOS MOSFILM  
PRESENTANDO "EL TIGRE BLANCO"

CELEBRACIÓN  
FIESTA DAC EN EL CIERRE DEL  
29 FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE  
DE MAR DEL PLATA



SEMINARIO  
CÓMO FINANCIAR UNA  
PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA  
**DANIEL BOTTI**

SEMINARIO  
CINE DIGITAL  
NUEVO SET DE FILMACIÓN  
**RODRIGO PULPEIRO**



SEMINARIO  
INTRODUCCIÓN  
AL SONIDO  
**CARLOS ABBATE**

SEMINARIO  
EFECTOS ESPECIALES EN  
CAPTURA Y POSTPRODUCCIÓN  
(FX-FVX) CINECOLOR



CELEBRACIÓN  
FIESTA DE FIN DE AÑO  
DESPIDIENDO EL AÑO EN LA CASA  
DEL DIRECTOR AUDIOVISUAL



DECLARÁ TUS OBRAS  
DE CINE Y TV ONLINE  
UN TRÁMITE SENCILLO PARA ACCEDER  
A TUS DERECHOS AQUÍ Y EN EL EXTERIOR  
**www.dac.org.ar**

TEL. (+54) 0800-3456-DAC (322)





**natpe.**  
CONTENT FIRST



Oscar Barceló y Álvaro Obando de VOA



Staff de Programas para Televisión



Ejecutivos de Alterna TV



Adriana y Gustavo Cisneros



Miyuki Nomura de NHK

## Contenidos sin fronteras

EL LEMA BAJO EL CUAL SE REALIZÓ ESTE AÑO LA FERIA SE VIO REFLEJADO FIELMENTE DURANTE SU DESARROLLO. MUCHOS LANZAMIENTOS Y BUENA ASISTENCIA EN MIAMI.

La última edición de Natpe, llevada a cabo entre el 20 y el 22 de enero en el Fontainebleau Resort, en Miami Beach, confirmó el carácter fundamental de este evento en el marco de lo que la industria tiene todos los años para mostrar.

Teniendo en cuenta esta performance, los expositores y los asistentes afirmaron estar satisfechos por cómo se desarrolló la feria. Tanto en las conferencias como en las entregas de premios se pudo apreciar la presencia de importantes personalidades, y las compañías aprovecharon también para lanzar una buena cantidad de novedades y concretar nuevos negocios.

Uno de los acontecimientos más destacados dentro de Natpe fue el desayuno de Globo, que en esta ocasión coincidió con los 50 años de la cadena de origen brasileño. "Una fecha que no podía ser celebrada sin ustedes, que de una forma u otra, nos ayudaron a contar una historia llena de historias", señaló Ricardo Scalamandrè, responsable del área de Negocios Internacionales de la emisora.

Otra gran cadena que organizó un gran almuerzo para más de 400 invitados fue Telemundo. Allí se presentaron producciones de alto impacto, como por ejemplo Dueños del Paraíso (en coproducción con la chilena TVN). El anfitrión fue Marcos Santana, presidente de Telemundo Internacional.

La entrega de los Brandon Tartikoff Legacy Award también constituyó un punto alto dentro de los tres días de actividad. Allí fueron galardonados, entre otros, figuras como Gustavo y Adriana Cisneros, Jonathan Murray, Linda Bell Blue y Jay Leno. Gustavo Cisneros, Chairman de Grupo Cisneros, expresó: "Es una alegría estar recibiendo un premio junto a mi hija Adriana, pero en realidad estoy seguro que Adriana los convenció para que me sumarán en este reconocimiento".

En definitiva, una excelente combinación de negocios, show y emociones que dejó en claro la buena salud que goza la industria de los contenidos, dispuesta una vez más a conquistar a las cada vez más exigentes audiencias.

## ▶ PROGRAMACION

### Viacom se unió a LAMAC

Viacom International Media Networks - The Americas, uno de los proveedores líderes de contenido a través múltiples plataformas en LATAM, anunció formalmente que se unió a partir de febrero al grupo de miembros del Latin American Multichannel Advertising Council (LAMAC). Con la entrada de Viacom, LAMAC suma cinco canales nuevos (MTV, Nickelodeon, Comedy Central, VH1 y Paramount Chan-

nel) al listado de más de 50 canales miembros de la organización. McBride, EVP de Viacom International Media Networks - The Americas, aseguró: "Nuestra pertenencia a LAMAC nos garantizará que nuestra empresa será de las primeras en enterarse de las nuevas tendencias e insights sobre la optimización publicitaria. Con esta alianza, esperamos poder colaborar con líderes de la industria de medios, compartiendo

nuestra experiencia a la vez que nos convertiremos en un socio activo a medida que continuamos creciendo nuestro negocio en la región."

En palabras de Enrique Cusco, CEO de OLE Communications y Chairman de LAMAC, "los miembros de la Junta Directiva de LAMAC damos la más calurosa bienvenida a Viacom International Media Networks a nuestra organización".

