REPORTE 2020

Perspectivas del Escenario Digital Latinoamericano

Alejandro Fosk
afosk@comscore.com

comscore

Nuestro ponente para el evento de hoy:

Alejandro Fosk

SVP LATAM, Comscore

https://www.linkedin.com/in/afosk/

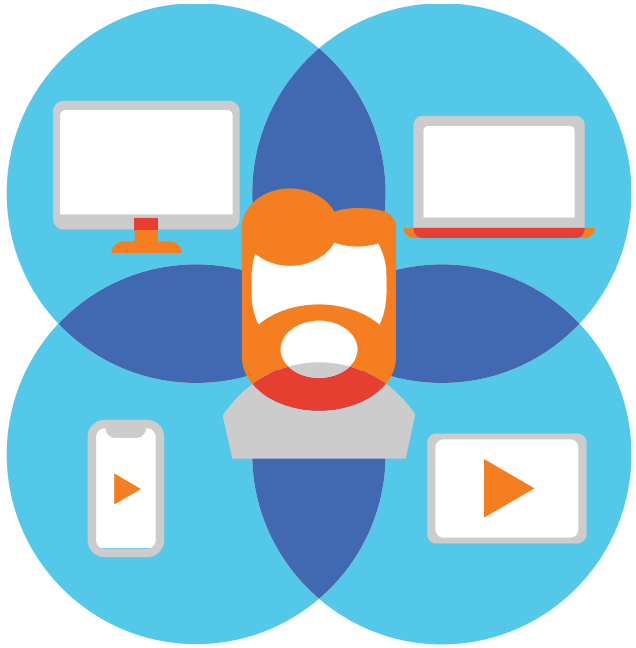
REPORTE 2020

Perspectivas del Escenario Digital Latinoamericano

Alejandro Fosk
afosk@comscore.com

comscore

Agregando valor en las audiencias y la publicidad



VISIÓN TOTAL
DEL CONSUMIDOR

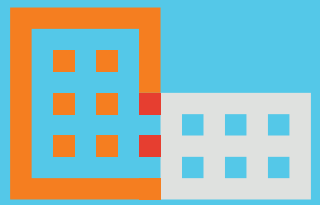
MÉTRICAS INDEPENDIENTES
Y CONFIABLES

comscore

NASDAQ: SCOR

CLIENTES
3,200+ worldwide

EMPLEADOS
1,500 +



HEADQUARTERS
Reston, Virginia, EEUU

COBERTURA GLOBAL
44 mercados reportados

PRESENCIA LOCAL
30+ oficinas en 20+ países

Agenda

1

Tendencias digitales globales

2

América Latina: Impacto del COVID-19 en la región

3

Categorías con mayor crecimiento digital en la región

4

Tendencias en el consumo móvil en Latinoamérica

5

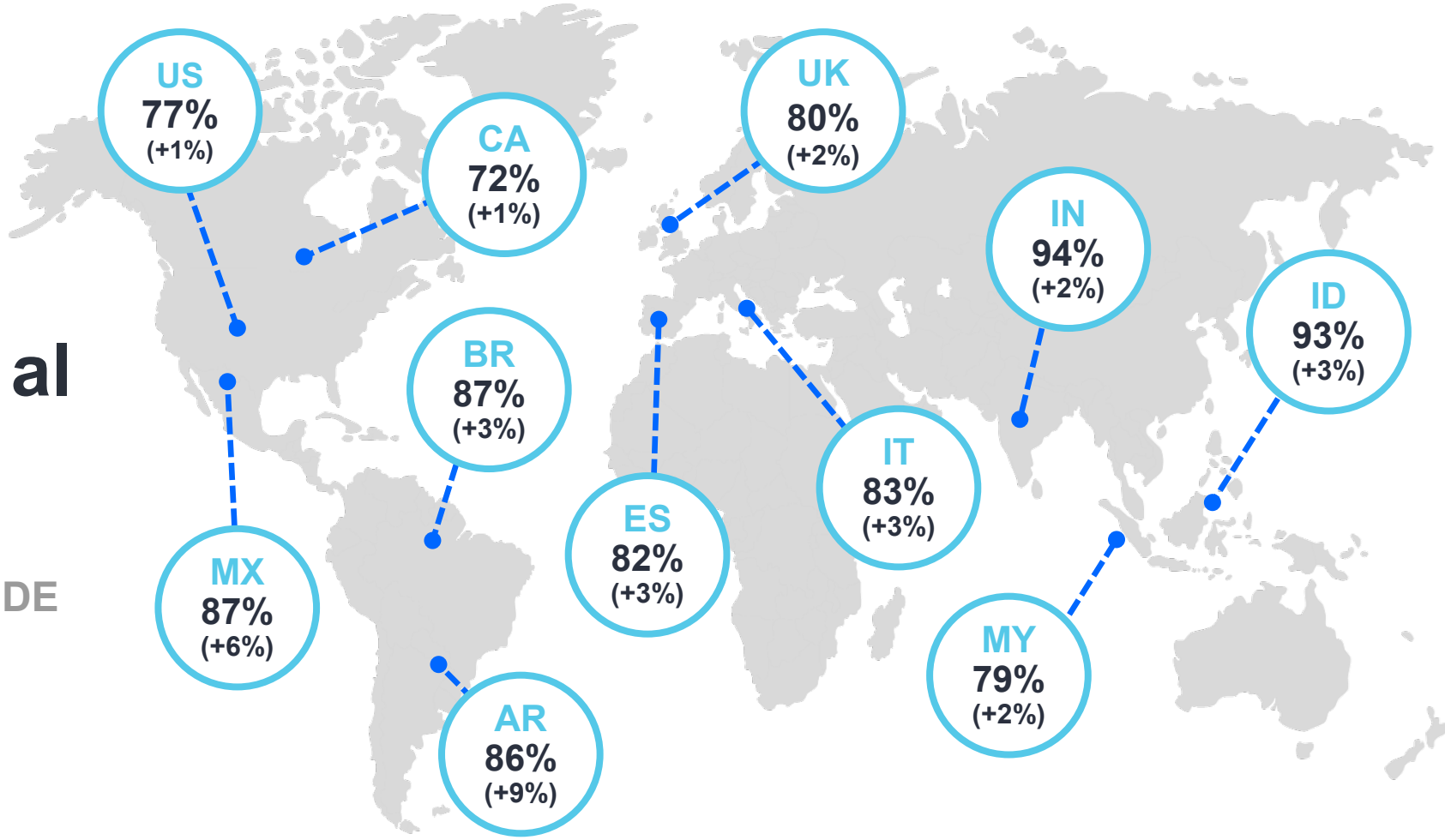
Performance en las redes sociales durante el año

Tendencias digitales globales

comscore

Globalmente, el tiempo consumido en móvil continua al alza

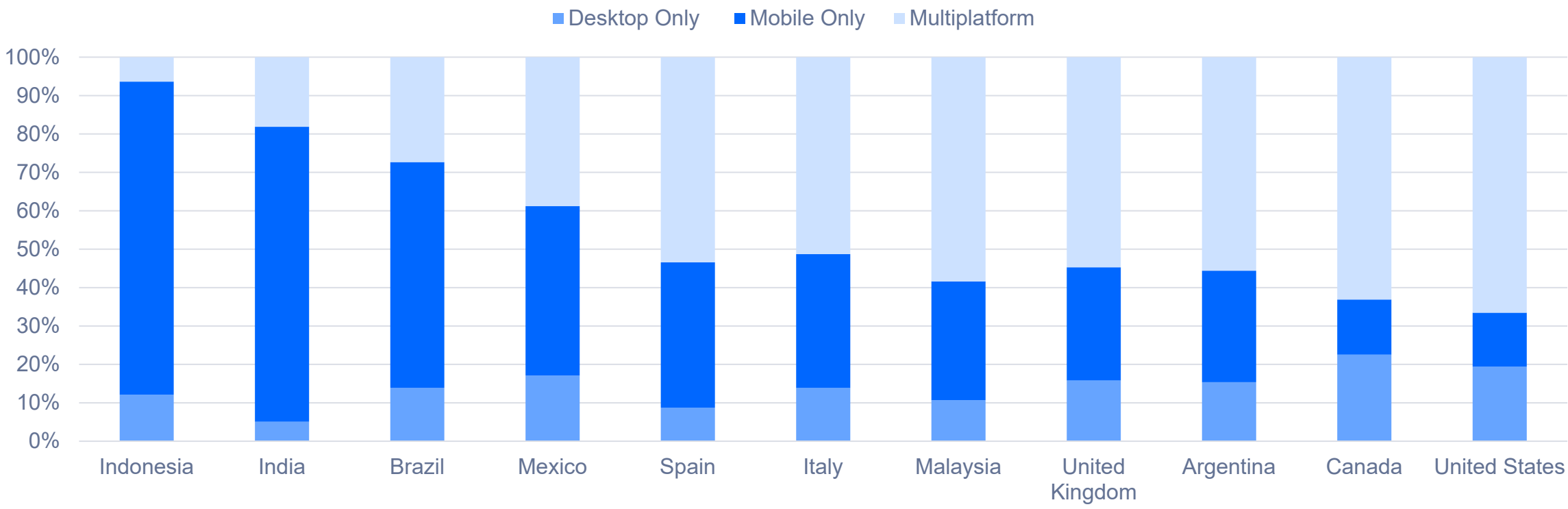
MINUTOS MÓVILES COMO PORCENTAJE DEL TOTAL DE MINUTOS DIGITALES, SEPTIEMBRE 2020 (VS. SEPTIEMPBRE 2020)



Fuente: Comscore MMX® Multi-Platform, Total Minutos, Septiembre 2019 vs Septiembre 2020, Países Seleccionados, Woldwide Rollup.

Brasil y México destacan a nivel mundial por el tamaño de audiencias que consumen contenido sólo en móvil

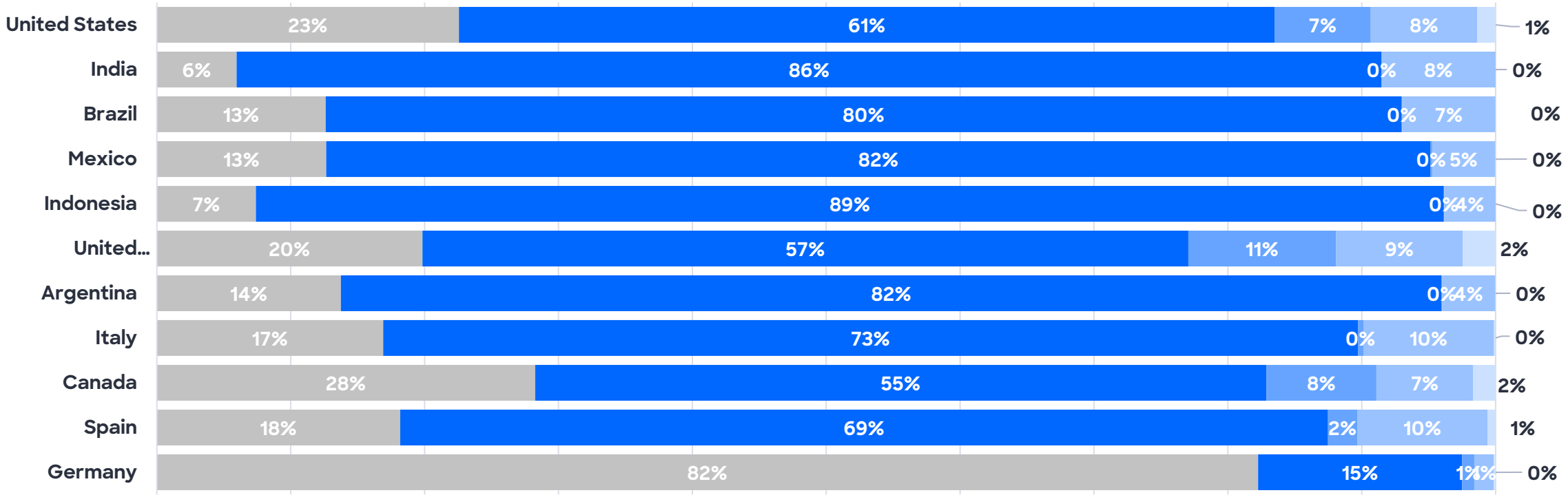
PORCENTAJE DE AUDIENCIA DIGITAL TOTAL POR PLATAFORMA



Fuente: Comscore MMX® Multi-Platform, Total Visitantes Únicos, Septiembre 2020, Múltiple países

