

KANTAR IBOPE MEDIA

DATA STORIES

Unlocking Value

Descubriendo el valor de las audiencias
crossmedia

Julio 2023

LAS AUDIENCIAS Y EL UNIVERSO CROSSMEDIA

Para los creadores, productores y distribuidores de contenido, es esencial comprender el verdadero alcance de sus servicios en la experiencia de medios cada vez más fragmentada de los consumidores.

Pero a medida que las opciones de transmisión continúan creciendo, también lo hacen las oportunidades para que los propietarios de medios monetizen su audiencia.

Para apoyar a los diferentes mercados y clientes locales y globales, Kantar IBOPE Media ha estado expandiendo su medición de audiencia a nivel mundial para resolver el desafío de medir tanto la televisión lineal como el video en línea de manera consistente e integrada.



Para acceder a la guía completa, que muestra los beneficios de la medición basada en personas, respaldada por nuestra tecnología y ciencia de datos, [haga clic aquí](#)



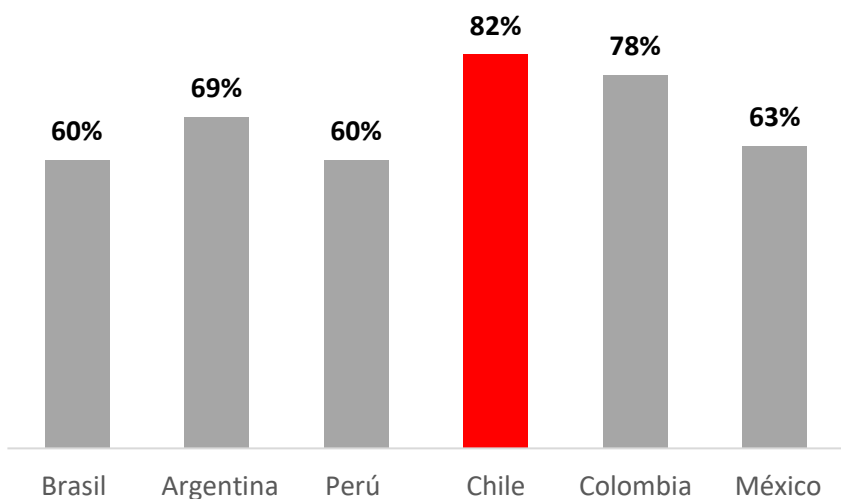
A continuación, conozca algunos de los principales insights del material, con una mirada sobre la tenencia de los **televisores conectados**, la distribución del **consumo de video** en diferentes dispositivos y plataformas y cómo la complementariedad entre formatos es una fortaleza a explorar.

UNA CUESTIÓN DE “TIEMPO”

