



PANORAMA DE CONSUMO DE CONTENIDOS ONLINE

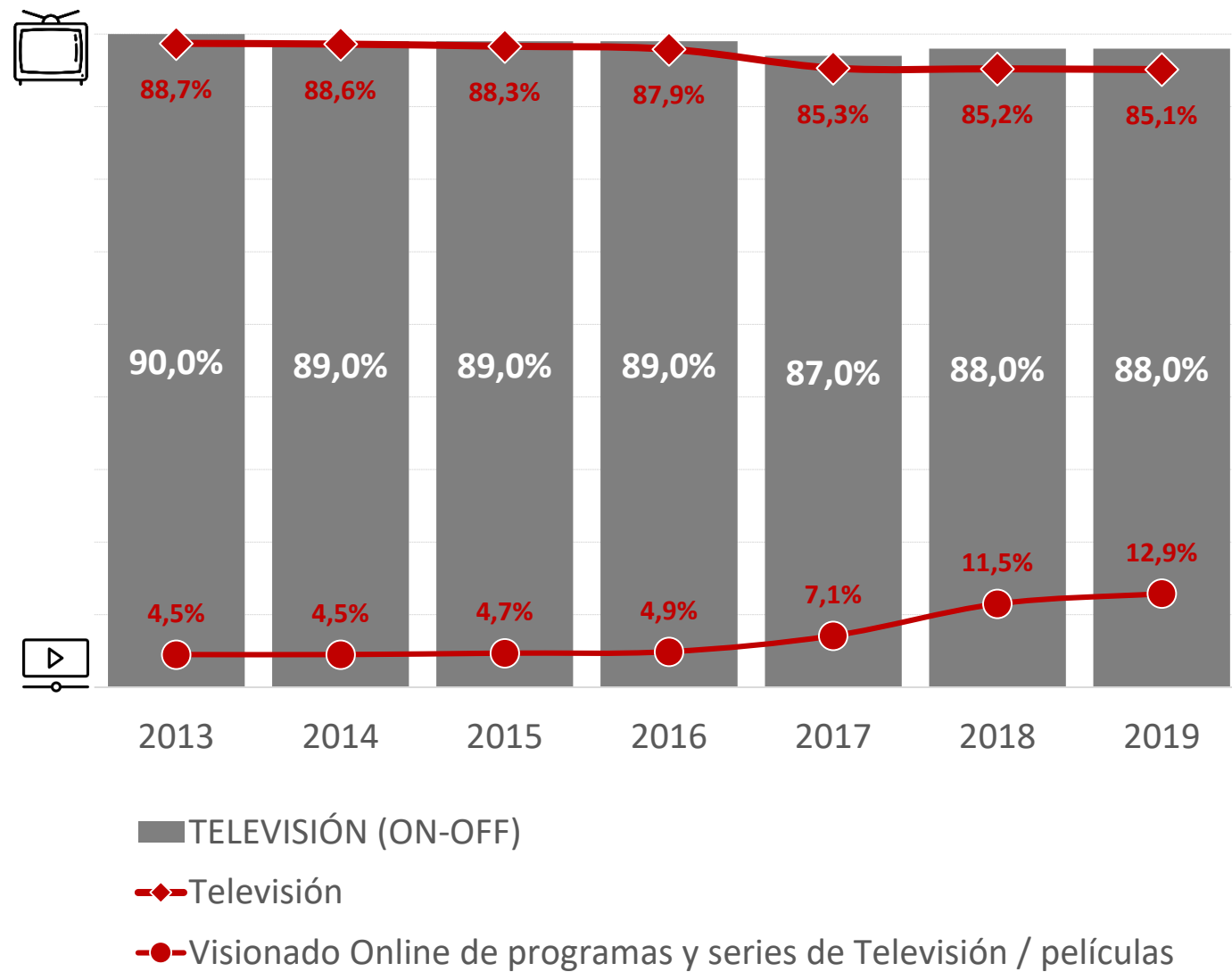
DIGITALIZACIÓN DE LOS MEDIOS



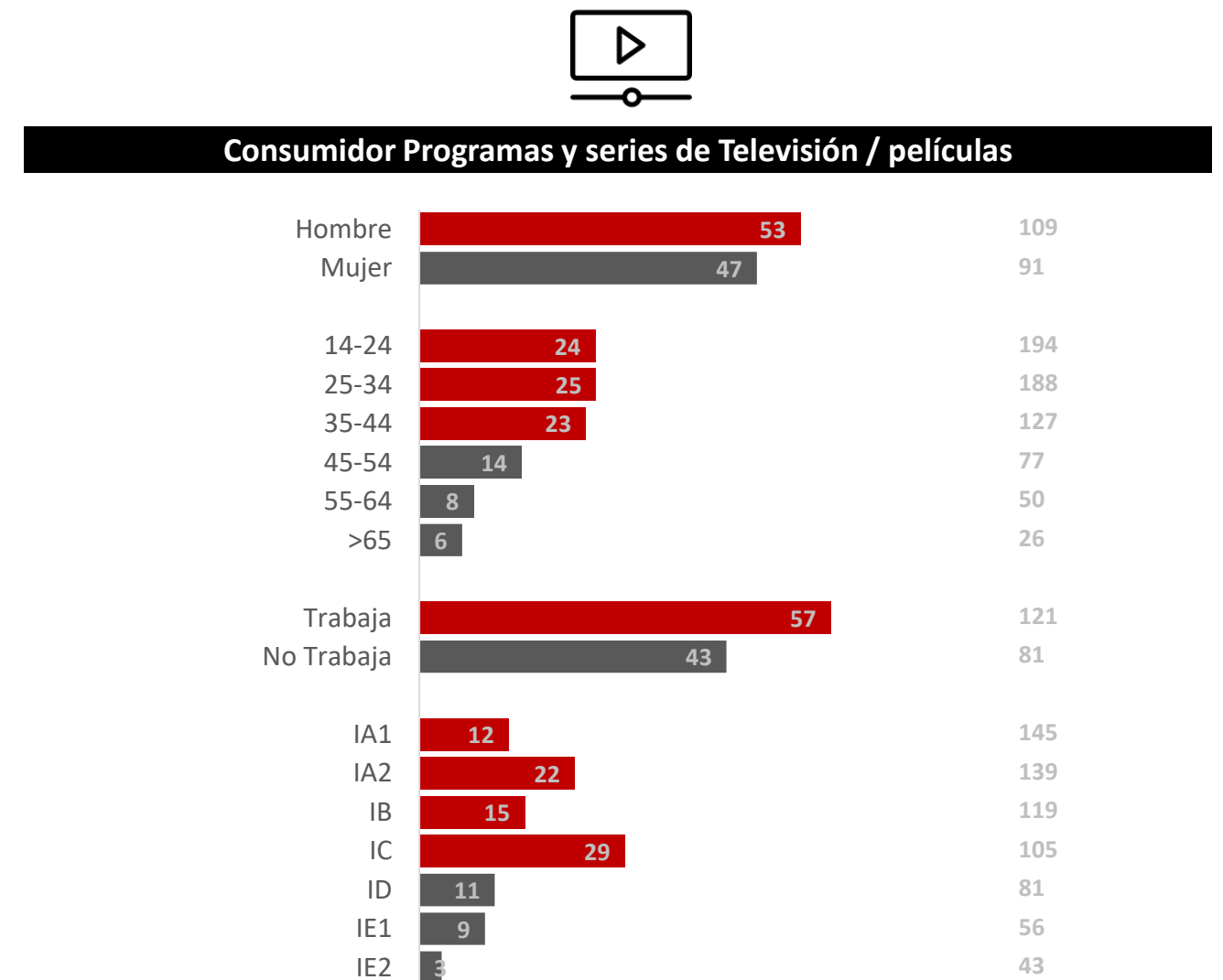
TELEVISIÓN

El visionado de programas y