



# ROUND CIUDADANO

**PERCEPCIÓN CIUDADANA SOBRE LA PUBLICIDAD**





# LA USINA



# LA USINA Y EL DESACHATE



01

ENCUESTA PANEL

---

02

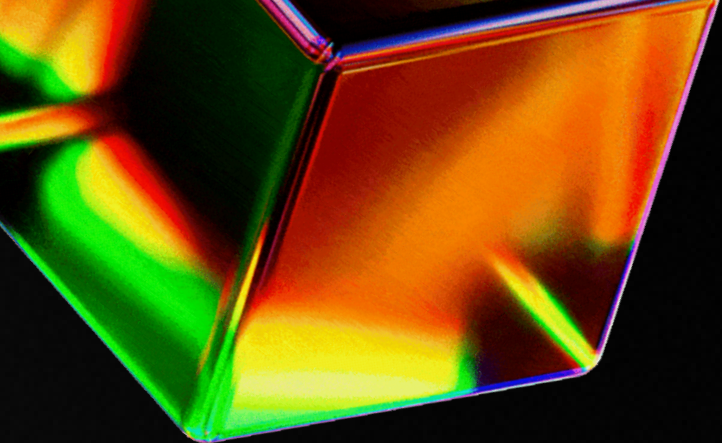
REPRESENTATIVA DE TODA  
LA POBLACIÓN  
URUGUAYA MAYOR DE 18

---

03

MEDIDO EN  
ABRIL DE 2026





- |    |                                      |
|----|--------------------------------------|
| 01 | PUBLICIDAD E IDENTIDAD URUGUAYA      |
| 02 | HÁBITOS Y EXPOSICIÓN A LA PUBLICIDAD |
| 03 | PLATAFORMAS DIGITALES                |
| 04 | IMPACTO SOCIAL DE LA PUBLICIDAD      |



# PUBLICIDADES MÁS RECORDADAS



**PREGUNTA:** SI PUDIERAS ELEGIR UN ANUNCIO PUBLICITARIO DE URUGUAY QUE HAYA SIDO SIGNIFICATIVO O RECUERDES MUCHO, ¿CUÁL SERÍA?

# PUBLICIDADES MÁS RECORDADAS



**EL GRITO DEL CANILLA**  
(CON CASI EL DOBLE DE MENCIONES QUE LA 2A)



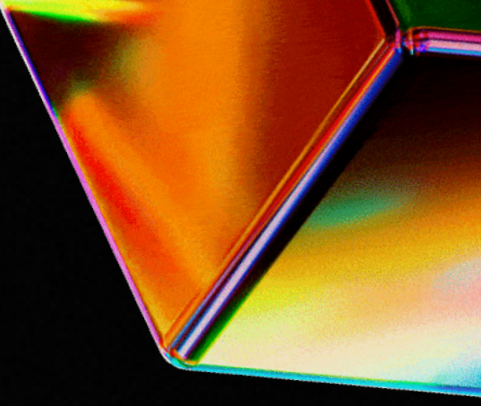
**JUGOLÍN**



**URUGUAY  
NATURAL**



# PUBLICIDAD MÁS RECORDADA

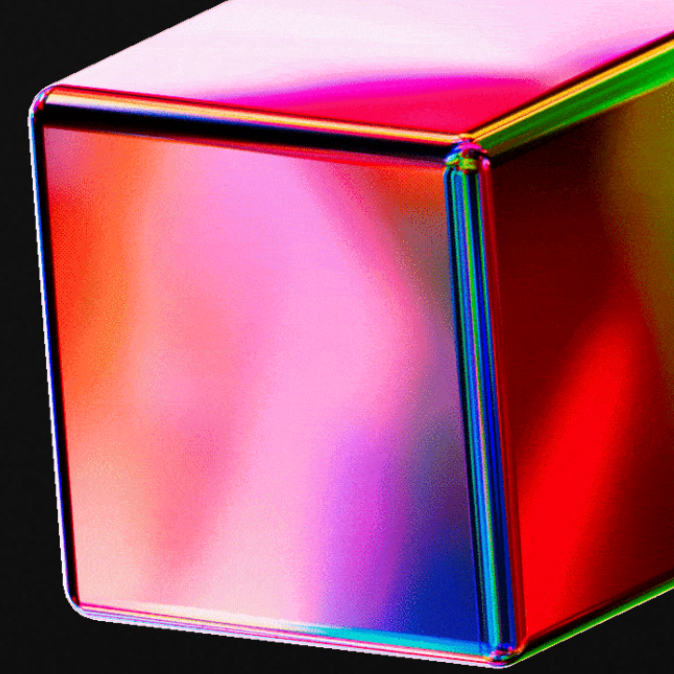


**ALTA PREVALENCIA DE LA NOSTALGIA**

**JINGLE COMO ANCLA DE MEMORIA**

**MARCAS NACIONALES**

# MARCA QUE MÁS REPRESENTA A URUGUAY



PREGUNTA: SI PUDIERAS ELEGIR UNA MARCA QUE REPRESENTA AL URUGUAY, ¿CUÁL SERÍA?



