



Tendencias Digitales

AMÉRICA LATINA 2024



**Iván
Marchant**

SVP LATAM, COMSCORE



**Juan Pablo
Cummins**

GENERAL MANAGER EN
COMSCORE MOVIES ARGENTINA
Y OPERACIONES EN
SUDAMÉRICA, COMSCORE



DESCUBRA

Insights enriquecedores
para su negocio



VALIDE

El valor de su audiencia



CONOZCA

En profundidad al mercado
y sus hábitos



ENRIQUEZCA

Sus estrategias para un
aprendizaje 'Always On'

APROVECHE EL PODER DE LOS DATOS

DIGITAL

243M+ Mobile Phones / Tablets

192M+ Desktops

138M+ CTV Devices

SOCIAL

25M+ Brands, Publishers & Influencers

70+ Countries covering Facebook, Twitter,
Instagram, YouTube, Twitch & TikTok

MOVIES

130K+ Movie Screens Measured

25K+ Movie Theaters Measured

74 Countries

ANÁLISIS CUSTOM

Para LATAM puedes obtener
indicadores de audiencias- redes
sociales- inversión en publicidad
digital- estudios por medio de
encuestas -estudios cualitativos -
reportes especializados

¡y más!

MILLONES DE PERSONAS ESTÁN CONECTADAS A INTERNET

1,77

MIL MILLONES

Visitantes Únicos en
países medidos por
Comscore

81%

Consume **noticias e
información** y
accede a contenido
de **entretenimiento**

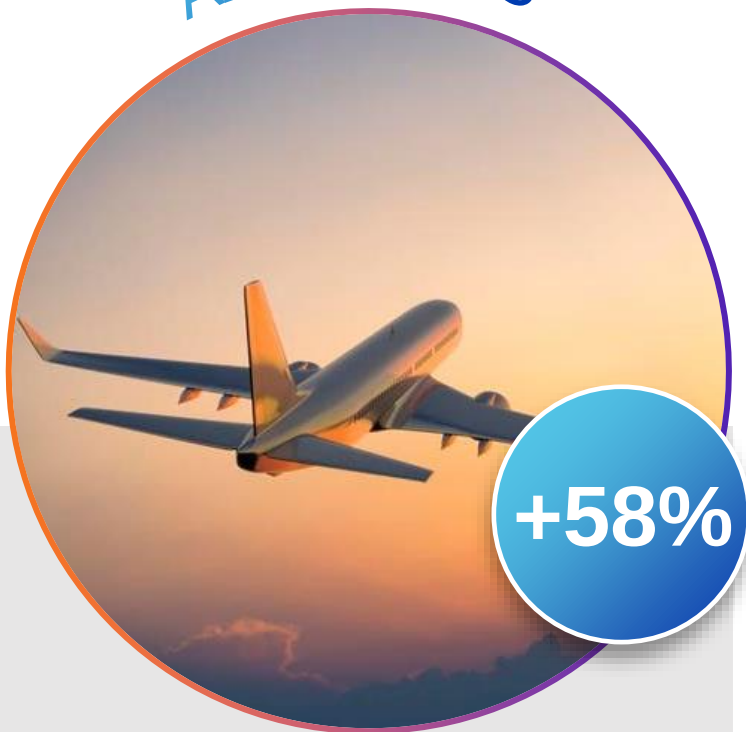
43

MINUTOS

Es el promedio diario
que destinan a utilizar
redes sociales.

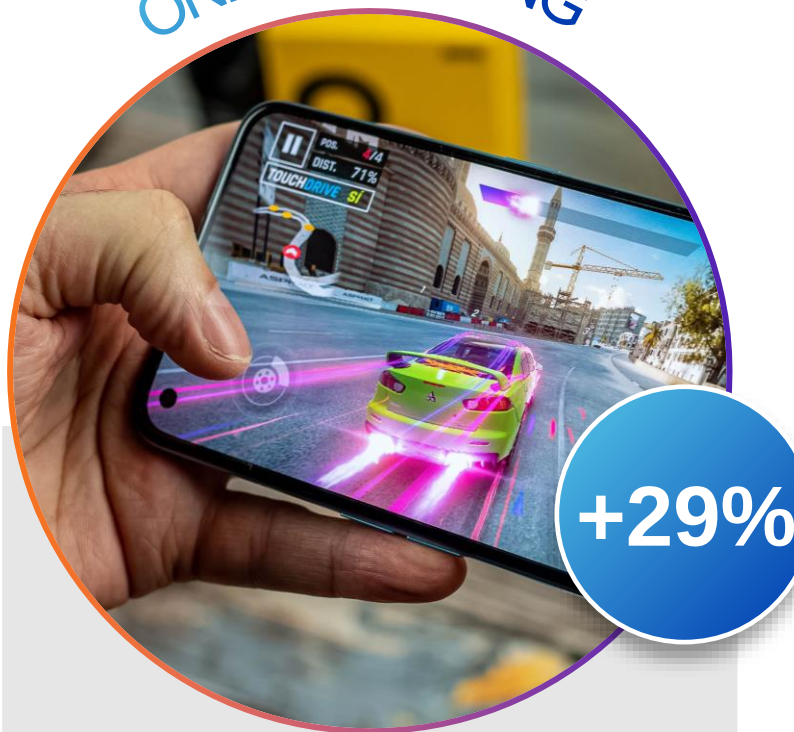
CATEGORÍAS QUE EXPERIMENTARON UN AUMENTO EN TÉRMINOS DE MINUTOS A NIVEL GLOBAL

AEROLÍNEAS



NOV 22 VS NOV 23

ONLINE GAMING



NOV 22 VS NOV 23

SITIOS SOBRE CONCIERTOS Y MÚSICA



NOV 22 VS NOV 23

CANTIDAD DE PERSONAS CONECTADAS A INTERNET

310M personas
EN AMÉRICA LATINA

MÉXICO
73.8M

COLOMBIA
29.6M

PERÚ
21.3M

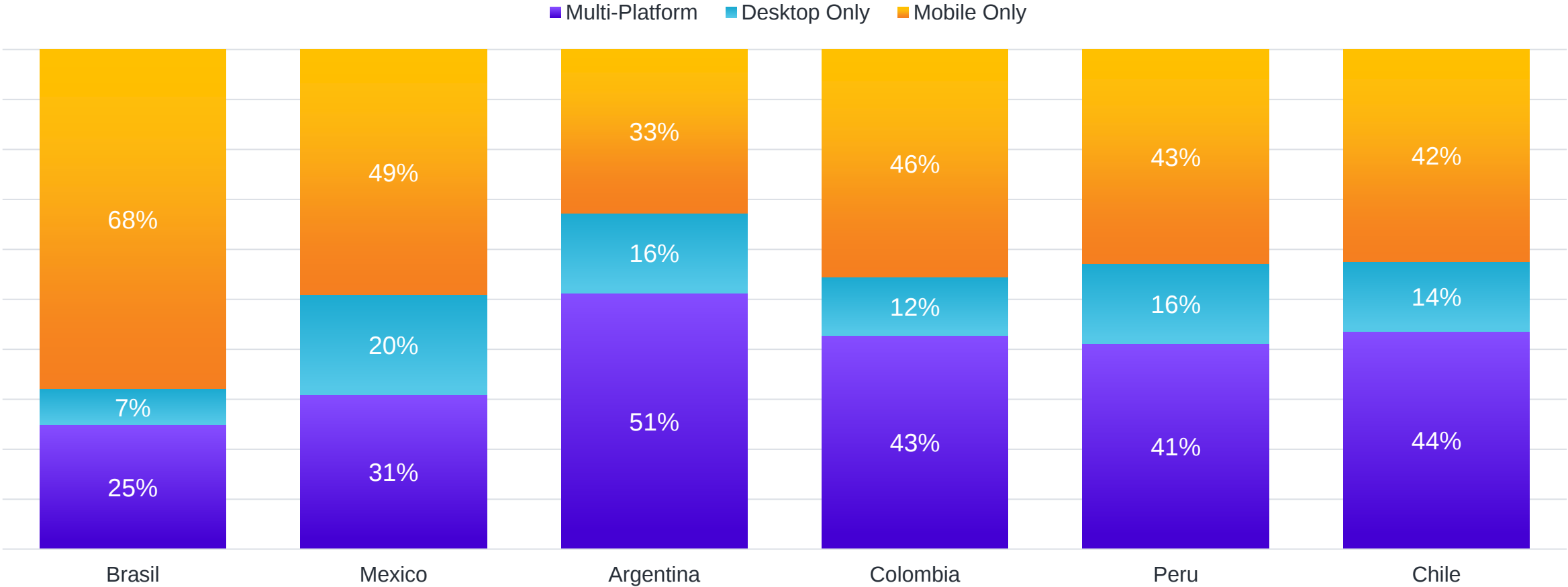
CHILE
16.5M

BRASIL
132.6M

ARGENTINA
36.7M

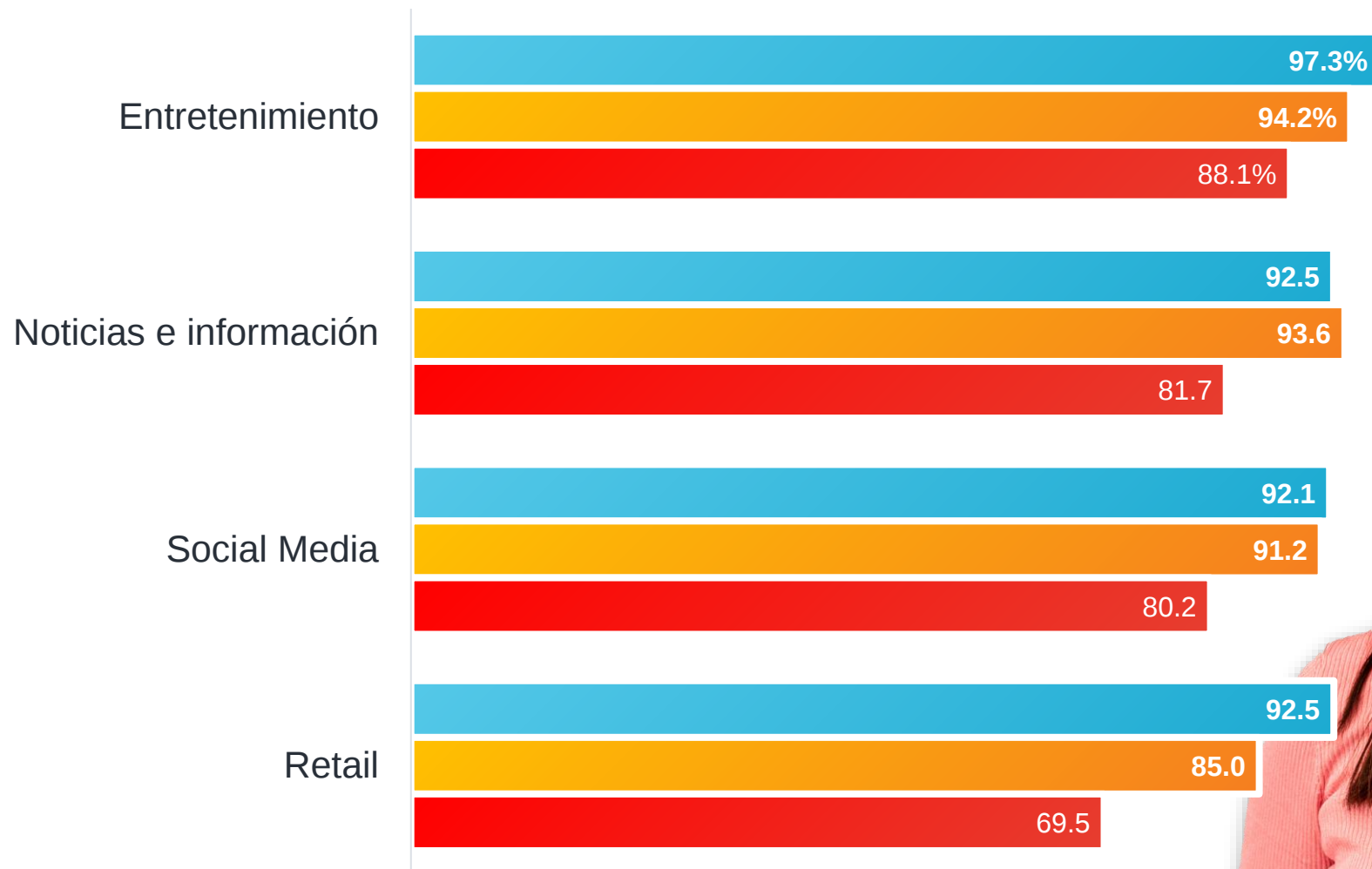
BRASIL ES EL MERCADO DE LATAM CON MAYOR PENETRACIÓN EXCLUSIVA MÓVIL,
SEGUIDO POR MÉXICO CON UN 49%

SHARE POR DISPOSITIVO Y PAÍS



CATEGORÍAS DE CONSUMO CON MAYOR ALCANCE DIGITAL

BRASIL ARGENTINA MÉXICO



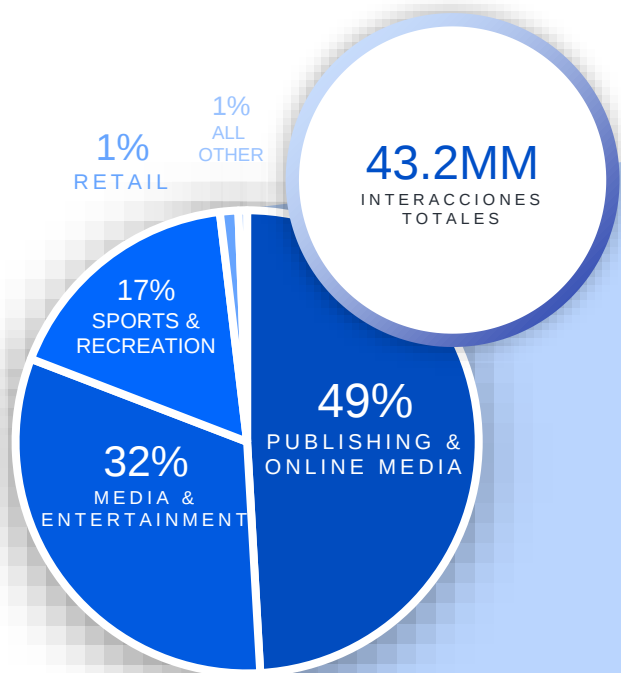
GRWM

para entender el
mundo de redes
sociales...

