

Oficinas de Webedia
24.01.23-Madrid

La Era del Entretenimiento

webedia/.

CREER *para* CREAR

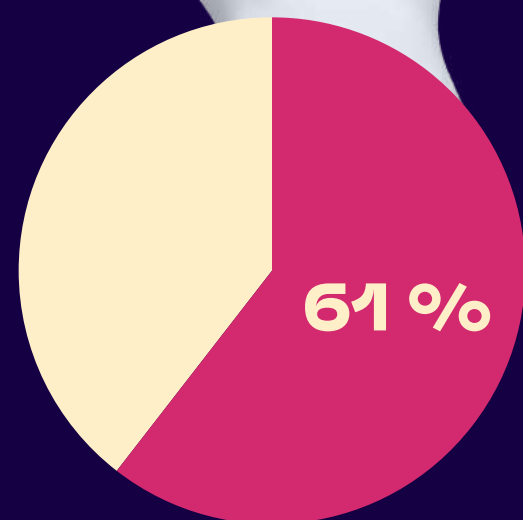


webedia/.



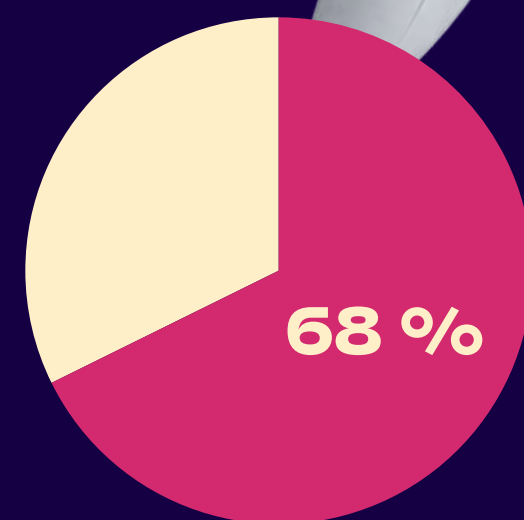
webedia/.

TECH



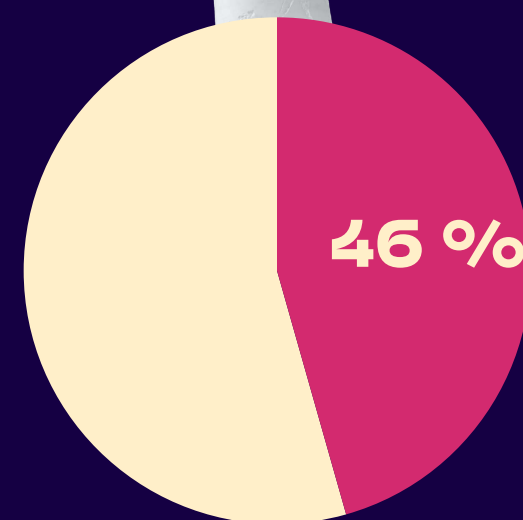
9,1MM

GAMING



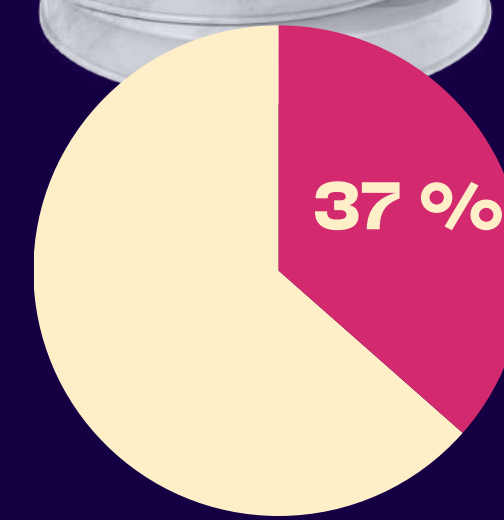
5,7MM

FOOD



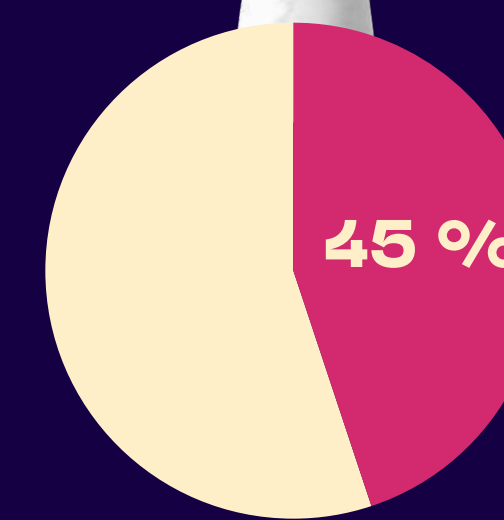
7,8MM

MOVIES



9,5MM

LIFESTYLE



4,3MM

%FANS DE CADA TERRITORIO QUE RECUERDAN HABER VISTO ACTIVOS DE WEBEDIA

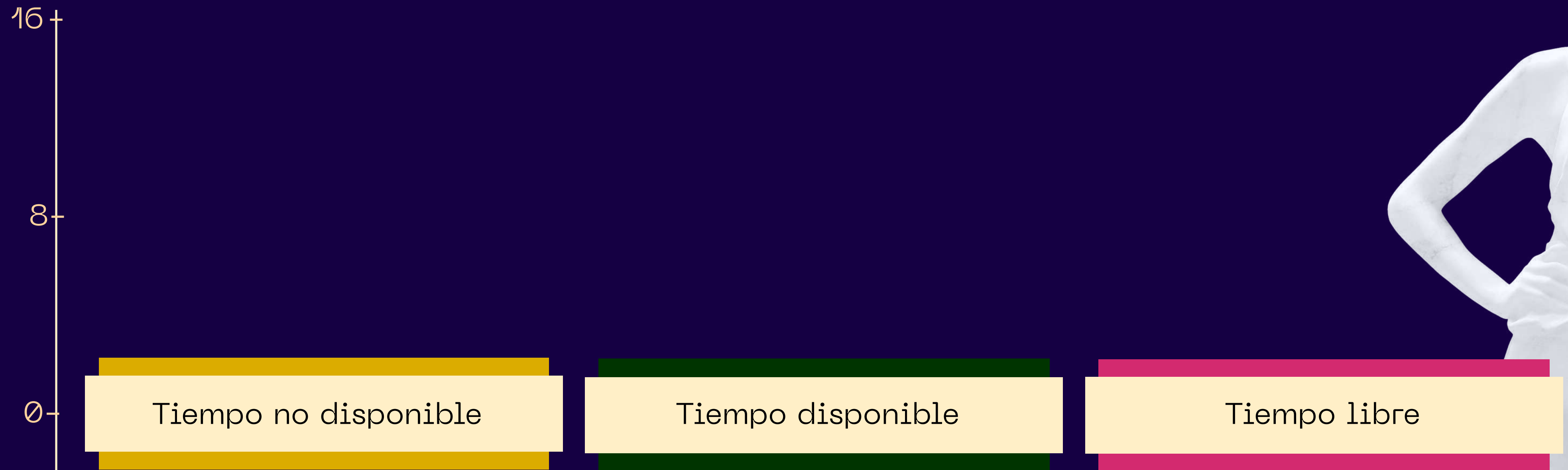
**Nos parecemos todos
más de lo que nos
creemos**

