



Edgar Spielmann, recientemente nombrado CEO de Latin American Paid Television (LAPTV)

# Como crecer en contextos de incertidumbre

*Edgar Spielmann, recientemente nombrado CEO de Latin American Paid Television (LAPTV) anticipa un año de fuertes desafíos pero con grandes logros por la consolidación de la Alta Definición (HD) en la región latinoamericana.*



Spielmann, será responsable de consolidar el crecimiento que la compañía viene experimentando sostenidamente en la región, cuyo portfolio de canales incluye Movie City, Cityvibe, Movie City On Demand, Cinecanal, Movie City HD, Citymix, Cinecanal Classics y The Film Zone. Antes de llegar a LAPT V se desempeñó como Gerente de Contenidos y Publicidad en VTR, cableoperador más grande de Chile propiedad del grupo Liberty Global.

**¿Cuáles son los objetivos específicos de LAPT V en el año 2009?**

El 2008 fue un año de adelantos tecnológicos, en el que LAPT V se preocupó por permanecer a la vanguardia, ofreciendo a sus clientes servicios diferenciales. El año pasado hemos lanzado Movie City H, el primer canal de películas que transmite contenidos en Alta Definición las 24 horas, y en 2009 nos dedicaremos a consolidar este proyecto y a llevar esta experiencia de la televisión del futuro al mayor número de suscriptores, trabajando de manera conjunta con los operadores que ya poseen esta tecnología. De la misma forma, nos enfocaremos en el servicio de SVOD (Subscription Video on Demand) como el acompañante perfecto para los suscriptores que disfrutaron de nuestro contenido Premium, a través de Movie City On Deman. Trabajaremos fuertemente en el desafío que representa este proceso de digitalización y continuaremos investigando y evaluando

cualquier oportunidad que se presente en beneficio de la evolución y desarrollo de la industria, así como acompañar a cada operador de la región en esta transición. Hoy en día ya son más de 20 los operadores que en América latina cuentan con la tecnología necesaria para HD. Si bien son varios, desde LAPT V seguiremos en continuas negociaciones con los demás operadores que poseen esta tecnología en América latina y esperamos cerrar acuerdos con varios de ellos en el corto plazo.

**¿Tomaron alguna decisión especial o recaudo con motivo de la crisis internacional que parece afectar a todo el mundo?**

Siempre las crisis generan oportunidades. Los hábitos de consumo cambian. Cambia en qué gasta el dinero la gente y el mundo del entretenimiento en el hogar es el que generalmente se ve menos afectado. Si pensamos que ahora salir con la familia a comer y al cine implica un costo mínimo de unos 100 dólares (familia tipo) y lo comparamos con el costo promedio de 7 dólares que cuesta nuestro Movie City Pack vemos claramente que es un excelente sustituto al momento de pensar en el entretenimiento para toda la familia en el hogar durante todo el mes. Como dice el artículo del diario La Nación (Argentina) del 17/02/09 "El cambio de hábito... es una tendencia en un país cuyos habitantes, hábiles pilotos de tormenta durante las crisis económicas, no

resignan el disfrute de su tiempo libre. Aun cuando deba ser dentro de casa".

**¿Podemos esperar algunos nuevos lanzamientos de LAPT V en el 2009?**

En materia de lanzamientos, creo que fue muy importante en 2008 el relanzamiento de nuestro canal THE FILM ZONE, el cual rediseñó su contenido, ofrece cortes comerciales más cortos en el Prime Time, una nueva estructura de programación, nuevo *look on air*, nueva música, nuevas voces y el rediseño de su sitio web y se convirtió en un canal joven, dinámico y divertido en la televisión paga. Por eso su slogan es "BUENAS HISTORIAS" y, a solo tres meses de su relanzamiento, está obteniendo excelentes resultados tanto en audiencia como en anunciantes. Para LAPT V son muy importantes los contenidos de nuestros canales, por eso para el 2009 hemos preparado una programación excelente siempre basada en grandes producciones y películas que son del gusto de la gente en América latina. Por ejemplo, este año estrenamos "Apocalyp to" en Cinecanal, y se demostró el gusto del público en las mediciones de ratings que registró tanto en Chile con 4,30 puntos, como en Argentina con 5,27 puntos (Fuente: IBOPE, Total hogares con cable, enero 2009). Teniendo en cuenta siempre los gustos de nuestra audiencia en Latinoamérica, LAPT V contará, en la programación de los próximos meses de sus diferentes canales, con cinco desta-



