

KANTAR IBOPE MEDIA

A photograph of two young women in a clothing store. The woman on the left has long, curly dark hair and is wearing a light-colored lace dress. The woman on the right has long, straight dark hair and is wearing a white top. They are both smiling and looking at a smartphone held by the woman on the right. In the background, there are racks of clothes. In the foreground, there are several red shopping bags.

Data Stories

Información actual sobre

LAS MUJERES
y su consumo de medios

Mujeres entre 18 y 64 años de edad

LAS PROTAGONISTAS de los medios y el mercado



Las mujeres son definitivamente un grupo de interés para diversas industrias, porque además de consumir para sí mismas, tienen la decisión de compra de muchos productos para diferentes miembros de su familia.

En ese sentido, su presencia y participación en el consumo de medios las convierte en un objetivo de mercado interesante.



Entrando en más detalle...

¿Cuál ha sido el
CONSUMO DE MEDIOS DE LAS MUJERES
en los últimos 30 días?



99%

Internet

96%

Redes sociales

89%

Publicidad exterior

88%

Televisión/streaming

70%

TV/Video bajo demanda

58%

Streaming de música

54%

Radio

53%

Periódicos

40%

Revistas

30%

Cine

¿Qué MEDIOS USAN las mujeres para INFORMARSE?



51%

Radio

46%

Periódico

39%

Internet

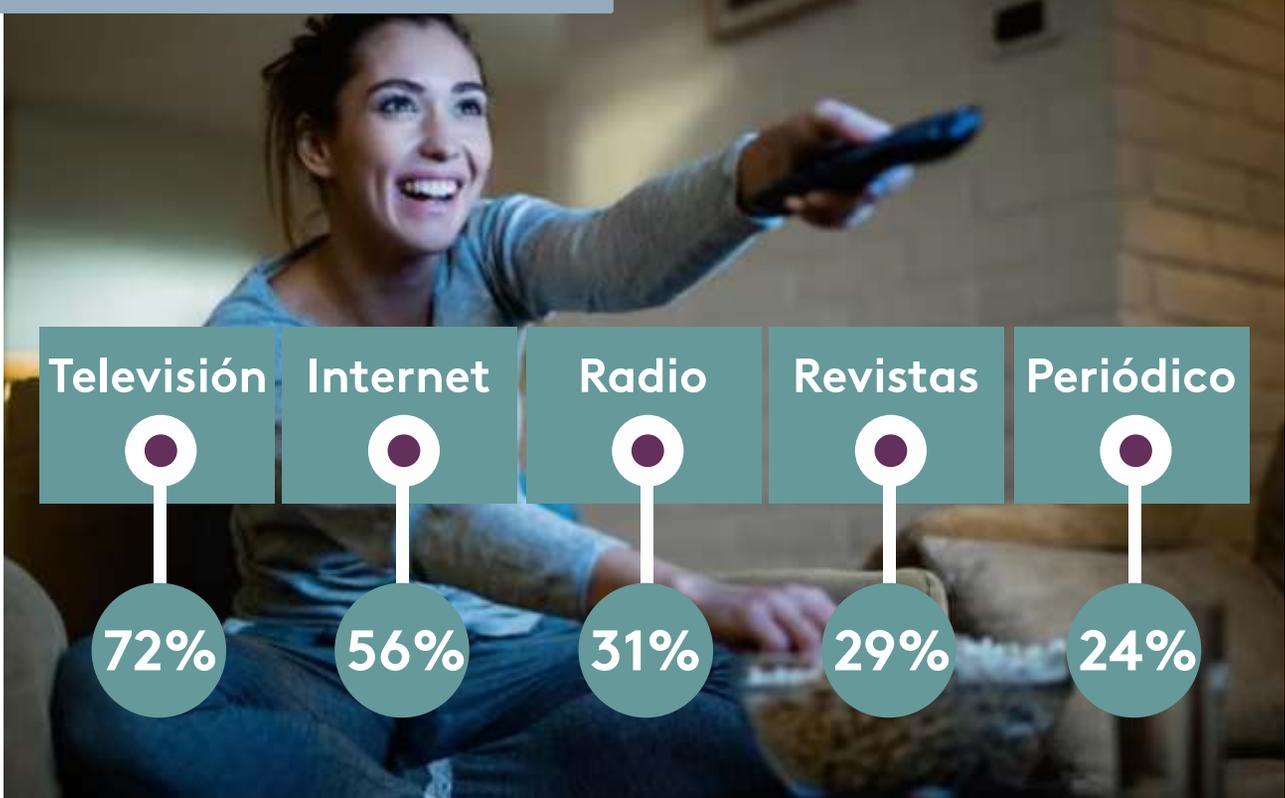
38%

Televisión

24%

Revistas

¿Qué MEDIOS USAN las mujeres para ENTRETENERSE?