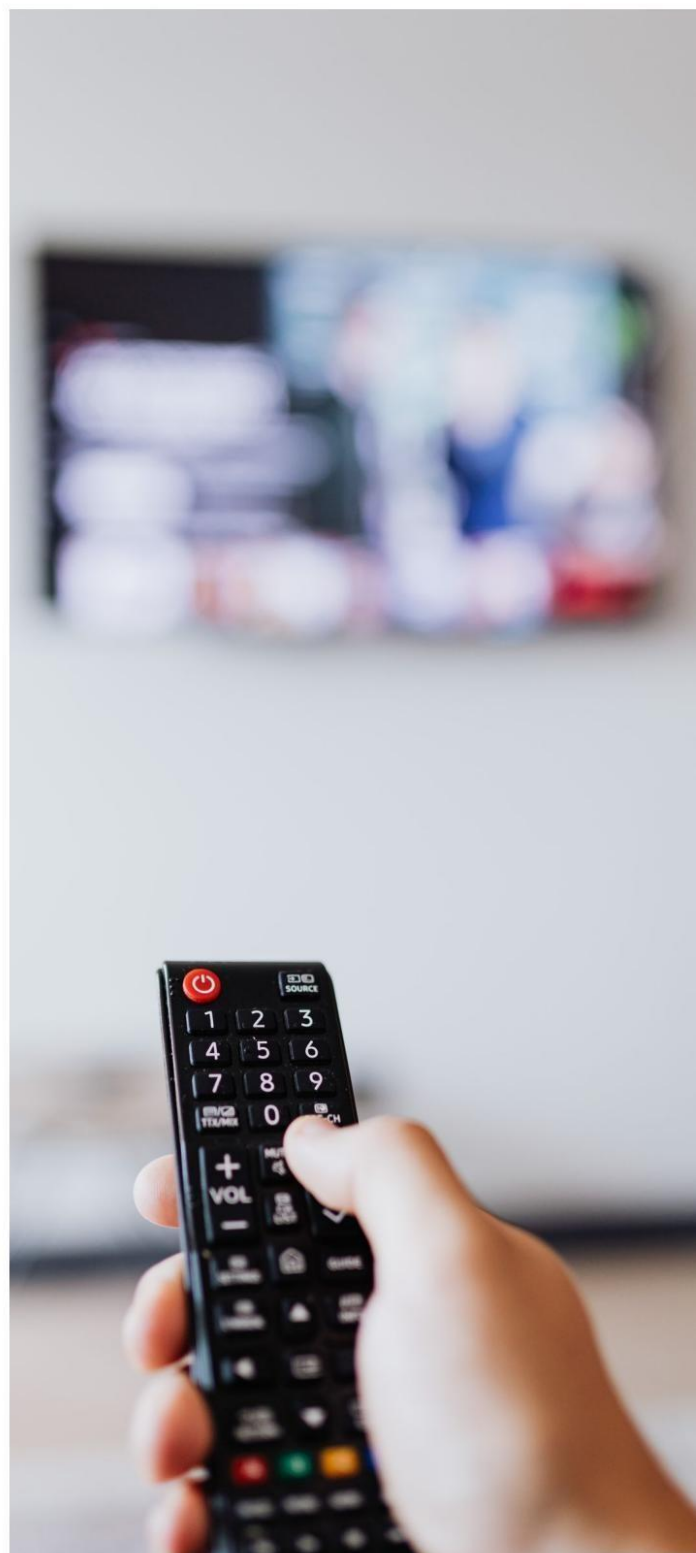
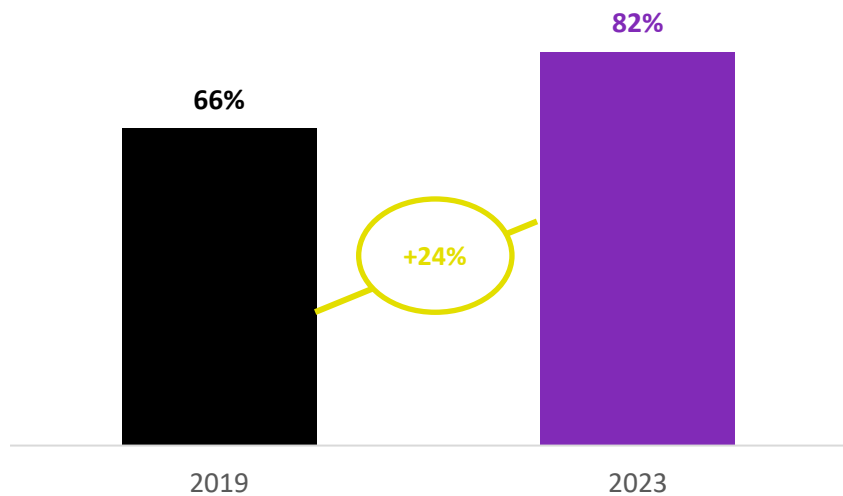
El acceso a la velocidad de banda ancha y el uso creciente de las Connected TV son algunos de los principales impulsores del cambio en el consumo de video, ya presente en la mayoría de los hogares.

Cuando se trata de transmisión de contenido de video, el futuro se distribuye de manera más uniforme en diferentes mercados: medir el consumo de transmisión es una cuestión de “tiempo”.

