

## Media Reactions 2022

### Por segundo año consecutivo en Argentina, Mercado Libre es la plataforma publicitaria preferida por los consumidores

Buenos Aires, 13 de septiembre 2022.- Kantar, la empresa de investigación de mercado líder en el mundo, identificó hoy a Mercado Libre como la plataforma publicitaria preferida por los consumidores para ver publicidad. Ellos destacaron sus anuncios por ser más relevante, útiles y poco intrusivos respecto de los de otros medios. En esta tercera edición del ranking de Ad Equity de medios y plataformas del estudio global de **Media Reactions 2022** de Kantar, también se identificó:

- Por tercer año consecutivo, las plataformas de publicidad offline dominan el ranking de formatos que los consumidores prefieren.
- En el mundo digital, el contenido de influencers reemplazó a los anuncios de podcast como formato publicitario preferido.
- A pesar de las preferencias de los consumidores por las plataformas offline, los marketineros continúan favoreciendo a las plataformas online. Más anunciantes dicen que aumentarán su inversión en video online, social media stories y en eCommerce en sus asignaciones de presupuesto publicitario en 2023. Por otro lado, TikTok continúa siendo considerada como la marca de medios más innovadora.
- Finalmente, a nivel global, un 61 % de los anunciantes planea aumentar su inversión en el metaverso en 2023.

#### Top ranking Medios de comunicación:

La métrica Ad Equity de Kantar identifica de manera única los lugares donde los consumidores aprecian más ver publicidad. Los medios preferidos por los argentinos para ver publicidad son: los eventos patrocinados (#1), la Vía pública digital (#2) y la radio (#3). Por otro lado, este año aumento el Ad Equity de los medios online, continuando la tendencia desde 2021.

Dentro del entorno digital, el contenido de influencers lidera el camino como el formato de anuncio preferido, seguido por el comercio electrónico/display y luego los podcast y SMstories. Estos dos últimos mejorando su posición respecto de los resultados del año pasado.

Ad Equity ranking consumidores Argentina – Todos los medios	Ad Equity ranking consumidores Argentina – Medios Online
1) Eventos patrocinados	1) Influencers
2) Vía Pública digital (+3)	2) Ecommerce/display (+1)
3) Radio (+3)	3) Podcast ads (+1)
4) Revistas	4) Social media story ads (+2)
5) Punto de venta (-1)	5) Social Media News/feed (+2)

## Marcas de medios digitales

Mercado Libre lidera la clasificación general de Ad Equity entre las 16 marcas de medios digitales medidas en Argentina en 2022. Las personas encuentran los anuncios en Mercado Libre relevantes, útiles, confiables y de mejor calidad, lo que la convierte en la plataforma publicitaria más popular entre los consumidores este año. La publicidad de Mercado Libre también es una de las marcas más preferidas en Brasil, Colombia y México. A nivel global el medio preferido es Amazon liderando en Estados Unidos y varios países de Europa, reflejando así la explosión que está teniendo el retail media en todo el mundo.

Pinterest, es la marca digital #2 en Ad Equity, continúa siendo percibida como innovadora y útil. LinkedIn ocupa el lugar #3 destacándose por la confianza y relevancia de sus anuncios. La fortaleza de Google proviene principalmente de la percepción de anuncios de calidad y relevancia. LaNacion.com en 5° lugar destaca por la confiabilidad de sus anuncios e Instagram por brindar entretenimiento.

