



# NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

Suplemento N.º 222



Telefónica ha cerrado el mes de agosto con una ganancia neta de 68.686 clientes.

Telefónica, con el mayor despliegue de fibra y la oferta convergente más completa, y pese a que la competencia es cada vez mayor, ha logrado cerrar el primer semestre del año con unas muy buenas cifras de captación de clientes, hasta el punto de que cerró agosto con una ganancia neta de 68.686 clientes, liderando el mercado.

La tecnología está detrás de ello. La compañía ha conseguido ya el hito del millón de clientes con fibra óptica de 600 Mb simétricos en España, cuando se cumplen diez años del inicio de la comercialización de este tipo de conexiones de banda ancha ultrarrápida, que arrancó en 2008.

**Movistar y su oferta convergente con todo el deporte, series de producción propia y el mayor número de funcionalidades en TV, despegan en el mercado doméstico**

## Telefónica España, líder en captación de clientes

**E**n Movistar empiezan el curso con renovadas fuerzas y el negocio en casa a toda marcha. De hecho, la compañía, que junto a Orange es la única que ofrece a sus clientes todo el fútbol, cerró agosto con una ganancia neta de 68.686 clientes (hace un año perdía 13.540), lo que supone un empuje definitivo a la apuesta de la compañía que preside José María Álvarez-Pallete por los contenidos en general, y los deportivos en concreto. Movistar, de hecho, fue la única junto a Más-Móvil que ganó líneas móviles en agosto. La compañía que preside Emilio Gayo ha conseguido que el saldo neto entre clientes ganados y perdidos a lo largo de un mes sea

el más favorable del conjunto del sector. La otra cara de la moneda ha sido Vodafone -la única de las tres grandes que ha renunciado al fútbol-, que ha perdido 94.078 líneas fijas. Los contenidos deportivos, demuestran estas cifras, se han convertido en una palanca del negocio doméstico, pieza clave en la estrategia de captación de clientes.

El pasado mes de junio, por ejemplo, Telefónica resultaba adjudicataria provisional de los derechos de emisión de todos los partidos de LaLiga para el mercado residencial en su modalidad de pago para el ciclo 2019-2022 (lotes 4 y 5). La adjudicación se realizó a un precio idéntico (980 millones de euros) para

cada una de las tres temporadas, lo que supone una ligera deflación sobre la última temporada del ciclo

**Los contenidos se han convertido en una palanca clave en la estrategia de captación de clientes. En junio, Telefónica se adjudicaba los derechos de emisión de todos los partidos de LaLiga para el mercado residencial en su modalidad de pago para el ciclo 2019-2022**

anterior. La adjudicación directa a Telefónica de estos derechos para el nuevo ciclo permite que la operadora sea quien decida, diseñe y desarrolle los contenidos, que tendrán a partir de la temporada 2019-2020 el sello Movistar. En el caso de los costes netos, la deflación es aún mayor, superior al 5%. El ahorro es para todos los operadores y el impacto concreto en cada uno dependerá del número de ellos que contraten los canales que Movistar pondrá a la venta. Telefónica siempre ha defendido que los partidos de LaLiga son un contenido muy atractivo, pero que su adquisición debía realizarse al precio apropiado. La oferta realizada por la com-

pañía cumple estos parámetros y le garantiza seguir contando con la oferta más amplia de contenidos para los próximos años y, además, ve reforzado el control de los contenidos que se emiten a través de su plataforma.

A esto se suma que también ha cerrado un acuerdo con Mediapro para la adquisición de los derechos de emisión de la UEFA Champions League y la UEFA Europa League en el mercado residencial español para las próximas tres temporadas (2018-2021). Este acuerdo, cuya formalización está supeditada a la preceptiva autorización de la UEFA que se

Viene de página 1

espera para los próximos días, se suma a la adjudicación a Telefónica por parte de LaLiga de los derechos de emisión de los nueve partidos de pago de cada jornada de Primera División para las temporadas 2019-2022. De esta forma, Telefónica tiene el 100% de los derechos del fútbol de pago en el mercado residencial. Una de las claves de este contenido es que, a partir de esta temporada, los partidos de la UEFA Champions League se verán en España a través de plataformas de pago, desapareciendo el habitual encuentro que ofrecían los canales en abierto. En el caso de la UEFA Europa League, Mediapro se ha reservado emitir en abierto un partido por jornada. Además, se multiplican las opciones de ver partidos de la UEFA Champions League, pues, frente al modelo anterior de programar todos los encuentros de la jornada a las 20.45 horas, desde la próxima temporada habrá dos horarios cada jornada: a las 19.00 y a las 21.00 horas (una hora menos en las Islas Canarias).

