

# MONETIZACIÓN DIGITAL

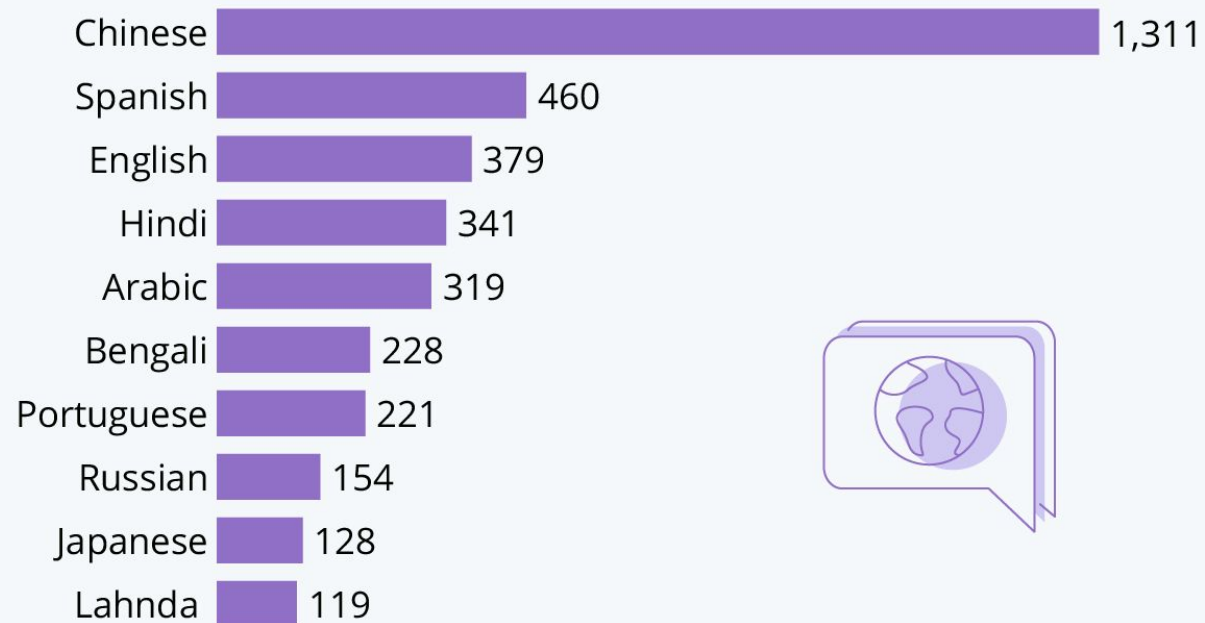
Nueva estructura editorial y nuevas vías de ingresos

**NO HAY FRONTERAS**

OLVIDA LOS LÍMITES DEL MEDIO IMPRESO

# The World's Most Spoken Languages

Estimated number of first-language speakers worldwide in 2019 (millions)\*



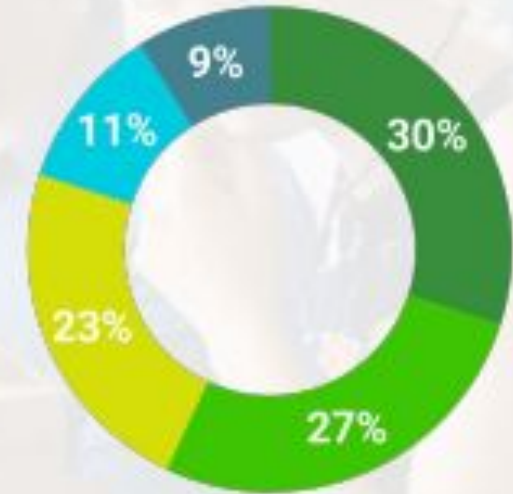
\*Each language also includes associated member languages and varieties  
Source: Ethnologue





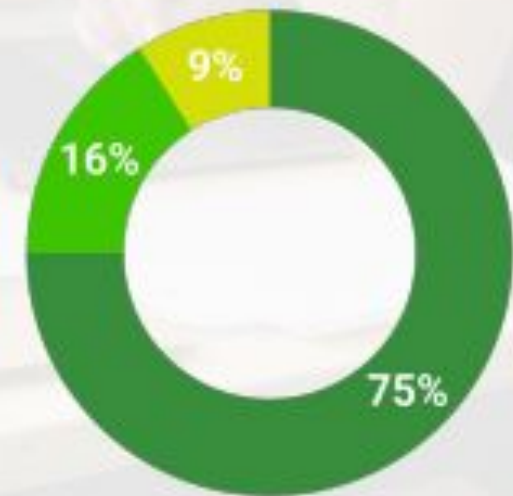
### Headcount Distribution (as of Jun'19)