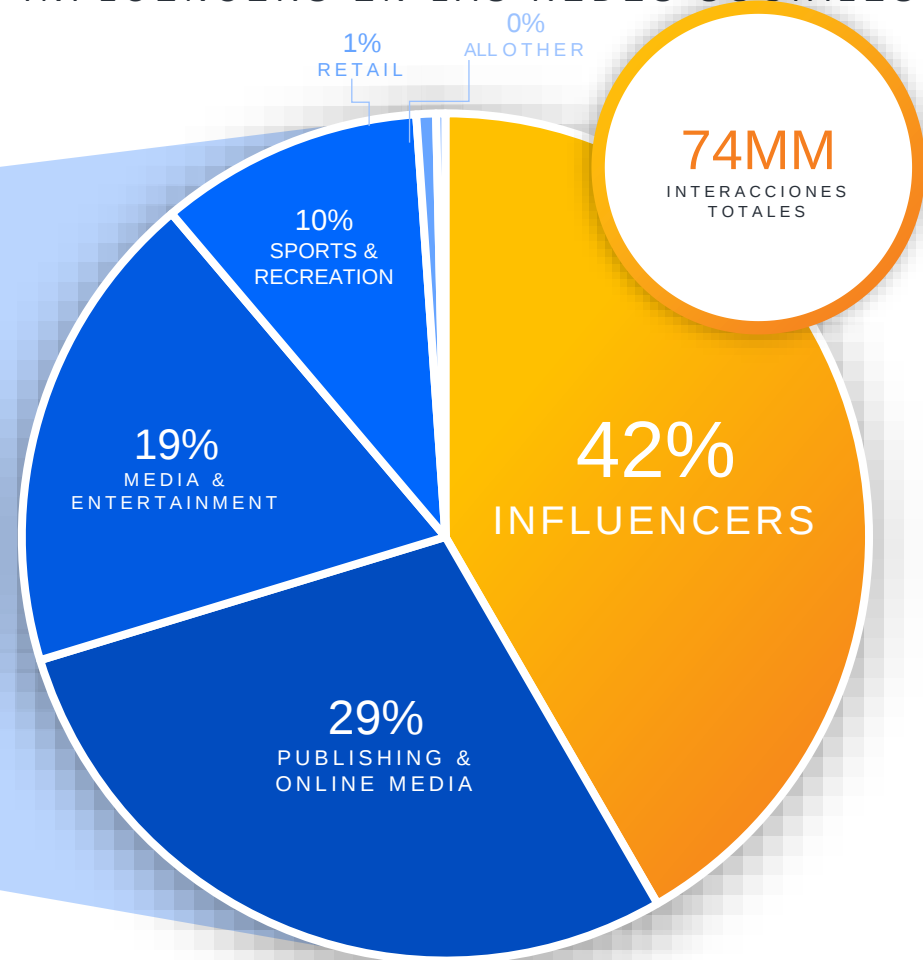
LOS CREADORES DE CONTENIDO IMPULSARON ENORMES NIVELES DE ENGAGEMENT EN 2023

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN POR CATEGORÍA

ENGAGEMENT DE LAS MARCAS EN REDES SOCIALES



CONTENIDOS IMPULSADOS POR LOS INFLUENCERS EN LAS REDES SOCIALES



EL BOOM DE LOS VIDEOS CORTOS FRENTE A CONSUMIDORES DINÁMICOS

En la acelerada era digital de hoy, las personas tienen menos capacidad de atención y se inclinan por consumir contenido que se pueda absorber rápidamente. Los videos cortos atienden a esta necesidad al ofrecer contenido conciso y atractivo que capta la atención en poco tiempo.

 **Reels +669%**

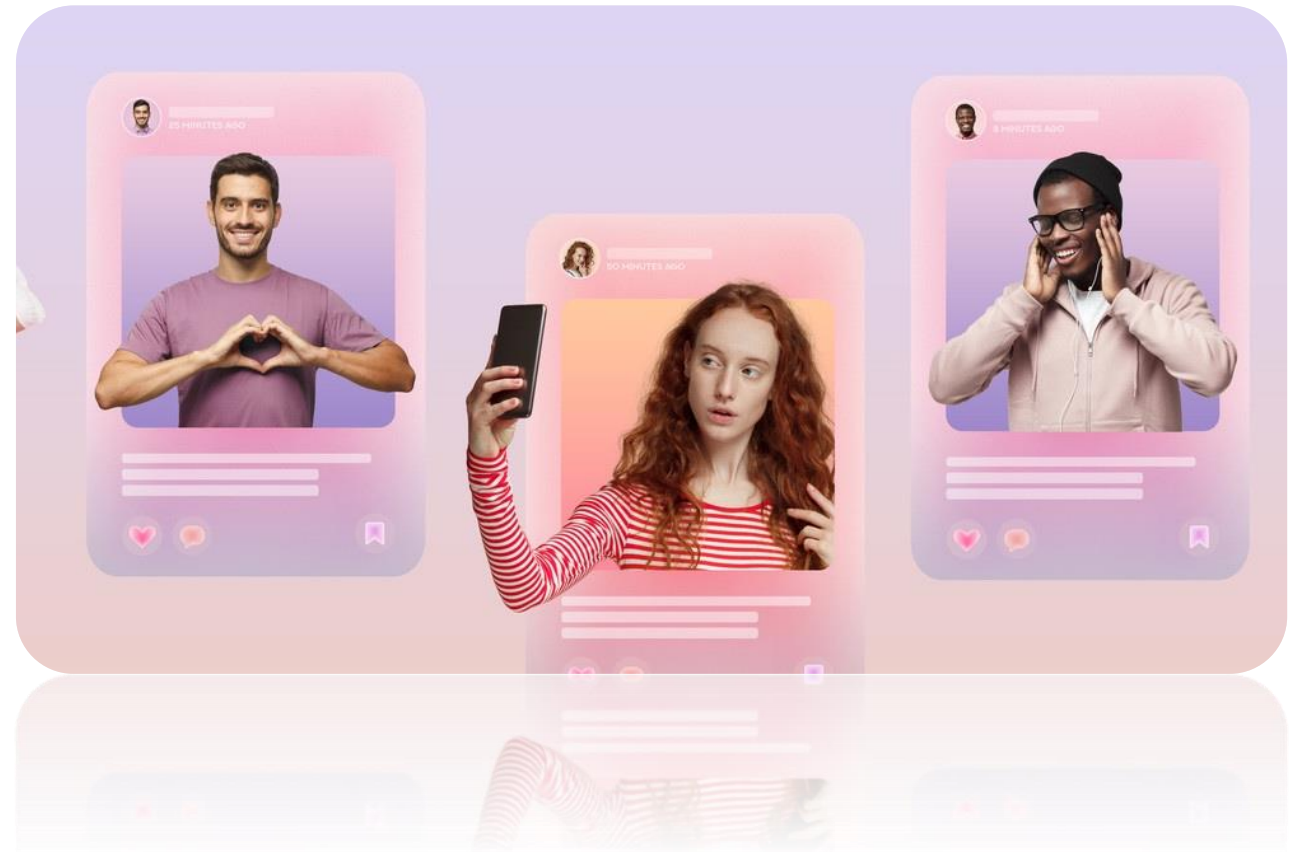
INTERACCIONES
ENERO 2021 VS
DICIEMBRE 2023

 **+139%**

INTERACCIONES
ENERO 2021 VS
DICIEMBRE 2023

 **Shorts +51%**

LIKES
2021 VS 2023

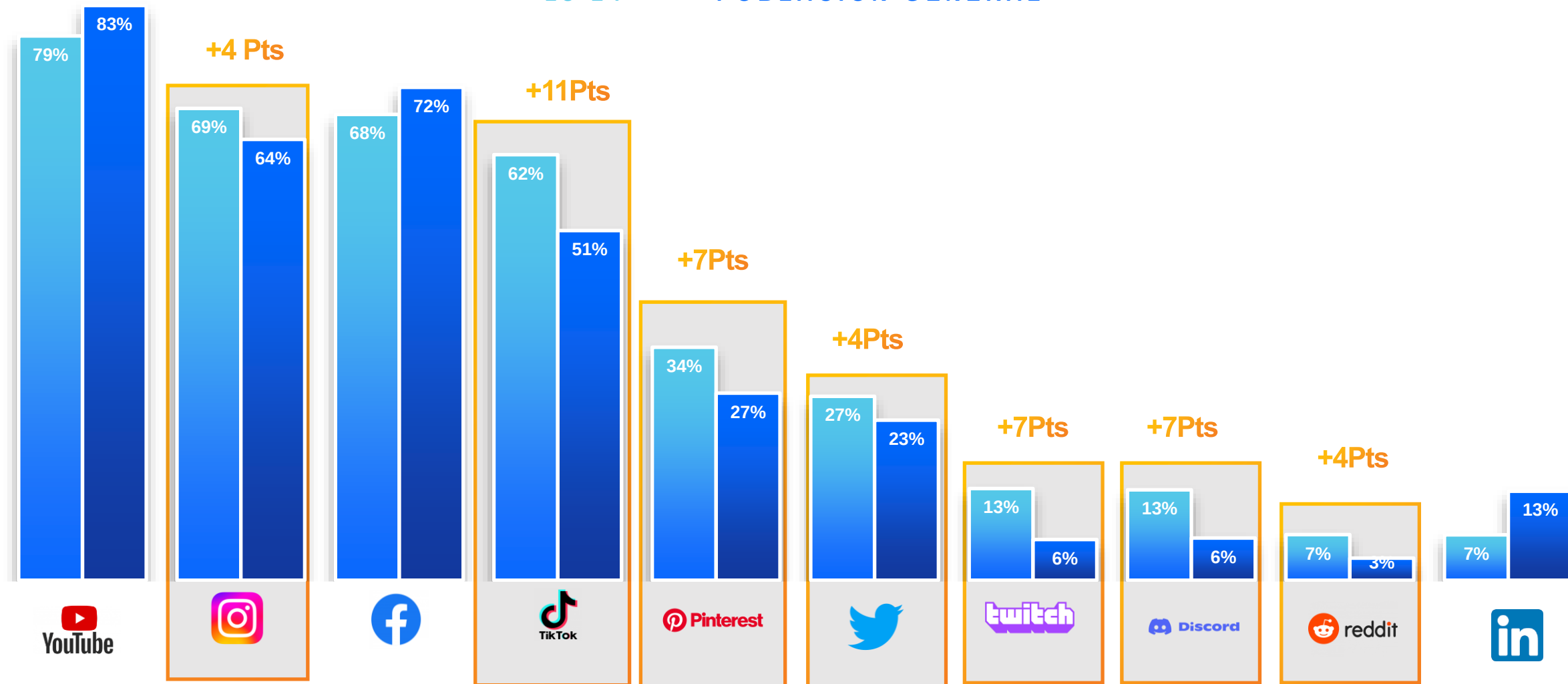


¿DÓNDE ALCANZAMOS A LA GENERACIÓN Z?

Alcance digital en las redes sociales de Brasil y México.

