

From Viral to Tribal:

La próxima frontera de los medios

Alejandro Fosc

SVP, COMSCORE LATAM



@COMSCORELATAM



@COMSCOREINC



COMSCORE

¿Cómo ha afectado esto
al consumo y a la fidelidad
a las fuentes de noticias?

Comscore tenía tres hipótesis que quería demostrar:



La Generación Z
no es leal a las
marcas



Mobile es
el **siguiente**
periódico



La gente pagará
por **contenido**
premium

Analizamos los datos de la encuesta de tres generaciones...



Generación Z



Millennials



Generación X

...con datos de comportamiento del panel de Comscore y la red censal.



194M

Pantallas de escritorio



240M

Teléfonos móviles y tabletas

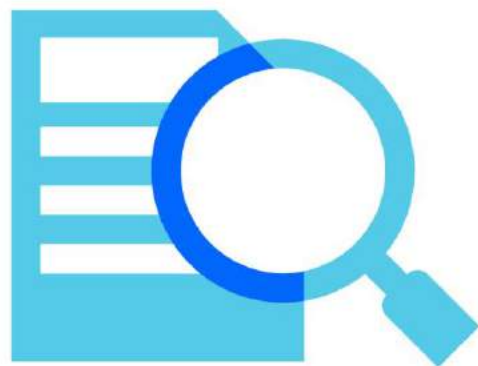


1M

Panelistas digitales



**Somos
receptores,**
no donantes



**La forma de
descubrir noticias**
ha cambiado

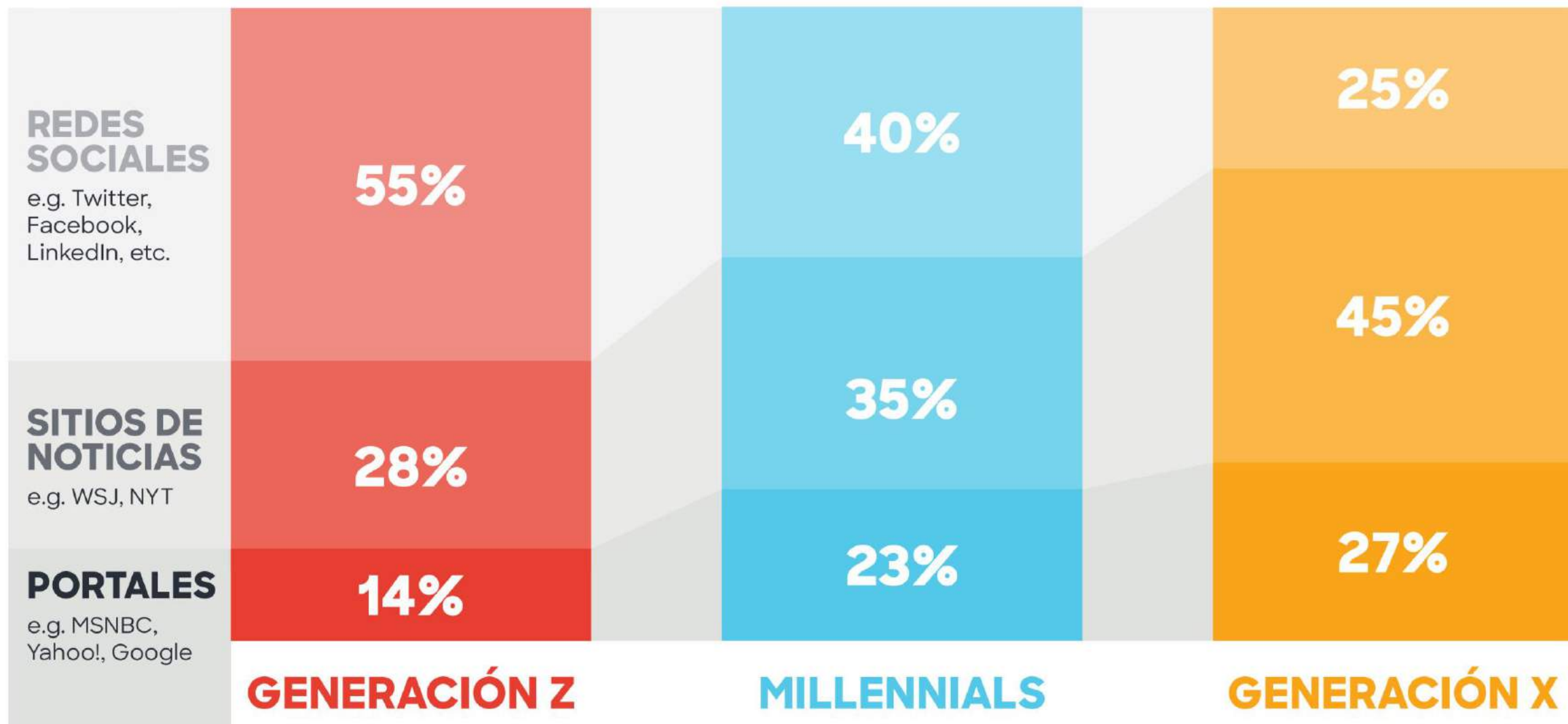


La gente
no pagará
por contenido



**Somos receptores,
no donantes.**

El lugar donde la Generación Z obtiene sus noticias está cambiando



La gente dice que comparte menos en las redes sociales

GENERACIÓN Z **16%**

MILLENNIALS **25%**

GENERACIÓN X **19%**

Prefieren discutir en la vida real que compartirlo en privado en línea.

GENERACIÓN Z

Discutir con amigos 32%

Buscar más información 32%

Enviar mensajes de texto a tus amigos y colegas

Compartir en las redes sociales

Reenviar por correo electrónico

MILLENNIALS

Discutir con amigos 42%

Buscar más información 37%

Enviar mensajes de texto a tus amigos y colegas

Compartir en las redes sociales

Reenviar por correo electrónico

GENERACIÓN X

Discutir con amigos 37%

Buscar más información 32%

Enviar mensajes de texto a tus amigos y colegas

Compartir en las redes sociales

Reenviar por correo electrónico

¿Y qué? ¿Y ahora qué?