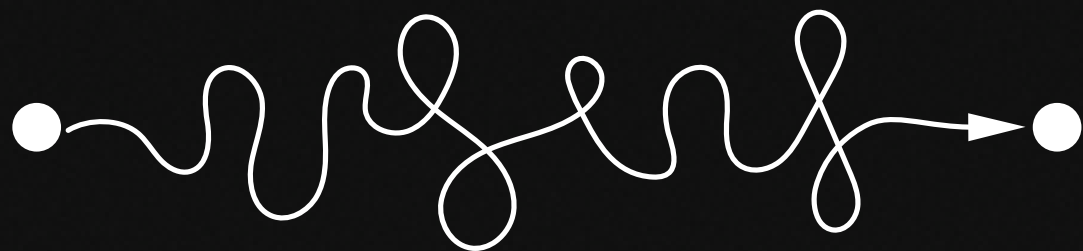




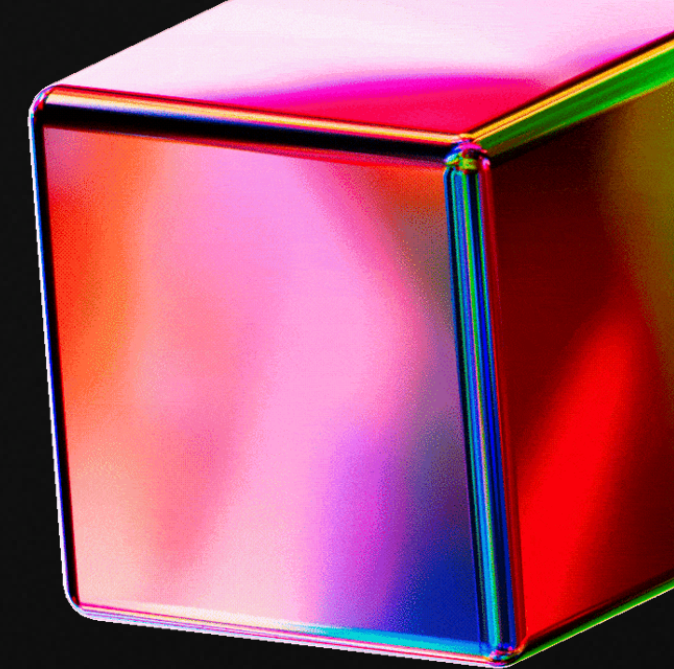
**CALIDAD**



**NACIONAL**



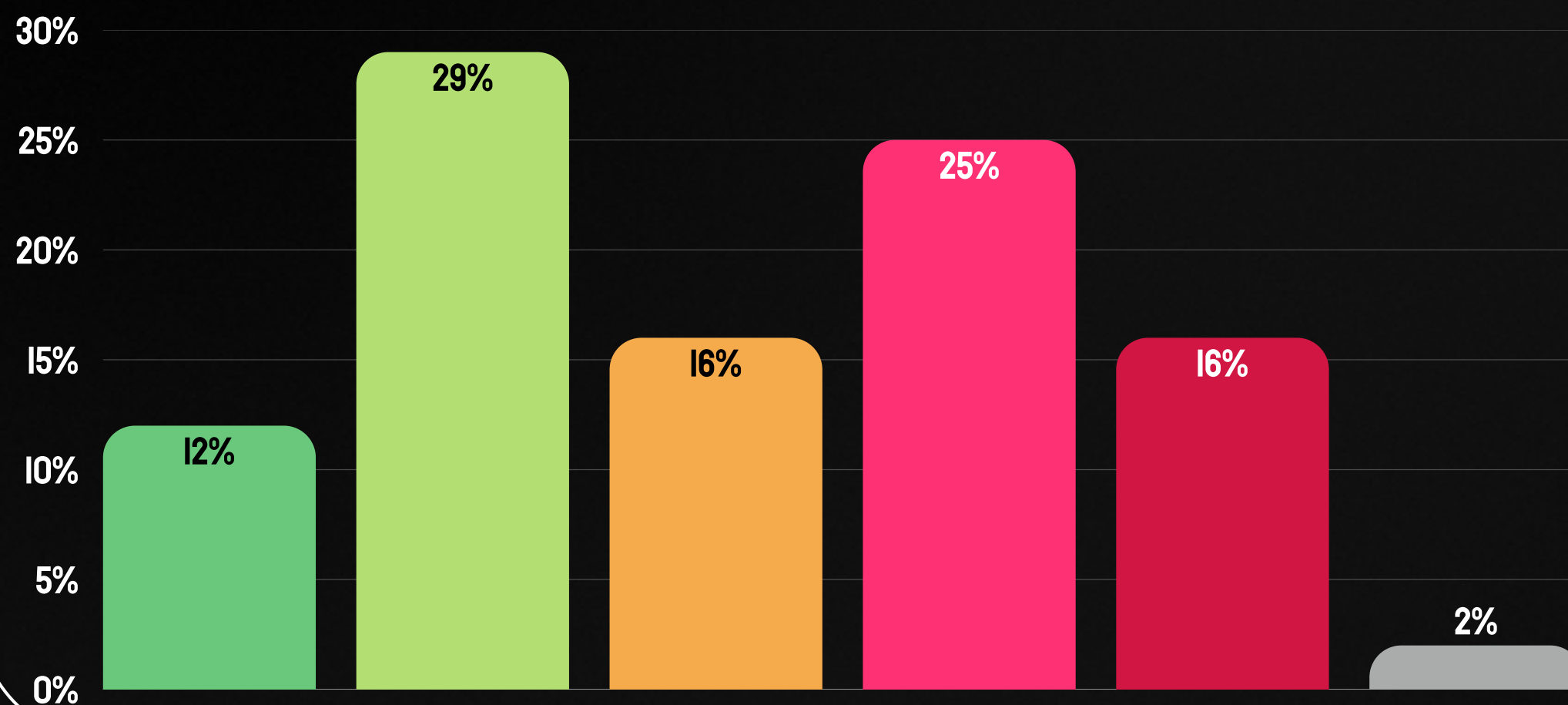
**TRAYECTORIA**



**MOTIVO DE LA  
ELECCION DE LA  
MARCA**

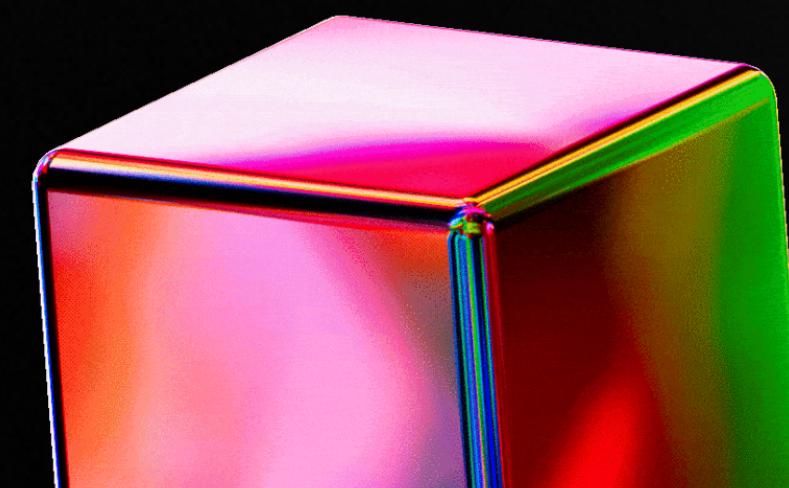


● SÍ, FRECUENTEMENTE   ● SÍ, ALGO   ● NI MUY FRECUENTEMENTE, NI POCO FRECUENTEMENTE  
