



Asociación Argentina
de Televisión por Cable

JORNADAS INTERNACIONALES

se licitaron los espacios

Tecnología:

La explosión de
Internet Móvil

Convenciones:

México se reúne
en Canitec

Industria:

La presión fiscal
ahora al Cable

SOMOS LA EVOLUCIÓN DEL ENTRETENIMIENTO



Available on the App Store

Las nuevas tendencias e impresionantes innovaciones tecnológicas con que hoy contamos te ponen al alcance de todo el mejor entretenimiento que solo HBO Latin America Group te puede ofrecer.

HBO
LATIN AMERICA
GROUP™





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

Web: www.atvc.org.ar
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

Los costos de explotación van en continuo aumento para la gran mayoría de las empresas de TV por Cable, tanto que muchos de los 700 cableros que integran nuestro mercado están entrando en una zona de riesgo, porque está muy afectada su sustentabilidad. Esto se verifica por el constante incremento de gastos, producido por varios factores asociados: los crecientes costos generales de operación, que incluyen salarios, programación, reemplazo de equipamiento e inversiones; la presión impositiva de nivel nacional, provincial, municipal, y la específica de la actividad; los costos adicionales por la aplicación de la Ley de SCA; y los costos y competencia desleal que vayan a originarse como consecuencia de la reciente sanción de la Ley Argentina Digital.

No vamos a detallar los aumentos originados en base a las negociaciones con los programadores y los relativos al salario, pero todo lo demás que hemos enunciado tiene incrementos exorbitantes por causas ajenas al sector.

La tecnología es importada en su mayor parte, y tenemos aumentos de costos por la devaluación de nuestra moneda; además las inversiones en este rubro deben realizarse cada vez con mayor frecuencia, por la evolución y los cambios de estándares para la distribución de nuestros servicios.

La carga que recibe el sector por impuestos, tasas y otras obligaciones exclusivas de la actividad son de una proporción confiscatoria. A más de todos los impuestos que se deben pagar por ejercer una industria lícita, la TV por Cable tiene innumerables obligaciones: tasa AFSCA, un 2% para la PYME que operan en los pueblos y que puede llegar hasta el 3,5% para los que dan servicios en una capital de provincia; se agrega un 3,5% cuando se suman todas las sociedades de gestión colectiva: SADAIC, AADI-CAPIF, ARGENTORES, F.N.A., SAGAI y DAC; están también los Ingresos Brutos en las provincias, con una diversidad de hechos imposables (Cable, Internet, publicidad) y distinta aplicación de alícuotas, que promedian un 2%; lo mismo ocurre con las tasas municipales que aproximadamente suman otro 2%, pero que pueden superar el 5% en algunas localidades; y además se debe agregar el alquiler de facilidades esenciales para apoyar las redes, que tiene un costo que ronda el 3% sobre los ingresos generales de una empresa de Cable.

Falta agregar el importante desembolso asociado al cumplimiento de la Ley de SCA. La misma tiene costos explícitos, como la contribución con el 0,5% de la facturación bruta anual para solventar la producción de cine, pero también tiene costos ocultos que afectan en gran medida a quienes operan en mercados del interior, que no les permite alcanzar una masa crítica de ingresos. Se encarecen nuestros costos cuando: el 60% de los que trabajan en la producción deben tener residencia local; se restringe arrendar espacios a programas de terceros; y con la obligación de pagar un elevado para inscribir los canales locales en el registro de AFSCA.

Pero lo descripto antes sobre la producción local, es apenas una cuestión menor si se compara con los gastos para emitir un mínimo de 6 horas diarias, y lo que eso implica en salarios y equipos. La ecuación varía de pueblo en pueblo, pero podemos ejemplificarlo así: un Cable que tenga 1.000 abonados, o sea que opera en una localidad de 5.000 habitantes, debe destinar la tercera parte de sus ingresos brutos nada más que para solventar el canal local.

Se puede ver que en este contexto es cada vez más difícil subsistir para un operador pequeño o mediano. Pero como además la Ley de SCA pone topes a las empresas de mayor magnitud, ambos brazos de la pinza se van cerrando sobre la actividad.

Por último tenemos la reciente sanción de la Ley Argentina Digital que otorga enormes ventajas a las telefónicas que ya concentran: telefonía fija, celular, servicios satelitales, transmisión de datos, Internet, y ahora servicios audiovisuales.

En razón de lo expresado, entendemos que es imprescindible que las autoridades reciban a los operadores de TV por Cable, para entender sus problemas y solucionarlos; y para que el mercado no quede en manos de los monopolios extranjeros y de los monopolios locales, como las cooperativas de servicios públicos.



Jornadas Internacionales: se adjudicaron los stands



LAS PRINCIPALES EMPRESAS PARTICIPARON EN EL ACTO REALIZADO EN BUENOS AIRES.
LA FERIA SE LLEVARÁ A CABO EN EL HOTEL HILTON DEL 16 AL 18 DE SEPTIEMBRE.



Eduardo Suárez, Laura Antoniazzo,
Sergio Veiga y Walter Burzaco

La Asociación Argentina de Televisión por Cable (ATVC) y la Cámara de Productores y Programadores de Señales Audiovisuales (CAPPSA), que reúnen a las empresas más destacadas de la industria, realizaron el acto de adjudicación de stands para la 25ª Edición de Jornadas Internacionales.

Participaron en la primera selección de espacios:

Arcom Labs, AMC Networks, AT Ingeniería, Arris, BCD, Claxson, Disney & ESPN, Discovery Networks, Enlace, Euronews, Fox Latin America, HBO, IESA, Latino TCA, Nagra, NHK World, ROVI, RTVE, Safe View, TyC Sports, Turner, Telefe, Televisa, Telearte, SATSAID, Video Switch y Wire Tech.

Walter Burzaco, Presidente de ATVC, agradeció a las empresas participantes de esta primera selección de espacios por su apoyo permanente a la realización de Jornadas. En un año en el que la industria deberá enfrentar numerosos desafíos, confió en su solidez y en su determinación para seguir adelante y brindar su valioso servicio a la sociedad. *“Este año festejamos –enfatizó Burzaco– 50 años de la TV por Cable y 25 años de las Jornadas Inter-*

nacionales, y lo haremos con gran entusiasmo”.

A su vez, el Presidente de CAPPSA, Sergio Veiga, expresó la bienvenida y el agradecimiento por la participación de las empresas que concurren al evento y coincidió en que, aunque el año se presenta difícil en vista de las circunstancias por todos conocidas, Jornadas mostrará una de sus mejores versiones justamente en su 25º Aniversario. Al mismo tiempo, destacó el 20º cumpleaños de CAPPSA, que agrupa a las principales empresas productoras y exhibidoras presentes en este acto.

Eduardo Suárez, gerente de CAPPSA, dio comienzo a la instancia del sorteo de espacios, fiscalizado nuevamente por la Escribana Valeria Seibane.

A partir de este momento comienza la venta directa de stands y la organización de las conferencias. Jornadas Internacionales encara con optimismo la realización de este gran encuentro anual que reúne a la industria de la TV por Cable de Argentina, Latinoamérica, Estados Unidos, Europa y Asia.

Quienes deseen obtener más información pueden consultar en:

www.atvc.org.ar y www.cappsa.org.



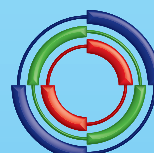
JORNADAS INTERNACIONALES 2015

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



Asociación Argentina
de Televisión por Cable

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



cappsa

CAMARA DE PRODUCTORES Y PROGRAMADORES
DE SEÑALES AUDIOVISUALES

www.cappsa.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.





Gustavo López



AMC busca replicar su éxito en América Latina

LA SEÑAL, UN CLÁSICO EN ESTADOS UNIDOS, SE LANZÓ CON FUERZA EN LA REGIÓN. MIENTRAS TANTO, LA COMPAÑÍA FORTALECE TAMBIÉN SUS OTROS CANALES.

Uno de los actores que más novedades ha traído al mercado latinoamericano en los últimos años es AMC Networks. Para repasar las últimas novedades Revista ATVC dialogó con Gustavo López, Vice President Head of Distribution Latin America de la compañía.

Luego de mostrar satisfacción por el hecho de tener una distribución básica muy completa en toda Latinoamérica, el ejecutivo expresó: *"Los operadores conocen la marca AMC por el éxito que ha tenido en Estados Unidos. En los últimos años AMC revolucionó el arte de la narrativa televisiva con series como Walking Dead, Breaking Bad y otras. Entonces ya tenemos como marca una buena tarjeta de presentación. Y la meta es replicar ese éxito en América Latina. Ningún otro canal tiene series de la originalidad que tiene AMC. Hemos cerrado últimamente un contrato importante con Sony para tener más películas nuevas"*.

López confirmó que pronto se anunciarán diversas producciones originales que se verán por AMC y se mostró entusiasmado por el próximo lanzamiento en

Brasil, que tendrá lugar en abril.

En cuanto a los otros canales, destacó la performance de Sundance Channel: *"En el año y medio que lleva en el mercado ha incrementado su alcance de una manera increíble. En menos de dos años ya estamos en 24 países, y la respuesta de nuestros clientes y del público ha sido fenomenal. Vamos a continuar trayendo las mejores películas de los festivales del mundo. Sundance sigue creciendo y mejorando y apostamos a seguir incrementando la presencia en la región"*.

Luego habló de los canales de estilos de vida. En ese género puso el acento en la apuesta a mejorar el gourmet, *"el único canal de cocina completamente producido en Iberoamérica. Estamos produciendo mucho contenido nuevo para el canal, particularmente en México, un territorio en el cual nos ha ido muy bien, y donde existe una gastronomía muy conocida por todos"*. CasaClub tendrá un nuevo look. La idea, anticipó, es presentar la versión HD de ambas señales antes de fin de año. Finalmente, destacó la fidelidad de la audiencia de Films & Art y Europa Europa.

EWTN: "Hasta en el pueblo más chico"



Amparo Pérez

En ocasión de la última edición de Andina Link, en Colombia, Revista ATVC aprovechó para dialogar con Amparo Pérez, Gerente de Mercadeo Internacional para esa región del canal católico EWTN. Según la entrevistada, la feria es especialmente productiva a raíz del encuentro con operadores que han obtenido nuevas licencias. *"Ellos siempre consultan por nuestra señal porque quieren tenerla en todas sus cabeceras, en todos los municipios donde están presentes. Ya sean ciudades grandes o pequeñas, en todas quieren poder ofrecer a sus suscriptores el canal católico"*, afirmó.