Teoría de tiempos

**UN DÍA EN
NUESTRA
VIDA**

La Era del Entretenimiento

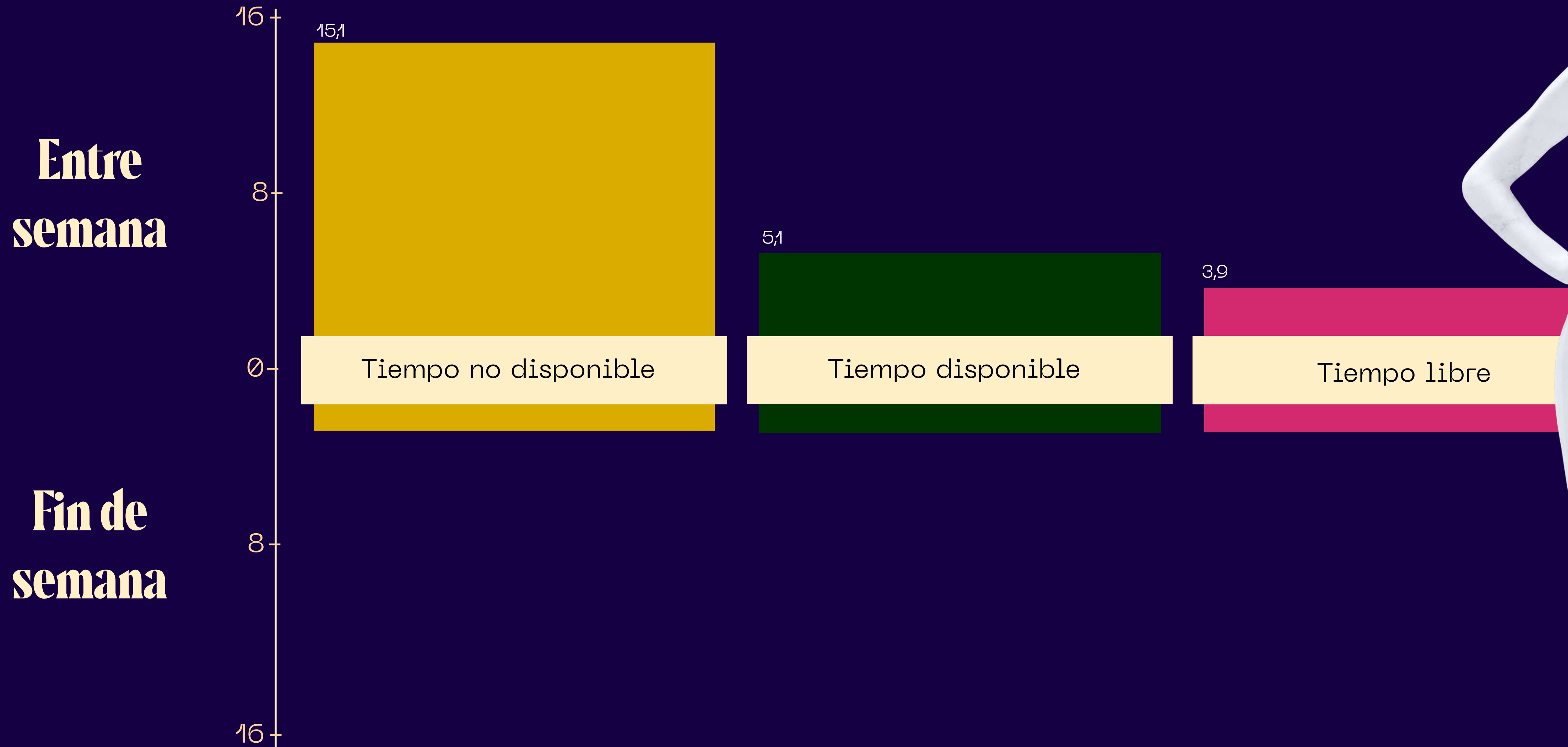
**Entre
semana**



**Fin de
semana**



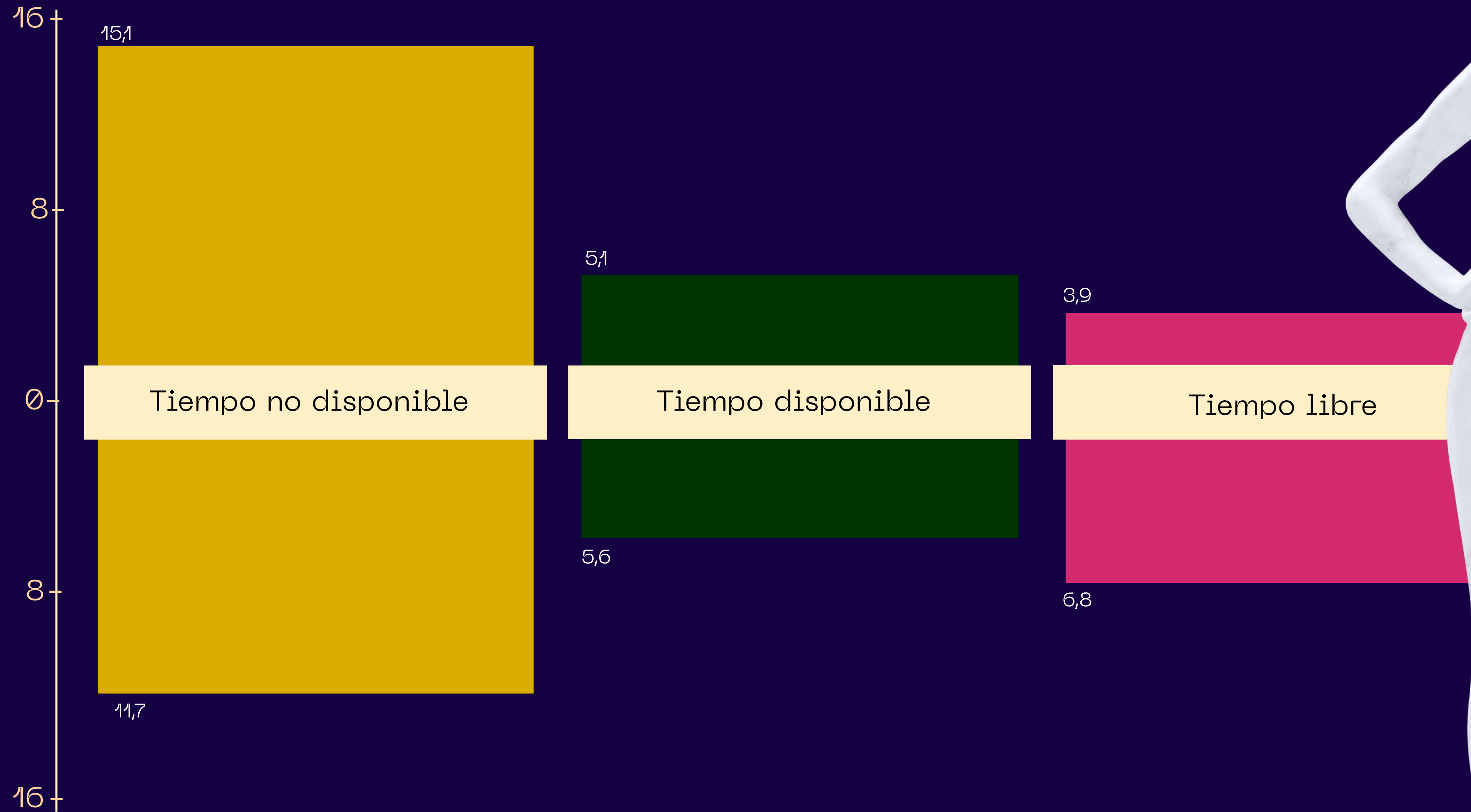
La Era del Entretenimiento



La Era del Entretenimiento

Entre semana

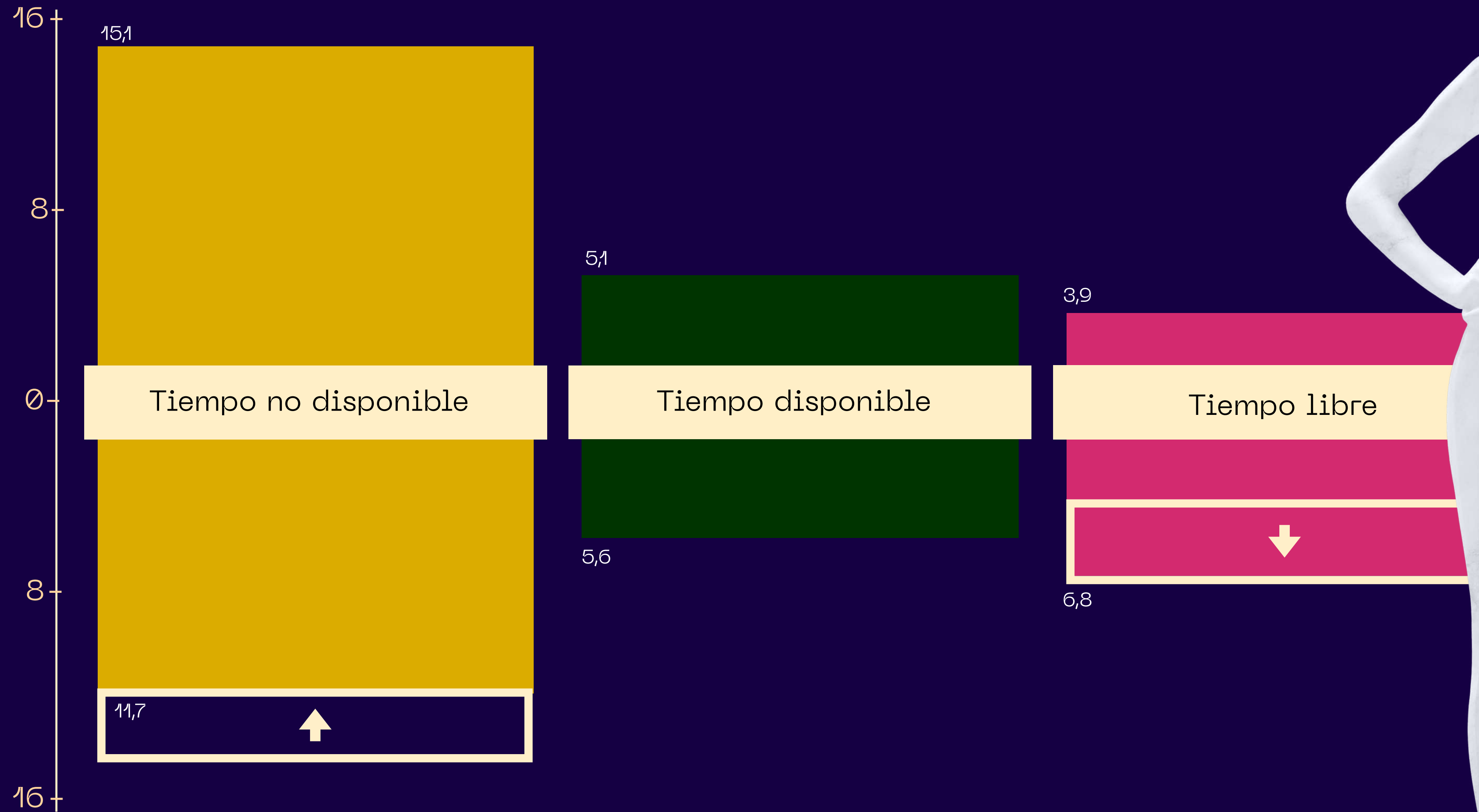
Fin de semana



La Era del Entretenimiento

Entre semana

Fin de semana



Idealmente

+15% en tiempo libre



FELICIDAD



ENTRETENIMIENTO FELICIDAD

ENTRETENIMIENTO FELICIDAD

LAS EMOCIONES INTENSAS VINCULADAS CON LA FELICIDAD CONSOLIDAN MEJOR LOS RECUERDOS, LOS CONCEPTOS Y NOS HACEN RECORDAR DE MANERA MÁS CLARA LAS DISTINTAS SITUACIONES.