- Argentina
- Colombia
- Other Latam
- India
- US & Europe



### Revenue by Geography (YTD'19)

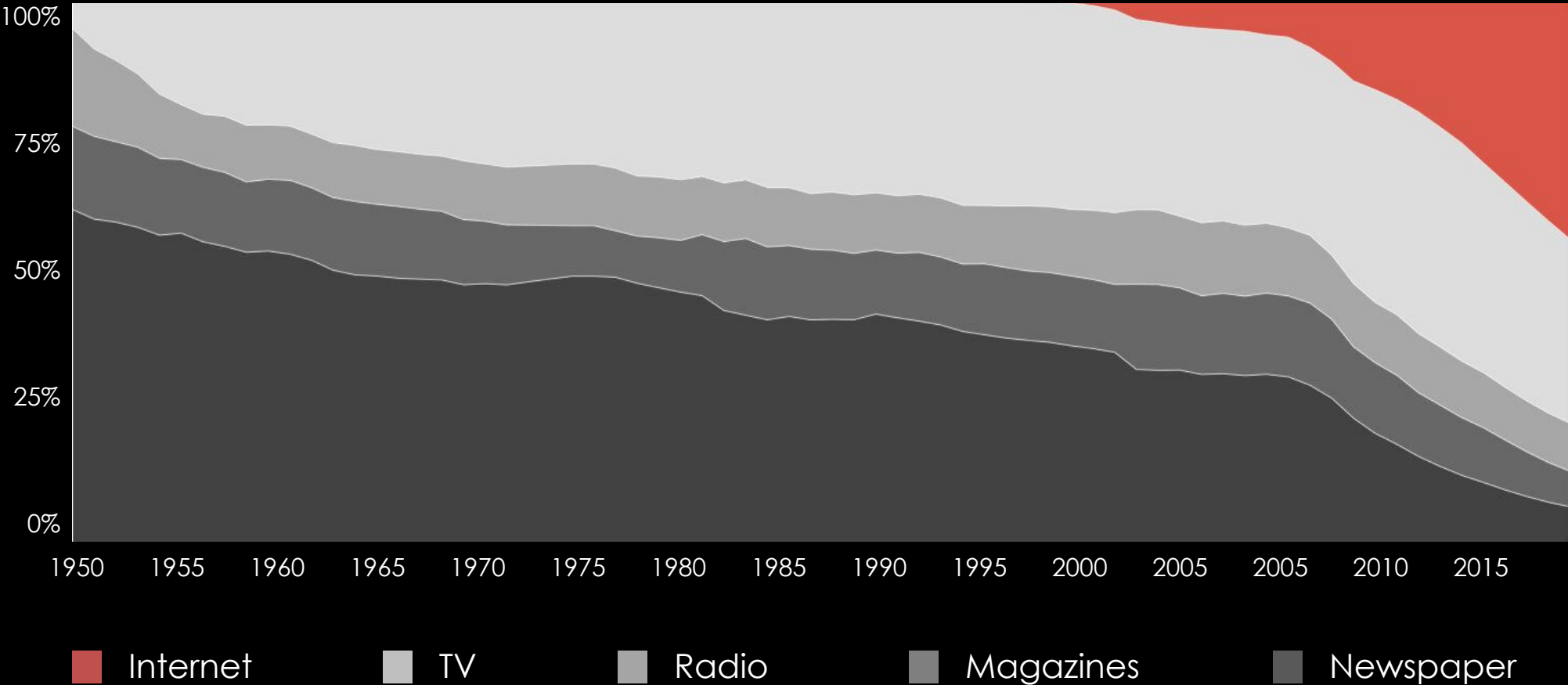
- North America
- Europe
- Latam and Others