series de TV en digital se impulsa en los últimos años

Consumo contenidos: Online vs Offline
(Penetración Diaria %)



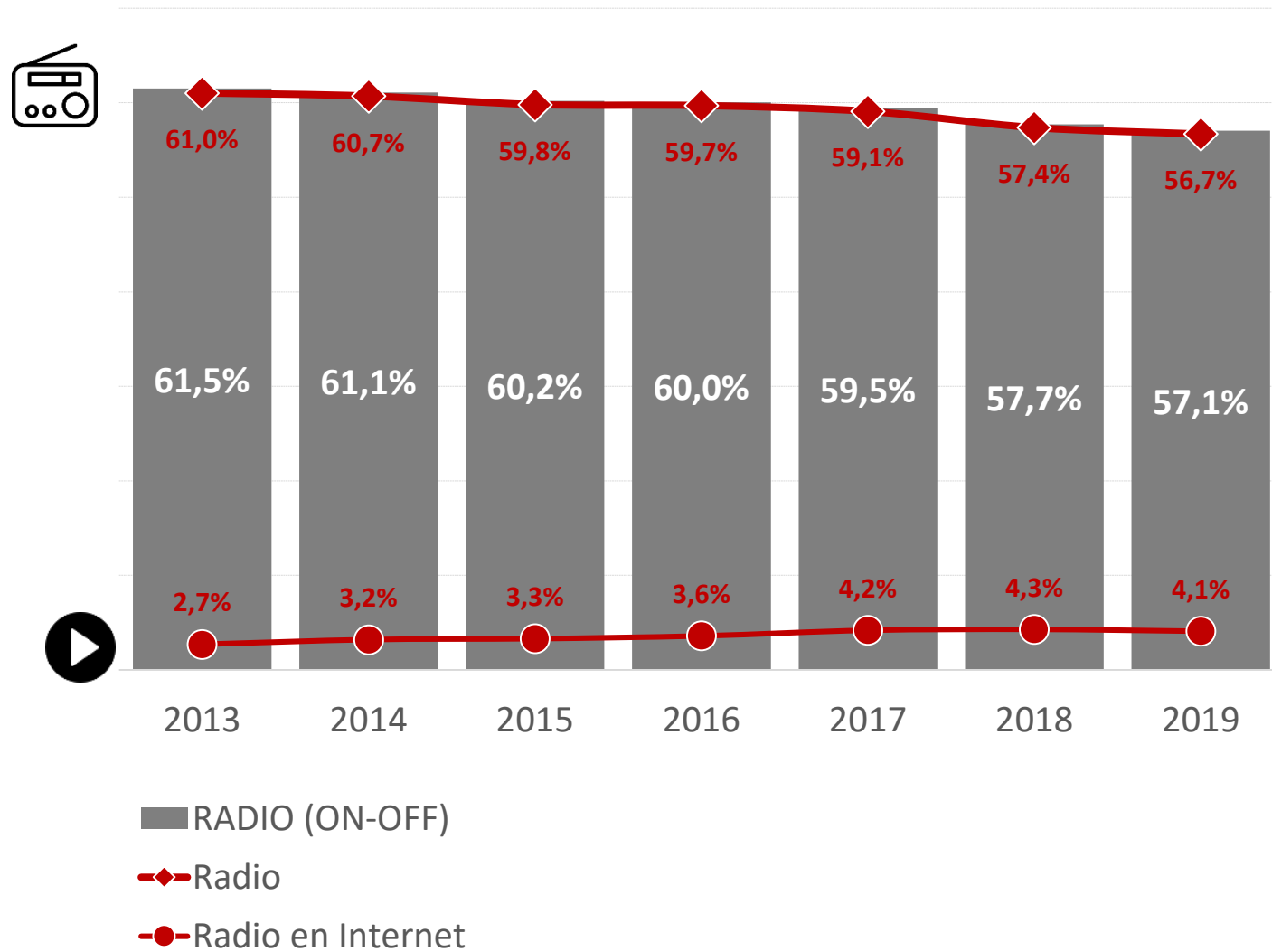
Perfil consumidor vídeo online
(Perfil %)