18-24

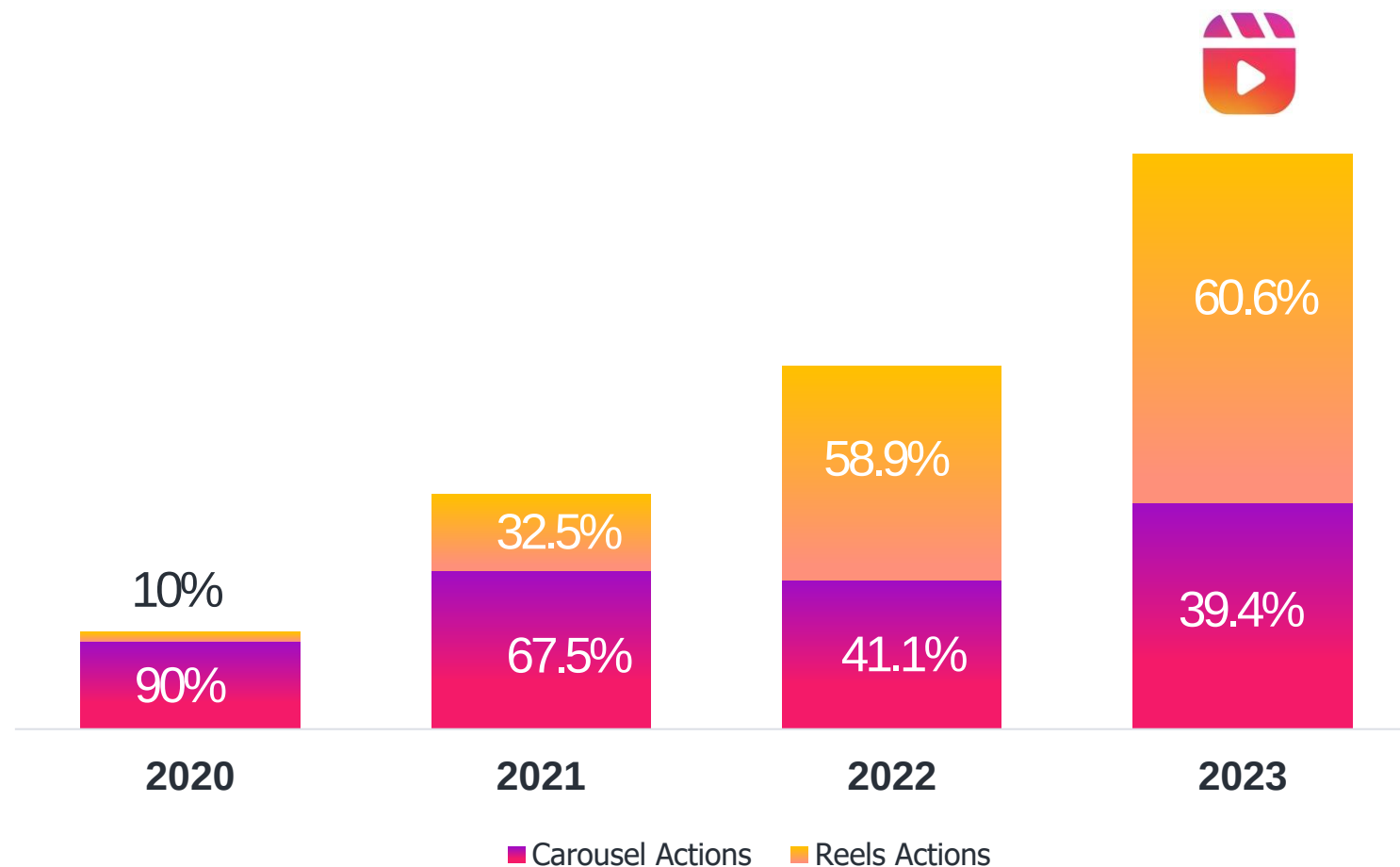
POBLACIÓN GENERAL





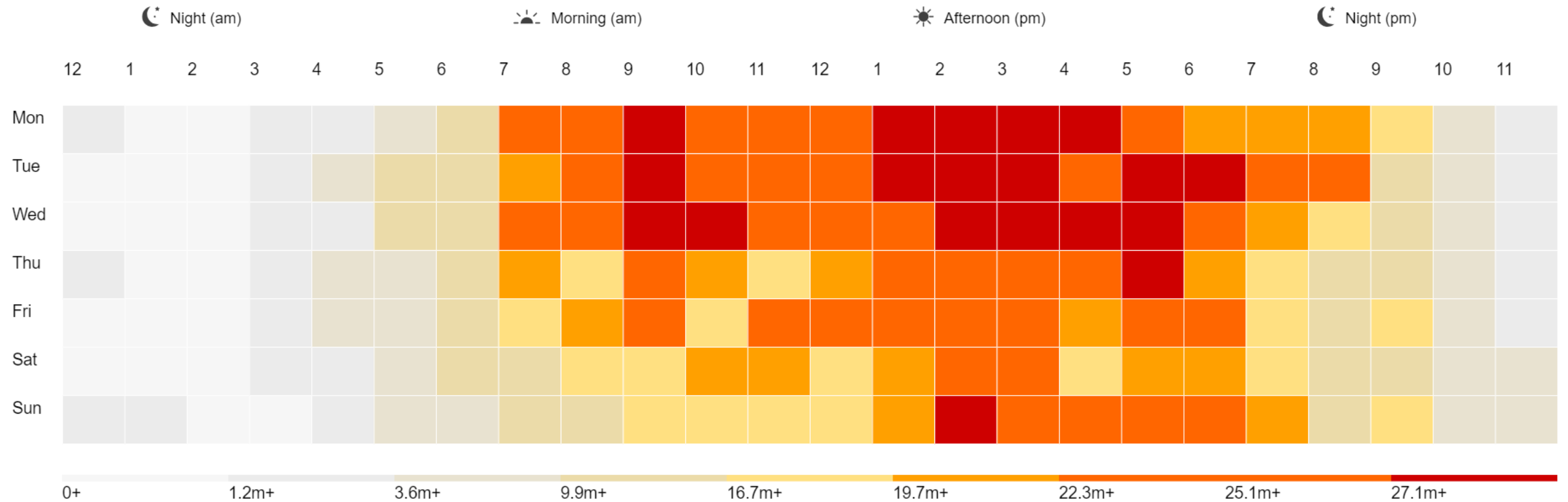
EVOLUCIÓN DE FORMATOS EN INSTAGRAM

El formato 'Reel' continúa ganando terreno en el mundo de las interacciones. En América Latina creció un 63% el engagement en este formato comparando 2022 vs 2023.



MEJORES HORARIOS PARA PUBLICAR EN INSTAGRAM

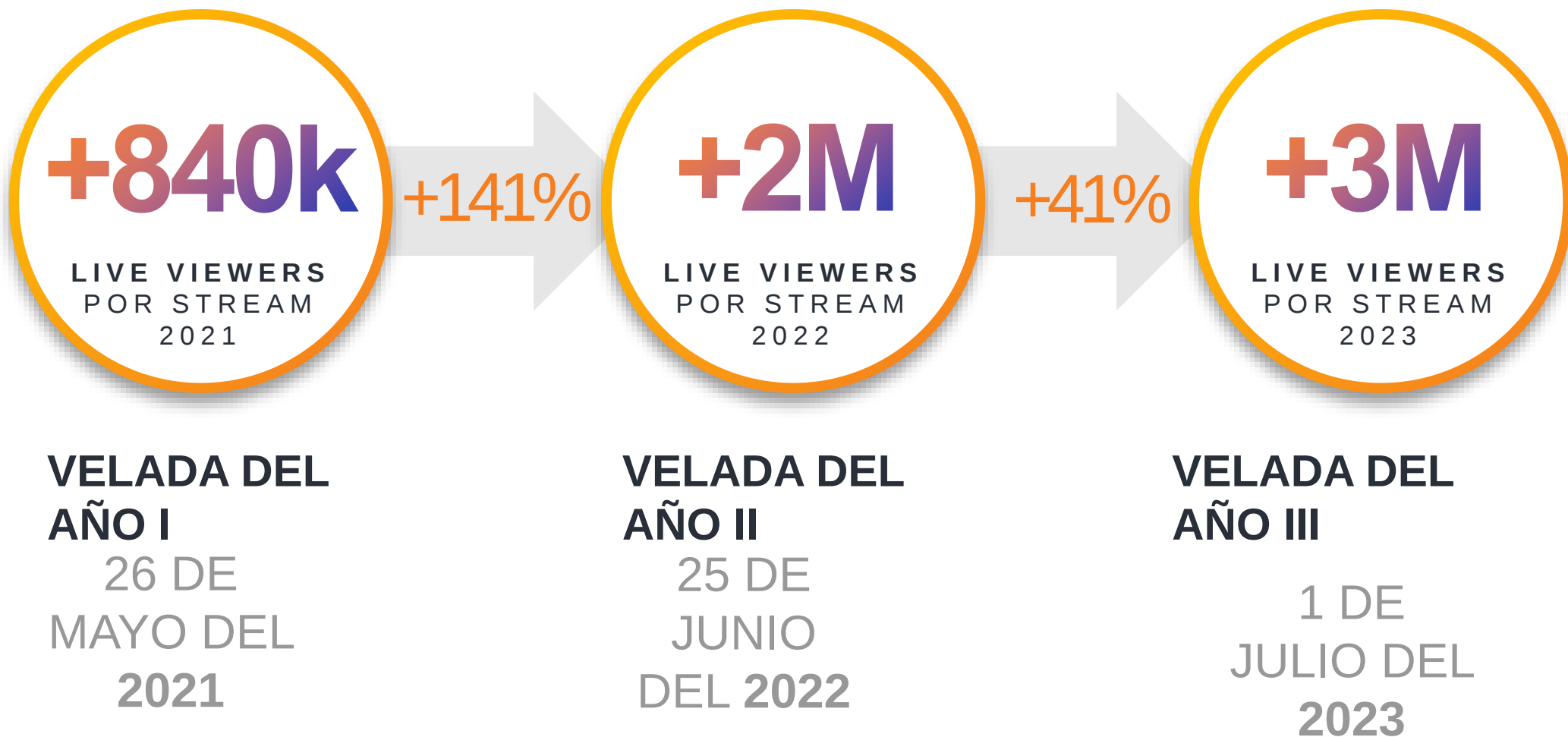
En términos de engagement, es común observar un aumento en las interacciones con las publicaciones los lunes y martes, especialmente durante el intervalo horario de 13:00 a 16:00 (UTC-6).





EL FENÓMENO DE “LA VELADA DEL AÑO” DE IBAI

IBAI - TWITCH



EL FENÓMENO DE “LA VELADA DEL AÑO” DE IBAI

ENGAGEMENT DE LAS MARCAS EN LAS REDES SOCIALES

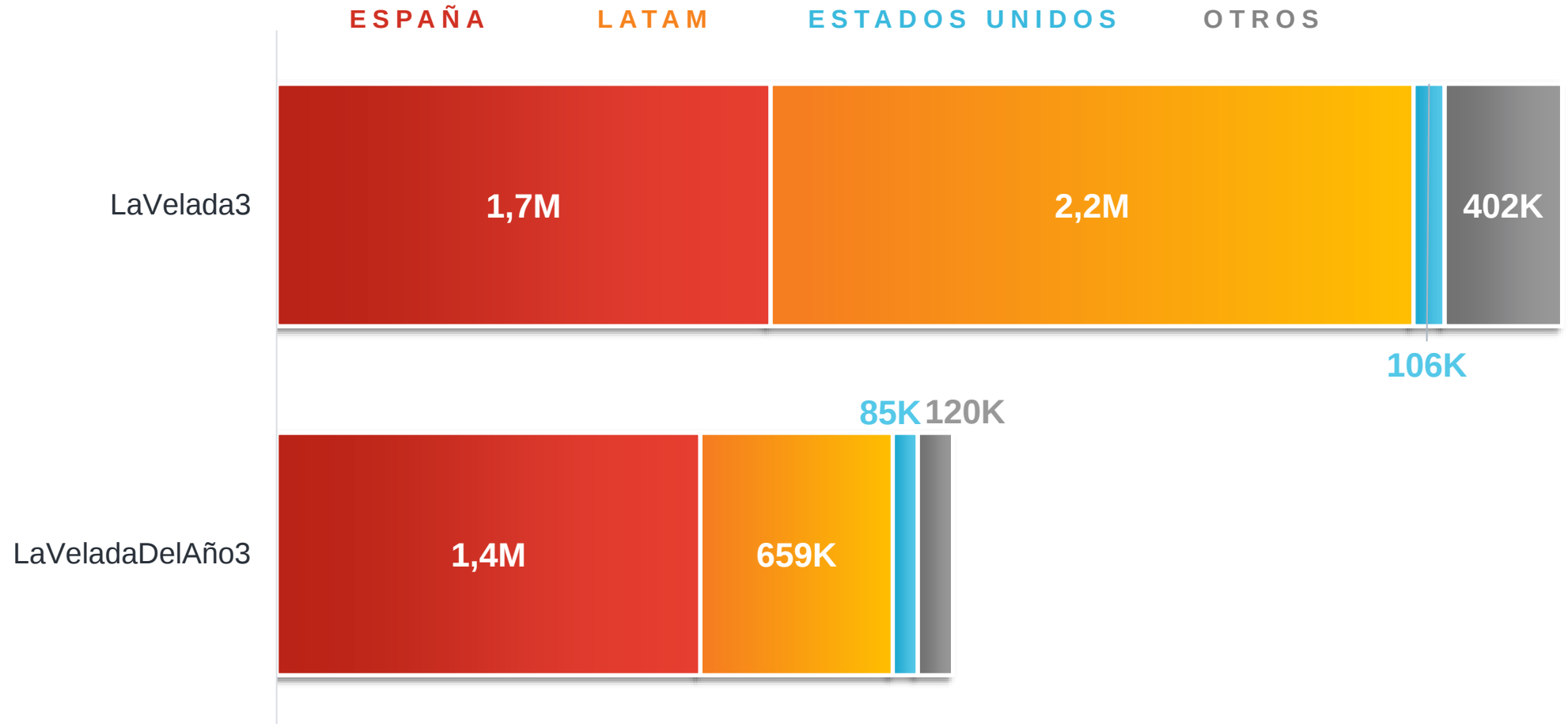
VELADA DEL AÑO III • TOP 5 PATROCINADORES



EL FENÓMENO DE “LA VELADA DEL AÑO” DE IBAI

HASHTAG / KEYWORDS DEL EVENTO: *ENGAGEMENT* EN LAS REDES SOCIALES

VELADA DEL AÑO III • 1 DE JULIO DEL 2023



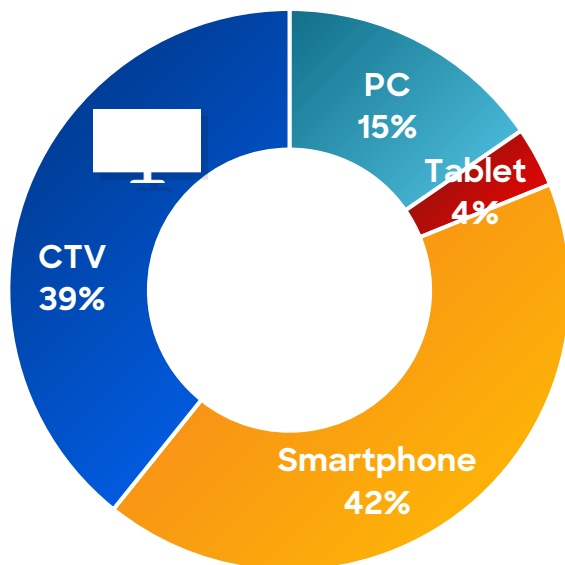


MÁS DEL 30% DEL CONSUMO DE IBAI@YOUTUBE SE REALIZA DESDE CTV EN LATAM

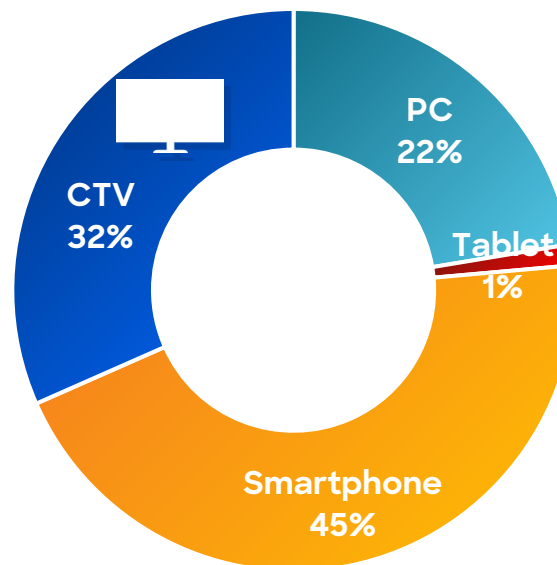
IBAI @ YOUTUBE - CONSUMO DE MINUTOS POR DISPOSITIVO.
"LA VELADA DEL AÑO II"



