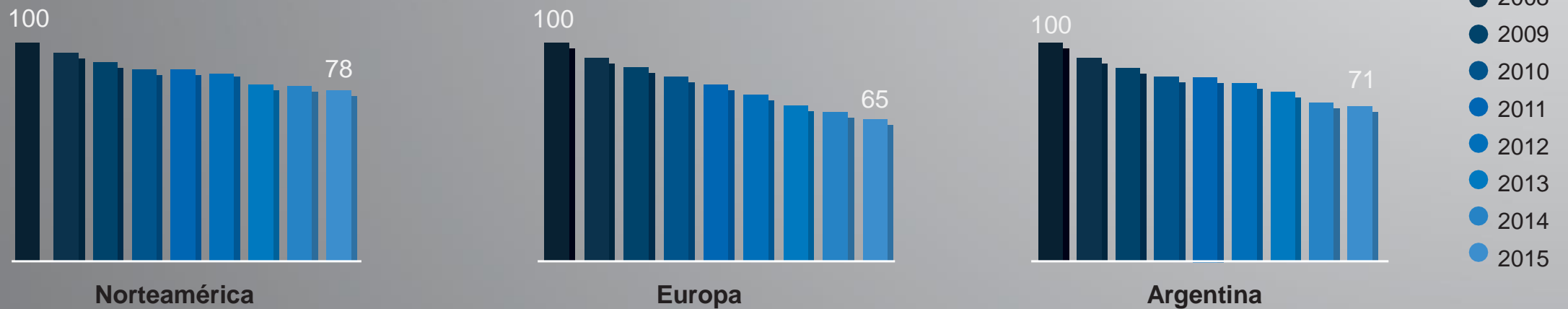


Suscripciones Digitales

01

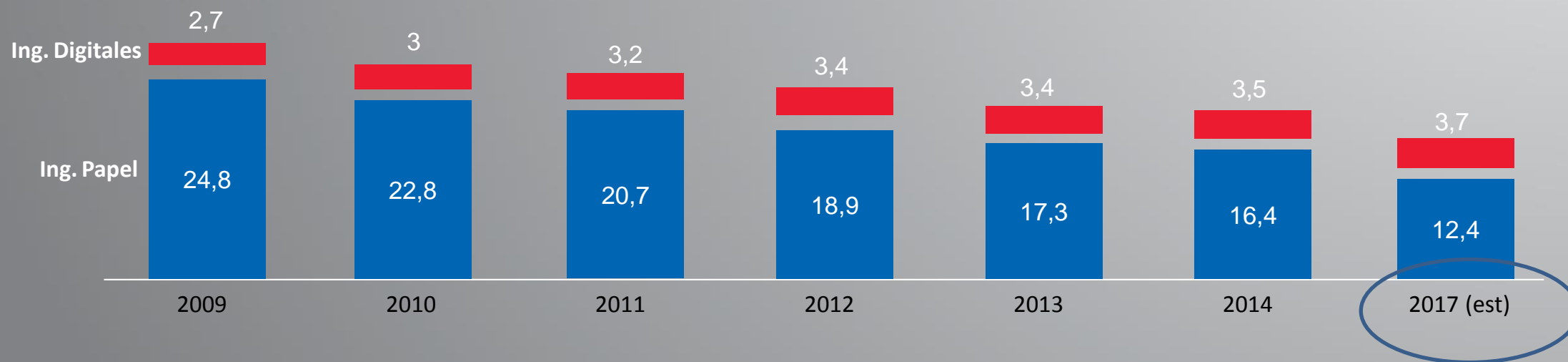
Contexto Global

Evolución Circulación por Región (Base 2007=100)



Se acelera la contracción del negocio impreso.

Ingresos Publicitarios de los Diarios de EE.UU. Papel y Digital
En miles de millones de US\$

