

REPORTE 2020

Perspectivas del Escenario Digital Latinoamericano



Prensa

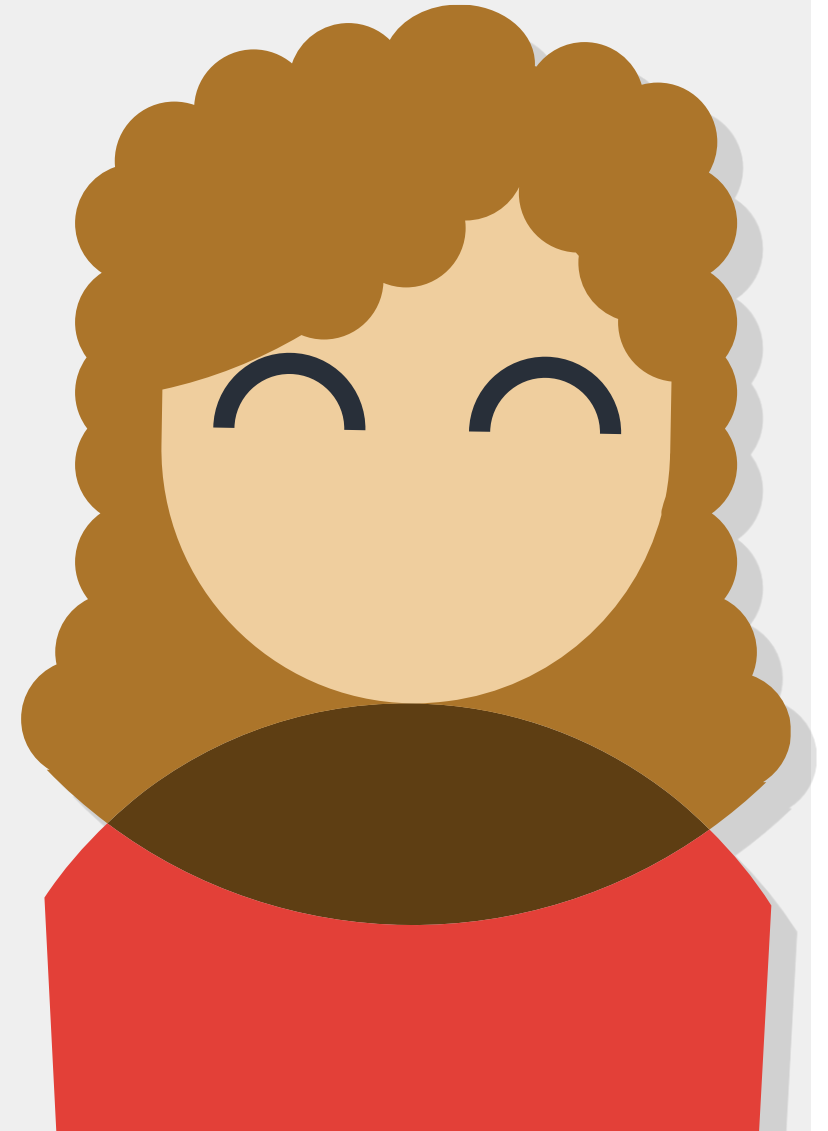
prensa@comscore.com

Introducción:

Este informe proporciona una fotografía del panorama digital global, usando tamaños de audiencia, sectores demográficos y comportamientos a través de todas las plataformas digitales (computadora de escritorio, smartphone y tablet) para identificar tendencias mundiales y características exclusivas de los mercados internacionales.

Toda la información proviene de la herramienta de medición de audiencia de Comscore como se hace referencia en esta página.

