

20  
24

GTM

# NETFLIX





# ADVERTISING VIDEO



# MISIÓN

# ENTRETENER

# AL MUNDO

Un hogar de inesperadas historias que se involucran a nivel mundial y local.

Y donde todo se detiene para descubrir mucho más...

**6 de cada 10 series**  
más buscadas fueron títulos de Netflix

Los espectadores consumen  
**6 géneros al mes**

## HISTORIAS QUE ENCIENDEN CULTURA

Stranger Things genera nostalgia e impulsa una obsesión por la década de los 80's



El Juego del Calamar, el auge de los anticapitalistas del entretenimiento



Drive to Survive, incentiva el amor de varias regiones por la Fórmula 1.



## Y CONDUCE OPORTUNIDADES



Emily en Paris genera obsesión en los compradores en línea para copiar su estilo.



Gambito de Dama dispara la venta de juegos de ajedrez



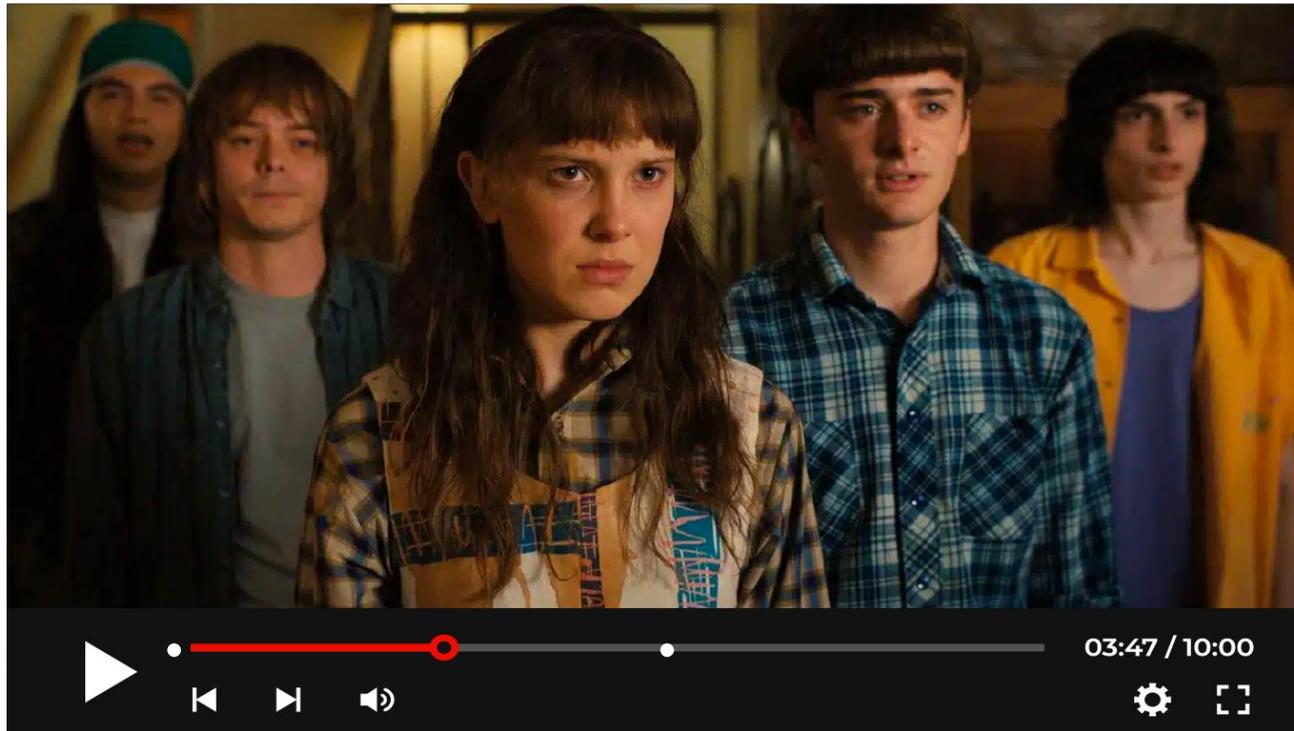
Marie Kondo impulsa la venta de organizadores y suministros

# Formatos Premium

Ahora podrás formar parte de la plataforma de entretenimiento de mayor alcance, a través de video pre-roll y mid-roll en el paquete estándar con anuncios.