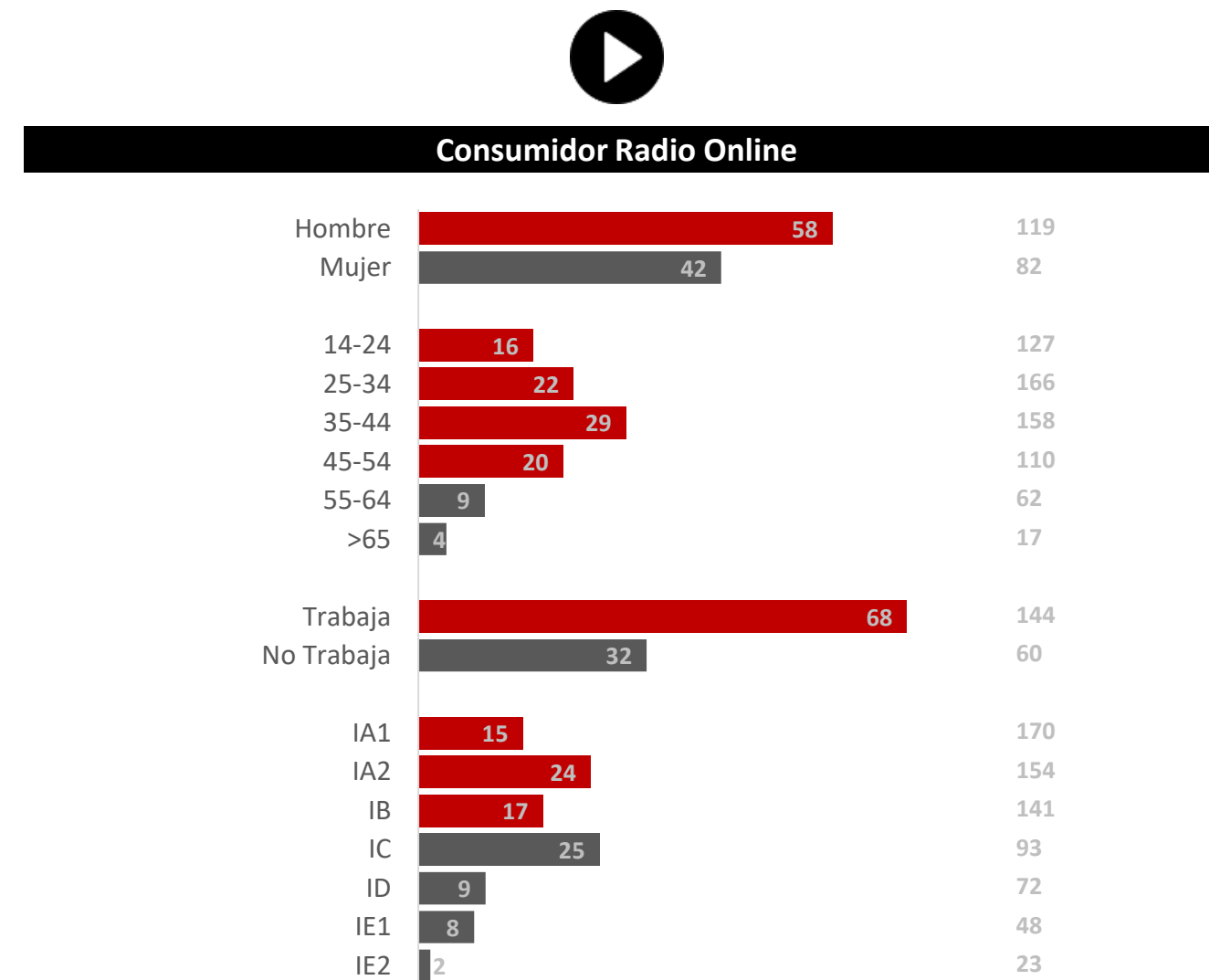
RADIO

La escucha de radio mantiene un peso claro del entorno digital

Consumo: Online vs Offline
(Penetración Diaria %)



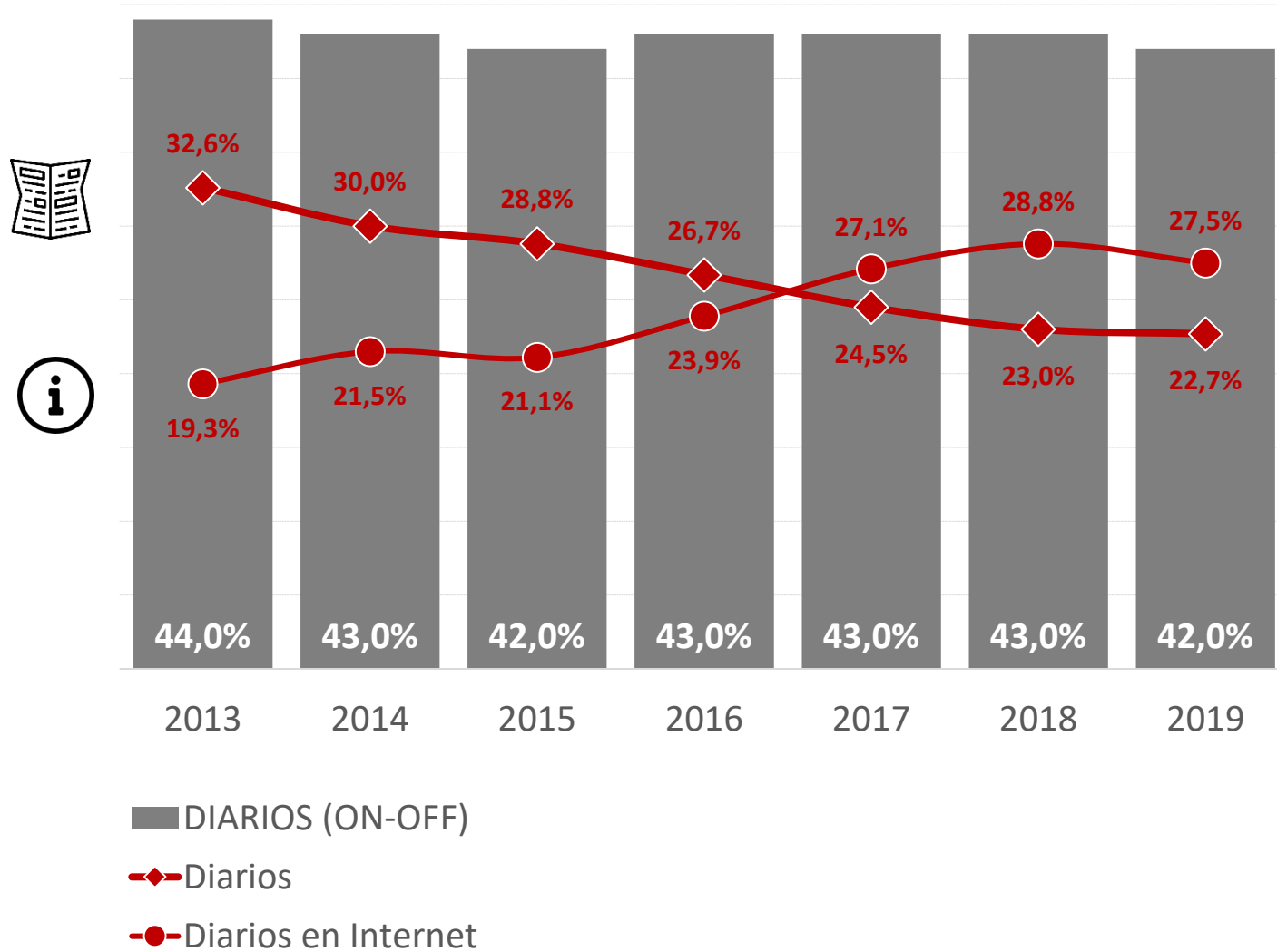
Perfil consumidor radio online
(Perfil %)