**PRODUCTOS
SERVICIOS**

**IDEAS
EMOCIONES**

**PERTENENCIA
COMUNIDAD**

**FORMA DE
PENSAR**

La Era del Entretenimiento



La Era del Entretenimiento

**INSTITUTO INDEPENDIENTE:
EL DEPARTAMENTO**

**PANEL DIGITAL
1000 ENTREVISTAS
16-65 AÑOS**

**REPRESENTATIVIDAD
SOCIODEMOGRÁFICA**

**El sol y la luna, el yin y el
yang, el blanco y el negro,
el mar y la tierra**

UN OCIO

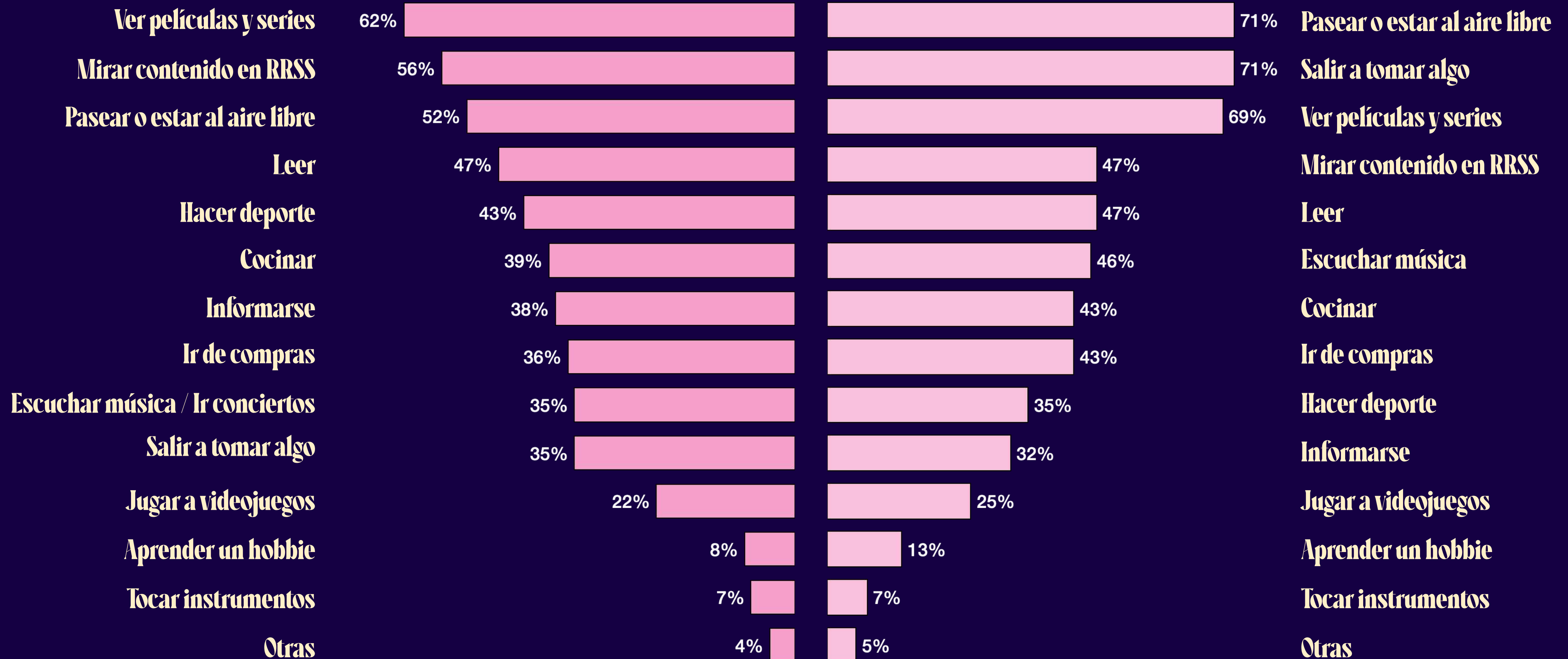
“PARTIDO” EN DOS

OCIO EN ESPAÑA

POBLACIÓN 18-65

Entre semana

Fin de semana



OCIO EN ESPAÑA

POBLACIÓN 18-65

Entre semana Fin de semana

Ver películas y series

62%

71%

Pasear o estar al aire libre

TODOS

Ver películas y series

Pasear o estar al aire libre

Aprender un hobby

Tocar instrumentos

Salir a tomar algo

16-24

25-34

35-44

45-54

55-65

Escuchar música / Ir a conciertos

Mirar contenido en RRSS

Jugar a videojuegos

Hacer deporte

Escuchar música / Ir a conciertos

Mirar contenido en RRSS

Jugar a videojuegos

Hacer deporte

Informarse

Hacer deporte

Leer

Cocinar

Ir de compras

Informarse

Leer

Cocinar

Ir de compras

Tocar instrumentos

Otras

7%



7%



4%



5%



Tocar instrumentos

Otras

**La Era del
Entretenimiento**

FOOD

TECNOLOGIA VIAJES

BIENESTAR GAMING DEPORTE

MOVIES LIFESTYLE

MUSICA

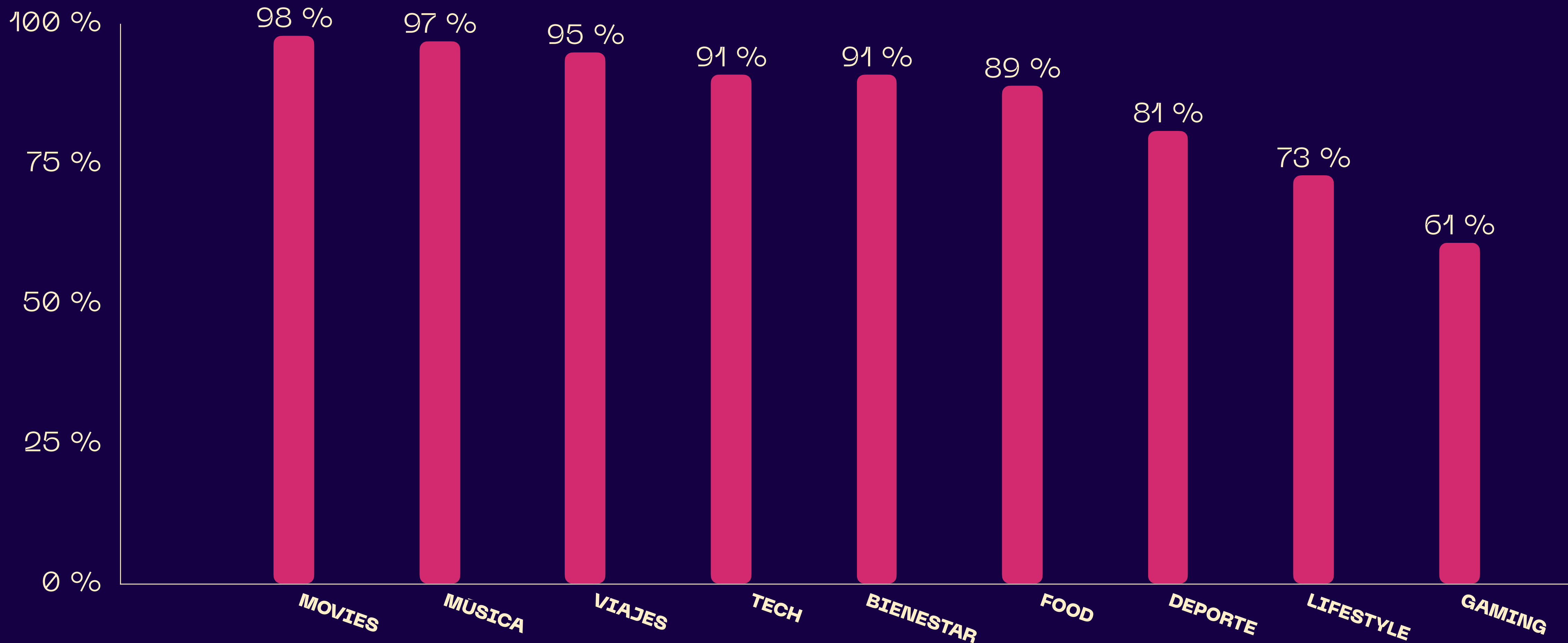
webedia/.

**3 territorios para
gobernarlos a todos (a no
ser que alguien diga lo
contrario)**

territorios y TERRITORIOS

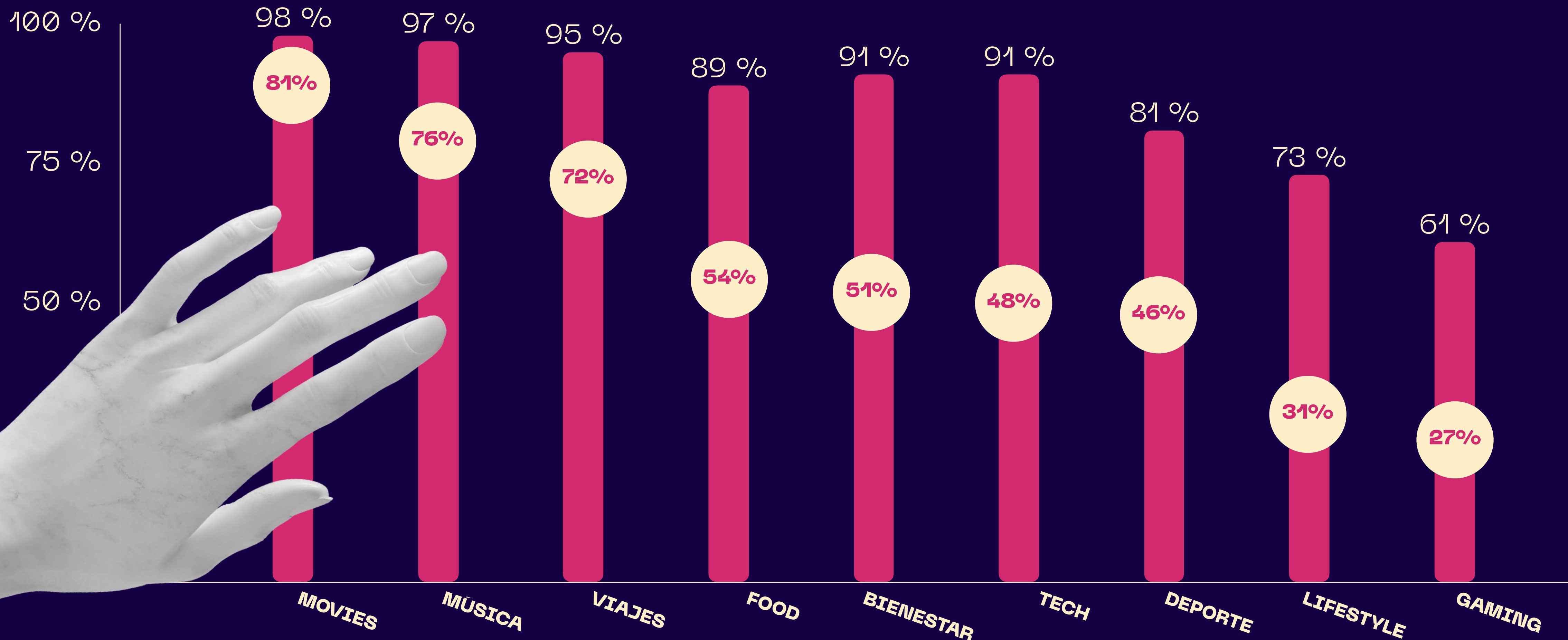
AUDIENCIAS

% POBLACIÓN 18-65 QUE AFIRMA QUE LE GUSTA EL TERRITORIO



AUDIENCIAS VS FANS

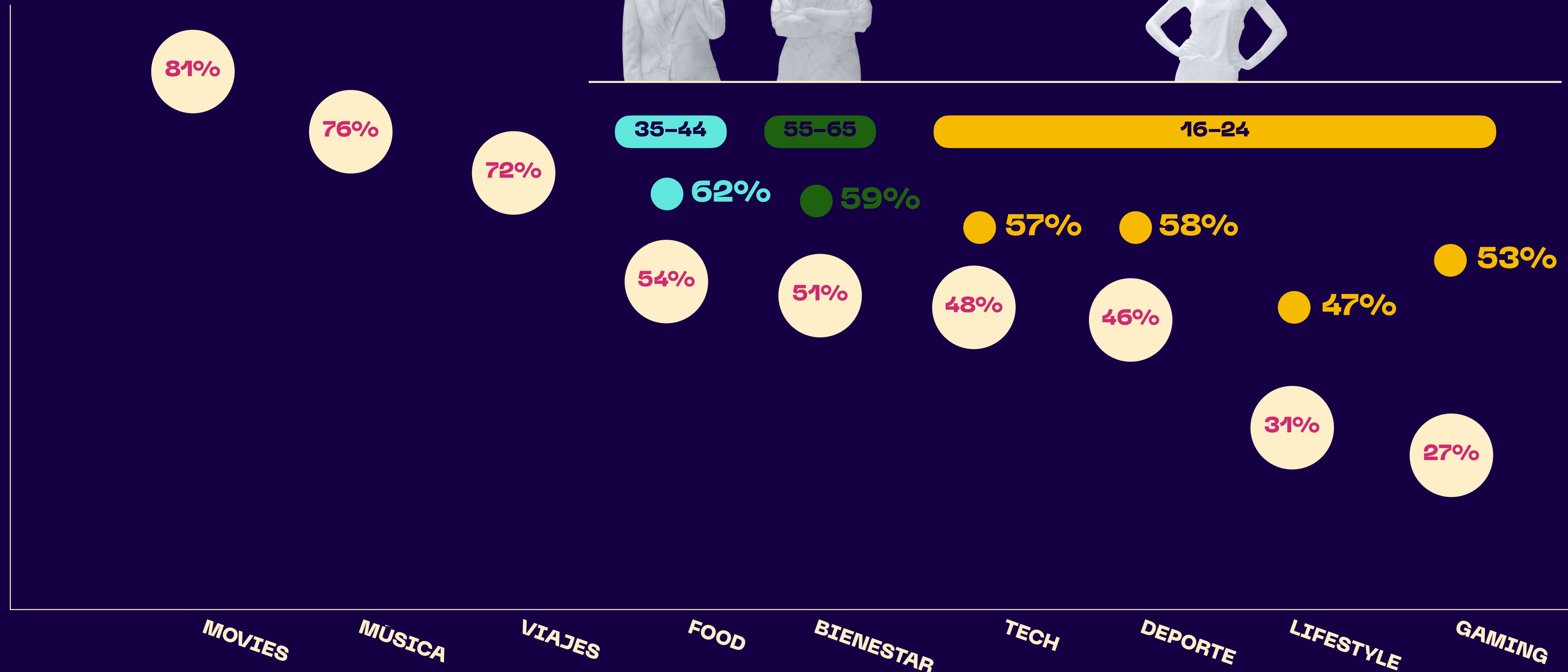
% POBLACIÓN 18-65 QUE AFIRMA SER FAN DEL TERRITORIO



AUDIENCIAS VS FANS

% POBLACIÓN 18-65 QUE AFIRMA SER FAN DEL TERRITORIO

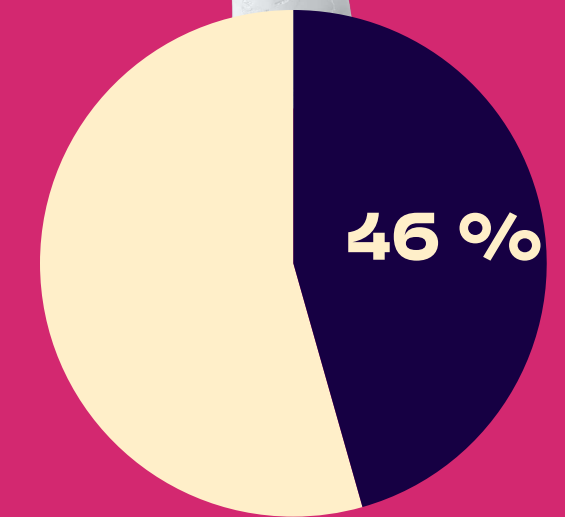
TARGET



COSTA CRUCEROS



FOOD



**7,8 MM fans en
Webedia**

RANKINGS TERRITORIOS

VALORACIÓN FAN

★	8,8	_____	MUSICA
★	8,3	_____	BIENESTAR
★	8,1	_____	MOVIES
★	8,1	_____	VIAJES
★	8,2	_____	FOOD
★	8,0	_____	TECH
★	7,5	_____	DEPORTE
★	7,1	_____	GAMING
	5,8	_____	LIFESTYLE