TENENCIA DE SMART TV POR PAÍS 2023

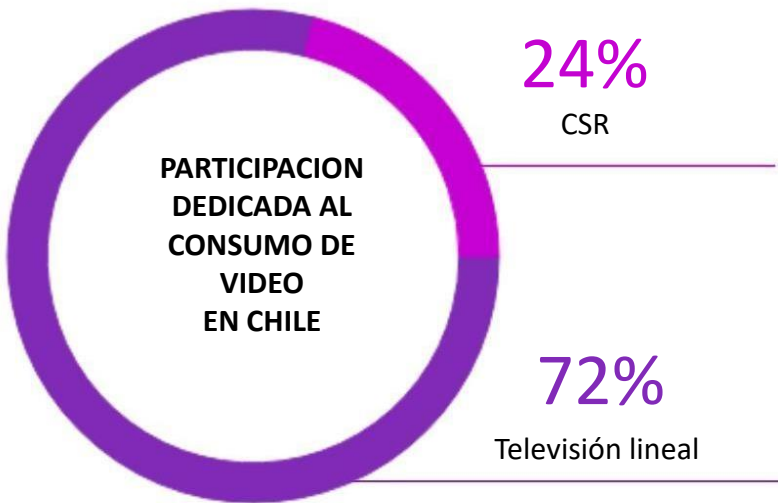


CRECIMIENTO DE TENENCIA DE SMART TV EN CHILE



ACTORES GLOBALES, GUSTOS LOCALES

Los insights confirman que la TV lineal se consume más intensamente en el hogar, pero el video online tiene un espacio importante. Algunos propietarios de medios tienden a distribuir su contenido en asociación con plataformas VOD nativas, pero otros también han creado sus propios servicios y reproductores.

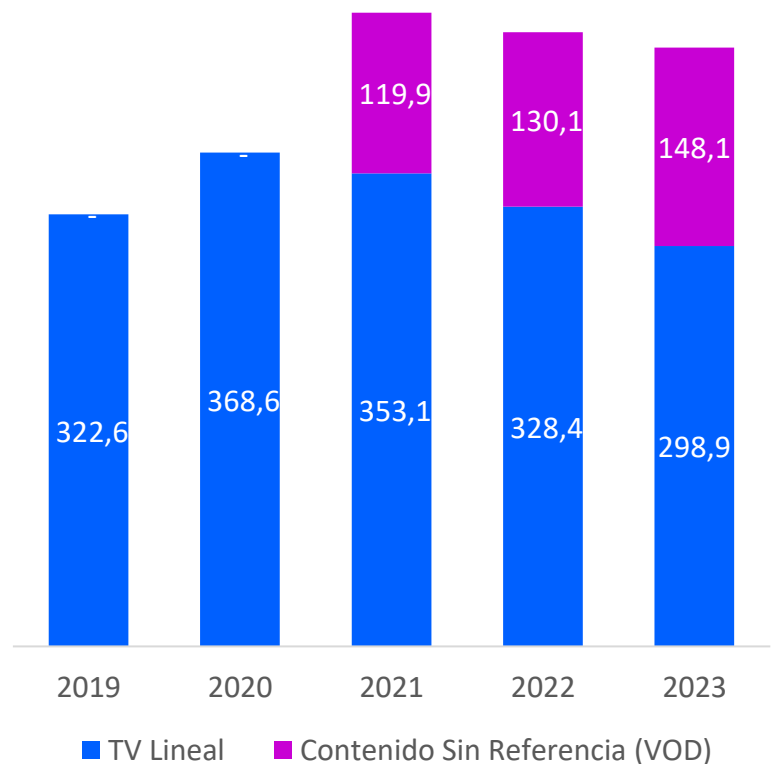


FUENTE: Instar | Enero a Junio 2023 | Televisión Lineal (TV abierta y TV Pagada) y Contenido sin Referencia (incluye canales no medidos).