Para más información sobre este informe o sobre los productos de Comscore póngase en contacto con:
prensa@comscore.com



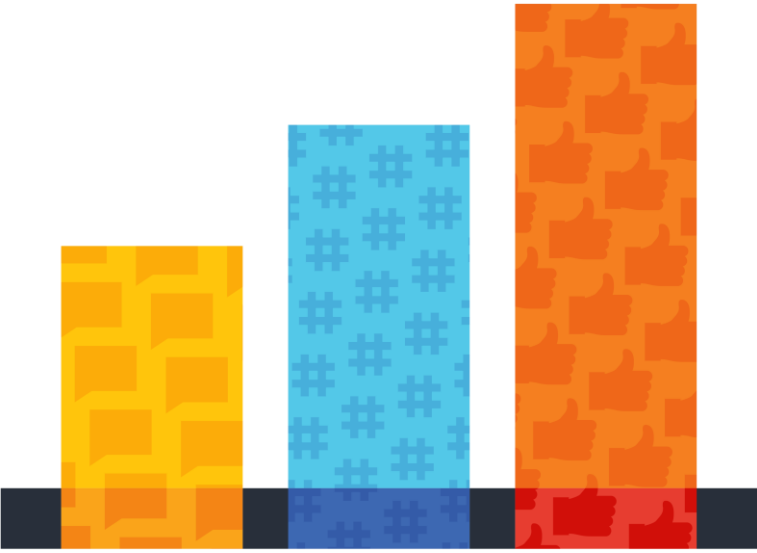
AMÉRICA LATINA:

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

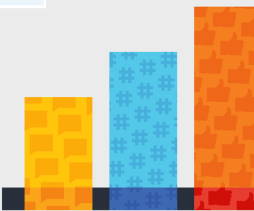
De publicaciones en Facebook, Twitter e Instagram de enero a diciembre de 2020, monitoreado en 14,262 propiedades principales de anunciantes y medios monitoreadas



Consumo de Redes Sociales en América Latina

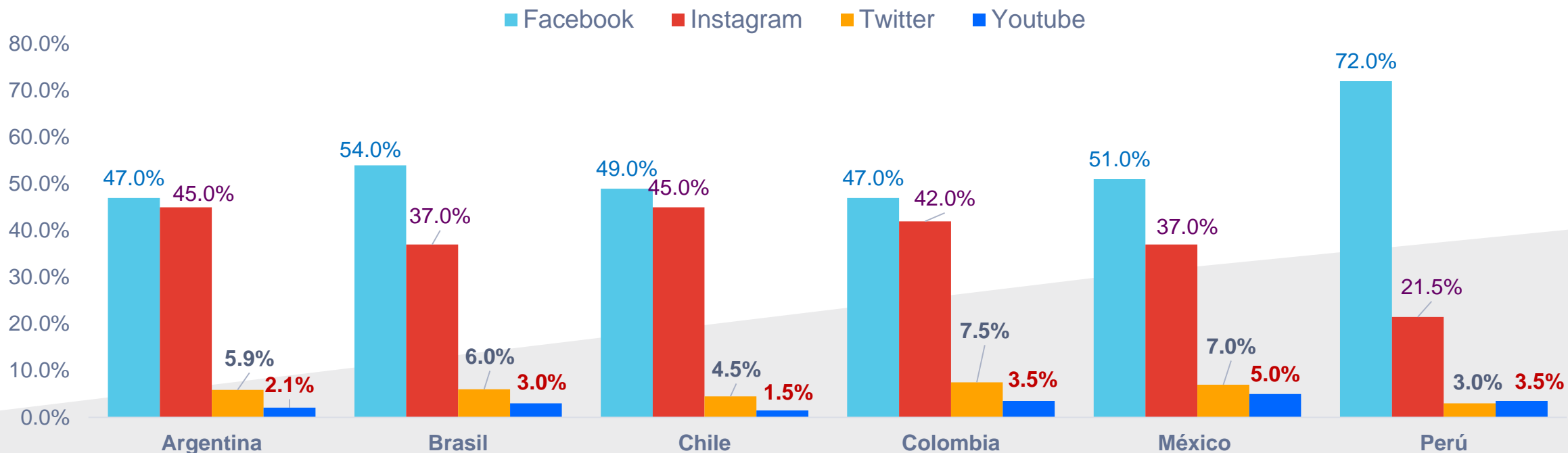
Resumen de publicaciones e interacciones por país