Entre la gran cantidad de asistentes al evento, muchos sistemas de cable renovaron también sus contratos. La mayoría colombianos, pero

también de Perú y Ecuador. *"Algunos de ellos son importantes para nosotros porque tienen 25 cabeceras o más, y nos interesa estar en todos los rincones, en todos los pueblitos, hasta en el más chico"*, destacó la ejecutiva.

"La ventaja para nosotros es que los operadores necesitan incorporar a sus grillas el canal porque son los abonados quienes se lo piden. Los televidentes les reclaman que quieren ver el canal católico EWTN. Dentro de los distintos canales religiosos que existen, este es el preferido y el más visto por la audiencia", concluyó.

Finalmente, anticipó que el canal estará presente en las ferias más importantes que restan para el año, entre las cuales mencionó Canitec, Tepal y Jornadas Internacionales, entre otras.

LA FAMILIA MATA VIVE CANTANDO LOJITA CABARET
 LOS QUIEN EL SINDROME DE ULISES AQUÍ NO HAY QUIEN
 VIVA NADA ES PARA SIEMPRE FÍSICA O QUÍMICA QUIEN
 PROTEGIDOS AMAR ES PARA SIEMPRE EL SECRETO DIMS
 PUENTE VIEJO BANDOLERA EL TIEMPO ENTRE COSTURAS
 GRAN HOTEL 90 60 90 DIARIO DE UNA ADOLESCENTE
 700 EUROS KARIBUBJAN CÍRCULO ROJO EL PANTANON
 LA PRINCESA DE EBOLI TOLEDO HISPANIA IMPERIUM

HISTÓRICAS • FAMILIARES • ROMÁNTICAS
 COMEDIA • JUVENILES • ÉPOCA

PRIMER ESTRENO

ALGO QUE CELEBRAR

ATRESSERIES



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



Canitec vuelve a Ciudad de México



LUEGO DE LA AVENTURA DEL AÑO PASADO EN ACAPULCO, EL EVENTO DE LA TV POR CABLE MEXICANA RETORNA A LA CAPITAL. TECNOLOGÍA Y MARCO REGULATORIO EN EL CENTRO DEL DEBATE EN UN MERCADO QUE CRECE Y APUNTA A LLEGAR AL 50% DE PENETRACIÓN A FINES DE ESTE AÑO.

El mercado de TV por Cable en México ha consolidado su desarrollo con más fuerza en esta última etapa. Según un informe elaborado por el Latin American Multichannel Advertising Council (LAMAC), la oferta de nuevos paquetes de contenidos está perfilando la penetración de este servicio al 49,8% de los hogares para este año que ha comenzado. Los avances tecnológicos y el marco regulatorio también estarán entre los principales temas a debatir en esta nueva edición de Expo Canitec, que se llevará a cabo entre el 25 y el 27 de marzo en el Centro de Convenciones Banamex de la Ciudad de México.

La Cámara Nacional de la Industria de Telecomunicaciones por Cable (Canitec), organizará en esa fecha su ya clásico encuentro anual, donde se dan cita anualmente los principales operadores y actores del mercado. Luego de haberlo realizado en Acapulco en 2014, este año en el DF pretende continuar con el análisis de las últimas novedades a nivel tecnológico que aparecieron en el mercado y el marco normativo, junto a los nuevos servicios y estrategias de desarrollo para la industria de las telecomunicaciones.

Canitec es el órgano de representación empresarial que agrupa a los concesionarios de redes públicas de telecomunicaciones que proveen servicios de televisión por cable, Internet, telefonía y transmisión de datos en territorio mexicano. En esta edición, patrocinada por Canal Sony, Warner Channel, Televisa Networks, Muhle y Lifetime, su comité de organización espera contar con la presencia de los proveedores de contenido más importantes de la región, así como también de proveedores y distri-

buidores de insumos y servicios de reconocidas marcas. Todos podrán asistir a las conferencias y talleres impartidos por las personalidades más influyentes de México y el mundo, que llegarán al país especialmente para la ocasión.

Una penetración de casi el 50%

La industria de la televisión por cable en México se ha consolidado en los últimos años, ya que no sólo ha ampliado su mercado natural de televidentes generando un incremento de suscriptores, sino que ha crecido además en la oferta de contenidos. Asimismo, ha modificado su influencia hacia otro sector, abriendo de esta manera un abanico de nuevos servicios digitales para brindar a los usuarios de televisión paga, telefonía e Internet.

En Canitec 2014 ya se había dejado en claro que el mercado estaba tornándose competitivo, lo que está generando una mejora también en la eficiencia de la banda ancha ofrecida a los usuarios. Además, las personas están dispuestas a pagar por una suscripción de TV con precios accesibles, ya que desean sumar programas que no estén en las grillas de TV abierta. Por lo tanto, el nivel de penetración del servicio pago se ha afianzado cómodamente a lo largo de todo México y ha disparado su desarrollo con más fuerza que nunca.

El estudio elaborado por LAMAC, pronostica que la penetración del servicio de televisión de paga en México será a finales de este año del 49,8%. La entidad consideró que debido al crecimiento observado en los suscriptores de este servicio en territorio mexicano desde mitad de 2013 hasta final de 2014, se proyecta que el número de hogares con

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.



Contacto Ventas Afiliadas: Hernán Chiofalo, hchiofalo@tycsports.com.ar o al 5411 4300 3531.
Contacto Publicidad: Julio Franco, Gerente de Ventas Publicidad, jfranco@tycsports.com.ar o al 5411 4300 3800.

   TyC Sports.com

televisión de paga se incrementará en 12,5%.

LAMAC consideró esencial en su reporte que la industria publicitaria, conformada por anunciantes y agencias de medios, realicen ajustes internos a sus planes de medios que reflejen la realidad del mercado y rindan los resultados más eficientes posibles.

LFTR, optimización de contenidos y experiencias OTT

Canitec 2015 prepara una agenda dividida en tres jornadas. El miércoles 25 está previsto el acto apertura a las 4 de la tarde. La ceremonia tendrá lugar en el salón Palacio de Valparaiso 3 del Centro de Convenciones Banamex, y será acompañado luego por la sesión técnica denominada "Cómo optimizar su negocio de TV por suscripción con

bajas inversiones". A las 6 de la tarde, la actividad continuará con la sesión "Evolución hacia la transformación digital para enriquecer la experiencia del cliente". Ya por la noche se ofrecerá la tradicional fiesta inauguración organizada por Televisa Networks y Canitec, que esta vez tendrá como escenario El Plaza Condesa. Como números artísticos para animar la velada están anunciados el cantante oriundo de Mérida Aleks Syntek y el Grupo Cañaveral.

Para la segunda jornada, el jueves 26, se brindará a las 10 de la mañana la conferencia denominada "Apagón analógico: oportunidades para la industria del cable", la cual será seguida a las 11:30 por "Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR): regulación para el crecimiento", un tema insoslayable para el mercado mexicano

a lo largo de estos últimos años. Asimismo, a la 1 de la tarde se invitará a la sesión "Gpon, como promotor de la nueva generación" y "LFTR, a casi un año de su entrada en vigor. Beneficios a la población", mientras que a las 5 se cerrará la jornada de charlas con el tema "Portabilidad numérica en redes fijas".

El día final tiene reservados más debates dentro del programa de conferencias. Al mediodía expondrán diversos expertos sobre el tema "Ambiente competitivo de las telecomunicaciones en México" y más tarde acerca de "Experiencia OTT, el reto del canal independiente", mientras que el ciclo concluirá con "La TV de paga ante las OTTs", reflejando otro de los tópicos que concitan en la actualidad la atención de la industria, no solamente en México sino en toda América Latina.



Expositores confirmados

Entre los expositores confirmados en Canitec se destacan instituciones y compañías tales como Alpha Technologies, Alterna, AMC Networks Internacional Latin America, Byte, BYU, Canal Amor, Canal del Congreso, Casa Systems, Consejo de la Comunicación, Deutsche Welle, DGTVE, Discovery Networks Latin America, Efekto Noticias, Euronews, Eutelsat,

EWTN, France Medias Monde, Gosdpell México, Green TV, HBO, Huawei, Hustler, Irdeto, IZZI, JJT Digital, Ju Yong, Pico Digital, Muhle, Playboy TV, RoviCorp, Sat Marketing, SES, Sxenio, Televisa Networks, TV UNAM, TV5Monde, TVC, Velocom, Venevisión, Verimatrix y Web NMS, quienes exhibirán sus novedades de productos, servicios y contenidos.

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



iHOLA! TV

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

Ventas Afiliados:

Carlos Boshell
cboshell@mbanetworks.com

Rolando Figueroa
rfigueroa@hola.tv

Matilde Boshell
mboshell@mbanetworks.com



www.hola.tv

La variada oferta de Televisa Networks

LOS CONTENIDOS DEL CANAL GOLDEN PREMIER Y EL INCREMENTO DE DISTRIBUCIÓN DE SU NUEVA SEÑAL UFC NETWORK SERÁN ALGUNAS DE LAS NOVEDADES QUE ANUNCIARÁ LA COMPAÑÍA.

En la próxima edición del encuentro Canitec, Televisa Networks estará presente en el stand 311 anunciando las novedades de su portfolio de señales compuesto por Bandamax, Canal de las Estrellas, DePelícula HD, DePelícula Clásico, DePelícula, Distrito Comedia, Golden, Golden Edge, Golden HD, Golden Premier, Ritmoson, TDN, TDN HD, Telehit, Telehit HD, Telemundo Internacional, Tiin, TLN Network, TL Novelas, Unicable, UnivisionTDN y UFC Network.