● POCO FRECUENTEMENTE   ● NO   ● NS/NC

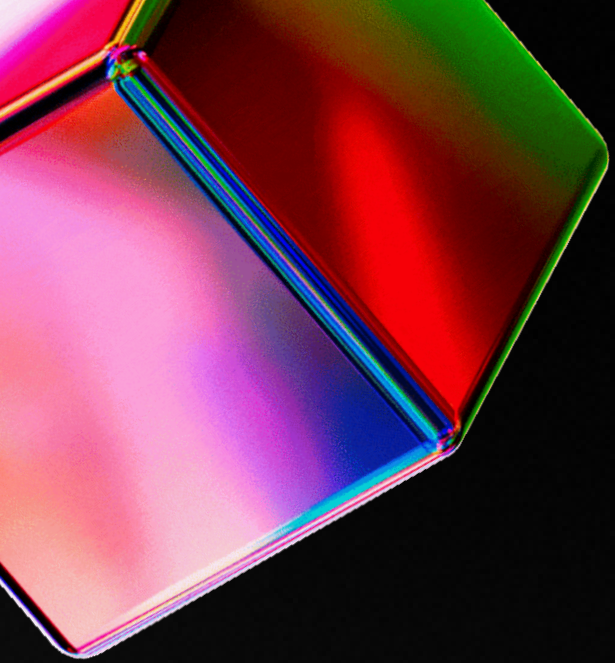


# CONSUMO DE PUBLICIDAD

PREGUNTA: ¿CONSUMÍS PUBLICIDAD USUALMENTE?







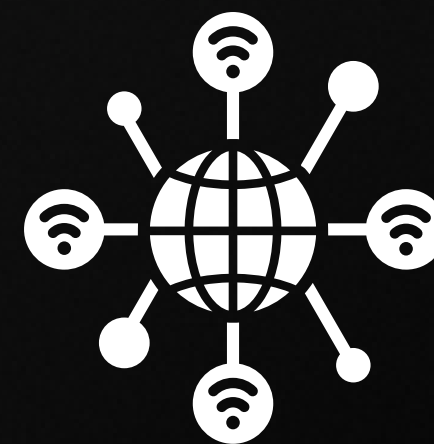
# MEDIOS DONDE SE VEN LOS ANUNCIOS

PREGUNTA: ¿DÓNDE VES O ESCUCHÁS ANUNCIOS  
PUBLICITARIOS USUALMENTE? (RM)