Estos cambios de modelo permitirán, por un lado, mejorar la experiencia y satisfacción del usuario, al tiempo que abrir nuevas oportunidades de monetización del contenido a Telefónica y los operadores que adquieran el canal que la compañía comercialice. La inversión para la adquisición de los derechos de cada una de las tres próximas temporadas de la UEFA Champions League y la UEFA Europa League es de 360 millones de euros, por el total de derechos que podrán ser revendidos a otros operadores del mercado interesados en este contenido. El acuerdo firmado con la productora incluye la compartición de los ingresos publicitarios de los nuevos canales que se pongan en marcha en las próximas semanas. Estos canales tendrán el sello Movistar.

El coste neto estimado del conjunto de la inversión en los derechos de LaLiga, la UEFA Champions League y la UEFA Europa League apenas sube un 5% respecto a la última temporada del anterior ciclo de ambas competiciones. Dicho incremento supone un impacto de alrededor de 40 millones de euros en esa primera temporada del nuevo ciclo. A partir de la segunda temporada, el coste se mantiene estable. Esta cifra está muy por debajo de los incrementos superiores al 50% registrados en los principales países europeos por estos contenidos. Este incremento estimado del coste neto de los derechos del fútbol se compensará con ahorros derivados de los programas de eficiencia de la compañía, así como con la generación de ingresos adicionales.

El presidente de Telefónica España, Emilio Gayo, afirmó: "La adjudicación de los principales lotes de los derechos de LaLiga ha llevado a Telefónica a consolidar su apuesta por la televisión con uno de los contenidos más seguidos por nuestros clientes, completando su oferta con la Champions y la Europa League". Con todo ello, se proporciona en los próximos 3-4 años, certidumbre, estabilidad, y crecimiento al modelo de negocio de la televisión de pago de Telefónica en España —concluye el directivo.

Con todo y aunque el fútbol es una pieza clave, no es la única en la nueva y exitosa estrategia de la compañía. Al fútbol se une una oferta variada y atractiva en deportes, con contenidos en exclusiva de baloncesto (Liga Endesa, Euroliga y NBA), motor (F1 y Moto GP), los principales torneos de tenis del mundo, los grandes torneos de golf y las principales competiciones de rugby o balonmano, entre muchos otros. Asimismo, dadas las capacidades tecnológicas de la compañía, esta adjudicación permitirá a futuro intro-

La oferta de Movistar se ha convertido en la más completa del sector.

**En el ámbito de la televisión, Movistar también tiene la oferta de contenidos de deporte, (todo el fútbol, ACB, Euroliga y NBA, Moto GP, Fórmula 1, tenis, etc.) cine y series más amplia y es el único player del mercado de TV que genera contenidos de producción original**

ducir nuevas mejoras al producto, de forma que se incrementa su atractivo para los aficionados. Por ejemplo, Telefónica y Ericsson acababan de mostrar antes de la salida de la 9ª etapa de la Vuelta Ciclista a España una experiencia inmersiva con video en tiempo real aplicada al mundo del deporte, concretamente al ciclismo, que se une a la lista de casos de usos del proyecto Ciudades Tecnológicas 5G presentado el pasado mes de enero.