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



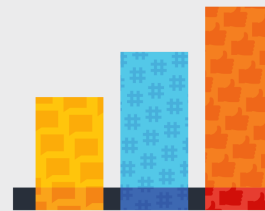
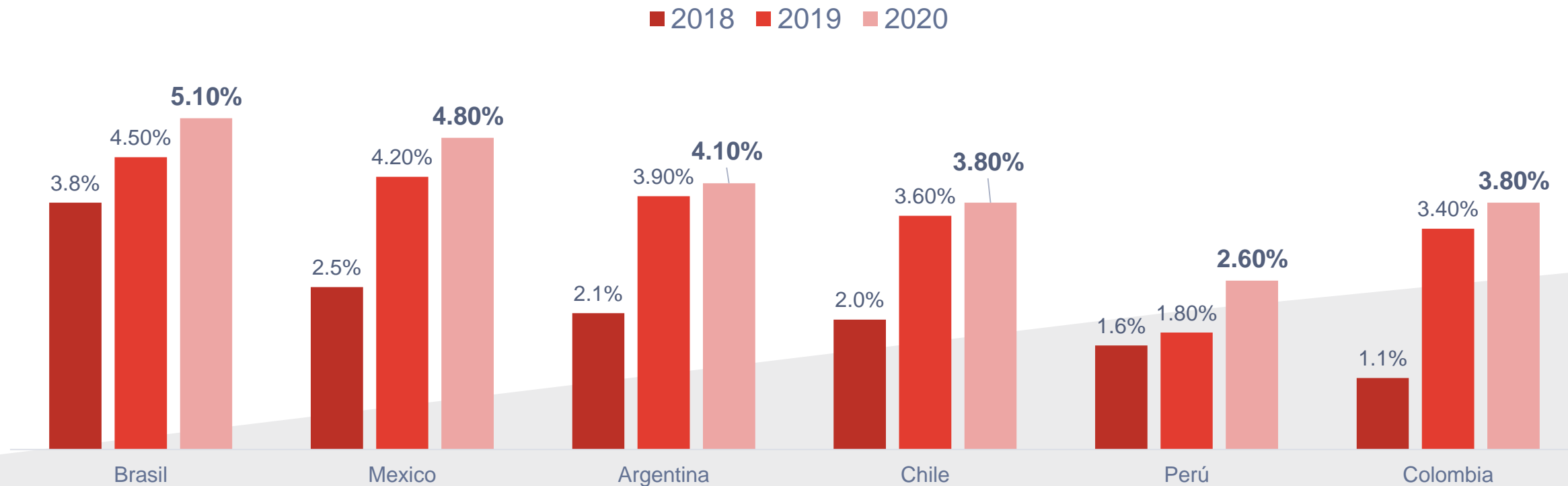
¿Cómo interactúa la audiencia América Latina?

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.