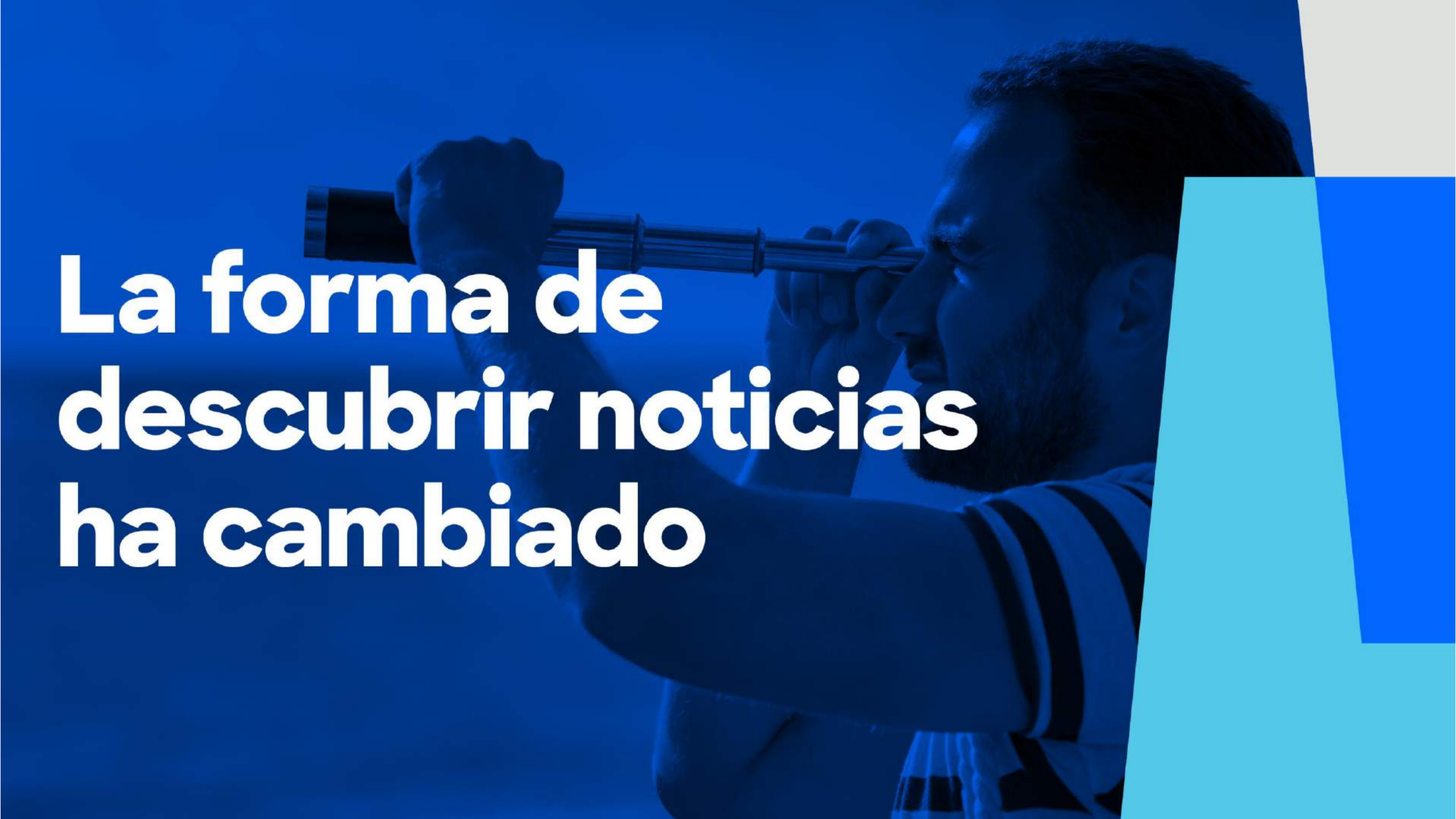
Crear
eventos
de la vida real



Despierta más
conversaciones
fuera de línea

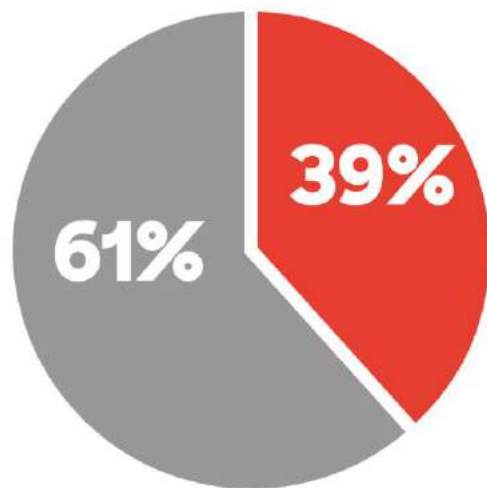


Considere el
contenido de
“cómo hacerlo”

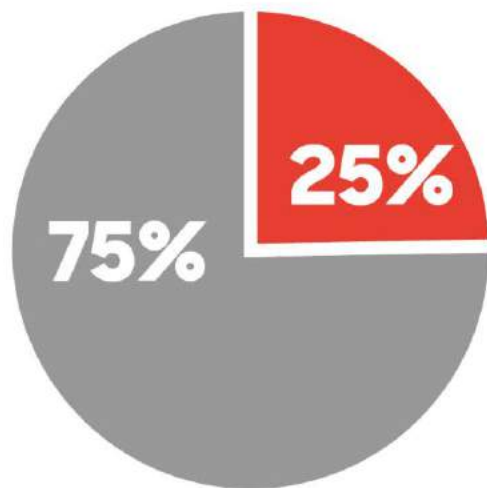
A man with a beard is shown in profile, looking through a telescope. The image is heavily tinted with a blue color. On the right side, there are abstract geometric shapes in different shades of blue and white. The text is overlaid on the left side of the image.

**La forma de
descubrir noticias
ha cambiado**

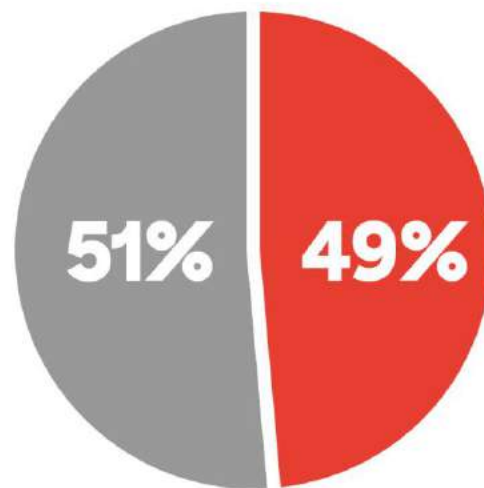
Los informes de la muerte del escritorio son muy exagerados.