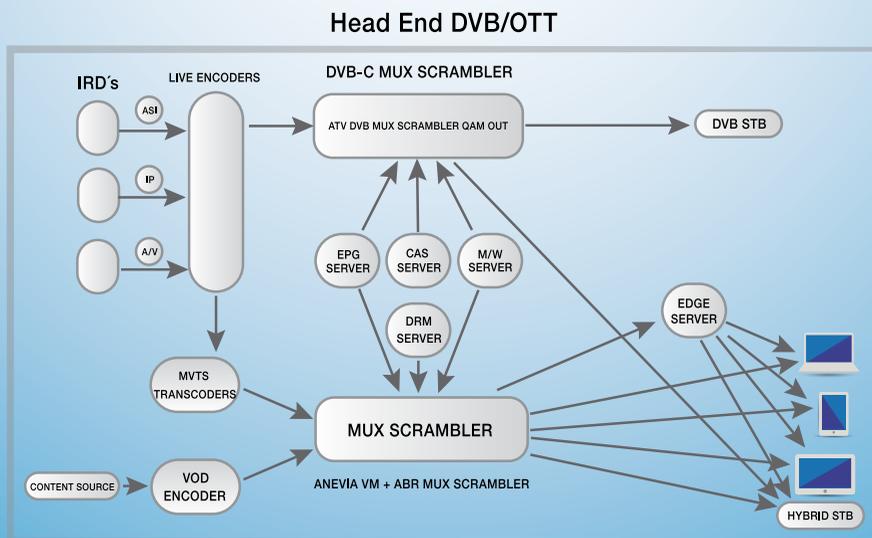




Hasta hace poco la oferta HD era la apuesta obligatoria del cable para mantener a sus clientes felices, pero las tendencias y estadísticas de todo el mundo muestran que ya no alcanza, y si se quiere ser competitivo y tener el control del negocio, en el corto plazo hay que ofrecer servicios OTT, sino alguien más lo hará.

**El dilema es que clase de proyecto**, si algo de relleno para decir "tenemos OTT" o una propuesta atractiva y competitiva que sea rentable en el mediano y largo plazo.

**Con más de 200 cabeceras instaladas** en los últimos 3 años, AVS cuenta con el know-how y los mejores socios tecnológicos para conformar una propuesta "Carrier Class" asequible para la mayoría de los operadores sin dejar el negocio en manos de terceros.



Appear TV

verimatrix

ANEVIA

zappware



Cabrera 6048  
Buenos Aires  
Argentina, 1414  
T.: +54-11-4777-9090  
avs@avsistemas.com  
www.avsistemas.com

# DW con cambios en la grilla



LA EMISORA ALEMANA ESTÁ INTRODUCIENDO MODIFICACIONES PARA ADAPTARSE MEJOR A LAS DISTINTAS REGIONES. LA SEÑAL QUE LLEGA A LATINOAMÉRICA NO ES LA EXCEPCIÓN.

DW en proceso de adaptar sus grillas regionales

A poco de comenzar Andina link en Cartagena de Indias, Revista ATVC conversó con Sylvia Viljoen, Head of Distribution America para Deutsche Welle. La ejecutiva adelantó las modificaciones que se están realizando en la programación: "El objetivo es ajustar nuestras señales aún más a las diferentes regiones del mundo. Esto también está sucediendo, por supuesto, con nuestra señal en español, diseñada específicamente para América Latina. Los resultados de esta reestructuración en la programación se podrán apreciar probablemente a mediados del año".

- ¿Cuál es el balance 2014 y cuáles son las metas para el 2015?

- El año pasado fue muy exitoso para nosotros. No sólo porque pudimos convencer a más operadores que incluyan nuestros contenidos en su oferta, sino también porque recibimos un feedback enormemente positivo por parte de los televidentes que recibieron con mucho entusiasmo nuestra señal con 24 horas de programación en

español. Nuestro objetivo principal para este año es poner nuestros contenidos de TV y online a disposición de nuestros televidentes y usuarios en todos los países latinoamericanos a través de todas las plataformas posibles.

- ¿Qué cambios perciben en la dinámica de la industria en nuestra región?

- Evolución y desarrollo constantes son la característica principal de nuestro rubro, y esto se puede ver actualmente. Con crecientes ofertas como VOD o TV Everywhere, que permiten un consumo sin límites ni dependencias de tiempo o espacio, la industria busca enfrentar los retos a los que se enfrenta.

- ¿En qué ferias estarán presentes este año?

- Participaremos en las principales ferias de la región. Pero naturalmente Andina Link es una cita muy importante para nosotros, porque podemos saludar personalmente a muchos de nuestros socios no sólo de Colombia, sino también de países como Perú, Ecuador, El Salvador y Costa Rica.



Sylvia Viljoen

## PROGRAMACION

### Nat Geo se renueva

Nat Geo en Latinoamérica comenzó el año con una estética renovada que comprende nuevas piezas especialmente desarrolladas para privilegiar aún más los contenidos del canal, con una nueva dinámica y disposición de los elementos gráficos en pantalla.

Esta iniciativa se ve reflejada a través de varias acciones entre las que se incluye la nueva ubicación del logo de National Geographic Channel que pasa a la esquina inferior derecha de la pantalla, acompañado por textos e información que ahora se presenta bajo esta nueva alineación. Paralelamente, las piezas de apertura y cierre que rotan diariamente en el canal, presentan una nueva estética y un au-



dió logo adaptable que le permitirá al público reconocer rápidamente la programación del canal. Por otra parte, el estilo de los end tags al final de cada show, han sido desarrollados en función de la temática de cada programa o contenido específico que se desee resaltar.

