



DIGITAL MEDIA LATINOAMÉRICA

30-31 DE OCTUBRE DE 2013 · BOGOTÁ · COLOMBIA

www.wan-ifra.org



30 DE OCTUBRE DE 2013

08.00 Registro

09.00 Introducción

Vincent Peyrègne, CEO de WAN-IFRA, Francia.

Moderador: Diego Carvajal, Gerente de portales de información en ICCKNet, Colombia

SESIÓN 1. AVANZANDO EN TIEMPOS DE TRANSICIÓN

09.15 Plan "VIVE DIGITAL"

Diego Molano Vega, Ministro de Tecnología de la Información y la Comunicación, Colombia. El Ministro TIC, Diego Molano Vega, presentará los principales logros y resultados de un ambicioso plan de tecnología que busca, a través de la masificación del uso de Internet y el desarrollo del ecosistema digital nacional, que el país dé un gran salto tecnológico para alcanzar la prosperidad democrática.

09.45 Arriesgarse para triunfar

Jon Ruiz, CEO de la Casa Editorial El Tiempo, Colombia. Jon se ha hecho cargo de la mayor empresa periodística de Colombia desde 2010. Una de sus principales misiones es asegurar que su compañía, conocida en toda la región por estar a la vanguardia de la innovación de los medios, responderá a la rápida transformación de la sociedad colombiana.

10.30 Pausa café

11.00 2014: Descifrando la encrucijada de la información

Ken Doctor, Presidente de Newsonomics, EE.UU. Recién llegado de un gran recorrido por los principales medios europeos y con su experiencia en la industria periodística de América del Norte, Ken Doctor ofrece un análisis provocativo sobre los retos que los editores tendrán que enfrentar en 2014 y sus más recientes estrategias.

11.50 Un viaje hacia la transformación digital. Caso de estudio: Toronto Star

Ali Rahnema, Vicepresidente de Medios Digitales de Star Media Group, Canadá

Michael Cooke, Director del Toronto Star, Canadá

Manejar la transición de una operación centrada principalmente en el producto impreso hacia una que se esfuerza en ser independiente de toda plataforma, requiere enfocarse en los fundamentos y en una estrecha coordinación y colaboración entre periodistas, tecnológicos y estrategas. Las complejidades son exacerbadas por el hecho de que mientras un número cada vez mayor de lectores/audiencias consumen las ofertas del diario en plataformas digitales, la inmensa mayoría de los ingresos de la empresa aún derivan de los productos impresos. Ali Rahnema y Michael Cooke presentarán como el Toronto Star se enfoca en la gestión de la caída del producto impreso mientras invierte en la calidad de su periodismo y en las habilidades y herramientas necesarias para el futuro.

12.30 Almuerzo

SESIÓN 2. CONTENIDO PAGO 2.0

14.00 Lanzando el modelo de pago poroso: estrategias de suscripciones digitales de éxito para más de 400 editores de prensa

Matt Skibinski, Vicepresidente de Relaciones con Afiliados de Press +, EE.UU. Con más de 400 clientes, Press+ tiene una visión única sobre los resultados de los muros de pago y las mejores prácticas en Norte América. Su filosofía predominante en cobrar por el contenido se basa en el modelo poroso. Matt Skibinski nos brindará información privilegiada sobre la amplia experiencia de su empresa en Norte América.

14.30 El siguiente gran cambio es “fundamentalmente móvil”

Rob Grimshaw, Director Ejecutivo del FT.com, G.B. El Financial Times ha influido en la decisión de los editores de apostar a los contenidos digitales pagos y la empresa es una de las pocas que realmente puede presumir de ser “digital first”. Rob Grimshaw nos guiará a través de los audaces pasos del FT en su estrategia digital y en todas las plataformas. Lo vale en la medida en que los ingresos digitales superan a los que provienen del papel.

15.10 La experiencia de la prensa brasileña

Ana Busch, Directora del Comité de Estrategias Digitales, ANJ, Brasil. En Brasil, los periódicos regionales y nacionales están trabajando para poder cobrar su contenido conservando la audiencia. Vamos a aprender con Ana Busch, una de las mejores expertas digitales de la región, sobre periódicos de calidad y periódicos regionales, y su experiencia en la implementación de los primeros modelos porosos en el país y aplicaciones de pago.

16.00 Pausa csafé

16.30 Estrategia de precios para la audiencia digital

Matt Lindsay, CEO de Mather Economics, EE.UU. Mather Economics está especializada en economía aplicada mediante el análisis econométrico de la estrategia de fijación de precios, modelos de predicción, análisis, valoración ambiental. La compañía ha trabajado para las principales empresas periodísticas de Estados Unidos, enfocándose en los efectos de la distribución de contenido de pago en todas las áreas de su negocio digital. Pero, ¿puede su modelo predictivo funcionar en todas partes?

