

KANTAR IBOPE MEDIA

INSIDE URUGUAY

Audience & Advertising Intelligence

Uruguay 2024

25
años





El interés por los contenidos audiovisuales sigue creciendo. La oferta de contenidos y nuevos formatos se multiplica. Más pantallas que nos acompañan todo el día donde estemos. Innovación y nuevos desafíos que demuestran la fuerza de la TV, cuya pantalla cada día se afianza más como el centro de información, emoción y entretenimiento del hogar. Las audiencias se entrelazan entre la personalización y la necesidad de lo masivo para compartir en la comunidad de la aldea local y la global. Y en el centro de todo está la batalla por el tiempo de las personas.

El futuro de la medición de audiencia pasa por brindar una visión holística del comportamiento de la audiencia. En Kantar IBOPE Media Uruguay contamos con la tecnología más moderna de calidad global y el know-how local desde hace 25 años como Media Currency de la industria uruguaya. Nuestros datos son valorados por toda la industria como una fuente confiable tanto para tomar decisiones sobre contenidos como para invertir publicitariamente.

Estos nuevos tiempos son desafiantes y al mismo tiempo llenos de nuevas oportunidades que, para descubrirlas y aprovecharlas, es necesario cultivar un pensamiento flexible, compartir información (1st Party Data & 3rd Party Data), animarse a realizar alianzas y co-crear.

En Uruguay celebramos nuestros 25 años creciendo con la Medición Nacional de TV, ampliando nuestro servicio de monitoreo publicitario y potenciando nuestro estudio del consumidor uruguayo.

Los invito a leer este *Inside Uruguay 2024*, un nuevo estándar de métricas en la industria.

¡Buena lectura!

Ariel Hajmi
CEO Kantar IBOPE Media Argentina, Chile y Uruguay

Inside Video

1.

Consumo de
Televisión en
Montevideo



2.

Características
de los
Televidentes



3.

Géneros
de
Programación



4.

Streaming
de
Video



Principales Highlights de Audience Intelligence en 2023



98% de los montevideanos vió al menos un minuto de televisión en el año 2023.



Las mujeres son quienes más miran televisión (58%) así como también las personas de Nivel Socioeconómico Medio (59%)



3 horas y media es el tiempo promedio diario destinado por los televidentes a mirar televisión



50% de la grilla de programación de los canales de Televisión Abierta está destinada a programas de tipo **Variedades y Noticieros.**



La TV Abierta continúa liderando en audiencia con el **50% del share de encendido** observándose un incremento de 5 puntos en comparación con el año 2022



Los programas de **Interés general** son los preferidos por los televidentes montevideanos