|  | Estándar<br>Con anuncios | Estándar  | Premium     |
|--|--------------------------|-----------|-------------|
| Precio al mes  | 99 MXN                   | 219 MXN   | 299 MXN     |
| Calidad de video   | Muy buena                | Muy buena | Excepcional |
| Resolución   | 1080p                    | 1080p     | 4K + HDR    |
| Multidispositivo: TV, ordenador,<br>teléfono móvil y tableta | ✓                        | ✓         | ✓           |
| Descargas  |                          | ✓         | ✓           |

# Formatos Premium



## Non-skippable

El espectador no tiene la capacidad de saltar o adelantar el anuncio

## Frequency capped

Frecuencia limitada a 1 vez por hora, 3 veces por día

## Pre-roll

Anuncio de 15, 20 y 30 segundos antes de iniciar el contenido

## Mid-roll

Anuncio de 15, 20 y 30 segundos que se ejecuta durante el descanso de un contenido

# ALCANCES

Ahora podrás formar parte de la plataforma de entretenimiento de mayor alcance en el mundo, a través de **Video Pre-roll y Mid-roll en el paquete estándar con anuncios**



# Audiencia

El **61%** usuarios

Tienen entre **18 a 34 años** de edad.

**29 años**

Edad promedio

**57%**

Estudio  
Universidad o más

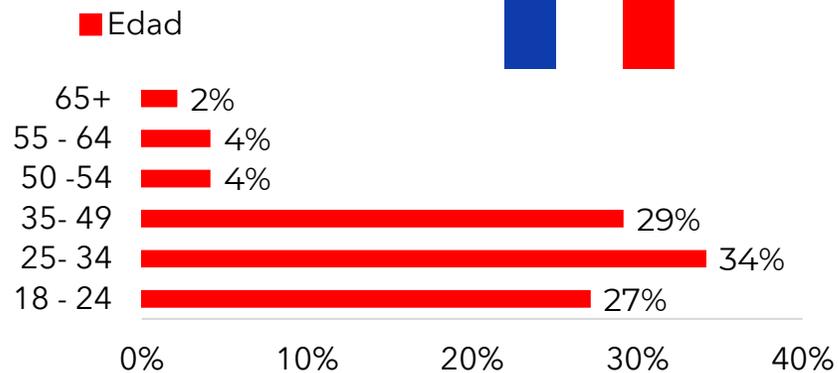
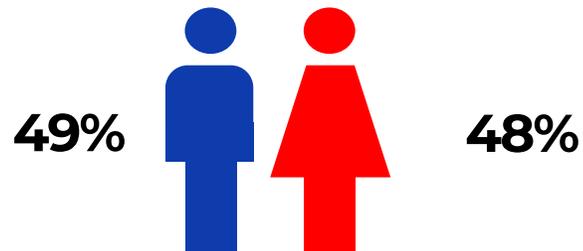
**41%**