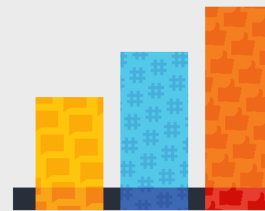
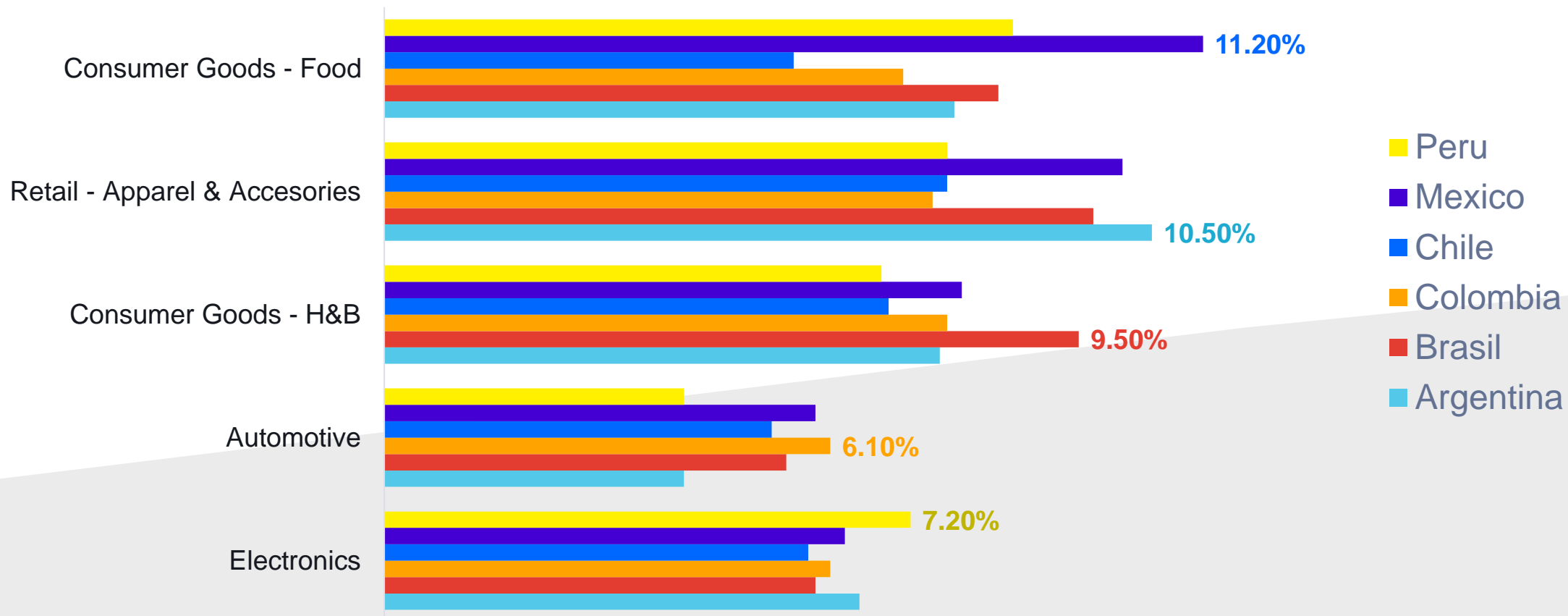
Porcentaje de publicaciones de contenido patrocinado

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.



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.





58%

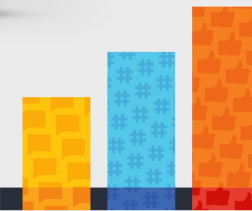
De las interacciones son generadas en videos verticales

65%

De las personas considera los anuncios verticales más innovadores

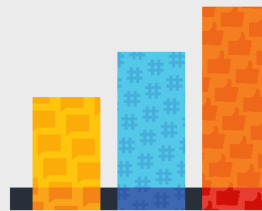
84%

De los anunciantes prefieren el formato vertical por contar con mayor porcentaje de engagement