El demostrador supone un reto tecnológico en tanto que debe ser

**Actualmente Telefónica cuenta con 3,8 millones de clientes de fibra, lo que significa que disfrutan de esta tecnología dos de cada tres clientes de banda ancha fija. La cobertura de fibra supera ya los 20 millones de unidades inmobiliarias, una de las más amplias del mundo**

capaz de ofrecer latencias inferiores a los 40 metros, de manera que la percepción de los sentidos no perjudique al equilibrio encima de la bicicleta y la experiencia sea satisfactoria. Esta demostración escenifica cómo las capacidades de la red pre-5G pueden habilitar nuevas aplicaciones en otros entornos

#### Reconocimientos

Así se lo reconocen además. Hace solo unos días, un informe de Top Position y @deces señalaba que la compañía cuenta con la oferta más fiable tanto en productos convergentes como en televisión, además de obtener la mejor valoración en atención comercial, calidad de servicio y mejor infraestructura. En cuanto a la oferta de productos convergentes, ninguno de ellos, tanto nuevas altas como promociones, tiene compromiso de permanencia y se adapta a las necesidades de sus clientes al contar con la mayor variedad de planes del mercado, desde el más sencillo de 48 euros hasta el más completo de 210, sin compromiso de permanencia (salvo los 3 primeros meses por instalación en el caso de la fibra), además de ser el único operador que incluye televisión en todos los paquetes. Precisamente en el ámbito de la televisión, Movistar también tiene la oferta de contenidos de deporte, (todo el fútbol, ACB, Euroliga y NBA, Moto GP, Fórmula 1, tenis, etc) cine y series más amplia y es el único player del mercado de TV que genera contenidos de producción original (Velvet Colección, La Zona, La Peste, Vergüenza, Matar la Padre, El día de mañana...), con el mayor volumen de ellos en castellano, y un canal, #0, de programas de producción propia (Late Motiv, Locomundo, Fama a bailar, Cuando ya no esté, Ilustres Ignorantes...).

Así mismo, continua la consultora, Movistar es el operador que dispone de más variedad de funcionalidades en su servicio de TV Movistar+, entre las que destacan el buscador, el recomendador, el control del directo, Últimos 7 días, control parental, el multiacceso hogar, ver sin conexión, además de Movistar 5S que adapta los contenidos de TV a las personas con discapacidad visual o auditiva.

En el ámbito comercial, Movistar destaca por ser el mejor valorado en atención global al cliente, según @deces y se encuentra entre los operadores con el servicio de aten-

## Gayo pone a punto Telefónica España

■ Era difícil en un entorno de tanta competencia y sustituyendo además en el cargo Luis Miguel Gilpérez, 'padre' de Movistar Fusión, el producto estrella que ha revolucionado las cuentas de la compañía y la forma de entender el negocio. Pero lo cierto es que en apenas algo más de seis meses, el nuevo presidente de Telefónica España, Emilio Gayo, ha logrado grandes resultados hasta el punto de lograr que el saldo neto entre clientes ganados y perdidos a lo largo de un mes, el de agosto, sea el más favorable del conjunto del sector. Se conocía el negocio, no solo había trabajado mano a mano con Gilpérez durante los últimos años como su número dos, sino que además goza de la absoluta confianza del presidente José María Álvarez-Pallete con el que trabajó estrechamente durante su etapa en Latinoamérica.

Ingeniero superior en Telecomunicaciones por la Universidad Politécnica de Madrid y MBA por el IESE-Universidad de Navarra. En el comienzo de su

carrera laboral fue ingeniero de ATT Network Systems, consultor y manager de la firma global Bain & Company, con sede en Boston, y consejero delegado y fundador de la empresa Educocio (que se vendió a otra compañía del sector y acabó desapareciendo). Luego fue socio de Europraxis Consulting (ahora absorbida por

Indra), desde la que empezó a asesorar a Telefónica de forma externa.

Durante casi cuatro años Gayo fue el responsable de área de negocio móvil de Telefónica Latinoamérica y posteriormente fue nombrado consejero delegado de Telefónica en Brasil, un mercado esencial para el desarrollo de la

compañía. En la actualidad Gayo era el director de Marketing y Servicios Comerciales, Gran Público y Empresas de la empresa, un puesto de alto valor estratégico en el que ha sido participe junto a Gilpérez de la transformación en España de toda la oferta de Telefónica tanto en el sector residencial como en el B2B.