Las apps en smartphones reciben el mayor consumo de tiempo en la mayoría de los mercados globales

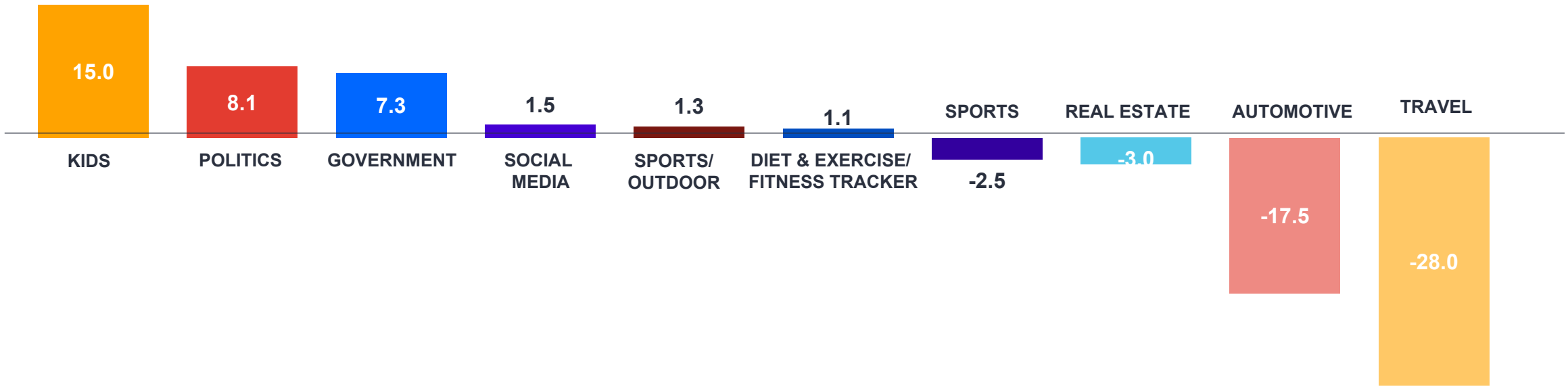
% DEL TOTAL DE MINUTOS DIGITALES: DESKTOP • SMARTPHONE APP • TABLET APP • SMARTPHONE WEB • TABLET WEB



Fuente: Comscore MMX® Multi-Platform & Mobile Metrix, Septiembre 2020, Países seleccionados

Los impactos de COVID-19 se observaron en todas las categorías relacionadas con los viajes e inversión

PORCENTAJE DE CAMBIO EN EL NÚMERO DE VISITANTES ÚNICOS POR CATEGORÍA A NIVEL MUNDIAL

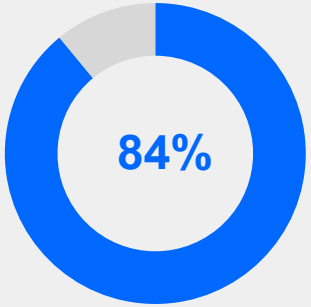


Fuente: Comscore MMX® Multi-Platform, septiembre 2019 – septiembre 2020, Worldwide Rollup

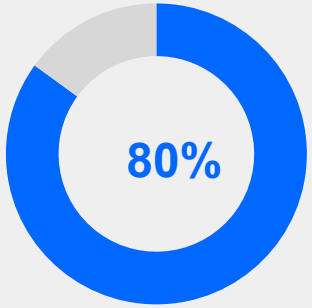
La mayoría de las categorías se inclinan globalmente hacia el uso exclusivo de móviles, pero algunas ven más uso desktop

% DEL TOTAL DE LA AUDIENCIA DIGITAL QUE ACCEDE A LAS CATEGORÍAS DE APLICACIONES USANDO SÓLO EL MÓVIL

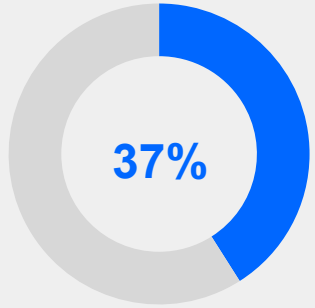
SOCIAL MEDIA
INSTANT MESSENGERS



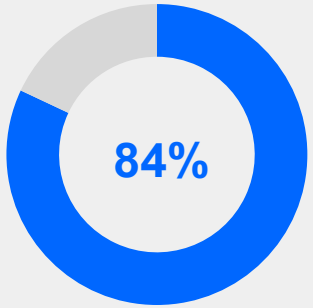
NEWS/INFORMATION
WEATHER



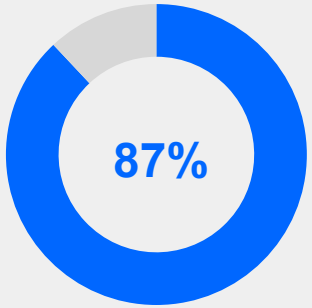
FAMILY & YOUTH
EDUCATION



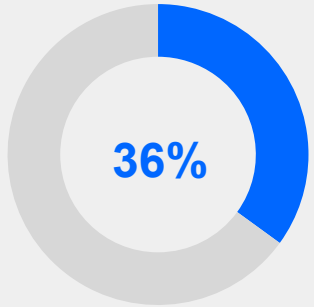
LIFESTYLES
DATING



SERVICES
COUPONS/INCENTIVES



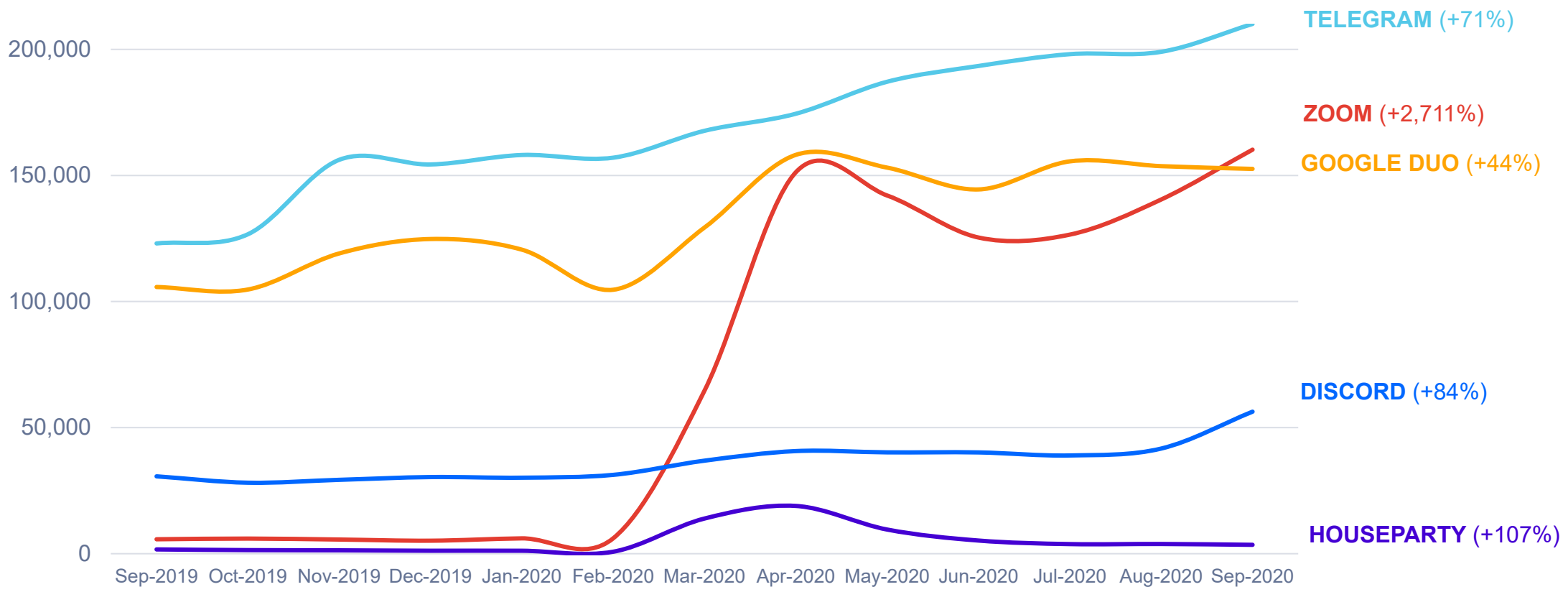
EDUCATION **TRAINING & HIGHER ADVANCEMENT**



Fuente: Comscore MMX® Multi-Platform, Septiembre 2020, Worldwide Rollup

Las aplicaciones de colaboración recibieron un impulso sostenido debido a las restricciones de la pandemia mundial.

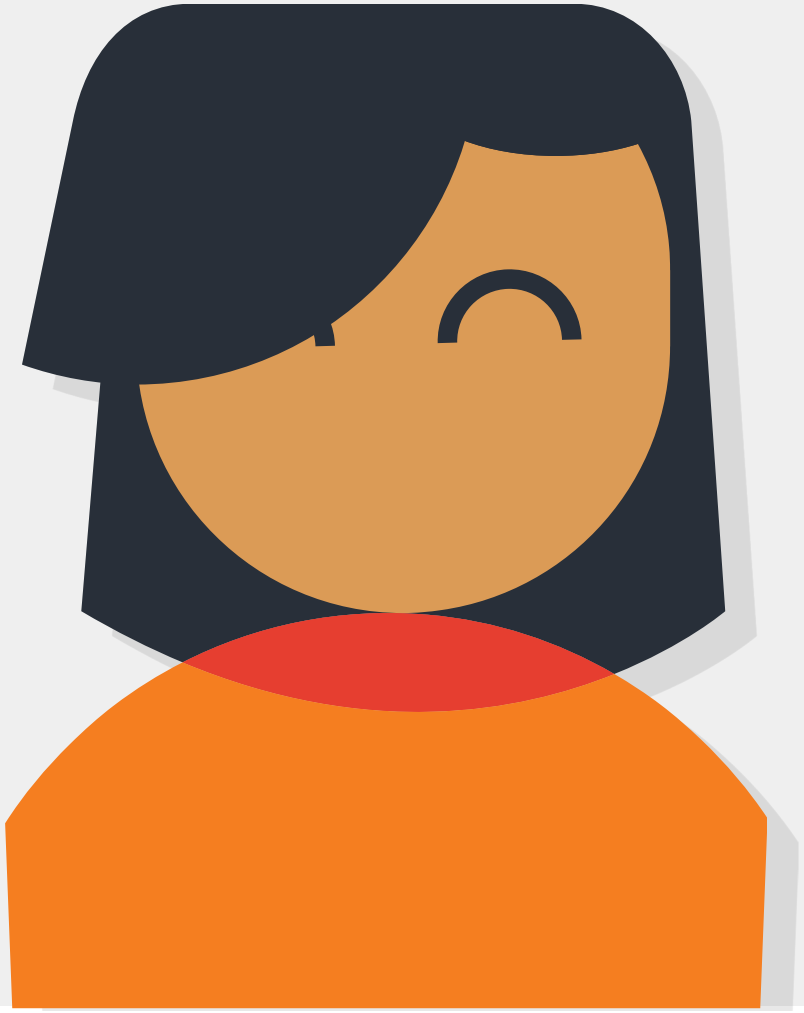
TOTAL VISITANTES ÚNICOS (000) | AÑO CON AÑO