RANKINGS TERRITORIOS

CRECIMIENTO VALORACIÓN

GAMING



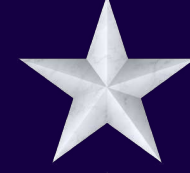
197



BIENESTAR



166



VIAJES



162



TECH



160



FOOD



154



DEPORTE



147

LIFESTYLE



145

MOVIES



144

MUSICA



135



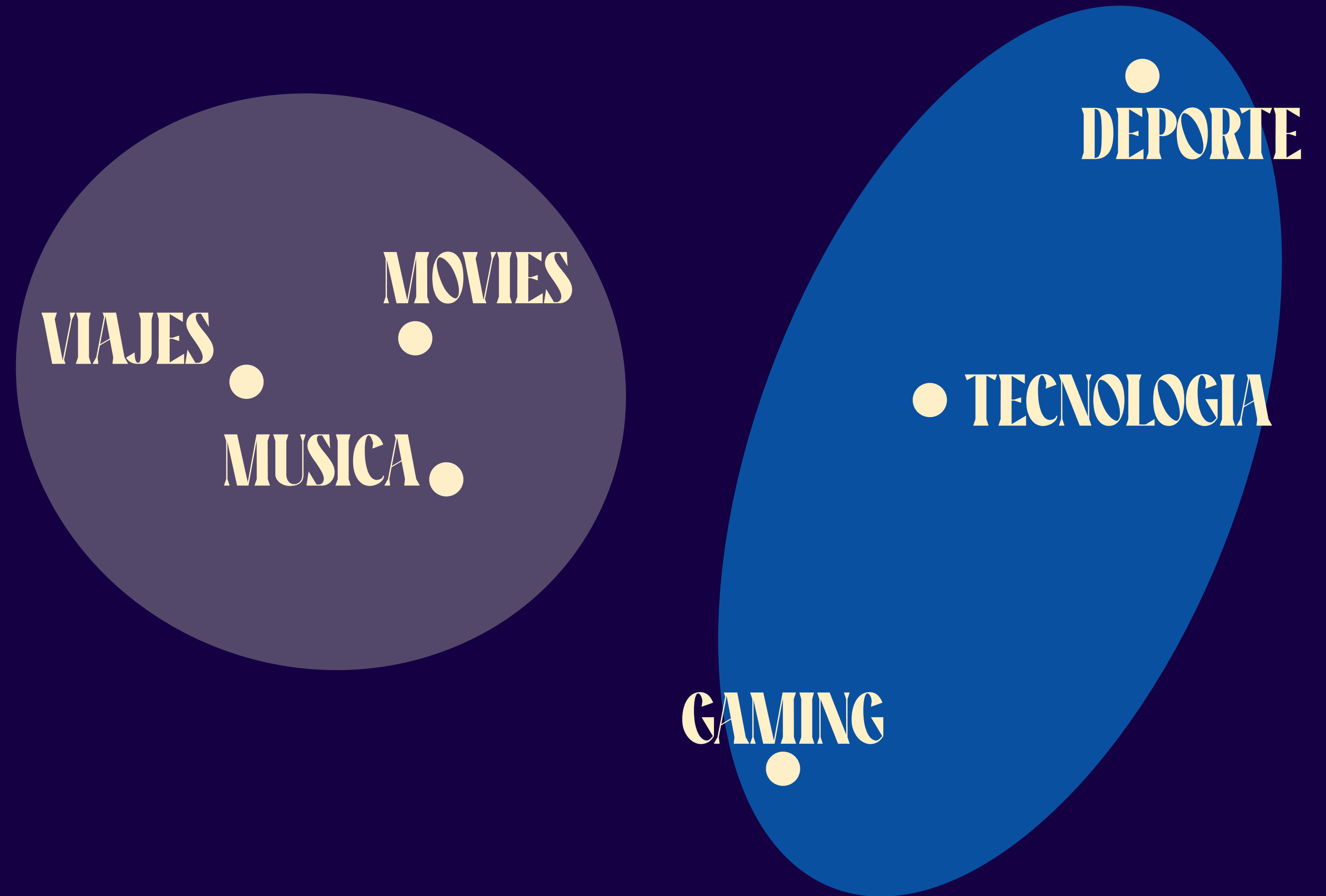
**Para que elegir uno,
cuando puedes elegir dos**

TERRITORIOS COMPLEMENTARIOS

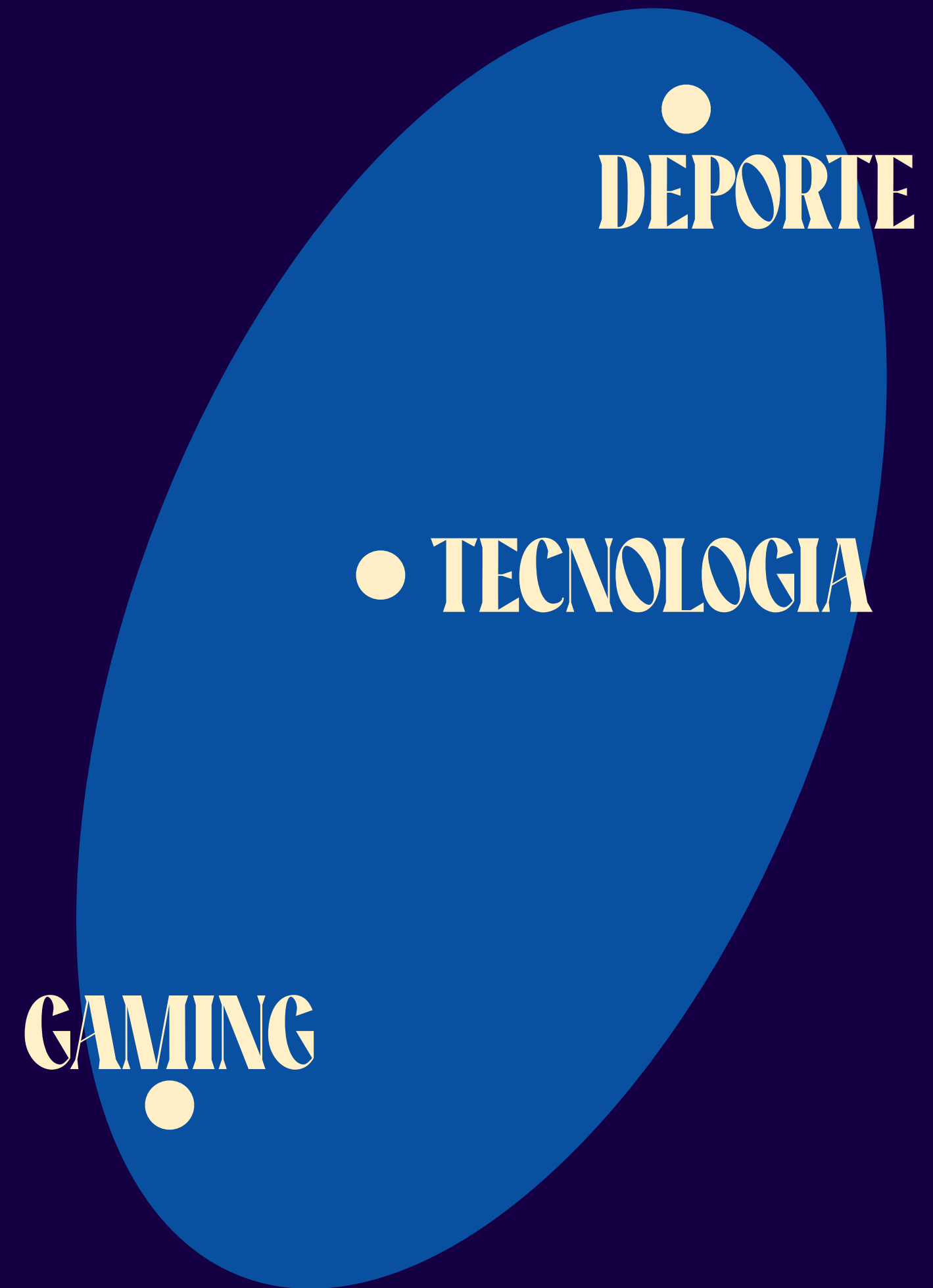
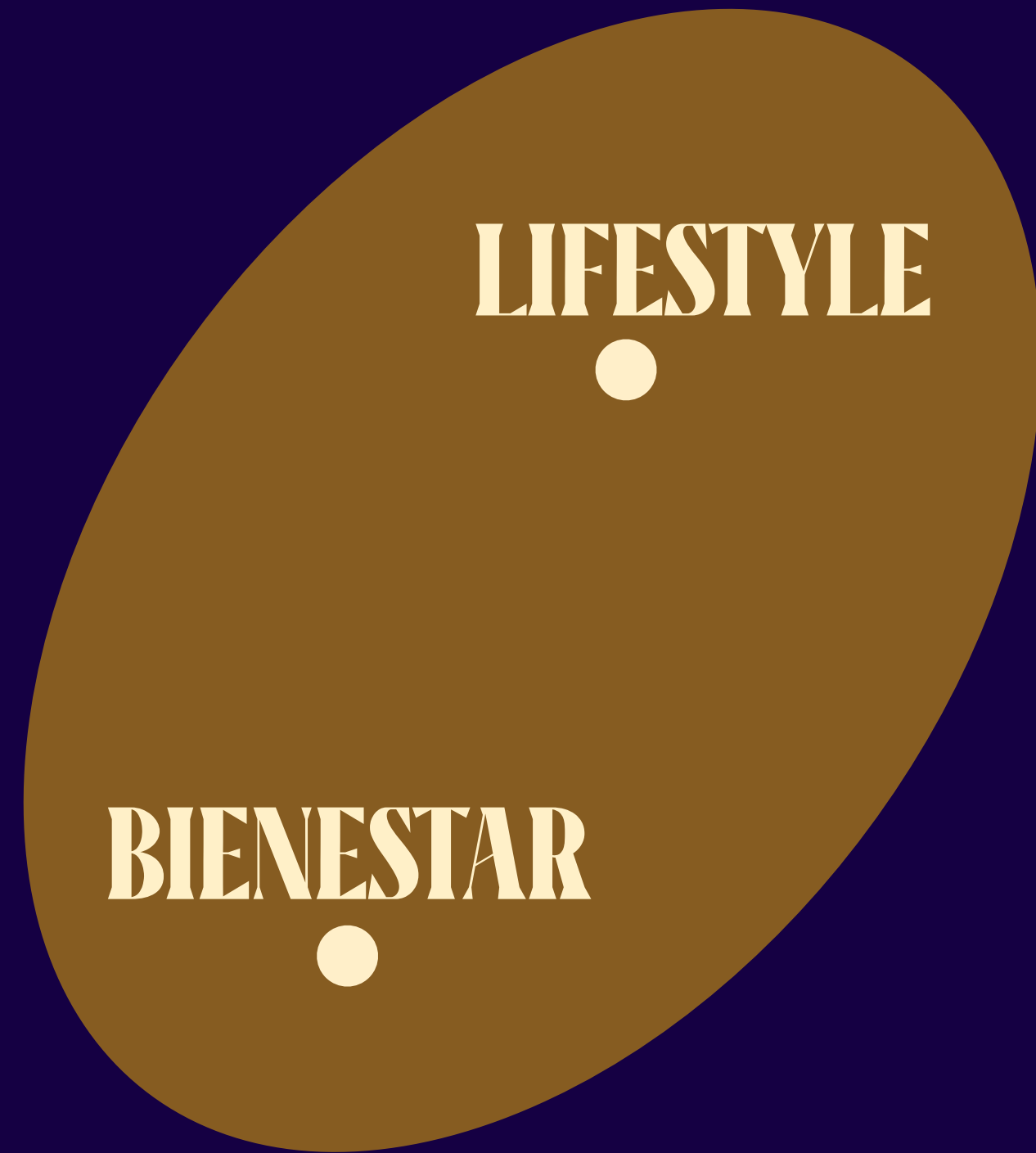
TERRITORIOS COMPLEMENTARIOS