Emilio Gayo, presidente de Telefónica de España.

ción más amplio y gratuito. Así mismo ocupa el primer puesto en el sector de telecomunicaciones en relación a la experiencia de usuario en e-commerce global con una nota de experiencia de usuario 7,8 y el menor tiempo de respuesta en RRSS. En la gestión de averías también Movistar es el operador más confiable con el menor tiempo de resolución de incidencias e índice de reclamaciones por usuario (1,91 reclamaciones/10.000 usuarios) y con un servicio de desplazamiento a casa del cliente gratuito. Cabe destacar la amplia infraestructura de Telefónica con el mayor despliegue de fibra que llega a más de 20 millones de unidades inmobiliarias y una cobertura 4G en el territorio nacional del 97%, también la mayor de todos los operadores. Además solo Movistar cuenta con cobertura nacional (IPTV/satélite).

#### Oferta de producción propia

Junto a ellos, Telefónica dispone de un amplio catálogo de películas, series y programas de producción propia que configuran una oferta atractiva que se seguirá reforzando en los próximos meses y que está teniendo mucho éxito en todos los circuitos.

El pasado mes de junio sin ir más lejos, el Festival Internacional de Cine de San Sebastián anunciaba la participación española en su 66ª edición, que tendrá lugar del 21 al 29 de septiembre. 'Gigantes', la serie original de Movistar+ dirigida por Enrique Urbizu y Jorge Dorado, ha sido elegida para participar en Sección Oficial fuera de concurso. Por segundo año consecutivo, una serie de Movistar+ es seleccionada para la Sección Oficial del certamen; el año pasado el FICSS se abrió por primera vez a una serie con la 'La Peste', creada por Alberto Rodríguez y Rafa Cobos.

Isak Férriz, Daniel Grao y Carlos Librado 'Nene' dan vida a los tres hermanos Guerrero, criados a la sombra de un padre cruel interpretado por José Coronado. Elisabet Gelabert, Yolanda Torosio, Antonio Dechent, Juana Acosta, Daniel Holguín, Roberto Enríquez o Sofía Oria entre otros, completan el amplio reparto de la serie.

Una serie que viene a sumarse a otras que se han ido estrenando en temporadas pasadas como "Félix", "El día de mañana", "Matar al padre", "Mira lo que has hecho" o "Vergüenza".

#### Un millón de clientes con fibra de 600 Mb simétricos

En todos estos hitos ha jugado un papel fundamental la tecnología. Movistar ya tiene la mayor red de fibra óptica hasta el hogar de Europa y una de las mayores del mundo, pero no quiere quedarse ahí. La operadora española ha lanzado un plan estratégico para ser la primera teleco europea en tener cobertura total de fibra en España en máximo 4 años. Además de eso, seguirá apostando por apagar el cobre para que seamos un país de sólo fibra en el año 2022.

vanza en su proceso de transformación de la red que implica el apagado de una central de cobre al día hasta 2020 lo que supone cubrir los hitos fijados de cierre de 653 centrales de cobre apagadas en 2020, de las cuales, 253 serán en este año, 200 en 2019 y 200 más en 2020.

Concretamente y tal y como destacaba el pasado mes de junio Pablo Ledesma, director de Operaciones de Telefónica España, "la fibra es la tecnología de acceso que soportará el desarrollo de los servicios y de los clientes de los próximos 100 años y Telefónica está trabajando en la evolución del cobre a la fibra y habilitando el proceso de simplificación y transformación de la red. De hecho, España está a la van-



La serie producida por Movistar+ 'Gigantes', al Festival de San Sebastián.

guardia de Europa en despliegue de banda ancha ultrarrápida y digitalización gracias al impulso que Telefónica ha dado al despliegue de fibra y a la migración de sus clientes particulares y de empresa a esta nueva tecnología". El objetivo de este plan de transformación es completar

la cobertura de fibra con una red totalmente digital e impulsar que todos los clientes pasen a fibra para así mejorar su experiencia con los servicios y colocarlos en la mejor posición ante el futuro digital. Derivadas de este objetivo, surgen numerosas oportunidades relacio-

nadas con la reducción de espacio así como con la eficiencia medioambiental (ahorro energético y reciclaje de componentes).

Para gestionar este proceso, Telefónica, referente europeo en accesos de Fibra, ha desarrollado el proyecto FARO que impulsa el

paso de clientes a la fibra e industrializa el cierre del cobre en centrales completas.