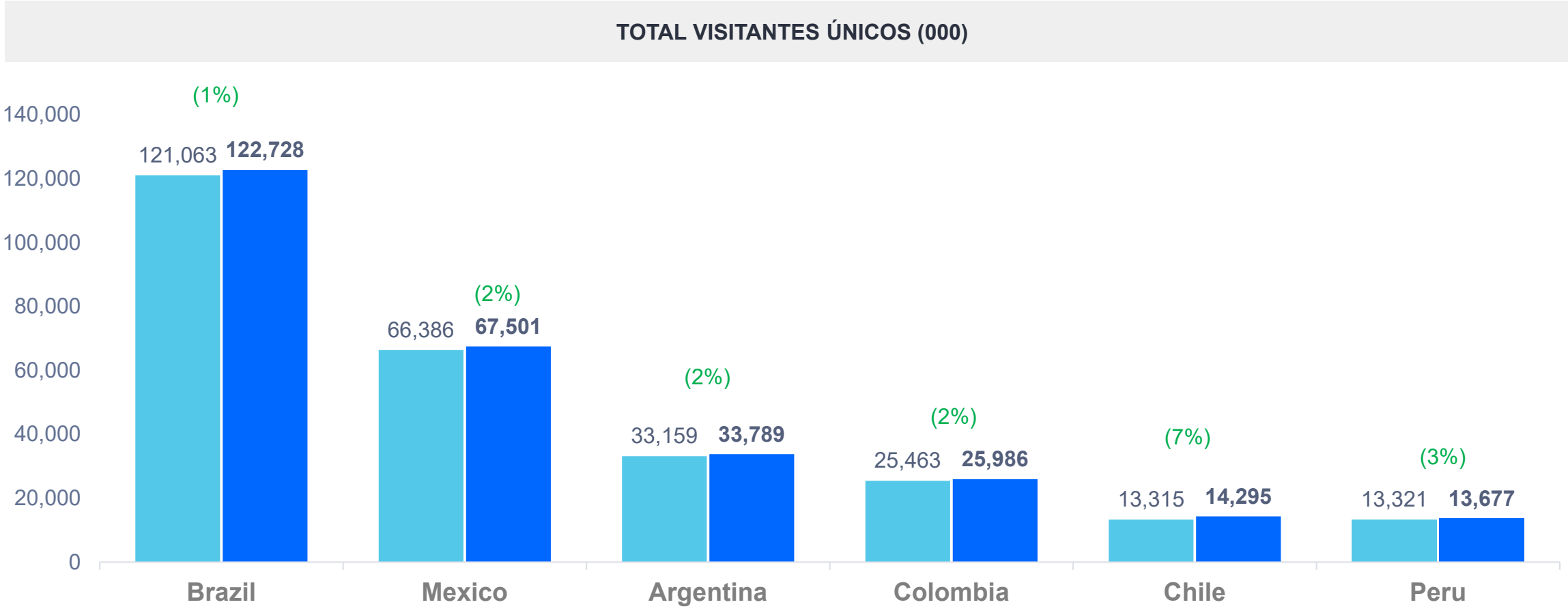
Fuente: Comscore Mobile Metrix®, Mobile Apps Only, Septiembre 2019 – Septiembre 2020, Worldwide Rollup

AMÉRICA LATINA:

Impacto del COVID-19 en la región



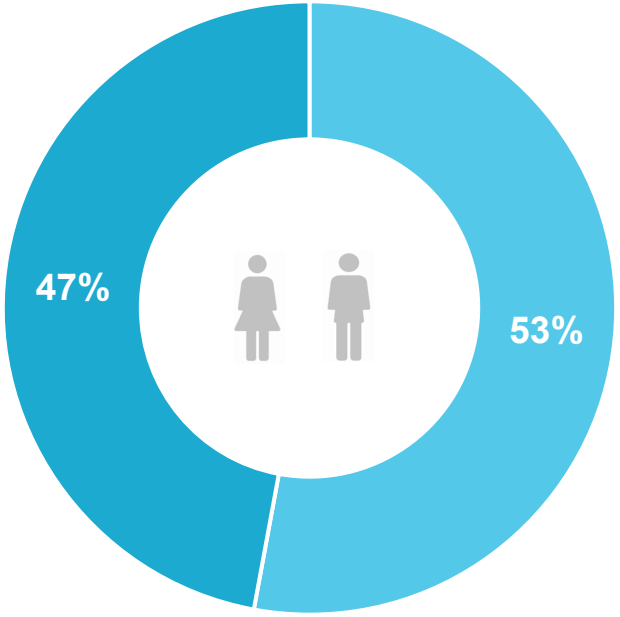
Chile muestra el mayor crecimiento en el tamaño de la audiencia digital en la región en el último año

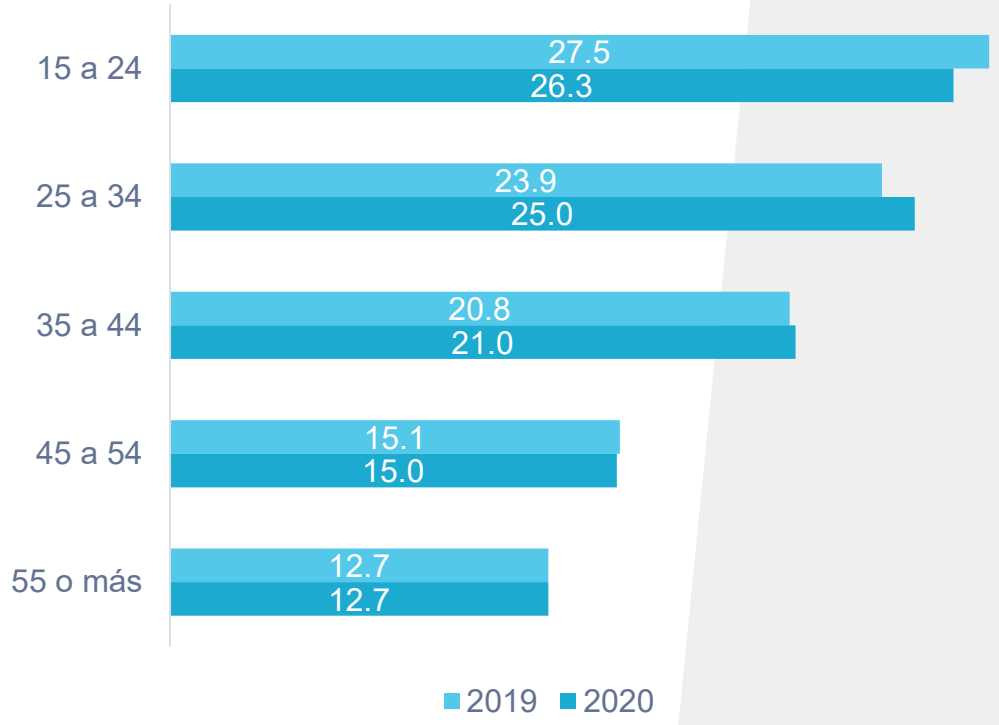


Fuente: Comscore MMX® Multi-Platform, Total Visitantes Únicos, Septiembre 2019 vs 2020, Países seleccionados

¿Cómo son los usuarios Latinoamericanos de internet?

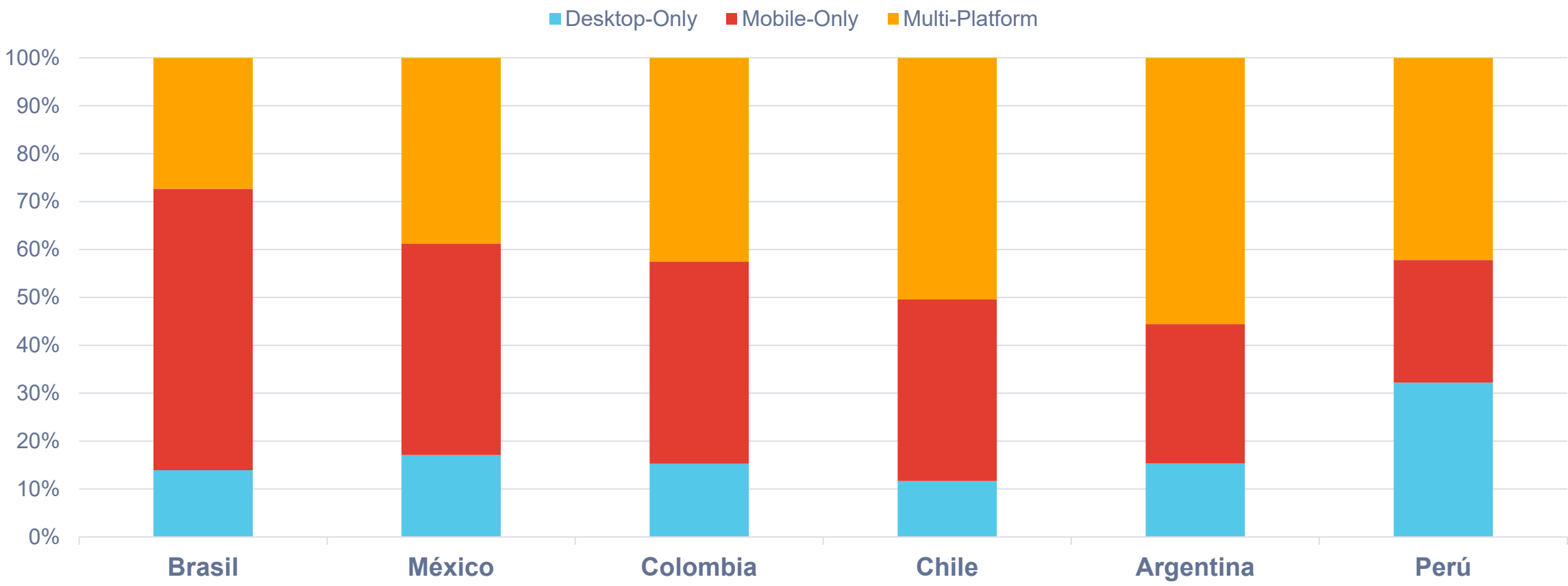
COMPOSICIÓN DE LA AUDIENCIA POR GÉNERO Y GRUPO ETARIO





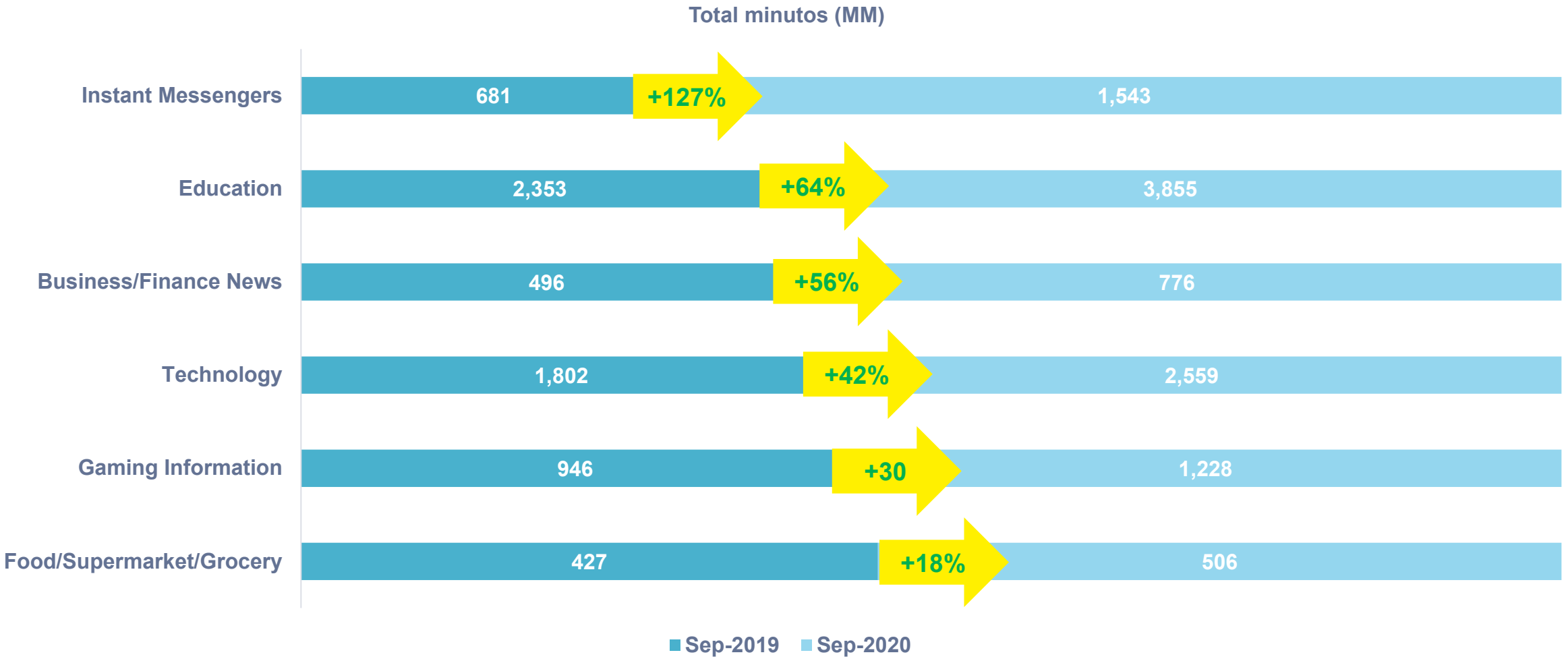
Fuente: Comscore MMX®, Demographic Profile, Total Internet, Sólo Desktop, Latinoamérica, Porcentaje de Visitantes Únicos.