"Tanto el mix de contenidos como la estética de la pantalla de Nat Geo en América Latina conforman

un todo cuyo objetivo es ofrecer la mejor experiencia de entretenimiento para cautivar al espectador, confiamos en que esta renovación será bienvenida por los fans del canal en la región", dijo Fernando Semenzato, SVP y Chief Creative Officer de FOX International Channels Latin America.

# CREANDO UN MUNDO DE SOLUCIONES DE SEGURIDAD MULTI-RED



Verimatrix se especializa en proteger y mejorar los ingresos para servicios de TV digital multi-red y multi-pantalla alrededor del mundo. El premiado e independientemente auditado sistema Video Content Authority System (VCAS) y las soluciones ViewRight de Verimatrix permiten a los operadores de DVB cable, satélite, terrestre, IPTV y OTT extender sus redes de forma rentable y permitir nuevos modelos de negocio.

Aprenda más sobre VCAS Ultra™, el futuro de la protección de ingresos para TV Paga visitando [www.verimatrix.com/ultra](http://www.verimatrix.com/ultra)

Visítenos en AndinaLink 2015  
March 3 - 5 • Cartagena de Indias, Colombia • Booth #1

  
**verimatrix**®  
Beyond Content Protection to Revenue Security™

# “Hemos tenido una excelente recepción”

PARAMOUNT CHANNEL, EL MÁS RECIENTE LANZAMIENTO DE VIACOM INTERNATIONAL MEDIA NETWORKS EN LATINOAMÉRICA, ALCANZA YA LOS 21 MILLONES DE SUSCRIPTORES EN LA REGIÓN.



Carlos Penzini

A tres meses de su lanzamiento, Paramount Channel se ha convertido ya en una alternativa valorada por operadores y espectadores. En diálogo con Revista ATVC, Carlos Penzini, Gerente de Marca, hace un balance de este corto recorrido y adelanta lo que viene.

**- ¿Cómo fue la recepción de los cableoperadores latinoamericanos para el nuevo canal?**

- Impulsado por el éxito de Paramount Channel en España, Francia, Rusia, Rumanía y Hungría, VIMN ha cerrado acuerdos de distribución con los operadores líderes de TV de paga en Latinoamérica. Lanzado en noviembre de 2014, Paramount Channel Latinoamérica actualmente alcanza a 21 millones de suscriptores en 16 países a través de la región.

**- ¿Cuál es el principal atractivo de Paramount Channel para la audiencia de nuestros países?**

- Además de estar apoyado por la biblioteca icónica de uno de los estudios cinematográficos más reconocidos a nivel internacional, la marca Paramount ha inspirado a millones de personas alrededor del mundo a través de historias y entretenimiento de alta calidad mientras también celebra la industria del cine. Paramount Pictures cuenta con un legado de más de 100 años, 67 premios Óscar y 15% de las películas de mayor ingreso alrededor del mundo que ahora llegan a la pantalla chica a través de Paramount Channel Latinoamérica.

**- ¿Cómo está ordenada la programación?**

- Paramount Channel Latinoamérica ya cuenta con más de 500 películas de Paramount Pictures y otros grandes estudios, divididas en nueve categorías que inclu-

yen misterio, shows de premios, drama, comedia, familia, ciencia ficción, acción, horror y romance. Esta programación se complementa con maratones, especiales y ciclos temáticos. Durante el día, el canal presenta una variedad de vignettes o piezas de formato corto con información relevante del mundo del cine: desde las últimas noticias hasta la cobertura de grandes eventos.

**- ¿Cuáles son los objetivos de distribución para este año?**

- Nuestra prioridad es continuar expandiendo en mercados de alto crecimiento como México y Brasil así como también en aquellos mercados donde existen grandes oportunidades como Colombia, Chile y Perú; algo que tenemos a nuestro alcance basado en la excelente recepción que hemos obtenido de operadores de TV de paga a través de la región.

**- ¿Qué rol le asignan a las modalidades y plataformas de distribución alternativas como VOD, OTT y TV Everywhere?**

- Nuestro compromiso con la audiencia es poder darles la mejor experiencia cinematográfica en la comodidad de su hogar, no solo en el televisor sino también en todo tipo de tecnología en donde consumen el contenido. Manteniendo esto en mente, nuestra estrategia digital consiste en cuatro pilares: OTT & VOD, web, apps y medios sociales. Para complementar nuestro canal lineal, compartimos información y material exclusivo sobre nuestra programación y nuestros talentos a través de nuestros sitios web [www.paramountchannel.la](http://www.paramountchannel.la) y [www.paramountchannel.com.br](http://www.paramountchannel.com.br). Para mantenernos al alcance de nuestra audiencia, lanzamos una app disponible para Android y iOS.

*Nuestro compromiso con la audiencia es poder darles la mejor experiencia cinematográfica en la comodidad de su hogar, no solo en el televisor sino también en todo tipo de tecnología en donde consumen el contenido.*

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



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

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

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

Posicionarse para incursionar en un entorno IPTV.

Incentivar el consumo de contenidos lineales Premium.

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

# diboxone



## Telefe presentó Los Creadores al mercado internacional



FUE EN OCASIÓN DE NATPE, QUE SE LLEVÓ A CABO EN MIAMI. UNA CREACIÓN DE PABLO ARISTIZÁBAL, PRODUCIDA CON ALTÍSIMA CALIDAD AUDIOVISUAL.