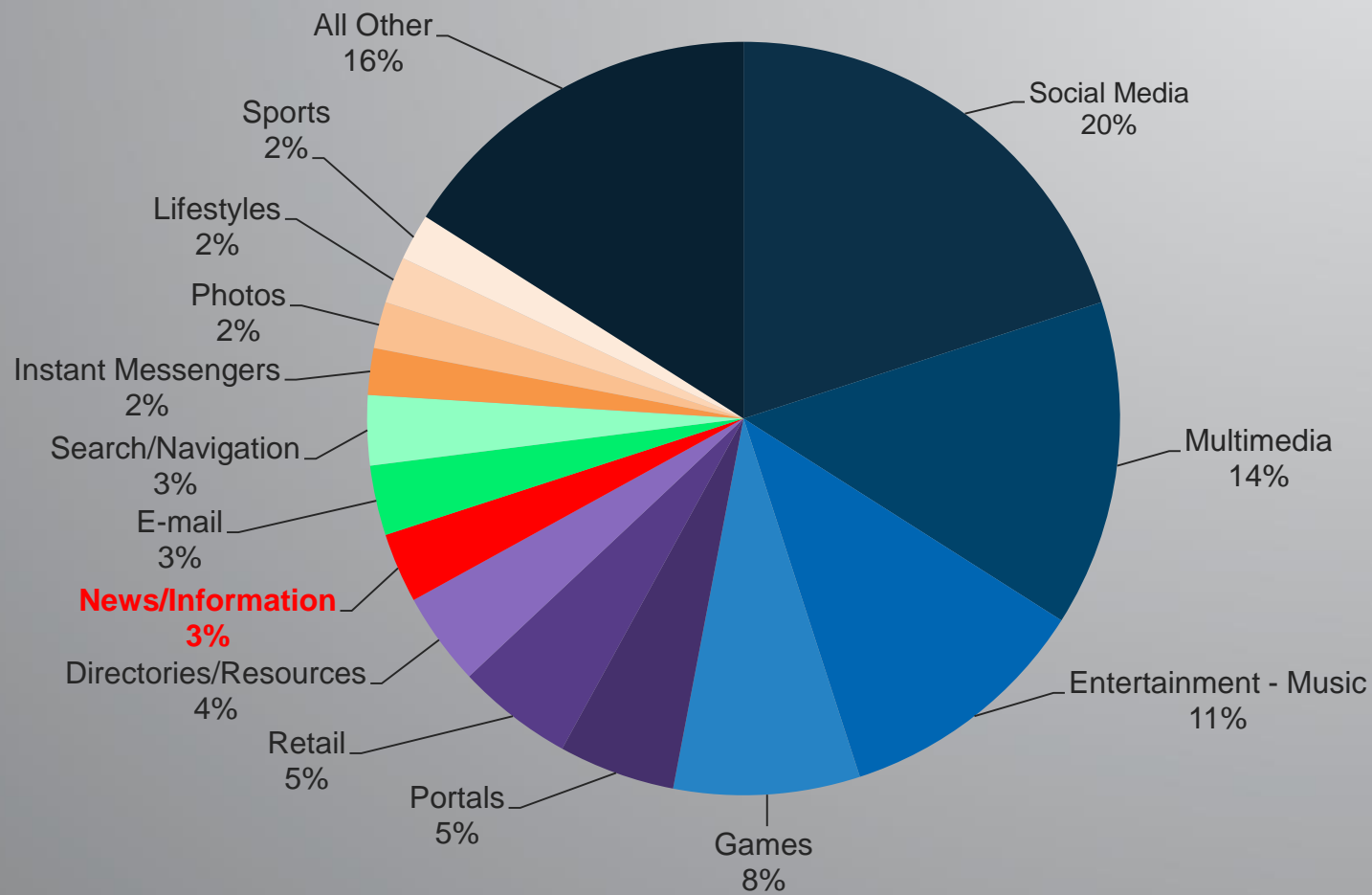


El crecimiento en publicidad digital no compensa la caída de la gráfica.

03

Contexto Global

% del tiempo total digital consumido por categoría de contenido en 2016 en EE.UU.