La entrega lineal aún domina el tiempo de consumo en Chile

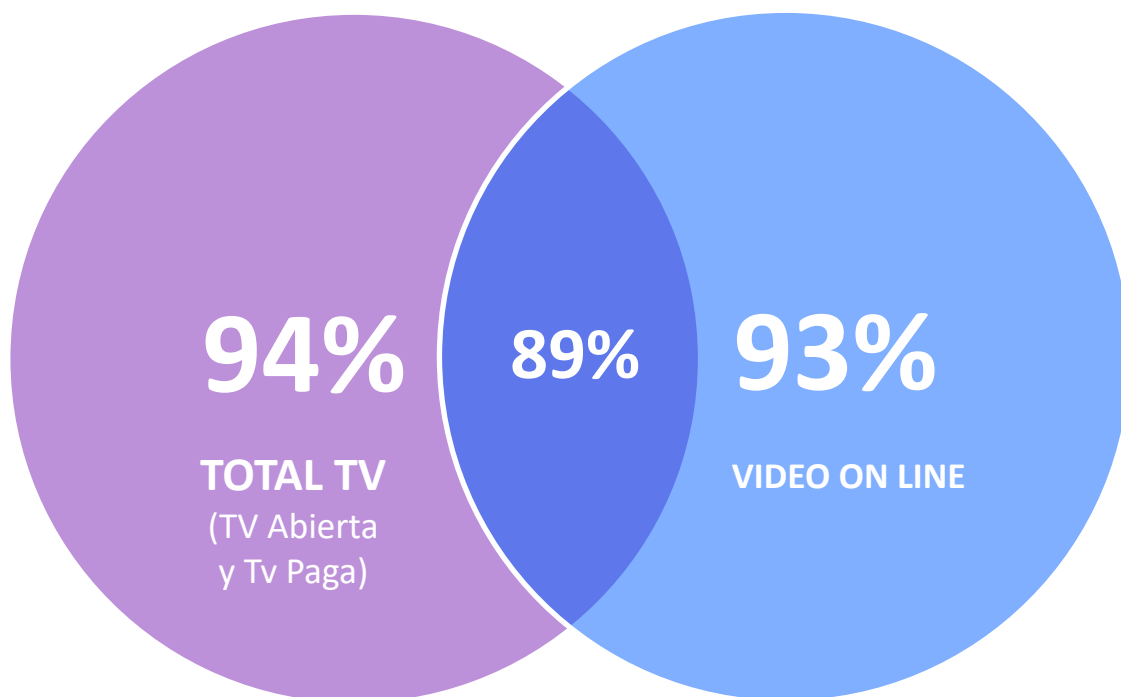
Minutos diarios gastados por persona



LA COMPLEMENTARIEDAD COMO FORTALEZA

La complementariedad entre formatos es real, con la variedad de opciones creando nuevas dinámicas de consumo. Las plataformas de video y televisión lineal tienen audiencias diferentes, pero ¿por qué los consumidores deberían enfocarse en un formato u otro cuando pueden consumir ambos?

En Chile, en un día típico, **el 98,2% de la audiencia mira la TV Lineal y/o Video Online.**

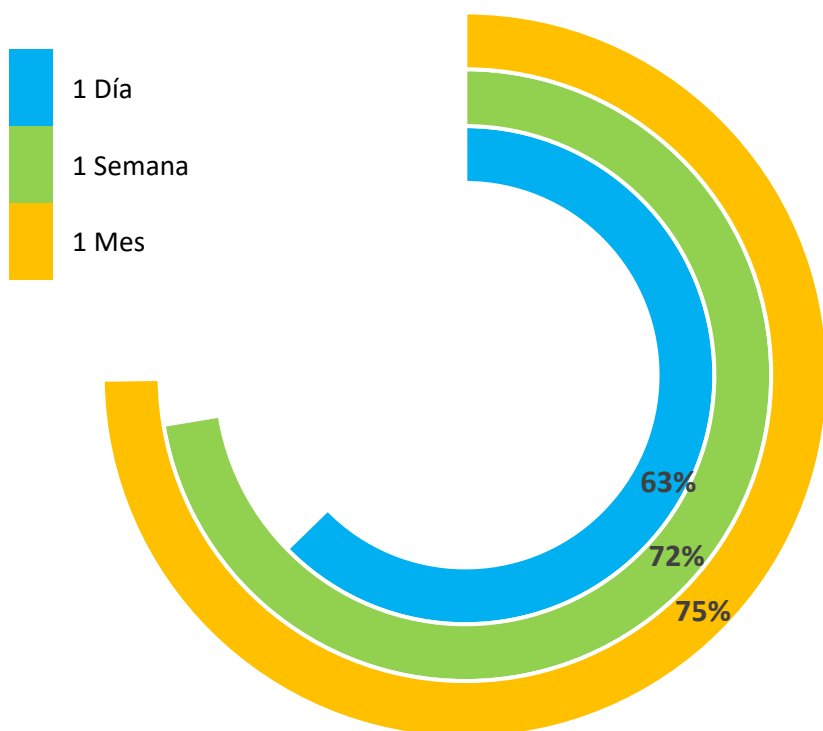


FUENTE: Target Group Index Chile 2022 R3 – Últimos 30 días

ALCANCE DEL VIDEO EN LÍNEA

El video en línea llega a más de 3/4 de la población de chilenos en un mes. Y en una semana, llega al 72,4% de la población.