Los Creadores, la serie que combina Live Action 3D y 2D hizo su primera presentación para el mercado internacional, en una conferencia de prensa ofrecida en el marco de la última Natpe, llevada a cabo en Miami. Con la presencia de los medios más reconocidos de la industria del entretenimiento, se anunció además que próximamente tendrá su estreno en la pantalla de Telefé para su segmento Kids & Family.

Creada por Pablo Aristizábal, producida por A365 Studios y con el apoyo de Aula365 Speedy, Los Creadores es una propuesta con un contenido de altísima calidad audiovisual, donde la audiencia podrá disfrutar de una historia, que se expande a través de las distintas plataformas tecnológicas de forma paralela y complementaria, con juegos narrativos, aplicaciones, experimentos, coreografías, e interactuando con el mundo virtual de

Creópolis, la ciudad de Los Creadores. Se trata de una nueva experiencia de entretenimiento donde el espectador pasa a tener un rol activo convirtiéndose en el protagonista, creando su propio universo. La serie promueve la participación, innovación y la creación. Además, se plasman los valores como la amistad, la solidaridad, el trabajo en equipo y la confianza en sí mismos, entre otros.

*"Trabajamos en una serie que represente el espíritu de esta época con la aparición de los nativos digitales. Para nosotros el desafío era construir una historia donde se reflejara el nuevo paradigma de la era del conocimiento, entre los viewers y los proviewers, entre el consumidor y el prosumidor, entre una TV constatativa y una TV performativa. Los Creadores tiene una visión 360 y creemos que tiene un enorme potencial tanto en el mercado nacional, como internacional",* expresó Pablo Aristizábal ante los asistentes.

## Nueva serie por Nickelodeon

Nickelodeon Latinoamérica acaba de estrenar su nueva serie Henry Danger. Creada por el legendario productor Dan Schneider, se trata de las aventuras de un niño que se vuelve el aprendiz de su superhéroe favorito Captain Man. Sin duda, este trabajo no está libre de peligros, pues sus principales enemigos serán los supervillanos. Cuando Captain Man es capturado, su salvación dependerá por completo de Danger Boy.

En definitiva, Henry Danger trata sobre la vida de un chico ordinario de 13 años que adquiere el trabajo de su vida como aprendiz superhéroe. Henry descubre que ser compañero de un superhéroe es mucho más difícil

de lo que jamás pensó. El protagonista lucha desesperadamente para equilibrar las exigencias de su trabajo escolar, sus responsabilidades familiares y su nuevo rol como Kid Danger. Todo mientras mantiene secreta su otra personalidad de todos los que conoce, incluyendo sus dos mejores amigos, Charlotte (Riele Downs) y Jasper (Sean Ryan Fox), y también su hermana pequeña Piper (Ella Anderson). Cuando la vida de Henry empieza a derrumbarse bajo la presión, él recurre a Captain Man para ayuda. Captain Man le ofrece a Henry un nuevo aparato que le resuelve sus problemas. Pero viene con sus riesgos, como Henry descubrirá.

nickelodeon



¿Cómo nos preparamos para el cambio  
tecnológico y la apertura del mercado?

**¡CUPOS LIMITADOS , ASEGURE SU INSCRIPCIÓN!**

Como ningún otro evento de la región Andina Link Cartagena 2015 que se realizará del 3 al 5 de marzo en el Centro de Convenciones de Cartagena de Indias, Colombia, ofrecerá a todos los proveedores de cable y triple play, proveedores de contenidos y tecnología en telecomunicaciones un espacio para negociar, actualizarse, colaborar y crear. Usted verá las últimas innovaciones en la industria, aprenderá sobre regulación y conocerá todas las marcas líderes de la región en un solo lugar.

## AGENDA SEMINARIO

- ANDINA LINK CARTAGENA 2015
- FICA 2015 Foro Iberoamericano de la Convergencia, los Contenidos y los Nuevos Negocios
- Seminario Académico de Actualización Tecnológica
- Seminario Académico: Creación de Contenidos Digitales Transmedia

## AGENDA FORO

- Segmento 1  
LEGISLACIÓN
- Segmento 2  
NEGOCIOS
- Segmento 3  
TECNOLOGÍA
- Segmento 4  
TENDENCIAS

## Nuevas soluciones de seguridad



Con sede en Oslo, y como parte del Grupo Kudelski, Conax se especializa en ofrecer servicios de protección para televisión digital a través de radiodifusión, banda ancha y dispositivos conectados. La empresa provee servicios para cableoperadores con soluciones flexibles y rentables para brindar contenido premium de forma segura, y posicionamiento para captar nuevos segmentos de mercado.

Entre las soluciones que estará presentando en Andina Link, la empresa destaca el Conax GO Live, una solución diseñada para todos los operadores que apuntan a transmitir canales en vivo a dispositivos iOS y Android. Por su parte, el Conax Contego provee la máxima protección para los contenidos y tiene la ventaja de ser escalable horizontalmente, lo que significa que se puede aumentar fácilmente la capacidad y la performance simplemente adicionando hardware a medida que las operaciones del cliente van creciendo. Su arquitectura abierta ofrece fácil integración

con sistemas circundantes para admitir cualquier modelo de negocio o tecnología de distribución. En cuanto al Conax Cardless, ofrece alta seguridad para el contenido sin una tarjeta inteligente física en la caja digital y no requiere de un canal de retorno para el procesamiento del acceso condicional (CA).