Características del consumo televisivo en Montevideo



Alcance
2023

98%

Alcance
Semanal

79%

Alcance
Diario

53%

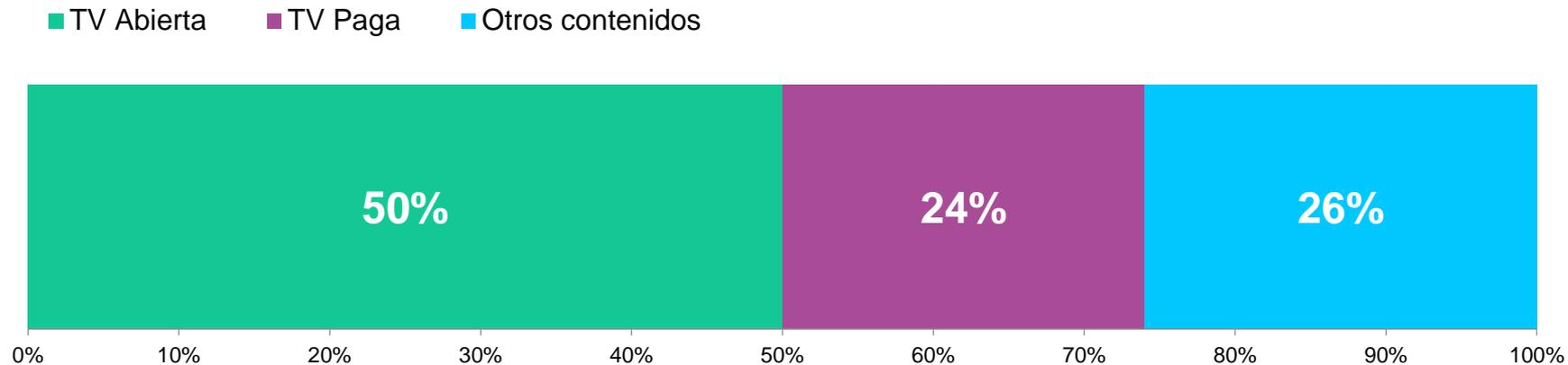


Average Time Viewing (ATV)
Tiempo Promedio de Visionado Diario

3hs 33min



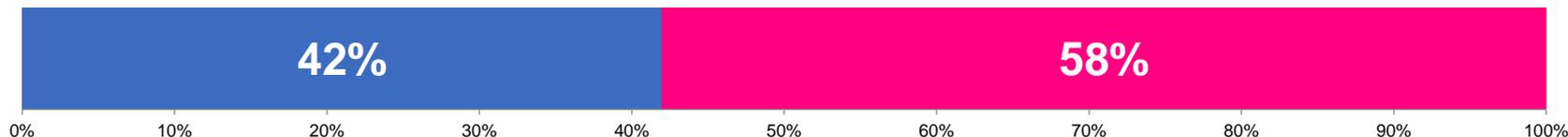
Share del Visionado del Encendido (TV ON)



Conociendo un poco más al televidente Montevideano

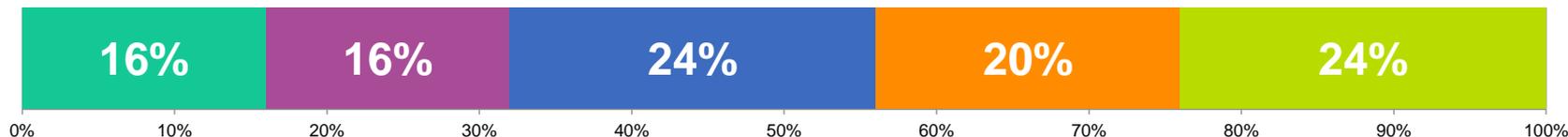
Género:

■ Masculino ■ Femenino



Nivel Socioeconómico:

■ A+A- ■ M+ ■ M ■ M- ■ B+B-



Edad:

■ 4-11 años ■ 12-17 años ■ 18-24 años ■ 25-34 años ■ 35-49 años ■ 50-59 años ■ 60+ años



¿Cómo es el visionado de los montevideanos?

En el año 2023 **el 67% del tiempo de consumo televisivo se dio de forma individual**, es decir, que las personas miraron televisión sin compañía de ningún otro miembro de su hogar.

Un **33% lo hizo en la modalidad de “covisionado”**, lo que significa que miró televisión acompañado de una o más personas.

Los géneros de programas con mayor covisionado fueron:



Especial



Reality Show



Films



Grilla de Programación en Televisión Abierta

Los géneros **Variedades y Noticiero** encabezan el TOP 5 de géneros de programación con mayor presencia en la grilla de Televisión Abierta.

Completan el podio: **Periodístico, Deporte y Musical.**

Género	Broadcast Share %
VARIETADES	28%
NOTICIERO	20%
PERIODÍSTICO	11%
DEPORTE	8%
MUSICAL	6%

¿Cuáles son los géneros televisivos preferidos por los Montevideanos?

	GÉNERO	Rating% Individuos
1	INTERÉS GENERAL	7,0
2	REALITY SHOW	4,5
3	ENTRETENIMIENTO	3,4
4	TELENOVELA	3,2
5	SERIE	2,8




TOP 1
Interés
general

Ranking de Streaming de Video

Las “streaming wars” continuaron en 2023 su competencia por la atención del público. Con un panorama de players ya establecido, las series, las “películas tanque” y los eventos exclusivos fueron las grandes estrellas del año