Brasil y México los países de mayor conexión móvil, Perú desktop y Argentina Multiplataforma



Fuente: Comscore MMX® Multi-Platform, Total Visitantes Únicos, Septiembre 2020, Países seleccionados

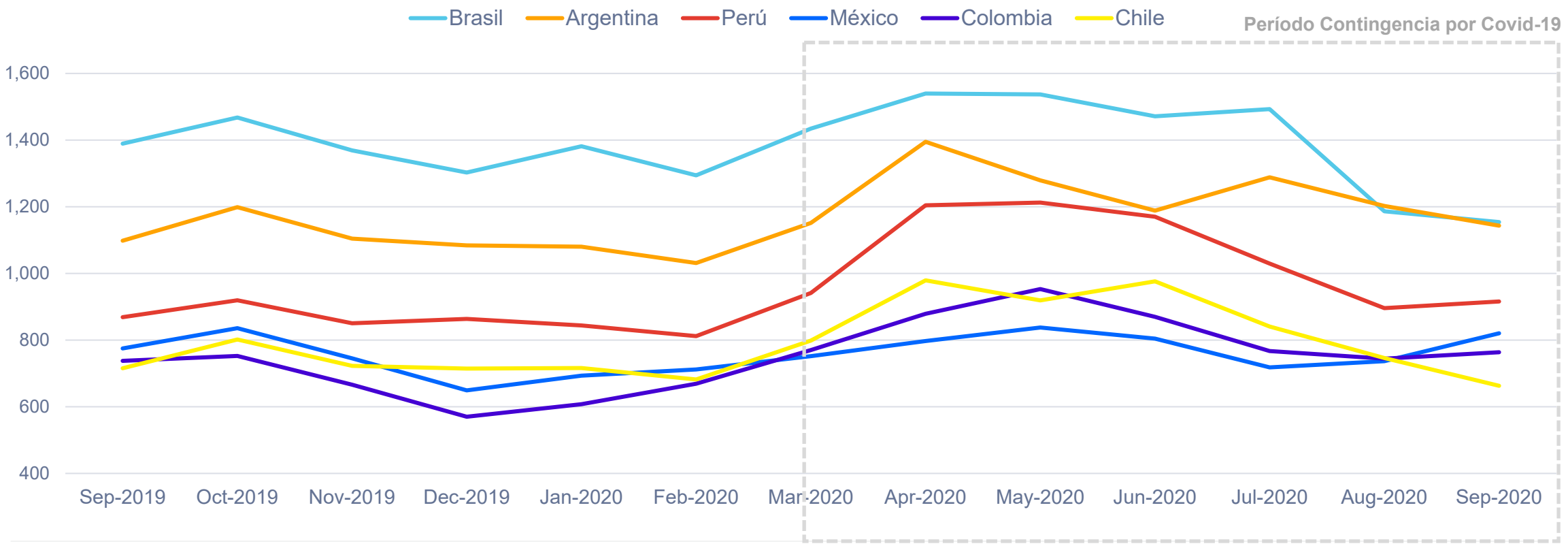
Categorías de mayor consumo en América Latina



Fuente: Comscore MMX Multi-Platform, Change Media Trend, Total Internet , septiembre19 a septiembre20, Sólo desktop, Latinoamérica

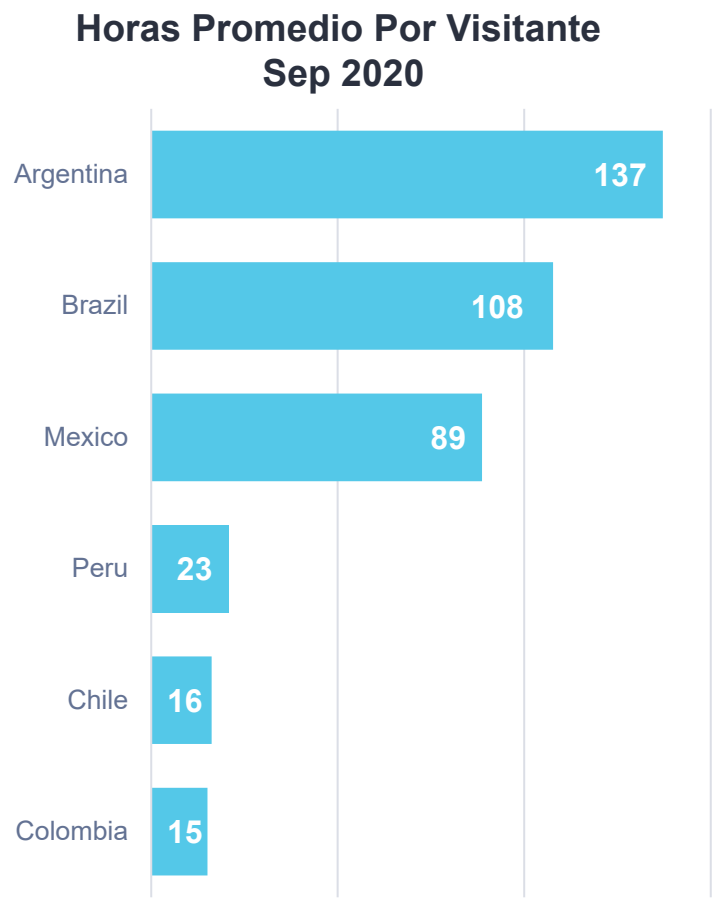
Las páginas vistas se incrementan desde el inicio del confinamiento hasta el cierre de julio

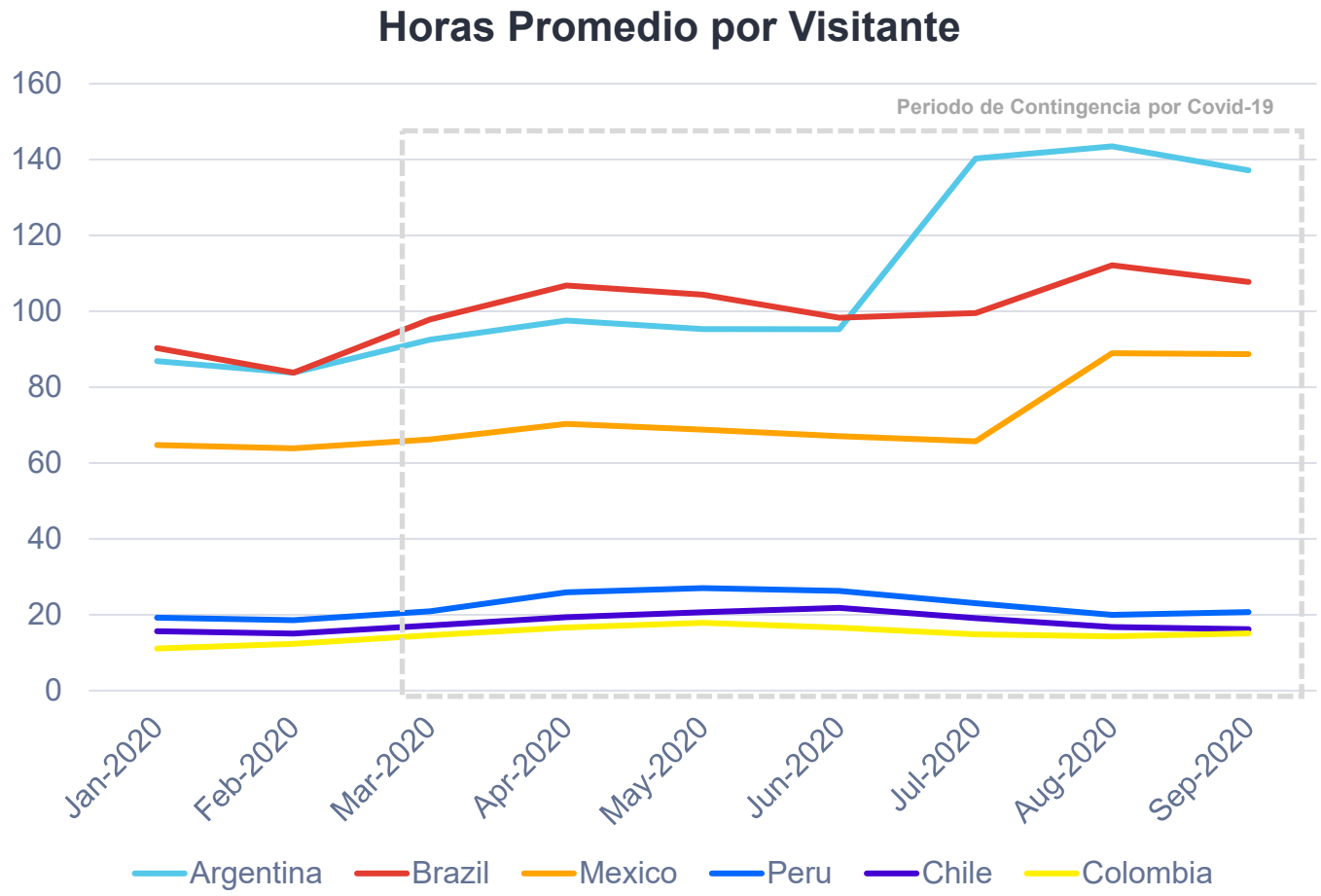
VIEWS POR VISITANTE POR PAÍS EN AMÉRICA LATINA



Fuente: Comscore MMX® Multi-Platform, Media Trend sep 2019-sep 2020, Personas 18+

Argentina lidera la región en horas promedio por visitante pero todos los países mostraron crecimientos



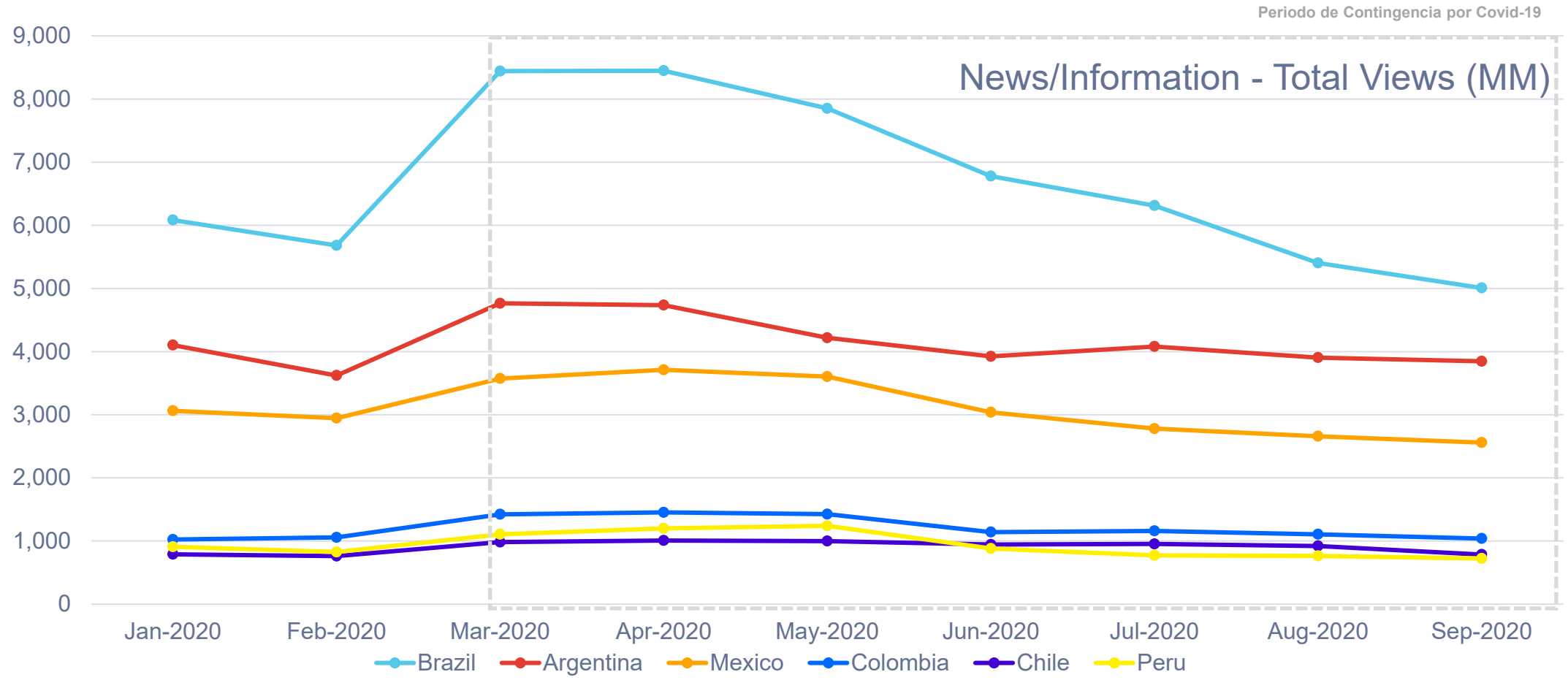


Fuente: Comscore MMX® Multi-Platform, Total Minutos, Septiembre 2020, Países seleccionados