**REDES SOCIALES**

76%



**INTERNET**

65%

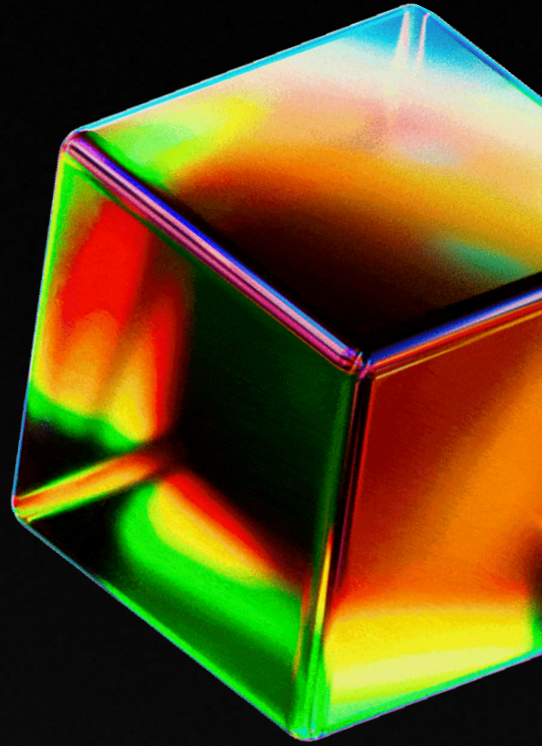


**TV**

63%

# MEDIO PERCIBIDO COMO MÁS ENGAÑOSO

PREGUNTA: DE LOS MEDIOS SELECCIONADOS ANTERIORMENTE, ¿EN CUÁL SIENTES QUE LA PUBLICIDAD ES MÁS ENGAÑOSA O DAÑINA PARA LA SOCIEDAD?

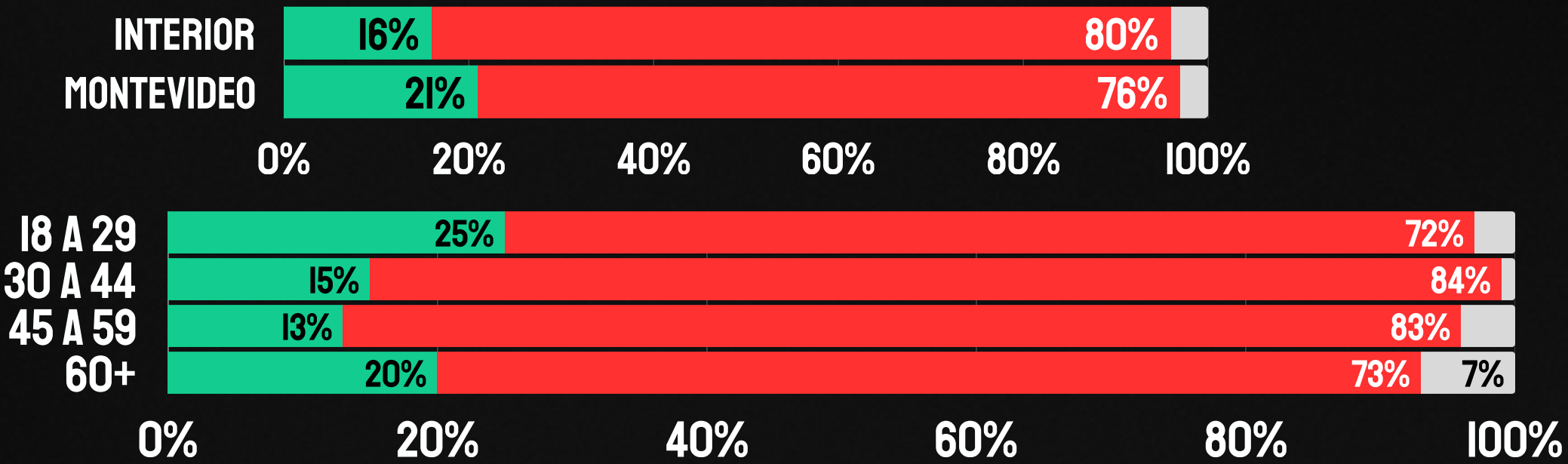
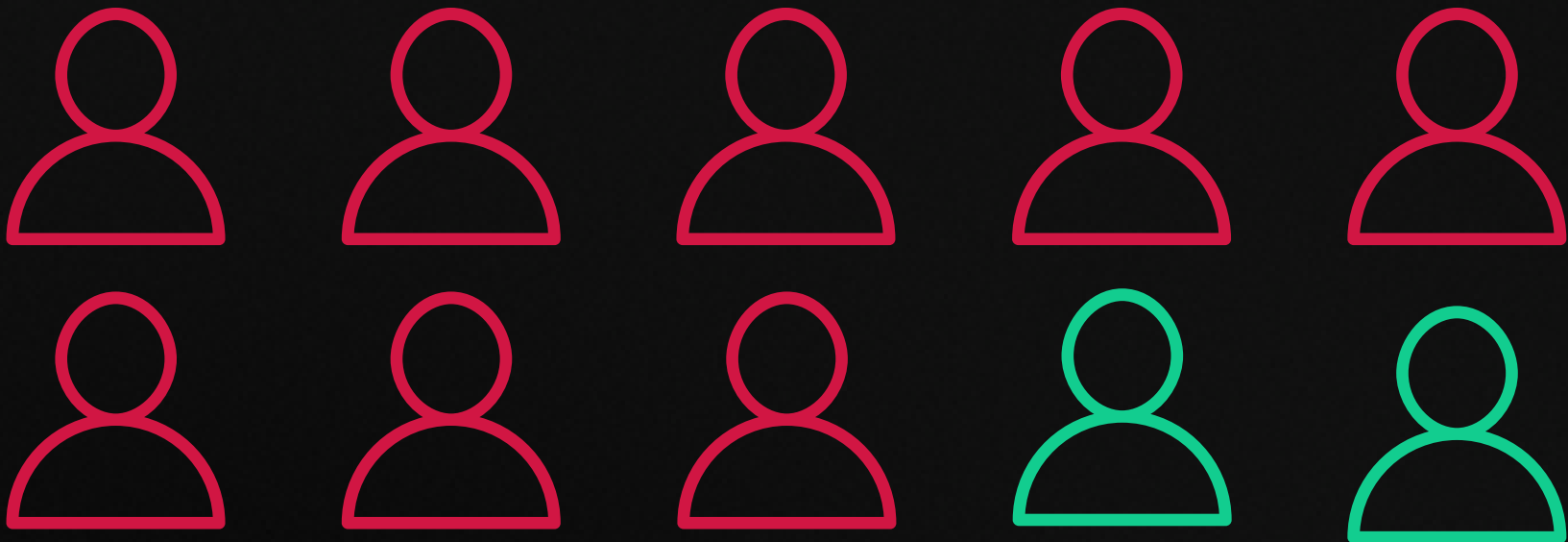


