

¿Qué están buscando los buyers?



Francisco Morales,
CCO, Prime Video

'Somos un gran hub de entretenimiento, así que buscamos de todo siempre. Pero este año en especial, queremos contenido de target joven, sobre todo 18-24, y +24m de todos los géneros. Hay que captar a las audiencias emergentes.'



Pedro Lascurain,
director de adquisiciones, TV Azteca México

'Con nuestro máximo foco en el vivo, buscamos en particular realities y gameshows, más de habilidades físicas que de conocimiento, que es lo que prefieren las nuevas audiencias masivas actualmente.'



Breno Sousa,
gerente de adquisiciones de Globo Brasil

'En este momento buscamos microdramas, la nueva gran tendencia; programación para jóvenes, hay que moverse hacia ellos; y contenidos que sorprendan de cualquier género.'



Eugenia Vélez,
VP programación y marketing, RCN Colombia

'Nos interesan en especial los formatos de entretenimiento, con mucho vivo y con buen espacio para product placement, los ingresos que emergen.'



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 a los nuevos tiempos.'



Diane Glynn,
social director at Channel 4, UK

'We focus on the new trends: micro-dramas, podcasts, social media... they must be key issues for broadcasters nowadays, to continue leading TV business and also to grow in mobile.'



Peter Kolosi,
CCO RTL Hungary

'We want to check the new trends, how to integrate the free TV basics with YouTube, Social Media, microdramas. Due to the general funding problems for big TV projects, the branded content side is a hot issue nowadays.'



Juyeong Han,
head of acquisitions, KBS Media Korea

'This year we make focus on documentaries, wildlife. There is a lot to do in factual, especially the broadcasters that must entertain and educate at the same time.'



Eric Jurgensen,
GM y director de contenido, Latina TV Perú

'El canal comienza una nueva etapa como se sabe, se vienen muchas superaciones. Hoy buscamos novelas clásicas, formatos de cocina y programas creativos que se puedan hacer de lunes a sábado.'



Lily Caputo,
TLN Canada

'This year we need more content in English, that's why we are attending many European events. We'd like fresh Lifestyle, cooking and travel, home.'



Andrés Mendoza,
head of content acquisitions, WBD

'Necesitamos contenido fuerte local para complementar lo de nuestros sellos. Por eso como tip diferente, estamos viendo alianzas con estudios de grandes broadcasters latinos, para establecer flujo regular.'



Fernando Muñiz,
CEO, América TV Perú

'Queremos pasar de broadcaster a streamer, nos va muy bien con deportes y tenemos nuestra 1ra. novela vertical. **América TVGo**, nuestro OTT con foco mobile, ya tiene 4 millones de usuarios efectivos.'



Patricio Hernández,
CEO, Mega Media Chile

'Tenemos un foco muy internacional, con mucho para tomar y para ofrecer: novelas, realities, deportes, el Festival de Viña, que es un gran evento internacional cada año. Evoluciona el negocio, debemos evolucionar nosotros.'



Felipe Rivas,
head de nuevos negocios, Caracol Colombia

'Hoy en día estamos muy interesados en microdramas, pero en especial en cómo adaptar la librería a ellos, que es lo difícil, y nuevas formas de monetización: branded content, product placement.'



Gabriela Díaz,
VP adquisiciones de TVN Panamá

'Como buena novedad este año, nos interesa desarrollar formatos para tiras diarias, que no solemos hacer. Es un gran cambio, se necesitan vueltas de tuerca también en la producción propia original.'



Fabrizio Battocchio,
head of original productions, Mediaset Italy

'I am looking for a big-big entertainment format, to generate strong impact. Something just for the prime time of free TV, while many suppliers make too much focus on digital.'



Helen Greatorex,
head of format acquisitions, Banijay UK

'Of course, we are looking for the next big hit in entertainment. To include the online people and rules, is a good way to refresh the screens and to bring younger audiences.'



Jimmy Arteaga,
gerente general, WAPA TV Puerto Rico

'Estamos muy abiertos a los rubros emergentes, porque queremos y necesitamos aggiornarnos, como todo broadcasters. Por ejemplo, coproducimos con VIP 2000 3 microdramas y estamos avanzando en la economía de creadores.'



Liliana Castillo,
acquisitions manager, RedUno Bolivia

'Ante el mundial de fútbol y el nuevo rol de los broadcasters, busco por ejemplo agencias de contenido para fortalecer la ecuación en producto original y coberturas en vivo, versus costos. Se puede trabajar mucho en el tema.'



George Levendis,
general manager Antenna Group, Greece

'I'd like to find the next big hit in entertainment, a strong and fresh idea. We are also looking for fiction projects, to adapt locally.'