AMÉRICA LATINA:

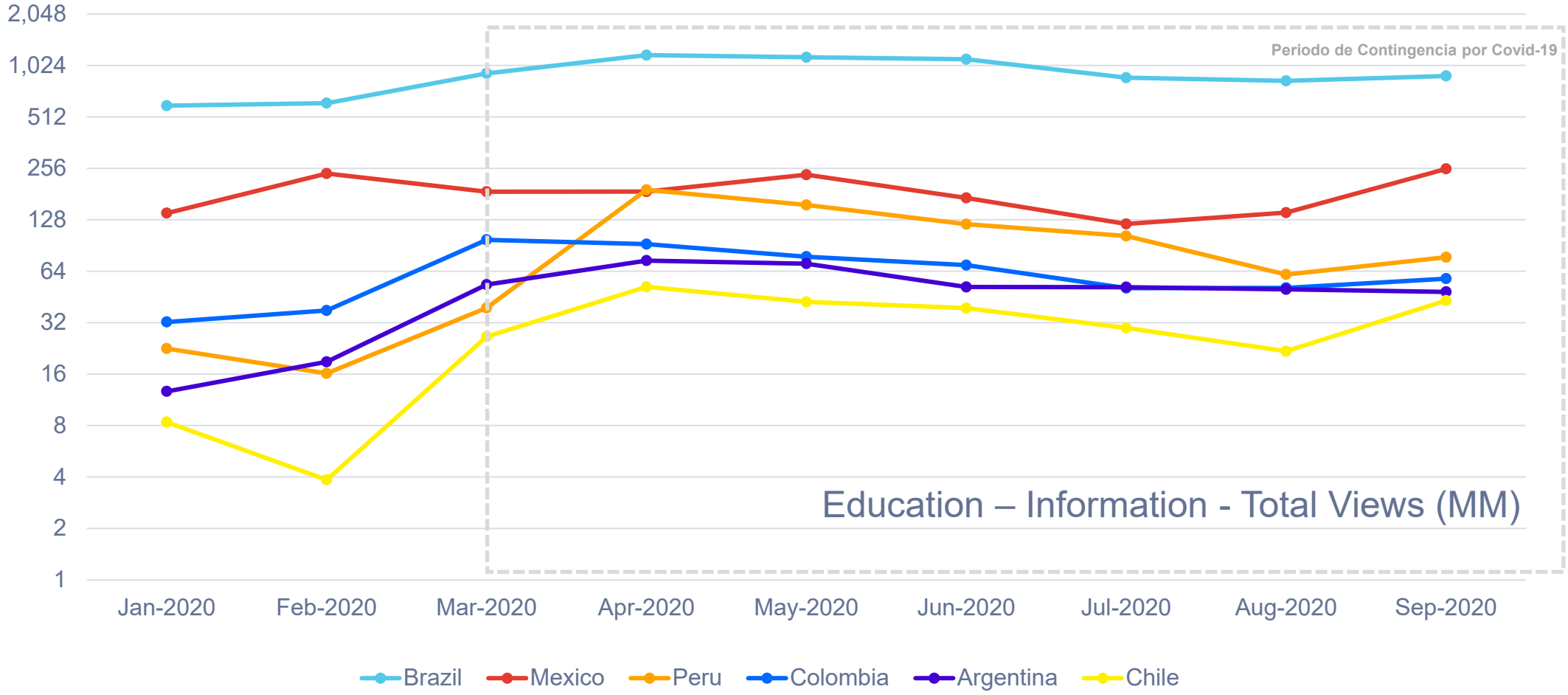
Categorías con mayor crecimiento digital de la región

La pandemia trajo consigo millones de personas buscando informarse sobre las últimas noticias



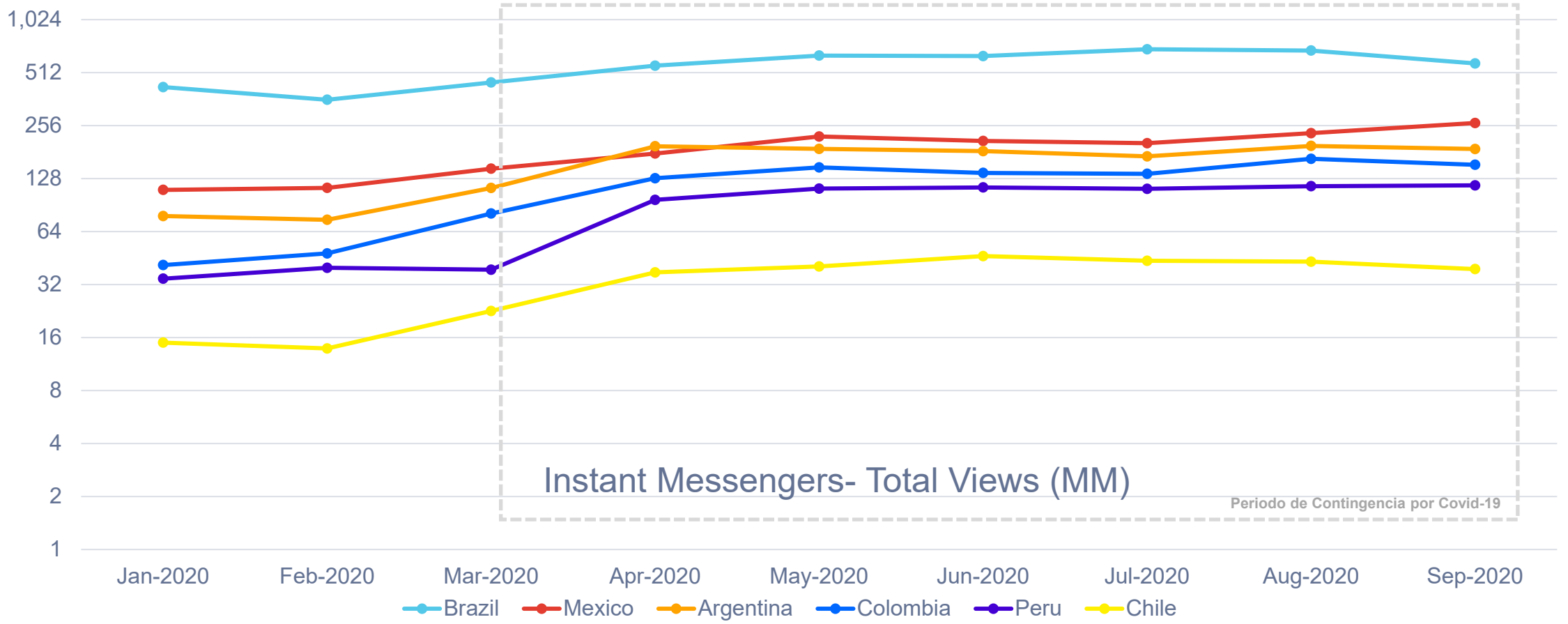
Fuente : Comscore MMX® Multi-Platform, Desktop 6+ and Total Mobile 18+, Total Audiencia, Total Views MM, enero 2020- septiembre 2020, Múltiples Países

Con los niños en casa, los sitios educativos presentaron incrementos significativos en la mayoría de los países



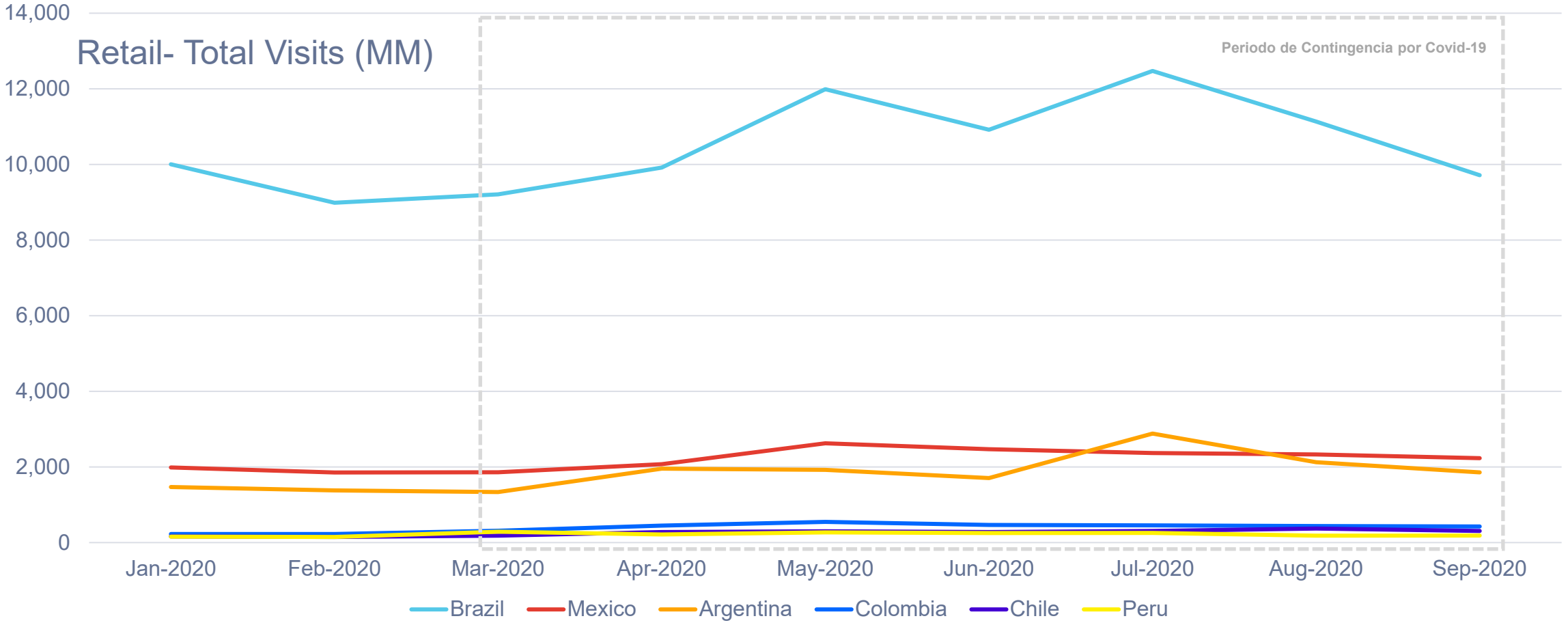
Fuente : Comscore MMX® Multi-Platform, Desktop 6+ and Total Mobile 18+, Total Audiencia, Total Views MM, enero 2020- Septiembre 2020, Múltiples Países

Chile, Perú y Argentina con incrementos fuertes en mensajería instantánea



Fuente : Comscore MMX® Multi-Platform, Desktop 6+ and Total Mobile 18+, Total Audiencia, Total Views MM, enero 2020- septiembre 2020, Múltiples Países

En la categoría Retail se observa el gran desarrollo en Brasil en comparación con otros países de la región

