

CTV EN LATAM

Hábitos de consumo y actitudes hacia la publicidad

¿Cómo se define Connected TV?

Connected TV incluye cualquier DISPOSITIVO donde puedo consumir contenido OTT (Over-the-top) a través de una TV, sea Smart o a partir de algún dispositivo conectado a ella (Stick/Consolas de videojuegos)

¿Sabías que el 41% de los internautas de América Latina son espectadores de Connected TV?

Considerando la población digital de: **Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Uruguay**. 150 millones de personas aproximadamente



NOTA : EN ALGUNOS HOGARES CON CTV SE UTILIZAN UNO O MÁS DISPOSITIVOS

¿Qué día de la semana miran “más” contenido CTV los espectadores?

Sábado **36%**

Domingo **47%**

Otros días **16%**

¿Los espectadores están dispuestos a pagar por el contenido?

SVOD

Subscription Video On Demand (pagado)

VS

AVOD

Advertising Video On Demand (gratis, con publicidad)

65%

de los encuestados preferiría pagar para no tener publicidad vez de tener contenido gratis con publicidades

35%

de los espectadores de CTV elegirían el modelo AVOD y que no tendrían problema con ver anuncios si eso significa que pueden ver contenido sin pagar

Publicidad y Connected TV

Según la percepción de los consumidores, CTV tiene **menos publicidad** que la televisión tradicional y es **menos intrusiva**.

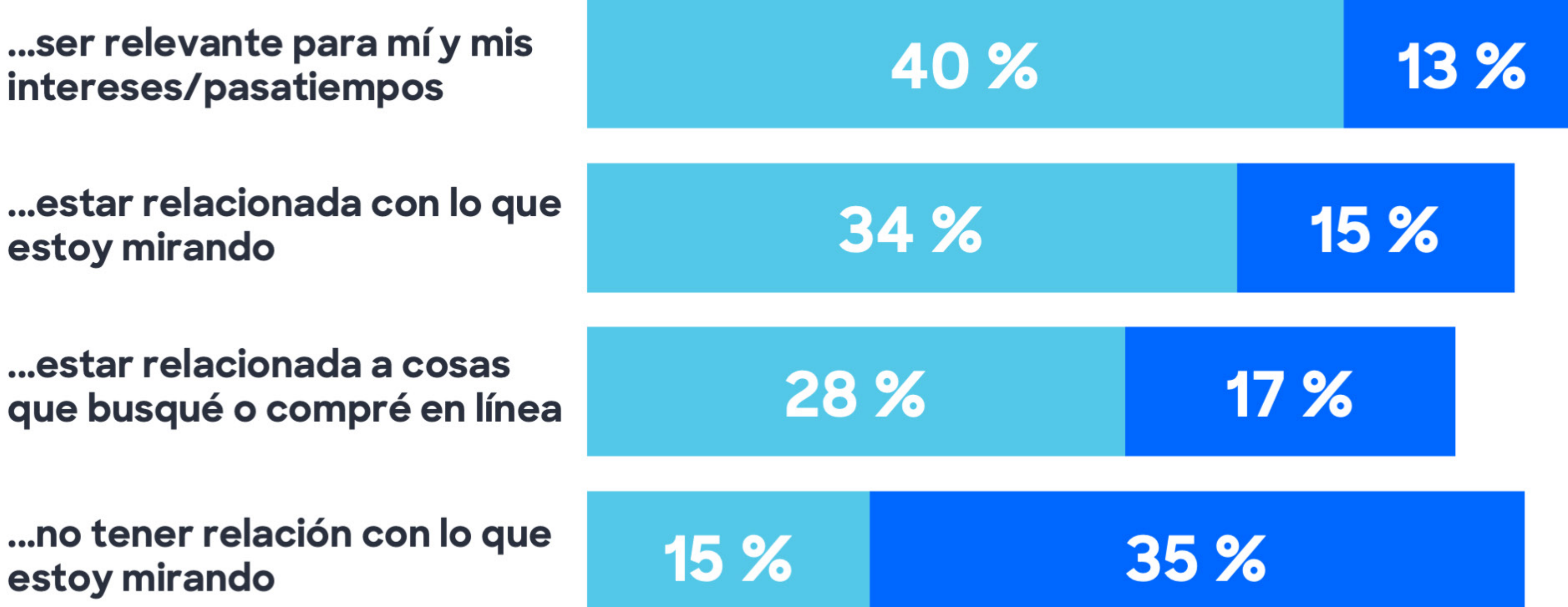


¿Cuáles son las expectativas de los consumidores en cuanto a la relevancia de la publicidad?