Desde la compañía mencionan también la solución integral Conax Xtend Multiscreen, con la cual los operadores tiene la posibilidad de brindar los mismos servicios, tanto a través de sistemas de entrega por banda ancha como de difusión tradicionales, permitiéndoles monetizar el escenario multipantalla, y ofrecer una conveniente experiencia de entretenimiento para los suscriptores. Entre sus ventajas aseguran que es rentable, fácil de utilizar y fácil de implementar, permitiendo que los operadores ingresen a un mundo de nuevas y excitantes oportunidades de negocio con requisitos mínimos.

## Industrias KC, de ayer a hoy



Carlos Kase

Carlos Kase, socio gerente de Industrias KC, repasó en diálogo con ATVC la evolución y el presente de la compañía: *"Si bien comenzamos hace muchos años con la tecnología que había en ese momento, nos fuimos adaptando a lo nuevo. Hoy estamos volcados totalmente a la fibra óptica. Diseñamos y tenemos todo lo que es el herraje, la morsetería, el preformado para la fibra óptica. Tenemos una planta de 3800 metros cuadrados, la cual consta de la parte metalúrgica."*

*"Tenemos también el sector de logística y distribución, con vehículos para hacer todos los repartos. Contamos con un stock importante que nos lleva a entregar en 48*

*horas cualquier pedido que se haga, salvo el preformado, donde nos tienen que pasar los diámetros de la fibra, que se demora entre 15 y 20 días"*, detalló.

El ejecutivo señaló que la empresa está homologada y tiene un laboratorio donde se miden y controlan los materiales para que el producto sea específico. Además, existe un servicio post venta y garantía de 25 años.

*"También incorporamos hace cinco años la parte satelital: todo lo que es antenas parabólicas, de 90 centímetros a 4,5 metros, donde nuestro especialista es el ingeniero Juan Carlos Vega. Ahí estamos incorporando también toda la parte electrónica"*, afirmó Kase.

## Un estudio virtual



Una de las marcas que está trabajando Megaservice actualmente es el fabricante de origen chino Datavideo. Juan Agra Salgado, Gerente de Ventas del distribuidor, califica a Datavideo como *"un proveedor que puede dar una solución completa para el estudio. Es la única marca que puede hacerlo"*.

De esta manera, muchas de las novedades que tiene Megaservice para el mercado vienen de la mano de esa empresa. *"Entre los equipos que ofrecemos está el TBC 1000. Es un estudio virtual. Teniendo un pequeño estudio pequeño con una tela, un fondo de chroma key, se pueden hacer producciones donde*



Juan Agra Salgado

*uno mismo crea sus escenarios virtuales, o el equipo tiene al día de hoy unos 30 desarrollos que se pueden utilizar"*, puntualiza Agra Salgado.

*"Esto permite manejar el estudio virtual como si fuera un switcher. Se pueden generar caracteres, logos, hacer pantallas dentro del mismo escenario virtual y proyectar los clips que están cargados. Es interesante porque se adecua para muchos de mercados: broadcast, televisión por cable, académico, de culto (las iglesias), presentaciones de empresas. El límite es la creatividad del que está trabajando con eso"*, concluye.



# exp CANITEC

Reforma y Crecimiento **2015**

---



 **Muhle**<sup>®</sup>  
Muhle Electronics, S. de R.L. de C.V.

**25 - 27 MARZO / CENTRO BANAMEX / CIUDAD DE MÉXICO**



## Lo más destacado de TyC Sports

EL CANAL DEPORTIVO LÍDER EN ARGENTINA, Y CON CADA VEZ MAYOR PENETRACIÓN EN EL CONTINENTE, ANUNCIÓ LOS EVENTOS MÁS ATRACTIVOS QUE EMITIRÁ EN MARZO.

TyC Sports

Como ocurre cada mes, TyC Sports tiene en marzo una variada agenda de competencias que brindará a través de su pantalla. Estas son las que se destacan para marzo:

**Amistosos Selección Argentina:** el equipo de Gerardo "Tata" Martino comienza su preparación de cara a la Copa América cuando dispute dos amistosos en Washington y New Jersey frente a los seleccionados de El Salvador y Ecuador el 27 y 31 de marzo. TyC Sports transmitirá los dos partidos con enviados especiales a los Estados Unidos para seguir toda la actualidad de la Selección. Este evento estará disponible solo para el territorio argentino.

**Sudamericano Sub 17:** la selección argentina Sub 17 disputará entre el 4 y el 29 de marzo en Paraguay el Sudamericano que otorga cuatro plazas al mundial de la categoría en Chile y a los Juegos Panamericanos de Toronto. TyC Sports televisará los encuentros que dispute el conjunto argentino con una cobertura exclusiva con móviles en vivo desde Paraguay. Disponible para Argentina.

**Copa Davis:** del 6 al 8 de marzo comienza

un nuevo sueño para el equipo argentino de Copa Davis, que buscará desde el Estadio del Bicentenario la clasificación a cuartos de final cuando se enfrente a su par de Brasil. TyC Sports llevará a la pantalla toda la serie con relatos y comentarios de Gonzalo Bonadeo y Marcelo Gantman. El equipo argentino con Daniel Orsanic como nuevo capitán y Leonardo Mayer como primera raqueta buscará volver al mejor nivel internacional. Se podrá ver en todo el territorio donde llega la señal.