"En Canitec estaremos exhibiendo a todos los cableoperadores, de manera destacada, la oferta del canal por suscripción UFC Network, que ya se encuentra disponible en más de 20 países de Latinoamérica. Su llegada ayudó a consolidar nuestra posición en la industria, y hemos superado nuestras expectativas, tanto en crecimiento como en posicionamiento de marca e incremento de suscriptores", destacó Fernando Muñiz, director general de Ventas y Afiliados para Televisa Networks. Desde su lanzamiento en México, en septiembre del 2013, la señal UFC Network despertó el interés de millones de aficionados en toda América latina, debido a que ofrece programación exclusiva de UFC las 24 horas y en full HD. Con más de 20 mil horas de contenidos, está disponible en más de 800 millones de hogares, en 145 países a nivel global y en 28 idiomas diferentes. "Estamos contentos de anunciar que en junio tendremos la pelea entre Caín Velazquez y Fabricio Werdum, que ha sido una de las más esperadas por todo el público amante de las artes marciales mixtas", expresó Mu-

ñiz. El directivo adelantó además que en ese canal emitirán próximamente la segunda temporada de *The Ultimate Fighter*, el reality de televisión estadounidense basado en una competición de artes marciales mixtas". Su primera temporada ha tenido gran éxito en pantalla, por lo cual esperan repetir la misma expectativa para esta nueva entrega.

Por otra parte, enfatizó que en el canal Golden Premier, durante marzo y abril se emitirán César Chavez y Cantinflas, dos grandes títulos que estarán disponibles a la carta en diversos sistemas de cable a lo largo de más de 20 países de Latinoamérica.

Los mexicanos y la TV paga

Consultado sobre cuál es la situación actual del mercado mexicano en temas de distribución, Fernando Muñiz explicó que la industria de la TV paga en México "ha venido creciendo fuertemente los últimos años, tanto en términos de oferta de contenidos como de suscriptores. Cada día hay más personas dispuestas a pagar por una suscripción de televisión que les permita acceder a contenidos a los cuales no pueden acceder a través de la TV abierta". Asimismo, manifestó que "el nivel de penetración es mayor y las audiencias también siguen creciendo", y que desde hace algunos años la posibilidad de contratar una suscripción de TV paga a precios accesibles "hizo detonar con más fuerza la penetración de los canales por suscripción en México, lo que nos compromete a seguir apostando e invirtiendo en mejores producciones y contenidos que nos mantengan como líderes en este mercado".



Fernando Muñiz





ALTERNA'TV

DISTRIBUIDOR DE CANALES Y CONTENIDOS RELEVANTES PARA TODAS LAS PLATAFORMAS



| Noticias | Deportes | Entretenimiento del Edo. de Michoacán | Música, Cultura y Folclore del Caribe | Series | Salud y Bienestar |
| Programación Infantil | Deportes Automotor | Chismes y Noticias de Atletas

Ventas y Distribución: info@alternatv.us

www.alternatv.us
ALTERNA'TV | Una filial de eutelsat

ALTERNA'TV INTERNATIONAL CORPORATION
2020 Ponce de Leon Blvd. Suite #1107 · Coral Gables, Florida; 33134, USA
PH. +1(786) 609 9604 USA



TELEFE HD Internacional llegó a Chile

SE PUEDE VER A TRAVÉS DE VTR DESDE EL 1º DE MARZO. EL CANAL ESTÁ PRESENTANDO ESTRENOS COMO ELEGIDOS Y EL HOMBRE DE TU VIDA.

VTR de Chile sumó el 1º de marzo a su grilla de canales en high definition la señal internacional de Telefe HD. El operador trasandino cuenta entre su oferta de programación con la señal internacional de Telefe desde hace más de 15 años, y debido a su importante apuesta por la alta definición, incorporó también la opción de la señal en HD.

De esta manera, Telefe, continúa con el impulso en la distribución de su programación para sistemas de TV Paga en el mercado internacional, a través de sus contenidos de gran calidad y en alta definición.

El canal está presentando sus novedades de programación y estrenos 2015 donde se destaca el Talent Show "Elegidos", la adaptación argentina del exitoso formato israelí reconocido mundialmente como Rising Star. Este formato adaptado en muchos territorios como por ejemplo Brasil, Estados Unidos, Reino Unido, España, Portugal, Italia, Francia, Rusia, Alemania, Indonesia, Hungría y Turquía, llegará a la señal internacional de Telefe en Vivo y en directo conjuntamente con la transmisión

en Argentina y se trata de un Talent Show de cantantes amateurs en un formato innovador donde el público desde sus dispositivos decidirán quién continúa o no en el certamen. Es el primer formato de talento interactivo que revolucionará la forma de mirar entretenimiento en los hogares.

Además, otro estreno en la señal internacional de Telefe será "El Hombre de Tu Vida", la exitosa comedia escrita y dirigida por Juan José Campanella, ganador del Oscar por la película "El Secreto de sus ojos". Este unitario de altísima calidad internacional, protagonizado por Guillermo Francella, representa a Hugo, un padre soltero que al estar desocupado acude a su prima Gloria, que lo suma a su agencia de búsqueda de pareja para mujeres solteras y entonces se convierte en el candidato ideal para presentar a las clientas. Sumado al elenco estable, cada episodio cuenta con un invitado especial por lo que las historias tienen un comienzo y final en cada uno de los capítulos. Esta exitosa comedia propone una apuesta diferente que mezcla comedia con ternura y tonos de humor.

La nueva cara de MTV



Jimmy Sirvent

Luego de una extensa búsqueda digital y en redes sociales, MTV Latinoamérica presentó al ganador del concurso "La nueva cara de MTV". Jimmy Sirvent, un estudiante de comunicación de 21 años originario de México DF, fue el preferido por los fans en redes sociales para ser "la nueva cara de MTV".

Jimmy será el conductor de MTV News. Desde entrevistar bandas y artistas de todo el mundo y transmitir desde las alfombras rojas, hasta bloggear en múltiples plataformas y dar cobertura en vivo de premiaciones y festivales de música, Jimmy estará en todas partes, pero a un tweet de distancia.

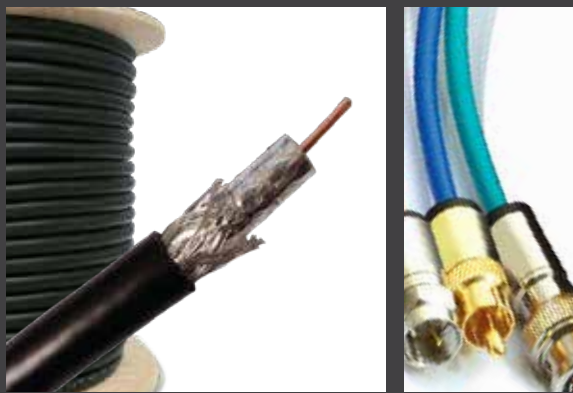
Jimmy comentó: "No supe ni cómo reaccionar

cuando me dijeron que yo era el ganador ¡Estoy feliz y muy emocionado! Esta es una gran oportunidad para lograr muchos sueños que he tenido en la vida, como tomarme una selfie con Jack White! Agradezco el apoyo de todos y estoy listo para aprender. Sé que tengo un gran camino por recorrer".

Jimmy es fan de The Strokes pero su artista favorito es Damien Rice. Su papá le enseñó a tocar la guitarra desde que tenía 9 años y actualmente compone música por las noches cuando está solo en su cuarto. Le encanta cocinarle a sus citas y en sus mañanas no puede faltar un jugo de naranja y café. Es amante de todas las redes sociales pero su preferida es Instagram.



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

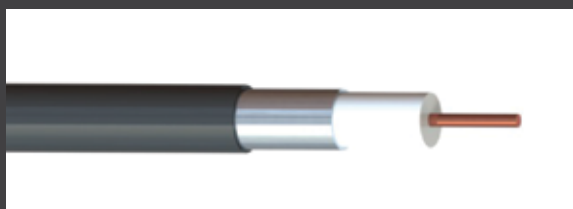
Cine en Casa

Red y Datacom

Fasthome™

Fuentes de Alimentación

Herramientas



LATAM Office:
Stere Latinoamérica
618 E South Street,
Suite 500
Orlando, FL 32801
Tel: +1.407.777.3943

Brazil Office:
Rua Pascoal Provencano, 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:
Stere Electronics International, LLC
6920 Carroll Road, Suite 100
San Diego, CA 92121
Tel: +1.877.777.8851
<http://www.sterenusa.com>



“Un público cada vez más sofisticado”



Vera Buzanello



Arnoldo Adame

EJECUTIVOS DE DISCOVERY RESPONDEN ACERCA DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ÚLTIMA ETAPA Y EXPECTATIVAS PARA ESTE AÑO. QUÉ PRESENTARÁN EN CANITEC.

En la última etapa Discovery Latin America le ha dado un fuerte impulso a la regionalización de la programación, aprovechando las oportunidades que otorgan los diferentes feeds. Al comentar los resultados de dicha estrategia, Vera Buzanello, Vicepresidenta Ejecutiva de Distribución de Discovery Networks Latin America|U.S. Hispanic, asegura que fueron marcadamente positivos: *“Nuestro portfolio de canales en la región logró los mejores ratings de su historia en el 2014 (por segundo año consecutivo), con un crecimiento del 14% respecto del año anterior. La regionalización nos ha permitido tener un mayor entendimiento del mercado para poder satisfacer las necesidades de un público cada vez más sofisticado a través de marcas y producciones únicas con las que la audiencia se siente ampliamente identificada”*.

Respecto del proceso de adopción de la tecnología HD en la región, la entrevistada explicó que *“la televisión en HD es una realidad en Latinoamérica, la penetración aumenta cada año, lo cual incrementa también el nivel de importancia que tiene para el televidente de televisión paga. En lo que a Discovery respecta, fuimos una de las primeras compañías de TV paga en Latinoamérica en ofrecer canales en formato HD a partir del lanzamiento de nuestro primer canal en 2009. El crecimiento de casi 40% en la distribución de nuestro portfolio de señales HD en 2014 muestra claramente el valor que nuestros afiliados y audiencias encuentran en los contenidos innovadores y de alta calidad que ofrecemos”*.

La compañía cuenta con siete señales HD: Discovery World HD, Discovery Theater HD, Discovery Channel HD, Discovery Kids HD, Discovery Home & Health HD, Investigation Discovery HD y Discovery Turbo HD, alcanzando

más de 38 millones de suscriptores acumulativos en más de 20 mercados, que incluyen a Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela. Buzanello habló también de las metas para este año: *“El objetivo es continuar aumentando el alcance de nuestro portfolio dado que aún existe mucho margen de crecimiento en la región. Por otra parte, seguiremos trabajando para incrementar la distribución de Discovery Turbo, así como de nuestra oferta HD”*.