Tiene hijos

**40%**

Cord Cutters

## Género

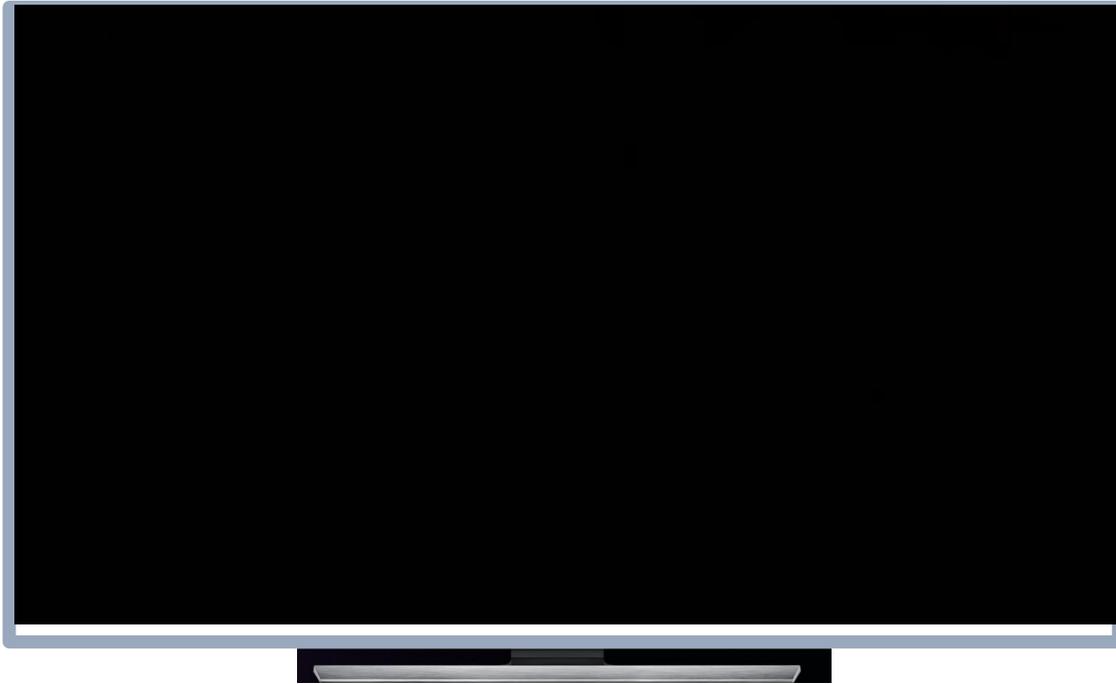


## PLATAFORMAS

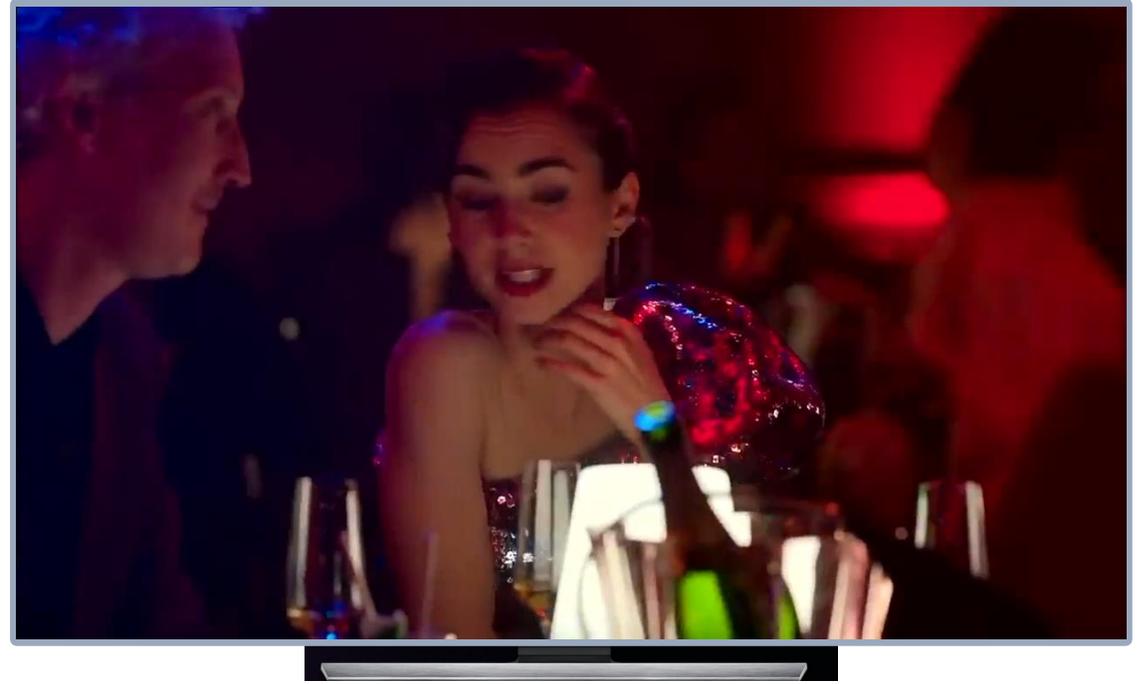
- Connected TV
- Tablet/Mobile
- Desktop / Laptop

# Ejemplos

## Video Pre-roll



## Video Mid-roll



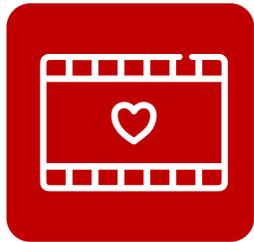
### Consideraciones

- Las campañas de video se devengan en ambos formatos (pre-roll, mid-roll)
- Si se desea aparecer únicamente en Pre-roll es necesario comprar la segmentación de primera impresión