#### Proyecto Faro

En el marco del proyecto FARO cabe destacar la optimización de la infraestructura y el espacio al cambiar el cobre por la fibra que implica menos sección pero más capacidad. Así un mazo de cobre de 2.400 pares da servicio a 2.400 clientes frente a un cable de fibra de 256 fibras que da servicio a 16.384 clientes. Además, una central de fibra da servicio al mismo número de accesos que se atiende desde cuatro centrales de cobre y la tecnología de acceso fibra ocupa solo el 15% del espacio que ocupa el acceso de cobre.

A ello hay que sumar el ahorro energético que implica el cierre del cobre, que puede ascender al 60%, y la adecuada gestión de los residuos y materiales desmantelados con la recuperación de algunos para utilizarlos como repuestos o el reciclaje de otros a través de empresas autorizadas con la sostenibilidad que todo ello implica.

En paralelo al desarrollo del programa FARO, Telefónica está ejecutando el proyecto de simplificación por planos de red que busca la optimización y compactación de los ele-

Pasa a página IV

## 470.000 usuarios hablan con Aura a la espera de Movistar Home

■ Aura, el asistente digital con inteligencia artificial de Movistar, disponible para todos los dispositivos Android e iOS a través de la aplicación móvil de Movistar+, ha sido utilizada por más de 470.000 usuarios en tres meses. Las capacidades de Aura a través de la aplicación de Movistar+ están disponibles desde el 19 de abril en los dispositivos con sistema operativo Android y desde el 10 de mayo en los que cuentan con el sistema iOS. Aura en Movistar+ facilita interactuar con los contenidos con la posibilidad de realizar búsquedas por género

(acción, drama, suspense...); por actor/director; por título concreto; por ordenación (por ejemplo, últimos estrenos); por eventos deportivos, además de recomendaciones, cambio de canal y reproducción en la TV o lanzar contenidos a la TV.

Según un estudio cuantitativo realizado entre los clientes durante un mes para analizar la notoriedad, uso y valoración de la funcionalidad Aura en

Movistar+, los usuarios han empleado el servicio lo califican de altamente positivo. De hecho 9 de 10 usuarios entrevistados afirman que seguirán usando Aura y la recomendaría, la mitad afirma que mejora su satisfacción con Movistar+ y 7 de cada 10 que mejora la imagen que tienen del operador. El principal uso realizado ha sido la búsqueda de canales, películas y series a través de la voz.

Los nuevos clientes pueden descargar la app de Movistar+ con Aura a través de Google Play Store y App Store de Apple, mientras que a los clientes que ya la tenían les habrá aparecido una actualización automática o actualizable según la configuración que tengan activada.

Aura, cuya primera versión fue presentada en la pasada edición del MWC, irá incorporando nuevas capacidades que permitirán gestionar

nuestra vida digital dentro de la compañía hasta convertirse en un servicio integral que da respuesta a las necesidades de nuestros clientes.

Actualmente está disponible en seis países donde opera Telefónica.

En España, el dispositivo inteligente para el hogar que se presentará en otoño, Movistar Home, integrará en todos sus servicios la inteligencia artificial de Aura y se convertirá en un centro de conexión de todos los dispositivos en el hogar desde el que los usuarios puedan gestionar sus servicios.



José María Álvarez-Pallete en la presentación de Aura.

## Datos Compartidos

Ahora puedes compartir los datos de todas tus líneas móviles



En poco más de tres años, el servicio de Datos Compartidos de Movistar ha crecido de forma exponencial al multiplicarse por 25 tanto el número de líneas, como los clientes.

Viene de página III

mentos legacy (heredados) del cobre. Esto permite poner en marcha un modelo de eficiencia energética y de espacio y de economía circular con la reutilización y reciclaje.

### Millón de clientes con fibra de 600 Mb

Telefónica ha conseguido ya el hito del millón de clientes con fibra óptica de 600 Mb simétricos en España, cuando se cumplen 10 años del inicio de la comercialización de este tipo de conexiones de banda ancha ultrarrápida, que arrancó en 2008.