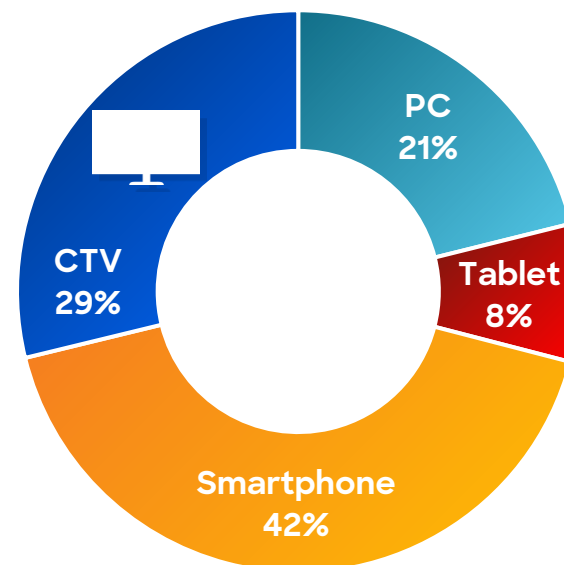
MÉXICO



ARGENTINA



ESPAÑA





Apps y sectores que crecieron en 2023

comscore

Tendencias
Digitales
AMÉRICA LATINA 2024

CRECIMIENTO DE LOS PRINCIPALES SITIOS DE STREAMING DE VÍDEO Y AUDIO



+107M HORAS

CRECIMIENTO INTERANUAL

Kwai, la plataforma china de videos cortos, registró un significativo aumento de 107 millones de horas de uso en América Latina, siendo el mercado brasileño el principal impulsor de este consumo.



+3,5M HORAS

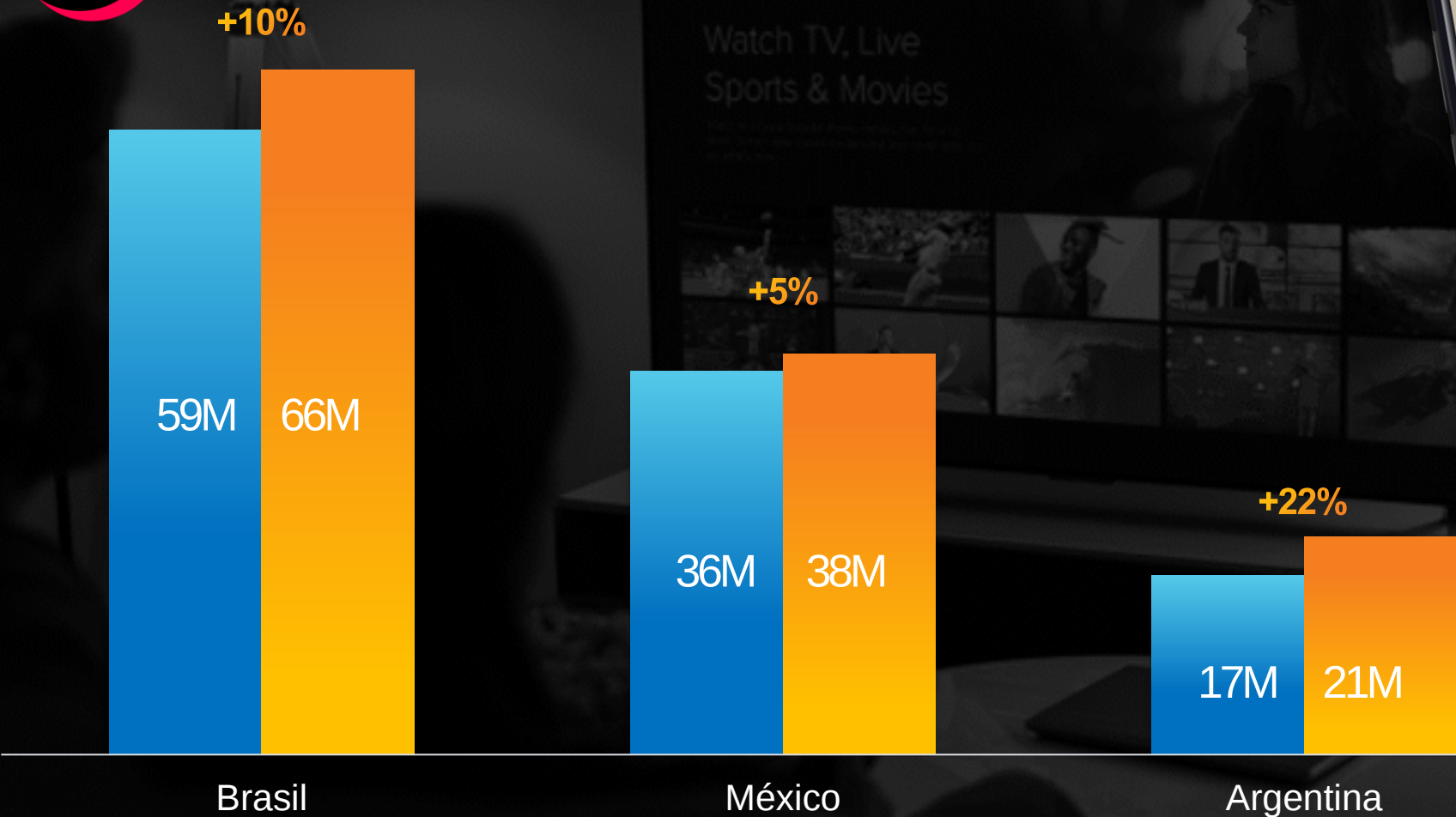
CRECIMIENTO INTERANUAL

Spotify, la plataforma sueca de streaming de audio, aumentó su consumo de horas un 76% comparado al año anterior, aumentando sus oyentes latinoamericanos.



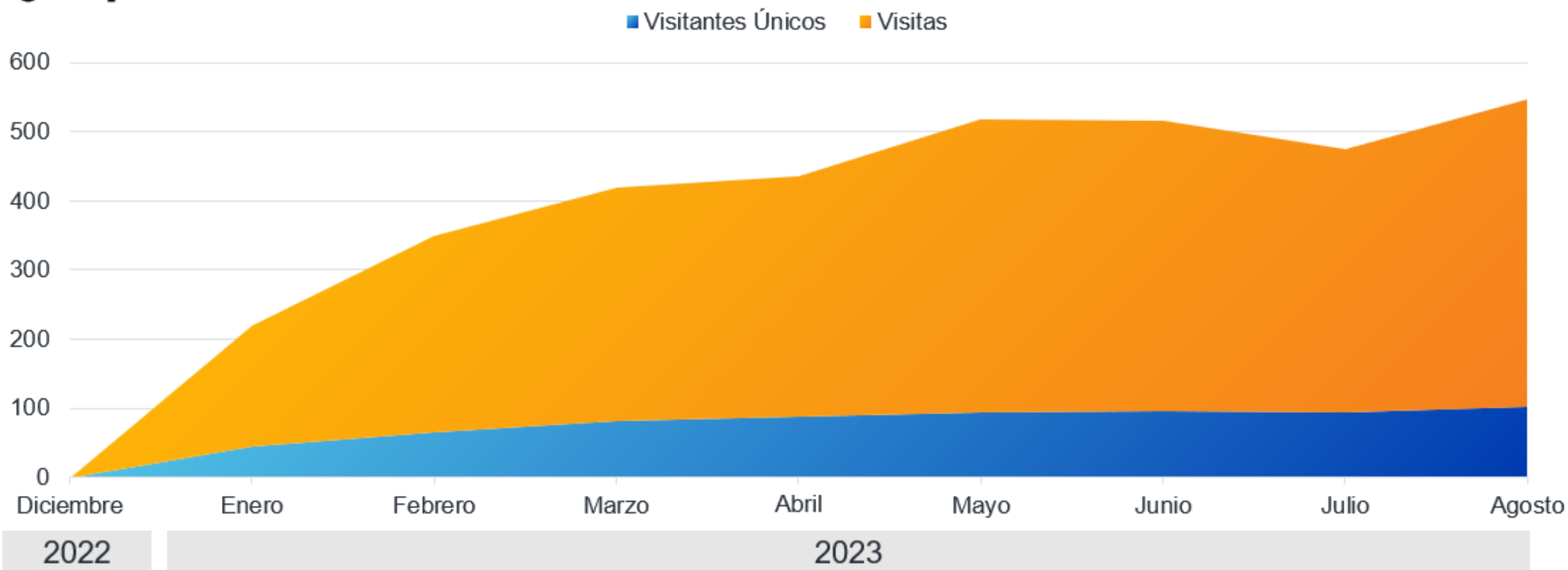
CRECIMIENTO DE USUARIOS DE TIKTOK

DEC 2022 DEC 2023



INSIGHTS: 2023, EL AÑO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

OPENAI: TRAYECTORIA DE SU AUDIENCIA Y VISITAS WORLDWIDE (EN MILLONES)

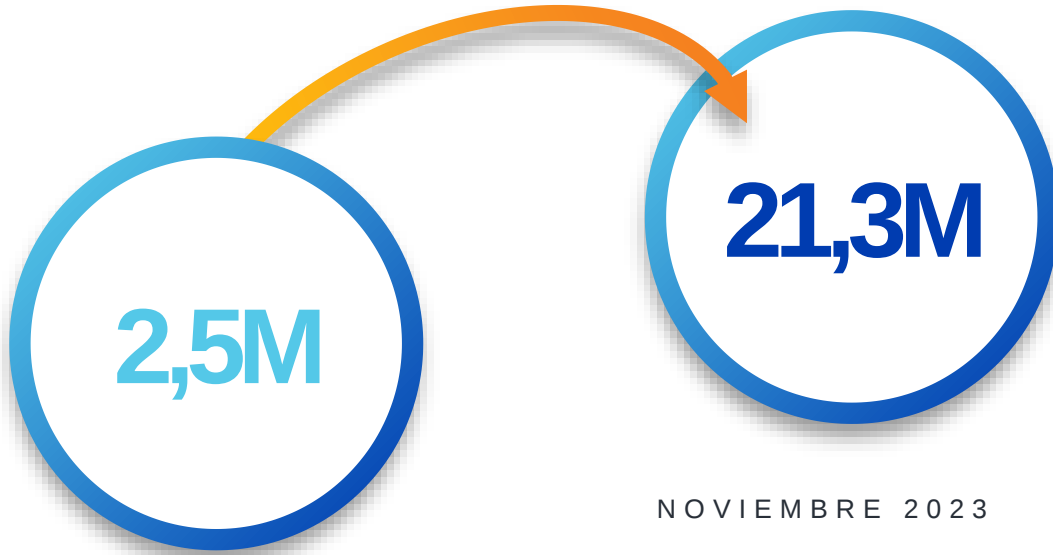


INSIGHTS: 2023, EL AÑO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

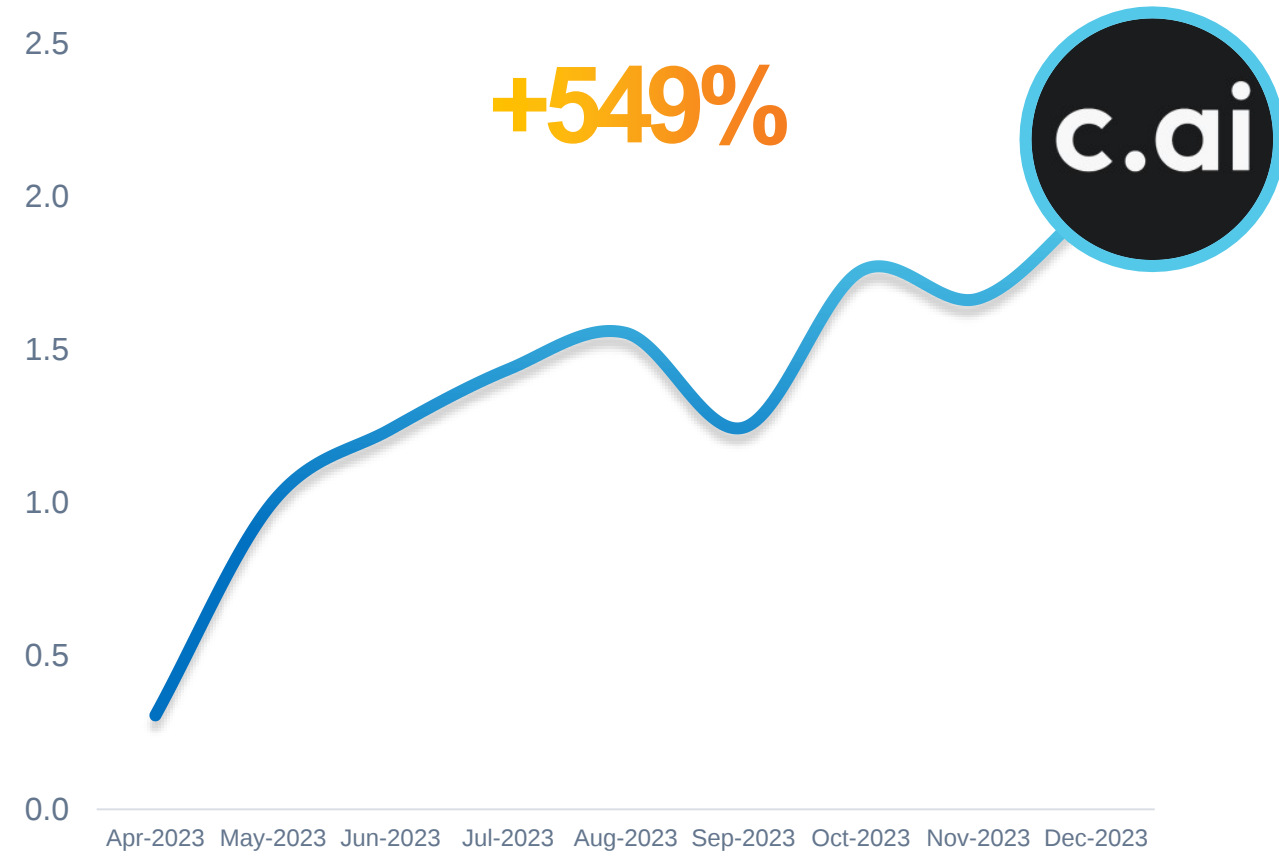
AUDIENCIA DIGITAL DE **OPENAI** EN LATAM
VISITANTES ÚNICOS TOTALES EN MILLONES
(audiencia deduplicada de sitios y aplicaciones)