04

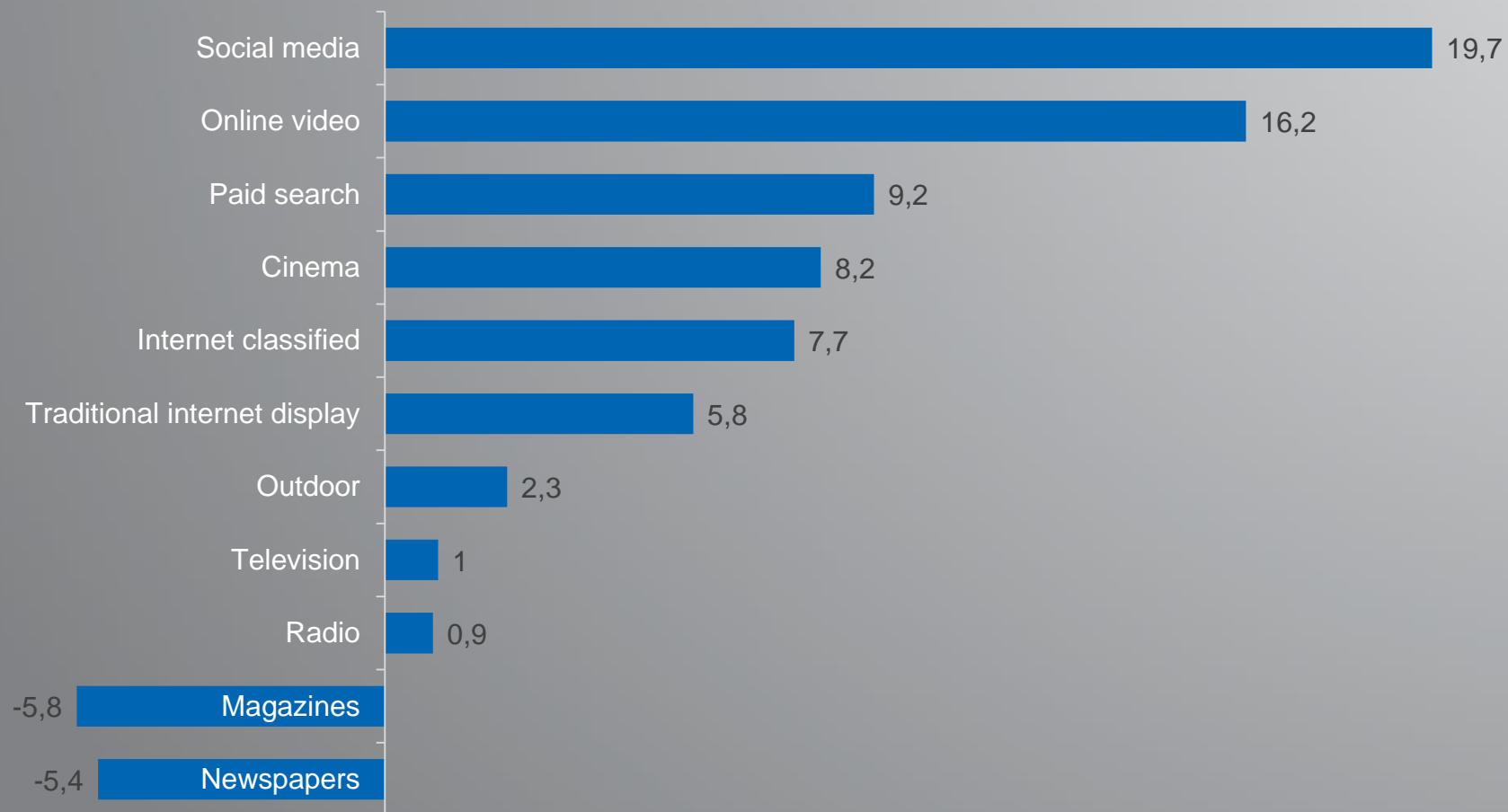
Contexto Global



85%

Share de ambas compañías en crecimiento de publicidad digital

Average annual growth rate by medium 2016-2019 (%)



06

¿Qué es Signwall?

Clarín®

Es el primer paso para
una nueva cultura de gestión
de nuestra audiencia.