**Boxeo de Primera:** el ciclo de boxeo presenta los mejores combates nacionales e internacionales por títulos mundiales, latinos, sudamericanos y argentinos, con los protagonistas más destacados del cuadrilátero. Disponible para todo el territorio donde llega TyC Sports.

**Mundial Cross Country IAAF:** el 28 de marzo los mejores atletas del mundo correrán sobre superficies naturales recorriendo los paisajes de Guiyang, China. TyC Sports presentará toda la actividad de la competencia desde su comienzo. Disponible para todos los territorios.

## Pol-ka, con nuevo equipamiento

Con el objetivo de estar siempre a la vanguardia en la generación de imágenes y contenidos, la productora argentina Pol-ka utilizará una nueva cámara en formato UHD (Ultra HighDefinition) en la producción de la nueva comedia romántica para el El Trece "Esperanza mía", protagonizada por Mariano Martínez y Lali Espósito.

En un nuevo hito para la televisión argentina, se utilizarán 6 cámaras para la grabación de estudios y exteriores con el objetivo de producir íntegramente de forma local el contenido en un formato nunca antes utilizado en te-



levisión.

La tecnología llamada UHD (3840 x 2160 píxeles) es significativamente superior 4 veces a la alta definición conocida hasta ahora, logrando de esta manera imágenes más definidas, colores y detalles más reales.

Este formato se está imponiendo como el nuevo estándar para la generación de imágenes en televisión y dispositivos multimedia en los próximos años. De esta forma, Pol-ka continúa con el liderazgo en la producción de contenidos de ficción, a la altura de las grandes producciones internacionales.

22,23 y 24 DE ABRIL

# VII CUMBRE

## APTC - CUSCO 2015



## Turner lanza un nuevo canal

En marzo la oferta de programación de Turner Latinoamérica presenta una novedad importante. Aprovechando el prestigio de una marca conocida y valorada como TNT, la compañía lanza una nueva señal: TNT Series.

TNT series comenzará a llegar a los hogares latinoamericanos a partir de este mes, con tres feeds. TNT Series Sur comenzará a emitirse el 10 de marzo y llegará a los operadores de Argentina, Paraguay y Uruguay. Reemplazará en las grillas la distribución de Infinito, señal que dejará de emitirse.

Por su parte, el feed de TNT Series Panregional -que corresponde a México, Centroamérica, Caribe, Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú, Chile y Bolivia- estará disponible desde el 17 de marzo, también en reemplazo de Infinito. Unos días más tarde, sobre el final del mes, el miércoles 25 de marzo, hará su aparición TNT Series Brasil.

Entre la programación destacada que se difundió para el primer mes se menciona el estreno de *Murder in the first*, que versa sobre un misterioso homicidio perpetrado en una ciudad californiana.

También se anuncian las nuevas temporadas de *Rizzoli & Isles* y *Suits*, que arrancarán cada una con un doble episodio. Y el 28 de marzo, una jornada completa con la maratón de la primera temporada de *Major Crimes* de principio a fin, de la mano de la Capitana Raydor y equipo.

Entre los clásicos para revivir, TNT Series anuncia para su mes debut la presencia de éxitos como *CSI Miami*, *CSI* y *Justified*. En suma, una programación con todo lo necesario para seducir a los fanáticos del género y también a los que de vez en cuando gustan distraerse con alguna serie.



## Outcast, seleccionada por Cinemax

Cinemax seleccionó el nuevo drama de diez episodios "Outcast", anunciado por Michael Lombardo, Presidente de Programación HBO. Los productores ejecutivos son el creador Robert Kirkman ("The Walking Dead") y Chris Black, y es producida para CINEMAX por Fox International Channels (FIC). La serie también tiene como productores ejecutivos a David Alpert de Circle of Confusion, Sharon Tal Yguado, de FIC, y Sue Naegle.

"Estamos muy entusiasmados de trabajar con Robert Kirkman, un talentoso visionario que tiene la habilidad de captar el espíritu contemporáneo y convertirlo en algo que encaja a la perfección con la nueva programación expandida de Cinemax", dijo Lombardo.

"No podríamos estar más entusiasmados de llevar la nueva serie dramática de Robert Kirkman a Cinemax. Outcast es una serie ambiciosa y Adam Wingard dirigió un piloto extraordinario. Me enorgullece el trabajo que han hecho Robert, Sharon y el equipo", expresó Hernán López, presidente y CEO de Fox International Channels.

Outcast, basada en el título de comic de Skybound/Image creado por Robert Kirkman e ilustrado por Paul Azaceta, cuenta las aventuras de Kyle Barnes, un joven que ha estado acosado por la posesión demoníaca toda su vida.



## Cartoon Network trae un éxito de Brasil

Desde febrero, Cartoon Network ha comenzado a transmitir este singular show, que fue todo un éxito en Brasil. Por esta razón, el canal decidió expandir la nueva temporada a toda la región. Así es que los nuevos episodios de El Hermano de Jorel llegan a diversos países, cuyas audiencias tendrán la posibilidad de comprobar las razones de su éxito en territorio carioca.