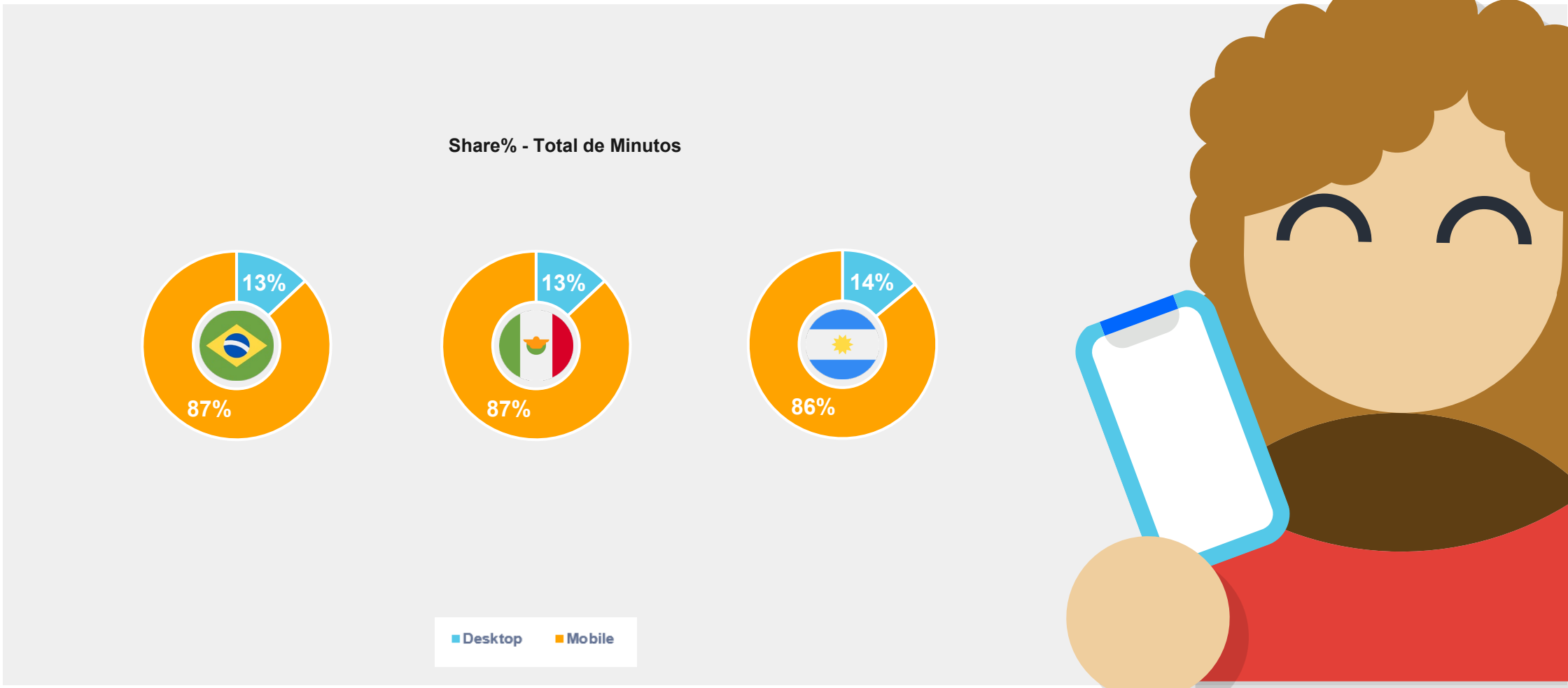


Fuente : Comscore MMX® Multi-Platform, Desktop 6+ and Total Mobile 18+, Total Audiencia, Total Views MM, enero 2020- septiembre 2020, Múltiples Países

AMÉRICA LATINA:

Tendencias móviles en Latinoamérica

El tiempo en móviles en la región supera el 86% del tiempo online



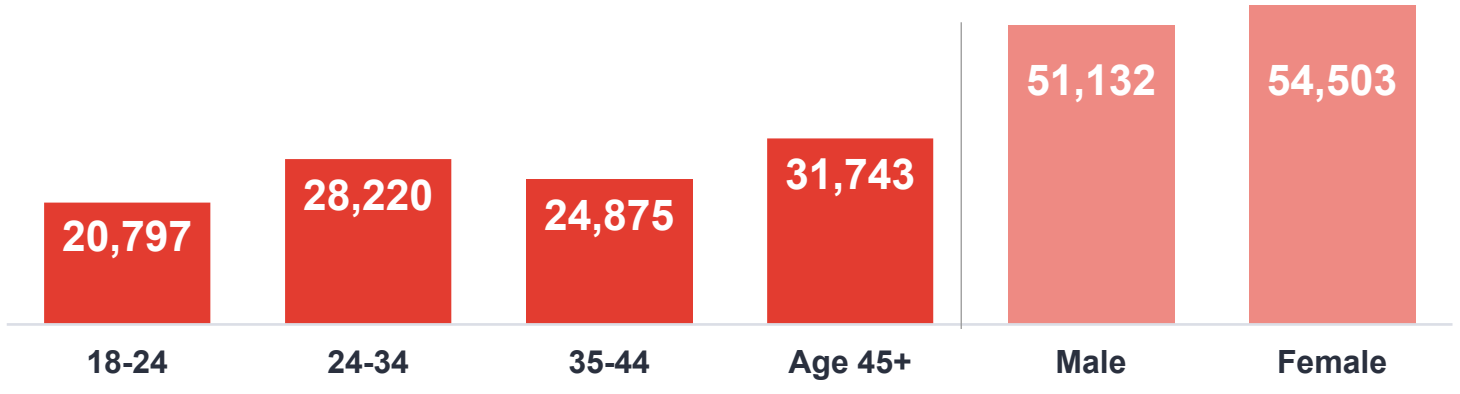
Fonte: Comscore MMX Multi-Country Key Measures, Total Audiencia, septiembre 2020, Países seleccionados

Brasil: Panorama móvil 2020

BR VISITANTES ÚNICOS

-18% Desktop registró -18% de visitantes únicos en comparación al año pasado

+4% Mobile web and apps % de cambio año a año



DEMOGRÁFICOS (000VU)

TIEMPO DE PERMANENCIA

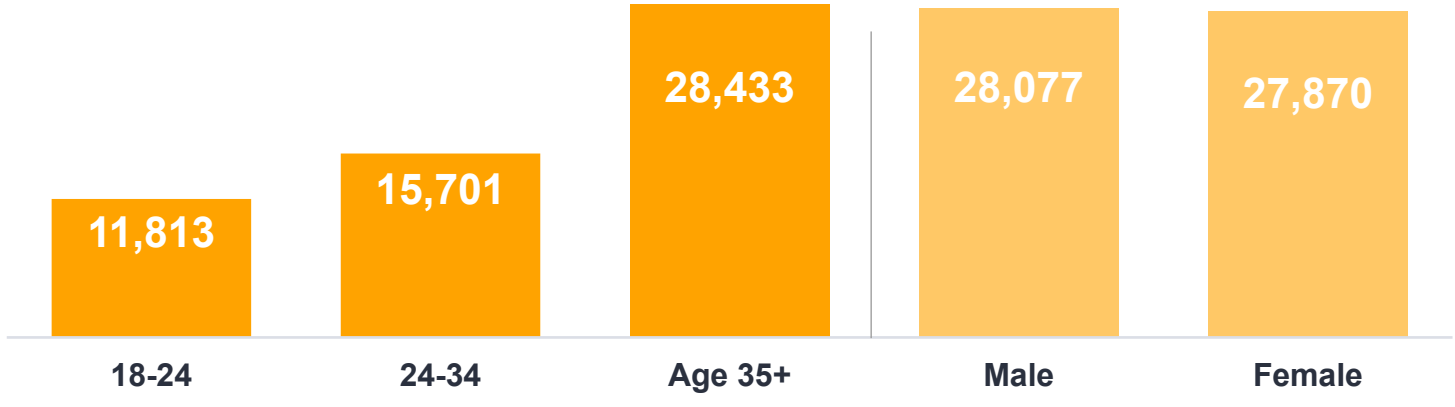
Fuente: Comscore Media Metrix® Multi-Platform & Comscore Mobile Metrix®,Total Digital Population, Desktop/Mobile App And Web, A18+, septiembre 2019 – Septiembre 2020, Brasil

México: Panorama móvil 2020

MX VISITANTES ÚNICOS

+2% Desktop registró +2% de visitantes únicos en comparación al año pasado

+2% Mobile web and apps % de cambio año a año



DEMOGRÁFICOS (000VU)

TIEMPO DE PERMANENCIA

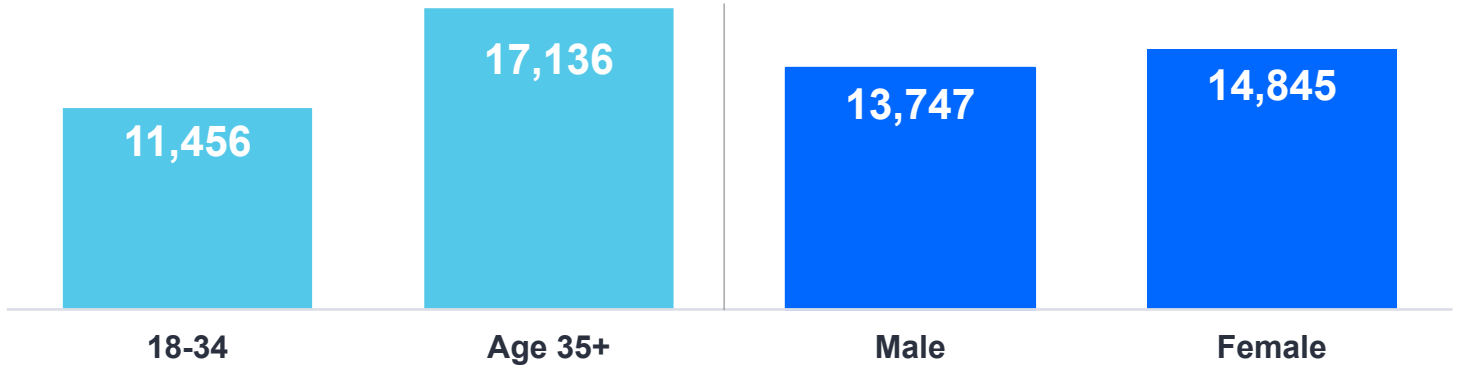
Fuente: Comscore Media Metrix® Multi-Platform & Comscore Mobile Metrix®,Total Digital Population, Desktop/Mobile App And Web, A18+, septiembre 2019 – Septiembre 2020, México

Argentina: Panorama móvil 2020

ARG VISITANTES ÚNICOS

-2% Desktop registró -2% de visitantes únicos en comparación al año pasado

+6% Mobile web and apps % de cambio año a año



DEMOGRÁFICOS (000VU)

TIEMPO DE PERMANENCIA

Fuente: Comscore Media Metrix® Multi-Platform & Comscore Mobile Metrix®,Total Digital Population, Desktop/Mobile App And Web, A18+, septiembre 2019 – Septiembre 2020, Argentina

Principales categorías Móviles por tamaño de audiencia

TOTAL VISITANTES ÚNICOS (MM)

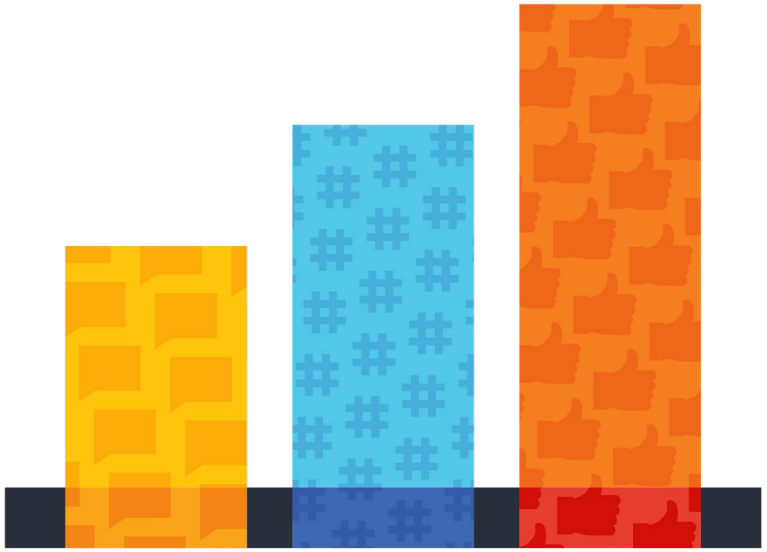
Fuente: Comscore Mobile Dashboard, Chile, Colombia y Perú, Septiembre 2020.