**REDES  
SOCIALES**  
26%

**INTERNET**  
23%

**NO CREO QUE LA PUBLICIDAD  
SEA ENGAÑOSA**  
18%

# YOUTUBE PAGO





# MOTIVOS DE LA DECISIÓN DE NO TENER YOUTUBE PAGO



1



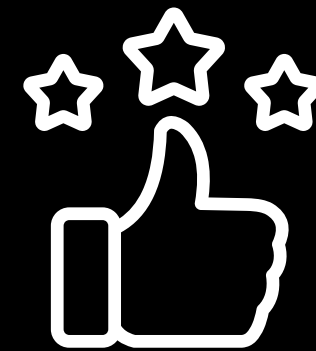
REESTRICCIÓN  
ECONÓMICA

2



DESINTERÉS

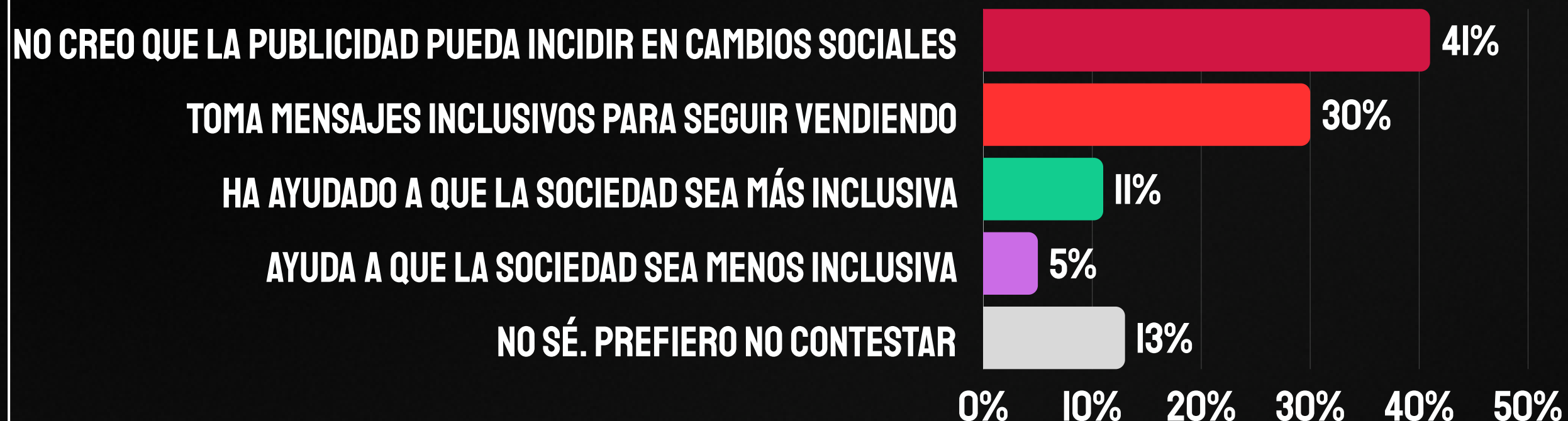
3



SATISFACCIÓN CON EL  
MODO GRATUITO



# PUBLICIDAD E INCLUSIÓN SOCIAL EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS



PREGUNTA: ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES FRASES REFLEJA MEJOR TU OPINIÓN RESPECTO A LA PUBLICIDAD EN LOS ÚLTIMOS DIEZ AÑOS EN URUGUAY?