SESIÓN 3. TENDENCIAS E INNOVACIONES EN PUBLICIDAD DIGITAL

17.00 Panel de discusión

Orlando Álvarez, Director Creativo de Publicidad Comercial Lowe, El Salvador

Alexandra Salomon, Directora Senior Internacional de IAB, EE.UU.

Roberto de Celis, Director de Negocio Digital de Vocento, España

Preguntas y Respuestas con Felipe Ordóñez, Gerente General PauteFacil y Fundador Probusiness, Colombia

Orlando Álvarez nos mostrará como la publicidad digital en la región se pone al día con los mercados maduros de Internet, los medios de comunicación pronto tendrán que hacer frente al mismo desafío: una creciente complejidad del panorama del marketing digital. Con el fin de lograr esto, Alexandra Salomon nos presentará una de las herramientas de medición más eficaces y fiables del momento.

Para satisfacer las necesidades del marketing digital, las empresas de medios tienen que crear formatos de publicidad y productos, y explorar nuevos territorios comerciales. Roberto De Celis, Director de Negocios Digitales de Vocento, nos brindará algunos casos concretos y exitosos para llevar a casa...

18.30 Cierre de la jornada

31 DE OCTUBRE DE 2013

09.00 Ponencia central - Transformando los medios tradicionales: una estrategia dual para el cambio

Clark Gilbert, Presidente y CEO de Deseret News Publishing Company, Deseret Digital Media, EE.UU.

Mientras que la reciente tendencia de los editores de periódicos ha sido la de integrar sus esfuerzos digitales en sus operaciones tradicionales, Clark Gilbert se ha hecho famoso por desafiar la lógica convencional. Vamos a escuchar cómo ha dado vuelta su compañía, emprendiendo uno de los negocios más prósperos de periódicos en los EE.UU., tanto en forma impresa como digital.

Debate con:

Ken Doctor, Presidente de Newsonomics, EE.UU.

Gastón Roitberg, Secretario de Redacción Multimedia de La Nación, Argentina

Marcelo Rech, Director Ejecutivo de Periodismo de Grupo RBS, Brasil

10.30 Coffee break - pausa café

SESIÓN 4. FOMENTANDO EL COMPROMISO DE LA AUDIENCIA DIGITAL

11.00 Mantenerse al ritmo del nuevo consumidor digital

Sergio Maria, Director de Desarrollo de Negocios, Google LATAM, Brasil. El compromiso del usuario; los nuevos productores de contenido; el rol clave de Youtube en la redefinición de la distribución de vídeos; el impacto de las últimas innovaciones tecnológicas y cómo se perfila el escenario de los medios de América Latina. Una presentación del actor más grande del mundo digital.

11.30 Clarín WebTV

Darío D'Atri, Editor Jefe de Estrategias y Nuevas Plataformas de Clarín, Argentina. El video y la web-TV son herramientas clave para atraer tráfico e involucrar a la audiencia en plataformas digitales. Darío D'Atri nos presentará unos de los casos más avanzados de la región.

12.00 Nuevas formas de relacionarse con la audiencia

Matthew Sanders, Gerente general de Deseret Digital's Publisher Solutions Group, EE.UU. Encontrar maneras de fortalecer el vínculo con la audiencia, su comunidad y con los nativos digitales es una de las prioridades más importantes de las organizaciones de noticias de mañana. Matthew Sanders nos presentará los últimos proyectos en Deseret Digital Media.

12.30 Almuerzo

14.00 El valor de compartir

Doree Shafir, Editora Ejecutiva de BuzzFeed, EE.UU. Compartiendo contenido popular, BuzzFeed ha logrado construir una plataforma de noticias global de noticias sociales. Ahora está adentrándose en contenido noticioso más tradicional. ¿Acaso se trata de un prototipo para empresas de noticias del futuro?

14.40 Redes sociales: nuevas herramientas, misma misión

Roberto Dias, Secretario Asistente de Redacción, Folha de S.Paulo, Brasil. Las protestas de junio que afectaron a las ciudades más grandes de Brasil revelaron el papel creciente que las plataformas de las redes sociales están jugando al dar voz a los ciudadanos para denunciar la corrupción o el abuso de poder. Muchos criticaron la cobertura de las protestas por parte de los medios, acusando a estos últimos de ser parte del "establishment", y oponiendo a "nuevos medios" contra "medios tradicionales". Pero, ¿existe realmente tal dicotomía o se trata de canales complementarios que comparten una misma misión fundamental: ser un contrapoder al servicio de los ciudadanos cuyo objetivo es garantizar la democracia en sociedad?