AMÉRICA LATINA:

Performance en las redes sociales durante el año

Consumo de Redes Sociales en América Latina

Las publicaciones generaron 23.7 billones de interacciones por parte de la audiencia, equivalente a 67 millones de interacciones diarias durante 2020



Comscore Social

52.4MM

De publicaciones en Facebook, Twitter e Instagram de enero a diciembre de 2020, monitoreado en 14,262 propiedades principales de anunciantes y medios monitoreadas

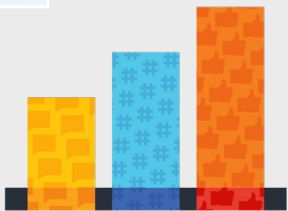
Consumo de Redes Sociales en América Latina

Resumen de publicaciones e interacciones por país

País	Publicaciones	Interacciones	Interacción promedio por Post
Argentina	6.5 millones	2.7 billones	425
Brasil	17.6 millones	9.5 billones	1000
Chile	3.9 millones	1.1 billones	291
Colombia	5.6 millones	2.1 billones	293
México	15.4 millones	6.7 billones	374
Perú	3.4 millones	1.6 billones	431

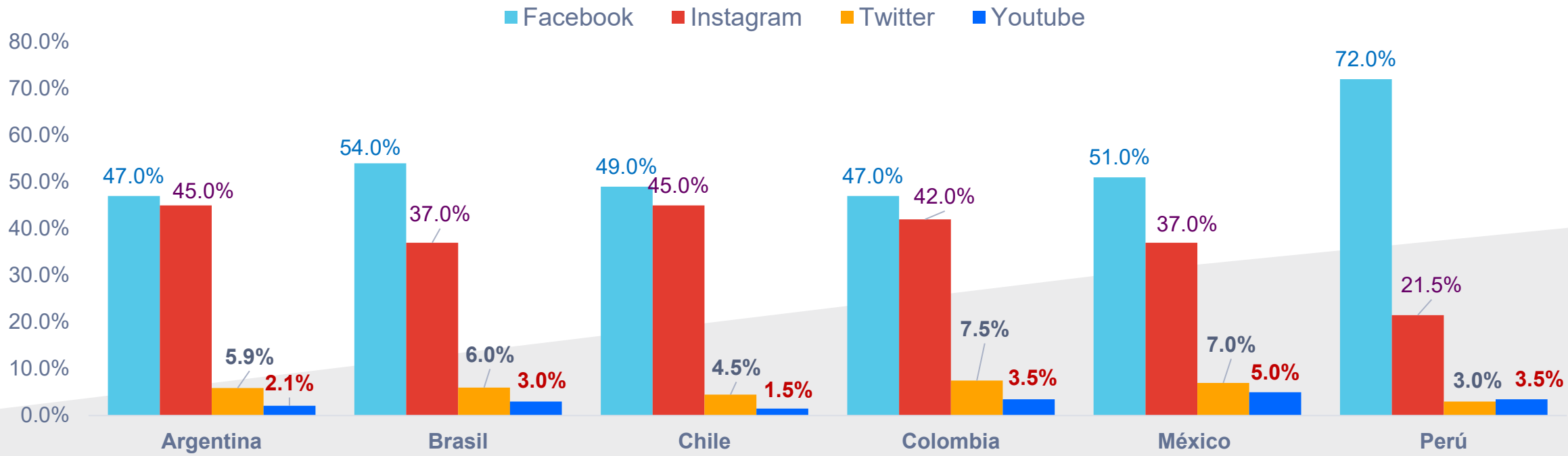
comscore

Fuente: Shareablee, 1 de enero a 13 de diciembre de 2020, América Latina



¿Cómo interactúa la audiencia América Latina?

Analizando el share de interacciones por canal social, podemos ver que en países como Argentina, Chile, y Colombia, Instagram está un máximo de 5% debajo que Facebook, sin embargo hay un 24% menos de propiedades sociales en Instagram que en Facebook, por lo que Instagram es el canal social con mayor índice de engagement en la región.

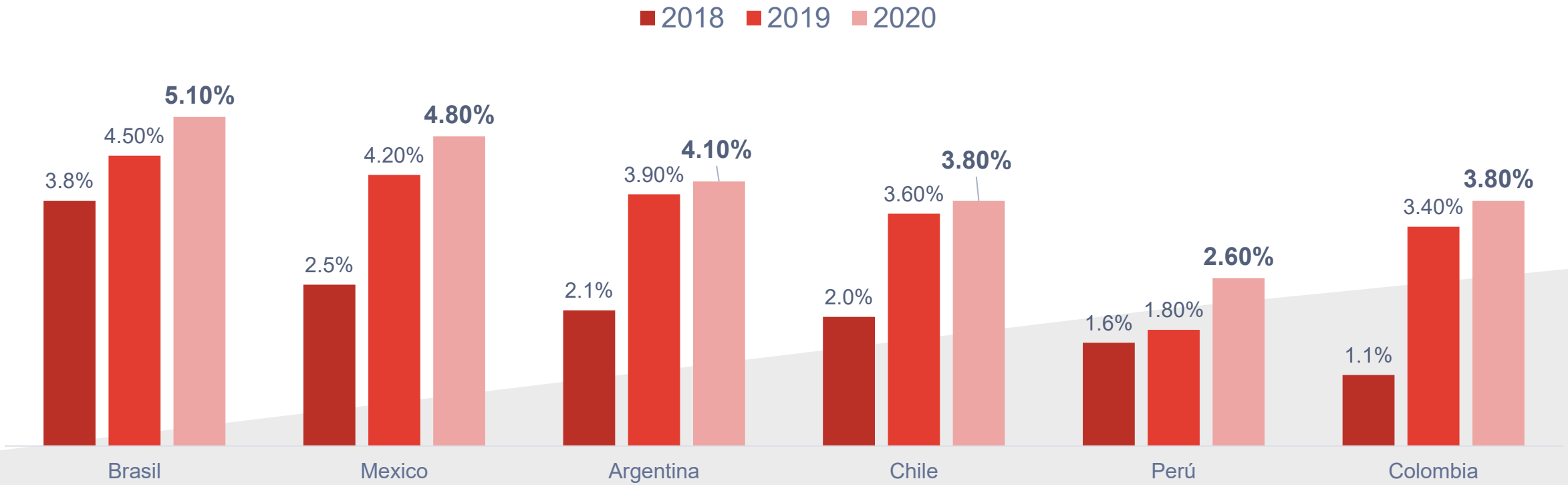


comscore

Fuente: Shareablee, 1 de enero a 13 de diciembre de 2020, América Latina

Porcentaje de publicaciones de contenido patrocinado

Este tipo de publicaciones poco a poco se han adaptado al mercado latinoamericano. Podemos ver en el gráfico que Argentina incrementó casi al doble el porcentaje de contenido patrocinado durante el año 2019 comparado a 2018.

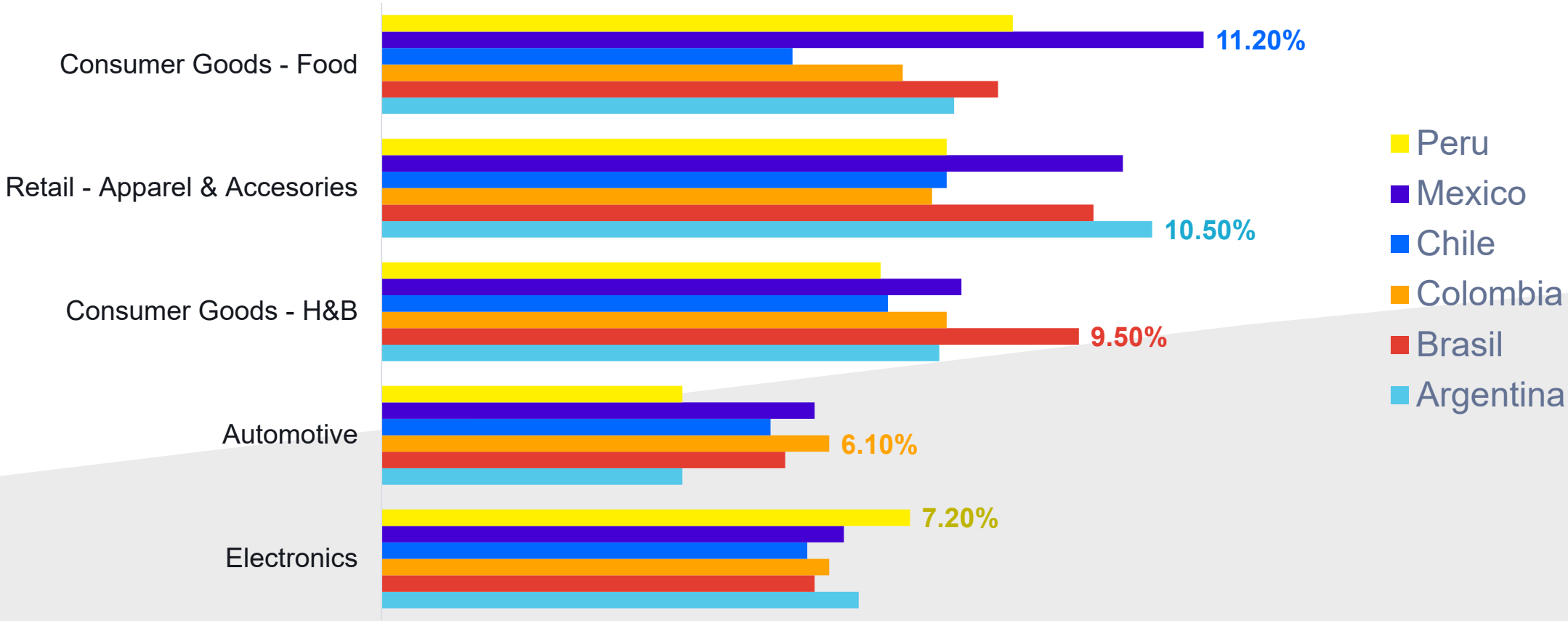


comscore

Fuente: Shareablee, 1 de enero al 13 de Diciembre 2018 Vs 2019 y 2020, América Latina

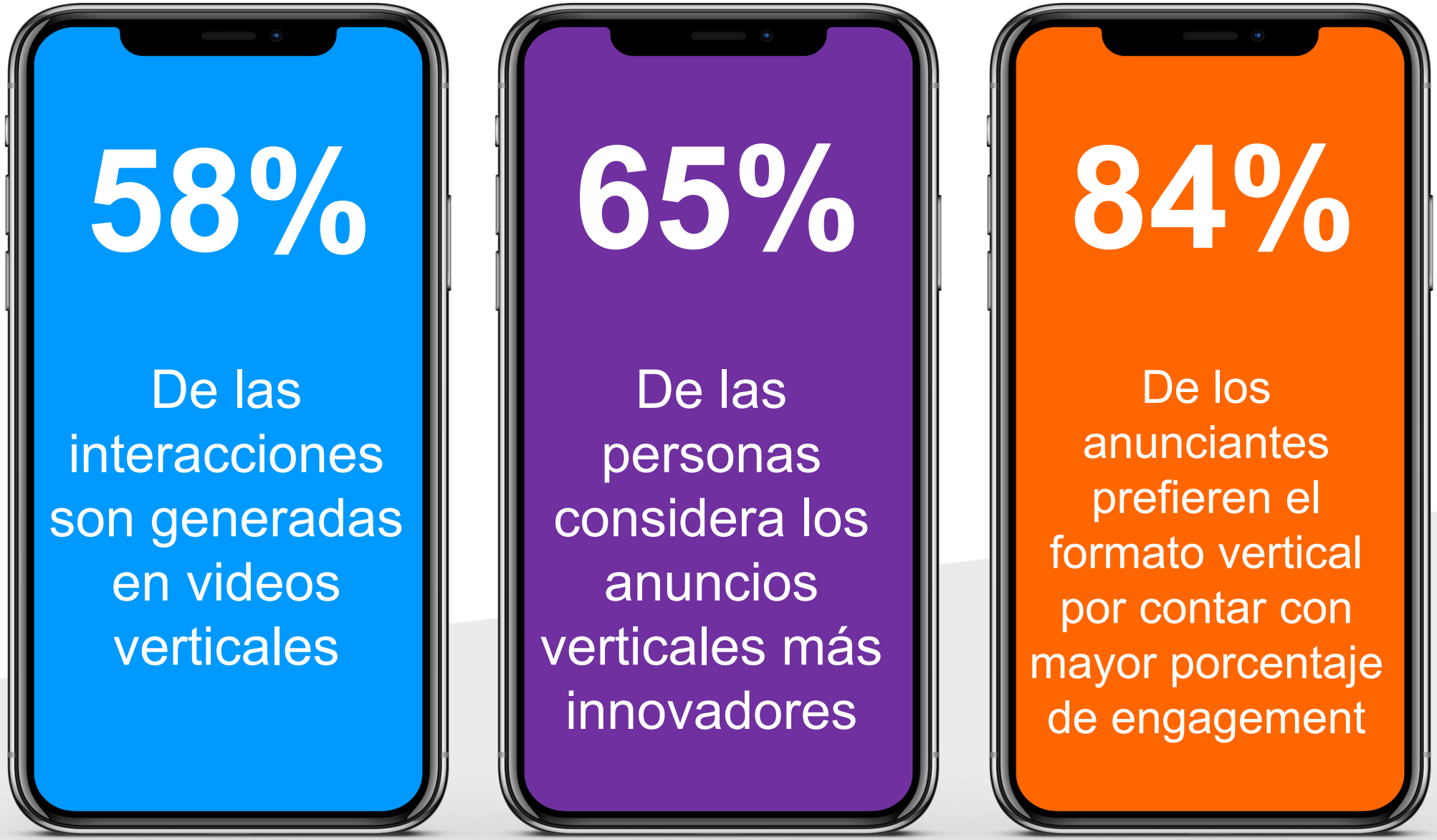
Top 5 categorías con mayor participación de Branded Content