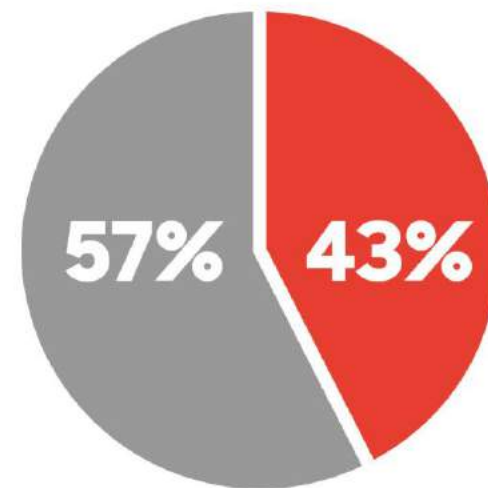
NEGOCIOS/FINANZAS



LOCAL



POLÍTICA

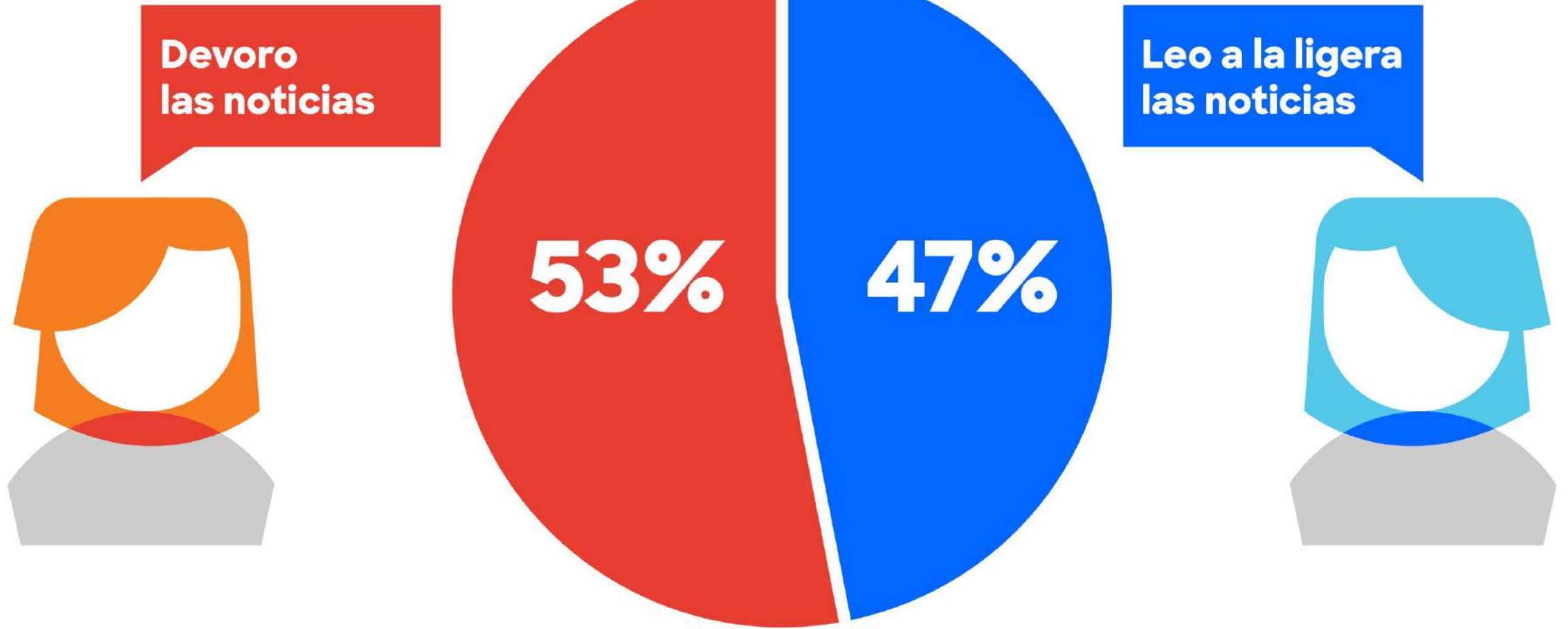


TECNOLOGÍA

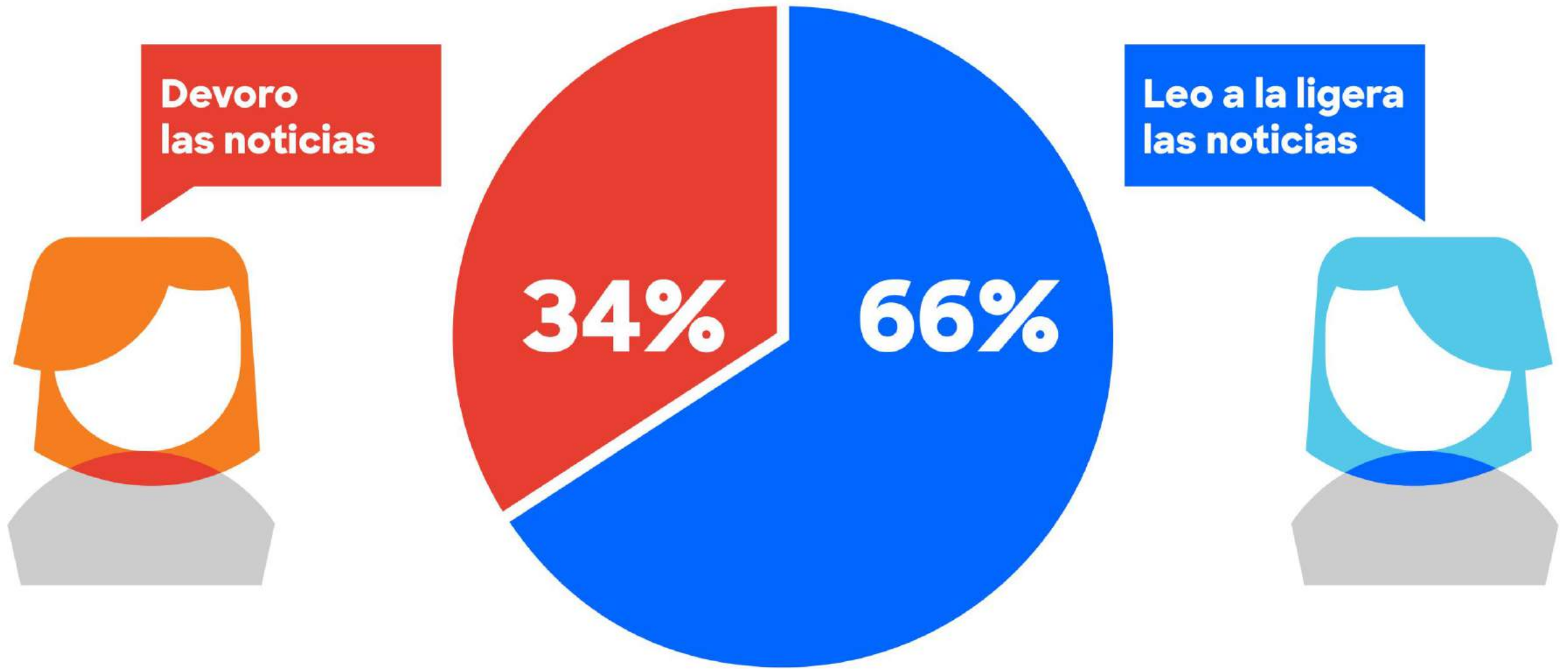
MOBILE • DESKTOP

Fuente: Comscore Media Metrix, Estados Unidos, Diciembre 2018

La Generación X en los EE.UU. dijo...



Sin embargo, la Generación Z está mucho menos enganchada



Cuando se le preguntó: “¿Qué noticias revisas todos los días?”



NOTICIAS GLOBALES

Gen Z: 10%
Gen X: 28%



NOTICIAS NACIONALES

Gen Z: 15%
Gen X: 39%



NOTICIAS LOCALES

Gen Z: 19%
Gen X: 52%

Cuando se le pregunta “¿qué es lo que más usa?”

38%
Generación Z

31%
Millennials

27%
Generación X

NOTICIAS INCORPORADAS

p. ej., notificaciones de Apple News, Flipboard



“El número de lectores de Apple News estableció un nuevo récord con más de 85 millones de usuarios activos mensualmente en los tres países en los que hemos lanzado, los Estados Unidos, el Reino Unido y Australia. [...] Los datos de Comscore muestran que Apple News tiene la mayor audiencia de todas las aplicaciones de noticias y que la audiencia internacional continuará creciendo”