En apenas diez años, las velocidades de la fibra de Telefónica han pasado de los 30Mb iniciales en su lanzamiento a los 600 Mb actuales que se ofrecen desde el pasado mes de abril, cuando comenzó la duplicación gratuita de velocidades, lo que permitió pasar a los clientes de 300 Mb a 600 Mb. También en abril se duplicó la velocidad de 50 Mb a 100 Mb a los 370.000 clientes que tienen contratada esa modalidad. En todos los casos se trata de fibra simétrica, es decir, con la misma velocidad tanto de subida como de descarga.

Actualmente Telefónica cuenta con 3,8 millones de clientes de fibra, lo que significa que disfrutan de esta tecnología dos de cada tres clientes de banda ancha fija. La cobertura de fibra supera ya los 20 millones de unidades inmobiliarias, una de las más amplias del mundo.

La fibra óptica de Movistar se complementa con el router Smart Wifi, un dispositivo tres en uno (ONT, router y videobridge) en el que Tele-



Movistar ya tiene la mayor red de fibra óptica hasta el hogar de Europa y una de las mayores del mundo.

fónica ha incluido las capacidades más potentes de conectividad para ofrecer la máxima velocidad y la mejor cobertura dentro del hogar al optimizar de forma inalámbrica y automáticamente las actuales velocidades de la fibra de Movistar 600Mb.

El WiFi del Smart Wifi está optimizado para eliminar las interferencias y dispone de funciones avanzadas como la asignación automática de los terminales del cliente (smartphones, tablets...) a la red WiFi de altas prestaciones y el traspaso

de un terminal del cliente de un punto de acceso WiFi a otro de un modo transparente y sin cortes.

### El servicio de datos compartidos crece un 30%

Son muchos los servicios que crecen. El servicio Datos Compartidos de Movistar, que permite disfrutar de una gran bolsa de datos a todas las líneas móviles de un cliente por la suma de los Megs o Gigas de cada una de ellas, ha crecido un 30% (más de 700.000 líneas en siete meses al pasar de más de 2,4

millones de líneas móviles que compartían sus datos en diciembre de 2017 a más de 3,1 millones en julio 2018. Este número de líneas que tienen el Data Sharing activado se corresponden a 1,3 millones de clientes que han unido los datos de cada línea, de manera que el tráfico de datos que hagan estas líneas se descontará de la bolsa compartida y no de las tarifas individuales.

El tamaño medio de la bolsa de datos alcanza los 15,5 gigas, una cifra que se ha incrementado en cer-

ca de 3 gigas durante el primer semestre del año con las mejoras introducidas en los productos de Movistar Fusión. Además, los clientes que tienen activado el servicio de datos compartidos consumen una media de 18% más datos móviles que los clientes que no disfrutaban de este servicio.

En poco más de tres años, este servicio de Datos Compartidos de Movistar ha crecido de forma exponencial al multiplicarse por 25 tanto el número de líneas (pasando de 121.000 líneas en julio de 2015 a las más de 3,1 millones actuales) como

**En el ámbito comercial, Movistar destaca por ser el mejor valorado en atención global al cliente, según @deces y se encuentra entre los operadores con el servicio de atención más amplio y gratuito**

los clientes (de los 50.000 clientes en julio 2015 a los más de 1,3 millones actuales). El tamaño medio de la bolsa ha aumentado de 4,3GB a 15,5GB.

Este servicio es gratuito, incluye Internet Móvil en territorio nacional y en cualquiera de los países pertenecientes al Espacio Económico Europeo (los 28 países miembros de la UE, además de Liechtenstein, Islandia y Noruega), y permite conocer en todo momento el consumo del grupo a través de la app Mi Movistar.

■ Movistar tiene programado un otoño plagado de novedades. Nuevos canales, algunos rebautizados, nuevas series, y nuevos colaboradores. En #0, se acumulan las nuevas experiencias televisivas: desde aspirantes a bailarines con mucho talento a dos amigos dispuestos a escuchar a quien se suba a su furgoneta y tenga una historia que contar, #0 apuesta por ofrecer al espectador algo que no sabía que necesitaba en su experiencia televisiva. Ese algo se articula en programas de entretenimiento, humor, periodismo y los viernes de series, un día a la semana dedicado a las mejores ficciones disponibles en Movistar. Esta temporada, además, #0 va a añadir grandes nombres a su plantilla. Mercedes Milá renace en televisión con "Scott & Milá". El programa, una producción de Movistar+ en

