Written by Mario Gómez
Tuesday, 02 June 2026 14:38 - Last Updated Tuesday, 02 June 2026 14:44



A+E Networks Latin America anuncia el lanzamiento de A+E Precision, una nueva solución comercial y de medición desarrollada para conectar audiencias y marcas a través de TV lineal, Connected TV, digital, redes sociales, *branded content* y experiencias en vivo, bajo una estrategia integrada orientada a resultados.

La iniciativa surge en respuesta a la transformación en los hábitos de consumo de video y a la creciente necesidad de anunciantes y agencias de contar con herramientas que permitan planificar, medir y optimizar campañas de manera unificada, superando la fragmentación entre plataformas. En ese contexto, A+E Precision busca integrar data, tecnología, contenido y medición dentro de un mismo ecosistema multiplataforma.

"*Hoy las audiencias consumen video de forma integrada, mientras que la industria todavía planifica y mide de manera fragmentada. A+E Precision representa la evolución de nuestro negocio hacia un ecosistema de video premium, conectado y orientado a resultados reales para las marcas* ", señaló Daniela Martinez, EVP Programming & Advertising Sales de A+E Networks Latin America.

La herramienta integra el portafolio de marcas de A+E Networks Latin America (A&E, History, History2 y Lifetime) y el de AMC Networks International Latin America, que incluye los canales AMC, AMC Series, El Gourmet, Europa Europa y Film & Arts, tras el reciente acuerdo mediante el cual A+E Networks Latin America asumió la representación de las ventas publicitarias de AMCNI Latin America en México y el mercado panregional de América Latina.

El ecosistema integrado combina TV lineal y Connected TV (CTV), video digital y amplificación social, junto con herramientas avanzadas de data, atribución y optimización de campañas, permitiendo desarrollar estrategias multiplataforma con una visión unificada de audiencias y resultados.

Como parte de esta evolución, A+E Precision se estructura sobre tres pilares estratégicos: Total Audience+ ofrece soluciones de medición multiplataforma y alcance deduplicado; AudienceIQ incorpora herramientas de research, brand lift y análisis de efectividad de campañas; mientras que A+E Outcomes está enfocado en atribución y medición de impacto orientadas a KPIs y resultados de negocio.

A+E Networks Latin America también destacó la fortaleza de su ecosistema multiplataforma en México, con más de 750 millones de impresiones promedio mensuales a través de plataformas on y off, además de una sólida capacidad de alcance frente a los principales grupos de entretenimiento de la región.

"*Las marcas buscan cada vez más soluciones que integren escala, precisión y accountability en un mismo ecosistema. Con A+E Precision podemos conectar contenido, audiencias y resultados de manera mucho más eficiente, ofreciendo campañas realmente integradas, medibles y garantizables utilizando un único KPI* ", agregó Diego Fernández, Sr. Director of Ad Sales for Mexico & Miami de A+E Networks Latin America.

A+E Precision también incorpora soluciones integrales desarrolladas junto a marcas líderes de la región, incluyendo producciones originales, experiencias en vivo, formatos cortos, integraciones de marca, alianzas con talentos y campañas 360° diseñadas para generar reconocimiento, interacción y resultados medibles.

Con este lanzamiento, A+E Networks Latin America consolida su evolución hacia un modelo comercial enfocado en video premium, innovación y soluciones multiplataforma, adaptado a las nuevas dinámicas de consumo y a las necesidades actuales del mercado publicitario en América Latina.

Sobre A+E Networks Latin America

A+E Networks Latin America es una empresa conjunta entre A+E Global Media y Ole Communications. La compañía está integrada por las señales A&E, History, History2 y Lifetime, algunas de las marcas de televisión de paga más reconocidas de la región, que llegan a más de 74 millones de hogares en América Latina.