15.20 Narrativas (digitales) innovadoras

Gastón Roitberg, Secretario de Redacción Multimedia de La Nación, Argentina. A través de los datos y las iniciativas de periodismo abierto, el uso extensivo de la infografía, la contratación de desarrolladores e incluso hackers, muchas redacciones están adoptando proyectos innovadores con el fin de ofrecer contenido relevante, atractivo y de calidad. Gastón Roitberg está a la cabeza de una de ellas.

16.00 Coffee break - pausa café

SESIÓN 5. GOOGLE, FACEBOOK Y PROPIEDAD INTELECTUAL

16.30 ¿Hacia dónde avanzar?

Ana Busch, Directora del Comité de Estrategias Digitales, ANJ, Brasil

Florian Nehm, Jefe de Sostenibilidad Corporativa y Asuntos de la Comunidad Europea de

Axel Springer, Alemania (videoconferencia). Pendiente de confirmación

Durante el 65° Congreso Mundial de Periódicos, WAN-IFRA respondió a una de las mayores preocupaciones de sus miembros, lanzando un foro de discusión para compartir experiencias e inquietudes sobre cómo agregadores de contenido y motores de búsqueda afectan, de manera positiva o negativa, a su negocio. Editores de América Latina han visto a sus homólogos brasileños tomar posiciones fuertes contra Google News y, más recientemente, Facebook. Ana Busch compartirá con la audiencia las más recientes medidas tomadas por los editores brasileños para enfrentar estos temas centrales para el futuro de la prensa. Florian Nehm aportará su experiencia desde uno de los grupos de medios más importantes de Europa.

17.30 Observaciones finales

Vincent Peyrègne, CEO de WAN-IFRA, Francia

ACTIVIDADES SOCIALES

CÓCTEL DE BIENVENIDA



No se pierda este evento de bienvenida organizado en colaboración con el **Bogotá Convention Bureau**, en el que podrá intercambiar impresiones con asistentes de más de 24 países de la región y del mundo.

Lugar: Restaurante Agata, Hotel Cosmos Insignia.

Fecha y hora: 29 de octubre de 2013 a las 20:00 hrs

CATA DE VINOS



El Club VIP del Vino, S.A. y el **Club Vivamos El Tiempo** le invitan a una cata de vinos Gonzalo de Berceo, Crux Blend y Condado de Haza, con más de 90 Puntos Parker, maridados con quesos fabricados en Colombia y chocolates a cargo de Mario Sánchez, Sommelier Club VIP del Vino, S.A. Como co-patrocinadores del evento están las empresas **Enreach Solutions AB** y **clicLogix Americas Inc.**

Lugar: Salón Pacífico

Fecha y hora: 30 de octubre de 2013 a las 18:30 hrs

VISITA A LAS INSTALACIONES DE EL TIEMPO



Acompáñenos el viernes 1 de noviembre a las 9:00hrs. en una exclusiva visita a las instalaciones de EL TIEMPO. Este centenario diario fue uno de los primeros a instalar una redacción integrada en la región. Plazas limitadas.

Lugar: Instalaciones de El Tiempo

Fecha y hora: 1 de noviembre de 2013 a las 18:30 hrs

PATROCINADOR PLATA

enreach

Enreach ayuda a los editores a refinar y perfeccionar los datos que poseen sobre sus lectores online para transformarlos en un valioso conocimiento y análisis que sirve tanto a sus equipos comerciales como editoriales. Estos últimos se benefician porque las herramientas de Enreach les proporcionan un conocimiento en profundidad de los hábitos de lectura de los distintos públicos objetivos que visitan sus webs, lo que les permite construir una sólida base de lectores, asegurándose de que éstos reciben las noticias más relevantes para ellos. Los equipos de venta logran ofrecer a sus clientes un espacio online determinado, para asegurar que el mensaje correcto llegue a la audiencia correcta, en el momento correcto y dentro del contexto correcto. Gracias a nuestra habilidad a la hora de definir audiencias a través de datos demográficos y grupos de interés, cada campaña se transforma en un micro-estudio de mercado que le otorga al publicista valiosa información sobre la efectividad de su campaña.

EXHIBIDORES



CCI provee una plataforma para respaldar las cambiantes necesidades de las principales organizaciones de noticias, y sus soluciones expandibles ayudan a los medios en crecimiento a optimizar sus estrategias de negocios. La innovación constante y el sólido compromiso con sus clientes son las piedras angulares del modelo de negocios de CCI.



“Digital Publishing Suite” es la solución multiplataforma más impactante de la industria, utilizada por los más importantes editores el mundo, con millares de aplicativos activos publicados, y más de 125 millones de ediciones digitales descargadas para iPads, Kindle Fire, iPhone y Android desde abril de 2011. Actualmente más de 2 millones de ediciones son descargadas cada semana – incluyendo revistas, periódicos, publicaciones corporativas y aplicativos, todos creados con DPS.



