**Llega a México nueva tecnología y herramientas para personalizar campañas de Connected TV**

* *México es el principal mercado en América Latina donde los usuarios consumen más televisión conectada, según un estudio de Comscore.*

**Ciudad de México, 30 de julio de 2024. –** La evolución tecnológica y digital en América Latina sigue su camino con pasos bastante acelerados donde las industrias de *streaming* y televisión conectada (CTV, por sus siglas en inglés) se convirtieron en los últimos años en uno de los escenarios más importantes debido al alto índice de usuarios que buscan entretenimiento en la región.

De acuerdo con [Comscore](https://www.comscore.com/Insights/Blog/Tendencias-que-redefinen-el-panorama-del-consumo-de-CTV-y-streaming), México es el país que más consume CTV en Latinoamérica con un alcance del 67% de espectadores, seguido de Argentina y Chile que comparten un 61%, respectivamente.

Frente a estos datos, varias empresas y marcas buscan soluciones tecnológicas para llevar a cabo distintas campañas publicitarias en Connected TV, una modalidad de compra que llegó para quedarse y que requiere de una estrategia particular, indicó **Antonella Camelione, Vicepresidente de Revenue para América Latina de Kivi**, empresa de *Ad-Tech* especializada en *Connected TV* en el bloque latinoamericano.

Los anunciantes han reconocido el potencial del elevado número de usuarios mexicanos que consumen CTV, lo que impulsa a los especialistas en marketing a buscar herramientas más precisas para medir sus campañas. En este contexto, Kivi introduce **Track TV**, una tecnología innovadora que ofrece opciones de segmentación personalizadas, adaptadas a los objetivos comerciales de cada anunciante, junto con un sistema de seguridad anti-fraude para garantizar la calidad de la publicidad. Antonella Camelione enfatiza que comprender a fondo a tu público objetivo es fundamental en el éxito de cualquier estrategia publicitaria. Por ello, Track TV se basa en cuatro pilares tecnológicos: demografía, geolocalización, contexto y retargeting. Estos pilares permiten personalizar las campañas de manera precisa, asegurando que estén alineadas con los objetivos comerciales de los anunciantes y lleguen a la audiencia adecuada en el momento adecuado.

Camelione subraya los logros que Track TV ha permitido alcanzar con sus clientes. La especialista señala que han podido obtener resultados granulares de los lugares donde hay una mejor optimización y funcionalidad de las campañas, lo que permite encontrar *insights* de alto valor para los anunciantes.

*"En el pasado, medir atribuciones y conversiones en formatos de pauta con televisión digital era uno de los mayores retos. Gracias a esta herramienta, hemos entregado resultados y eficiencias en tiempo real, optimizando la inversión de nuestros clientes”*, dijo la vicepresidenta.

**Más que métricas**

Track TV ofrece al mercado mexicano más que simples métricas demográficas y proporcionar *insights* más profundos sobre los comportamientos, preferencias e intereses de los consumidores. Esto permite a los anunciantes crear segmentos de audiencia más fraccionados para sus campañas en CTV.

Por ejemplo, los datos demográficos pueden enriquecerse con atributos psicográficos, lo que ofrece a los anunciantes dirigirse a audiencias según intereses específicos, estilos de vida y comportamientos de compra. Esta precisión garantiza que los anuncios en CTV lleguen a individuos con mayor probabilidad de interactuar con el contenido y realizar las acciones deseadas, maximizando así la efectividad de la campaña.

**Reportes para optimización de campañas**

También se puede proporcionar información valiosa para optimizar campañas, permitiendo a los anunciantes identificar qué grupos son más receptivos a sus mensajes y ajustar sus estrategias de segmentación y creatividad en consecuencia. Se opera en alianza con la empresa Lotame.

**Segmentación de contexto y categorías de canal**

Con categorías de canal, géneros de programas y canales de TV por cable, la herramienta ofrece más de 50 categorías de canales, 750 canales de TV por cable y 200 géneros de programas, permitiendo a los anunciantes dirigirse a audiencias específicas según sus intereses y preferencias de visualización.

**Retargeting entre dispositivos**

Mediante el *retargeting* entre dispositivos, los anunciantes pueden identificar a los espectadores que interactuaron con sus anuncios en CTV y volver a dirigirse a ellos en otros dispositivos como teléfonos inteligentes, tabletas y computadoras de escritorio. Esta transición fluida asegura una experiencia publicitaria continua, lo que permite a los anunciantes reforzar su mensaje y aumentar las conversiones a través de múltiples puntos de contacto.

Todas estas acciones tecnológicas buscan que los usuarios reciban publicidad que se centre en sus intereses y hábitos de consumo. Esto abre una puerta para mejorar las prácticas de las campañas, donde los consumidores puedan ser impactados de manera selectiva y basados en las industrias que les gustan a través de televisión conectada.

###

Acerca de [Kivi.](https://www.kivi.tv/)

Kivi es una Ad-Tech líder en América Latina que ofrece soluciones publicitarias en Connected TV (CTV) para distintas verticales que brinda a los compradores de medios la mejor tecnología para gestionar cómo, cuándo y dónde se verán sus marcas en la nueva era de la televisión. Kivi tiene una amplia presencia en América con oficinas en Nueva York, Chicago, Miami, Ciudad de México, Bogotá, Sao Paulo, Montevideo y Buenos Aires. La plataforma cuenta con tecnologías innovadoras, así como herramientas interactivas que transforman la publicidad en CTV al ofrecer segmentación precisa, optimización basada en datos y mediciones de impacto detalladas con su herramienta pionera Track TV. Comprometidos con el éxito de sus clientes, Kivi establece nuevos estándares en publicidad digital, asegurando un alcance de calidad y maximización del retorno de inversión. Para más información, visita [https://www.kivi.tv/.](https://www.kivi.tv/)

**Síguenos:**

Instagram: <https://www.instagram.com/kivi.squad/>

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

**Contacto de prensa:**

**another**

Michelle de la Torre

Sr. Account Executive Tech – Corpo

55 4315 4847

[michelle.delatorre@another.co](mailto:michelle.delatorre@another.co)