+865%



AUDIENCIA DIGITAL DE **CHARACTER.AI** EN LATAM EN
MILLONES



INSIGHTS: 2023, EL AÑO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

ALGUNOS DE LOS VIDEOS QUE MENCIONAN A CHATGPT CON MAYOR INTERACCION EN REDES





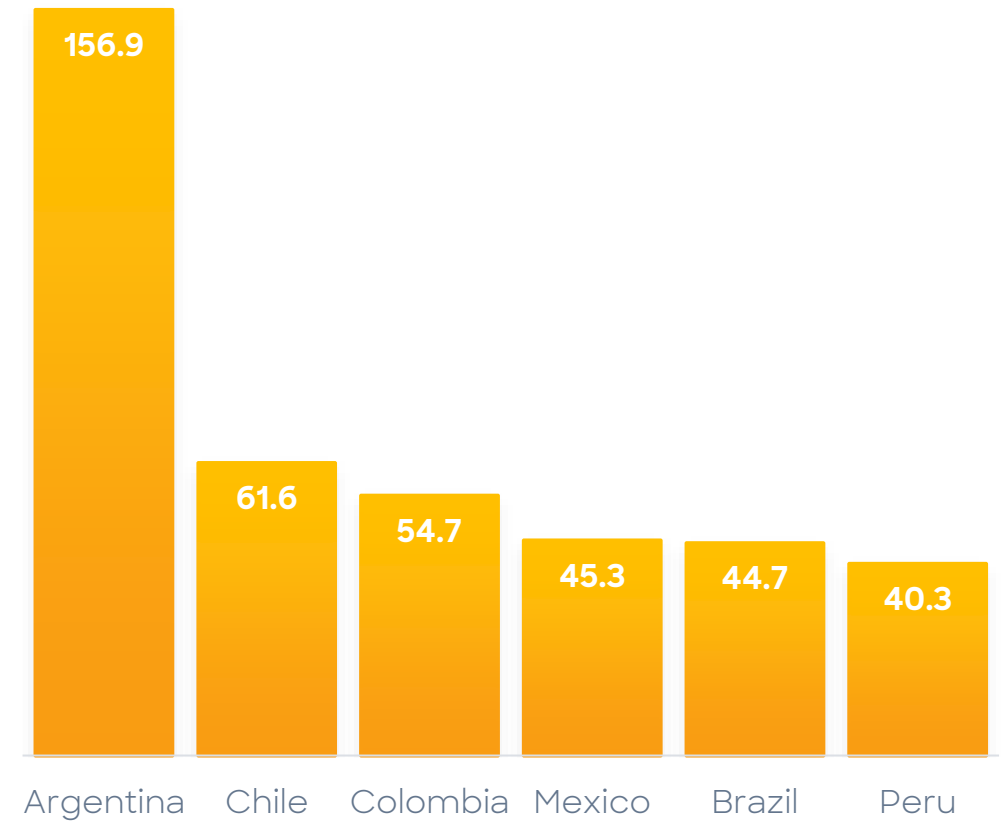
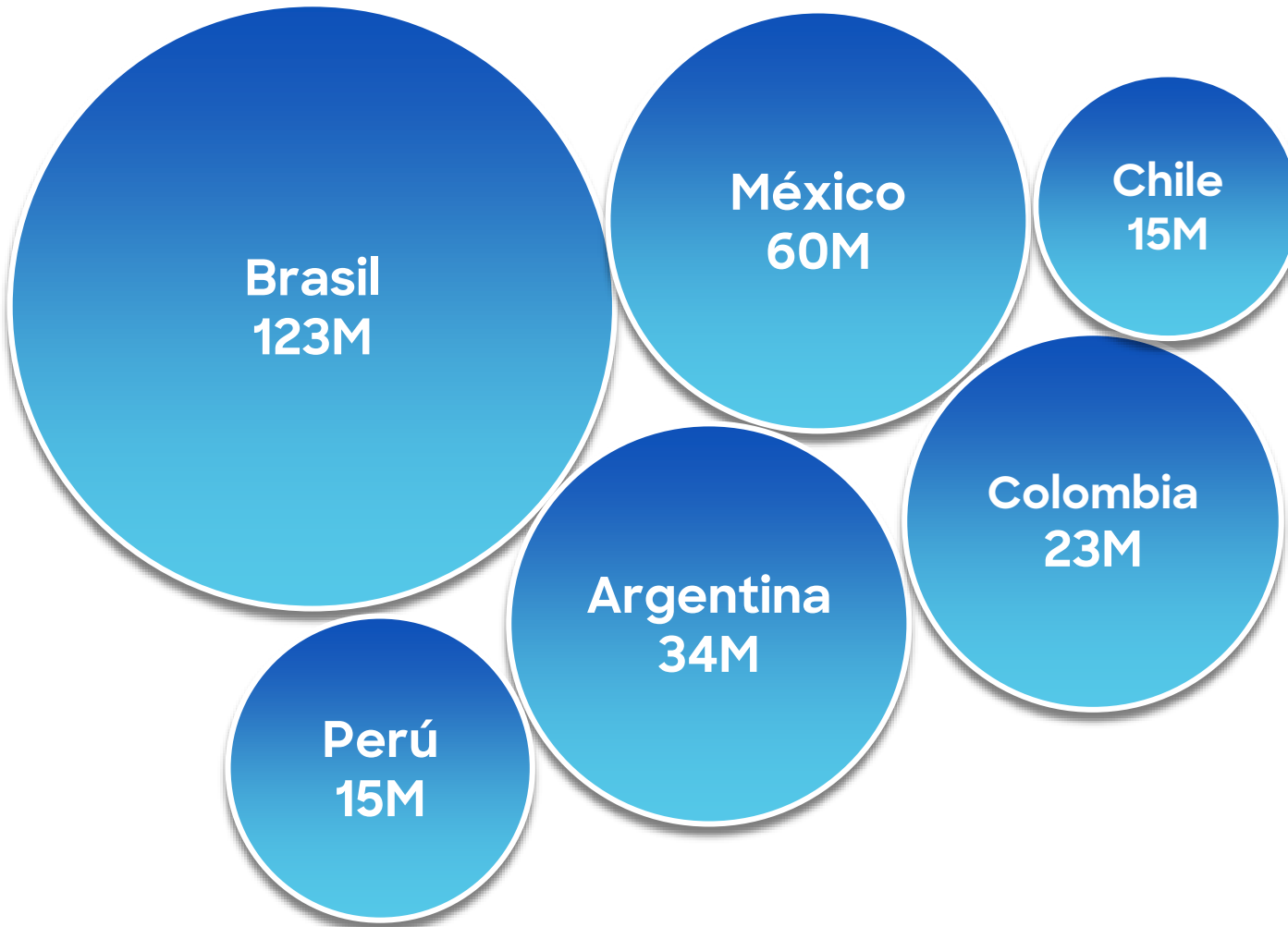
Snapshots de industria

comscore

Tendencias
Digitales
AMÉRICA LATINA 2024

PANORAMA DE MEDIOS EN AMÉRICA LATINA

VISITANTES ÚNICOS Y MINUTOS PROMEDIO POR VISITANTE
EN SITIOS DE NOTICIAS E INFORMACIÓN MOBILE Y DESKTOP



MUCHAS NOTICIAS SE LEEN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES

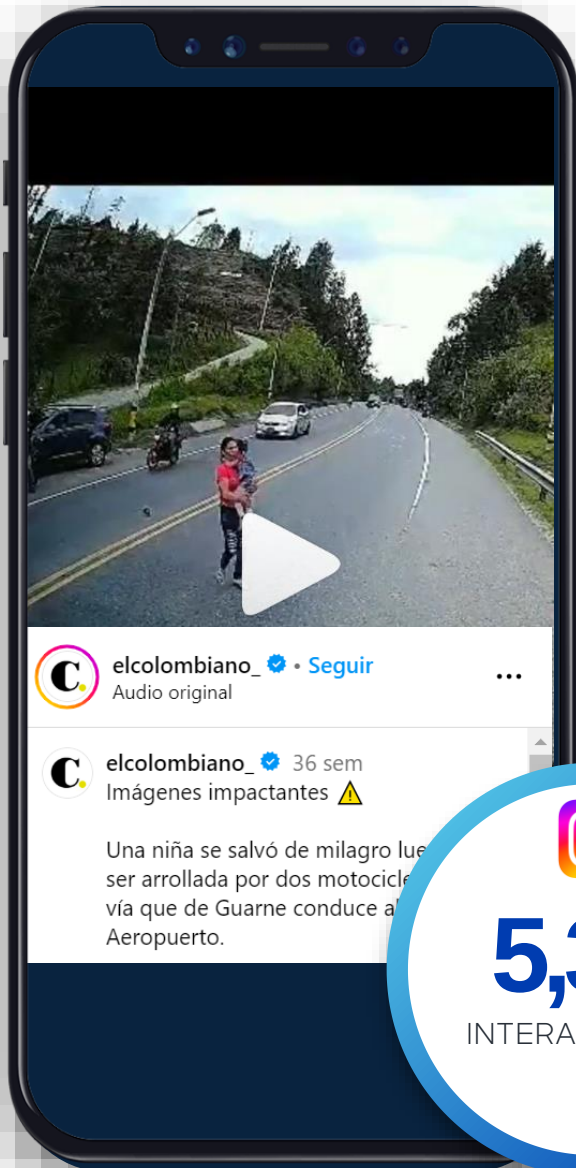


21MM

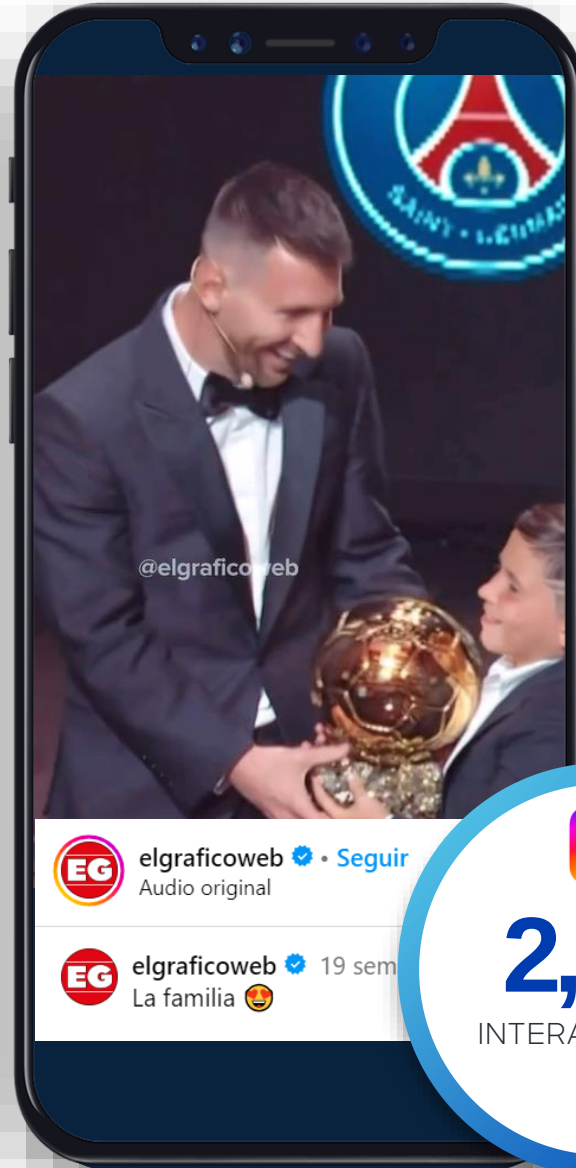
INTERACCIONES
CROSS-PLATFORM EN
PUBLISHING & ONLINE
MEDIA LATAM 2023

PAÍSES- PERFILES SOCIALES DE PUBLISHING	INTERACCIONES CROSS-PLAFOTM
ARGENTINA	4.1MM
BRASIL	4MM
MÉXICO	2.9MM
COLOMBIA	568M
CHILE	398M
PERÚ	291M