ALCANCE | VOD

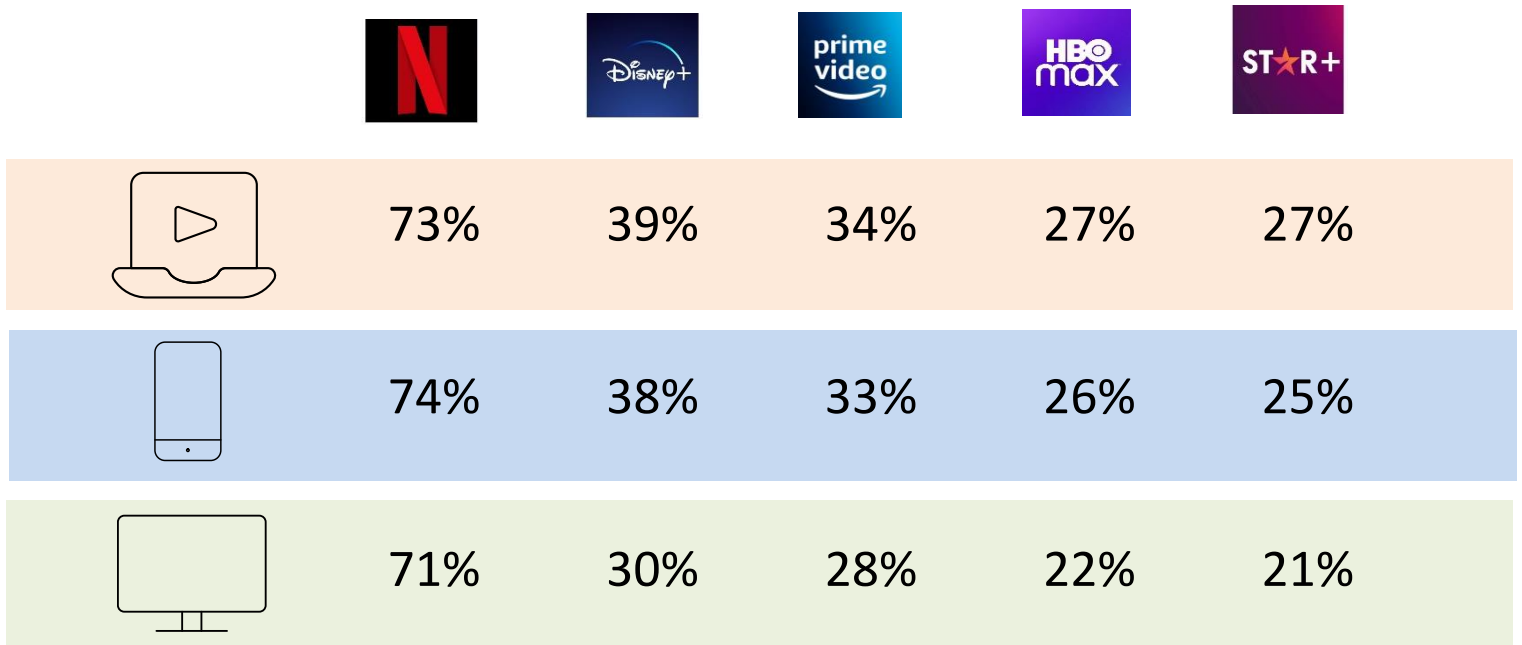


COMPRENDER LOS DETALLES ES ESENCIAL

De hecho, cuando hacemos zoom en el consumo por dispositivos de los reproductores de streaming, enriquecemos aún más la mirada y la comprensión de las especificidades de cada uno.

En Chile, vemos, por ejemplo, que mientras el consumo de plataformas de video se realiza principalmente a través de teléfonos inteligentes. Los demás dispositivos varían de diferente manera y entender cada uno de ellos es fundamental, ya que también es necesario considerar **la mejor experiencia de consumo en el dispositivo que utilizan.**

DISPOSITIVOS PARA EL CONSUMO DE VIDEO ONLINE (Vio - Últimos 30 días)



FUENTE: Target Group Index Chile 2022 R3 – Vio Video Bajo Demanda/ Proveedores /Aparatos

DESCUBRE POR QUÉ Y CÓMO

El streaming ha brindado a las audiencias una exposición más amplia a nuevas formas de contenido y publicidad, y el mercado está invirtiendo fuertemente en tecnología para aprovechar al máximo las oportunidades que ofrecen el descubrimiento de contenido, los televisores conectados, la publicidad avanzada y 5G.

Kantar IBOPE Media esta lista para ayudar al mercado a entender este escenario. Mira el video y aprende más haciendo clic en la imagen al costado y contáctanos a renato.aguilera@kantariopemedia.com



Acerca de Kantar IBOPE Media

Kantar IBOPE Media forma parte de Kantar, líder mundial en datos, información y consultoría. La compañía impulsa el crecimiento del sector ofreciendo la información más completa y precisa sobre el consumo, el rendimiento y la inversión en medios de comunicación; y proporciona a sus clientes de América Latina datos para una mejor toma de decisiones. Kantar IBOPE Media tiene aproximadamente 3500 empleados y opera en 12 países de América Latina.