			ALCANCE/VISTAS POTENCIALES	MENTIONES
01	HBOmax	LATIN GRAMMY AWARDS 2023	359.3M	303.2K
02	Disney+	LOKI	141.3M	205.3K
03	HBOmax	SUCCESSION	84.1M	63K
04	Disney+	THE MANDALORIAN	72.3M	49.6K
05	Disney+	AHSOKA	58.7M	46.7K
06	NETFLIX	HEARTSTOPPER	36.9M	53K
07	HBOmax	THE LAST OF US	32.8M	50.1K
08	NETFLIX	LA REINA CHARLOTTE: UNA HISTORIA DE BRIDGERTON	24.5M	40.5K
09	NETFLIX	PÁLPITO	21.4M	4.8K
10	ST★R+	LALI EN VÉLEZ 2023	20.5M	24.9K
11	HBOmax	SEX AND THE CITY AND JUST LIKE THAT	19.2M	8.3K
12	prime video	GEN V	18.9M	15.9K
13	NETFLIX	EL JUEGO DEL CALAMAR: EL DESAFÍO	18.6M	13.2K
14	Disney+	STAR WARS: THE BAD BATCH	17.8M	11.2K
15	NETFLIX	BLACK MIRROR	11.7M	6.4K
16	HBOmax	PREMIOS ROLLING STONE EN ESPAÑOL	11.6M	5.7K
17	NETFLIX	STRANGER THINGS	11.5M	13.3K
18	NETFLIX	THE CROWN	11M	5.6K
19	NETFLIX	ELITE	10.8M	7.3K
20	Disney+	MS. MARVEL	10.8M	10K

Fuente: Kantar IBOPE Media Uruguay - Social Media Intelligence. 1 de Enero al 31 de Diciembre de 2023, las 24hs. Se monitoreó Twitter, Facebook, Instagram, Reddit, Blogs, Foros y Portales de Noticias. La cobertura abarca servicios de streaming de Video por Suscripción (SVOD), Servicios Gratuitos con inclusión de Publicidad (AVOD) y servicios que entregan contenido lineal en vivo y on demand (MVPD/vMVPD). Actualmente se monitorean las siguientes plataformas:



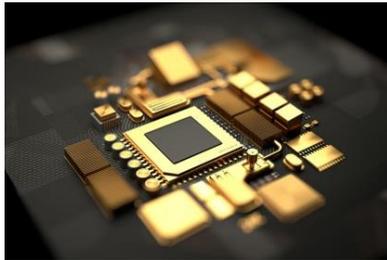
Inside Advertising



1.
Highlights de
Advertising Intelligence



2.
Ranking de Sectores
Económicos



3.
Ranking de
Sitios Digitales

Principales Highlights de Advertising Intelligence en 2023



973 nuevos anunciantes en 2023, de los cuales hubo **692 nuevos anunciantes en TV Abierta**



260 anunciantes hicieron publicidad en 3 o más medios en 2023



4.101 Marcas tuvieron actividad publicitaria en medios en el 2023. **1.501 Marcas** pautaron exclusivamente en **Televisión Abierta**



+ 5%
Vía Pública fue el medio con mayor crecimiento porcentual en su inversión (2023 vs 2022)



Comercio ocupó el primer lugar en el Ranking de Inversión de Sectores Económicos en 2023 con un crecimiento del 15% en comparación con el 2022



Facebook fue el sitio digital con mayor inversión en 2023

TOP 3 Sectores Económicos

**TOP 3
sectores
económicos
según
inversión**



1

**COMERCIO Y
COMERCIO MINORISTA**

**Crecimiento del 15%
en comparación al
año 2022**



2

**SERVICIOS AL
CONSUMIDOR**



3

**MERCADO FINANCIERO
Y SEGUROS**

Top 10 Sitios de Inversión en Internet de Enero a Diciembre 2023

- 1 FACEBOOK.COM
- 2 YOUTUBE.COM
- 3 MERCADOLIBRE.COM.UY
- 4 ELPAIS.COM.UY
- 5 ELOBSERVADOR.COM.UY
- 6 MONTEVIDEO.COM.UY
- 7 INFOBAE.COM
- 8 AMAZON.COM
- 9 MARCA.COM
- 10 SUBRAYADO.COM.UY

Facebook fue el sitio con mayor inversión en 2023.

Le siguieron **YouTube**, **Mercado libre** y los sitios locales **El País** y **El Observador**.



Acerca de 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** aportan información para la toma de decisiones.

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 partners.

KANTAR IBOPE MEDIA