Tim Cook (CEO, Apple)
sobre las ganancias de la compañía
en el primer trimestre de 2019

pero ¿qué hay de la audiencia de la televisión lineal...

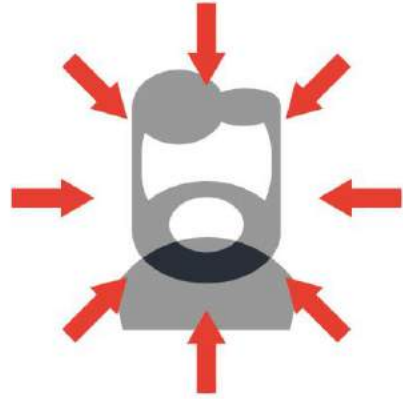
80%
Generación Z

77%
Millennials

79%
Generación X

ALCANZADO DURANTE EL DÍA DE LAS 6:00 A LAS 10:00 P.M.

¿Y qué? ¿Y ahora qué?



nuevos
puntos de
entrada



priorizar la
personalización
de las noticias



Desktop
sigue siendo
importante

The image features a person's hands held up in a gesture of refusal or protest, with palms facing forward. The hands are positioned in the center-left of the frame. The background is a warm, orange-toned image of the person's torso and arms. On the right side, there are geometric shapes in shades of orange and light grey. Overlaid on the hands and background is large, white, bold text.

**La gente dice
que no pagará
por noticias**

No es sólo la Generación Z...

