

KANTAR IBOPE MEDIA



Inside

VIDEO

URUGUAY 2 0 2 3

*Video, state of evolution*



## Ariel Hajmi

CEO Kantar IBOPE Media  
Argentina, Chile y Uruguay

Sin dudas estamos en un momento de cambio de paradigma. El mundo de los medios está reconvirtiéndose. La tecnología ofrece nuevas opciones de visionado y de escucha. Aparecen players globales en ecosistemas locales. En un mundo en el que todo lo mobile es lo primero, se destaca que la tendencia de consumo que se afianza es consumir medios en la mejor pantalla posible que se tenga a disposición en cada momento y eso hace que la TV sea el epicentro del consumo de video en el hogar. La TV es la gran multiplataforma en la cual convergen noticias, deportes y entretenimiento en vivo y on demand.

Los broadcasters y las plataformas de streaming están convergiendo. Los broadcasters están adoptando algunos aspectos de la estrategia de VOD y las plataformas de streaming se están replanteando la estrategia de lanzamiento de "todo a la vez" y de las "maratones" de contenido nuevo para adoptar conceptos tradicionales como "Appointment TV".

La publicidad es una parte esencial de todo el ecosistema. Para los anunciantes es muy importante contar con multiplicidad de medios para hacer llegar los mensajes a su target de consumidores, siendo cada vez más addressable.

El mensaje publicitario está siendo más personalizado y los medios están ofreciendo opciones más sofisticadas para que los anunciantes puedan comunicarse con su target. Acompañando toda esta evolución surgen nuevas oportunidades de crecimiento para la publicidad. Por ejemplo: los spots publicitarios se combinan con el "TV Commerce" y la publicidad programática para TV, Audio y plataformas digitales.

**Kantar IBOPE Media** es el **Partner Estratégico** de todo el ecosistema de medios y publicitario. Actualmente el ecosistema está unificado, es tradigital y está viviendo un "momento bisagra" en que toda la industria está pivotando para potenciar su crecimiento.

Cambia la tecnología, surgen nuevos negocios, pero siempre hay un estamento comprador y un estamento vendedor que necesitan de la **Media Currency** que es **Kantar IBOPE**.

L@s invito a leer este nuevo set de insights, Inside Video 2023, un nuevo estándar de métricas en la industria.

¡Buena lectura!