Por su parte, Arnoldo Adame, director de Ventas a Afiliados de Discovery México, comentó las novedades que estarán presentando en Canitec: *“Este año estaremos re lanzando las dos señales pioneras de HD. A partir del 16 de marzo Discovery HD Theater se convierte en Discovery Theater HD y TLC HD será ahora Discovery World HD. Ambas señales tendrán la misma programación que hasta hoy, sólo son cambios de nombre y logo. También estamos anunciando el lanzamiento de Discovery Channel HD que es un simulcast de la señal SD”*.


En cuanto a la actualidad de los canales de la compañía en México, detalló: *“Continuamos impulsando nuestra señal Discovery Turbo, que desde el año pasado está disponible para paquetes básicos en México. Con uno de los principales operadores en nuestro país acabamos de hacer el movimiento a su paquete básico; calculamos cerrar 2015 con un millón de suscriptores adicionales para Turbo con dicho operador. No solo todo el portfolio de canales de Discovery Networks tuvo en el 2014 un excelente desempeño a nivel panregional, en México vale la pena destacar que en el segmento de mujeres, Investigation Discovery (ID) tiene el nivel de retención de audiencia (ATS) más alto de la TV de paga del país, con cerca de 37 minutos”*.



Viví tu
Pasión

GOLTV HD

 facebook.com/GolTVLatAm

 twitter.com/goltvlatam

www.goltvlat.com

macron

Los 15 años de Megaservice



Con motivo de sus primeros 15 años de vida, la joven empresa argentina Megaservice aprovechó para agradecer a sus clientes, proveedores y amigos por el apoyo recibido a lo largo de estos tres lustros. "Renovamos nuestro compromiso para seguir trabajando juntos en el desarrollo de la industria audiovisual", señalaron con motivo del festejo.

Megaservice ASDA S.R.L es una compañía proveedora de tecnología que trabaja con el objetivo de atender las necesidades del mercado profesional y Broadcast. "La prioridad de proveer una solución



Equipo de Megaservice

ideal para cada proyecto genera en nuestro equipo de trabajo técnico-comercial el ímpetu para montar esa solución de acuerdo a las necesidades de cada cliente, utilizando componentes homologados, repuestos originales y la mejor predisposición", afirmaron desde la empresa.

Con oficinas en las ciudades de Mar del Plata y Buenos Aires, Megaservice dispone de un laboratorio técnico especializado donde se presta un calificado servicio postventa, un departamento multimedia y otro de capacitación para profesionales.

Soluciones para cabeceras digitales



Yecica Pineda

Digital Streams estuvo presente en Cartagena presentando su línea de productos para cabeceras digitales en Andina Link.

Según comentó a la Revista ATVC Yecica Pineda, Gerente de Ventas Internacionales, la ventaja estratégica de Digital Streams radica en su servicio de integración incluido en todas sus cabeceras, con personal técnico ampliamente capacitado que brinda asesoría y acompañamiento especializado en español.

Digital Streams ofrece equipos de cabecera de alta calidad, Encoders SD y HD, Multiplexores y Moduladores QAM

nuevos o reacondicionados de los principales fabricantes del mercado tales como Harmonic, Motorola. y Tandberg, entre otros.

Los equipos reacondicionados permiten y garantizan a los cableoperadores estructurar cabeceras de la mejor calidad a precios de proveedores asiáticos, lo que facilita a pequeños y medianos operadores disponer exactamente de la misma calidad de imagen ofrecida por grandes MSO.

Digital Streams apuesta al mercado latinoamericano aportando su experiencia con soluciones llave en mano para sistemas de televisión por cable.

Viditec, presente en Córdoba



Viditec participó en marzo del evento NPlay Cono Sur realizado en la ciudad de Córdoba. En esa ocasión los operadores de cable pudieron apreciar algunas de las soluciones que la compañía ofrece actualmente en el mercado.

En cuanto a receptores satelitales, soluciones para encodeo y aplicaciones multipantalla de la marca Wellav, Viditec exhibió especialmente la nueva plataforma SMP-100, que actualmente se ha convertido en la mejor opción para resolver necesidades de HE, ya que permite configurar las prestaciones en función del requerimiento real, sin tener que de adquirir (y pagar) características adicionales. Esta plataforma, para procesamiento de headend, propone un ahorro de espacio y recursos por su alta calidad de

compresión y procesado. Puede manejar cualquier tipo de entrada y salida de video, ya sea analógica o digital, ofreciendo mayor flexibilidad al usuario.

Otra marca presente en el stand fue Dixin, que mostró su Encoder/Modulador ISDBT para HD sobre cable analógico y el SuperEncoder de 8 entradas a 1 salida IP. Y el transmisor/receptor HD para cámaras ENG/EFP portables. También, se exhibieron productos de la marca BlackMagic, en especial sus enlaces de fibra óptica, matrices y switchers para video HD y diferentes conversores. En relación a soluciones de estudios de TV, Viditec llevó la ActionCam modelo HDR AS 100V de Sony, una cámara compacta, ligera y robusta, ideal para capturar imágenes en cualquier lugar.

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 SHAKHAZAROV,
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
ARGENTINA
0800-3456-DAC (322)
INTERNACIONAL
(+54 11)5274-1030





Ovidio Rueda

APTC prepara su VII Cumbre

EN EL MARCO DE LA MÍSTICA CIUDAD DE CUSCO, A POCOS KILÓMETROS DEL LEGENDARIO MACHU PICCHU, LA INDUSTRIA DEL CABLE PERUANA DESARROLLARÁ UNA NUEVA EDICIÓN DE SU ENCUENTRO ANUAL.

A pocas semanas de celebrarse la VII Cumbre APTC, principal evento de la TV Paga del Perú, el presidente de la entidad organizadora, Ovidio Rueda, se muestra optimista respecto de los alcances de la feria: *"Esta Cumbre APTC va a ser un gran acontecimiento. Habrá una convocatoria importante y confiamos en superar los 500 asistentes. Cusco es un lugar atractivo"*.

El encuentro tendrá lugar entre el 22 y el 24 de abril en esa milenaria ciudad, y allí se darán cita operadores, proveedores y expertos con el objetivo de concretar negocios e intercambiar información acerca de temas tecnológicos y de negocios.

Capital del imperio Inca, la ciudad del Cusco fue y sigue siendo el centro del mundo andino. Localizada en el valle del Río Huatanay, a 3360 metros sobre el nivel del mar, recorrer sus calles, conocer su milenaria historia e involucrarse con sus costumbres y tradiciones es una experiencia inolvidable.

"Como presidente de la APTC, estoy orgulloso y satisfecho por el esfuerzo desplegado por nuestros asociados para hacer realidad esta

cumbre mundial", destacó Rueda.

Consultado por Revista ATVC acerca del contenido de las conferencias, el director puntualizó que *"la tecnología va avanzando, y por esa razón contamos con la presencia de los ingenieros Tomás Delgado y Juan Ramón García Bish, que siempre nos acompañan. Ellos van a tocar el tema más enfocado a la Internet, a los protocolos. Esta ya es una necesidad básica en Perú, y los que ahora estamos llevando mayor ancho de banda a muchas regiones de nuestro país somos nosotros. Por eso se hablará de cómo distribuir la señal de Internet en todo el territorio nacional"*.

Rueda reflejó las expectativas que han puesto los operadores en el futuro cercano. *"El gobierno tiene interés en el tendido de la red dorsal de fibra óptica a nivel nacional. Esto ya está licitado y, según el cronograma establecido, en el año 2016 la fibra debe llegar a todas las capitales de provincia. Luego los cableoperadores vamos a jugar un papel muy importante en la distribución. Por eso nosotros como institución tenemos que ser parte de ese proyecto. El gobierno está tratando de que esto se consolide para dar el ancho de banda a toda la población"*, explicó.

El negocio de la banda ancha

En Perú todos los operadores coinciden en mencionar el protagonismo que tendrá en el futuro cercano la provisión del servicio de Internet de banda ancha. Este proceso ya ha comenzado. Así lo confirmó Ananías Escamillo, Presidente del Directorio de Visión Perú: *"Estamos incursionando en la venta de banda ancha y por eso hemos decidido cambiar el nombre comercial de la compañía. Añadimos ese servicio e incursionamos en la venta de Internet para el sector residencial y corporativo. Estamos en el cono Este de Lima y avanzamos en cinco distritos, donde tenemos competencia de otras compañías"*, detalló a Revista ATVC.

Escamillo se mostró satisfecho con el trabajo que se está realizando a nivel oficial en este sentido: *"Hay una respuesta a nivel gubernamental para seguir afianzando esta gran industria de las telecomunicaciones. El aspecto legislativo se ha mejorado y hay*

muchas posibilidades para seguir desarrollando el sector", señaló.

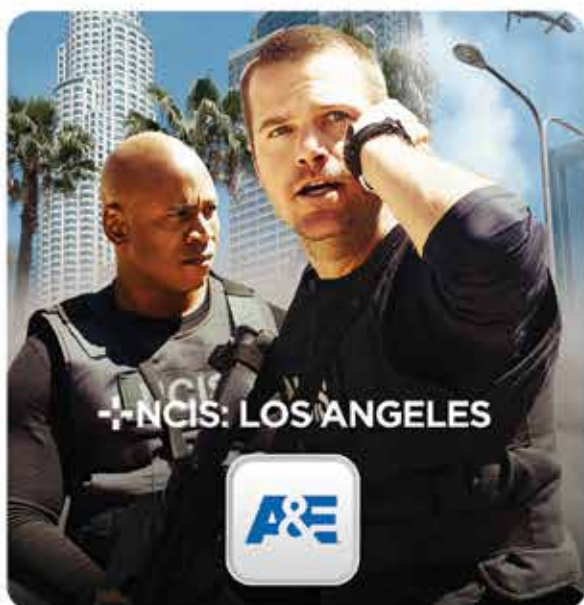
De todos modos, admitió que es mucho lo que resta aún por hacer: *"En nuestro país apenas estamos entrando en la era de la modernización. Recién se está abriendo un nuevo mercado para las grandes marcas populares"*.

También mostró sus expectativas respecto de la VII Cumbre APTC: *"En estos encuentros lo que sirve es reunirnos para poder acceder a nuevos conocimientos y de esa manera ir mejorando nuestras empresas. Siempre es una buena oportunidad de encontrarnos también con las compañías proveedoras de programación y tecnología"*, expresó.



Ananías Escamillo

LÍDER DE LA TV PAGA EN LATINAMÉRICA.