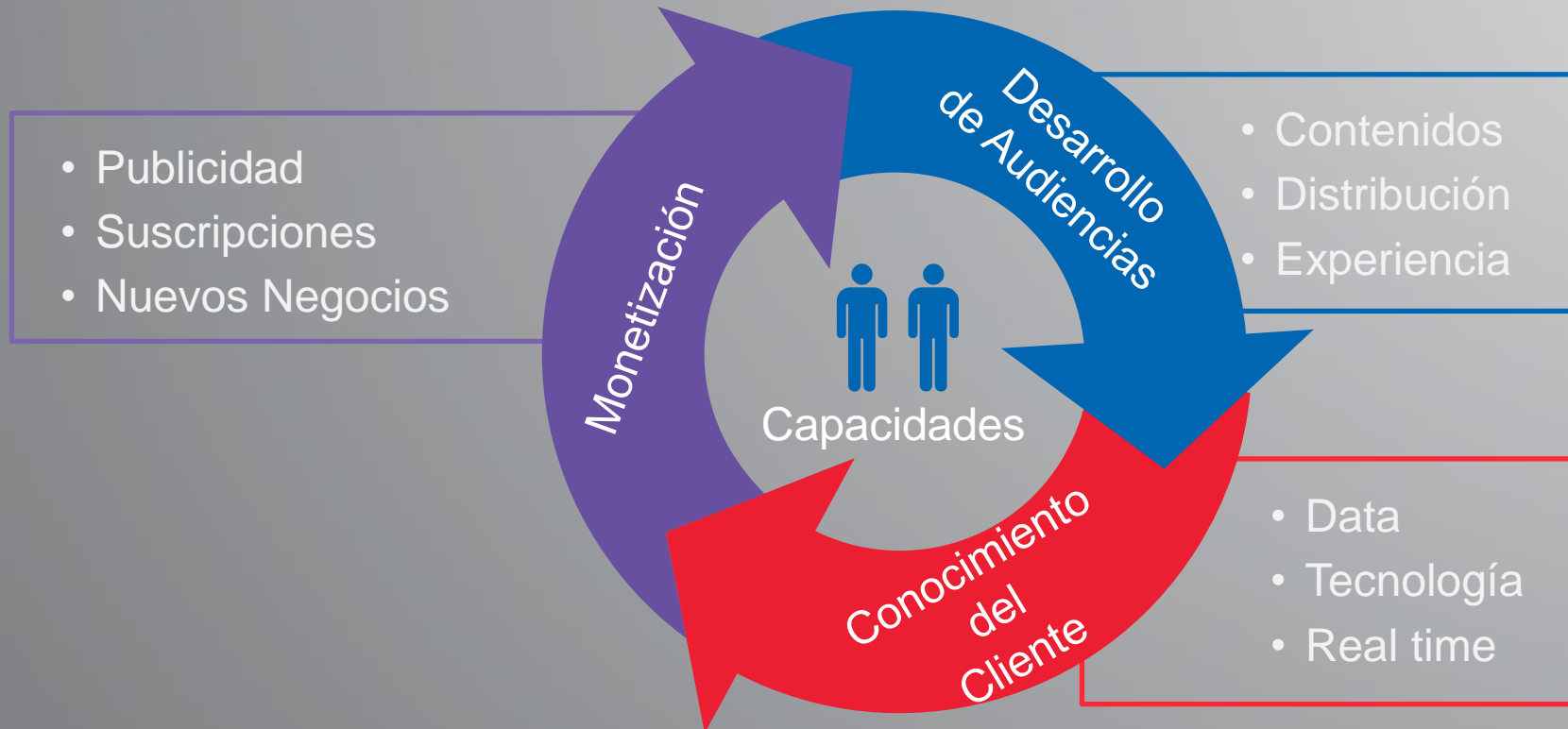
07

¿Qué es Signwall?

Clarín®

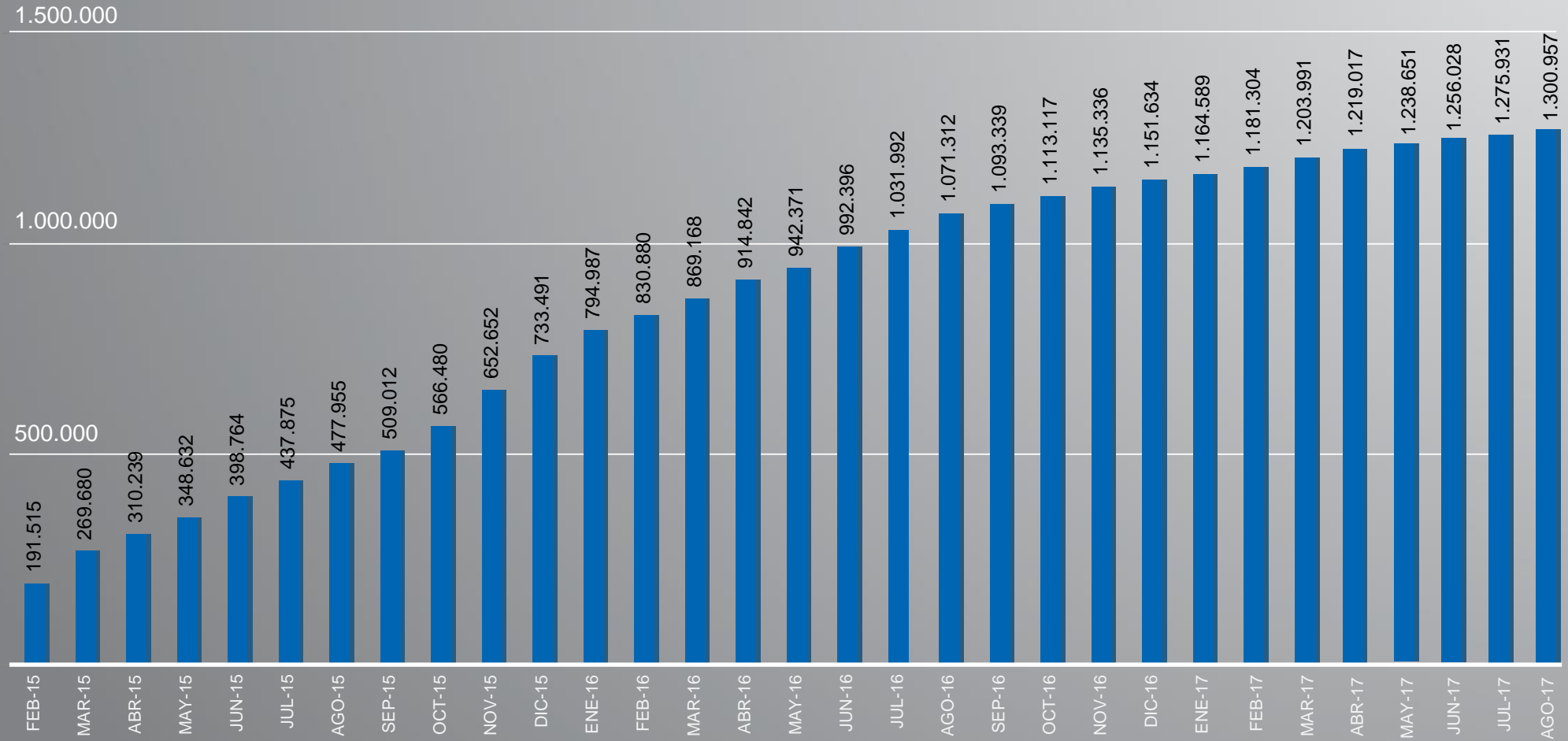
Desde la lógica de las **personas** y no desde la lógica de los **productos**.

El conocimiento de los perfiles, hábitos e intereses es fundamental para pensar en una nueva manera de producir, distribuir y consumir la noticia.