# 70 years of US advertising

Waves of change

US advertising spending

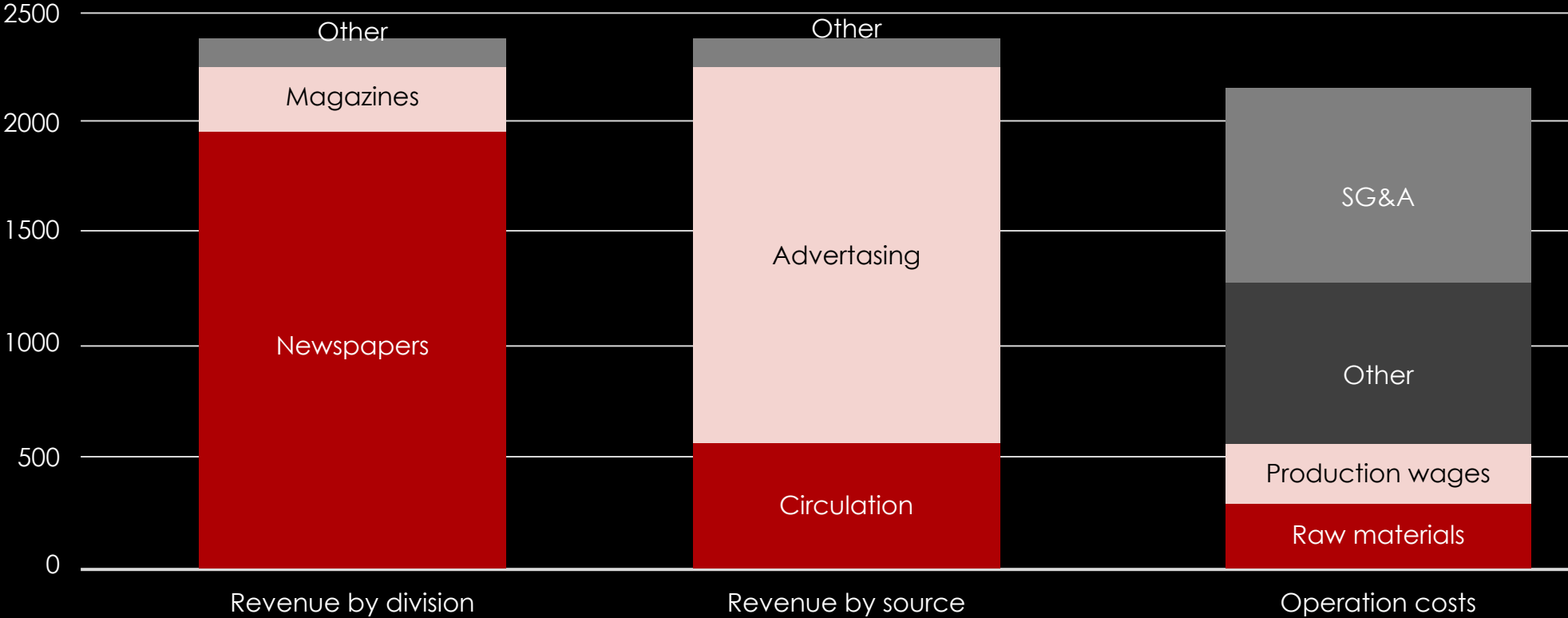


Source: McCann, Zenith

# Newspapers before the web

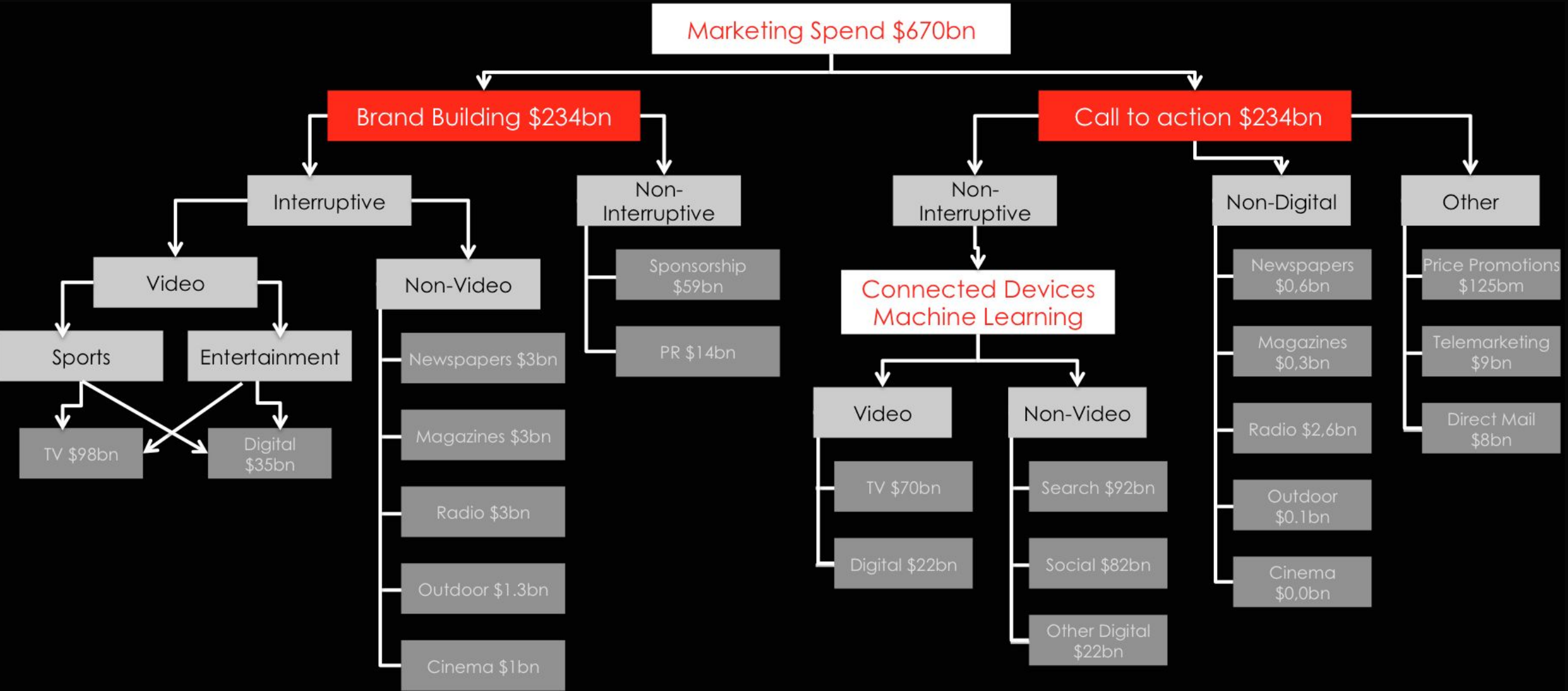
A manufacturing and logistics company, paid for by selling attention

The New York Times Company, 1994 (\$m)



Source: New York Times Company

By 2030, we see US Marketing spend split between “brand building” and “call to action” campaigns, with just under 60% spent on digital platforms and 35% on TV, 32% and 36% in 2016




Source: Credit Suisse Research

**CAMBIO DE MENTALIDAD**

**SUEÑO GRANDE**



A glowing red circular border frames the text. The border is composed of two concentric lines, with the space between them filled with a bright red glow. The text '2017' is centered within this circle.

**2017**

A grayscale background image of a smartphone home screen. The screen displays several social media application icons: Phone, Facebook, Instagram, Messenger, YouTube, and WhatsApp. A hand is visible in the upper right corner, with a finger touching the screen. The bottom right corner of the image is cut off by a diagonal red shape.

**EL MUNDO ERA  
DIGITAL E MÓVIL.**

CARAS, NO.