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

Punta Show se consolida



EL EVENTO QUE SE REALIZA CADA AÑO EN URUGUAY CONVOCA A EJECUTIVOS Y EXPOSITORES DE TODA LA REGIÓN. ADEMÁS, HABRÁ UN SEMINARIO CONTRA LA PIRATERÍA.

Durante dos días, los próximos 28 y 29 de abril, el Hotel Conrad Punta del Este Resort & Casino recibirá a productores de contenido, operadores de cable, programadores de televisión abierta y paga, radiodifusores, altos ejecutivos de entes reguladores, políticos, técnicos, autoridades, funcionarios y otros actores vinculados al sector, que llegarán a esta ciudad uruguaya para participar de una nueva edición de Punta Show.

De esta manera, 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 2015 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 del encuentro será generar un ámbito 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.

Junto a Punta Show se llevará a cabo el seminario "Acciones Contra el Fraude de la TV Paga", organizado por la Unión contra la Piratería, una entidad conformada por el Centro de Estudios para el Desarrollo de las Telecomunicaciones y el Acceso a la Sociedad de la Información en América Latina (CERTAL) y la Organización de Asociaciones y Empresas de Telecomunicaciones para América Latina (TEPAL).

Los objetivos del seminario, donde disertarán representantes de Argentina, Brasil, Estados Unidos, Guatemala,



México y Uruguay, son los siguientes: adelantar acciones efectivas en el marco legal y regulatorio vigente contra el fraude y la ilegalidad en la operación del servicio de televisión paga; identificar las diferentes prácticas ilegales terrestres que afectan la prestación del servicio de televisión por suscripción y que configuran actos de competencia desleal; interrelacionar el trabajo técnico, político y jurídico proponiendo alternativas regulatorias que faciliten la labor de investigación y el diseño de fórmulas de protección para la defensa de los intereses de los integrantes de la industria audiovisual; y analizar medidas a seguir para una efectiva investigación y prevención del delito informático, impreso y discográfico.

▶ INSTITUCIONAL

Nueva Comisión Directiva de CAPPSPA



La Cámara de Productores y Programadores de Señales Audiovisuales (CAPPSPA) eligió su nueva Comisión Directiva para el período 2014-2015. La misma quedó integrada de la siguiente manera:

Presidente: Sergio Veiga (Fox Sports).

Vicepresidente: José Lladós (TSC).

Secretario: Maximiliano Rodríguez Consoli (HBO).

Tesorero: Andrea Bigliani (Turner).

Vocales Titulares: Jennifer Fisman (America TV), Eugenio Sosa Mendoza (Artear), Sergio Canavese (Discovery), Sebastián López (Disney | Espn), Eugenia Ricardes (Fox I.C.),

Francisco Barreto (Golf Channel), Gustavo Otero (LAPT), Hernán Birencwajg (Telearte), Diego Devereux (Telepiú), Daniel Otaola (Tevefe) y Carlos Martínez Núñez (TSC).

Vocales Suplentes: Pablo Casey (Artear), Lucía Briozzo (Discovery), Matías García Oliver (Golf Channel), Eduardo Poveda (HBO), Guillermo Mejuto (Primer), María Domínguez (Telearte), Nelson Rivas (Telepiú), Heber Martínez (Tevefe), Laura Elliff (TSC), Víctor Hugo Roldán (Turner) y Federico Vibes (Disney/ESPN).

Revisores de Cuentas: Alicia Estathio y Nuria Ezquerro.

Gerente General: Eduardo Daniel Suárez.

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

www.blogsatsaid.com.ar

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

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



Juan Ramón García Bish

La Explosión del Internet Móvil

LA CANTIDAD DE DISPOSITIVOS QUE SE CONECTAN A INTERNET DENTRO DEL HOGAR CONVIERTEN AL WiFi EN UNA HERRAMIENTA INDISPENSABLE PARA TODO OPERADOR QUE PRETENDA SATISFACER LAS NECESIDADES DE SUS CLIENTES.

Por Juan Ramón García Bish*

Estamos transitando una etapa de la evolución del servicio de acceso a Internet que se dio en llamar "La explosión del Internet Móvil". Esto significa que un ISP (siglas que provienen del inglés: Internet Service Provider) hoy en día no puede considerar ninguna oferta para sus clientes que no contenga el ingrediente de "movilidad".

Sucede que cuando a fines de la década del 90 comenzamos a ofrecer Internet, el único dispositivo dentro de la casa que debíamos conectar a la red era la computadora de escritorio del cliente. Hoy, en cambio, tenemos por lo menos cinco dispositivos dentro de cada hogar que requieren conectividad a Internet y casi todos ellos exigen un acceso inalámbrico. Televisores y teléfonos inteligentes, tabletas y notebooks, todos ellos se disputan un espacio para mantenerse permanentemente conectados.

La normativa 802.11 del IEEE nace en el año 1997 conjuntamente con la versión 1.0 de Docsis y el inicio del servicio de Internet. Pero fue recién a partir del año 2010 cuando comenzó a considerarse como algo mandatorio complementar la oferta de Internet con conectividad inalámbrica. El por-

centaje de dispositivos con WiFi entregados crece año tras año y según algunos estudios estaría alcanzando al 90% del total. Módems de cable, módems de ADSL y ONUs de FTTH, todos ellos contemplan un punto de acceso WiFi embebido en el equipo.

Todo esto agrega un nuevo grado de dificultad a la instalación dentro de la casa del cliente y exige nuevas habilidades técnicas para el personal a cargo de la instalación del servicio. Al no existir un vínculo físico entre el equipo central y cada uno de los dispositivos del cliente la señal de radio se ve afectada por dos posibles degradaciones: atenuación e interferencia.

La atenuación o pérdida de la señal depende no sólo de la distancia sino también de los diferentes materiales que encuentra en su camino y debe atravesar, siendo el hormigón con hierro en su interior la peor de las situaciones. Por otro lado debe luchar contra la interferencia de hornos de micro-onda, teléfonos inalámbricos y transmisiones de WiFi de nuestros vecinos.

El técnico pues deberá definir cuál es la ubicación más adecuada dentro de la casa para lograr la mejor área de cobertura efectuando un relevamiento de señal y, además, configurar el equipo para operar en el mejor canal disponible dentro de la banda. En casos extremos incluso deberá contemplar la instalación de un repetidor para extender la cobertura a puntos alejados. La administración del WiFi también agrega nuevos requerimientos a nues-

tro sistema de aprovisionamiento y gestión de clientes, como ser: administración de contraseñas, listas de acceso con filtrado por mac, etc. Además, debemos tener en cuenta que a medida que crece el número de dispositivos conectados decrece la velocidad de acceso disponible en cada uno de ellos y este reparto no es proporcional ya que el dispositivo más lento requiere un "mayor tiempo de aire" y eso impacta negativamente sobre los demás. Finalmente, es importante tener en cuenta que la posibilidad de operar con redes de datos inalámbricas también abre nuevas oportunidades de negocio como son:

- 1.- HospitalityWiFi = Servicio WiFi en Hoteles
- 2.- Hot Spots Públicos = Servicio WiFi en lugares públicos como ser plazas, aeropuertos, centros comerciales
- 3.- CommunityWiFi = Armado de una red basada en microceldas a partir del WiFi de cada cliente.

No debemos olvidar que el cliente considera al WiFi como una extensión del sistema cableado con lo cual su reclamo por problemas de servicio siempre se referirá a que "no le funciona el Internet" aunque en un 90% de los casos los problemas de velocidad o de intermitencias se deberán a un incorrecto funcionamiento del WiFi.

Tener la capacidad de administrar esta extensión inalámbrica de nuestra red es uno de los grandes desafíos en esta etapa del "InternetMóvil".

**Juan Ramón García Bish es Gerente de Ingeniería de Gigared S.A.*

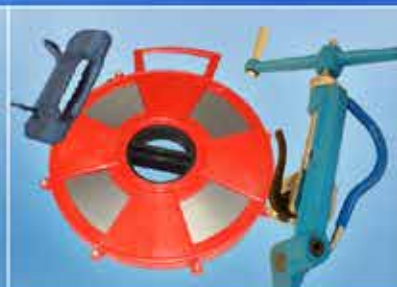


INDUSTRIAS KC
SUJETANDO EL FUTURO

40 años



Fabricación de productos
para el tendido de Redes de Energía
y Telecomunicaciones.
Antenas Parabólicas y Accesorios Vía Satélite.



Gral. Fructuoso Rivera 2588 (C1437GRL)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Tel./Fax: (5411) 4919-3232
www.industriaskc.com - info@industriaskc.com

Turner lanzó en Latinoamérica TNT Series

LA NUEVA SEÑAL ARRANCA CON ESTRENOS ATRACTIVOS Y UNA PROGRAMACIÓN VARIADA PARA CONQUISTAR A LA AUDIENCIA DE LA REGIÓN.

Con una grilla compuesta por las series más aclamadas de la década, TNT Series se estrenó este mes de marzo en América Latina con tres feeds que llegan a más de 33 millones de hogares. Como complemento, la señal ofrecerá el 75% de sus contenidos para ver bajo demanda, y la posibilidad de verlo en idioma original, subtitolado o doblado.

Pensando en emitir estrenos de series exitosas del prime time de Estados Unidos y Europa, shows consagrados y series emblemáticas de todos los tiempos, TNT Series, la nueva señal de Turner Broadcasting System LatAm, se lanzó este mes de marzo en Latinoamérica para transformar el entretenimiento y marcar tendencia en la región. La señal, que ya existe en Europa y que es dirigida a hombres y mujeres de entre 18 y 49 años, desembarcó en América Latina como un spin-off de TNT, cautivando a casi 33 millones de hogares. Felipe De Stefani, gerente general de Turner Internacional Argentina y gerente y VP de los canales de Tendencias, destacó que persiguen el objetivo de "llegar a 40 millones de abonados para el segundo semestre de este año". Asimismo, explicó que invirtieron "casi 20 millones de dólares en su

puesta en marcha", y que es la primera vez que se concentran en un canal pensado exclusivamente para series policiales y thrillers. Entre los títulos más destacados que componen su grilla de programación se destacan los estrenos: Murder in the first, PublicMorals y Proof, además de series emblemáticas de la talla de Justified, CSI en sus franquicias Miami y New York, y nuevas temporadas de Continuum, Leverage, Suits, Rizolli & Isles y Major Crimes. Además, las consagradas Falling Skyes, Under the Dome y The Last Ship, junto a Borgias, Boss, Crossbones, Californication y Shameless.