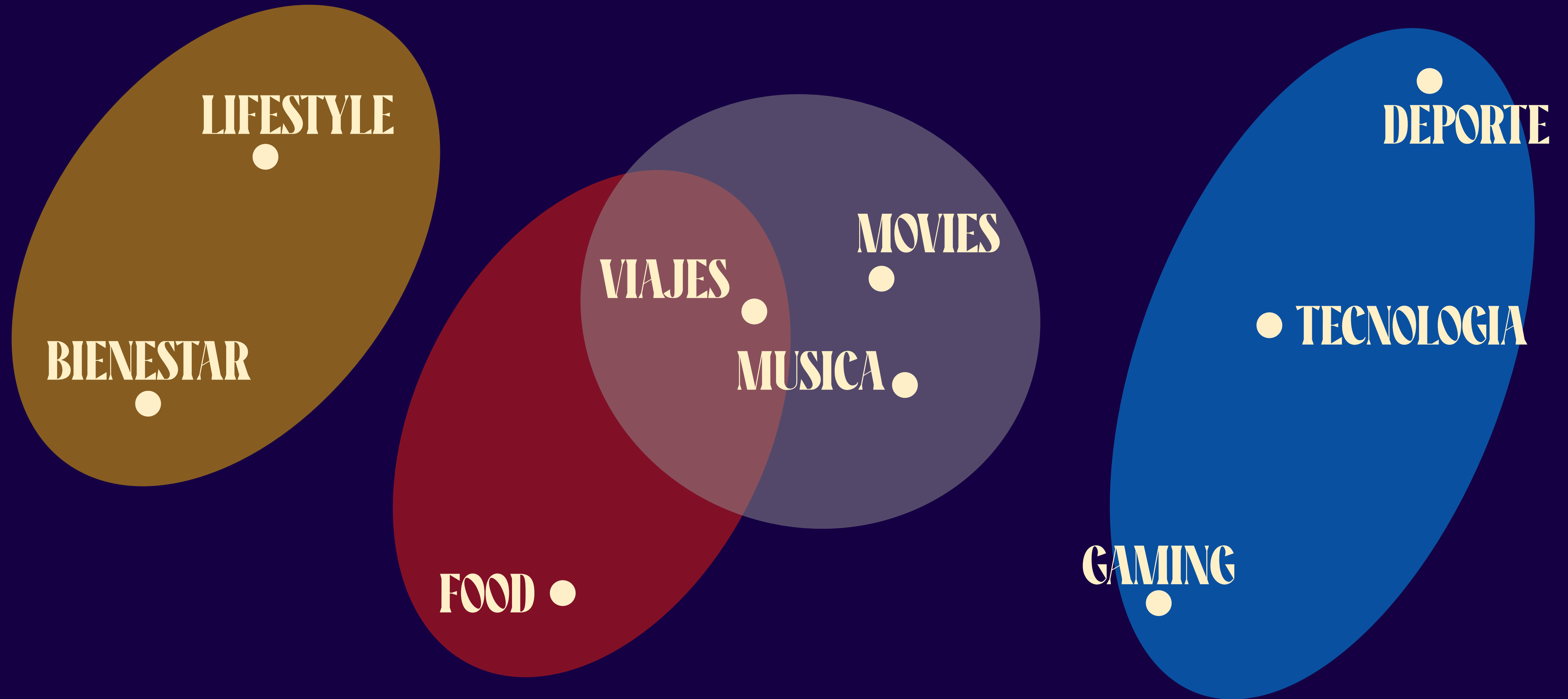
TERRITORIOS COMPLEMENTARIOS



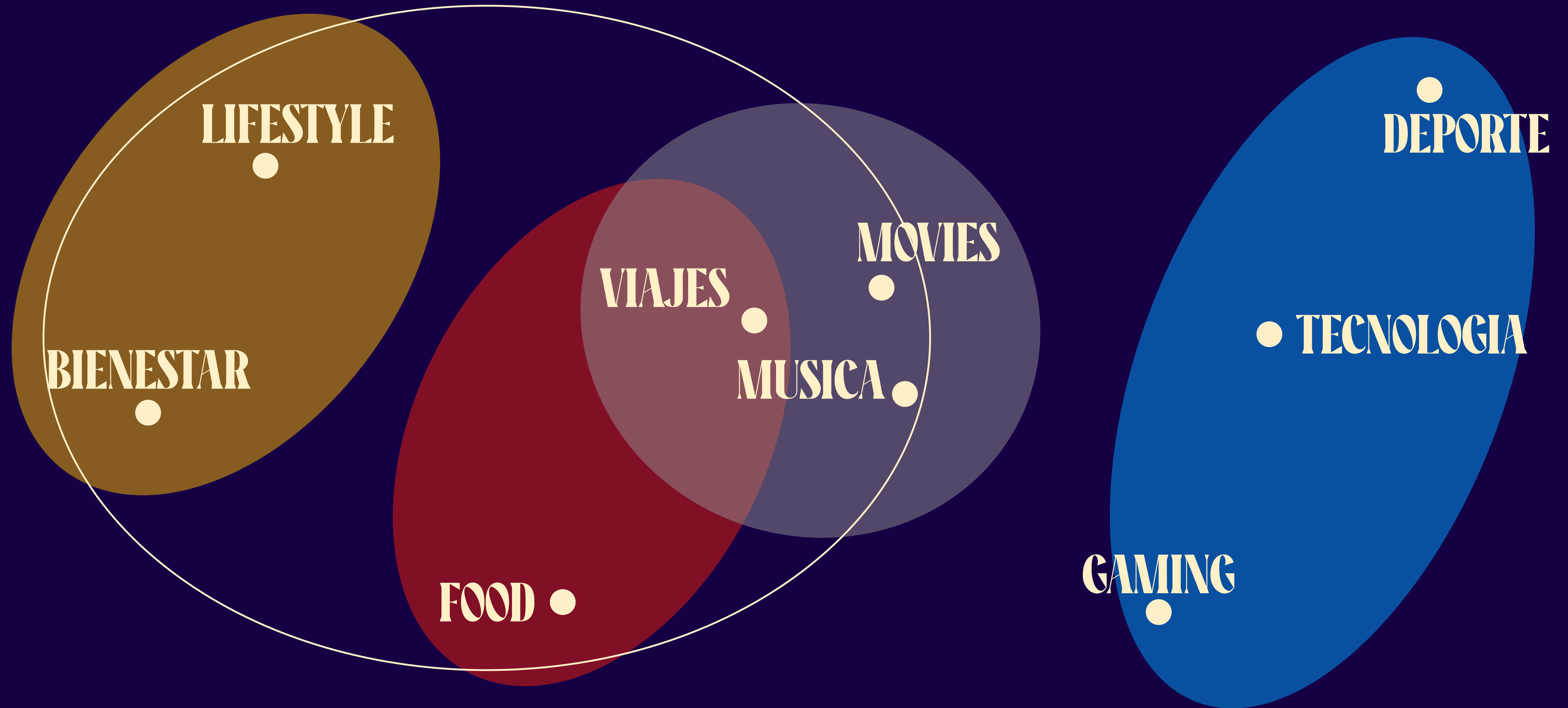
TERRITORIOS COMPLEMENTARIOS



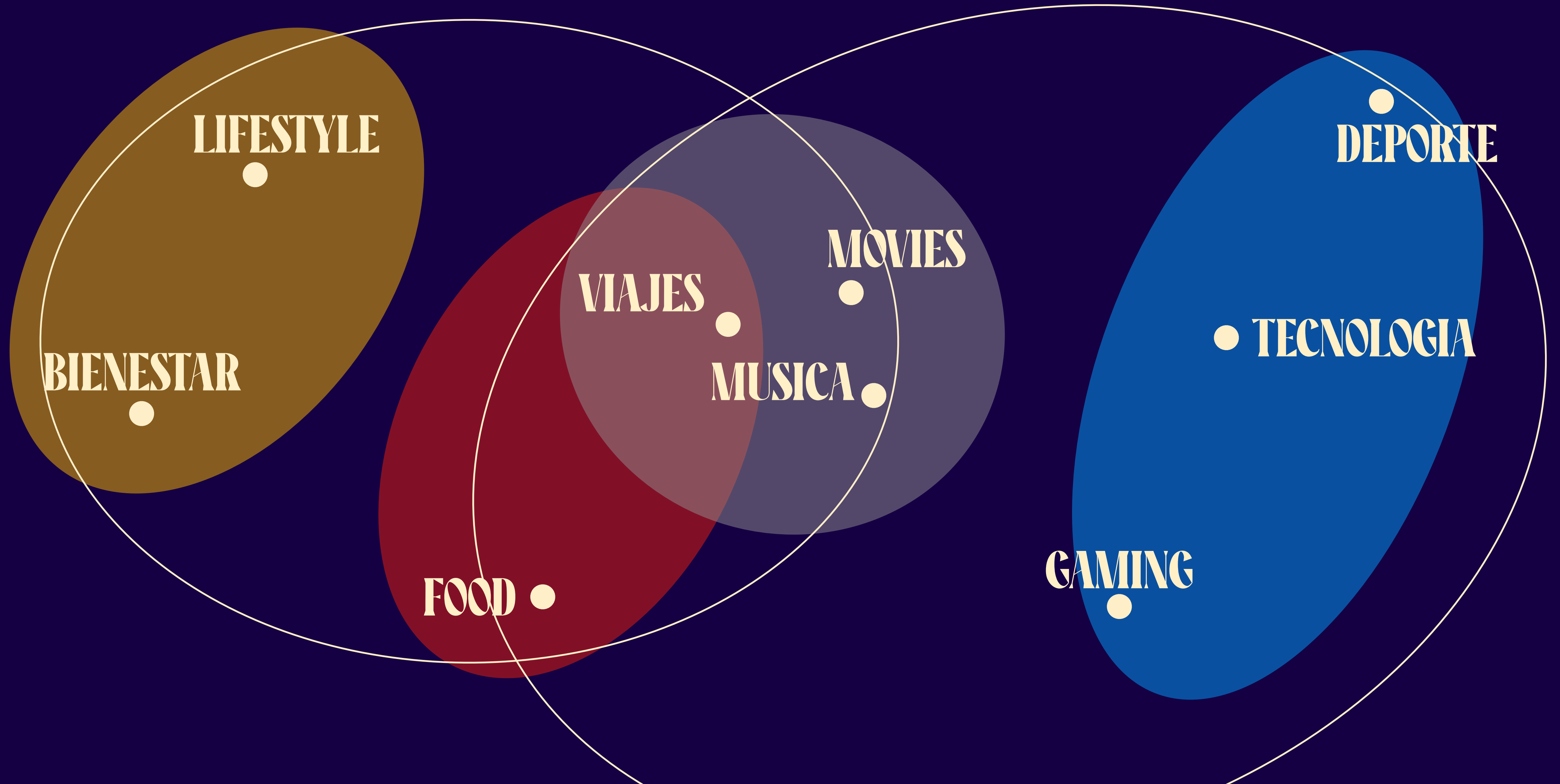
TERRITORIOS COMPLEMENTARIOS



TERRITORIOS COMPLEMENTARIOS



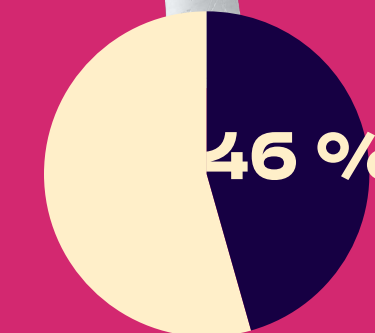
TERRITORIOS COMPLEMENTARIOS



THE GAMING FAMILY

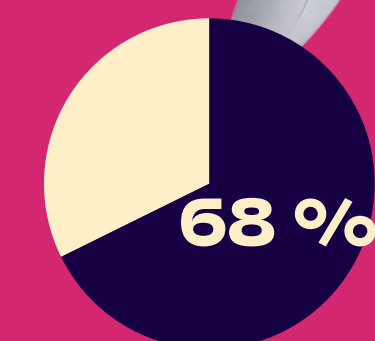


FOOD



7,8 MM fans en
Webedia

GAMING



5,7 MM fans en
Webedia

**Más tiempo
consumiendo contenido
de viajes que viajando**

TERRITORIOS DIGITALIZADOS

La Era del Entretenimiento

Jóvenes entre 16-24 años afirman que dedican cada vez más tiempo libre al mundo digital

7/10

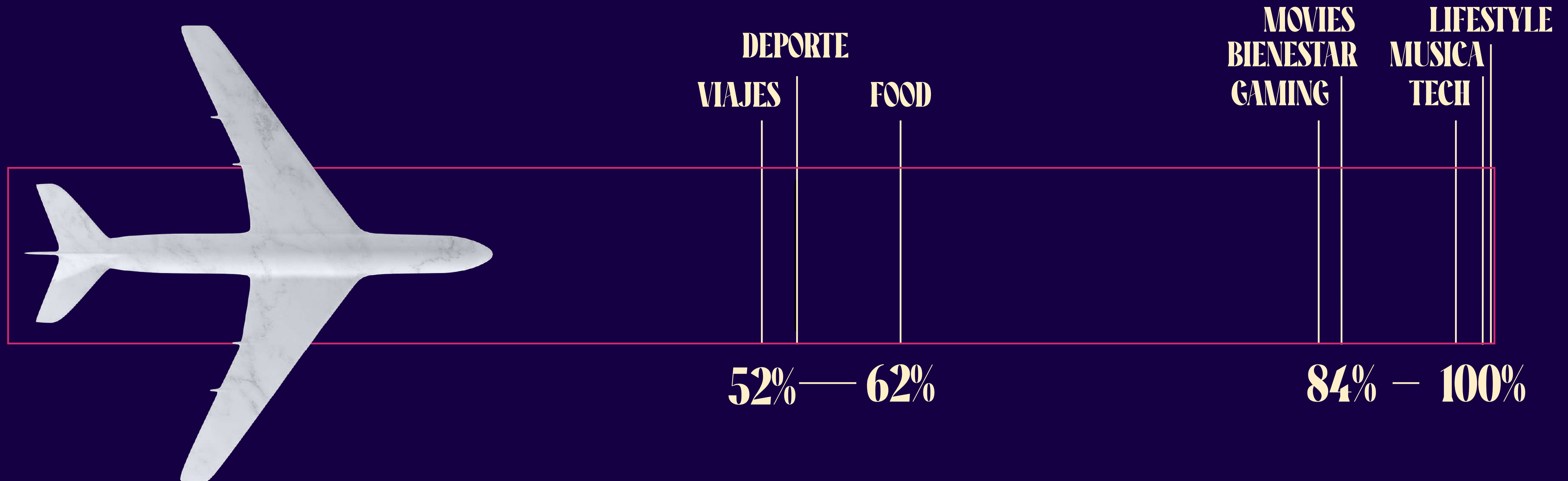


5/10

Espanoles entre 16-64 años afirman que dedican cada vez más tiempo libre al mundo digital

