

Jugueterías:

Los juegos más comprados por los argentinos

AGOSTO 2022



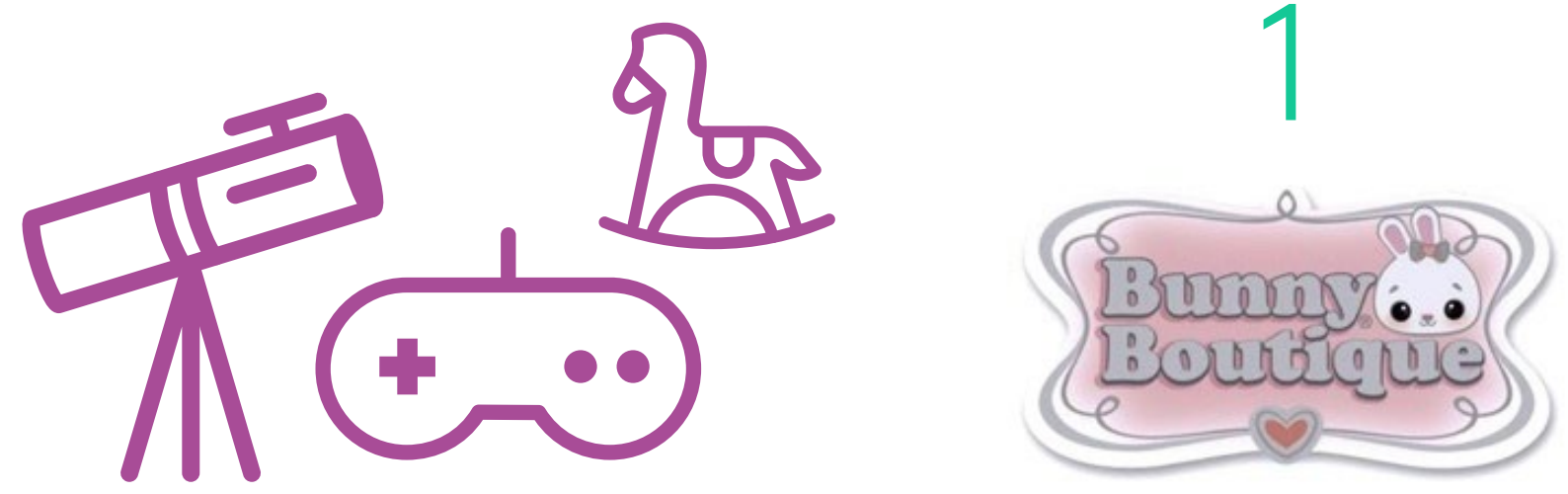
El subsector Línea Juguetería aumentó

377%

de Enero-Julio 2021 a Enero-Julio 2022

A través de las soluciones de **Advertising Intelligence (monitoreo)** brindamos una visión 360° completa sobre la inversión publicitaria multimedios para los anunciantes, las agencias y los medios.

TOP 5 Marcas de Juguetería multimedios Enero-Julio 2022



2 	3 	4 	5
-------	-------	-------	-------

FUENTE: Kantar IBOPE Media. Inversión multimedios en pesos brutos del sector Juguetería. Enero-Julio 2022

Con **FOCUS AI**, nuestro novedoso complemento de **Inteligencia Artificial integrado en Advertising Insights**, analizamos el Sector **juguetería**

DITOYS (+62,6 %) y **CAFFARO HNOS SRL (+144,2 %)** son los principales **anunciantes** con mayor aumento de la inversión con respecto al período anterior

Televisión (+55,7 %) y **Diarios (+793,7 %)** son los **Top Media groups**. Dentro de Televisión, **TV Paga** tuvo el mayor incremento de la inversión **(+59,4 %)**

FUENTE: Kantar IBOPE Media. AdInsights. Inversión multimedios en pesos brutos. Enero-Julio 2021 vs Enero-Julio 2022

Nuestras soluciones de **Consumer Intelligence (Target Group Index)** brindan información sobre el consumo de las personas, sus opiniones y actitudes, con relación a los medios.



De los Argentinos que compran anualmente juguetes, juegos y videojuegos, un **44%** son adultos de **25 a 44 años**.

Un **20%** de la población compró **juegos y juguetes (excluyendo videojuegos)** en los últimos 12 meses. De estas personas, lo que más compraron fue **automóviles de juguete, juguetes educativos, pelotas, juegos de mesa y maquillaje/joyas para niñas**.



Las principales **marcas** que compran estas personas son:



FUENTE: Kantar IBOPE Media. Target Group Index (TGI) 2021 R2 Combined - Personas

Las respuestas que la industria necesita están en **Cross Media Performance (CMP)** una solución cross-media que evalúa **todo el ciclo de la campaña publicitaria en TV y Digital**, facilitando la planificación de dónde y cómo invertir.

Ahora más que nunca, los anunciantes y las agencias de medios necesitan una solución capaz de medir el alcance y frecuencia de las campañas **Cross-media** en diferentes targets y plataformas.

¿Quién vio mi anuncio? ¿Cuántas personas vieron mi campaña? ¿Cuál es el perfil de mi audiencia en los diferentes medios donde está presente mi campaña? ¿Mi campaña está llegando a nuevas personas o estoy impactando a las mismas?

Si te interesa conocer más Comunícate con nuestros Ejecutivos: ventas.argentina@kantariopemedia.com