**7 DE CADA 10**

LA PUBLICIDAD REFUERZA  
CONSUMOS INNECESARIOS

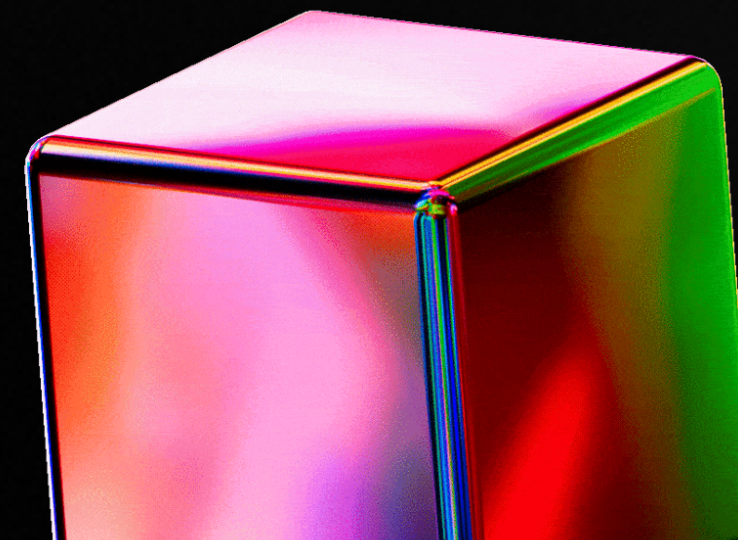
**6 DE CADA 10**

INFORMA SOBRE  
INNOVACIONES  
Y SERVICIOS ÚTILES

**CASI LA MITAD**

EDUCA SOBRE TEMAS DE  
SALUD Y BIENESTAR

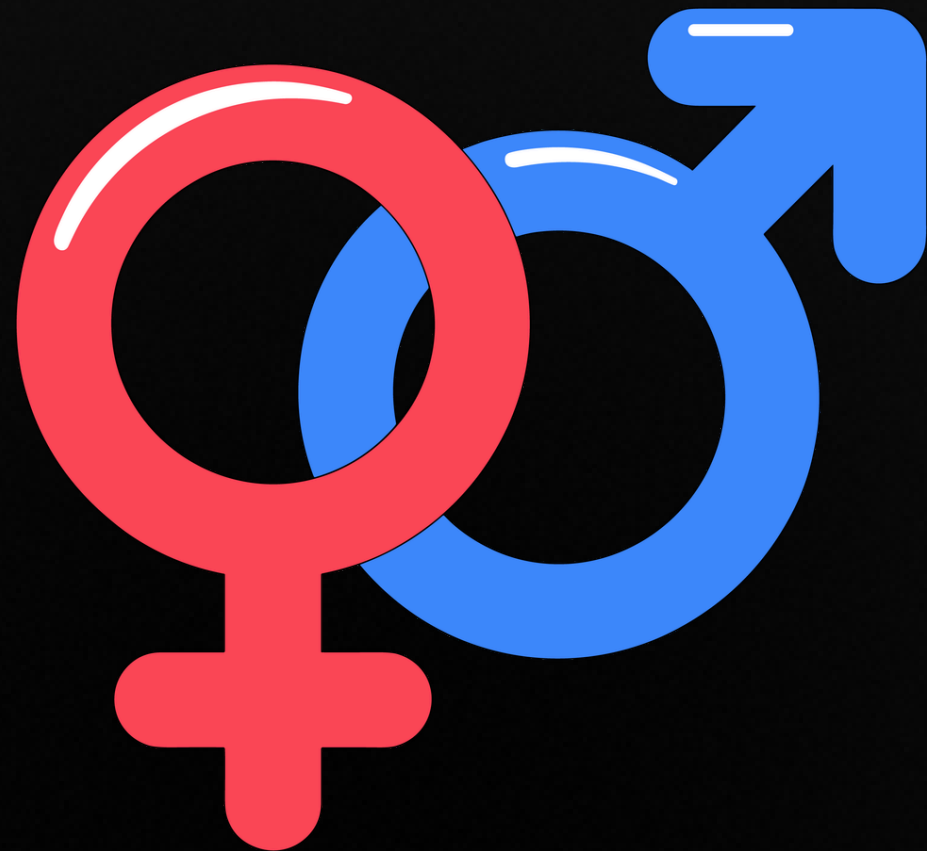
# FUNCIONES SOCIALES DE LA PUBLICIDAD



PREGUNTA: ¿CUÁL DE ESTAS FUNCIONES SOCIALES CREES QUE LA PUBLICIDAD CUMPLE EN LA ACTUALIDAD? (RM)



