

Noticias sobre Video Premium

LAMAC INSIGHTS: 5 Datos de Marketing sobre Consumidores de Internet

LAMAC INSIGHTS es una serie de comunicados quincenales cuyo propósito es brindar información concisa sobre una gran variedad de temas relacionados con la industria de la Publicidad y los Medios. Tus comentarios e ideas sobre futuros temas son bienvenidos.

01/05/2019



1. En promedio, 71% de los usuarios de Internet en América Latina prefieren ver publicidad en Televisión vs. Digital

La recepción hacia los anuncios varía según el canal y el formato. La publicidad por internet es generalmente menos popular.¹

En promedio, 71% de los usuarios de Internet en América Latina prefieren ver publicidad en Televisión vs. Digital

Fuente 1: Kantar Millward Brown, "AdReaction: The Art of Integration," Jan 16, 2018. Methodology: Data is from the "AdReaction" global consumer survey featured in the January 2018 Kantar Millward Brown report titled "AdReaction: The Art of Integration."

2. ¡Los usuarios de YouTube también aman la Televisión!

La conexión emocional con la programación en Televisión inspira y extiende el engagement a través de Internet antes, durante y después de los shows.²

¡Los usuarios de YouTube también aman la Televisión!

Fuente 2: VAB / Research Now "Program Engagement" Survey, April 2018. Q9: Please indicate how often you do the following. Respondents Answer = Always/Frequently. YouTube Enthusiasts = Respondents who watch original YouTube content 2x or more per month (375). Total Respondents=1,001.

3. En promedio, los Adultos 18+ dedican más tiempo a Televisión EN VIVO que a cualquier otro medio

De las 11 horas de su consumo diario de medios, los adultos dedican casi 2 horas a dispositivos con acceso a Internet, y casi 4 horas a consumo de Televisión en vivo.³

Promedio de tiempo diario dedicado a medios por adultos 18+

Basado en Total Población USA

Q2 2018 (Hrs:Mins)

En promedio, los Adultos 18+ dedican más tiempo a Televisión EN VIVO que a cualquier otro medio

Fuente 3: VAB analysis of data from the Nielsen Total Audience Report, Q2 2018. Note: Some amount of simultaneous usage may occur across devices. Internet Connected Device = devices connected to the TV that are used to stream content such as Apple TV, Roku, Google Chromecast, Amazon Fire TV, Smartphone, Computer/Laptops, etc. (inclusive of smart TV app usage).

4. 70% de los usuarios de Internet en América Latina prefieren ver contenido deportivo en Televisión

A pesar de los avances digitales, la televisión sigue siendo el dispositivo preferido entre los espectadores de deportes en América Latina. GlobalWebIndex encontró que el 70% de los usuarios de Internet en la región ven deportes a través de la televisión, en comparación con el 37% que lo hacen digitalmente. América Latina es también la región con el porcentaje más alto de audiencia de televisión a nivel mundial.

Los anuncios de televisión son la forma principal en que casi la mitad de los fanáticos del deporte en América Latina descubren nuevas marcas y productos, según los datos de GlobalWebIndex.⁴

Usuarios de Internet que consumen Deportes en TV vs. Digital por región⁵

70% de los usuarios de Internet en América Latina prefieren ver contenido deportivo en Televisión

Fuente 4: Emarketer: Latin America Ad Spending 2018 <https://content-na1.emarketer.com/latin-america-ad-spending-2018>

Fuente 5: eMarketer - Internet Users Worldwide Who Watch Sports via TV vs. Digitally, by Region, Q4 2017

Note: Ages 16-14. GlobalWebIndex as cited in company blog , March 13th, 2018

5. ¿Para qué usan internet los Baby Boomers?

De acuerdo con GlobalWebIndex, el mercado de los Baby Boomers, la generación nacida entre 1944 y 1964, ha crecido con medios de comunicación tradicionales que han determinado cómo están acostumbrados a acceder a la información y el entretenimiento.

Según la investigación, la televisión sigue siendo su medio de consumo preferido. El 55% de los boomers ve televisión más de dos horas al día, y utilizan servicios de VoD y TV en línea.

¿Para que usan principalmente el internet?

Medio de contacto: Una mayoría (58%) lo usa para mantenerse en contacto con amigos y familiares.

Búsqueda: "Encontrar información", es citado por tres cuartas partes de los encuestados como motivador principal para el uso de Internet.

En resumen, para los boomers, Internet es mucho más sobre aspectos prácticos que entretenimiento⁶

Hábitos de Televisión

% de Boomers que dicen que hacen lo siguiente por lo menos una vez al mes⁷

¿Para qué usan internet los Baby Boomers?

Fuente 6: GlobalWebIndex and Digital Policy Law 2019 - Mayumi Pérez

<https://digitalpolicylaw.com/como-consume-tecnologia-la-generacion-de-baby-boomers/>

Fuente 7: GlobalWebIndex – Baby Boomers/Understanding the mature audiences around the world.Audience Report 2019.

¡Los internautas aman la Televisión!