Jorel es el chico más popular de la escuela, del vecindario, de la ciudad y probablemente del Universo, debido a su belleza exótica, talento formidable y cabello sedoso. Pero nada de esto importa, porque el show no se trata de Jorel, sino del Hermano de Jorel, que es hermano de Nico, que también es hermano de Jorel, pero el show no se trata de Nico, aun-



de la sombra de su célebre hermano, pero su nombre verdadero siempre será un misterio para todos. Además de los personajes centrales, la serie cuenta con más acompañantes que harán las delicias de los pequeños espectadores:

que también sea hermano de Jorel.

Lo cierto es que El Hermano de Jorel es el hijo más pequeño de una excéntrica familia de acumuladores que se quedaron atrapados en el estilo de vida de los años ochenta. Con la ayuda de su familia y de su mejor amiga, el hermano de Jorel se enfrenta a los primeros obstáculos de la vida a un ritmo vertiginoso. Sin diferenciar fantasía de realidad, él siempre encuentra una manera absurda de salir





Ignacio Sanz de Acedo



## “El desafío es seguir aumentando la distribución”

IGNACIO SANZ DE ACEDO CUENTA CUÁLES SON LAS PRIORIDADES Y OBJETIVOS DE ¡HOLA! TV PARA ESTE AÑO.

A fines del año 2013 hacía su aparición en nuestra región el canal ¡Hola! TV, fruto de un acuerdo entre la revista creadora de la marca y la productora Atres Media. Revista ATVC dialogó con Ignacio Sanz de Acedo, CEO y General Manager de la señal, para conocer su actualidad.

**- A un año y medio del lanzamiento, ¿qué oportunidades y desafíos fueron encontrando en el mercado a este lado del Atlántico?**

- La marca ¡Hola! ya trae un valor y posicionamiento muy sólidos en el mercado, lo cual es una excelente oportunidad para nosotros. Nuestro producto es distinto y de calidad y un producto de calidad funciona, por lo que el mercado ha reaccionado como lo esperábamos. Indudablemente el desafío seguirá el continuar aumentando nuestra distribución en todos los mercados y nuestros ratings.

**- ¿Qué ciclos son los más celebrados por la audiencia?**

- En general la respuesta de la audiencia ha sido positiva. Destacaría los pilares más fuertes, que ocupan nuestra franja estelar de lunes a viernes: Mundo ¡Hola! y ¡Hola! Diario, ambos producciones originales.

**- Ahora que ya tienen cobertura en toda la región a nivel distribución, ¿cuáles son los objetivos para la próxima etapa?**

- El objetivo sigue siendo aumentar nuestra distribución. Este nos proponemos incrementarla en un 50%. Por otro lado, estamos trabajando en crear una estructura de ventas publicitarias con representantes en distintas regiones y una cabeza de ventas desde nuestra oficina en Miami para liderar los esfuerzos.

**- ¿Cuáles serán las novedades más importantes de la señal a nivel programación?**

- Hemos conseguido armar una grilla muy estable después de los últimos lanzamientos de principios de enero. No obstante, mantendremos los esfuerzos en estrenar producción propia y por identificar aquellas adquisiciones estratégicas que van en línea con nuestro producto y que nos diferencian de otras ofertas.

**- ¿Qué novedades estarán presentando en Andina Link?**

- En Andina Link estaremos en conversaciones con los distintos operadores de TV paga para cerrar acuerdos de distribución y poder contarles algunas novedades próximamente.

### PROGRAMACION

## Nueva temporada de The Americans en Fox Action



A fines de febrero comenzó en FOX Action la nueva temporada de la serie premiada y aclamada por la crítica The Americans. Protagonizada por Keri Russell y Matthew Rhys, The Americans sigue la conflictiva historia de un matrimonio de espías soviéticos de la KGB quienes se hacen pasar por una tradicional familia norteamericana que vive en los suburbios de Washington D.C. La trama se desarrolla durante la presidencia de Ronald Reagan.

En esta nueva temporada se suma al elenco Frank Langella (Draft Day y Robot & Frank) en el papel de Gabriel, un

funcionario de la KGB retirado que regresa a su cargo como el nuevo superior de Philip (Matthew Rhys) y Elizabeth (Keri Russell). La fuente más compleja de Philip continúa siendo Martha (Alison Wright, de The Nanny Diaries), la asistente del agente especial Gaad (Richard Thomas, de Wonder Boys). Para asegurar su lealtad, Philip -quien se hace pasar por un burocrático agente del FBI llamado Clark- decide casarse con Martha. Sin embargo, todo se complica cuando Martha comienza a presionarlo para tener un hijo y formar una familia.

g

## AMC anunció designaciones



Dainira Falk

AMC Networks International – Latin America (AMCNI-Latin America) anunció nombramientos en las áreas de Mercadeo / Comunicaciones, Legal y Recursos Humanos. Los nuevos ejecutivos reportarán a Eduardo Zulueta, Director General de AMC Networks International – Latin America & Iberia y estarán basados en la oficina regional de Miami.



LUISA VALOR-CASALI

Luisa Valor-Casali, una veterana con más de 20 años de experiencia en el ramo de entretenimiento y consumo masivo en Latinoamérica, se suma a la compañía como Vicepresidente de Mercadeo. Luisa estará a cargo de las áreas de Mercadeo, Comunicaciones, Investigaciones, Servicios Creativos y Promociones On-Air para todos los canales de AMCNI-Latin America.

