

6 junio, 2016 a las 18:54

Laura Miñarro: “‘Vis a vis’ se ha colocado a un nivel estratosférico tras su venta a Reino Unido”

Publicado por [Redacción AV451](#)

Laura Miñarro se convirtió en la **máxima responsable de Imagina International Sales en diciembre de 2015**, tras ocho años en la compañía y después de que Geraldine Gonard dirigiera la agencia de ventas durante casi una década. Con títulos como ‘Vis a vis’, ‘Serramoura’, ‘Nit i Dia’, el documental ‘Messi’ o la película ‘Rastros de sándalo’, el catálogo de Imagina International Sales está compuesto por 300 títulos. Miñarro se ha propuesto impulsar las ventas en un escenario especialmente competitivo en televisión y plataformas OTT y lo está haciendo aprovechando las oficinas internacionales de Grupo Mediapro y reforzando el equipo comercial. Lo cuenta en esta entrevista con Audiovisual451.

Audiovisual451: Tras medio año al frente de Imagina International Sales, ¿qué novedades has introducido en la compañía a nivel de estrategia?



Laura Miñarro: “Hemos introducido muchas novedades en la estrategia y la política de Imagina International Sales, de entrada, formar parte de un grupo tan grande como Mediapro cambia absolutamente la perspectiva. Una de las ventajas con la que nos hemos encontrado es que Mediapro tiene presencia física en más de 30 países, es una estructura internacional que estamos utilizando para reforzar las ventas internacionales. Esto nos da una ventaja enorme con respecto a otras distribuidoras españolas o incluso a otras potentes de otros países europeos.

Por eso hemos reforzado nuestra presencia comercial en algún territorio, es el caso de Asia, Miami para el mercado de habla hispana en Estados Unidos y tenemos una oficina en Oriente Medio que es muy importante para nosotros.

También hemos incorporado nuevos comerciales a Imagina International Sales, desde febrero contamos con Beatriz Setuain, ha vuelto con nosotros, creemos que es de las mejores profesionales de ventas internacionales que hay ahora en España. En breve vamos a anunciar otro nombramiento, será un nuevo comercial para que se ocupe de Europa del Este y Asia.”

“Creemos que Oriente Medio es un territorio aún no muy explotado y vemos muchas posibilidades de negocio, estamos abiertos a incluir producciones que se adecúen a las necesidades de los compradores allí”

AV451: ¿Cómo afecta esto a vuestro catálogo?

L.M.: “A nivel de producto, seguimos contando con las producciones del grupo, nuestra presencia internacional está muy consolidada y tenemos capacidad para colocar muchísimo más producto en el mercado, de manera que estamos buscando producciones para añadir a nuestro catálogo, especialmente contenido que pueda calificarse como Premium, de habla española. También estamos interesados en producciones independientes con aire Premium y en este caso estamos abiertos al habla inglesa u otros idiomas.”

AV451: ¿Qué territorios son ahora más importantes para Imagina International Sales?

L.M.: “Creemos que Oriente Medio es un territorio aún no muy explotado y vemos muchas posibilidades de negocio, estamos abiertos a incluir producciones que se adecúen a las necesidades de los compradores allí, sabemos que la cultura de Oriente Medio es muy distinta a la nuestra y a la de algunas producciones que tenemos, somos conscientes de que necesitan contenido muy blanco y queremos potenciar esa parte de nuestro catálogo para ofrecérselo. Desde Imagina International Sales queremos marcar una diferencia en Oriente Medio y hacernos fuertes allí.”



Stand de Imagina International Sales en MIPTV 2016.

AV451: ¿Quiénes componen ahora el equipo comercial de Imagina International Sales?

L.M.: “Hemos reestructurado parte del equipo e introducido nuevas caras. Beatriz Setuain es nuestra responsable para Estados Unidos, Canadá y Europa. Como comentaba, la nueva comercial que se acaba de incorporar llevará Europa del Este y Asia, además tendrá refuerzo desde nuestra oficina de Singapur. Miguel García está ahora centrado en los clientes de Latinoamérica, y Samir Mechbal lleva las ventas para Oriente Medio, con refuerzo en la oficina física de allí. Obviamente, el equipo de Imagina International Sales es más amplio, pero refiriéndonos a ventas esos serían nuestros comerciales.”

AV451: El mercado más reciente en el que habéis estado ha sido MIPTV. ¿Cómo os ha funcionado?

L.M.: “Como suele suceder en abril, MIPTV tuvo menos asistentes, pero a nosotros nos ha ido increíblemente bien, hemos tenido una cantidad ingente de citas, estamos cerrando las primeras ventas, te puedo asegurar que vamos a anunciar muchos acuerdos próximamente, MIPTV ha sido especialmente bueno para dos de nuestras series: ‘Nit i Dia’, de producción de MEDIAPRO, y ‘Vis a vis’, de Globomedia.”