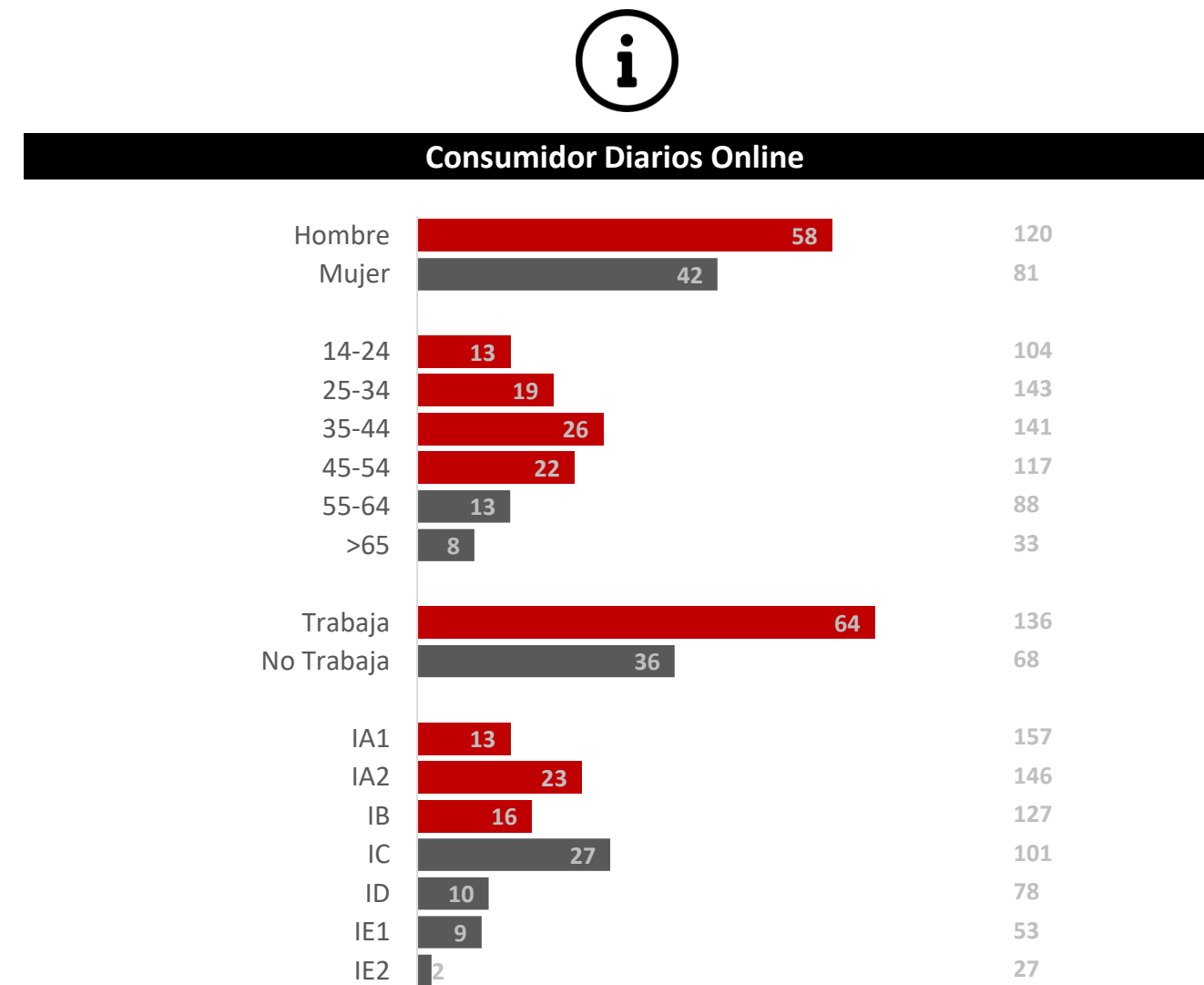
DIARIOS

Medio con predominio en los últimos años del entorno digital

Consumo: Online vs Offline
(Penetración Diaria %)



Perfil consumidor diarios online
(Perfil %)