“No pago por noticias”

85%

Generación Z

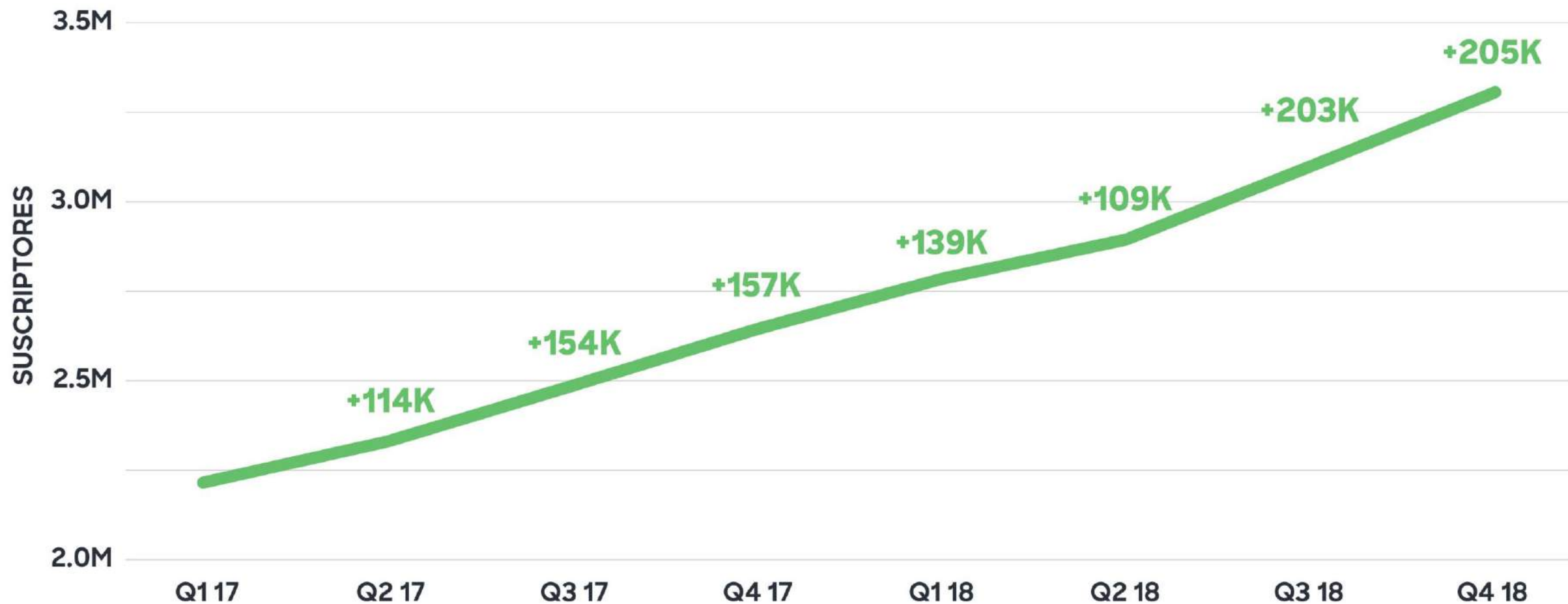
82%

Millennials