Retail – Apparel & Accesories comina en Argentina, Consumer Goods – Food en México, Health & Beauty en Brasil, Automotive en Colombia, y Electronics en Perú.



comscore

Fuente: Shareablee, 1 de enero a 13 de diciembre de 2020, América Latina



comscore

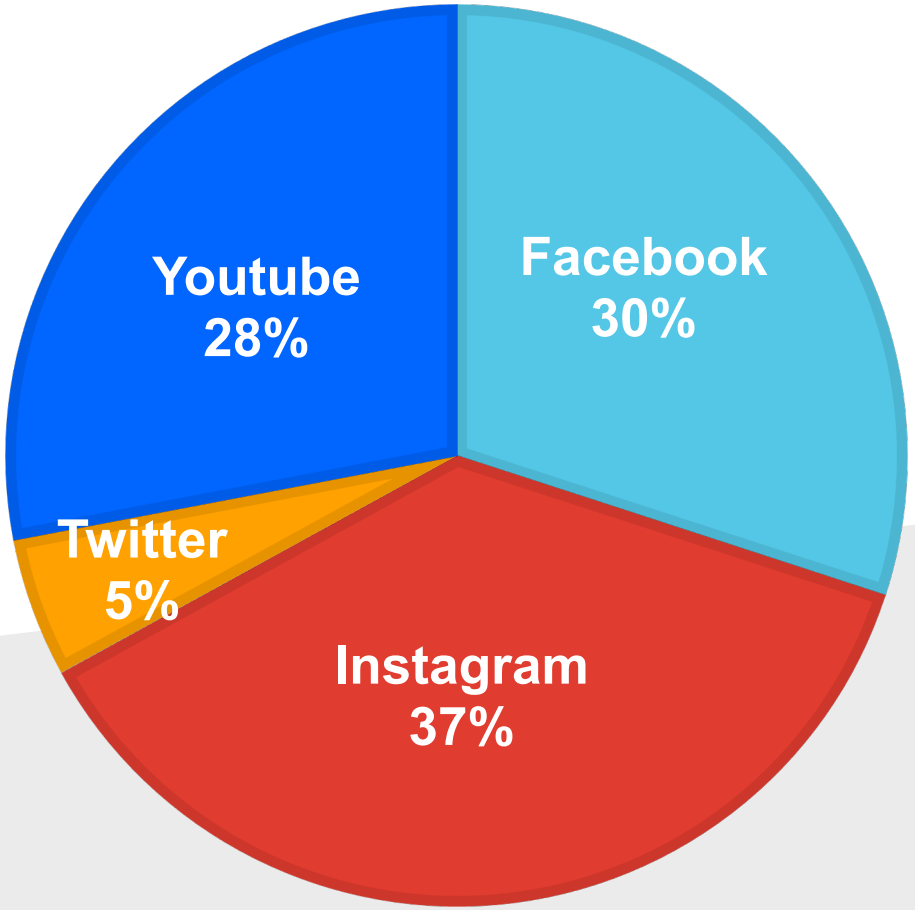
Fuente: Shareablee, 1 de Enero a 13 de Diciembre 2020, América Latina

Las publicaciones de Influenciadores representaron el 16.3% del total en América Latina

comscore

Fuente: Shareablee LATAM, 1 de enero a 13 de diciembre 2020, 17262 propiedades monitoreadas

Share de publicaciones por plataforma social de Influenciadores en América Latina

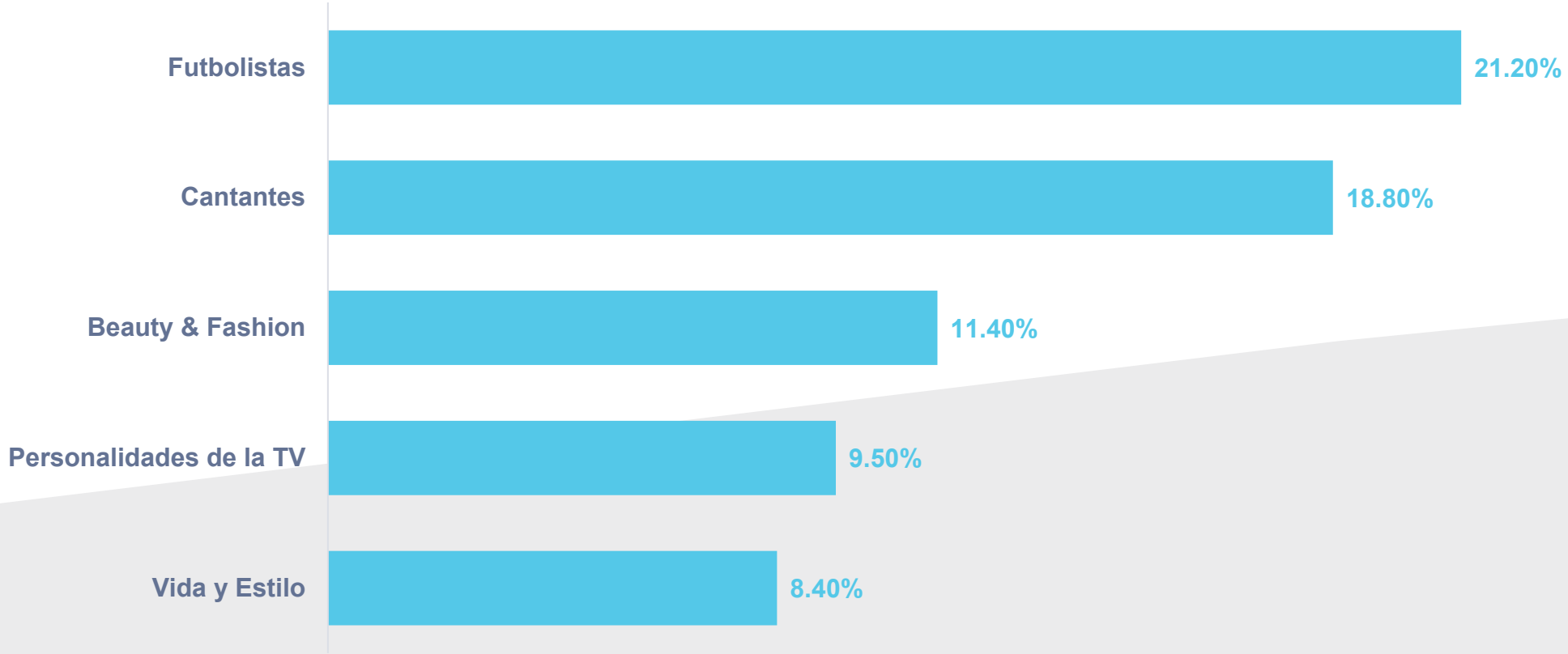


comscore

Shareablee LATAM, Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, 1 de enero a 13 de diciembre de 2020

Top 5 categorías de influencers con mayor nivel de interacción

En América Latina se tienen más de 250 categorías diferentes de influenciadores, a continuación se muestran cuáles son las que mayor interacción generan con la audiencia en Facebook e Instagram.

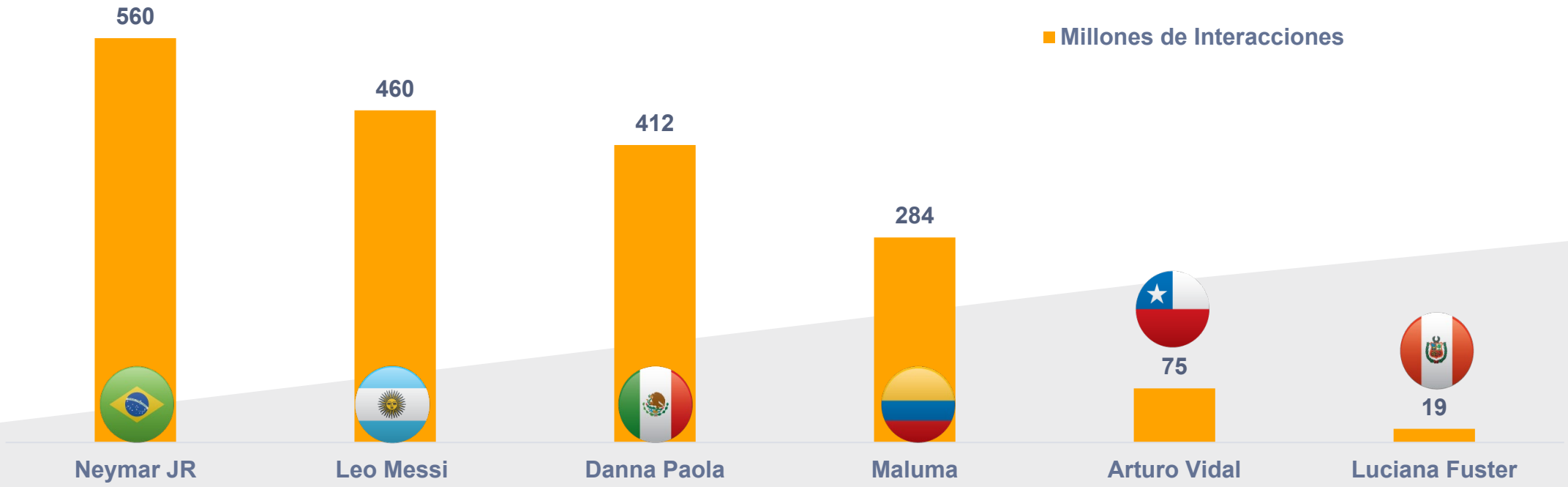


comscore

Fuente: Shareablee, 1 de enero a 13 de diciembre de 2020, América Latina

Top Celebrities en América Latina

Revisando la categoría de influenciadores, las celebridades son quienes mayor volumen de interacción generan, por lo que enlistamos a las personas con mayor número de interacciones en el año 2020 por cada uno de los países de la región, logrando en total 1,810 millones de acciones en este periodo de tiempo.



Fuente: Shareablee, 1 de enero a 13 de diciembre de 2020, América Latina

Principales hallazgos

- Argentina, el Perú y Chile muestran el salto más pronunciado en términos de acceso a noticias en medios digitales y redes sociales.
- Se destaca un fuerte incremento en las cifras de páginas vistas en el comienzo de las restricciones por la pandemia.
- Predomina el uso de Facebook frente a las otras redes sociales en la región.
- Las celebridades de diferentes categorías siguen siendo generadores de engagement en redes sociales.

¿Preguntas?

Descarga la presentación de hoy aquí:

REPORTE 2020

Perspectivas del Escenario Digital Latinoamericano

Alejandro Fosk
afosk@comscore.com