10

Caso Clarín SignWall: Evolución registrados



11

Nuestra audiencia

Browsers únicos y páginas vistas según cantidad de notas leídas por mes

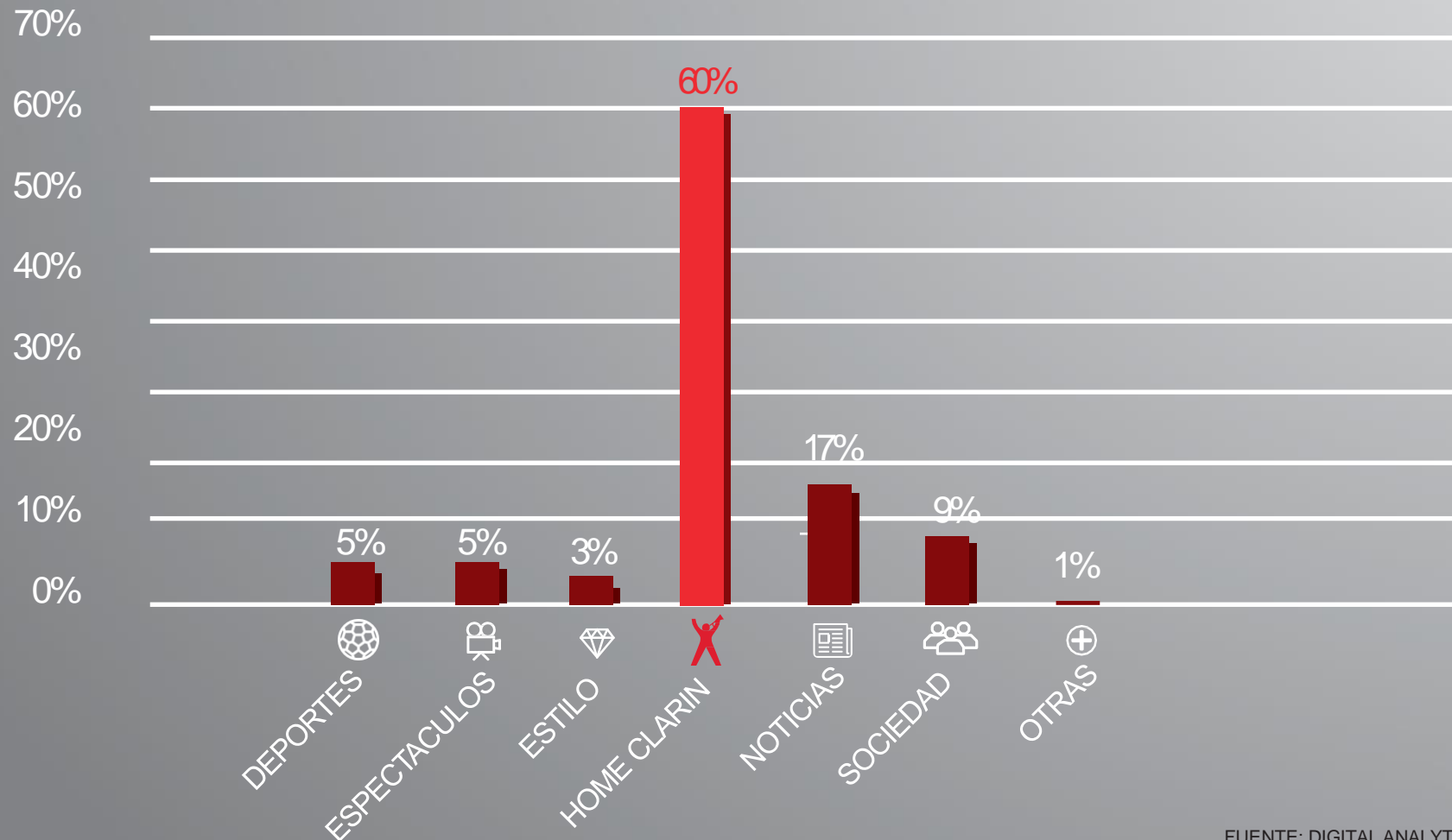


NOTAS VISTAS	MENOS DE 5	ENTRE 5 Y 10	MÁS DE 10
BROWSERS ÚNICOS	81,6%	8,7%	9,7%
PÁGINAS VISTAS	18,8%	9,9%	71,3%

12

Audiencia Fiel

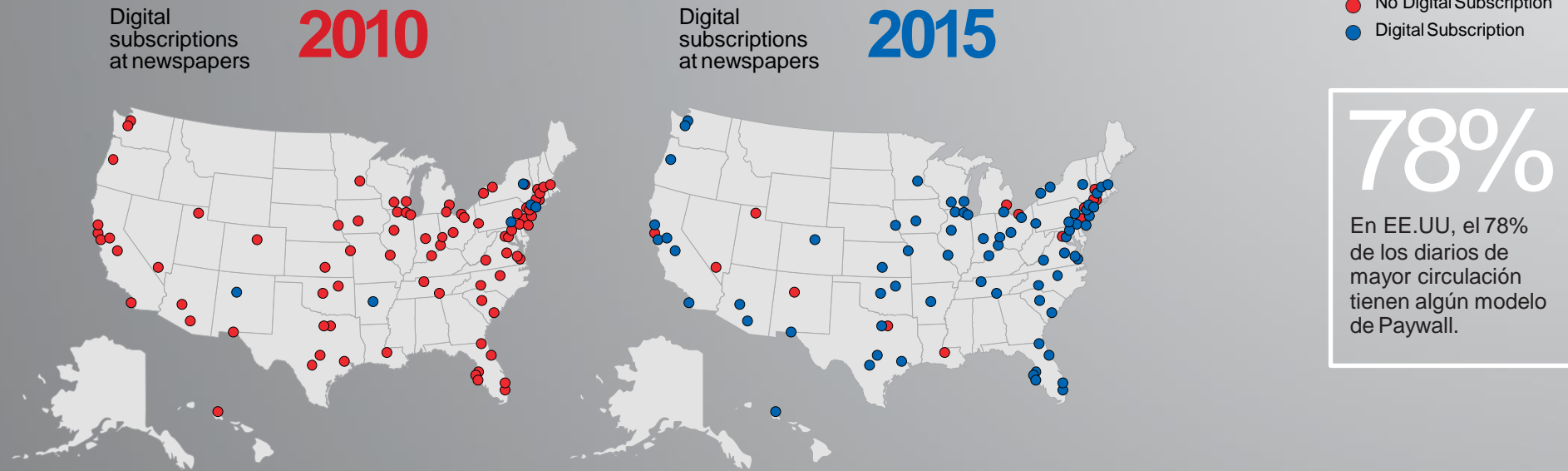
% de páginas vistas por sección



13

Contexto Global

Suscripciones digitales en EE.UU.

