

Ymedia Vizeum lanza la nueva versión 2018 del mapa interactivo de medios

Ya se ha publicado la edición 2018 del Mapa de Medios de Comunicación en España que edita Ymedia Vizeum. Junto con la edición en papel, ya está también disponible una aplicación de gratuita en la que los internautas pueden moverse a través del panorama español de medios. Junto al entramado de grandes compañías de comunicación, se recogen los principales desarrollos de los grupos de comunicación que operan en España y la información sobre facturación de las sociedades holding y de sus filiales

Rafael Urbano, director general de Ymedia Vizeum, ha recordado durante la presentación de este documento que “no podríamos poner en contacto a las marcas con los consumidores sin los medios de comunicación, y al mismo tiempo, hay pocos medios que puedan subsistir sin inversión publicitaria. Es importante que todos lo recordemos y que los usuarios lo entiendan. El Mapa de Medios (<http://www.ymedia.es/es/mapa-de-medios>) es nuestra apuesta por defender el valor de los medios, mostrar su complejidad y que se entienda mejor también la labor que cumplimos las agencias. No es fácil moverse en este entramado si no te apoyas en alguien que lo entienda”.

Por su parte, Ramón Alonso, director general de la Asociación de Medios de Información, AMI, ha indicado que “los valores que unen a los medios de comunicación son defender la libertad de expresión y la excelencia informativa. Si no tenemos unos medios bien formados, no podemos tener una democracia sana”. En este sentido, ha señalado que “los medios tradicionales son una de las barreras claves para luchar contra las fake news. AMI realizó un estudio de percepción social de los medios, y una de las conclusiones más llamativas fue que el 78% de los menores de 35 años asegura que los medios más creíbles son los medios impresos y digitales que provienen de grupos tradicionales, y sólo el 14% apunta a las redes sociales”.

Por último, Antonio Traugott, director general de iab Spain, ha afirmado que “las marcas apuestan y van a seguir apostando por los medios como soportes publicitarios. Pero lo medios aún tiene muchas cosas por hacer, como buscar un consenso para la saturación publicitaria”.

Novena edición del Mapa de Medios

El mapa recoge en esta edición un escenario renovado de los medios, marcado por dos fenómenos: la creciente expansión del mundo digital y el extraordinario desarrollo alcanzado por el sector televisivo.

Por lo que se refiere a la expansión de los medios digitales, en esta ocasión se han agrupado en el mapa aquellos que compiten en el mercado digital, incluyendo desde las grandes plataformas tecnológicas que operan en nuestro país (como Google, Facebook o Amazon), conglomerados internacionales de clasificados, como Schibsted, hasta los desarrollos interactivos de los grupos de

medios españoles y un buen número de compañías nativas digitales, que en pocos años han logrado hacerse un hueco en el mercado.

En cuanto al desarrollo televisivo, el mapa da respuesta al profundo cambio que está experimentando el sector audiovisual en España, con la gran expansión protagonizada por los operadores de televisión de pago y de la televisión digital terrestre, que han potenciado a un gran grupo de productoras de canales y de programas.

En este sentido, se trata de un segmento de los medios donde los acontecimientos y operaciones no se detienen; algunos de ellos en el plano internacional (pero con repercusiones en nuestro país), como el acuerdo de compra de 21 Century Fox, propietaria del canal Fox, por parte de Walt Disney Company, propietario de Disney Channel.

Un acuerdo que cuando termine de materializarse también podría tener consecuencias en la oferta de televisión a la carta en España, al encontrarse involucrada la plataforma Sky TV. Asimismo se ha actualizado la presencia de Telefónica en el terreno de la televisión de pago, con una compañía dedicada a la gestión de su colectivo de abonados (Distribuidora de Televisión Digital) y otra especializada en la generación de contenidos y canales (Telefónica Audiovisual Digital).

En el mapa se recogen además los medios presentes en los segmentos de la radio, la prensa diaria y las revistas que aún tienen una presencia significativa, tanto en términos de audiencia y venta como por su papel como soportes publicitarios.

Se trata de la novena edición de este Mapa de Medios que desde 2009 produce y publica Ymedia, un producto informativo que se ha convertido en una referencia del sector de la comunicación en España. Ymedia, integrada desde 2013 en el Grupo Dentsu Aegis, nació hace 11 años como una agencia española independiente y creó en 2009 esta herramienta de consulta basándose en su profundo conocimiento del panorama español de medios de comunicación.

Datos de contacto:

Rodrigo Gutiérrez
609172816

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Televisión](#) [y Radio](#) [Madrid](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>