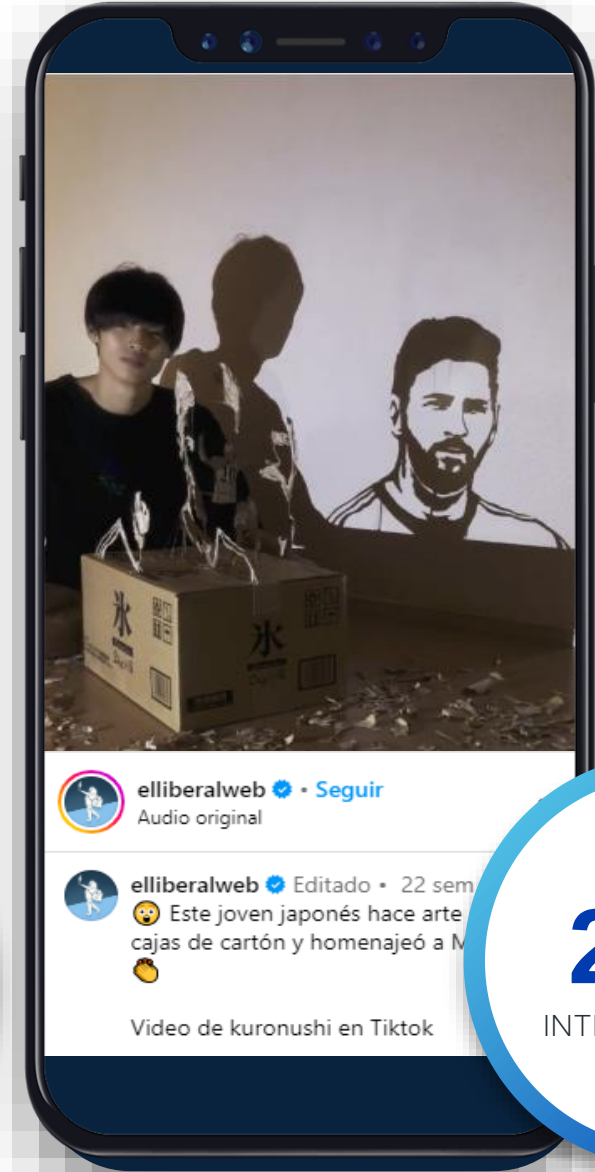
PRINCIPALES REELS DE PUBLISHERS




5,3M
INTERACCIONES




2,4M
INTERACCIONES




2,1M
INTERACCIONES

COMSCORE REDEFINE RADICALMENTE EL PANORAMA DE LA MEDICIÓN DE AUDIENCIAS CON SOCIAL INCREMENTAL

REDES
SOCIALES

Alcance social combinado

FACEBOOK + X + INSTAGRAM

45M

VISITANTES ÚNICOS

DIGITAL

Alcance digital

SITIO WEB + APLICACIÓN MÓVIL (Inc. YouTube)

+

123M

VISITANTES ÚNICOS

SOCIAL+
DIGITAL

Crossover de sitios

VISITANTE DUPLICADO EN DIGITAL + SOCIAL

—

5M

VISITANTES ÚNICOS

ALCANCE
TOTAL

Alcance digital y social combinado

VISITANTES DEDUPLICADOS EN DIGITAL + SOCIAL

=

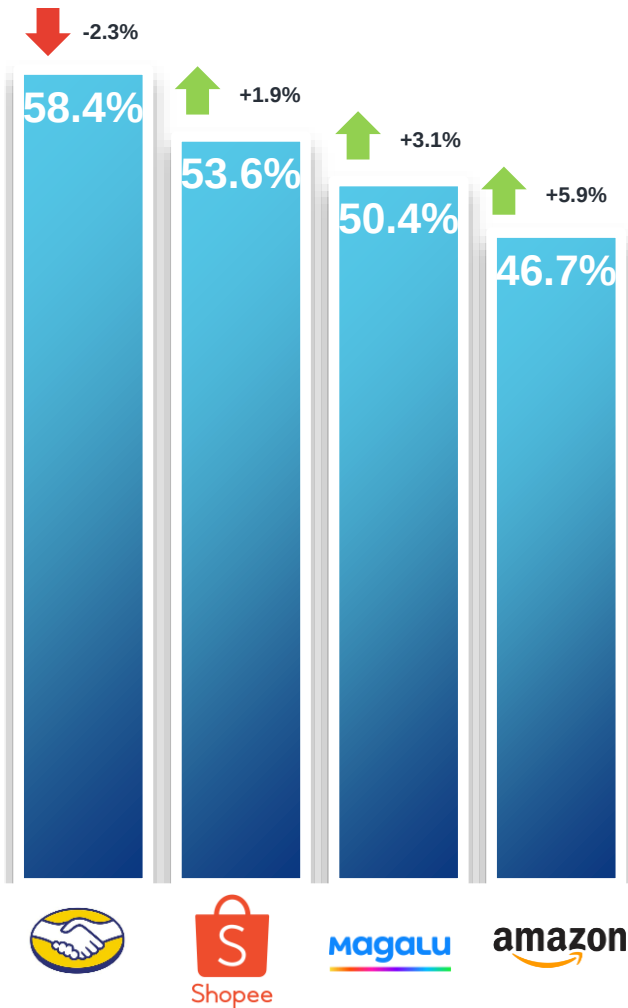
163M

VISITANTES ÚNICOS

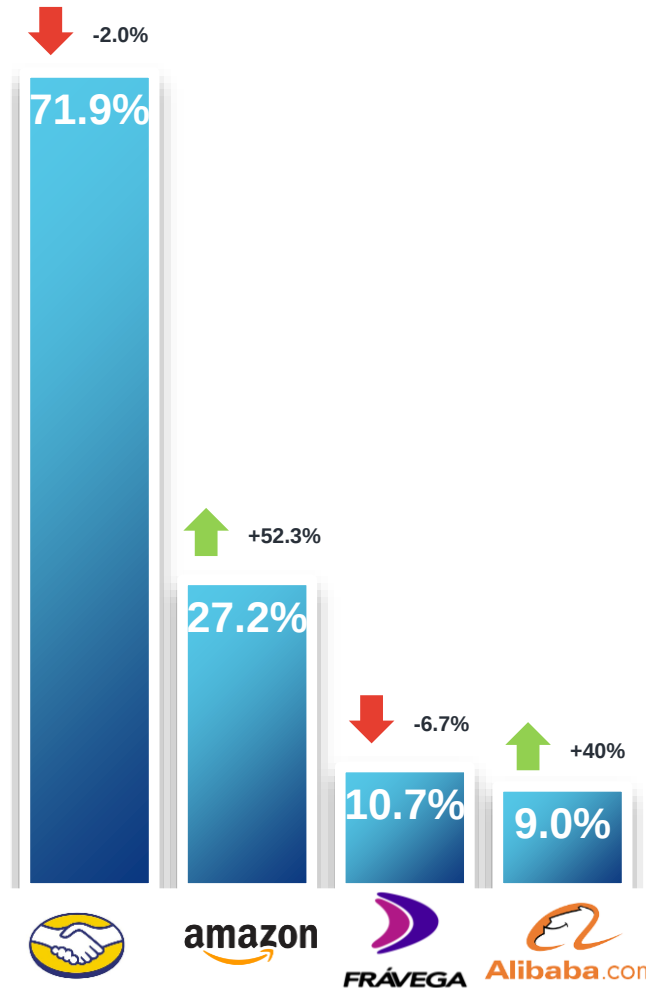
RETAIL: TOP 4 PROPIEDADES POR PAÍS

% REACH - DEC 2023 (COMPARATIVA DEC 2022 VS DEC 2023)