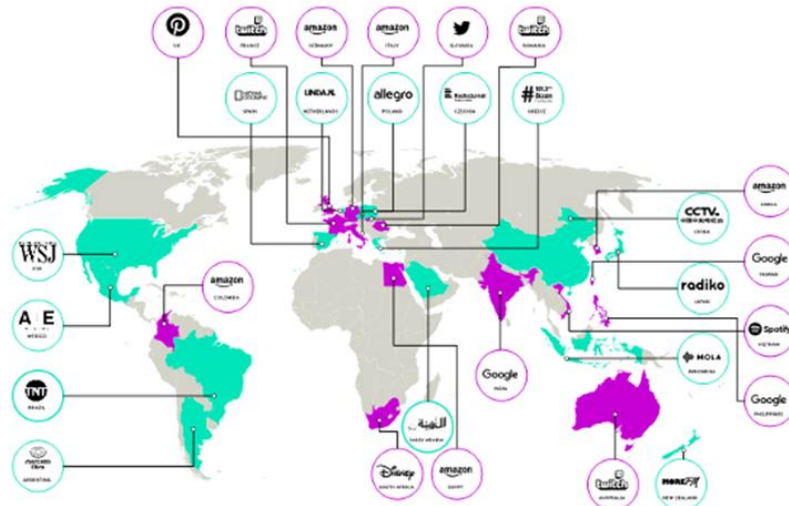


Desde el lado de los marketineros en Argentina, por segundo año consecutivo clasificaron a Google como la marca de medios global preferida, seguida por Instagram (#2), YouTube (#3) y Facebook. El 95% de los especialistas en marketing planean gastar más en TikTok en 2023; más que cualquier otra plataforma publicitaria global.

## Top líder en cada mercado

A diferencia de los resultados del año pasado, las preferencias de los consumidores se han dividido por igual entre las plataformas de medios globales y locales. En 29 mercados encuestados, gigantes globales como Amazon, Google, Twitch, Spotify, Pinterest y Disney fueron identificados en 15 países como las plataformas preferidas. Catorce de los medios preferidos, desde la perspectiva del consumidor, son marcas de medios locales o localizados.

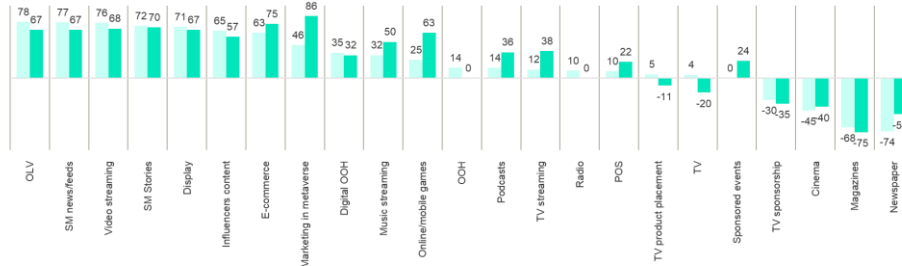
Top ad equity performers by market



## ¿Cuál es la perspectiva en cuanto al gasto publicitario para el 2023?

Se espera que el gasto en medios digitales continúe aumentando en 2023. El metaverso en un 86%, eCommerce con un 75% y las historias en redes sociales son los tres medios que tendrán los mayores aumentos de inversión según lo que declararon los marketineros en el estudio de Media Reaction en Argentina.

Changes in budget/resource allocation (% net +ve)



**Agustina Servente, Media Líder de Kantar división Insights**, comentó acerca de los resultados que *“El entorno de los medios continúa evolucionando rápidamente y, en tiempos de inflación, los marketineros deben tomar decisiones cuidadosas. En este sentido, continúan siendo atraídos por lo nuevo... como considerar a “la atención” como una nueva métrica a monitorear y al metaverso como un nuevo medio, pero es importante tener una comprensión holística de las plataformas publicitarias y lo que los consumidores piensan de ellas”.*

Discutiendo los resultados, **Ivana Benevides, Media Director de Kantar división Insights** dijo que *“Las campañas generan 7 veces más impacto entre audiencias receptivas, entonces será fundamental saber cuáles son los medios y plataformas más efectivas para llegar al consumidor y, a su vez, cumplir los objetivos de marca”.*

El reporte con los resultados globales, acá: [kantar.com/mediareactions](https://www.kantar.com/mediareactions).

### **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 2022 incluyó casi 1.000 profesionales de marketing de publicidad, agencia y medios de todo el mundo. La encuesta de consumidores se basa en más de 18.000 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 de consultoría e insights basados en evidencias. Tenemos un entendimiento pleno, único y completo de cómo piensan, sienten y actúan las personas a nivel global y local, en más de 90 mercados.

Combinando la gran experiencia profesional de nuestro personal, nuestros datos y benchmarks, nuestras innovadoras capacidades de analytics y tecnología, ayudamos a nuestros clientes a **entender a las personas e inspirar el crecimiento**.

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

[LinkedIn: https://www.linkedin.com/company/insightsbykantar/](https://www.linkedin.com/company/insightsbykantar/).



**Contacto de Prensa:**

Andrea Airdi – AG Comunicaciones

[aaairaldi@agcomunicaciones.com.ar](mailto:aaairaldi@agcomunicaciones.com.ar)

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