



El poder del Retail Media

Los resultados de Kantar Media Reactions 2023 revelan que Mercado Libre es la plataforma publicitaria online preferida por los consumidores en Argentina y Latinoamérica, y Amazon a nivel global.

Buenos Aires, 7 septiembre 2023.- Kantar, empresa líder mundial en datos y análisis de marketing, comunica que Mercado Libre ha vuelto a ser la plataforma publicitaria online preferida de los consumidores en Argentina, Brasil, México y Colombia, así como a nivel global lo es Amazon. Según el estudio **Kantar Media Reactions 2023**, la mayoría de los consumidores consideran que los anuncios en las plataformas de retail media son relevantes, útiles y confiables para la decisión de compra, con pocas percepciones negativas. Además, en Latam están dentro de los 5 medios online favoritos de los especialistas en marketing para pautar, generando mayor confianza año a año.

El informe **Kantar Media Reactions 2023** revela las actitudes de los consumidores y especialistas en marketing hacia las plataformas y canales publicitarios. El estudio anual, ahora en su cuarto año, se basa en entrevistas a 16.000 consumidores en 23 mercados y 900 especialistas en marketing senior a nivel mundial.

Específicamente, en Argentina, Mercado Libre, Mercado Pago y PlutoTV son los medios que lideran el Top 3 de preferencia entre los consumidores. Justamente, se caracterizan por “dar algo a cambio” sin generar rechazo: tienen mensajes relevantes, útiles o entretienen de una forma innovadora. En 4ta posición aparece LinkedIn destacándose por la confianza que genera su contenido; y en el 5to puesto, Pinterest por su innovación.

Entre los especialistas en marketing, saltan a la cima del ranking Mercado Libre y YouTube, mejorando significativamente su confianza junto con Instagram en comparación con el año pasado. El auge de YouTube e Instagram demuestran la preferencia de los marketineros por medios establecidos. Pero también vemos cómo se empiezan a considerar medios relativamente más nuevos como Mercado Libre o Tik Tok.

Top-ranking Marcas de medios.

Consumers		Marketers	
1	Mercado Libre	1	Mercado Libre
2	Mercado Pago	2	YouTube
3	PlutoTV	3	Google
4	LinkedIn	4	Instagram
5	Pinterest	5	Tik Tok

El análisis de este año también revela que los puntos de contacto “físicos” siguen siendo los medios preferidos de los consumidores, como los eventos patrocinados, que lideran el ranking por segundo año consecutivo. Pero la gran novedad es que se suma un medio online: los *influencers*, caracterizados por su contenido innovador que llama la atención de las audiencias.

Top-ranking canales

Consumers		Marketers	
1	Sponsoreos	1	Retail Media
2	Vía pública digital	2	Online Video
3	Vía Pública	3	Tv streaming
4	Punto de Venta	4	Social Media stories
5	Influencers	5	Sponsoreos

El estudio muestra que existe un contraste significativo entre los canales preferidos por los especialistas en marketing y por los consumidores: los especialistas en marketing se inclinan por canales más nuevos, mientras que los consumidores prefieren los canales que causan la menor interrupción en sus vidas.



¿TV sí o TV no?

En particular, la televisión, el eje tradicional de las campañas publicitarias, este año está ausente del ranking de los canales preferidos por los marketineros. Si bien la televisión nunca ha tenido una alta calificación entre los consumidores, históricamente ha mostrado un desempeño sólido entre los compradores de medios. Sin embargo, en 2023 cayó del primer lugar al sexto junto con PNTS. Solo el 6% de los especialistas en marketing dicen que aumentarán el gasto en televisión en 2024.

Agustina Servente, Media Leader de Kantar Insights Argentina, afirma que *“Hoy en día, la publicidad exitosa es la que se integra en la vida de los consumidores: mientras navegan, compran, miran o simplemente siguen con su actividad diaria. Este año, los consumidores han hablado y han dicho que prefieren claramente la publicidad que ven fuera de casa, como en eventos patrocinados o vía pública. Sabemos que las campañas publicitarias tienen un impacto siete veces mayor entre las audiencias receptivas, por lo que es crucial comprender las fortalezas y debilidades de las diferentes plataformas publicitarias para obtener el mayor ROI”*.

Discutiendo los resultados, **Ivana Benevides, Media Director de Kantar Insights** expresa que *“Las campañas tienen siete veces más impacto entre las audiencias receptivas. Además, el nivel de ATENCIÓN juega un papel importante para transmitir los mensajes de las marcas. Por lo tanto, al interactuar con la audiencia es importante que se consideren los diferentes contextos y las distintas actitudes que se presentan con cada una”*.

Podrás encontrar un reporte con resultados globales acá WWW.KANTAR.COM

Acerca de Media Reactions

KANTAR ha investigado experiencias y percepciones por más de 20 años en todo el mundo. Media Reactions combina la percepción de los consumidores y marketineros para tener una visión completa sobre lo que sucede en el escenario de medios actual y cómo desenvolverse en él.

La investigación de 2023 incluyó casi 900 profesionales de marketing de publicidad, agencias y medios de todo el mundo. La encuesta de consumidores se basa en más de 16.000 entrevistas en 29 mercados (Alemania, Argentina, Australia, Brasil, China, Colombia, Egipto, Eslovaquia, España, Estados Unidos, Filipinas, Francia, Grecia, India, Indonesia, Italia, Japón, Korea, KSA, México, Holanda, Nueva Zelanda, Polonia, Reino Unido, República Checa, Rumania, Sudáfrica, Taiwan y Vietnam).

Acerca de Kantar

Kantar es la empresa líder mundial en datos y análisis de marketing, y un socio de marca indispensable para las principales empresas del mundo. Combinamos los datos actitudinales y de comportamiento más significativos con una profunda experiencia y análisis avanzados para descubrir cómo piensan y actúan las personas. Ayudamos a nuestros clientes a comprender qué ha sucedido y por qué, y a dar forma a las estrategias de marketing que determinarán su futuro.

Para más información visitar: <https://www.kantar.com/locations/argentina#> =

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/insightsbykantar/>.

Contacto de Prensa:

Andrea Airaldi – AG Comunicaciones

aairaldi@agcomunicaciones.com.ar

Tel.: +54 11 4805-8677 – Cel.: +54911 4082-7226