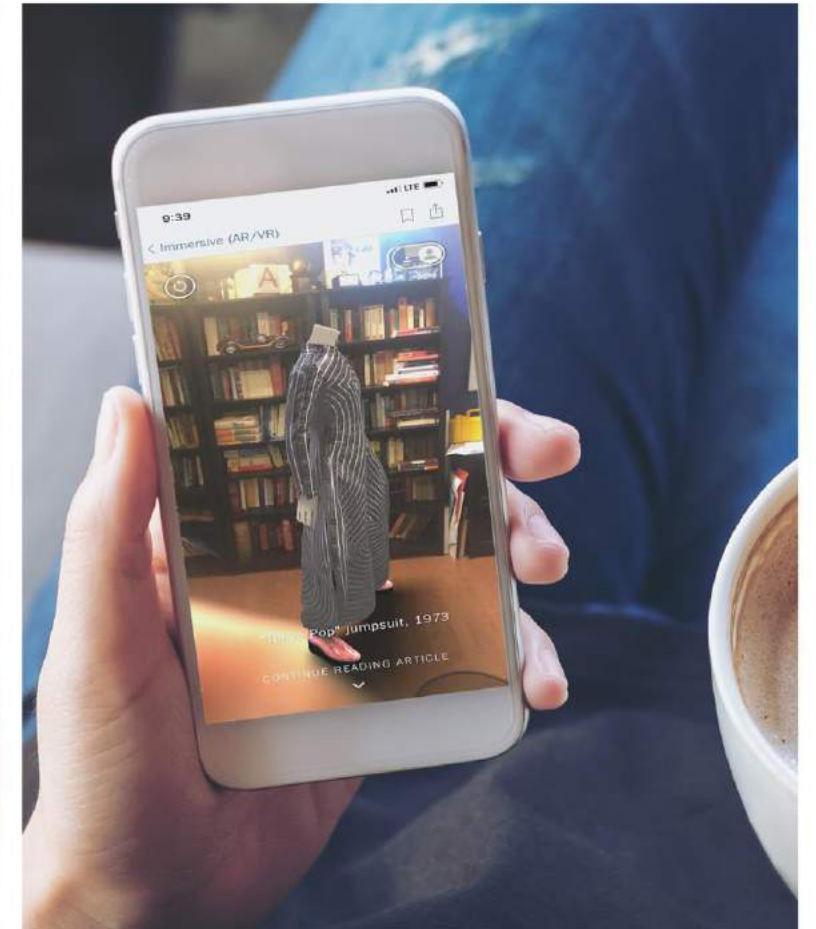
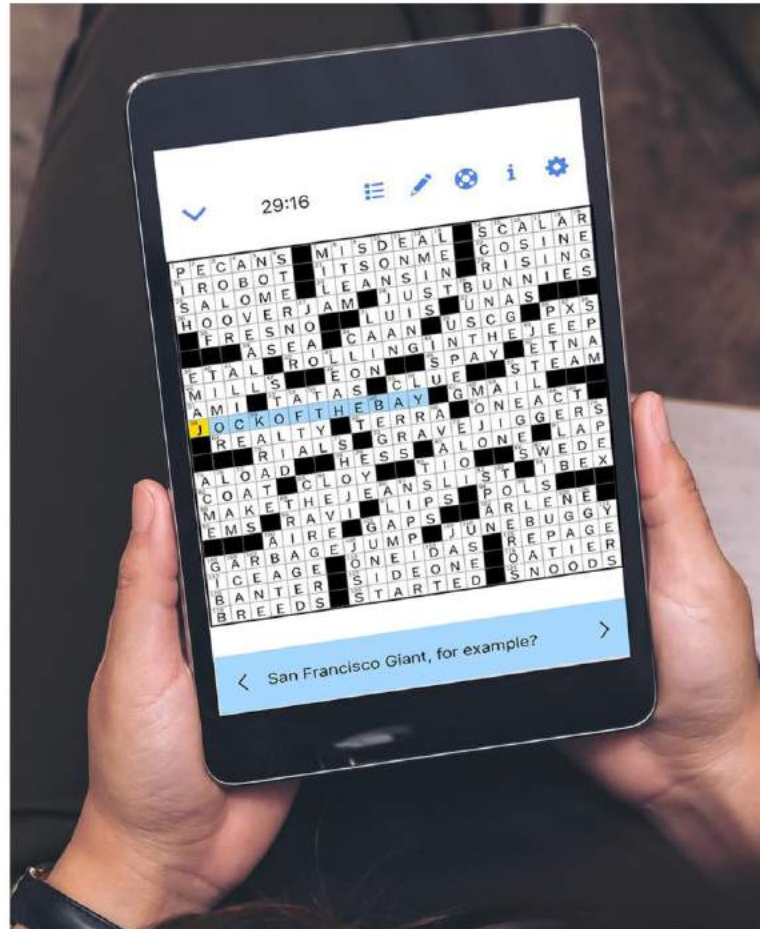
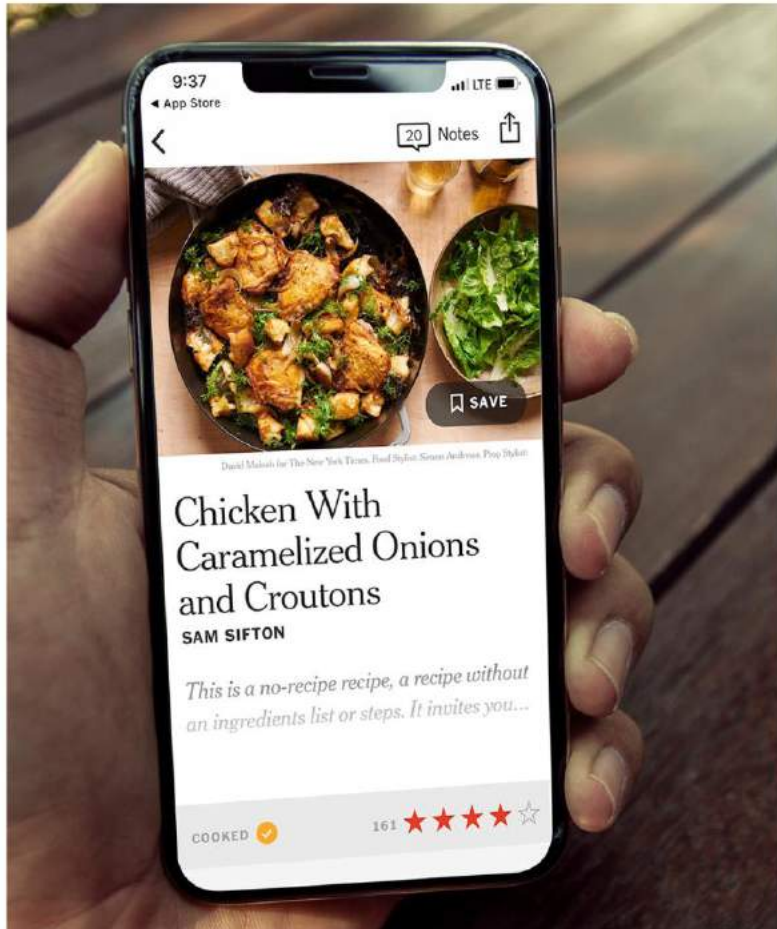
87%