# El contenido es liquido, y se adapta a todos los dispositivos.

Los latinoamericanos hoy en día usan



**2 Pantallas**

**90%**



**3 Pantallas**

**62%**

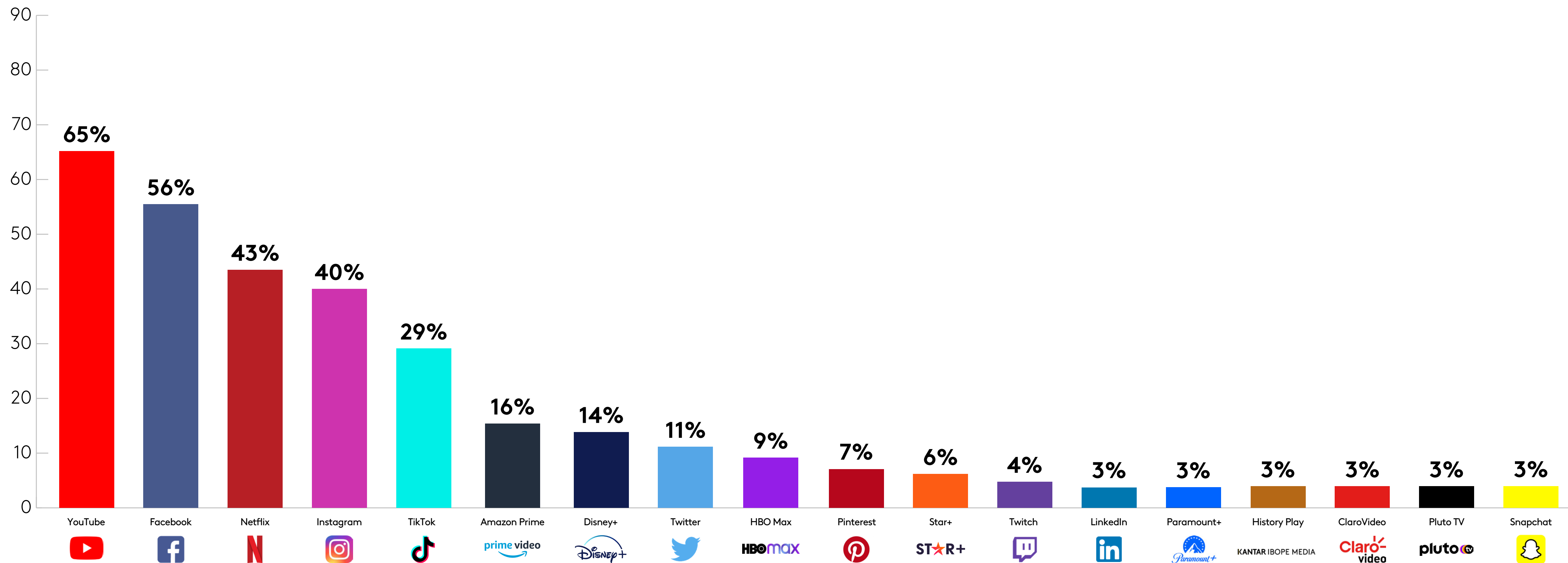


**4 Pantallas**

**26%**

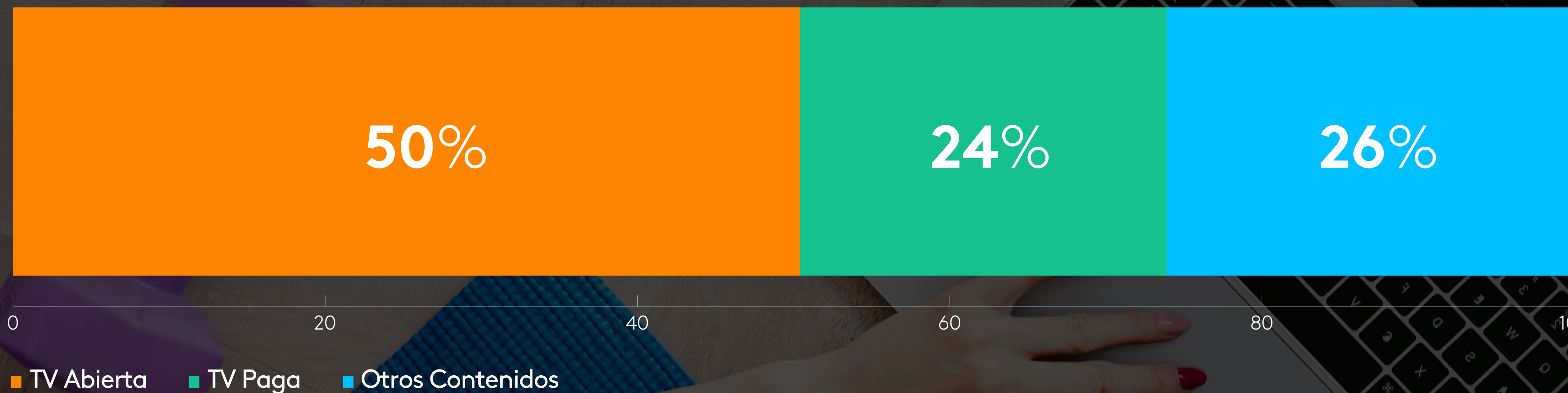
# Todas las pantallas conducen a VIDEO

El visionado de contenido de video está presente cada vez en más pantallas y plataformas



Fuente: Kantar IBOPE Media. TGI/base Latina 2022 R2. Personas que accedieron/vieron últimos 30 días