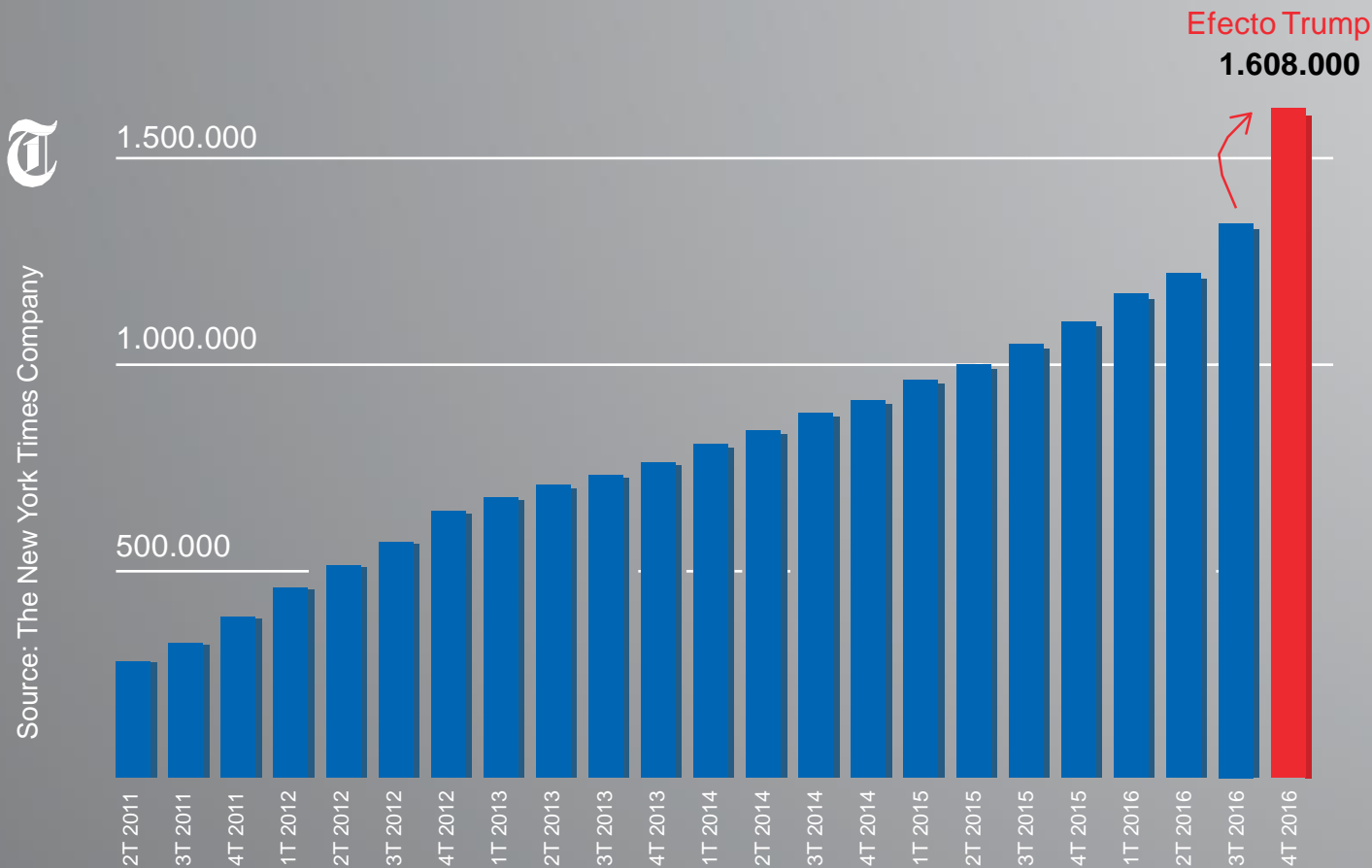


American Press Institute. Newspapers with daily circulations over 50,000 are included. Map by Alex T. Williams

14

Contexto Global

Evolución suscriptores NYT (2011-2016)



Mark Thompson
La Vanguardia, 18-03-17

¿No hay vida para las empresas informativas si no cobran por sus contenidos?
“No la hay”.