La Era del Entretenimiento

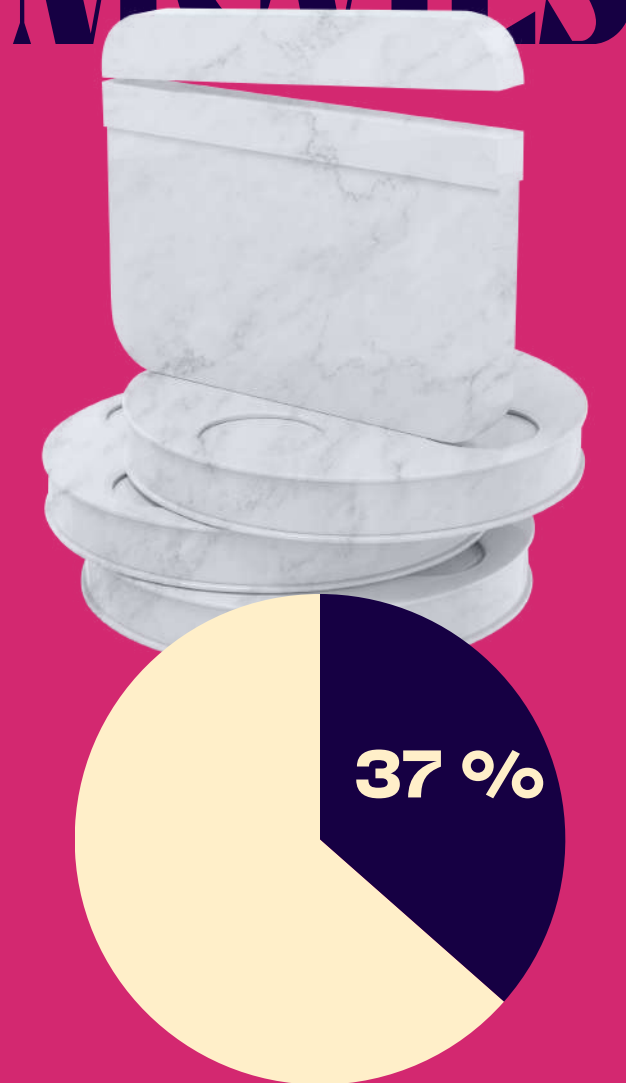
% FANS QUE CONSUMEN EL TERRITORIO DE FORMA DIGITAL



HBO

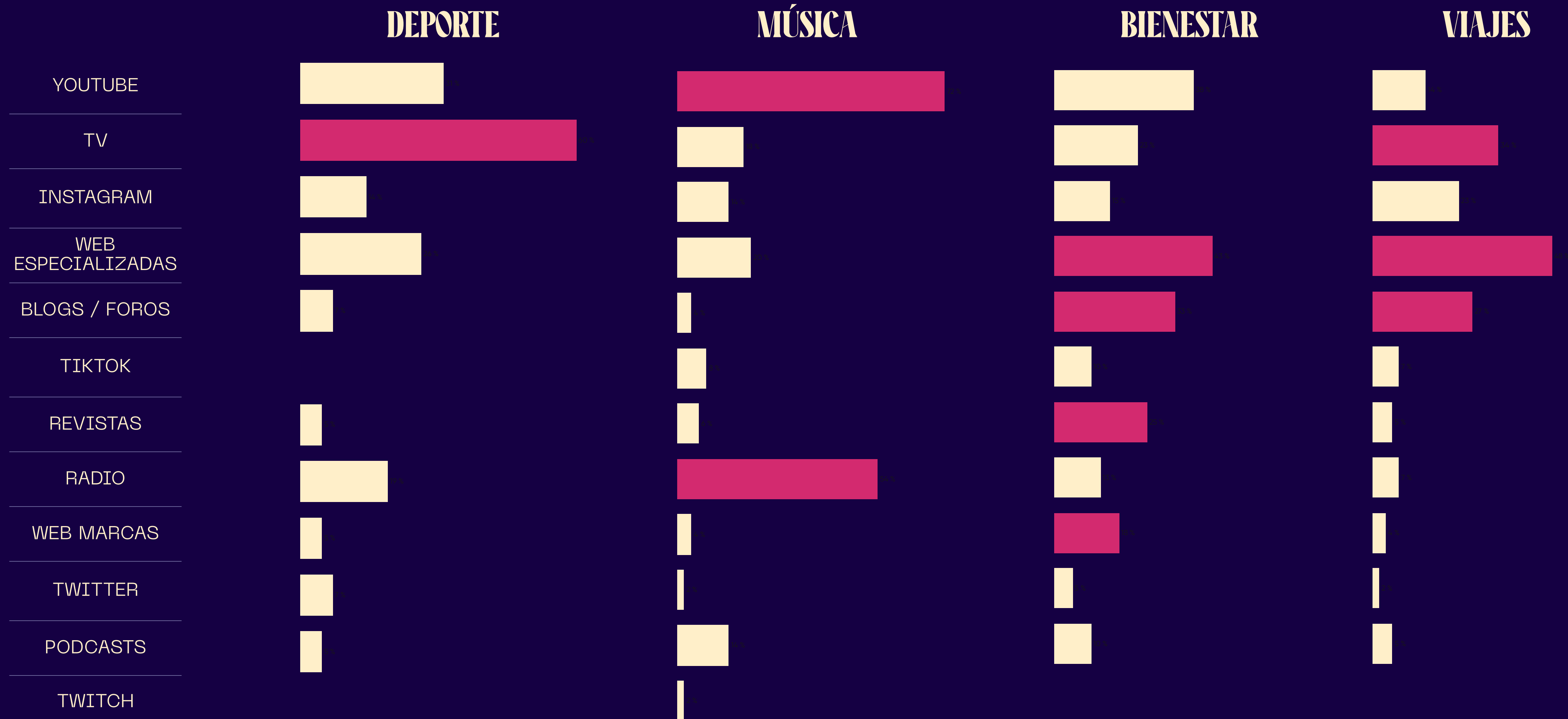


MOVIES



9,5 MM fans en
Webedia

PUNTOS DE CONTACTO



PUNTOS DE CONTACTO



HONOR



TECH



**9,1 MM fans en
Webedia**

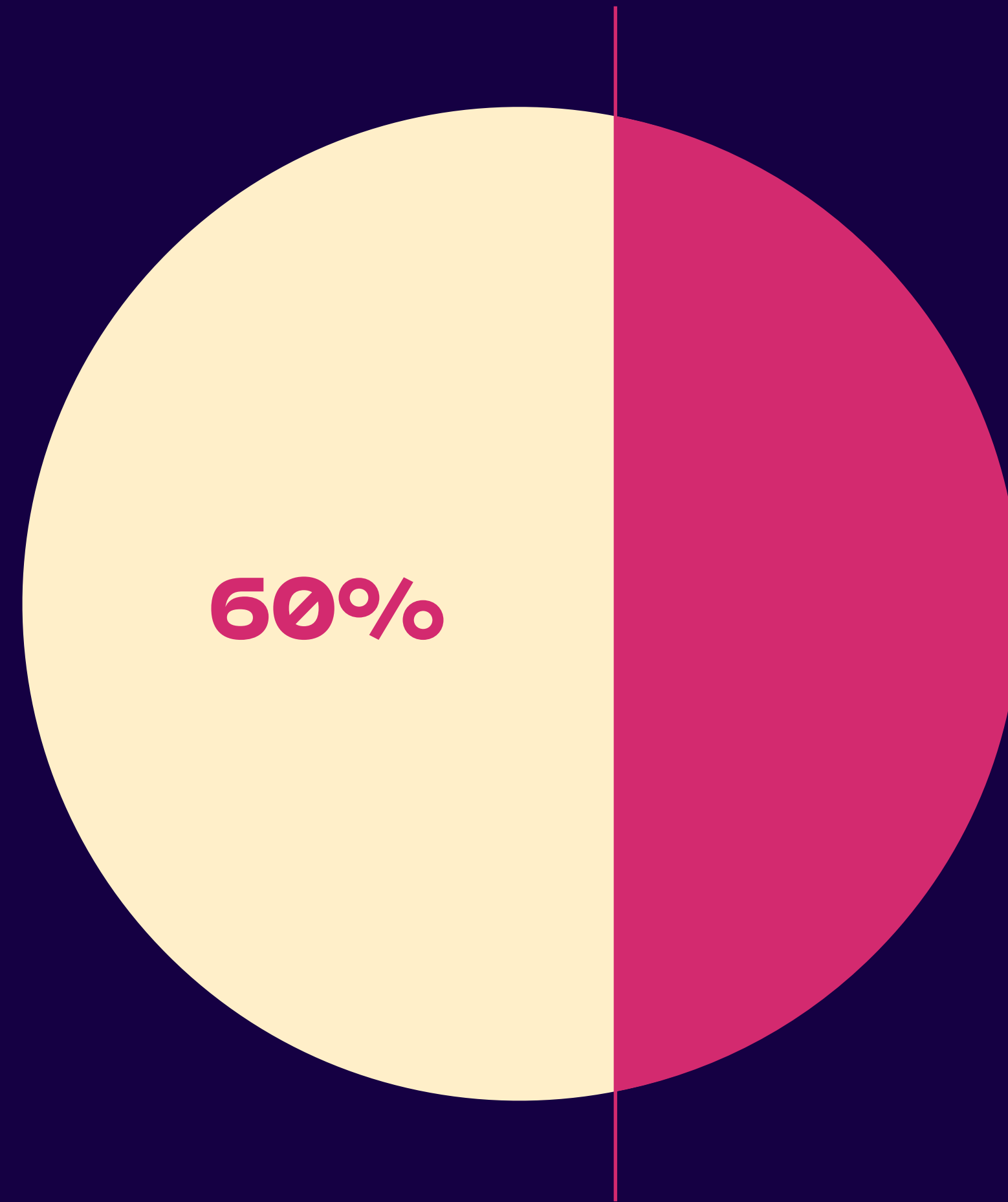
**Cuando la necesidad se
convierte en obligación**

MARCAS Y TERRITORIOS

La Era del Entretenimiento

%PERSONAS QUE PREFIEREN QUE LAS MARCAS LES IMPACTEN EN:

ENTRETENIMIENTO



TIEMPO DISPONIBLE

La Era del Entretenimiento

**IMPORTANCIA DE LAS
MARCAS EN TU OCIO**

TOTAL POB

PROYECTOS O
INICIATIVAS

CONTENIDOS O
ESPACIOS
PATROCINADOS

ANUNCIOS
CONVENCIONALES

76%

58%

57%

La Era del Entretenimiento

IMPORTANCIA DE LAS MARCAS EN TU OCIO

TOTAL POB

GEN Z

PROYECTOS O INICIATIVAS

CONTENIDOS O ESPACIOS PATROCINADOS

ANUNCIOS CONVENCIONALES

76%

58%

57%

+19 puntos

+23 puntos

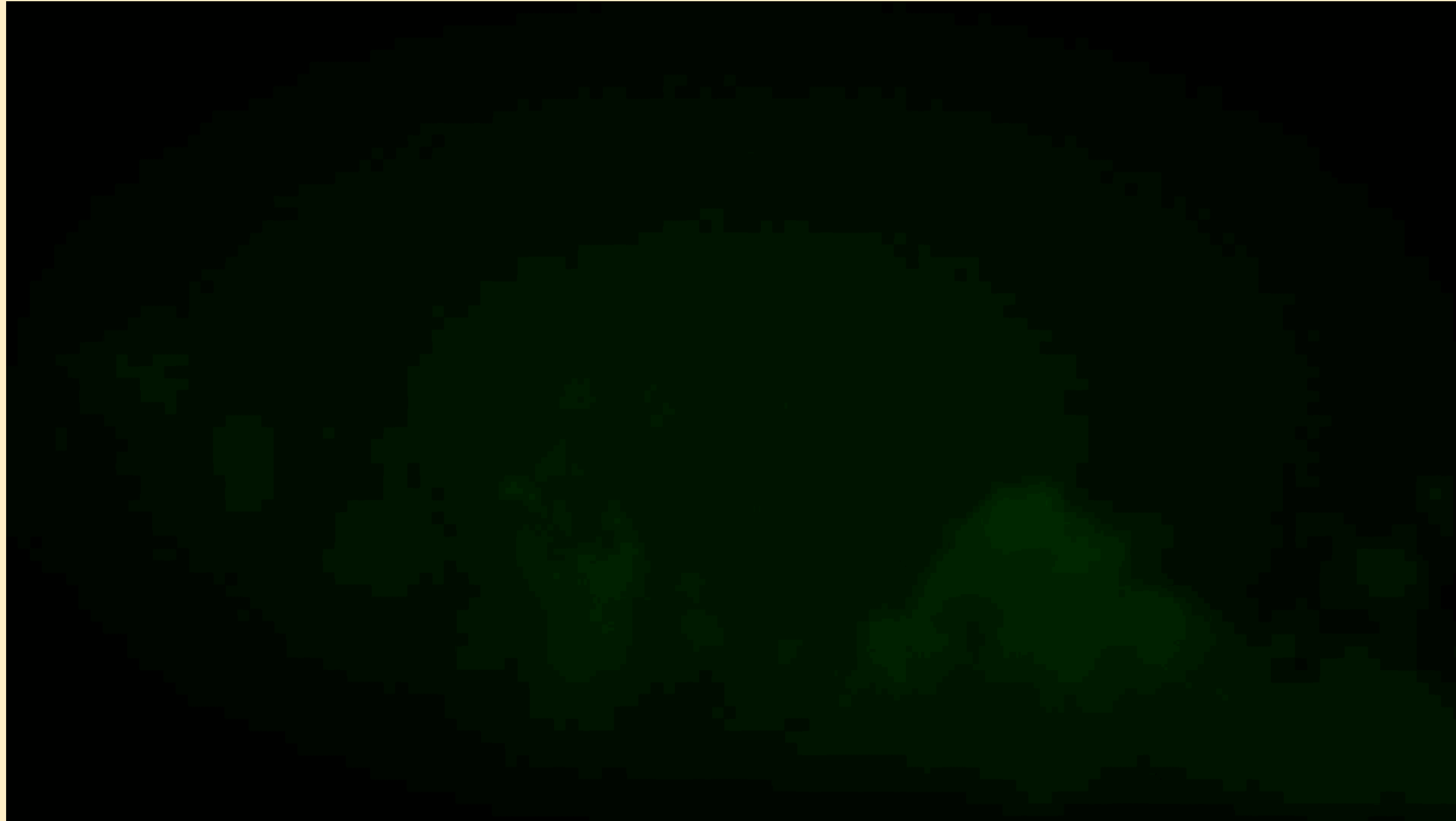
+21 puntos

95%

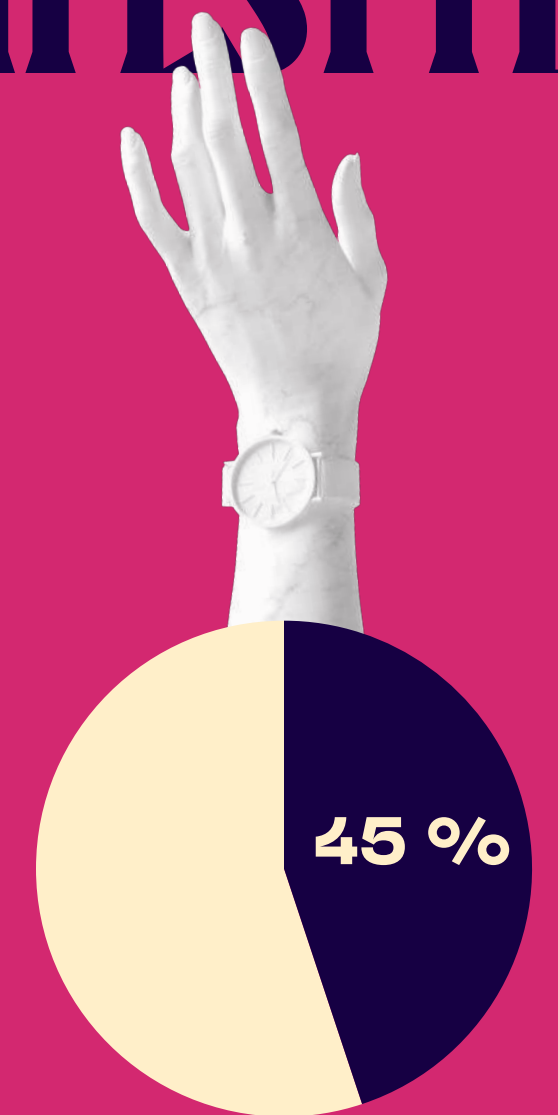
81%

78%

JÄGGERMEISTER



LIFESTYLE



**4,3 MM fans en
Webedia**

NECESIDADES TERRITORIO



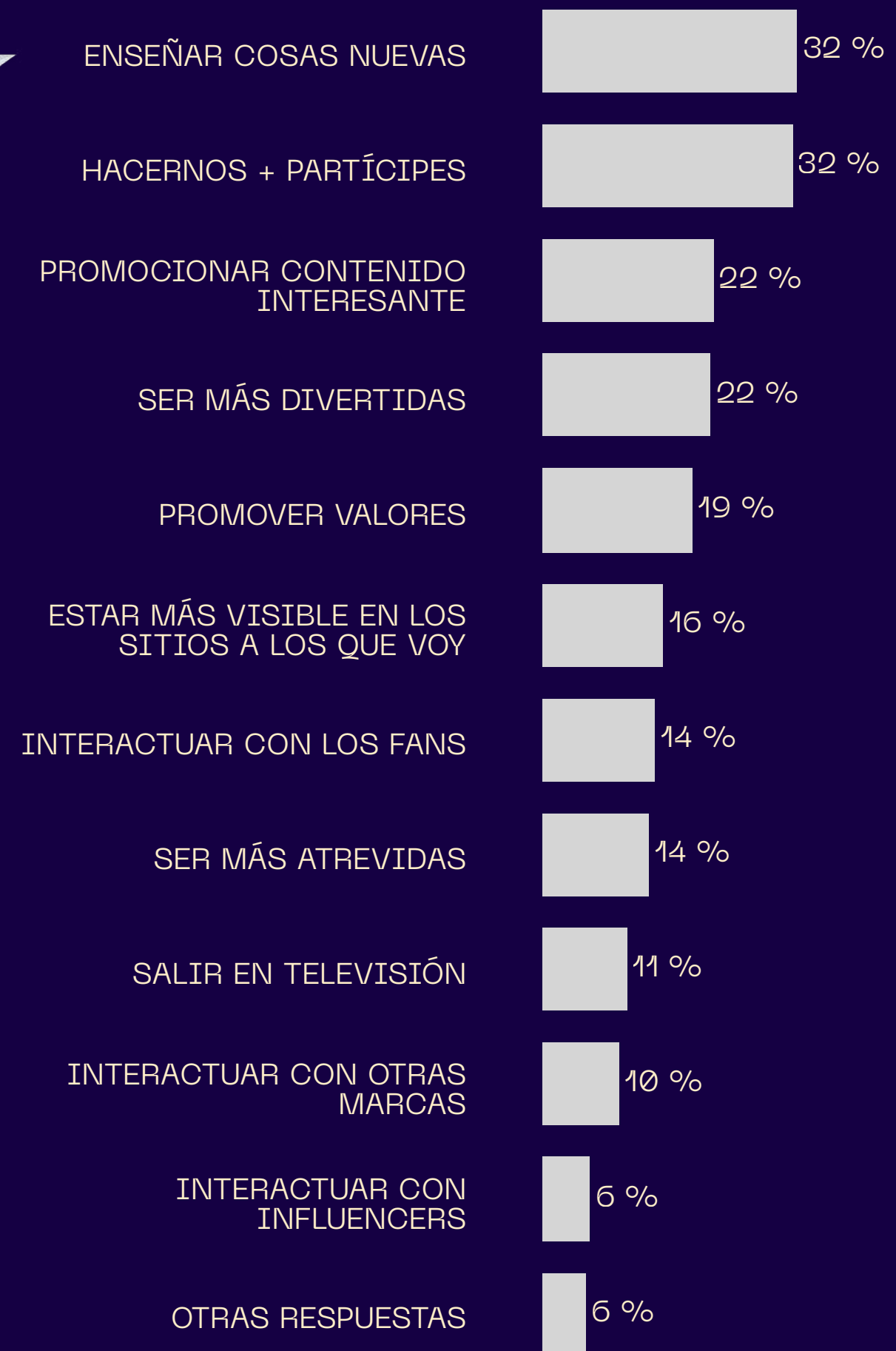
PROMEDIO TOTAL TERRITORIOS



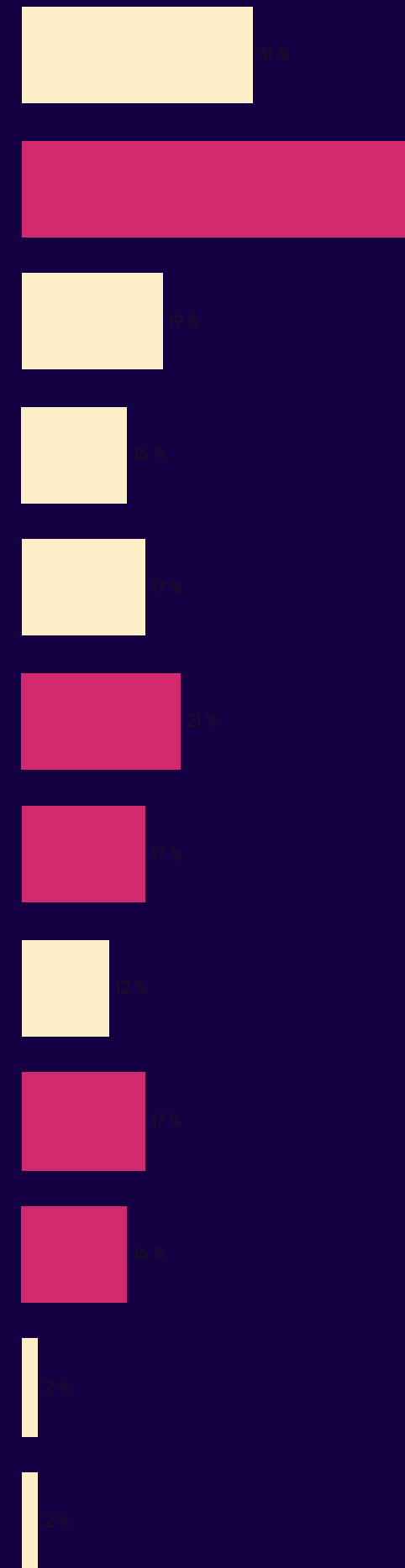
NECESIDADES TERRITORIO



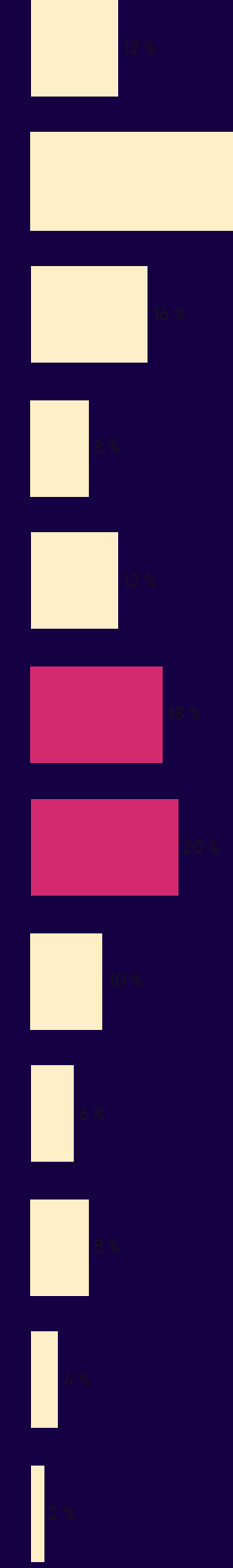
PROMEDIO TOTAL TERRITORIOS



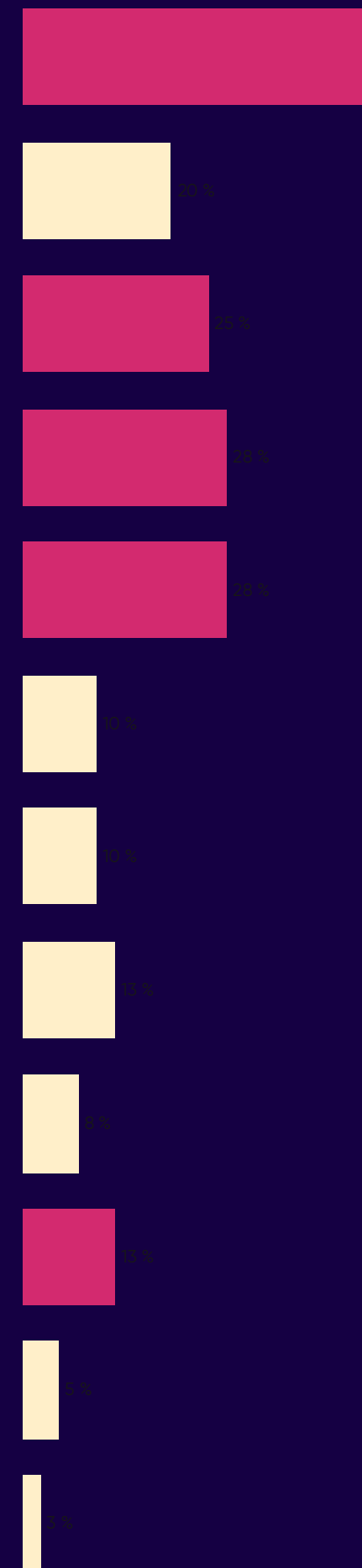