# Segmentaciones



**Geolocalización**



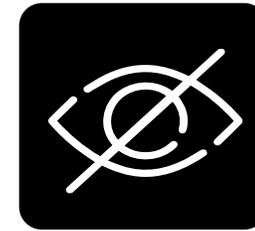
**Género  
Categoría**



**Top 10**



**Género  
Edad**



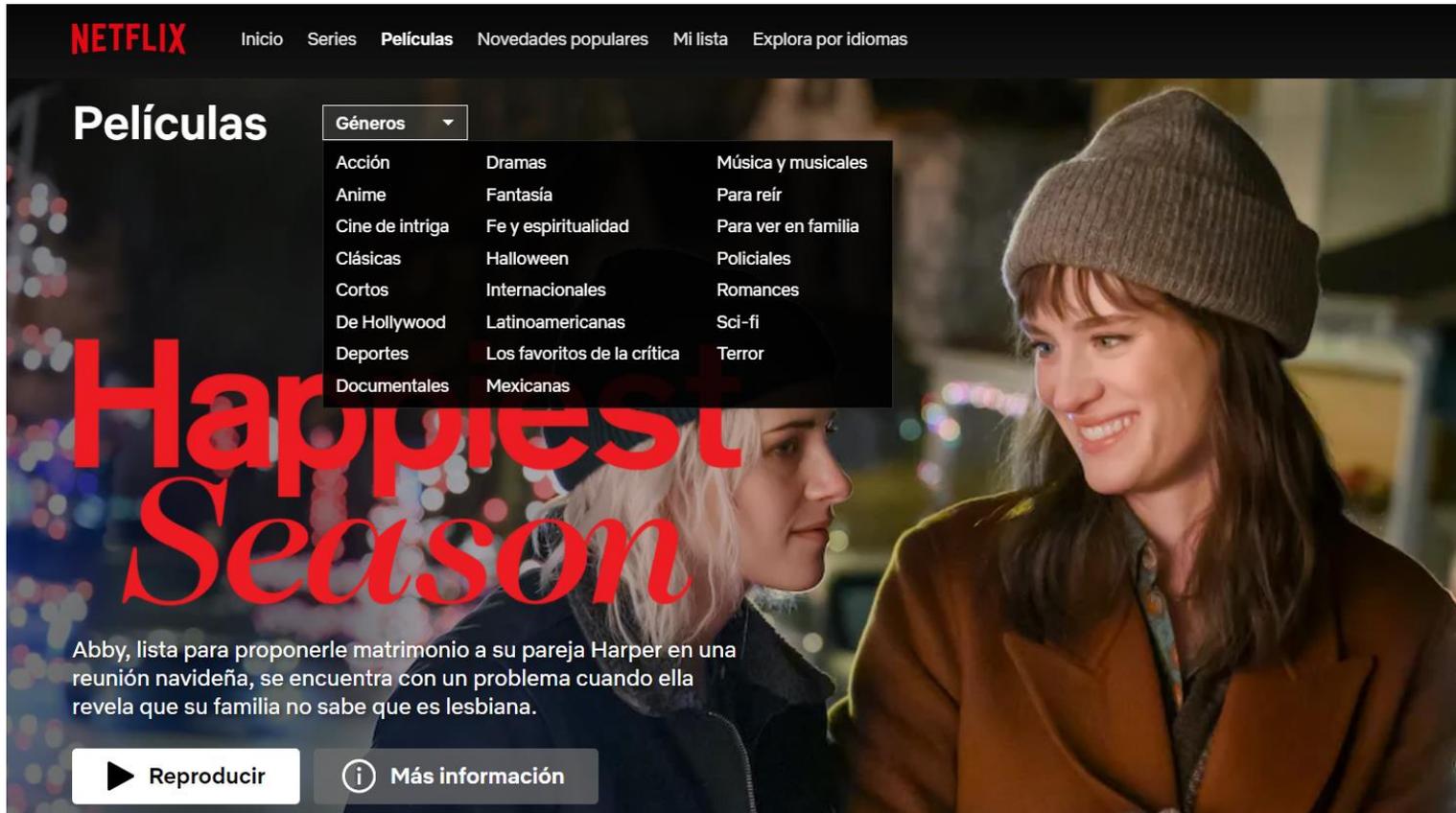
**Contenido  
Sensible**



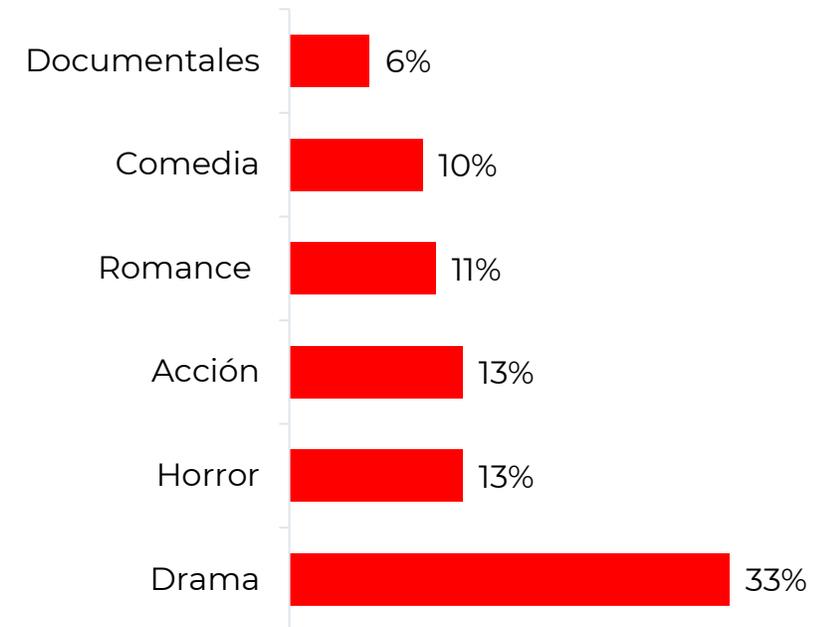
**Primera  
Impresión**

# Categoría

Los anunciantes tienen la opción de seleccionar 1 o más géneros de contenido específicos.



## Top Contenido



# Top 10

Los anunciantes tienen la opción de aparecer dinámicamente en el Top 10 de películas y series más vistas de una región. Este listado se actualiza automáticamente cada 7 días.

## Las 10 series más populares en México hoy



## Las 10 películas más populares en México hoy



### Consideraciones:

- Actualizaciones semanales
- No se puede combinar con segmentación de contenido bloqueado.

# Contenido sensible

Los anunciantes tienen la opción de seleccionar las categorías de contenido que puede no ser apropiado para su marca o para sus objetivos publicitarios.

| CONTENIDO                      | DEFINICIÓN   | EJEMPLOS  |
|--------------------------------|--|---|