“One Latam, Inc.”, con sede en Miami, Florida y oficinas en la Ciudad de México es una empresa de consultoría que ofrece productos y servicios a una amplia gama de empresas y organizaciones con necesidades de publicación. Su objetivo es ayudar a los clientes con sus sistemas y procesos actuales para mejorar su producción con los sistemas de integración y productos ideales. Siempre mirando hacia el futuro, One Latam está en constante búsqueda de avances tecnológicos que inciten a sus clientes a ser líderes e innovadores en su especialidad.



Virtual Paper ayuda a editores a rentabilizar sus operaciones, proporcionando soluciones de migración instantánea a formatos digitales eficientes, compatibles con computadores, tabletas y teléfonos inteligentes. Con más de 1.000 títulos y 100.000 publicaciones activas, Virtual Paper se posiciona como líder en papel virtual. En un mercado en constante evolución, apoyamos a más de 350 clientes en el mundo a lograr sus objetivos de negocio, en su mayoría editores de revistas, periódicos, catálogos y directorios.



GSI Media Group es una compañía especializada en consultoría, desarrollo e implementación de soluciones tecnológicas para la industria periodística y revistas. Nuestra mayor motivación es ayudar a nuestros clientes a aprovechar las últimas tecnologías para conseguir o mantener una posición de privilegio en la industria, no solo reduciendo los costos operativos, sino llegando a nuevos mercados a través de los avances que la tecnología nos ofrece.



S2i es una compañía líder en provisión de soluciones estándar y multimedia para el sector de los medios de comunicación. Tenemos soluciones adaptables a cada cliente que cubren completamente todo el ciclo comercial y de ventas de su negocio, permitiendo a nuestros clientes una gestión más eficaz pero con un coste controlado de su inversión. Desarrollamos nuestras soluciones con nuestros clientes. Lo que les ayuda a resolver problemas reales, que afectan directamente a la gestión de su negocio.

OneVision

OneVision es un proveedor global de soluciones de software innovadoras y rentables diseñadas para proteger, optimizar y simplificar los flujos de trabajo de producción complejos para las industrias de impresión, publicación y medios de comunicación. Nuestro software ahorra a impresores y editores tiempo y reduce los costes en numerosas operaciones de preimpresión de datos y de imágenes intensas y permitiendo, a su vez, a los editores de reutilizar estáticas páginas de impresión optimizadas para su uso online, mientras que les permiten añadir contenidos multimedia relacionados y relevantes, como vídeos, animaciones y HTML5.

PATROCINADORES



Protecmmedia es una compañía internacional orientada al desarrollo de software y prestación de servicios para las compañías periodísticas. Desde un comienzo, su vocación es la de adaptar los avances que se estaban produciendo en la informática y la electrónica a las empresas editoras. La acertada arquitectura de su nueva generación de soluciones MILENIUM Cross Media permitió a sus clientes integrar con facilidad en el flujo de trabajo editorial los nuevos canales digitales (Tablets y Smartphones), apenas “explotó” la revolución móvil.



AGILE CONTENTS ofrece soluciones tecnológicas para que los medios de comunicación y las grandes marcas puedan establecer relaciones digitales con sus clientes, mediante la producción, gestión y distribución de contenidos a través de dispositivos digitales. Con énfasis en la agilidad editorial -adaptación a la demanda, flexibilidad en formatos y segmentación del contenido-, ayudamos a la generación de ingresos digitales.



EidosMedia es proveedor líder de soluciones editoriales “cross-media” en los medios de comunicación y el sector financiero. Para las empresas de medios de comunicación que hacen la transición de un modelo de negocio basado en publicaciones impresas tradicionales a una cartera multi-plataforma de pleno derecho, Méthode de Eidos Media ofrece una tecnología que combina las funciones gráficas y controles de flujo de trabajo de publicación de noticias convencional, con una constante evolución de sus productos centrados en la distribución digital y las plataformas de lectura emergentes.



Tecnología innovadora y el más alto grado de comodidad en el manejo operativo: eso es lo que el sistema editorial red.web representa. Gracias a red.web, los periodistas son independientes en términos de ubicación y están siempre en el centro del proceso y el suceso: el contenido editorial se procesa de una forma neutral y está actualizado. Gracias a la publicación “cross-media” desarrollada específicamente para los medios de comunicación, la publicación de noticias estará a solo un click.



Comio se destaca por ofrecer plataformas móviles que integran el diseño, la tecnología propia y la de terceros para garantizar un funcionamiento fluido que permite crear experiencias de usuario valiosas. Creemos que el ajuste de estos tres elementos - las empresas, los usuarios y la tecnología - es la fórmula para la monetización y servicios rentables. Comio le permite llegar a los consumidores que están en constante movimiento.