Edgar Spielmann

cadadas producciones que obtuvieron el Oscar este año, ofreciéndoles a sus suscriptores la posibilidad de disfrutar de las películas más reconocidas del séptimo arte desde la comodidad del hogar. Los aclamados títulos que podrán verse a través de la pantalla de los canales de LAPT V serán “Slumdog Millionaire”, “Milk”, “La Duquesa” (The Duchess), el documental “Man On Wire” y el film japonés que ganó como Mejor Película Extranjera “Departures”. De esta manera, LAPT V continúa afianzando el compromiso asumido con su audiencia con el objetivo de seguir brindándole una programación única y de calidad que contiene los mejores y más reciente contenidos del cine de Hollywood e internacional.

**¿Cuál es la ventaja competitiva de contar con operaciones y oficinas en varios países latinoamericanos?**

La cercanía con los operadores y cono-

cimiento de los hábitos de consumo de cada país significa una gran ventaja competitiva. Si bien nuestros canales se producen en USA, son pensados para el público latinoamericano y se tiene especial atención en darle a cada mercado en particular lo que necesita. Esto lo podemos hacer gracias a nuestras operaciones en México DF, Caracas (Venezuela) y Buenos Aires (Argentina).

**¿Cuál es la ventaja diferencial que brinda LAPT V a sus clientes?**

Para LAPT V es muy importante diferenciarnos no sólo por tener la mejor y más variada programación del segmento Premium, la cual alcanza distintos segmentos de audiencia y satisface las diferentes necesidades de los suscriptores, sino que nos preocupamos por ser la compañía que más cerca se encuentre de los operadores y suscriptores a través de nuestra atención personalizada. Tenemos la ventaja de poder aprovechar al máximo la sinergia que se produce con toda nuestra familia corporativa. Con cada estudio socio de LAPT V (Universal Studios, Metro-Goldwyn-Mayer, Paramount Pictures y 20th Century Fox) estamos permanentemente buscando formas de colaboración y de generar sinergias que hagan nuestra operación más rentable y eficiente y nos provea de herramientas adicionales tanto para enfrentar a la competencia como para lograr mejores condiciones en las negociaciones con nuestros clientes. Por otra parte también nos concentramos en opciones de entretenimiento económico para toda la familia, de alta calidad y prestigio, siempre alimentados con el mejor

cine y las mejores series disponibles para las ventanas de TV básica y Premium. Nos interesa escuchar a nuestros clientes para poder conocer cuáles son sus necesidades y de esta manera poder satisfacerlas.

**¿Cuáles han sido los avances y adquisiciones en cuestiones de tecnología que han implementado más recientemente?**

El año pasado Latinoamérica dio el puntapié inicial en la era de Alta Definición y en junio lanzamos el primer canal de películas que transmite Alta Definición las 24hs, Movie City H, el cual se sumó a los proyectos particulares de algunos operadores con canales de producción propia con contenido HD. Esta nueva tecnología, que ofrece la mejor resolución de imagen y un inigualable sonido Dolby Digital 5.1 (Surround Sound), nos permitió seguir manteniéndonos a la vanguardia tecnológica, ofreciendo a televidentes y operadores lo último en televisión. Anteriormente, ya habíamos comenzado a ofrecer el servicio de SVOD (Subscription Video on Demand), a través de nuestro canal Movie City On Demand™, que constituye el acompañante perfecto para los suscriptores que disfrutaban de nuestro contenido Premium, permitiéndole disfrutar de las mejores películas en el momento que lo deseen, personalizando su programación. Sabemos que este es sólo el comienzo de lo que, durante muchos años, todos los que formamos parte del mercado televisivo, venimos analizando y hablando como quiebre en la calidad del servicio televisivo y la “redefinición del standar del Premium”.

Visión de Negocios: “Siempre las crisis generan oportunidades. Los hábitos de consumo cambian. Cambia en qué gasta el dinero la gente y el mundo del entretenimiento en el hogar es el que generalmente se ve menos afectado.”