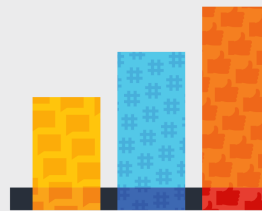
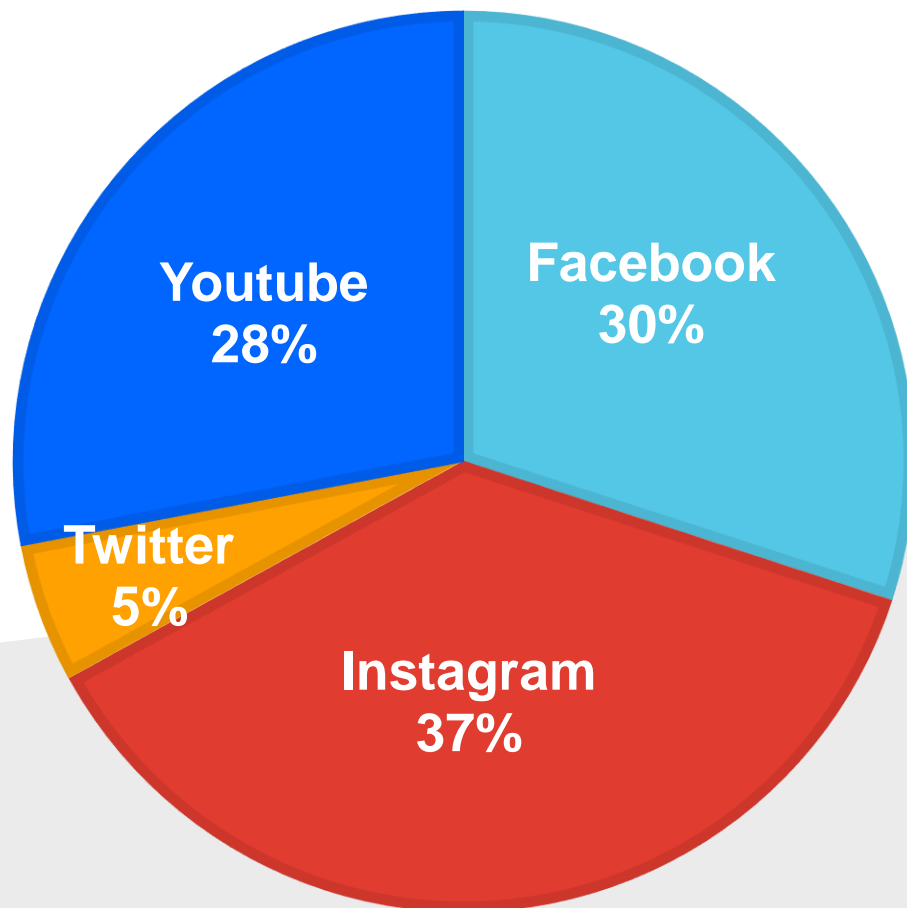




**Las publicaciones de
Influenciadores
representaron el
16.3% del total en
América Latina**

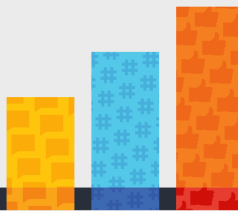
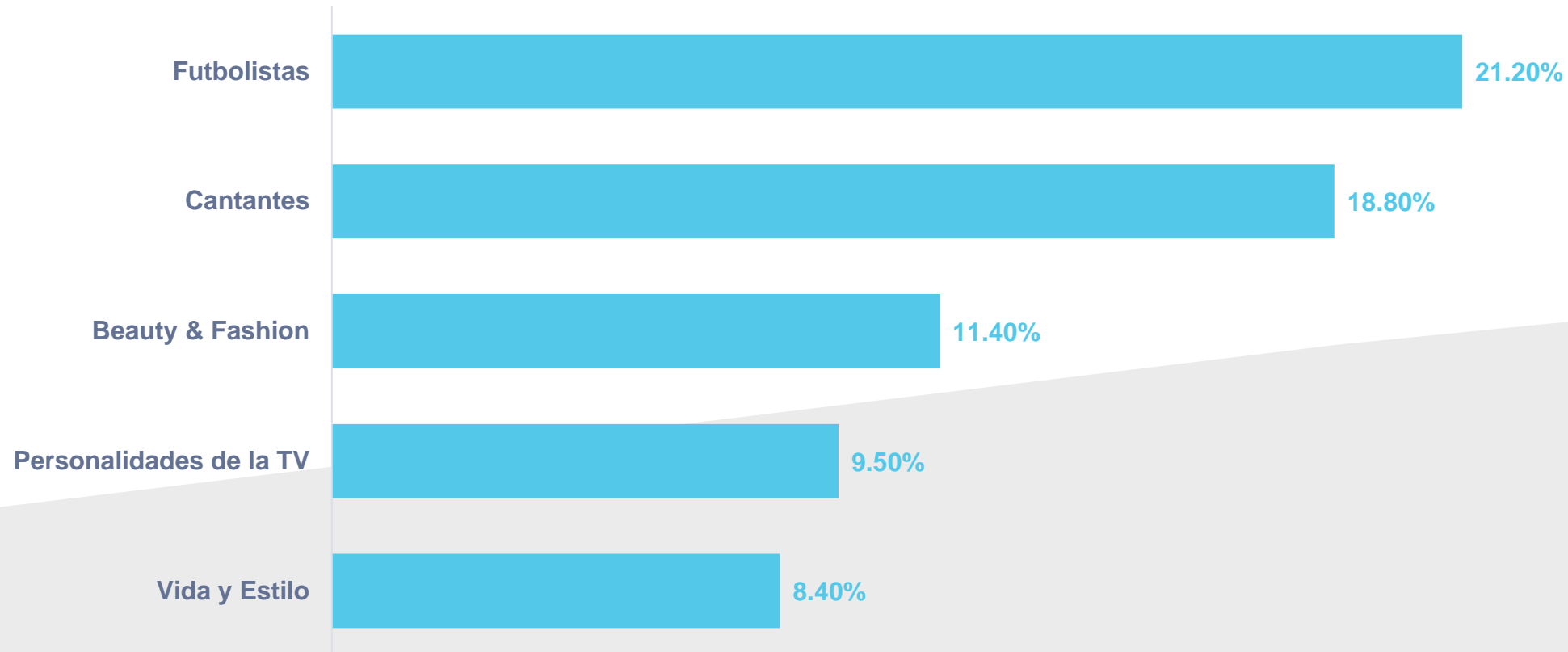