El directivo dijo además que el 75% de sus contenidos contiene derechos digitales para ver bajo demanda, sin costo adicional, a través de la plataforma de TV Everywhere www.tntgo.tv. "Estará también disponible en HD para los que dispongan del paquete digital, ofreciendo mejor calidad de imagen y con la posibilidad de ver el contenido en su idioma original, subtitolado o doblado", agregó.

En tanto, concluyó diciendo que se está viviendo "un momento inédito en la historia de la televisión, un soporte que se sigue reinventando desde su contenido con ficciones de calidad e historias atrapantes".



Felipe De Stefani



Mariano Cesar

Se estrenó Hi-5 Fiesta

El popular show australiano Hi-5 ahora tiene una nueva versión realizada íntegramente en Argentina. Estrenada el pasado 2 de marzo, Hi-5 Fiesta tiene el sabor, ritmo y alegría de nuestra región e introduce temas locales para darle mayor relevancia al contenido educativo que ha hecho exitosa a la versión original. Cada episodio lleva a los niños a un divertido mundo en el que, sin darse cuenta, aprenden a través de la música, el baile y los juegos.

Los cinco simpáticos jóvenes que integran el elenco de Hi-5 Fiesta son Caro (México), Doni (México), Stefi (Argentina),



Javi (Colombia) y Mile (Brasil). Cada uno de ellos tiene a su cargo un segmento especial diseñado para ayudar a los niños a desarrollar sus habilidades motoras,

visuales, cognitivas, musicales y verbales. Con historias llenas de imaginación y creatividad, estos enérgicos presentadores introducen los números, formas y colores, al tiempo que ponen énfasis en valores positivos como el amor y la amistad, siempre con mucho humor y ritmo. Hi-5 Fiesta es producida en Argentina por Nuba producciones para Discovery Kids Latin America. Adriano Schmid es el director de producción de Discovery Kids Latin America y Michela Giorelli la vicepresidente de producción. Hi-5 Fiesta es una adaptación del formato australiano Hi-5 desarrollado por Hi-5 Productions.





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

Expo Canitec 2015

March 25 - 27 • Centro Banamex, Mexico City

Booth #500



verimatrix[®]
Beyond Content Protection to Revenue Security™



Pompeyo Pino y Olivier Mortier



Consolidación con acento francés

FRANCE MÉDIAS MONDE SE PLANTEA COMO OBJETIVO PARA ESTE AÑO AFIANZAR SU POSICIONAMIENTO EN AMÉRICA LATINA. SUS EJECUTIVOS COMENTARON LOS ÚLTIMOS ACUERDOS.

FRANCE 24 y RFI, dos de los medios que conforman el conjunto de señales del grupo France Médias Monde, siguen ganando terreno a América Latina: se trata de la señal de TV de información internacional FRANCE 24 y de la radio mundial RFI.

Para saber más acerca de la actualidad de ambas cadenas, Revista ATVC dialogó en el marco de Andina Link, en Cartagena, con Olivier Mortier, Director para Latinoamérica y el Caribe de FRANCE 24, y Pompeyo Pino, Director de la distribución de RFI para las Américas, dentro de la Dirección de Estrategia y Desarrollo del grupo público francés FMM.

Olivier Mortier destacó que FRANCE 24 -que se emite en inglés, francés y árabe- es "un gran éxito", y destacó los 300 millones de abonados con que cuenta a nivel global: "Nuestro desarrollo internacional en 2014 se ha llevado a cabo en todos los continentes y principalmente en Asia, con la firma de un importante contrato en la India que ha permitido sumar 30 millones de nuevos abonados. En el Medio Oriente también, con la lengua árabe, estamos muy presentes. En África, continúa creciendo la distribución. Y en Europa es muy estable", detalló.

En cuanto a América Latina, aseguró que hay un crecimiento marcado y comentó el reciente acuerdo con Cablevisión en Argentina: "Gracias a este acuerdo llegamos a 1,5 millón de abonados. Es un contrato importante para nosotros. En próximas etapas, esperamos que se va a extender a más de 3 millones de abonados con la evolución natural del analógico al digital."

"Además de este contrato mayor, FRANCE 24 se difunde en francés e inglés en los paquetes de otros veinte operadores en los principales países de América Latina y el Caribe. Al mismo tiempo, estamos en negociaciones con varios operadores líderes de esta región del mundo con los que esperamos concluir acuerdos próximamente."

"La presencia de FRANCE 24 en eventos como Andinalink, Canitec, Punta Show, Jornadas ATVC, y Chile Media Show, entre otros,

son momentos excepcionales para encontrar y intercambiar con los operadores; pero también con los colegas de otras señales, las empresas que proponen tecnologías y naturalmente con la prensa especializada."

En cuanto a la posibilidad de agregar el idioma español a los tres existentes, Olivier Mortier explicó: "Para nosotros sería muy importante contar con el idioma español. Pero a la vez estamos muy enfocados en la calidad y en el modo de tratar la información. Y también hay una realidad financiera. Es importante mantener la misma calidad en francés, inglés y árabe, y no podemos lanzar una cuarta lengua hasta que no nos sintamos con la capacidad de hacerla con la misma calidad".

Por su parte, Pompeyo Pino, encargado de la distribución de RFI para las Américas, describió la actualidad de la emisora: "Mientras que otras cadenas internacionales de radio han perdido fuerza, RFI mantiene su crecimiento, sigue ganando audiencia e invistiendo nuevos vectores de difusión como los paquetes de señales pagas. RFI está ya presente en más 25 millones de hogares en las Américas gracias a operadores como DirecTV Panamericana en Sudamérica, Sky, Net y OiTV en Brasil, Dish en Estados Unidos, Shaw Direct, Bell, Telus, Cogeco y Vidéotron en Canadá, Canal Sat Caribes en el Caribe, etc. Por otra parte, cada vez tenemos más radios asociadas. Hoy en día, más de 500 radios en el continente americano toman parcialmente la programación de RFI en diferentes momentos del día, especialmente en español en los países de lengua hispana en América Latina. También en portugués en Brasil. Y en francés, inglés y otros idiomas, sin olvidar el español, en territorios como Estados Unidos y Canadá".

En cuanto al acuerdo en Argentina con Cablevisión, señaló: "Hay que destacar que fue un doble lanzamiento: FRANCE 24 y RFI, al mismo tiempo. Es muy importante para RFI tener la difusión con Cablevisión en ese mismo paquete digital, con el crecimiento y la importancia que este operador tiene".

El Canal Católico más grande del mundo.



EWTN 
el canal católico

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

Andina Link cubrió las expectativas

EL EVENTO REALIZADO A PRINCIPIOS DE MARZO EN CARTAGENA DEJÓ SATISFECHOS A LOS EXPOSITORES Y VISITANTES. FUERTE ASISTENCIA A LOS SEMINARIOS.

Del 3 al 5 de marzo últimos se llevó a cabo en la ciudad de Cartagena de Indias, Colombia, la 22ª edición de Andina Link. Con buena cantidad de participantes, las principales empresas proveedoras de programación, tecnología y servicios expusieron sus últimas novedades para un mercado que continúa en franco crecimiento.

Los proveedores de cable y triple play, proveedores de contenidos y tecnología en telecomunicaciones tuvieron en el Centro de Convenciones de la ciudad sede un espacio para negociar, actualizarse, colaborar y crear.

En la inauguración estuvieron presentes, además de la principal responsable de la organización de la feria, Luz Marina Arango, la representante de la Agencia Nacional de Televisión, Beatriz Quiñones, Carlos Coronado, de la Alcaldía de Cartagena, y David Hernández, de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Antioquia. Además de la exposición comercial, volvieron a tener un peso importante las actividades de capacitación como el Foro FICA y el Seminario de Actualización Tecnológica. En el primer panel del Foro FICA se abordó el tema de las empresas que ofrecen productos audiovisuales de alta calidad en tiempo real y a un costo muy inferior de la oferta tradicional del mercado. Según se especificó, logran hacerlo sin pagar impuestos, aprovechando la infraestructura de red de los prestadores locales, quienes a su vez están descubriendo que los OTT son una competencia desleal que no pueden controlar en virtud de la neutralidad de la red.

Esto atenta contra el negocio: al tiempo que el tráfico en la red del operador tradicional está creciendo exponencialmente, a la vez que esos mismos con-

tenidos son los que le quitan ingresos. En definitiva, le suman una competencia desleal y le demandan una mayor infraestructura tecnológica sin recibir ninguna compensación económica a cambio.

Luego se habló de piratería. Se trata el principal enemigo del crecimiento y desarrollo de la industria de la televisión en Colombia. Cada año el país y la industria puede perder hasta 100 millones de dólares por causa de la ilegalidad. En esta mesa se repasaron las acciones que están realizando en conjunto el sector privado y el público para combatir este flagelo, que de no ser atacado podría acabar con el principal medio de comunicación en el país.

Más tarde, en el panel sobre regulación, se habló de la convergencia. La mayoría de los países de Latinoamérica han suscrito acuerdos de neutralidad de la red, en los cuales se comprometen a no intervenir Internet. Sin embargo, esta protección justificada como un derecho de acceso a la información, está permitiendo que las multinacionales entren a competir a los mercados locales sin ningún tipo de regulación, sin pagar impuestos, utilizando la infraestructura de sus competidores y poniendo en jaque las industrias nacionales de contenidos. En cuanto al Seminario de Actualización Tecnológica, se desarrolló a partir del planteo de que las velocidades crecientes de acceso a internet, sumadas a un consumo masivo de video en línea, impactan sobre las redes. A esto se suma un nuevo requisito que es el de la movilidad, ya que los nuevos dispositivos requieren una conexión inalámbrica. Internet y la movilidad son dos elementos que están cambiando radicalmente la forma de comunicarse y consumir contenidos.