# Share del Visionado del Encendido (TV On)



# Características del consumo televisivo en Montevideo



Alcance  
2023

**97%**

Alcance  
Semanal

**75%**

Alcance  
Diario

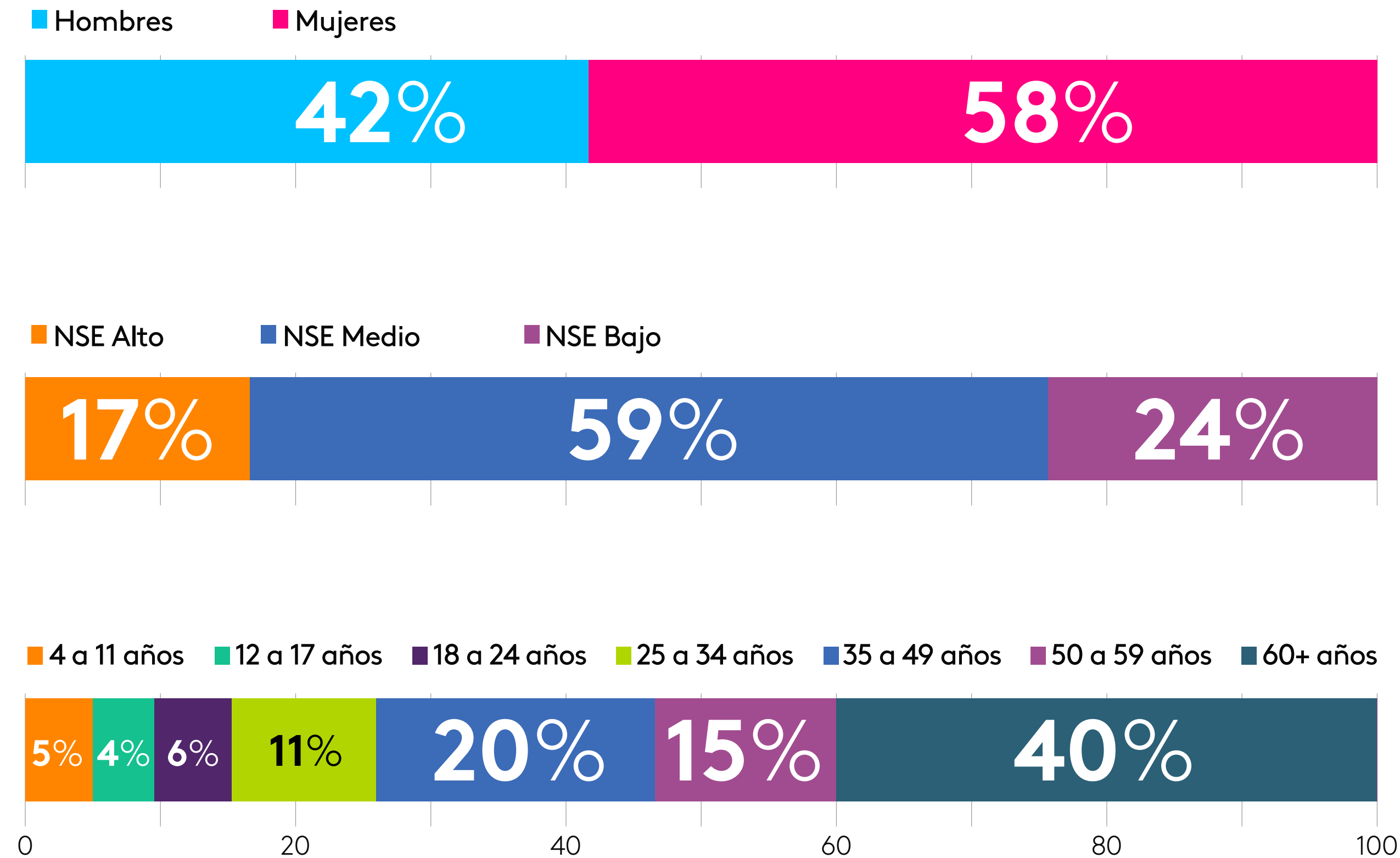
**52%**



ATV Average Time Viewing  
(Tiempo Promedio de Visionado Diario)

**3hs. 31min.**

# Perfil de Audiencia de quienes miran Televisión



Fuente: Kantar IBOPE Media – Soft: Instar Analytics – Enero a Julio 2023 – Lunes a Domingo 24hs – Target: Personas



INSIDE VIDEO 2023

# Conociendo un poco más al televidente Montevideano

Adicionalmente al perfil del televidente, ¿también es posible saber cómo es el tipo de visionado?

En tal sentido, podemos ver que para el **TOTAL ENCENDIDO el 66% del tiempo de consumo televisivo se da de forma individual**, es decir, las personas miran televisión sin compañía de ningún otro miembro de su hogar, mientras que **un 34% lo hace en la modalidad de "covisionado"**, lo que significa que mira televisión acompañado de una o más personas.