La publicidad que veo debería:

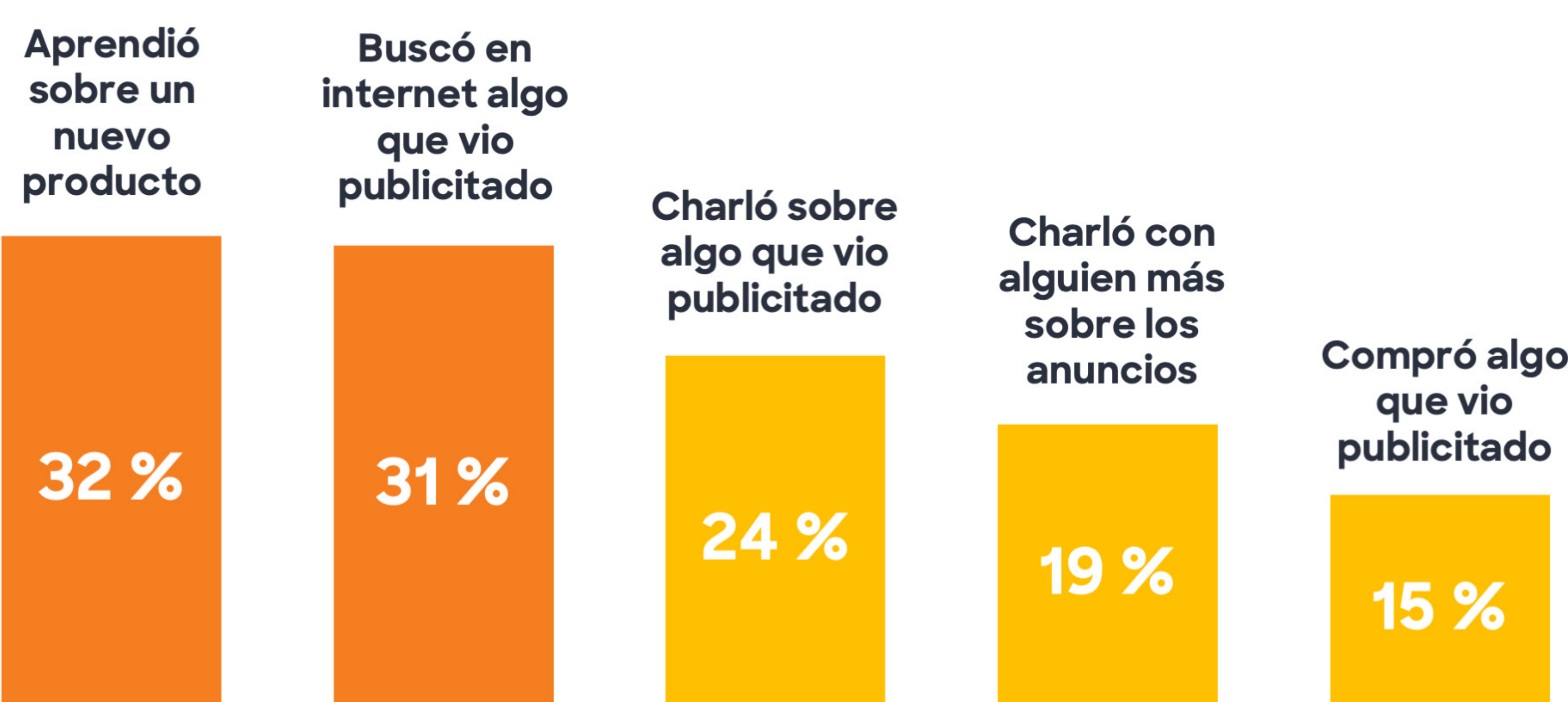
De acuerdo (Top-2 box)

En desacuerdo (Bottom-2 box)



1 de cada 3 espectadores afirma que, con frecuencia, busca información sobre algo que vio en anuncios de Connected TV.

¿Qué suelen hacer los espectadores luego de ver publicidades en CTV?



¿Sabes cómo podemos recopilar estos datos?

El departamento de Comscore Custom Survey desarrolló el estudio “**CTV Usage in Latin America 2022**” en **colaboración con IAB Habla Hispana**. El Informe es una **encuesta patentada** enviada por Comscore a panelistas de **toda América Latina**.

¿Qué países considera? **Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Uruguay**

Nuestros principales Sponsors para la realización de este reporte:

SunMedia pluto Roku OMG Teads Totalplay SHOWHEROES Google amazon ads TheView WARNER BROS. DISCOVERY SAMSUNG Ads NBCUniversal globoplay

Puede adquirir el estudio del agregado regional o consultar por la data específica de cada país.

Si deseas conocer más sobre el estudio de Connected TV, Addressable Advertising y OTT 2022, por favor **contáctenos**

Este estudio es un esfuerzo de industria en conjunto con IAB Argentina, Chile, Colombia, México, Perú y Uruguay. Si quiere ver más contenido relacionado puede ingresar a **connectedtv.lat**