“Hay que tener en cuenta que ‘Vis a vis’ ha sido la primera serie española en llegar a Channel 4 y que se ha emitido en castellano con subtítulos en inglés, eso es un hito porque el espectador inglés no está para nada acostumbrado a ese tipo de emisión”



‘Vis a vis’.

AV451: Sí, durante MIPTV anunciasteis la llegada de ‘Vis a vis’ a Reino Unido, primero a través de Walter Presents y luego de Channel 4...

L.M.: “‘Vis a vis’ está en el comienzo de su carrera internacional, desde el primer momento que la mostramos tuvo muy buena acogida, pero con esta venta a Reino Unido se ha colocado a un nivel estratosférico, se puede comparar con las diez mejores series a nivel mundial. La venta de la serie a Reino Unido no sólo le da prestigio a ‘Vis a vis’ por haberse incluido en el slot Walter Presents, que solamente elige series top internacionales. Hay que tener en cuenta que ha sido la primera serie española en llegar a Channel 4 y que se ha emitido en castellano con subtítulos en inglés, eso es un hito porque el espectador inglés no está para nada acostumbrado a ese tipo de emisión. Además, está cosechando una audiencia más que decente. Ha sido una venta importante para Imagina y para Mediapro como productora, además está teniendo un efecto llamada sobre otros territorios que están muy interesados por la serie.”

AV451: Se comenta que la televisión de pago ha estancado los precios de compra y todo el mundo habla de Netflix como si fuera el único cliente. ¿Cuál es vuestra visión?

L.M.: “Netflix es un cliente importante e interesante, nuestra experiencia con ellos es muy positiva, puede que próximamente anunciemos algo, pero Imagina International Sales tiene los brazos muy largos y llegamos a otros compradores igualmente beneficiosos. Una muestra de ello es la venta de ‘Vis a vis’ a Walter Presents. Sí observamos que Netflix está introduciendo novedades en el mercado y en las negociaciones, pero no son los únicos.”

AV451: ¿Es cierto que las series españolas están ubicadas en el mapa televisivo internacional?

L.M.: “Desde hace años la ficción española está muy consolidada, es evidente que siempre hay caminos que abrir, territorios a los que vender más, pero las series españolas están muy bien posicionadas desde hace tiempo, tienen un sello innovador e internacional indiscutible, no solamente me refiero a las series de Mediapro, se puede hablar en general.”

“Hacer coproducciones es prioritario para el grupo, forma parte del ADN internacional de Mediapro”



Ran Tellem acaba de incorporarse a Grupo Mediapro.

AV451: Dentro de Grupo Mediapro cuentas con un cargo de responsabilidad también en Globomedia, en lo referente a coproducción y negocio internacional. ¿Qué podrías contarnos de este campo, ahora que se ha anunciado [la incorporación del israelí Ran Tellem](#) para desarrollar ideas y formatos de contenidos tanto de ficción como de entretenimiento para el mercado internacional?

L.M.: “Por el momento, estoy centrada en la responsabilidad de Imagina International Sales, si puedo decirte que Mediapro es un grupo con una estructura muy horizontal, de manera que cada paso se acomete desde las diferentes perspectivas de las empresas del grupo, por eso en temas de contenido Imagina International Sales también participa, aportamos nuestros contactos y nuestra visión del mercado internacional.”

Hacer coproducciones es prioritario para el grupo, forma parte del ADN internacional de Mediapro, queremos explotar fuera de España el modelo de producción que tenemos, estamos dando pasos para la expansión, la incorporación de Ran Tellem es una clara apuesta por la coproducción internacional. Iremos hacia socios europeos y latinoamericanos, iremos en ambas direcciones.”

AV451: En cuanto a venta de largometrajes, ¿en qué estado estáis? Por ejemplo, no habéis asistido a Marché du Film de Cannes.

L.M.: “Desde Imagina International Sales hemos disminuido la venta de largometrajes, veremos en el futuro cómo avanza esta línea de negocio. La experiencia con la trilogía europea de Woody Allen fue fantástica y demostró la enorme capacidad que tenemos. Sin embargo, la venta internacional de cine es menos rentable que la de televisión, por eso nos estamos centrando en la ficción televisiva.”

Respecto al género documental puedo comentarte que forma parte de nuestro catálogo con títulos puntuales a los que les vemos gran potencial.”

Imagina International Sales estará próximamente en NATPE Budapest, DISCOP Africa y MIPCOM.

También te puede interesar