

**La nueva era del Brandformance
en Connected TV ya está aquí.**

¡De la atención a la acción!

*Una guía para creativos y marcas que quieren
impactar con estrategia en la era del streaming*

Data de:

 **comscore & Power TV**
by Mediam



Introducción y Ecosistema

Connected TV: mucho más que una pantalla

En 2025, CTV dejó de ser solo una tendencia para convertirse en una pieza estratégica dentro del media mix.

Para marcas, agencias y creativos, **representa una nueva forma de llegar al consumidor, combinando el impacto visual de la televisión con la segmentación y medición propia del entorno digital.**

En 2024, el 65% de los internautas en México ya son CTV Watchers, lo que representa a más de 51 millones de personas conectadas a través de Smart TVs, consolas o dispositivos de streaming. El auge de plataformas como ViX, Netflix AVOD, Amazon Prime Video con anuncios y Pluto TV ha cambiado las reglas del juego.



¿El resultado?

Más audiencias conectadas, más inventario premium y más oportunidades para impactar con contenido relevante.

Dato clave: En Latinoamérica se proyecta un **crecimiento en el presupuesto de medios para CTV del 15-20% anual en los próximos cinco años.** (Fuente: Comscore)



¿Qué hace que CTV funcione para performance?

El nuevo brandformance

CTV es más que awareness cuando tiene una buena estrategia de fondo.

Con una mentalidad de performance marketing, las marcas pueden convertir la pantalla grande en un motor de resultados concretos:

Audiencias de alto valor:

Puedes llegar a consumidores según su comportamiento online, sus intereses o si visitaron tu sitio sin convertir. El 54% desea ver anuncios adaptados a sus intereses. (Fuente: Comscore)

Creatividad direccionable:

Crea anuncios dinámicos que se adapten al contexto (hora, contenido o perfil). Además, el 30% prefiere anuncios que los lleven directo a tiendas online desde la TV. (Fuente: Comscore)

Optimización automática:

Plataformas de publicidad programática analizan miles de variables para mostrar el anuncio correcto, en el momento justo.

Medición cross-device:

El 93% ve CTV desde Smart TVs (Fuente: Comscore). El anuncio impacta en la TV, pero la conversión ocurre en el celular. Las nuevas tecnologías de atribución permiten rastrear esa ruta completa.

Tip creativo: México y Brasil lideran la adopción en la región. En estos países, CTV ya forma parte del media mix de grandes marcas. (Fuente: Comscore).

¿Cómo planificar una estrategia sólida de CTV con Brandformance?

Hoja de ruta básica para las marcas

Planifica con objetivos claros:

- 01** Define si tu campaña busca tráfico web, awareness, ventas, o un mix de ellos. Esto determinará tu tipo de audiencia, y la creatividad de tu mensaje.

Activa campañas híbridas:

- 02** Combina AVOD y FAST (contenido gratuito con anuncios) para alcanzar tanto a nuevas audiencias como a quienes ya conocen tu marca.

Apuesta por experiencias interactivas:

- 03** El 30% de los usuarios prefiere anuncios que puedan redirigir a tiendas online desde la TV. Agrega QR codes, botones de acción o llamados a explorar más.

Prioriza la personalización:

- 04** Los anuncios relevantes conectan mejor. El 42% de los usuarios desea ver publicidad relacionada con sus hobbies e intereses, no solo con el contenido que ven.

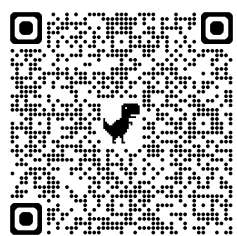
Dato inspirador: El **27% de los usuarios** escanea códigos QR directamente desde el televisor y el **28% descarga apps después de ver anuncios.** (Fuente: Comscore)

¿Qué sigue?



CTV es el espacio donde **creatividad, data y estrategia** se encuentran.

Hablemos sobre cómo llevar tus campañas al siguiente nivel con **Connected TV**



Agenda una sesión con nuestro Head of Sales de Power TV Latam

Diego Camacho Stern

Mediam Group
by **Aleph**

 **comscore**

Power TV
by **Mediam**