# NUEVO MODELO DE TRABAJO IMPLEMENTADO

# SEPARACIÓN DE ESTRUCTURAS Y APLICACIÓN DE KPIS



POR MARCA



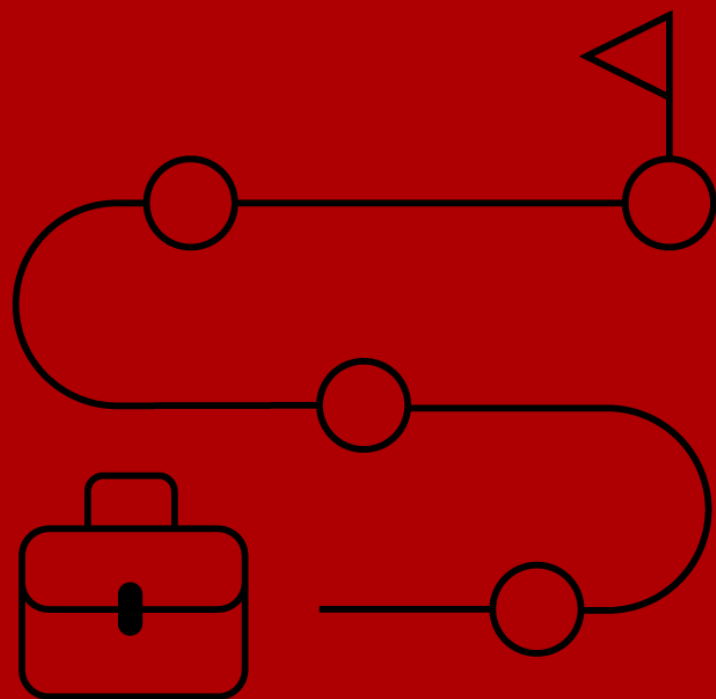
POR GERENTE



POR EQUIPO



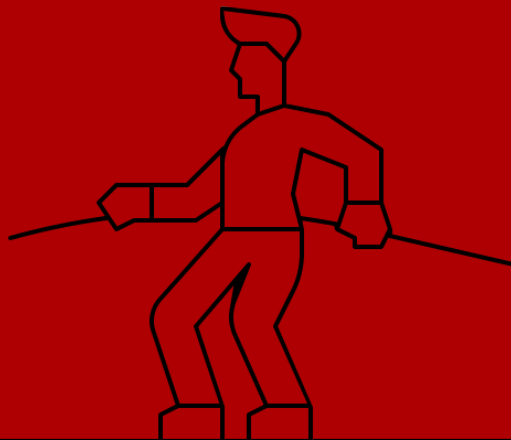
**IDEALIZAR  
Y PROBAR...**  
NO HAY "PIENSO"