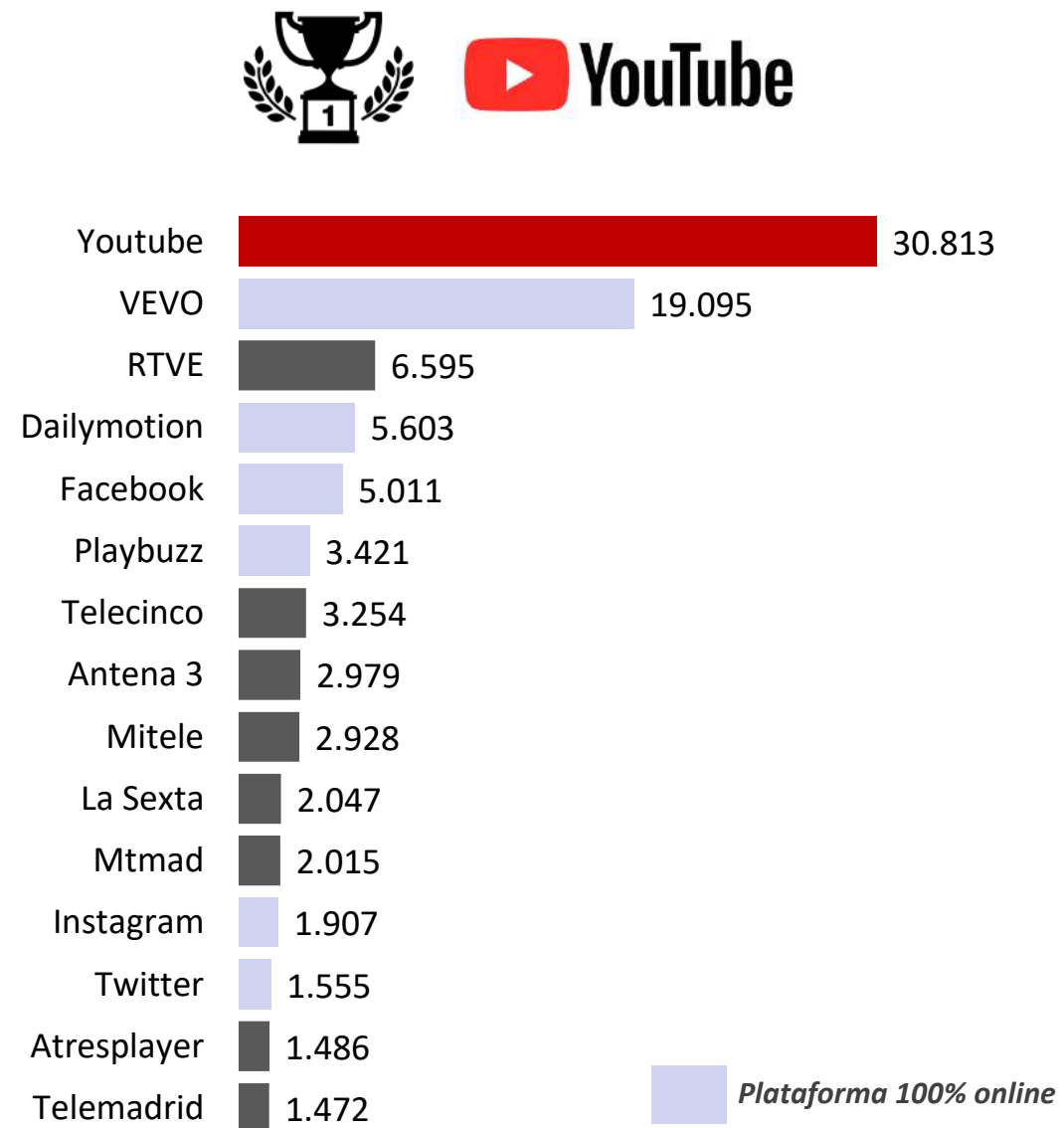
COMPETENCIA EN EL ENTORNO DIGITAL



AUDIOVISUAL ONLINE

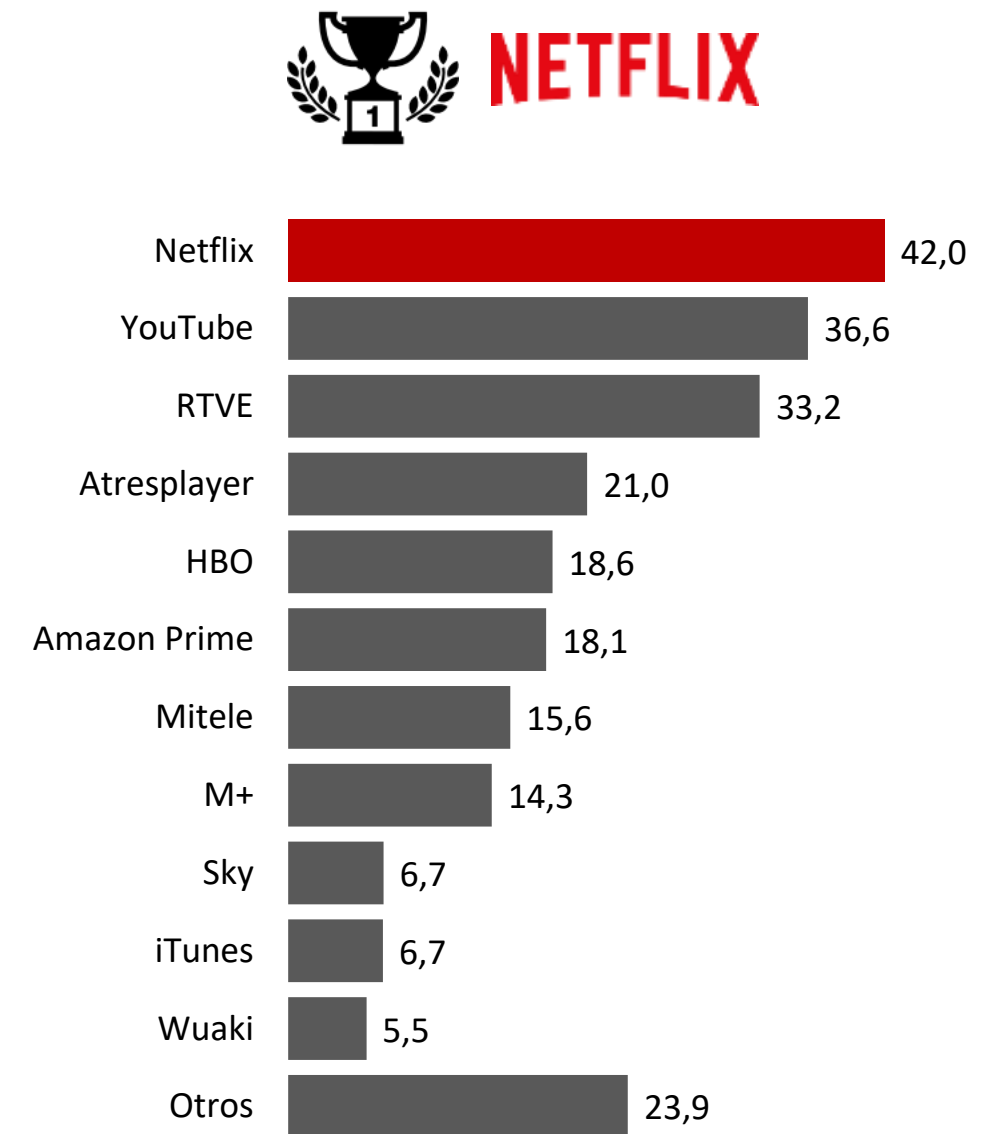
Youtube es líder claro en vídeo online, mientras que Netflix despunta entre las plataformas a la carta

