

¿Qué están buscando los buyers?



Francisco Morales,
CCO Amazon Prime

'Como nuevos focos, queremos crecer en Argentina, Chile y Colombia, ver bundling, CTV, Shoppable TV. Tenemos canales, SVOD y transaccional'.



Eric Jürgensen,
CEO, Latina TV Perú

'Queremos alimentar nuestro AVOD, relanzado este año, y nuestra app 24x7 de noticias. ¿Sorpresas? Nos fue bárbaro este año con la Liga Femenina de Voley peruano'.



Jimmy Arteaga,
gerente general, WAPA TV Puerto Rico

'Estamos guscando aggiornarnos. Por eso, coproducimos con VIP 2000 3 microdramas y estamos abiertos a los nuevos rubros emergentes'.



Gabriela Rodríguez,
EVP content e R Media/Canal 11 Honduras

'Buscamos replantear la relación con varios proveedores, no ser clientes sino socios en las innovaciones como series verticales, FAST, production hub, para tener una mejor transición'.



Hortensia Quadreny,
VP de programación, WBD USA

'Busco contenidos de automóviles, en todas sus facetas. Se puede generar nichos interesantes si uno los piensa bien'.



Pedro Lascrain,
director de adquisiciones,
TV Azteca, México

'Nos está yendo muy bien con dating shows, aparte de realities, talent, gameshows. El vivo es el camino de la TV abierta'.



Carmen Gloria Román,
head of acquisitions, Canal 13 Chile

'Nuestra mayor novedad son la microseries in house. Producimos 2 con enorme éxito. La primera tuvo 4 millones de views en una semana. Es otro mercado'.



Eugenia Velez,
directora de adquisiciones, RCN Colombia

'Lanzamos Canal RCN como AVOD, así que ahora compramos para abierto y nuevo foco en digital. Somos más integrales que antes'.



Karina Arbizu,
directora de programación de TCS Salvador

'Buscamos formatos costo-eficientes para entretenimiento, noticias y deportes. Hoy la TV abierta necesita un approach distinto para seguir prevaleciendo en el nuevo ecosistema de medios'.



Hortensia Montesino,
head of acquisitions A&E (USA)

'Ahora en particular Nos interesa producto religioso de tipo factual, una nueva tendencia que tiene su público sostenido'.



Breno Sousa,
head of acquisitions, Globo, Brasil

'Buscamos oportunidades, diferenciadores para TV abierta y Globoplay en digital. De los contenidos habituales, tenemos cantidad y calidad, se necesita sorpresa'.



Johanna Villota,
responsable de adquisiciones Latam,
BlueAnt Canadá

'Comparamos Magellan TV recientemente, así que necesitamos mucho más factual y wildlife que antes. Debemos sumar volumen sin perder eficiencia'.



Liliana Castillo,
acquisitions manager, RedUno Bolivia

'Busco agencias de contenido para cambiar la ecuación en producto original y coberturas en vivo. Hay buenas opciones en el mercado'.



Gabriela Díaz,
VP adquisiciones de TVN Panamá

'Estamos viendo formatos para tiras diarias, que nunca hemos hecho. Hay que buscar vueltas de tuerca también en la producción propia original'.



Alex Pérez,
Contents and acquisition director,
Novazul Dominicana

'Mi país estuvo marcado por 'La Casa de Alofoke', un reality por streaming que emitió en vivo las 24hs y buscó durar 38 días, para entrar en el Guinness. Tuvo 2 millones de views promedio por día. Es una nueva TV'.



Porfirio Rincón,
gerente de producción y desarrollo
de contenido, Televisa Univision, MX/USA

'Como novedad, buscamos opciones de producción digital para VIX. Allí el contenido y los procesos son distintos a la TV abierta'.



Nayeli García,
adquisiciones Disney+

'Más allá del foco en contenido local de siempre, estamos analizando opciones como microdramas, contenido asiático y turco, para variar la oferta en streaming'.



Gachi Ciurluini,
directora de adquisiciones de Canela TV USA

'Estamos invirtiendo en IA para hacer rendir mejor la programación a partir de las respuestas de la audiencia. Se confirman certezas pero también hay sorpresas'.



Yanaice Ojito,
acquisitions manager, Pluto TV, Latam

'Buscamos sobre todo material 'Rumbo al Mundial', de todos los géneros. Con el correr de las semanas, la audiencia se pondrá más demandante'.



Daniel Padilla,
CEO Oneplay Uruguay

'Buscamos ser una plataforma de descubrimientos, de contenido que no está en otras pantallas. Por ejemplo, films asiáticos'.