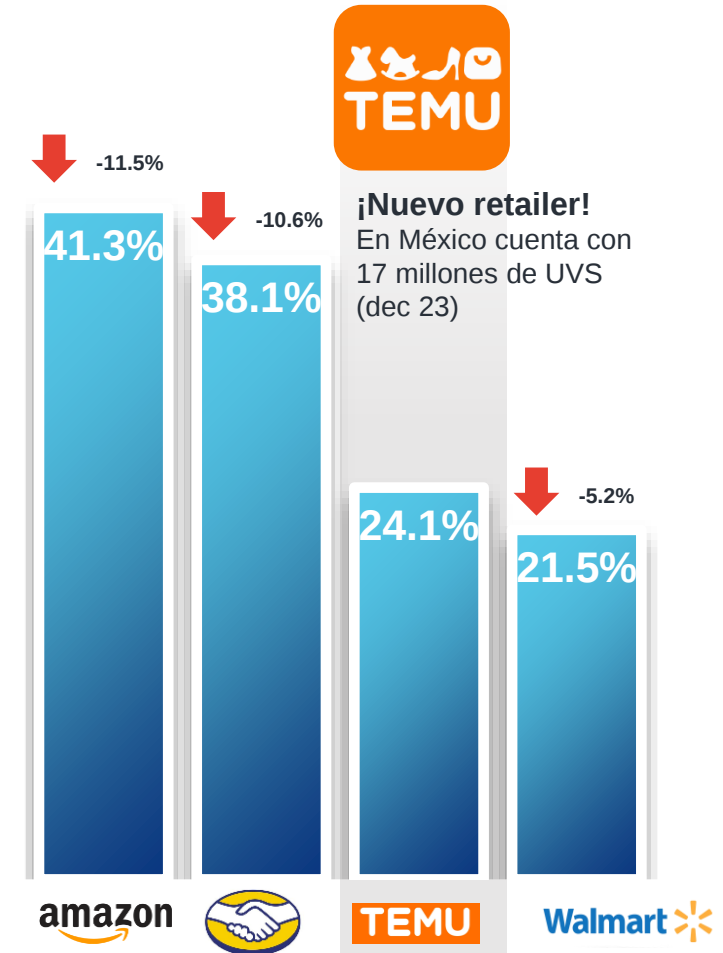
BRASIL



ARGENTINA

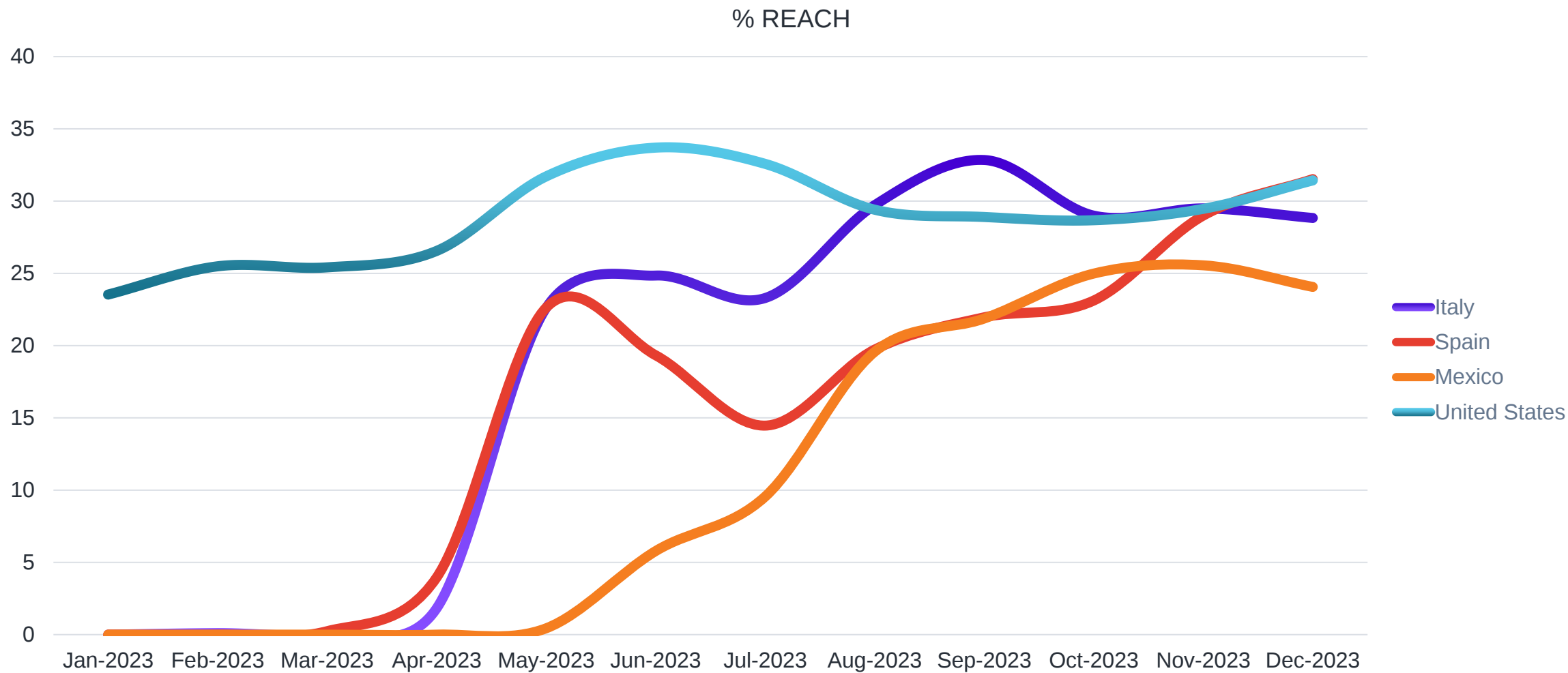


MÉXICO

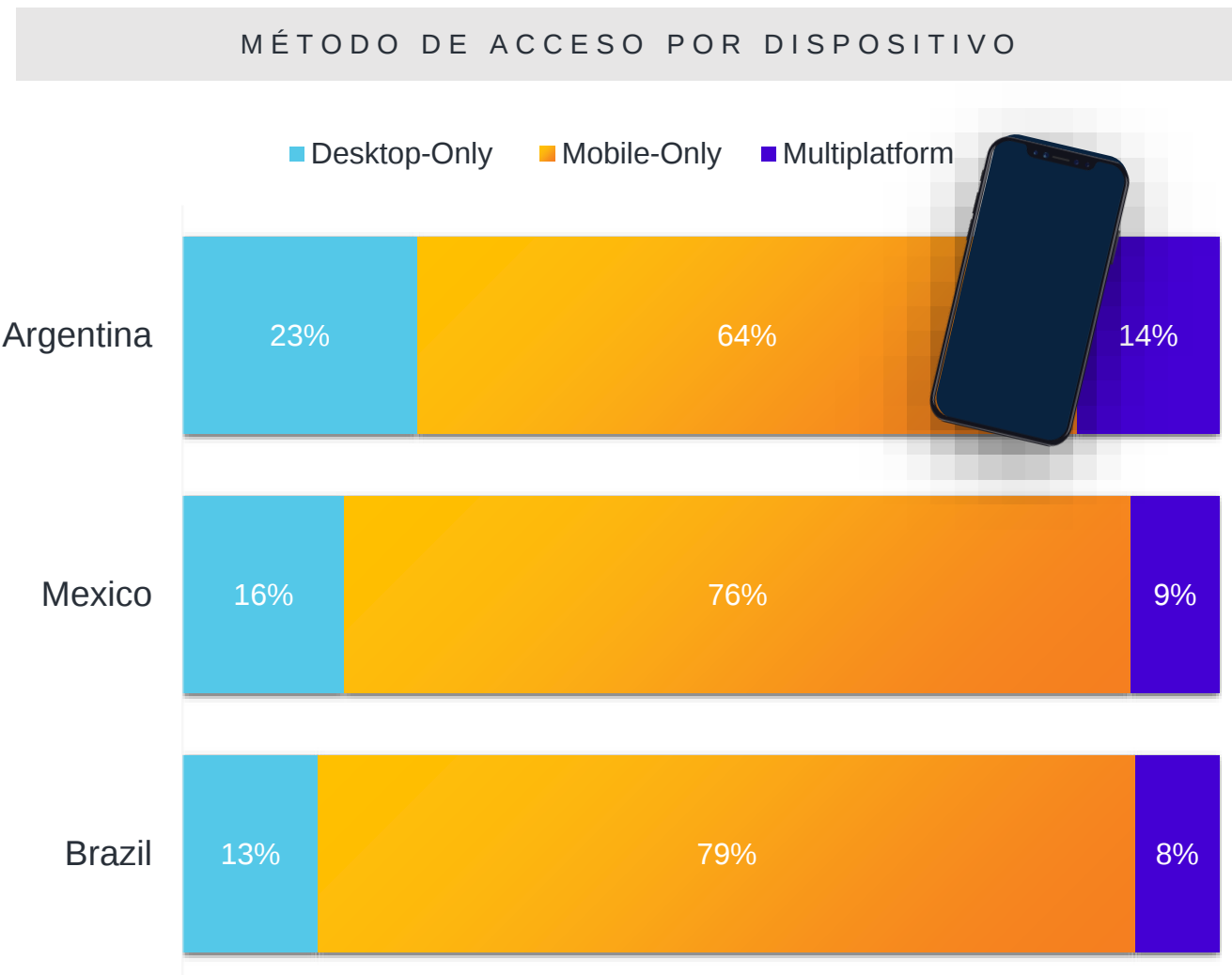




TEMU: UNA ENTIDAD QUE ESTA TOMANDO PRESENCIA EN VARIOS MERCADOS INTERNACIONALES



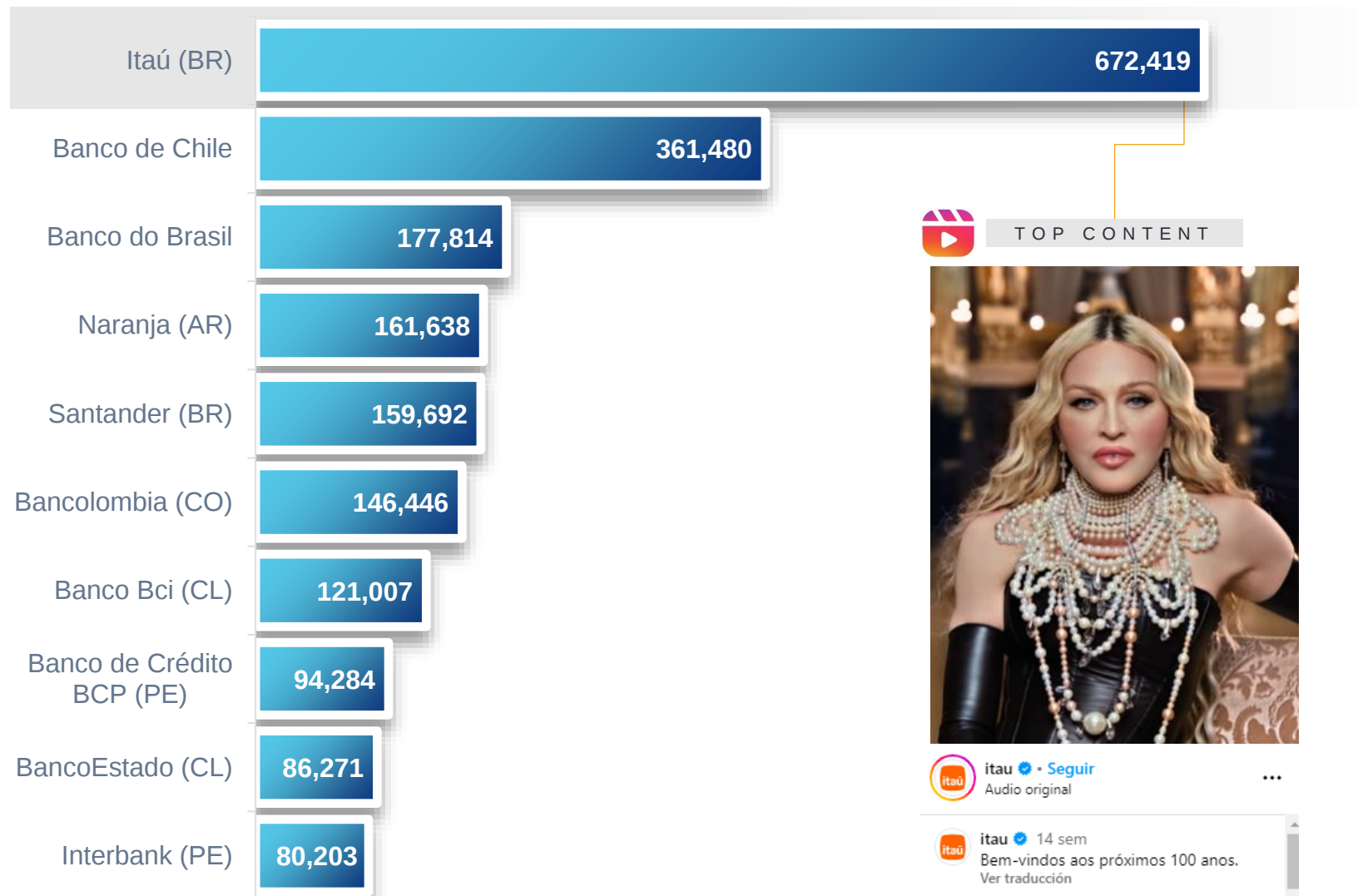
PENETRACIÓN DE LA BANCA DIGITAL EN MERCADOS DE LATAM



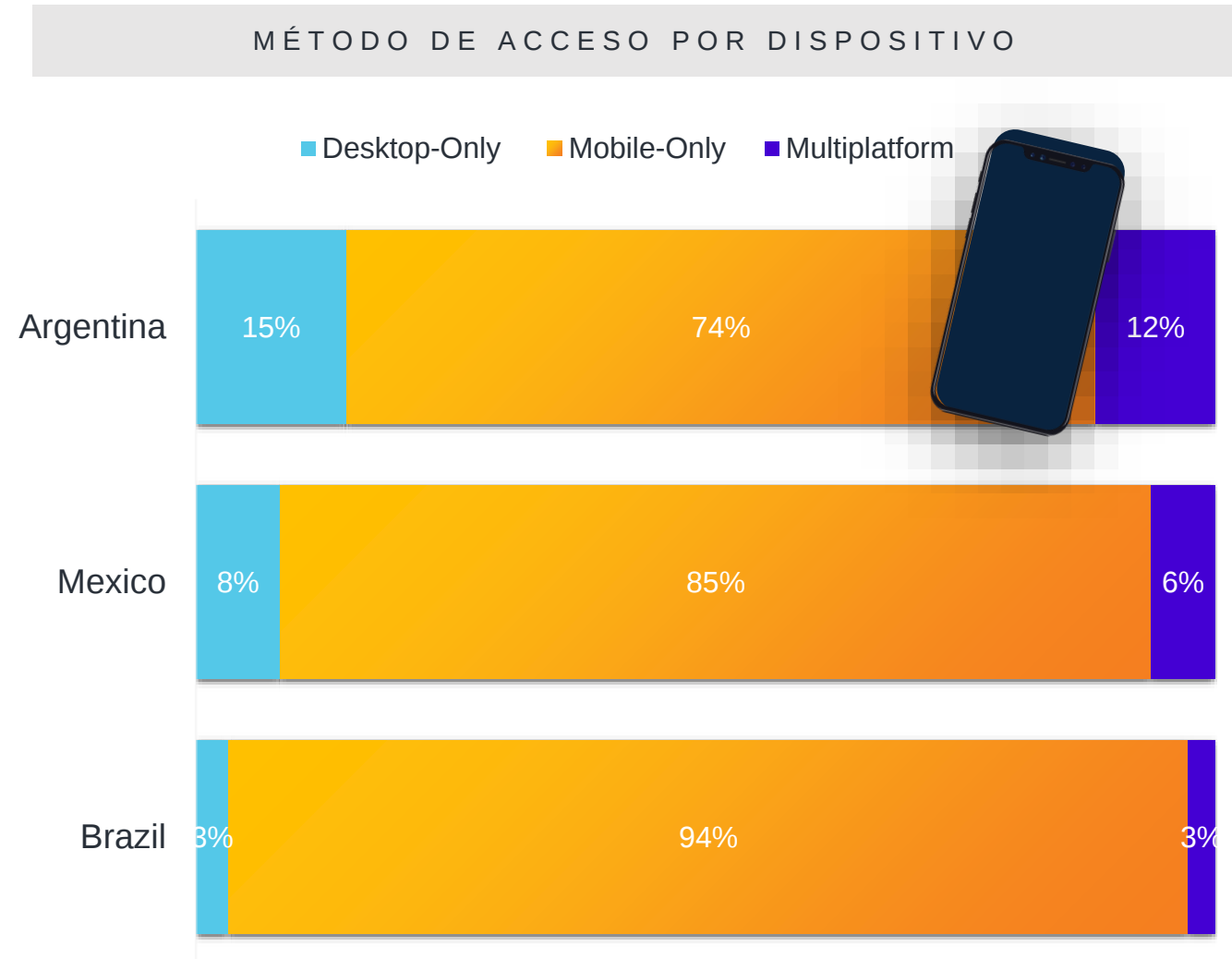
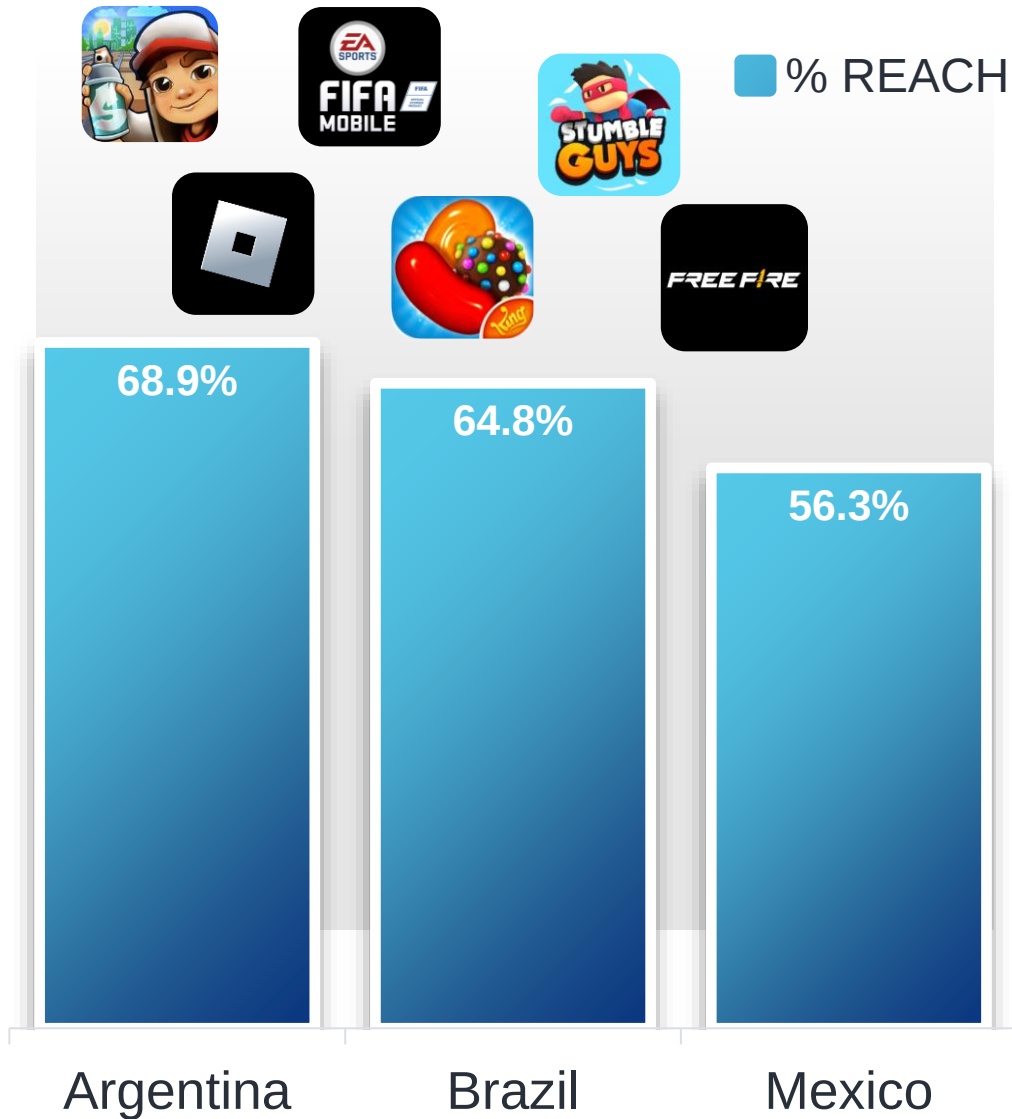
10.6M

INTERACCIONES
CROSS-PLATFORM EN
PERFILES SOCIALES DE
FINANZAS DE
LATINOAMERICA

LATAM INSTAGRAM RANKER BASADO EN INTERACCIONES DE 2023



GAMING: PENETRACIÓN EN MOBILE & DESKTOP



GAMING: TOP 5 MOBILE APPS POR PAÍS

VISITANTES ÚNICOS EN MILLONES – DEC2023



THE STATE OF
GAMING
ADVERTISING
IN LATAM

¡Conoce más!