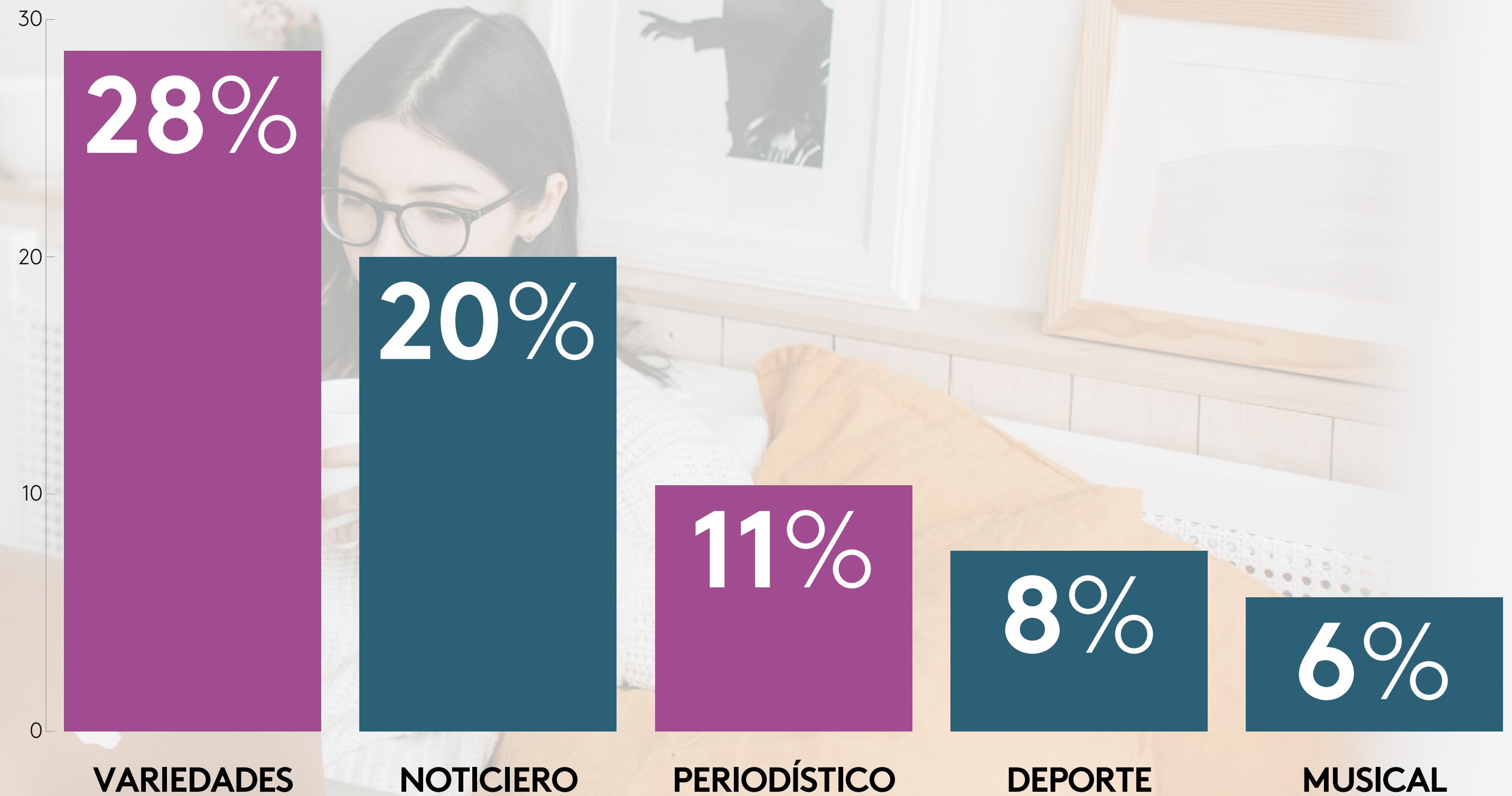


# Grilla de programación en Televisión abierta

Casi el **50%** de la grilla de Televisión abierta está ocupada por programas pertenecientes a 2 géneros: **Variedades (28%)** y **Noticiero (20%)**

**El TOP 5 se completa con Periodístico, Deporte y Musical.**

Dentro de los deportes se destacaron los partidos Amistosos de Uruguay transmitidos por TV Ciudad, así como los del Mundial Sub 20, donde Uruguay se coronó campeón, transmitidos por Canal 5



# Nuestro Portfolio de Soluciones en Uruguay

- **Medición de Audiencia de Televisión**
- **Real Time**
- **ECU TGI**
- **Auditorias de Instalación y mantenimiento Ad Hoc de Publicidad en Vía Pública**
- **Monitoreo Publicitario Multimedios:** (Televisión, Outdoor Advertising, Diarios, Revistas e Internet)
  - **Monitor Evolution:** Monitoreo de inversión publicitaria en los distintos medios relevados
  - **Easychecking:** Control de pauta publicitaria en TV abierta, y TV Paga (VTV)
  - **Estrenos de comerciales:** Alerta de altas de nuevas campañas en Televisión y en Outdoor.

**¿Te interesa conocer más sobre nuestros servicios y soluciones?**

Comunicate con nuestro Equipo Comercial: [comercial.uruguay@kantariibopemedia.com](mailto:comercial.uruguay@kantariibopemedia.com)



## Acerca de Kantar IBOPE Media

Kantar IBOPE Media es parte de Kantar Media, líder mundial en datos, insights y consultoría. Ofrecemos la información más completa y precisa sobre el consumo, el rendimiento y la inversión en medios, brindando a los clientes de América Latina datos para una mejor toma de decisiones.

---

**KANTAR IBOPE MEDIA**