Apertura Andina Link



Entrega de certificados

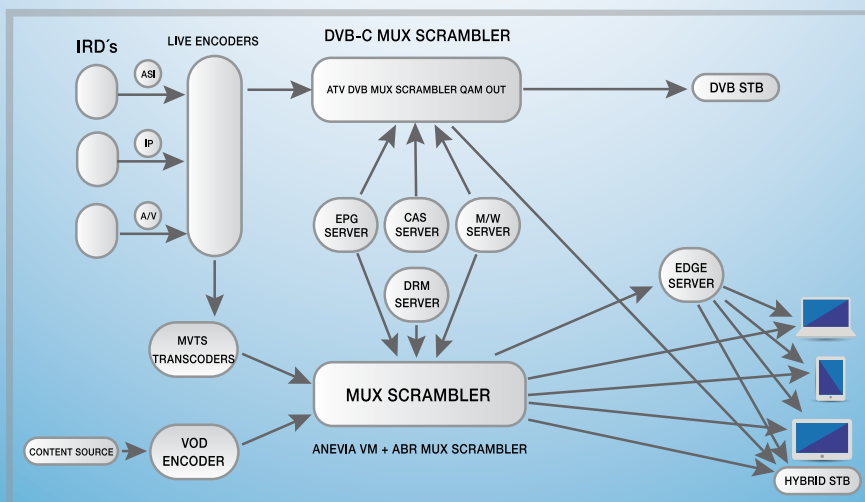


Hasta hace poco la oferta HD era la apuesta obligatoria del cable para mantener a sus clientes felices, pero las tendencias y estadísticas de todo el mundo muestran que ya no alcanza, y si se quiere ser competitivo y tener el control del negocio, en el corto plazo hay que ofrecer servicios OTT, sino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

Head End DVB/OTT



Appear TV

ANEVIA

verimatrix

zappware



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



Adriana Demjem de RAI junto a Leonardo Pinto de AlternaTV



Claudia Peñuela, Juan Gonzalo Angel, José Luis Pereira y Jorge Figueroa de Global Media con Peter Kothe y Loreto Gaete de Telefónica



Asotel presente en Andina Link



Fernando Rossi Castillo, jefe de Prensa, y Ovidio Rueda, presidente de la APTC de Perú



Andrés Sánchez de VIACOM



Carlos Cabrera, director de ventas LatAm de VmasTV (cisneros), y Santiago Barrionuevo, presidente de Ascope de Ecuador



Alex Behrens de Huster TV



Cristina Peláez y Sylvia Vilojen de DW



Daniel de Simone de Millicom y Marcelo Bresca de Televisa Networks



Dave Atman y Adrián Acosta de LINDSAY



Gabriel Larios de ARCOM



Ariel Katz, Meca Salado Pizarro y Daniel Otaola de TELEFE Internacional



El equipo femenino de Discovery



Gustavo Contreras, Juana Noriega y Miguel Ocando de GRUTEL Venezuela

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



Miguel Cabrera y Hernando Sandoval de Power&Tel



Jorge Fitere y Willie Hernández de CONDISTA
junto a Ma. Jesús Pérez de TVE



Ignacio Guido, Paola Ayala
y Esteban Borrás de Playboy



Ing. Luis Ovalles
Presidente de ASOTEL



Jimmy Flores de Ecuador
y Wolfgang Domsche



José Cedeño de CONAX



Jorge Gambier y Manolo Aranz
de Report TV



Gustavo Romay de MIRADA



Hugo Valenzuela y Damián Naguimer
de Pico Digital



Juan Toth y Hernán Chiofalo
de TyC Sports



Miguel Clutterbuck
de Canal 13



Maya Korshunova, Victoria Vorontsova
y Karina Melikyan de RT



Lina Santisteban y Mauricio Echevere
de TURNER



Jorge Meza, Jennifer Betancourt y Héctor Bermúdez
de Sun Channel



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.



telefe



Staff de AMC Networks



Stefan Quiroz y Edmerson Vasquez
de NEO Broadband



Staff internacional de Steren



Ralph Messana de NewTek



Raúl Mendoza y Pablo Zehle de AZ



Xose Barreira de Mediaset



Pompeyo Pino y Olivier Mortier
de France Medias Monde



Pablo Vargas y Claudio Baglietto de GOL TV



Noé Martí y Jon Fasullo de Verimatrix



Verónica Amador de Lorac y cableoperador
de Colombia



Staff de DisneyEspn



Staff de AZ

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

Viditec



viditec.com

Los 20 años de MBA Networks



MBA Networks celebró su 20mo aniversario en la región con la realización de una fiesta en el marco de Andina Link para compartir con los socios estratégicos, programadores y operadores, que a lo largo de estas dos décadas han apoyado la gestión de la compañía. La reunión se realizó en el Baluarte San Ignacio MBA Networks

representa una amplia gama de canales de televisión paga como Multipremier, Cinelatino, NU Music, Antena 3, TV5MONDE, Pasiones, ¡HOLA! TV, ATRES SERIES y GolTV, entre otros. Matilde de Boschell agradeció a sus socios y representados la confianza depositada y brindó por los próximos 20 años de MBA.



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

HOLLAND
Electronics LLC



Hansen

ofs
A furukawa Company



MOTOROLA

Thomas & Betts



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

“No son canales independientes: somos un grupo”

JAVIER NUCHE, DE ATRES MEDIA, DETALLÓ LA ESTRATEGIA DE LA EMPRESA EN AMÉRICA LATINA. MAR MARTÍNEZ RAPOSO HABLÓ DE LOS CONTENIDOS DE ATRES SERIES.

AtresMedia cuenta en este momento con tres señales en la región: Antena 3 Internacional, ¡Hola! TV y el recientemente lanzado Atres Series. Javier Nuche, Director General de Diversificación de la compañía, explicó que fue una decisión importante lanzar más señales luego del éxito de Antena 3 Internacional: “Somos el grupo Atres Media, no son canales independientes unos de otros, sino que en mayor o menor medida son nuestros y forman parte de una estrategia de crecimiento en la región. Este es un mercado distinto, tenemos que aprender mucho y es lo que estamos haciendo”, señaló a Revista ATVC.

Respecto de las razones que llevaron a esta expansión, afirmó: “Nosotros nos damos cuenta de que dependíamos mucho del mercado español. Entonces cuando baja la publicidad el grupo se resiente mucho en cuanto ingresos. Por eso la dirección decidió crear una unidad organizativa para agrupar negocios que no dependieran de eso”.

Al repasar el panorama actual de la distribución, recordó que hace dos años, cuando solo estaba Antena 3 Internacional, llegaban a 12 millones de hogares. Actualmente, con las tres señales sumadas, alcanzan aproximadamente unos 30 millones de suscriptores. Según los cálculos de Nuche, podrían terminar este año con unos 35 millones de

hogares en toda la región.

En cuanto a la posibilidad de seguir incorporando señales, respondió que no hay nada en firme, pero existe “Estamos buscando oportunidades de acuerdo a la demanda del mercado, quizás asociándonos con alguien como lo hicimos para lanzar ¡Hola! TV, pero siempre vigilando muy bien los costos”.

AtresSeries: “No es un canal de archivo”

Uno de los puntos más importantes de AtresMedia en la última edición de Andina Link fue la presentación de su nuevo canal Atres Series. Para ello realizó un evento en Baluarte San Francisco Javier. Luego de esa recepción, Mar Martínez Raposo, Directora Internacional de Atres Media, manifestó su satisfacción por la repercusión obtenida.

“Estamos muy satisfechos con el nuevo canal porque creemos que el resultado ha sido estupendo. Atres Series lleva en emisión algunos meses, muy pocos, pero no habíamos hecho esa presentación a la industria, a los operadores”, dijo a Revista ATVC.

En cuanto al contenido, destacó: “Vamos a estrenar las nuevas producciones. No es un canal de archivo, sino que es la ventana de estreno de nuestras nuevas producciones. Por eso acabamos de anunciar el estreno de la primera serie, ‘Algo que celebrar’. Cada dos meses tendremos un nuevo estreno”.



Javier Nuche



Mar Martínez- Raposo



Festejo de AtresMedia en Cartagena

En el Marco de Andina Link, se llevó a cabo un evento organizado por AtresMedia para presentar su canal Atres Series y celebrar el éxito de sus señales en la región. El encuentro tuvo lugar en el Baluarte San Francisco Javier

y la anfitriona fue Mar Martínez Raposo, directora internacional de la compañía, quien agradeció el acompañamiento de los operadores y comentó los contenidos de la nueva señal.





Euronews fortalece su presencia global



Celine Rodrigues

LA SEÑAL SE EXPANDE EN ASIA, ÁFRICA Y AMÉRICA. EN NUESTRA REGIÓN LLEGA EN SIETE IDIOMAS Y TIENE IMPORTANTES ACUERDOS ESPECIALMENTE EN ARGENTINA, COLOMBIA Y MÉXICO

Euronews continúa fortaleciendo su presencia a nivel global. La compañía, que está presente en más de 423 millones de hogares en el mundo, trabaja reforzando su posición en India, Camboya, Japón, Canadá, Colombia, México y Argentina, mientras preparan el lanzamiento de la señal África News para fin de este año.

Céline Rodrigues, gerente regional de Distribución, destacó que su canal lleva una visión neutral a comparación de otros canales de noticias. *"Nuestro pilar fundamental es la información internacional emitida en 13 idiomas, de los cuales siete están disponibles para América latina: español, portugués, inglés, alemán, ruso, árabe y francés"*, destacó la directiva.

Asimismo, detalló que en 2014 han incrementado su distribución a nivel global, *"En Latinoamérica crecimos mucho. Emitimos la señal en lo que llamamos el método part-time, que es cuando los cableoperadores toman nuestras noticias por bloques de 30 minutos por día, intercalándola en alguna de sus frecuencias. Eso nos ha dado mucho éxito en México, por ejemplo, donde emitimos en la parilla*

de programación del Canal 22, y en Brasil en Canal Futura", agregó.

También están aumentando su visibilidad en Colombia, mientras que en Argentina siguen firmes en la grilla de Cablevisión y Supercanal.

Rodrigues comentó también que Euronews tiene grandes áreas de desarrollo. Acaban de firmar un acuerdo estratégico con cables de Delhi y Noida en India, persiguiendo el objetivo de alcanzar otros 1.100.000 de hogares. Por otra parte, la compañía trabaja activamente en Japón, área clave para el canal, y en América está fortaleciendo su posición en Canadá, donde está disponible en los principales operadores.

La empresa cuenta con oficinas en Francia, Londres, Emiratos Árabes y Ucrania, entre otros países, mientras que en Latinoamérica sólo tienen corresponsales. *"Continuamos trabajando para lanzar durante el tercer trimestre de 2015 la señal África News, que será el primer canal panafriicano de noticias multilingüe basado en África y dirigido a los africanos"*, concluyó Rodrigues.