Televisión



72%

Internet



56%

Radio



31%

Revistas



29%

Periódico



24%

El consumo de medios de las mujeres, ASÍ LO HACEN EN LA:

MAÑANA

De 6:00 a.m. a medio día

- 53% Navega en internet
- 34% Escucha radio
- 27% Ve televisión/streaming
- 22% Accede a videos online
- 11% Lee periódicos impresos



HORA DE ALMUERZO

De medio día a 2:59 p.m.

- 45% Navega en internet
- 39% Ve televisión/streaming
- 29% Accede a videos online
- 13% Escucha radio
- 8% Lee periódicos impresos

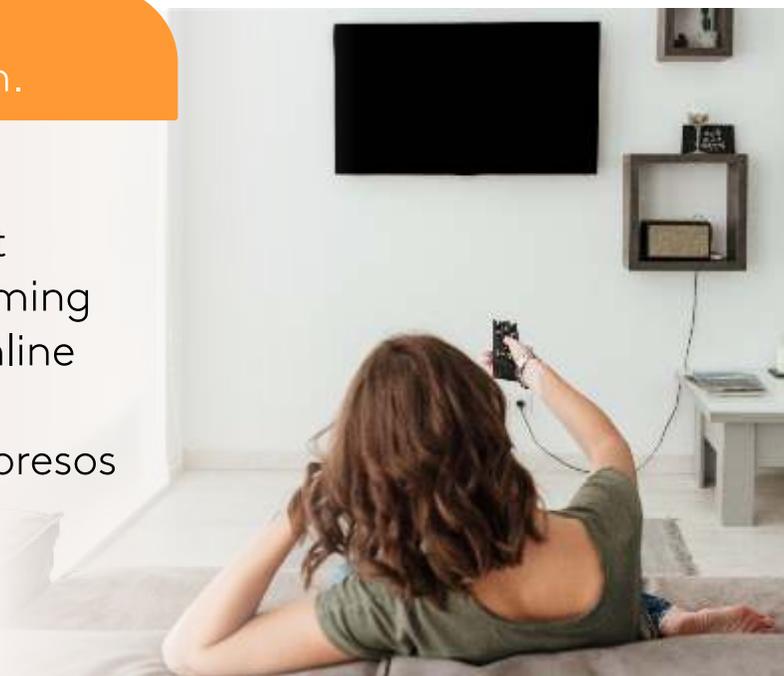


El consumo de medios de las mujeres, ASÍ LO HACEN EN LA:

TARDE

DE 3:00 p.m. a 7:59 p.m.

- 66% Navega en internet
- 58% Ve televisión/streaming
- 49% Accede a videos online
- 15% Escucha radio
- 6% Lee el periódicos impresos



NOCHE

De 8:00 p.m. a medianoche

- 65% Ve televisión/streaming
- 53% Navega en internet
- 44% Accede a videos online
- 6% Escucha radio
- 2% Lee periódicos impresos



Target Group Index 2023 R2. Kantar IBOPE Media

KANTAR IBOPE MEDIA

A medida que las personas incrementan el uso de canales y plataformas, los servicios de medición de datos y audiencias, targeting, análisis e inteligencia publicitaria de Kantar IBOPE Media desbloquean insights que aportan información para la toma de decisiones informadas.

Trabajando con datos de panel y first-party data en más de 80 países, tenemos experiencia en la medición cross-media con el crecimiento más rápido del mundo, respaldada por nuestra versatilidad, escala, tecnología y experiencia, para impulsar el crecimiento empresarial a largo plazo para nuestros clientes y socios.

Para conocer más acerca de TGI (Target Group Index) y darte solución a las necesidades específicas, puedes ponerte en contacto con nosotros a través del correo:

notificaciones.colombia@kantariibopemedia.com