Share de publicaciones por plataforma social de Influenciadores en América Latina



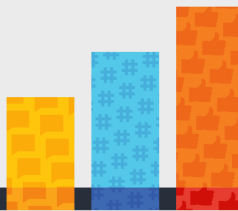
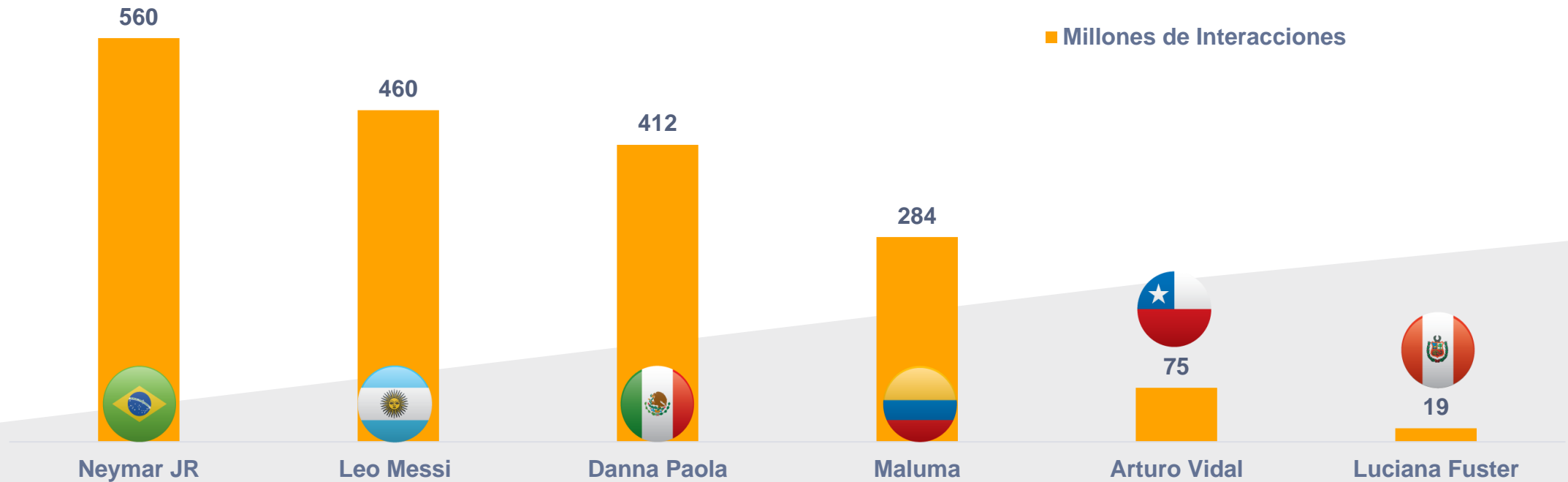
Top 5 categorías de influencers con mayor nivel de interacción

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.



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.



REPORTE 2020

Perspectivas del Escenario Digital Latinoamericano



Prensa

prensa@comscore.com