| <b>Sexo y desnudez</b>         | Sexo general y sin censura, exposición de las partes íntimas.  | 365 Days, Sex education, Bridgerton, Sex/Life, Narcos       |
| <b>Suicidio y autolesiones</b> | Escenas gráficamente detalladas (descripciones visuales y no visuales) de un suicidio, intento de suicidio o autoagresión. | 13 Reason Why, Ethos, ¿Quién mató a Sara?, Better Call Saul |
| <b>Violencia sexual</b>        | Escenas gráficamente detalladas (descripciones visuales y no visuales) de una víctima siendo agredida sexualmente.         | Anatomía de un escándalo, Sky Rojo, 13 Reason Why           |
| <b>Violencia gráfica</b>       | Escenas de tortura y violencia sin censura y muerte.   | The Witcher, Santa Clarita Diet, Army of the Dead           |
| <b>Stand Up</b>                | Espectáculo de comedia   | Franco Escamilla, Daniel Sosa                               |

# Primera impresión

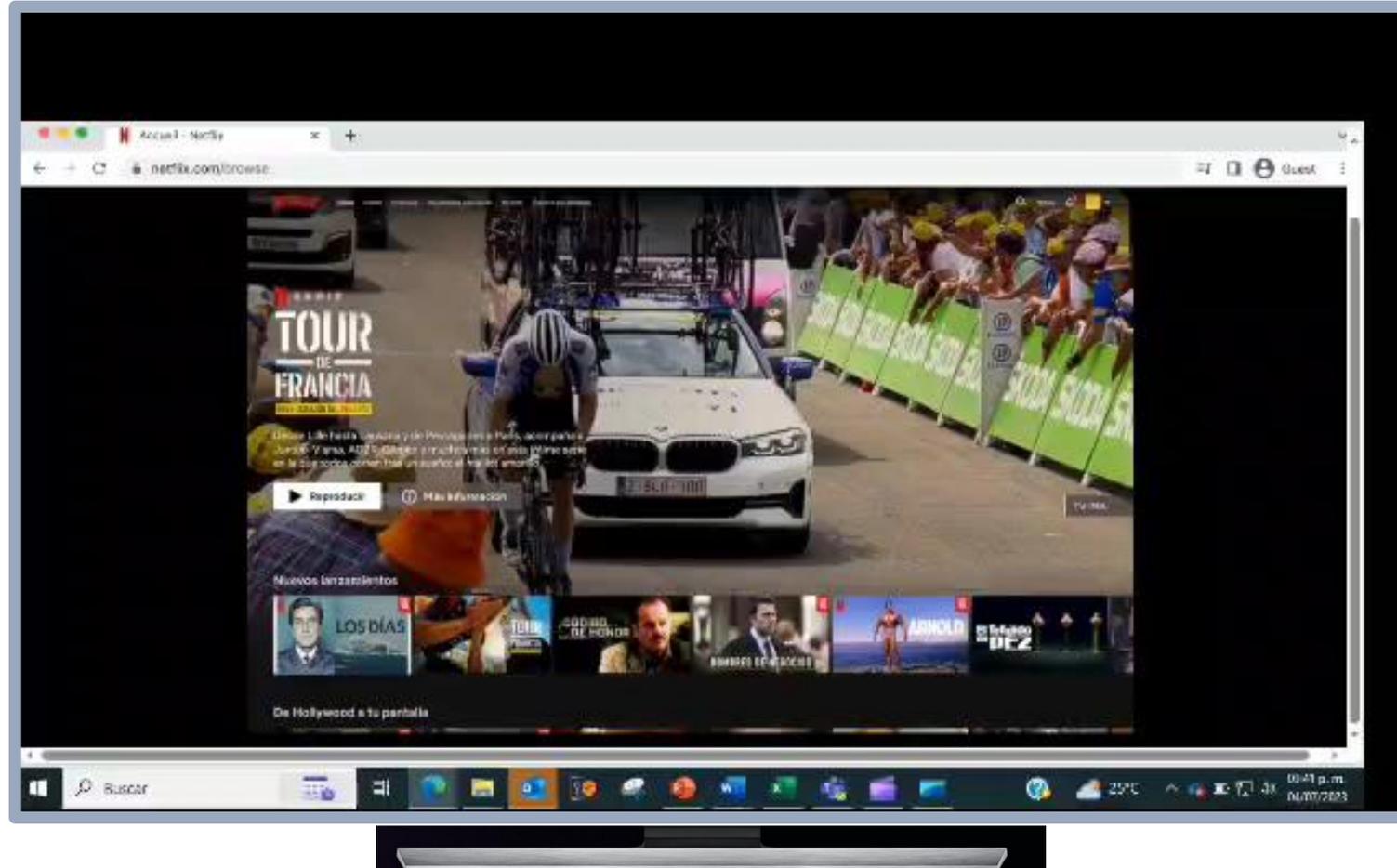
Los anunciantes tienen la opción de segmentar su campaña a únicamente formato Pre-roll de los contenidos que ve un usuario durante el día.