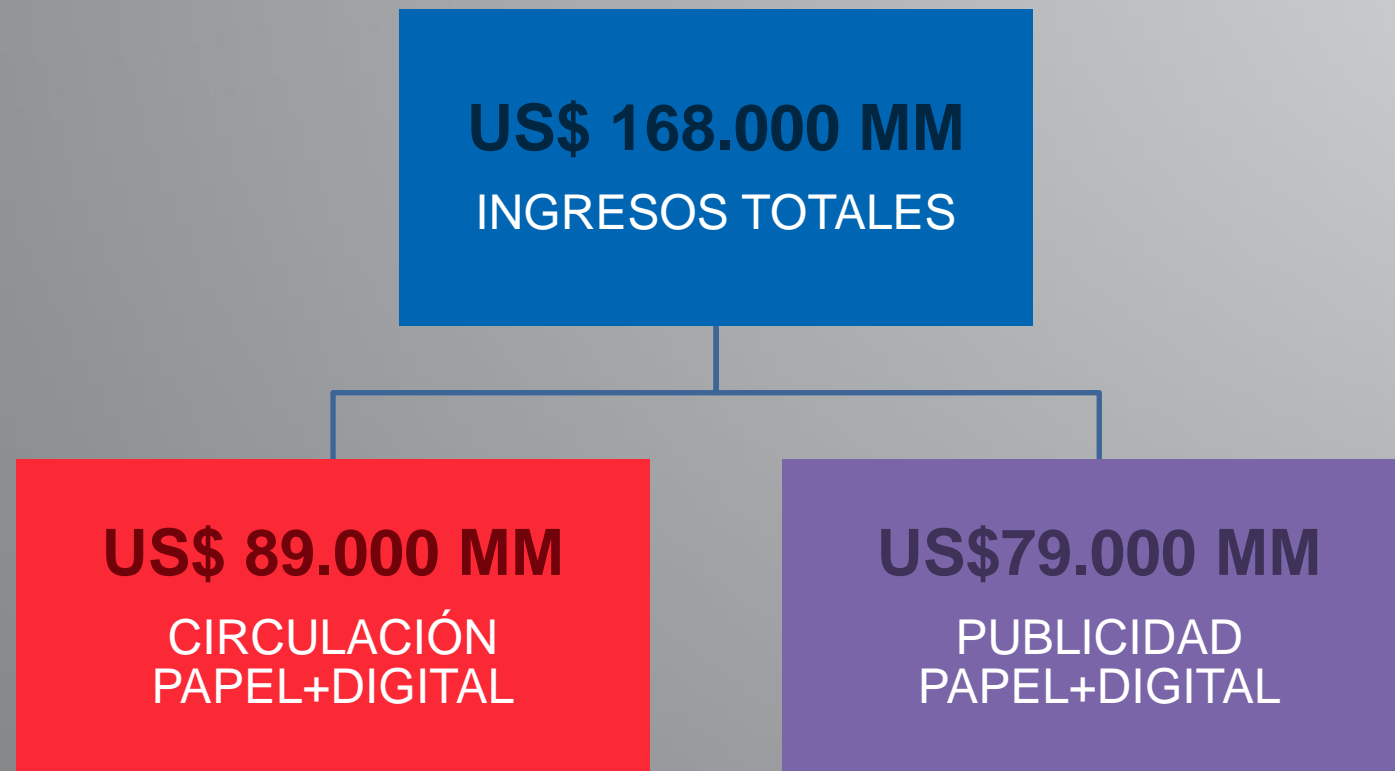
USD 233 MM Facturación Paywall 2016

USD 209 MM Facturación Publicidad Digital 2016

15

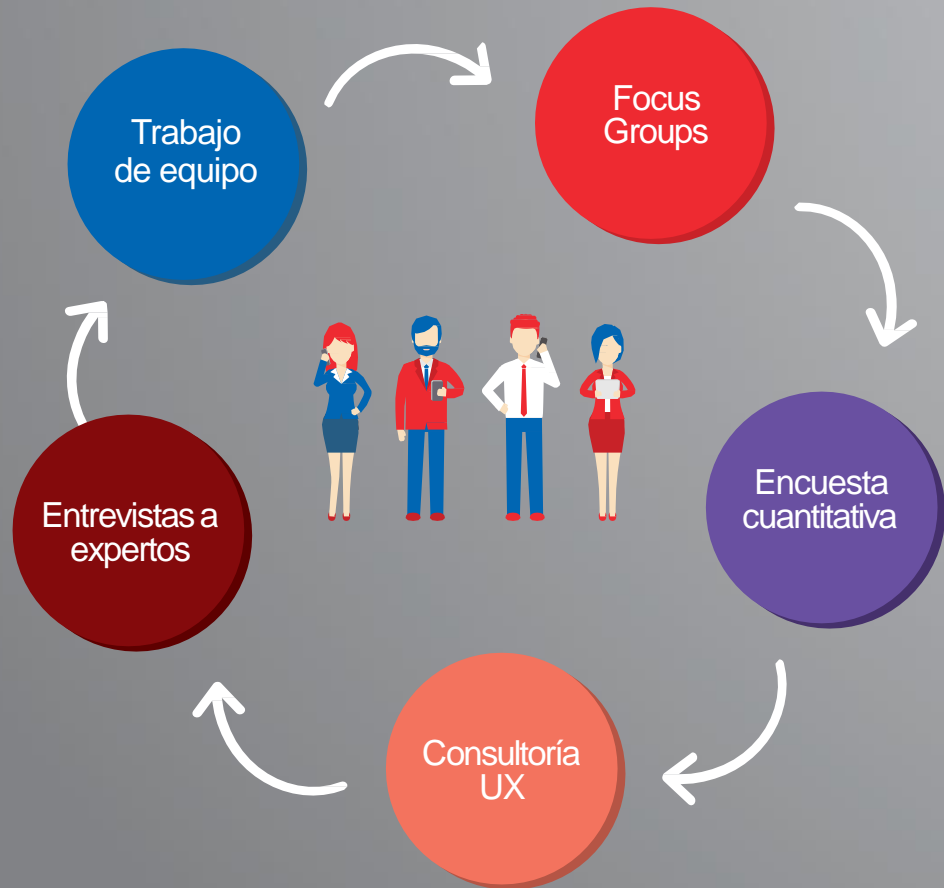
Contexto Global

Ingresos globales de la industria de los medios (2015)



16

Caso Clarín Qué hicimos



37%

de los encuestados
declararon estar
dispuestos a pagar
para mantener
calidad periodística

"Hay una transformación de la información a un medio digital, eso es mucho trabajo"

"Detrás de lo digital hay gente trabajando, tenés que pagar sueldos."

17

Caso Clarín

Definición del Modelo



Optamos por un modelo de **Paywall poroso**, en el cual solamente aquellos lectores fieles (que son los más dispuestos a suscribirse) serán persuadidos a pagar.

18

Caso Clarín

Definición e impacto de audiencia objetivo

Clarín®

CANTIDAD DE NOTAS VISTAS	CANTIDAD DE BROWSERS	CANTIDAD DE PÁGINAS VISTAS
≥ 10	9,7%	71,3%
≥ 20	4,9%	58,4%
≥ 30	3,1%	48,9%
≥ 40	2,2%	42,0%
≥ 50	1,6%	36,6%
≥ 60	1,3%	32,4%
≥ 70	1,0%	28,8%
≥ 80	0,8%	25,8%
≥ 90	0,7%	23,3%
≥100	0,6%	21,0%

◀ Clarín®

19

Caso Clarín

Definición de producto

Clarín

Full Digital
\$19,90 por mes

Por 6 meses

Precio de lista \$74,90

Suscribirse



- ✓ Acceso ilimitado a Clarin.com
- ✓ La app de Clarín sin límites para iOS y Android
- ✓ Todos los días el diario papel en tu PC, celular y Tablet

Suscribirse

[Más información](#)

Todos los beneficios de 

Full Digital + 365
\$49,90 por mes

Por 6 meses

Precio de lista \$164,90

Suscribirse



- ✓ Acceso ilimitado a Clarin.com
- ✓ La app de Clarín sin límites para iOS y Android
- ✓ Todos los días el diario papel y Revista Ñ en tu PC, celular y Tablet
- ✓ Tarjeta 365 con beneficios en más de 5300 comercios

Suscribirse

[Más información](#)

20

El Valor del Periodismo

Clarín[®]

Hacer periodismo de calidad es una inversión. Los ingresos por publicidad digital no son suficientes para cubrir esos costos. Clarín ha dependido siempre de sus lectores. Seguirá dependiendo de ellos.

Ricardo Kirschbaum

El valor del
periodismo

Lo que The New York Times aprendió, y otras publicaciones también, es que las audiencias reconocen el valor de la información que reciben.

Jim Roberts