

INNOVATION DAY

Audiencias en Juego

De la atención a la acción

Este *Innovation Day* puso sobre la mesa cómo cambiarán las estrategias de marketing rumbo al Mundial 2026: más audiencias conectadas, más fragmentación, más presión por atención y mayor necesidad de integrar data, creatividad y regulación.

Audiencias fragmentadas

El fan está en múltiples plataformas al mismo tiempo. La atención se reparte y exige estrategia integrada.

Ganarán las marcas con **mensajes rápidos, relevantes y diseñados para consumo móvil y social.**



96% interactúa antes, durante y después de eventos deportivos en vivo en plataformas

Más Connected TV

El consumo deportivo en Connected TV confirma que CTV ya debe pensarse como medio estratégico y medible.

En México existen **56 millones de CTV Watchers**

77% del tiempo de consumo deportivo dedicado al fútbol

41% en conexiones durante partidos en vivo



CTV abre oportunidades para **segmentación, medición y activación táctica** en contextos de alto interés.

El audio será un espacio de conexión, no solo de frecuencia

Hoy el consumo de audio (entre streaming y podcasts) supera los

77 millones de usuarios en México



Destaca **storytelling, engagement profundo y monetización integrada.**

Creator-First ya no es táctica complementaria

Los creadores serán parte de la arquitectura estratégica, no solo amplificadores de campaña.

El contenido auténtico y culturalmente conectado será más relevante que la pauta aislada



Las marcas deben **co-crear con voces** que entienden **comunidad, timing y lenguaje digital.**

Retail Media conecta atención con compra

El Mundial 2026 impulsará consumo, no solo conversación:

75% planea compras de tecnología

60% de consumo masivo



Además podría generar **\$4,050 MDD en impacto económico** en México y abrir **oportunidades de activación con first-party data, atribución y ROAS.**

La creatividad necesita marco legal

Subirse a la conversación del Mundial **sin estrategia legal puede convertirse en riesgo reputacional y comercial.**

El ambush marketing puede implicar sanciones y daño reputacional. **Activos como el nombre oficial del torneo, el trofeo, los goles, los estadios, slogans y uniformes están protegidos.**

La planeación debe integrar legal desde el diseño de campaña, no al final.



Guidelines FIFA

Lineamientos oficiales para la **aplicación correcta** en comunicaciones, contenidos y acciones de marketing.

[Clic aquí](#)

La conversación dejó claro que el Mundial 2026 será una oportunidad para las marcas que sepan activar estrategias multiformato, culturalmente relevantes y legalmente sólidas.



Dream Team 2026: Estrategias de atención acumulativa para el mayor evento deportivo del mundo

Conecta con audiencias globales durante el Mundial 2026 mediante la **metodología de atención acumulativa y un framework de ideas estratégico en Meta**.

La implementación de este enfoque genera un incremento del **+21% en ventas y reduce en un -23% el costo por recuerdo** (Ad Recall).

[LINK AQUÍ](#)

 Instagram



El Mundial 2026 se verá en Connected TV ¿Está lista tu marca para ganar?

El Mundial 2026 redefine el consumo deportivo y posiciona a CTV Sports como una oportunidad estratégica para las marcas.

Mediam Group
by Aleph

Con **85M+ viewers y 11.3B+ horas de streaming mensuales**, CTV domina el consumo en México, con **+30% conversiones al activar audiencias impactadas** mediante estrategias de remarketing post-impresión con PowerTV.

Agenda una sesión estratégica con el equipo de PowerTV y prepara tu marca para el Mundial 2026.



[LINK AQUÍ](#)

SAMSUNG Ads

Fútbol: de pasión nacional a punto de encuentro entre aficionados y marcas.

Samsung Ads revela el perfil y tendencias de consumo que marcarán el Mundial y harán latir más fuerte el corazón del fanático mexicano.

Audiencias apasionadas en el mundial: el impacto y atención de las campañas en CTV

Descubre el comportamiento de consumo de las audiencias apasionadas por el fútbol en las Smart TVs Samsung.

[LINK AQUÍ](#)

Fútbol: pasión nacional. Mundial, dónde los fanáticos del deporte estarán.

Perfil del consumo de los fanáticos del fútbol en las Smart TVs Samsung y qué esperar de estas audiencias durante el Mundial.