Sites para consumir vídeo online
(Visitantes Únicos 000)



Plataformas a la carta
(Weekly Reach %)

(Ven TV a la carta al menos 1 programa a la semana – Base: ven TV a la carta)

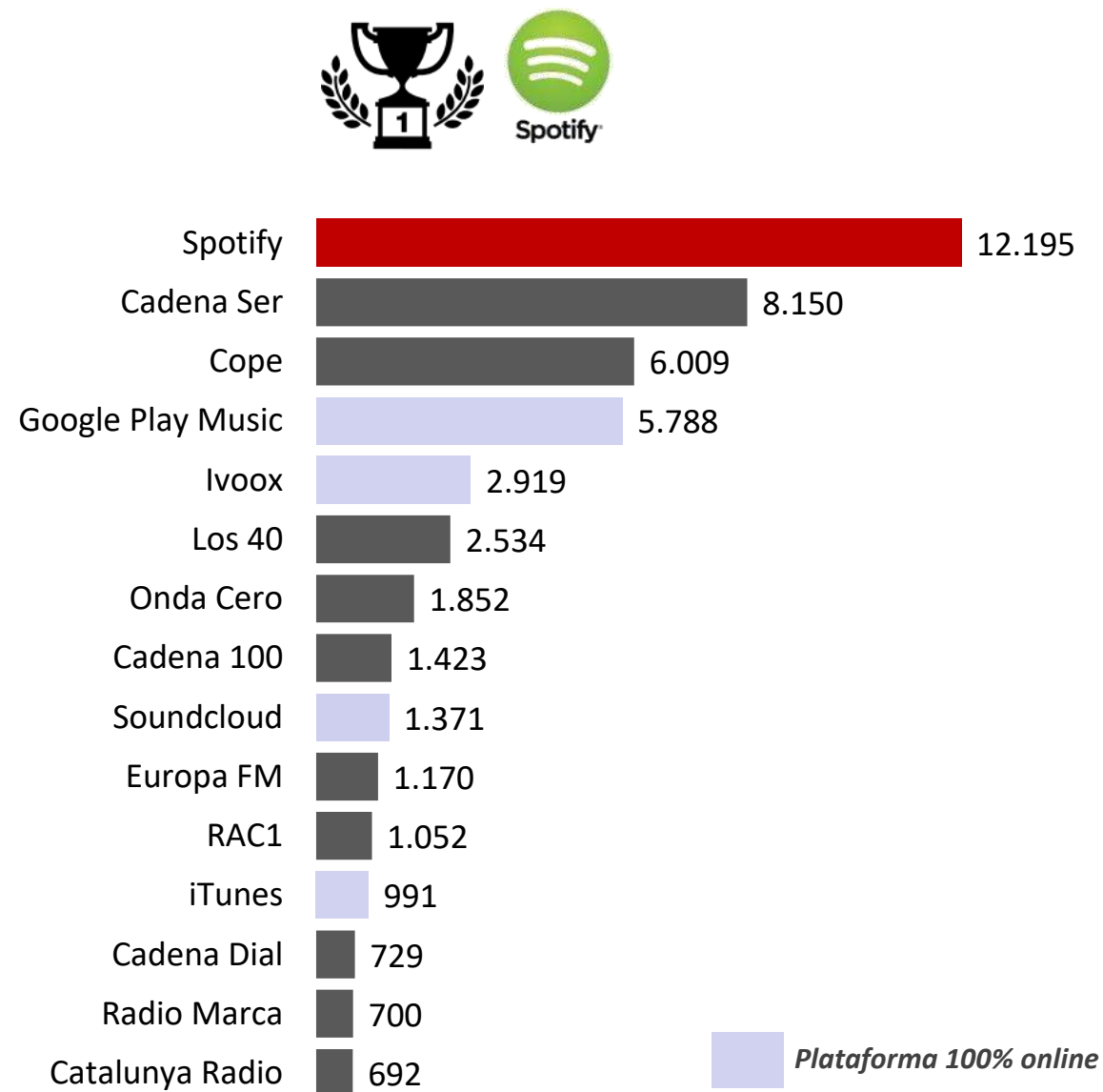


