

Boletín TV No. 06

1.- Televisa incrementa capacidad en satélites Eutelsat

La televisora mexicana Televisa renovó y aumentó la capacidad contratada en tres satélites operados por Eutelsat con cobertura de las Américas.

Televisa anunció este martes que ha renovado y aumentado la capacidad contratada en tres satélites operados por Eutelsat Communications con cobertura de las Américas. El contrato multianual por varios transpondedores que fortalece la larga relación entre Televisa y Eutelsat fue anunciado durante NAB en Las Vegas.

El nuevo contrato, que incluye la distribución de contenido de alta definición, aumenta la capacidad en el satélite EUTELSAT 117 West A y extiende los contratos de arrendamiento en EUTELSAT 113 West A y EUTELSAT 115 West A para la distribución de algunos de los canales clave de Televisa Networks a las cabeceras de cable en las Américas así como para la contribución y el uso ocasional de Televisa.

Televisa Networks es una empresa de Grupo Televisa que se especializa en el diseño, producción, programación y distribución de 25 marcas propias y tres representadas para el mercado de TV de paga.

Cuenta con una base de suscriptores de varios millones de personas y tiene presencia en los mercados de México, Estados Unidos, Latinoamérica, Canadá, Europa y África.

"Estamos encantados de que una empresa mediática del calibre de Televisa esté renovando su confianza en nuestros servicios. Esperamos seguir trabajando de cerca con ellos y demostrando que ofrecemos las soluciones más eficientes y vanguardistas a nuestros clientes en las Américas y más allá", expresó Patricio Northland, director general de Eutelsat Americas.

William Aguirre, director de Operaciones Satelitales de Televisa, agregó: "Eutelsat ha sido un socio de Televisa desde hace muchos años y sigue ofreciendo excelentes soluciones a nuestras necesidades en la región. La expansión de nuestra capacidad en los satélites Eutelsat le permitirá a Televisa Networks fortalecer su presencia a través de las Américas".

2.- Lo digital superó a lo físico en la música, ¿pasará lo mismo en la TV?

Tras varios años de profecías, estudios y proyecciones, el 2014 finalmente marcó el punto de inflexión en el mundo de la música, ahora liderada por las ventas



digitales, que superaron el año pasado a las físicas.

Eso, al menos, es lo que asegura el último informe de la Federación Internacional de la Industria Discográfica (IFPI), publicado este miércoles, que marca una ventaja de 30 millones de dólares de las ventas digitales sobre las físicas.

En concreto, las ventas digitales registraron 6.850 millones de dólares en 2014 y las físicas 6.820 millones. Es una ventaja pequeña, pero muy significativa. Mientras que las primeras crecieron un 6,9%, las segundas cayeron un 8%.

Muchos lo veían venir y finalmente ocurrió.

Con la TV enfrentando ahora un proceso similar, las más inmediatas preguntas que se desprenden de este informe son: ¿Pasará lo mismo con la TV? ¿Cuándo? ¿Estamos cerca?

Aunque aún lejos de lo que ocurrió en la música, es evidente que el mundo digital está creciendo a pasos de gigante dentro del territorio de la TV tradicional y un escenario similar está más cerca de lo que muchos piensan.

El crecimiento de Netflix, Amazon y el lanzamiento de nuevas plataformas como HBO Now, Sling TV y PlayStation Vue, entre varias otras, son algunas pruebas de lo que vendrá.

Mientras tanto, los diferentes estudios siguen confirmando el crecimiento del consumo de contenidos digitales, como el reciente informe publicado por Accenture, que asegura que los visionados en el televisor han caído un 10% en favor de computadoras, tablets y smartphones.

A través de una encuesta entre 24.000 consumidores de 24 países, el estudio afirma que "el televisor ha sido la única categoría de producto que ha experimentado un descenso uniforme superior al 10% entre distintos tipos de medios".

"Los visionados en pantallas de televisión de contenidos de larga duración, como películas y programas, se redujeron en un 13% a nivel global en el pasado año y los visionados de deportes en pantallas de televisión disminuyeron en un 10% a nivel global y en un 9% en Estados Unidos", agregan.

Fuente: <http://www.todotvnews.com/>

/Fin/

Alberto Solano

Director de la Cámara de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones



✉ alberto.solano@andesco.org.co

www.andesco.org.co

Piensa en nuestro medio ambiente antes de imprimir este mensaje