**PEQUEÑOS PASOS**  
EL CAMBIO COMENZÓ  
EN CARAS Y EXTENDIDO  
A NUEVAS MARCAS

# COMPETIMOS POR ATENCIÓN

LA GENTE NO BUSCAN NOTICIAS,  
LAS NOTICIAS LLEGAN A ELLOS



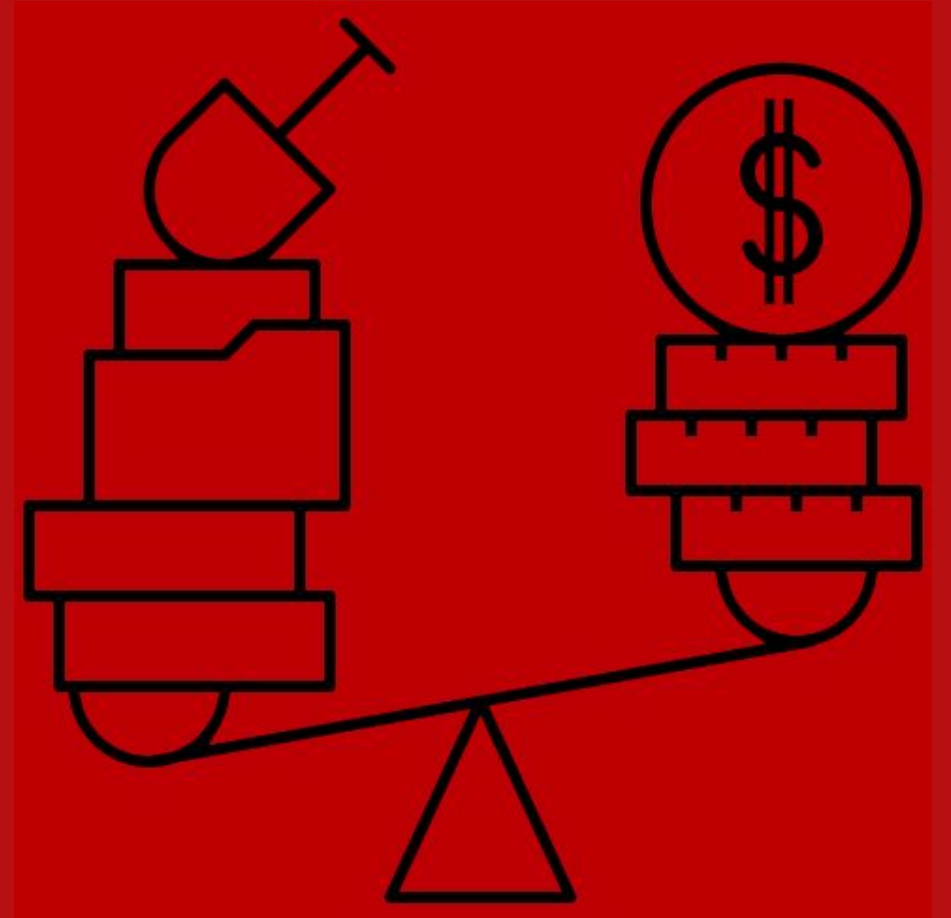
# **BUSCAR NUEVAS ALIANZAS**

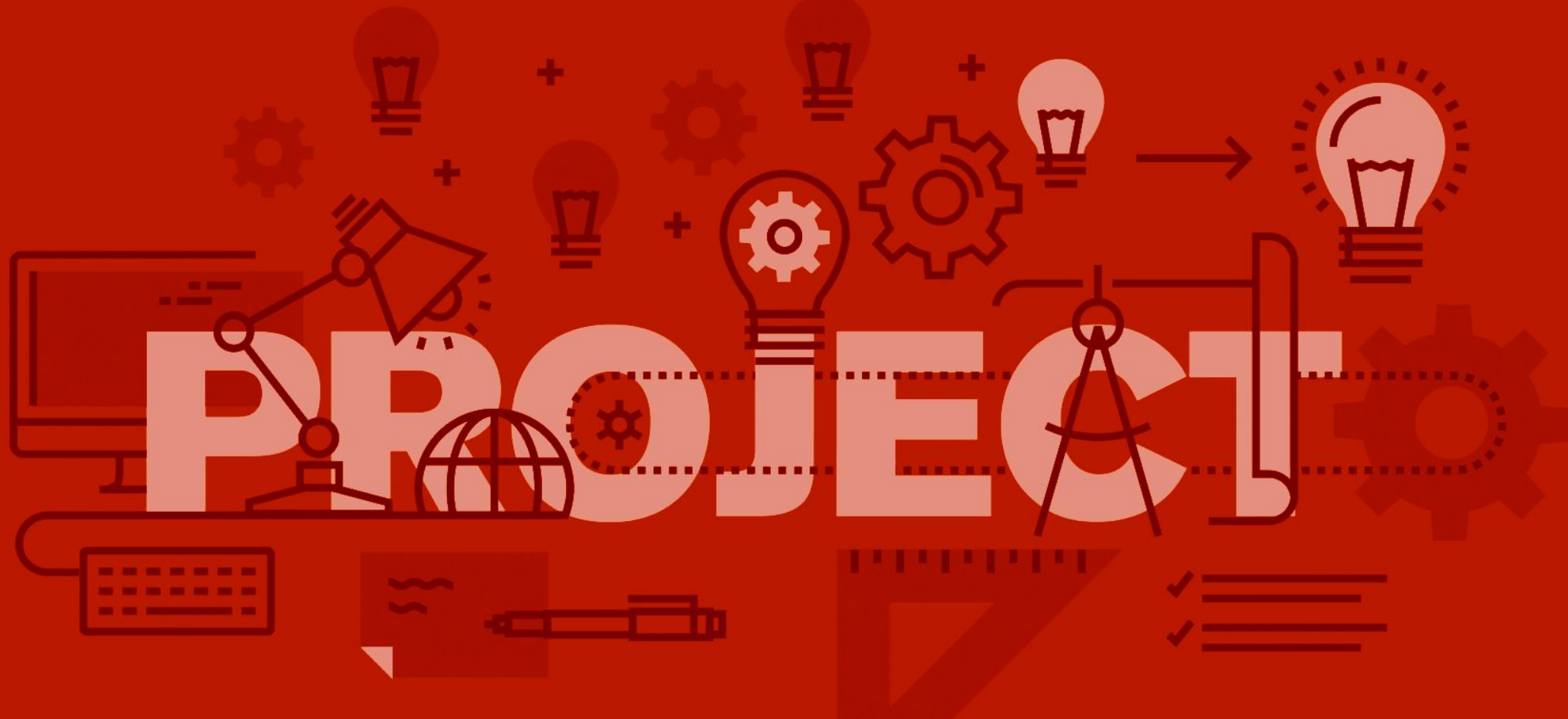
(GOOGLE, FACEBOOK,  
TWITTER, ICFJ, TIKTOK...)