AUDIO ONLINE

Spotify es líder indiscutible en el terreno del audio online

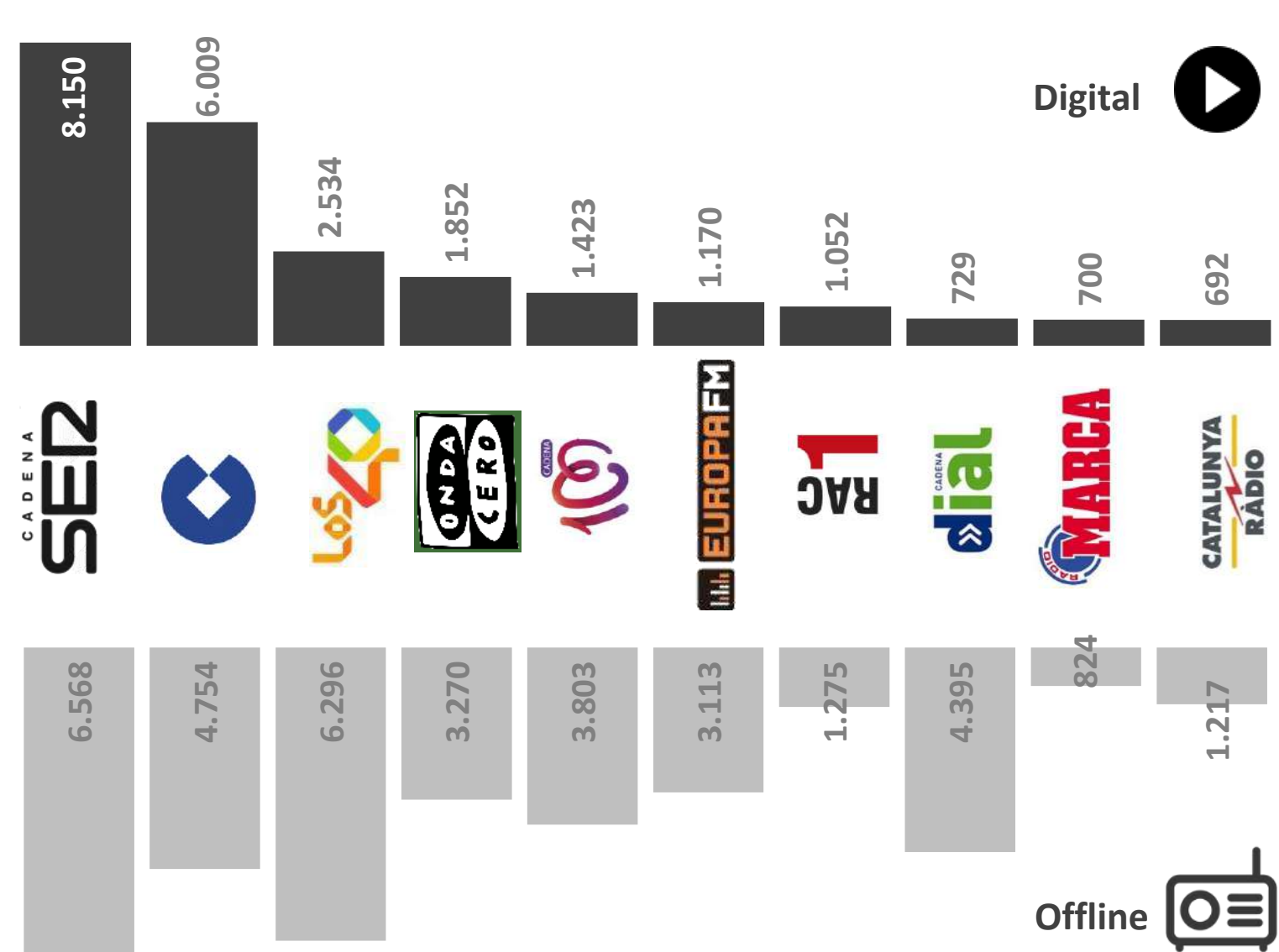
Principales plataformas de audio online

(Visitantes Únicos 000)



Convivencia con el medio offline

(Absolutos 000)

