¿Qué están buscando los buyers?



Gerardo Rosillo
director de adquisiciones de Televisa Univision (USA/México)

‘Estamos reforzando nuestra estrategia de SVOD **VIX** *originals*, con ficciones de nuevos orígenes: primero fue Corea, ahora analizando China’.



Andrés Mendoza
head de adquisiciones, WBD (USA)

‘Buscamos contenido local de México, Brasil, Colombia y Argentina, para complementar lo de nuestros estudios’.



Breno Sousa
gerente de adquisiciones, Globo Brasil

‘Estamos haciendo foco en adultos jóvenes con dating shows y realities, para streaming en **GloboPlay**’.



Gachi Ciurluini
VP Content Strategy, Canela Media, USA

‘En este fall lanzamos **Zully**, nuestra plataforma de series verticales para mobile, con target más joven, multicultural y en varios idiomas. Busco material al respecto’.



Daniel Padilla
CEO, OnePlay Uruguay

‘Queremos series episódicas y películas. En digital, rinde más lo que empieza y termina para satisfacer mejor el consumo fragmentado’.



Sandra Smester
EVP programming, NBC Telemundo, USA

‘Buscamos generar realities 2.0, la evolución de nuestro unscripted, sumando géneros, vueltas de tuerca y ADN digital’.



Mateus Pagani
head of acquisitions Latam, Amazon Prime (USA/Brasil)

‘Rastreo series que sean sucesos sorpresa, como nos pasó con ‘All her fault’ de **NBCUniversal**, miniserie thriller’.



Pedro Lascuraín
director de adquisiciones, TV Azteca México

‘Ahora compro también series verticales, para las áreas digitales del grupo. Todo evoluciona’.



Ana María Pino
acquisitions manager de Ditu, OTT de Caracol Colombia

‘Buscamos material que viaje entre la TV abierta y digital, de un target más joven, formatos más social media y nuevos orígenes’.

Disney+,
América Latina

‘Buscamos contenido local para complementar nuestra oferta de los estudios, sobre todo en los territorios más grandes donde somos fuertes. Se pueden lograr muy buenos contenidos que completen los gustos de los usuarios’.



Lorenzo Orozco
head de contenidos, MVS México

‘Nos interesan films para infotainment: la industria de la información, etc. Siempre nos destacamos con este tipo de contenidos diferentes’.



Eduardo Fernández
gerente de producción y adquisiciones, Artear Argentina

‘Nos interesan series y películas, en este orden. A la vez, siempre estamos buscando formatos innovadores’.



Zaída Jiménez
directora de programación, Teletica

‘Buscamos novelas, films, formatos para producir. El contenido local sigue ganando espacios en la pantalla’.



Iván Ibarra
director de operaciones y programación, Canal 10 Uruguay

‘Por primera vez tenemos ‘Big Brother’ local, un hito para la TV uruguaya. Es en la casa de Argentina pero las galas en Montevideo. Somos líderes hace 12 años, hay que seguir evolucionando’.



Eric Jurgensen
CEO, Latina TV, Perú

‘Más allá de la compra del canal, seguimos buscando potenciar la producción local, con formatos de peso. Las estrategias seguras no cambian’.



Alex Pérez
manager de adquisiciones, Novazul Rep. Dominicana

‘Buscamos películas de acción, humor, familiares. Más allá de broadcasters y plataformas, siempre rinden’.



Alberto Wichtendahl
gerente de programación, Unitel Bolivia

‘Estamos comprando novelas latinas clásicas, más algunas turcas para intercalar. Es lo que complementa nuestra producción local’.



Alejandro Leda
content acquisitions, Runtime, USA

‘Nuestro AVOD tiene 8 millones de subscriptores. Busco contenido para AVOD/FAST para Latam y España. Acción, comedias, romance, True Crime’.



Karina Arbizu
directora de programación, TCS Salvador

‘Buscamos formatos de daytime para abrir nuevos espacios de producción nacional’.



Doris Vogelmann
VP adquisiciones, V-Me, USA

‘Busco oportunidades, como nuevas versions de contenidos exitosos que tuvimos en el pasado. Hoy, no hay limitaciones de orígenes, todos se aceptan’.