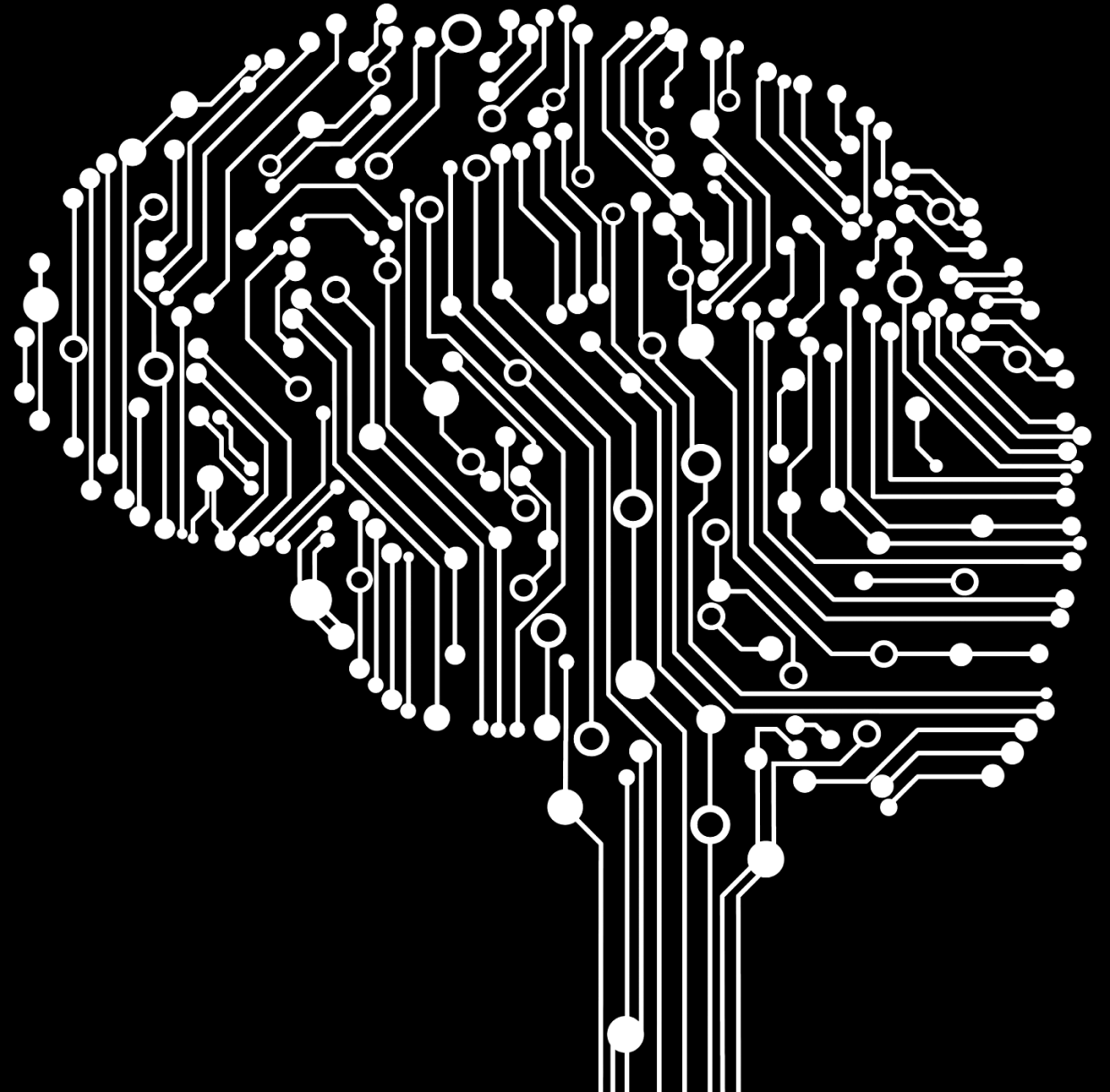
**PERO  
NUNCA ES FÁCIL.**  
RESISTENCIA DEL EQUIPO  
DE IMPRESO Y  
DE LA ESTRUCTURA  
EN GENERAL





# HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE PROYECTOS

ARTIFICIAL  
INTELLIGENCE  
**FACTORY**





VIDEOS  
**DIGITALES**

# FACEBOOK

JULIO – AGOSTO - SEPTIEMBRE

**+3M**

WATCH TIME

**+5.5M**

3-SECONDS VIEW

# YOUTUBE

JULIO – AGOSTO - SEPTIEMBRE

**+5.4M**

VIEWS

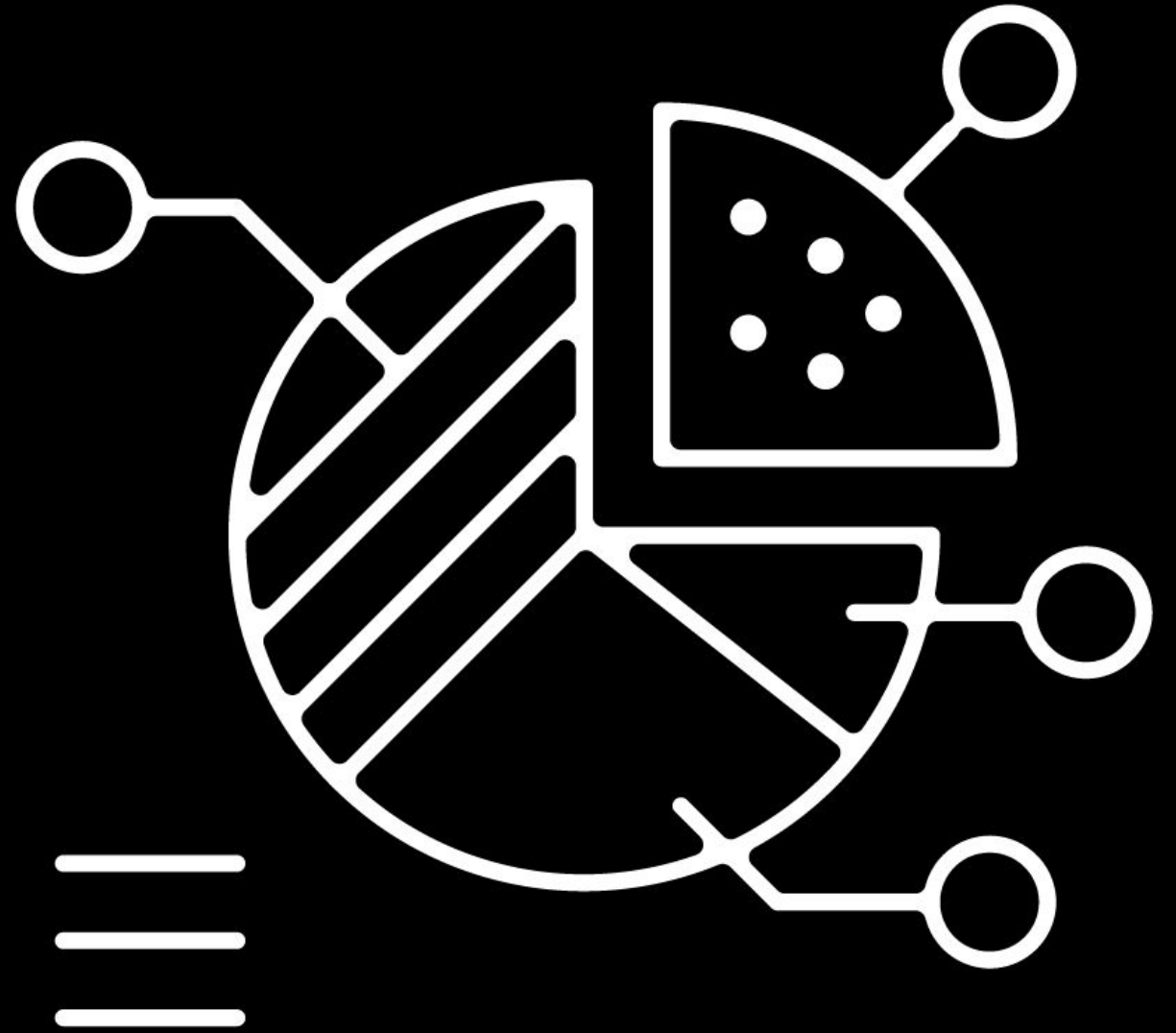
**+9.9M**

WATCH TIME

**+29K**

NEW SUBSCRIBES

# RESULTADOS GENERALES





**1.000%**  
**DE INCREMENTO**  
DE AUDIENCIA EN 2 AÑOS






**> 1 MIL  
MILLONES**

DE IMPRESIONES/MES



# **LIDERES DE ENGAGEMENT**

EN EL SEGMENTO  
DE NOTICIAS DE  
INSTAGRAM,  
FACEBOOK  
Y TIKTOK



**80**

**MILLONES**

**DE USUARIOS  
INDIVIDUALES  
EN SITIOS ONLINE**



80

**MILLONES**

**DE FOLLOWERS**  
EN REDES SOCIALES



**2.500%**

**AUMENTO DE PUBLICIDAD  
EN 2 AÑOS**



**85%**

**DE TODA  
LA FACTURACIÓN  
EN PUBLICIDAD**

CONSECUENCIAS DE LA PANDEMIA

**5G (esencial), VR, AR...**

LA TECNOLOGÍA APOYÓ EL NEGÓCIO  
**AHORA LA TECNOLOGÍA**  
**ES EL MODELO DE**  
**NEGOCIO**