## Consideraciones:

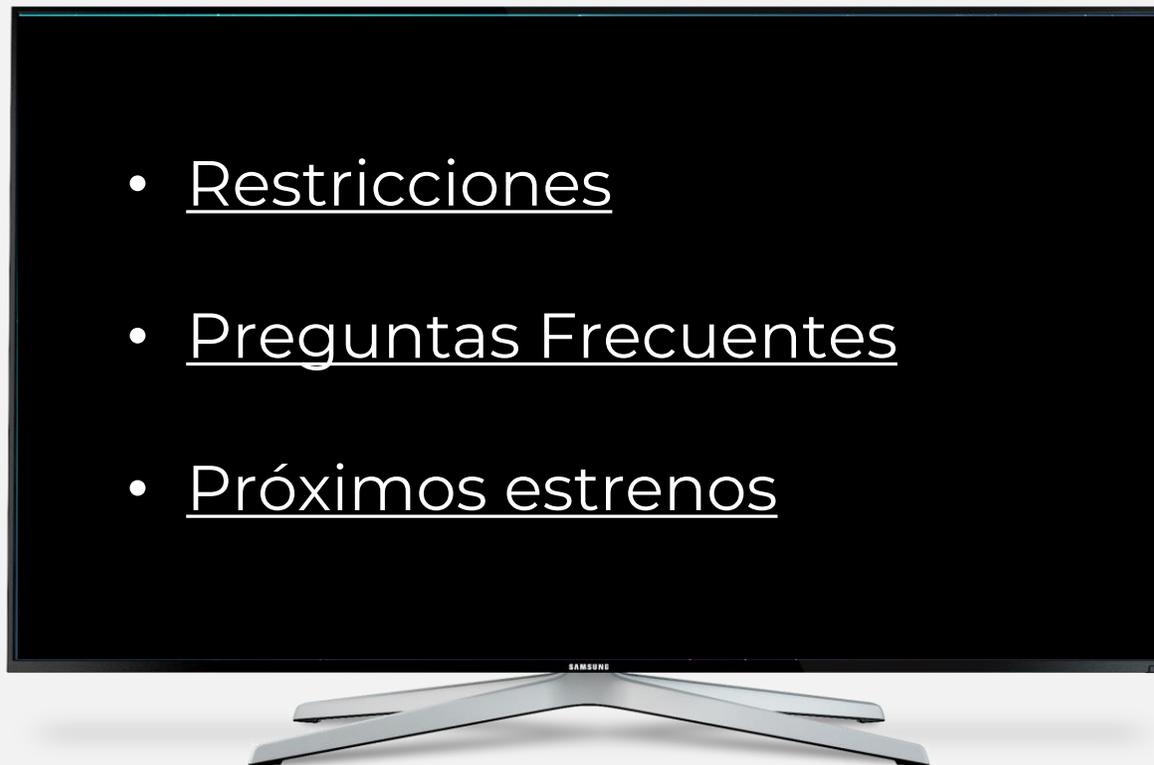
Las campañas tendrán un límite de frecuencia a 1 impresión por día por anunciante.