Dainira Falk, una profesional del Derecho tanto en Latinoamérica como en los Estados Unidos, se incorpora como Consejera Regional para AMCNI-Latin America y estará a cargo de la asesoría jurídica de la empresa en la región. Dainira posee amplia experiencia en derecho corporativo y de medios, y la respalda una vasta trayectoria en el área de adquisiciones, distribución, publicidad y medios digitales. Elisabete Schaffler, una ejecutiva con más de dos décadas de trayectoria en Latinoamérica y Norteamérica, se une a la compañía como Directora de Recursos Humanos. Elisabete trae una sólida experiencia en fusiones y adquisiciones de empresas, estrategia organizacional y un amplio conocimiento en las áreas de reclutamiento, desarrollo y capacitación de personal.

g

## Incorporación en Alterna TV



ROBERTO PÉREZ

Roberto Pérez es el nuevo Senior Director de Marketing y Distribución de Alterna TV para Canadá, USA y México. El anuncio del nuevo Senior Director fue realizado por Aymeric Genty, CEO de la compañía, buscando incrementar la distribución y penetración internacional de la compañía.

Genty aseguró que Pérez "será un tremendo activo para el crecimiento de los servicios de nuestros canales socios en Estados Unidos, Canadá y México. Su experiencia con dos de las mejores empresas de televisión por cable será de gran beneficio en el posicionamiento de nuestros canales y en la mejora del desempeño de los mismos una vez que aseguremos su retransmisión".

a

agenda

2015

### Marzo

3 al 5  
Andina Link  
Centro de Convenciones  
Cartagena de Indias- Colombia  
Web: [www.andinalink.com](http://www.andinalink.com)

25 al 27

Expo CANITEC  
Centro de Convenciones BANAMEX  
Distrito Federal, México  
Web: [www.canitec.org](http://www.canitec.org)

### Abril

13-16  
MipTV  
Palais des Festivals  
Cannes – France  
Web: [www.miptv.com](http://www.miptv.com)

22 al 24

VII CUMBRE APTC  
Cusco – Perú  
Web: [www.aptcp Peru.org](http://www.aptcp Peru.org)

28 y 29

Punta Show Summit  
Hotel Conrad  
Punta del Este – Uruguay  
Web: [www.grupoisos.net](http://www.grupoisos.net)

### Mayo

LA Screenings  
12 al 21  
Hyatt Century Plaza  
Los Ángeles – USA  
Web: [www.lascreenings.org](http://www.lascreenings.org)

### Septiembre

16 al 18  
Jornadas Internacionales  
Hilton Buenos Aires- Argentina  
Web: [www.atvc.org.ar](http://www.atvc.org.ar)  
Web: [www.capps.org.ar](http://www.capps.org.ar)



Editor Responsable  
**Walter Burzaco**

Registro de la Propiedad Intelectual  
N° 357.428

Los artículos firmados no reflejan necesariamente la opinión de los editores.  
Para la reproducción total o parcial deberá ser citada la fuente.

Directora:  
Graciela Leombruni

Redacción, comercialización y administración:  
R. Gutiérrez 4512 - 1° "B" - 1419  
Bs. As. - Argentina  
Tel: 54-11-4502-7052

Email: [gleombruni@visiongrafica.com](mailto:gleombruni@visiongrafica.com)

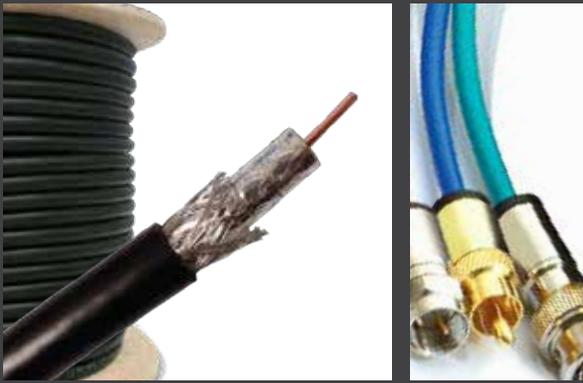
Año: 2015  
Nro. 209

GL





Una compañía con la que usted puede contar.  
Un socio en el que puede confiar.



Cable Coaxial

Conectores y Adaptadores

Pasivos

Ferretería

HDMI®

Audio / Video

Cine en Casa

Red y Datacom

Fasthome™

Fuentes de Alimentación

Herramientas



**LATAM Office:**

Steren Latinoamérica  
618 E South Street,  
Suite 500  
Orlando, FL 32801  
Tel: +1.407.777.3943

**Brazil Office:**

Rua Pascoal Provenciano, 121  
Chácara California.  
São Paulo-SP. 03404-050  
Tel: +55.11.2373.9463  
<http://www.sterenbrazil.com>

**Argentina Office:**

Av. del Libertador 2442  
Piso 4, Oficina 434  
Olivos, Buenos Aires  
Argentina B1636DSR  
Tel: +54.9.3794.28.8020

**Corporate Office:**

Steren Electronics International, LLC  
6920 Carroll Road, Suite 100  
San Diego, CA 92121  
Tel: +1.877.777.8851  
<http://www.sterenusa.com>

# HBO

LATIN AMERICA  
GROUP



DONDE TODO COMIENZA