# REPRODUCCIÓN DE ROLES DE GÉNERO



**CASI LA  
MITAD**

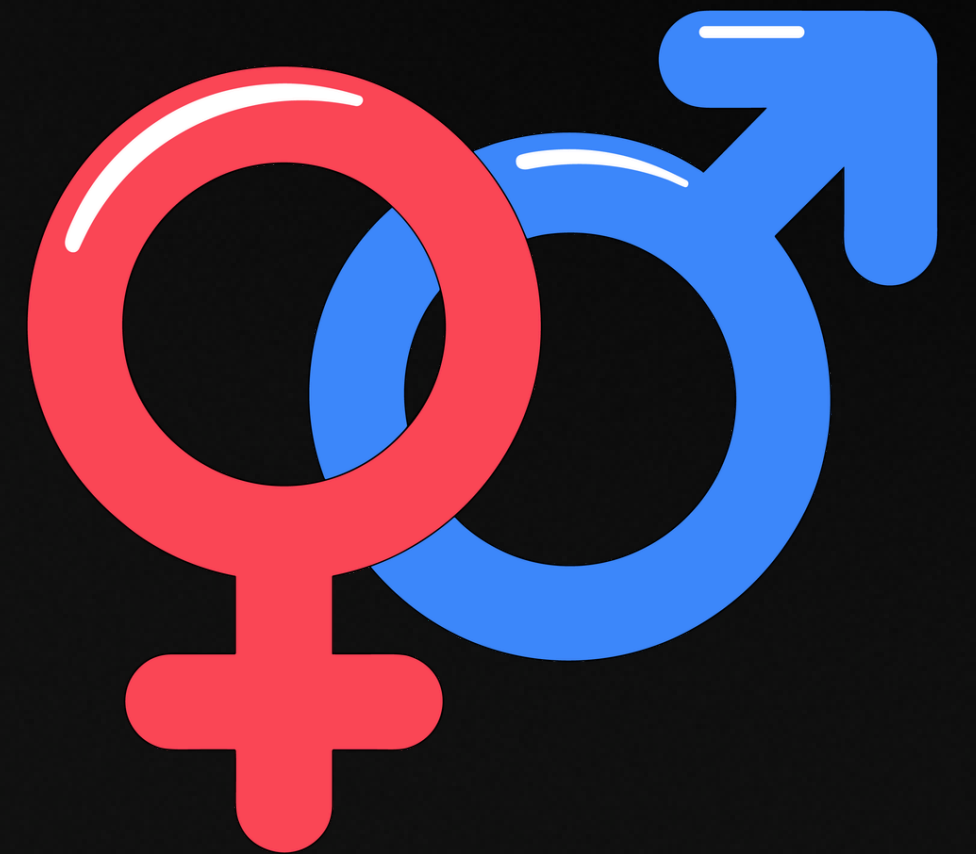
**CREE QUE LA PUBLICIDAD  
REPRODUCE ROLES DE GÉNERO  
TRADICIONALES, ESPECIALMENTE  
ENTRE MUJERES Y JÓVENES.**

**1/3**

**CREE QUE LA PUBLICIDAD  
NO REPRODUCE ROLES DE  
GÉNERO TRADICIONALES**

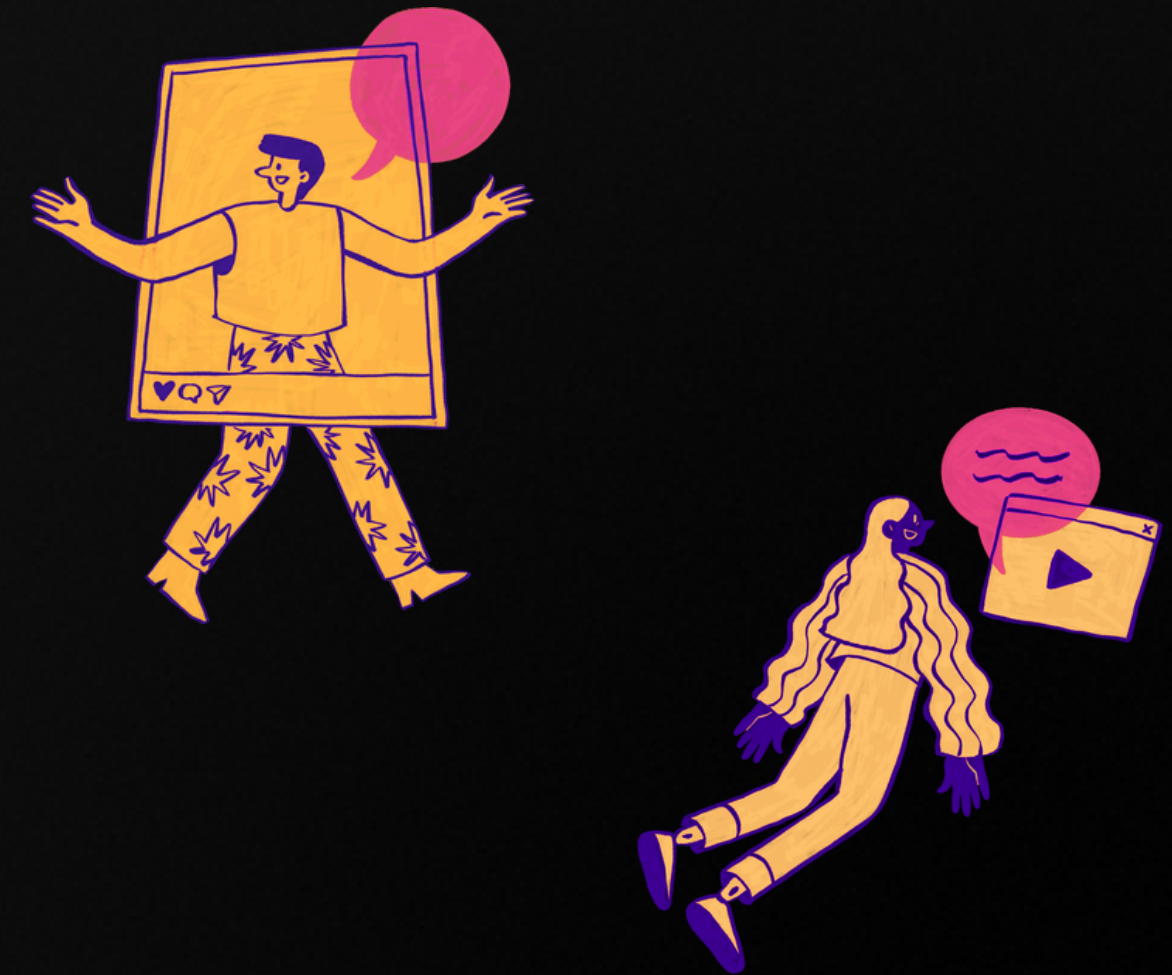
**PREGUNTA: ¿CONSIDERAS QUE LA PUBLICIDAD REPRODUCE ROLES DE GÉNERO TRADICIONALES EN URUGUAY?**

# EL CASO LÓREAL Y LA USINA



# IMPACTO DE LOS INFLUENCERS

- **CASI LA MITAD** DE LAS PERSONAS SIENTE QUE LOS INFLUENCERS INFLUYEN DE FORMA **NEGATIVA** EN CÓMO LOS URUGUAYOS ENTIENDEN EL ÉXITO.
- **1 DE CADA 10** CREE QUE EL EFECTO ES **POSITIVO**. EN LOS JÓVENES 2 DE CADA 10 .
- **CASI 3 DE CADA 10** NO TOMA PARTIDO.