# Ejemplo de Campaña CMI



# ANEXOS

- [Restricciones](#)
- [Preguntas Frecuentes](#)
- [Próximos estrenos](#)

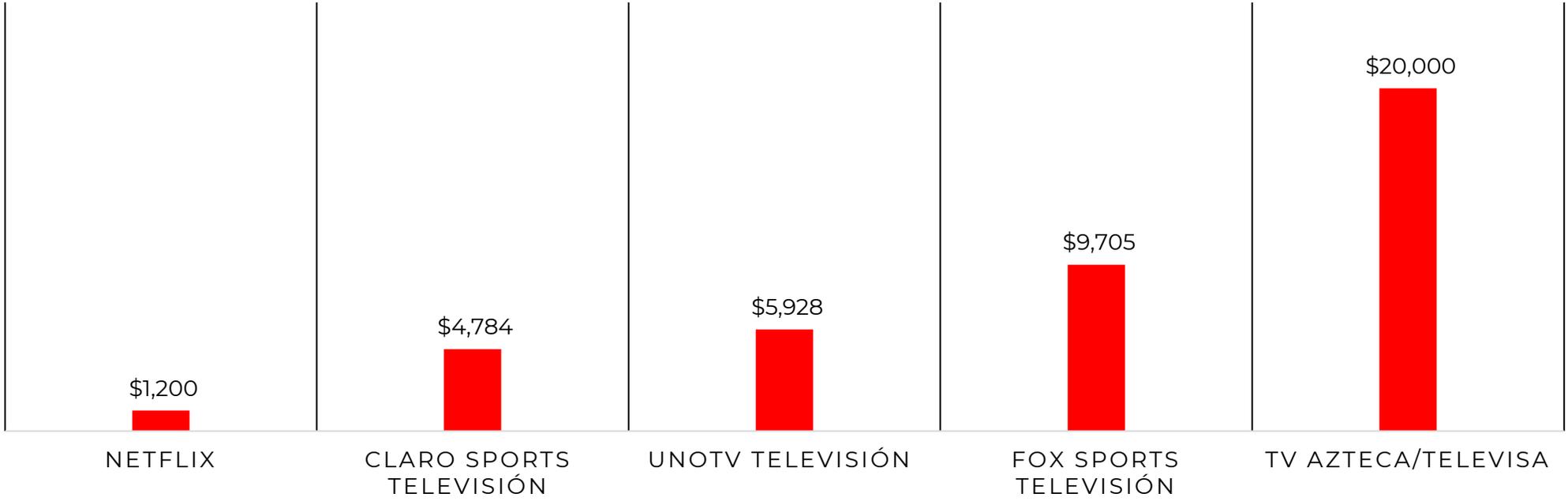


# Benchmark

Tarifas promedio de TV en horario regular

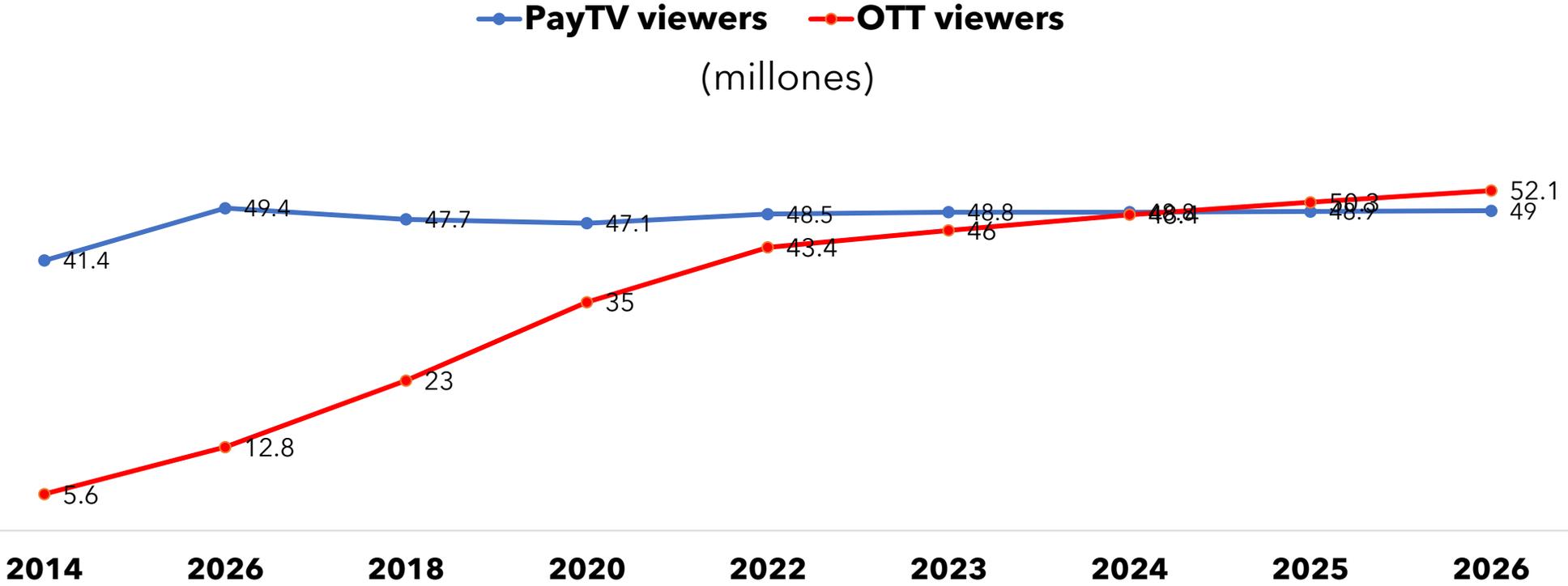
## PRE-ROLL/ SPOT 30' SEG

\*Tarifas en pesos mexicanos



# AUDIENCIA PayTV vs OTT

Los espectadores de la TV de paga se mantienen, mientras que los suscriptores de OTT se encuentran en constante crecimiento, estimando un alcance de 52.1M de espectadores para el 2026.