DEPORTES



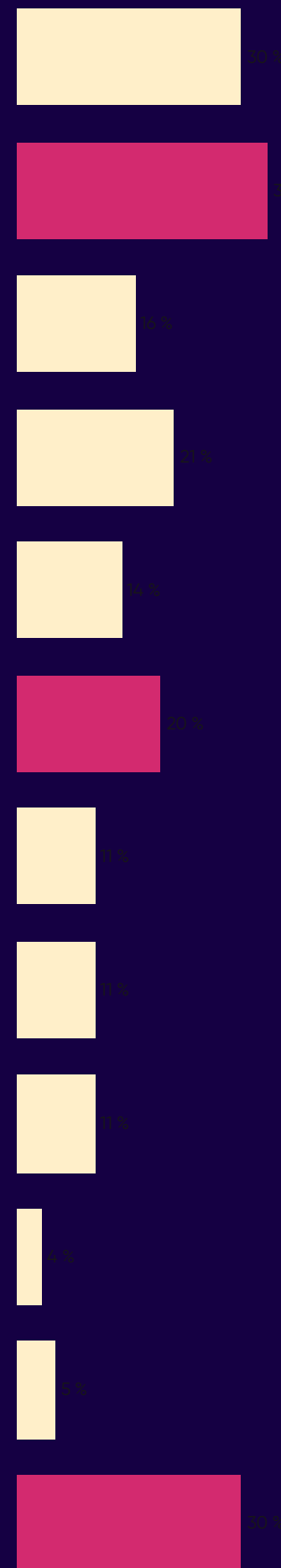
MÚSICA



BIENESTAR



VIAJES



NECESIDADES TERRITORIO



PROMEDIO TOTAL TERRITORIOS

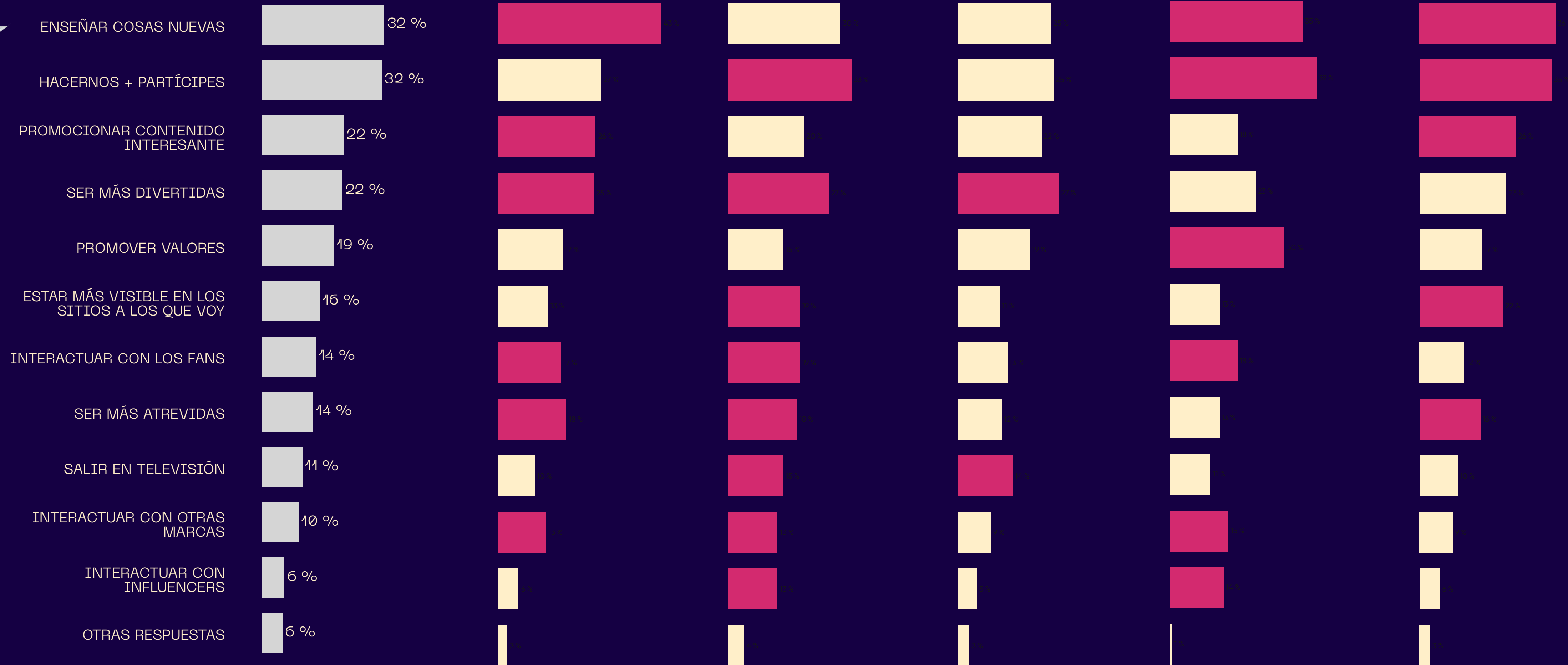
TECH

GAMING

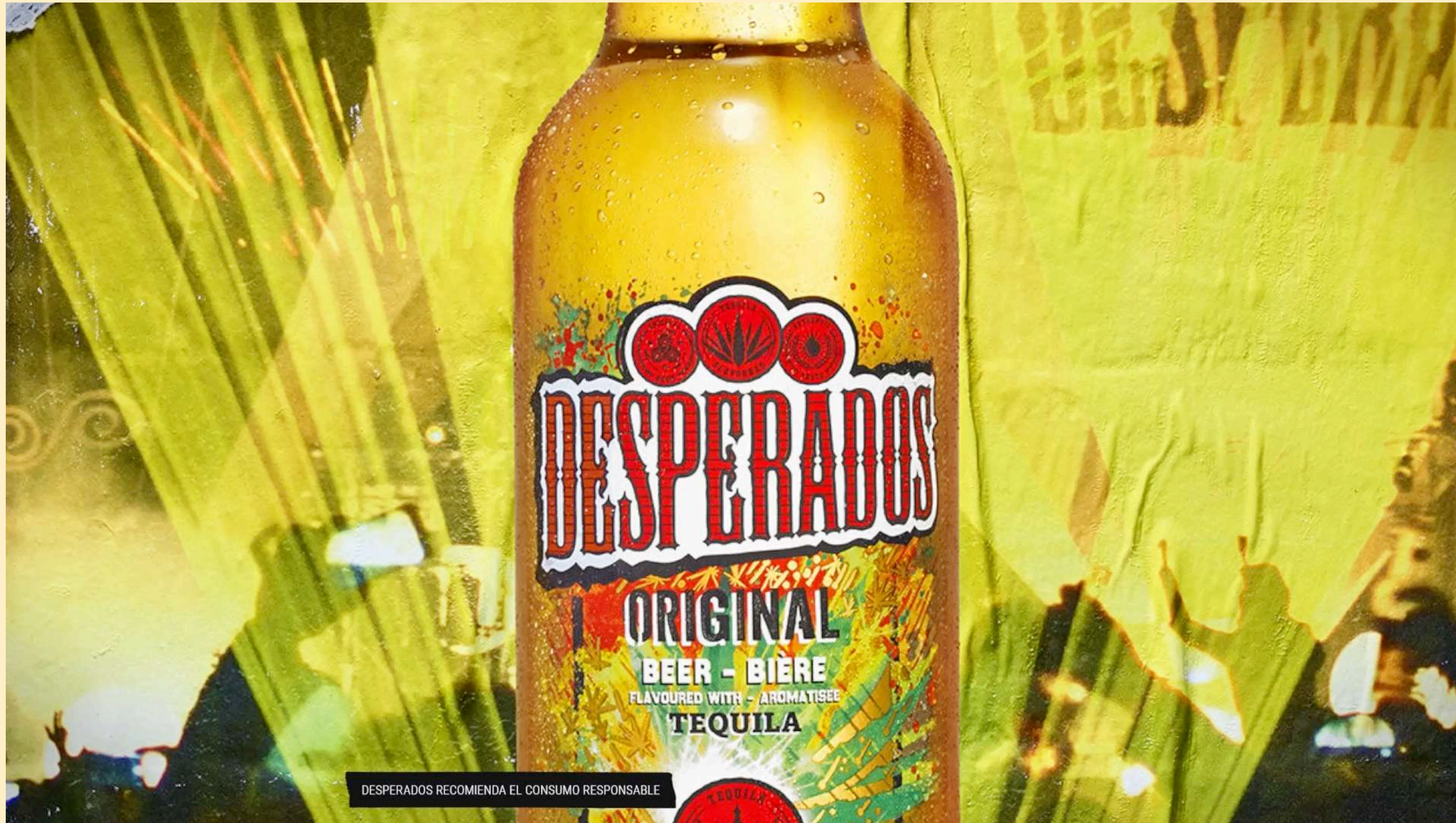
MOVIES

LIFESTYLE

FOOD

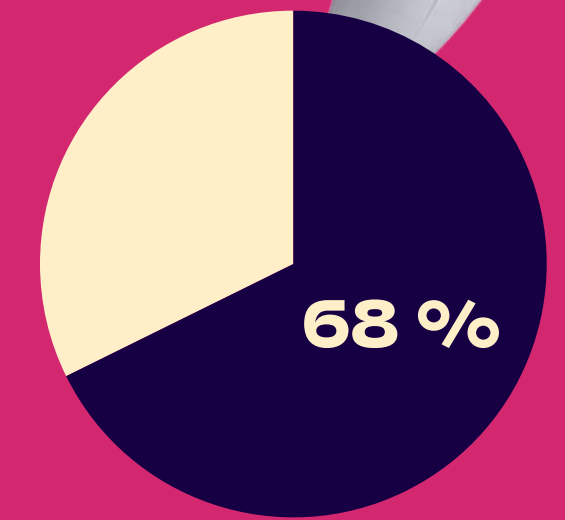


DESPERADOS



DESPERADOS RECOMIENDA EL CONSUMO RESPONSABLE

GAMING



5,7 MM fans en Webedia

La Era del Entretenimiento



2/10

SÓLO 2 DE CADA 10 PERSONAS, AFIRMAN QUE
LAS MARCAS ESTÁN CONSTRUYENDO BIEN LOS
TERRITORIOS



ENTRETENIMIENTO

ALTA RECIPTIVIDAD

(del público en general)

NECESIDAD

(nuevas generaciones)

POTENCIAL DE CRECIMIENTO

(marcas para vincularse a momentos felices de las personas)

ESPACIO CLAVE

(productos, servicios, ideas, comunidad, propósitos)

**HAGAMOS DISFRUTAR MÁS
Y DE MEJOR MANERA,
EL ENTRETENIMIENTO DE LA
GENTE**



Gracias