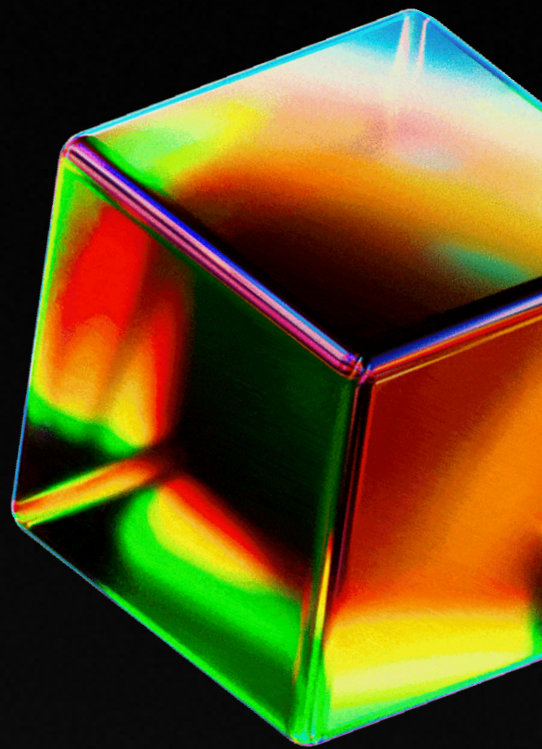


PREGUNTA: ¿CÓMO CREES QUE LOS INFLUENCERS (PERSONAS CON MUCHOS SEGUIDORES EN REDES SOCIALES) ESTÁN INCIDIENDO EN LA FORMA EN QUE LOS URUGUAYOS PERCIBEN LO QUE ES SER EXITOSO?



# INCIDENCIA DE LOS ALGORITMOS

PREGUNTA: ¿CREES QUE LOS ALGORITMOS DE LAS REDES SOCIALES (QUE PERSONALIZAN LOS ANUNCIOS QUE VES) INCIDEN SOBRE TU CAPACIDAD DE ELEGIR LO QUE CONSUMES?



1 DE CADA 10

CREEN QUE LOS  
ALGORITMOS INFLUYEN  
**POSITIVAMENTE**

4 DE CADA 10

CREEN QUE LOS  
ALGORITMOS NO  
INFLUYEN EN SU  
CAPACIDAD DE ELECCIÓN

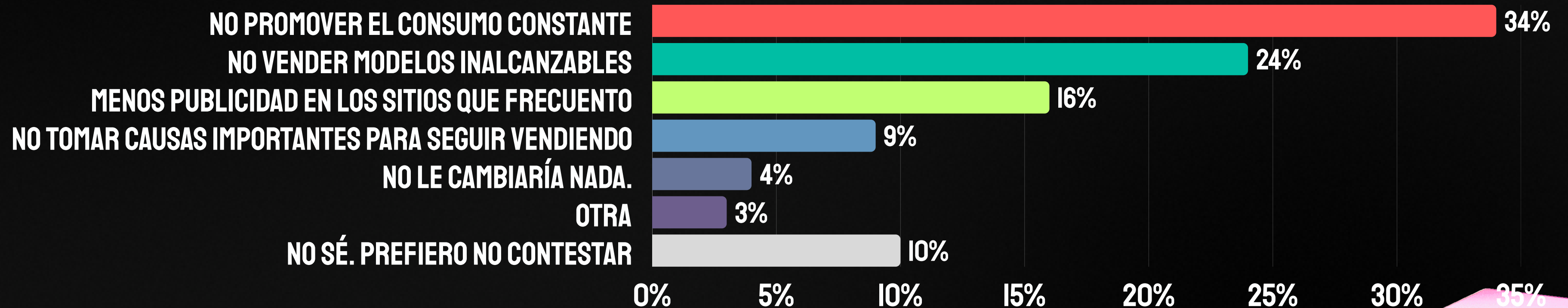
1 DE CADA 10

CREEN QUE LOS  
ALGORITMOS INFLUYEN  
**NEGATIVAMENTE**

*ADEMÁS, MÁS DE UNA CUARTA PARTE RESPONDE QUE NI POSITIVA, NI NEGATIVAMENTE*

# CAMBIOS HACIA UNA PUBLICIDAD MÁS BENEFICIOSA

PREGUNTA: SI PUDIERAS CAMBIAR ALGO DE LA PUBLICIDAD ACTUAL PARA QUE FUERA MÁS BENEFICIOSA PARA LA SOCIEDAD, ¿QUÉ SERÍA?





# GRACIAS