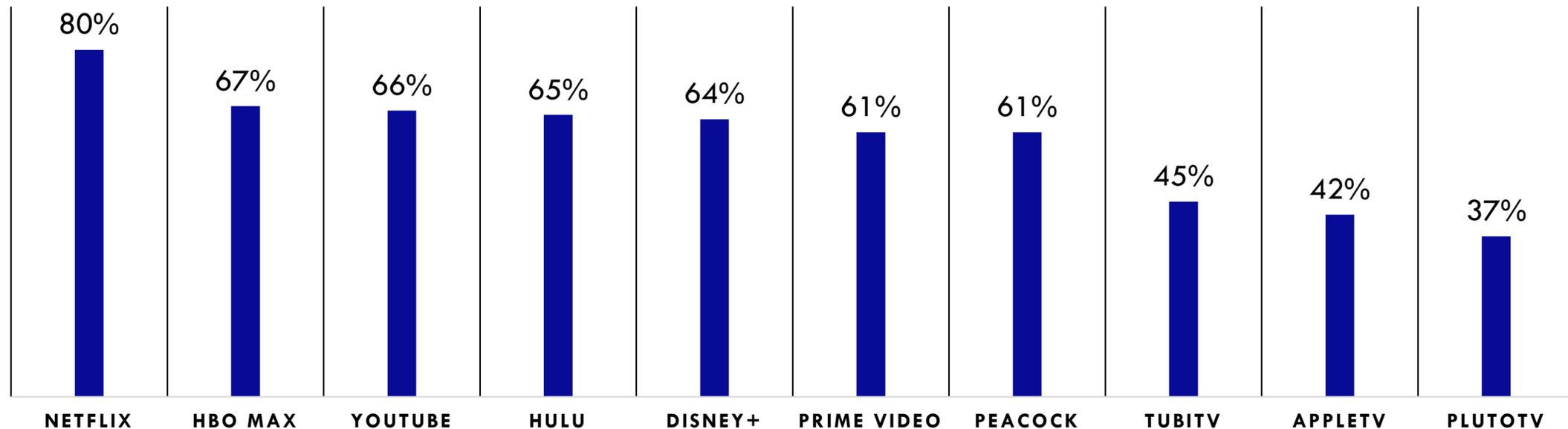


Source: eMarketer, Oct 2022  
Espectadores de video OTT por suscripción\* versus espectadores de televisión paga tradicional en México.

# ALCANCE Y COMPROMISO

Netflix es la plataforma con mayor retención de espectadores

## Retención 2 hrs:





Nuestra oferta publicitaria cuenta  
con los medios ideales para tu campaña

<https://www.cmi.mx>