Generación X

The New York Times



The New York Times



¿Qué está dispuesta la gente a pagar?

THE
WALL STREET
JOURNAL

Bloomberg

BUSINESS
INSIDER

Utilidad

THE ATHLETIC

 The Information

Exclusividad

hulu

NETFLIX

 Spotify

**Contenido
premium**

Apple se convierte en el Spotify de las noticias a 10 dólares al mes. ¿Bueno o malo?



El buen
periodismo
vale la pena pagar



**reduce
el riesgo**
de clickbait



sigue siendo una
**oportunidad de
ingresos**

Oportunidades de ganar con Apple



El **SEO** de
Apple News?



Eche un **vistazo**
al modelo de
negocio



Aprender
de Facebook
y Twitter?

¿qué paquetes han estado funcionando?



**\$14.99/
Mensual**
FAMILIAR

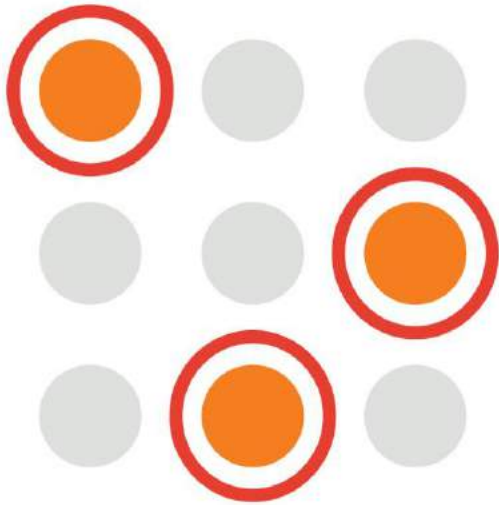


**\$14.99/
Mensual**
FAMILIAR



**\$4.99/
Mensual**
ESTUDIANTE

Así que sí, puede funcionar



Curación



Paquetes



**Contenido
exclusivo**



**Esto son
demasiados
datos.**

¿Estamos en lo cierto?

La gente se está volviendo más **leal a la plataforma** que a la publicación.

Desktop no debe **abandonarse a pesar** del auge de la telefonía móvil.

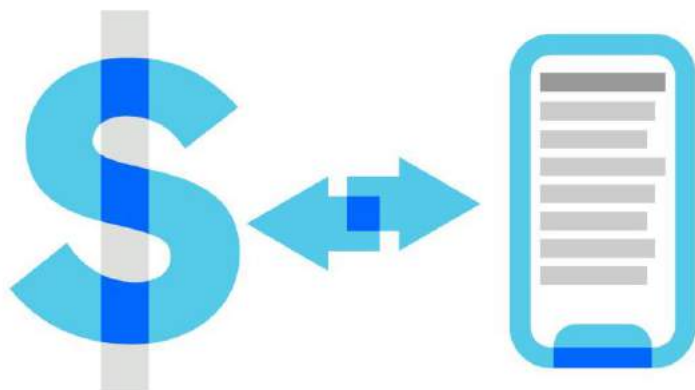
si bien la gente no quiere pagar por el contenido, **lo hará si añade utilidad y exclusividad.**

¿cuáles son las
principales ventajas
para los publishers?

Los publishers necesitan....



Ser prominente
en las
plataformas



convertir a los
lectores **en**
miembros



ir más allá del
contenido de
los productos
básicos

¿Preguntas?

¡Gracias!

Alejandro Fosc

SVP, COMSCORE LATAM

 @COMSCORELATAM

 @COMSCOREINC

 COMSCORE