Novedosa plataforma de Alentha



Alentha, una de las empresas más innovadoras en la prestación de servicios de telemedicina, anunció el lanzamiento de su nuevo servicio Hapy. Este servicio por suscripción para el hogar, único en su tipo en América Latina y el mercado hispano de los Estados Unidos, ofrecerá a los usuarios de plataformas de TV paga en la región una gran variedad de herramientas para consultar a un médico, promover su bienestar y cuidar de la salud de toda la familia.

Comercializado exclusivamente a través de operadores de TV Paga e Internet en América Latina y en el mercado hispano de los Estados Unidos, Hapy ofrece a sus suscriptores una innovadora herramienta tecnológica que les permite consultar a un médico, especialista en telemedicina, las 24 horas del día sin



Guillermo Sierra

necesidad de realizar citas. La plataforma permite a los usuarios interactuar con sus médicos a través de videollamadas de alta definición, chat, email o teléfono. El usuario también podrá compartir imágenes y archivos con el médico en tiempo real, además de la posibilidad de consultar a un nutricionista o a un psicólogo para responder dudas y obtener consejos prácticos.

Los operadores podrán ofrecer Hapy a sus suscriptores como un servicio Premium con la comodidad de incluirlo en su recibo de pago mensual. *"Creemos que ha llegado el momento de que los operadores de TV de Paga e Internet puedan aprovechar la extraordinaria infraestructura que han construido para ofrecer servicios adicionales a los contenidos tradicionales"*, expresó Guillermo Sierra, CEO y Fundador de Alentha.



exp CANITEC

Reforma y Crecimiento **2015**



 **Muhle**[®]
Muhle Electronics, S. de R.L. de C.V.

25 - 27 MARZO / CENTRO BANAMEX / CIUDAD DE MÉXICO

9

Juan Vallejo se suma a FICLA



JUAN VALLEJO

FOX International Channels (FIC) Latin America anunció hoy la incorporación de Juan Vallejo como VP Senior de Ventas Publicitarias de FIC Latin America donde supervisará las ventas de publicidad para todo el portfolio de señales del Grupo en América Latina. Previo a su incorporación a FIC Latin America, Vallejo quien forma parte del grupo FOX desde hace diez años, se desempeñó como SVP de Ventas Publicitarias de FOX Networks Group. Basado en la ciudad de Miami, EE.UU. en su nueva posición Vallejo reportará a Carlos Martínez, Presidente de la compañía.

9

Promoción en Turner

Turner Broadcasting System (TBS) Latin America, Inc. promovió a Ángel Zambrano al cargo de Vicepresidente Senior de Contenidos. El anuncio fue realizado por Juan Carlos Urdaneta, Presidente de Turner Latin America. Zambrano tiene base en Atlanta y en su nuevo cargo reportará directamente a Urdaneta.

Originalmente, Turner Latin America contrató a Zambrano para formar y gestionar un departamento centralizado de adquisiciones. Bajo su liderazgo, el equipo se expandió para incluir cuatro departamentos encargados de supervisar las adquisiciones, planeamiento, desarrollo y sindicación de contenidos para el diverso portfolio de la división. Entre los formatos más destacados que Zambrano trajo al portfolio de Turner Latin America se encuentran The Amazing Race Latin America, Extreme Makeover Home Edition Latin America y Project Runway Latin America. También llevó adelante importantes coproducciones como La CQ junto a Televisa y prometedoras adquisiciones, como Señorita Pólvora que se estrenará en el mes de marzo por TNT. Además, Zambrano aseguró acuerdos con Universal y Disney, y desarrolló y ejecutó la asociación estratégica de programación de Turner con Cisneros Media.



ÁNGEL ZAMBRANO

9

CNN incorporó a un experimentado ejecutivo



SEBASTIÁN LAVER

CNN International Comercial contrató a Sebastián Laver, un veterano de la industria, como su nuevo Director de Ventas de Contenido para América Latina. Laver se une a CNN proveniente de la agencia de noticias Reuters para supervisar el negocio de las ventas de contenidos pan-regionales de la compañía a través de las plataformas de radio y digital. Laver tendrá su sede en Río de Janeiro, Brasil, y reportará directamente a Greg Beitchman, vicepresidente de ventas de contenido y alianzas de CNN International.

En su nuevo cargo, Laver estará a cargo de la red de afiliados de CNN en toda América Latina, y será el enlace principal entre CNN y más de 50 socios de contenido a nivel regional. También estará encargado de impulsar nuevas iniciativas de ventas como parte de los planes de expansión regional de CNN.

9

Nueva estructura en Fox Sports

Carlos Martínez, Presidente de FOX International Channels Latin America anunció cambios e incorporaciones de ejecutivos que dan forma a la nueva estructura de programación y producción de FOX Sports en América Latina.

Felipe McGough se suma al Grupo como VP de Producción y Programación de FOX Sports Argentina y FOX Sports 3, el canal panregional dedicado al deporte motor. Basado en Buenos Aires, el reconocido periodista argentino será responsable de la gestión en Argentina del portfolio deportivo que comprende FOX Sports, FOX Sports 2 y FOX Sports 3. Simultáneamente, Ernesto López se incorpora como nuevo VP de Producción y Programación de FOX Sports México. Con una trayectoria ligada al mundo deportivo y periodístico en el diario mexicano Reforma, López, basado en la ciudad de México, estará al frente de las estrategias de contenidos para FOX Sports en el país.

Por su parte, Oscar Gómez, regresa a Bogotá para desempeñarse como VP de Producción y Programación de FOX Sports Colombia. Con amplia experiencia en producción deportiva, que incluyó al canal colombiano Caracol y FOX Sports en México, Gómez estará al frente de la gestión de contenidos de cara a la puesta en marcha en los próximos meses, del feed exclusivo de FOX Sports en Colombia.

Todos reportan a Hernán Donnari, VP Senior de Producción, Programación y Operaciones de FOX Sports Latin America quien está basado en Buenos Aires.



FELIPE Mc GOUGH



ERNESTO LÓPEZ



OSCAR GÓMEZ

22,23 y 24 DE ABRIL

VII CUMBRE APTC - CUSCO 2015



g

Nueva incorporación en AMC



HÉCTOR COSTA

AMC Networks International – Latin America (AMCNI - Latin America) anunció el nombramiento de Héctor Costa como Vicepresidente de Ventas Publicitarias. Costa estará basado en la sede regional de AMC en Miami, y reportará directamente a Eduardo Zulueta, director general de AMC Networks International – Latin America Et Iberia.

“La división latinoamericana de AMC Networks ha experimentado un significativo crecimiento y fortalecimiento de su equipo ejecutivo desde la adquisición de Chellomedia en febrero de 2014. El nombramiento de Héctor, veterano de la industria con más de 20 años de experiencia y ejecutivo ampliamente respetado en el mundo de las ventas publicitarias, demuestra nuestro compromiso con el negocio, así como nuestro deseo de seguir creciendo a lo largo de la región”, afirmó Zulueta.

Costa supervisará todas las iniciativas publicitarias relacionadas con las señales de AMCNI Latin America, incluyendo AMC, Sundance Channel, El Gourmet, Casa Club, Film&Arts y Europa Europa.

g

UFC designó directora de Marketing

The Ultimate Fighting Championship (UFC), la organización líder de artes marciales mixtas más importante del mundo, ha nombró a Geraldine Totesaut como su nueva Directora de Marketing de Latinoamérica. Totesaut, que se desempeñó anteriormente como la Gerente Senior de Marketing para Afiliados en la empresa HBO Latin America Group, se hará cargo de dirigir la empresa deportiva con mayor crecimiento en la ampliación de afiliaciones televisivas y distribución de contenido de UFC en América Latina.



GERALDINE
TOTESAUT

g

Ascenso en Cisneros



COSME LÓPEZ

Cisneros Media, división corporativa que agrupa a los medios de comunicación y las empresas de entretenimiento de la organización Cisneros, anunció el ascenso de Cosme López al cargo de Vicepresidente Senior y Gerente General de Canales y Servicios de TV-Paga. Cosme trabajará desde la sede corporativa de la organización Cisneros en la ciudad de Miami, Florida, y le reportará directamente al Vicepresidente Ejecutivo de Distribución de Contenido, Marcello Coltro.

Entre sus nuevas funciones ejecutivas a nivel mundial, Cosme López estará supervisando el negocio multiplataforma de TV-Paga de la empresa, además de manejar el canal OTT de telenovelas, Romanza+África, una asociación con Azteca y XP África, entre otras responsabilidades.

a

agenda

2015

Marzo

25 al 27
Expo CANITEC
Centro de Convenciones BANAMEX
Distrito Federal, México
Web: www.canitec.org

Abril

13-16
MipTV
Palais des Festivals
Cannes – France
Web: www.miptv.com

22 al 24
VII CUMBRE APTC
Cusco – Perú
Web: www.aptcp Peru.org

28 y 29
Punta Show Summit
Hotel Conrad
Punta del Este – Uruguay
Web: www.grupoisos.net

Mayo

12 al 21
LA Screenings
Hyatt Century Plaza
Los Ángeles – USA
Web: www.lascreenings.org

Julio

23 y 24
Tepal 25
Hotel Sheraton- Ciudad de Panamá
Web: www.tepal.org

Septiembre

16 al 18
Jornadas Internacionales
Hilton Buenos Aires- Argentina
Web: www.atvc.org.ar
Web: www.cappsar.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

Año: 2015
Nro. 210

GL



PUNTA SHOW

2015

summit



TV Cable | Telecomunicaciones | Regulación | Piratería | Contenidos



Exposición Comercial - Jornadas Académicas - Encuentros de la Industria



consolidando **la industria audiovisual** en el cono sur

organiza:

GRUPO ISOS
internacional



28 y 29 de abril de 2015
Hotel Conrad Punta del Este
Maldonado, Uruguay

Síguenos:



#PuntaShow2015

LOS SECRETOS SE LAVAN EN CASA



nueva temporada

DEVIOUS MAIDS

A PARTIR DEL 14 DE ABRIL
TODOS LOS MARTES
10PM MÉX / 8PM COL / 22HS ARG

milifetime.tv
[@milifetime](https://twitter.com/milifetime)



Lifetime