## Otoño caliente en movistar: todas las novedades que vienen

colaboración con Zanskar Producciones, nos trae de vuelta a una de las comunicadoras más carismáticas y queridas del medio, que tras superar un par de años difíciles, se dispone a afrontar la vida y la tele como si fuera la primera vez. Por supuesto, continuará la sesión doble de humor nocturno con Andreu Buenafuente y, después, las ocurrencias de David Broncano. Late Motiv', el programa que nació antes que la mismísima cadena, acaba de regresar a #0 con su 4ª temporada. Humor, espectáculo, entrevistas y actuaciones musicales de la mano de su director y presentador, Andreu Buenafuente. Seguirá analizando la actualidad con ojo crítico y grandes dosis de humor a través de los monólogos de Andreu y las intervenciones de sus

colaboradores de referencia: Berto Romero, Javier Coronas, Raúl Pérez, Silvia Abril y Raúl Cimas y las últimas incorporaciones de Bob Pop, Miguel Maldonado, David Fernández y el reportero Ismael Juárez. Sin embargo, la nueva temporada también tendrá sorpresas y se estrenará con un sonado reencuentro. Este late night de referencia es una producción de Movistar+ en colaboración con 'El Terrat'. Este martes 11 de septiembre, Joaquín Reyes y Ernesto Sevilla regresan a la televisión con 'Capítulo 0', un original formato producido por 7yacción que parodia las series de toda la vida - como 'Se ha escrito un crimen' o 'Star Trek', entre otras - y los diferentes géneros televisivos. Al elenco, encabezado por Joaquín y Ernesto, se suman caras conocidas del

Universo Chanante, como Raúl Cimas y Julián López, y otros rostros de la televisión, el cine y el teatro como El Gran Wyoming, Andrés Velencoso o Verónica Forqué. La serie es una idea original de Joaquín Reyes y Ernesto Sevilla y además cuenta con dos de los creadores con más talento del momento, como Miguel Esteban ('El fin de la Comedia') y Raúl Navarro ('Late Motiv'). También han colaborado los guionistas Luismi Pérez ('El Intermedio'), Sergio Sarria ('El Intermedio') y Marc Crehuet ('El rey tuerto'). Son 5 capítulos de 25 minutos de duración y cada entrega está concebida como una serie de ficción plagada de sketches. Cada episodio tiene desarrollo clásico - presentación, nudo y desenlace -, pero deslumbra con un

sorprendente giro final. 'Capítulo 0' es la nueva apuesta de Movistar+ por el humor, la comedia en estado puro y la calidad. Se estrena el martes 11 de septiembre a las 22:00h en #0 (dial7) y desde ese día estará disponible, al completo, en el servicio bajo demanda de Movistar. Además, nuevas series internacionales. Jim Carrey regresa como protagonista a la televisión después de 20 años con 'Kidding', una comedia de Showtime cuyo episodio 1 emitió Movistar Series el pasado viernes. El resto de episodios de la serie, llegarán con frecuencia semanal a Movistar Series (dial 11). De las de producción propia, regresa Velvet con su segunda temporada y además de una larga lista de nuevos estrenos para este año, como 'Arde Madrid', la primera ficción

creada por Paco León; 'Gigantes', la serie dirigida por Enrique Urbizu, que ha sido seleccionada para el Festival de San Sebastián; el avance de 'Virtual Hero', la serie de animación creada por El Rubios, en MIPTV. Aún sin fecha de emisión pero ya en rodaje está "El Embarcadero", con Cadela Peña y Dario Grandinetti, y "Hiero", que llegará ya para el año que viene. Además, y como una de las grandes novedades se estrena el canal temático #Vamos, que será la ventana donde ver las grandes citas deportivas a nivel mundial (Wimbledon, NBA, Premier League, Liga Endesa...), el escaparate perfecto para mostrar al cliente de Movistar+ el contenido deportivo premium que se emite en el resto de la plataforma. A las ya habituales caras de Movistar+ se suman nuevos fichajes, como Quique Peinado, que harán de #Vamos un equipo invencible.