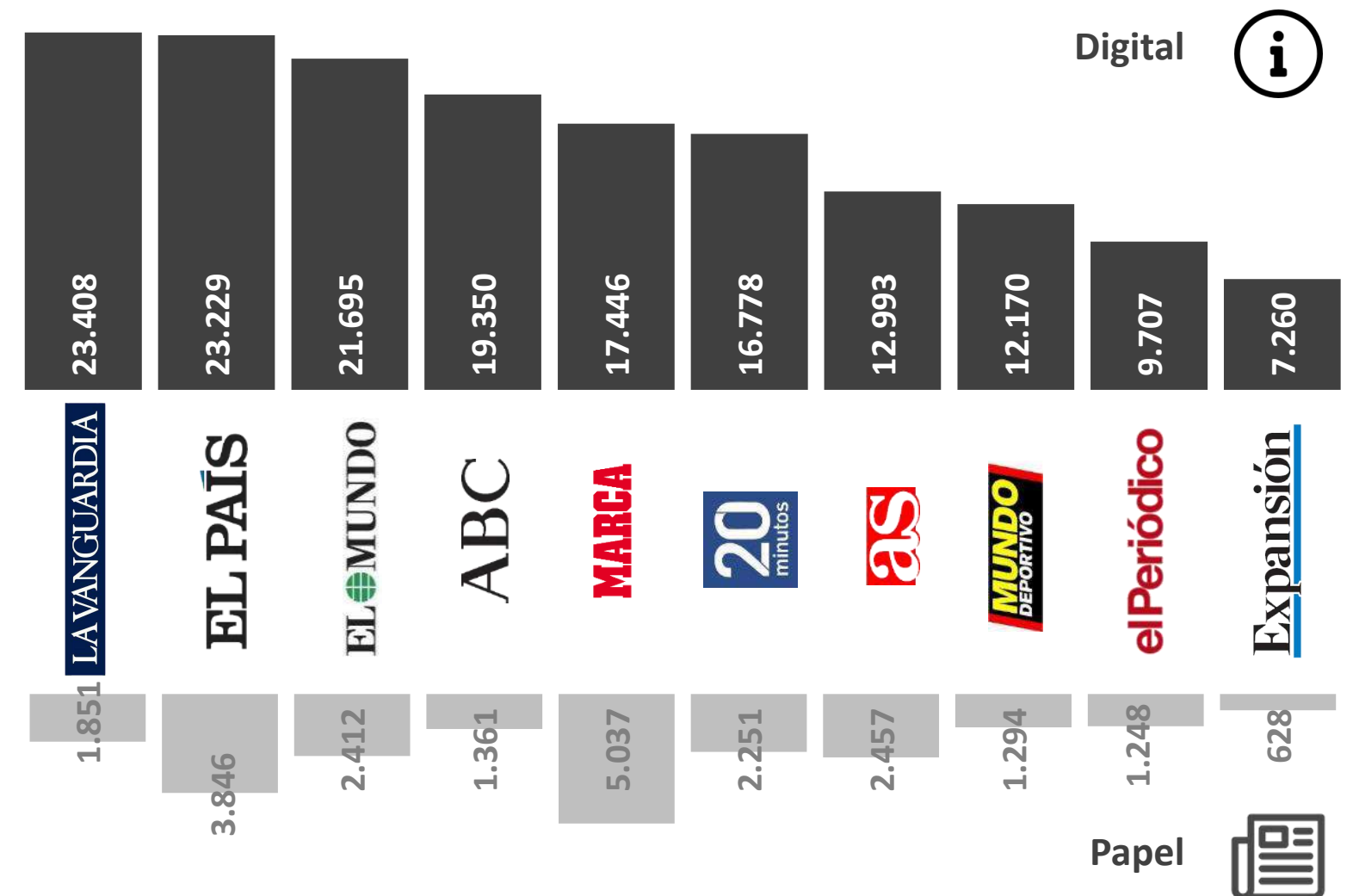
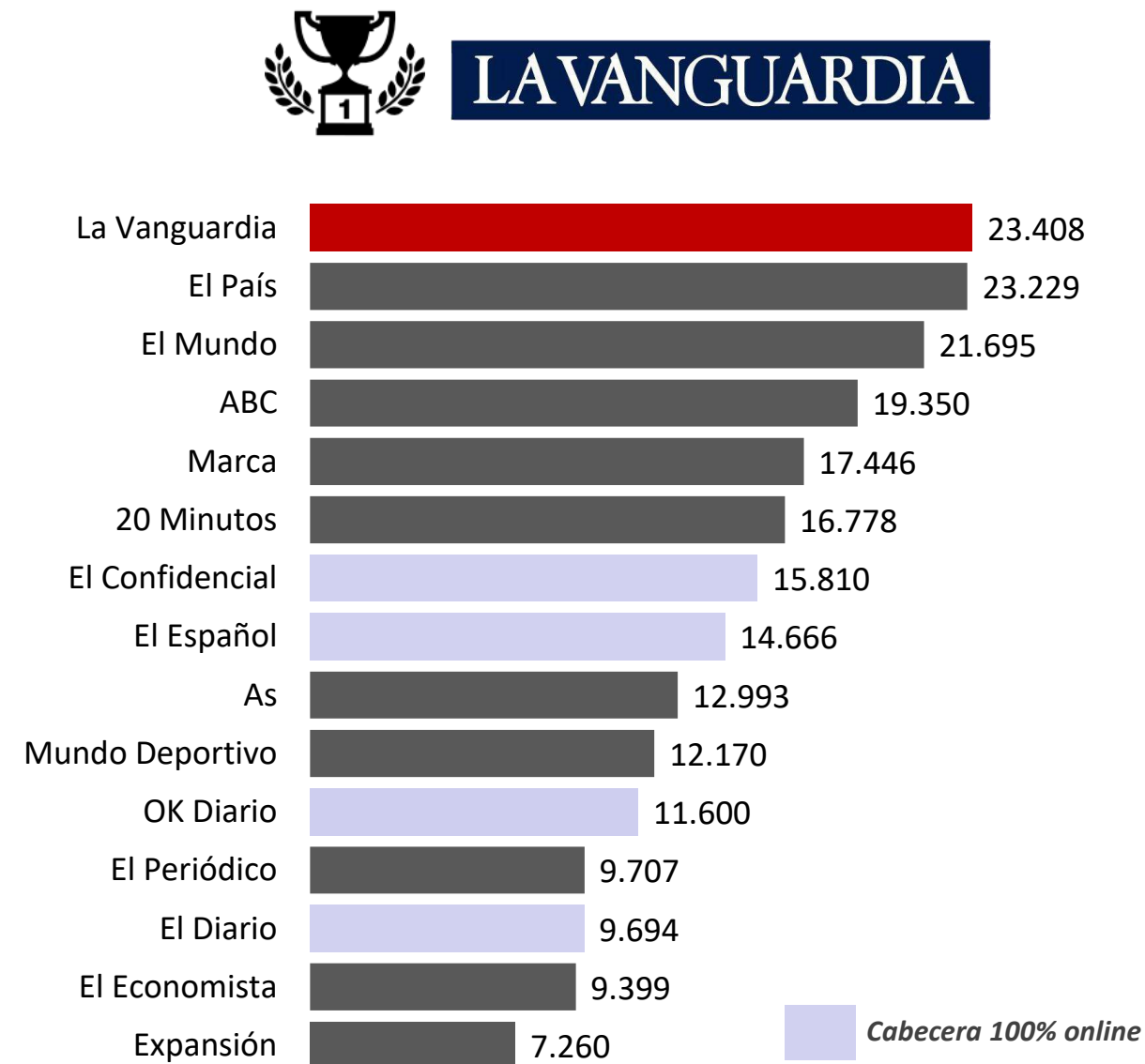


DIARIOS ONLINE

La Vanguardia se hace con el primer puesto en el terreno digital

Principales diaios online
(Visitantes Únicos 000)

Convivencia con el medio offline
(Absolutos 000)





ymedia vizeum

¡Gracias!