Sponsors

PLATINUM SPONSOR

adsmovil

GOLD SPONSOR

dentsu

MAIN SPONSORS

 **siprocal**

SAMSUNG Ads

 **WARNER BROS.
DISCOVERY**

 **entravision**

LOCAL SPONSOR


**CARACOL
TELEVISIÓN**



Streaming & consume de video en LATAM

comscore

Tendencias
Digitales
AMÉRICA LATINA 2024

EL CONSUMO DE VIDEO CRECE A TRAVÉS DE LAS PLATAFORMAS





LOS MINUTOS DEDICADOS A LA VISUALIZACIÓN DE CONTENIDO A TRAVÉS DE DISPOSITIVOS DE TELEVISIÓN CONECTADA HAN SUPERADO EL CONSUMO DE MINUTOS MÓVILES EN YOUTUBE.

Home Live TV Movies Apps Settings

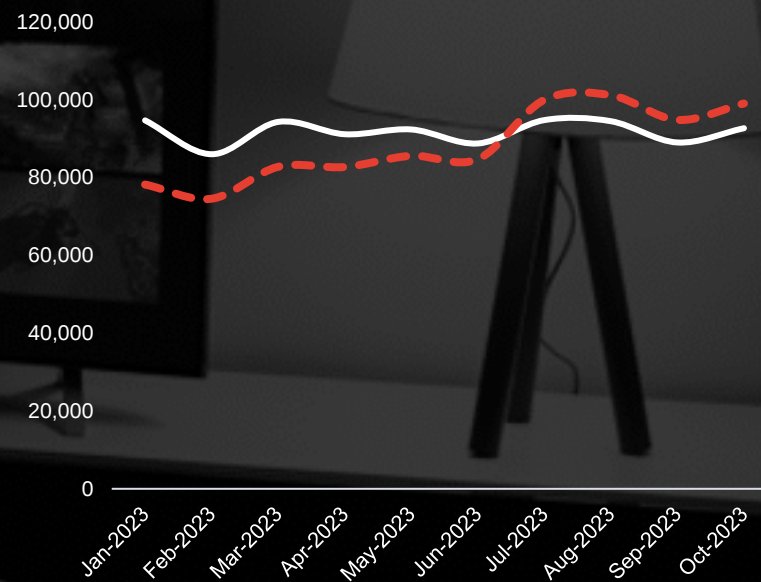
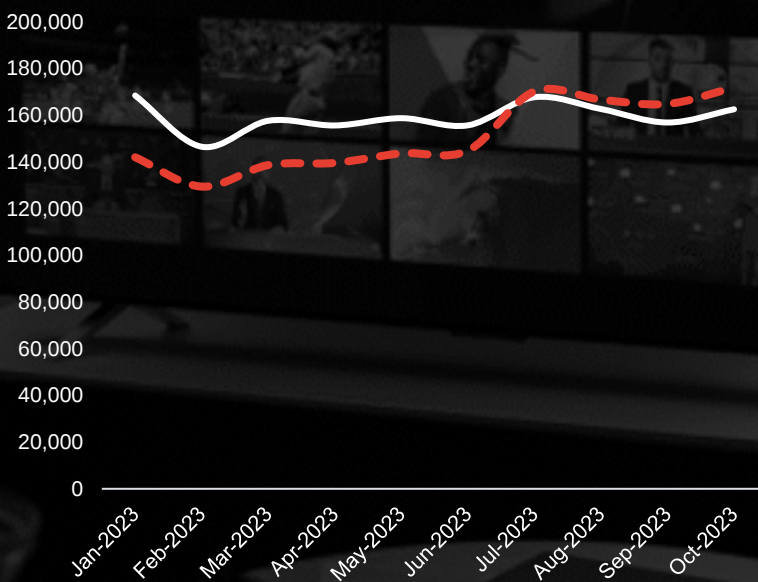
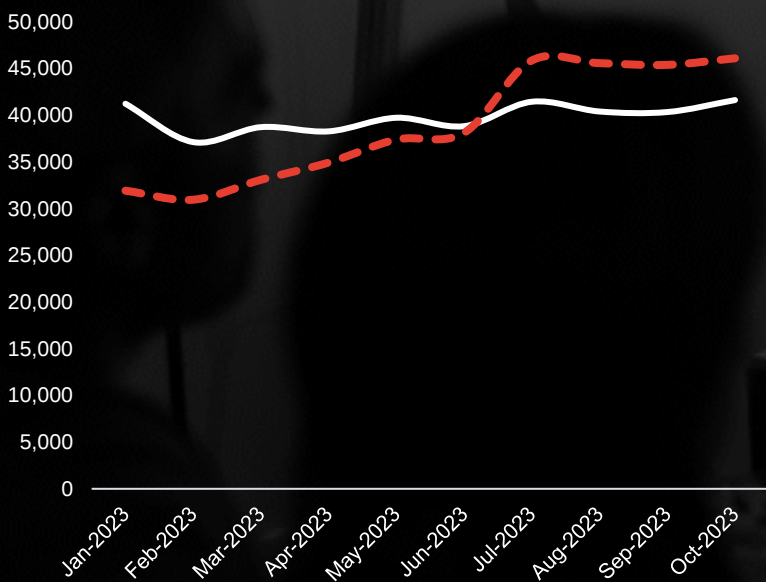
Watch TV
Sports & Movies

MOBILE MINUTES CTV

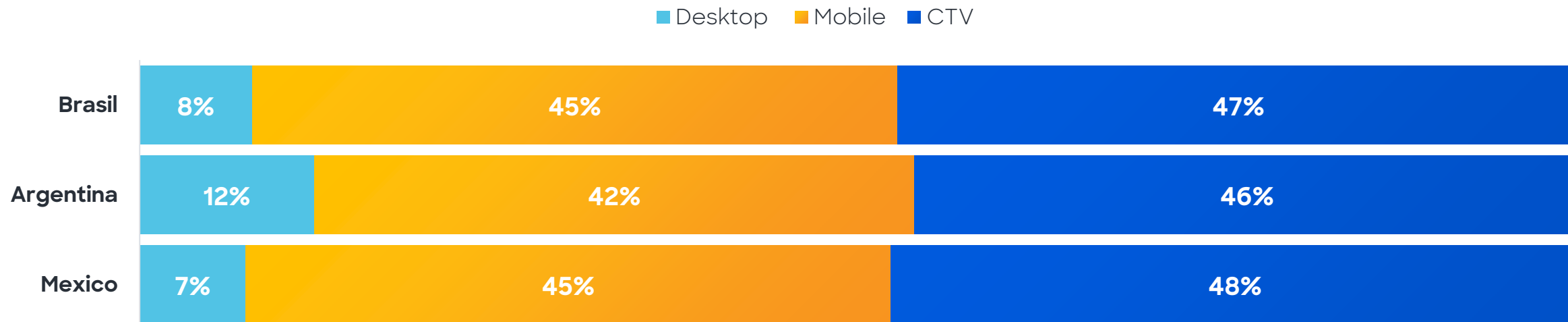
Argentina

Brasil

México



MINUTOS DE VISUALIZACION DE VIDEO POR DISPOSITIVO EN YOUTUBE



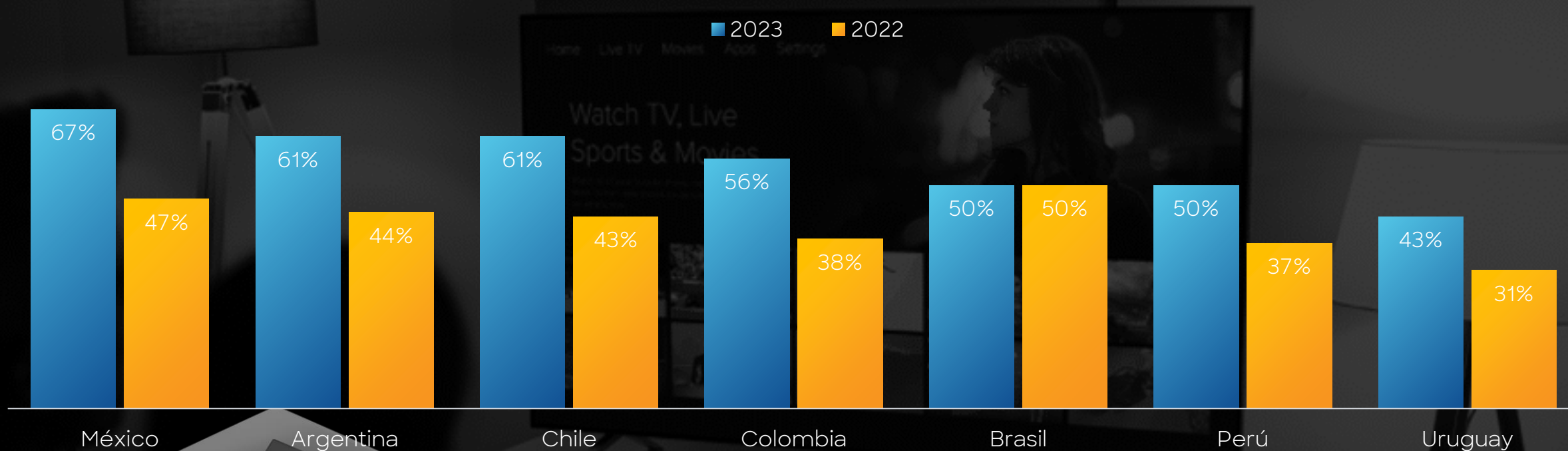
Crecimiento del consumo de YouTube
en CTV octubre 2022 vs octubre 2023

+39%
ARGENTINA

+38%
MÉXICO

+32%
BRASIL

PORCENTAJE DE ESPECTADORES DE CONNECTED TV POR PAÍS



Porcentaje de crecimiento en comparación a la ola de encuestas 2022*						
México	Argentina	Chile	Colombia	Brasil	Perú	Uruguay
43%	39%	42%	47%	0%	35%	39%

Fuente: Comscore Custom Solutions, "CTV, OTT & Addressable Advertising in Latin America" 2022-2023.

*La definición de CTV cambió en las distintas oleadas de encuestas: en 2023 no se preguntó ni se incluyeron los descodificadores como cualificaciones de CTV.

Convivencia de los modelos de suscripción

Más de la mitad de los CTV Watchers preferirían una alternativa que incorporara algunos anuncios en lugar de optar por una suscripción con un precio más alto.



32%

Preferiría pagar menos
por menos publicidad.
Modelo Híbrido



20%

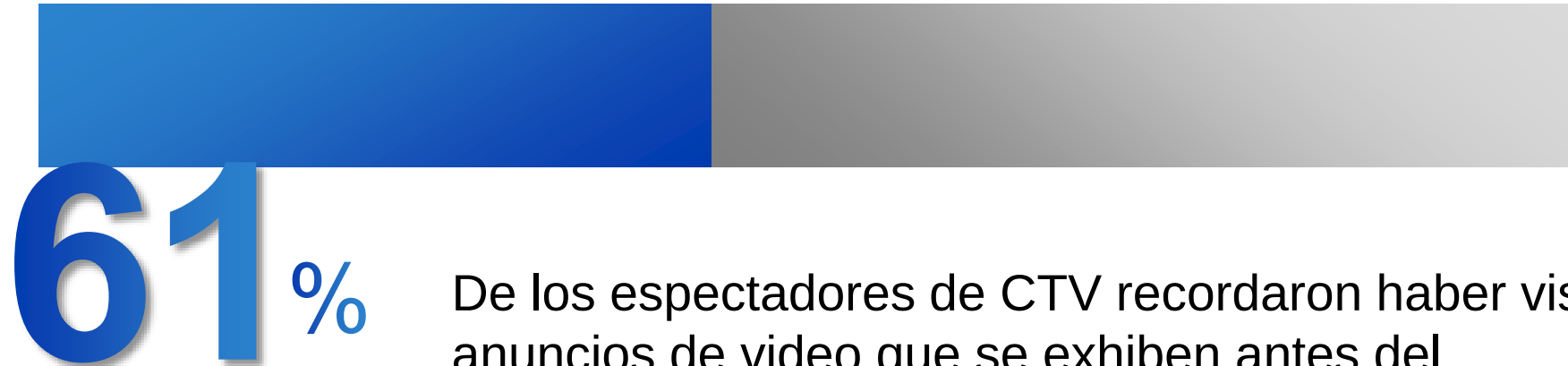
Preferiría un servicio
gratuito, pero con
publicidad
AVOD



Percepción hacia la publicidad

Tan solo el **32%** de los espectadores percibe que la publicidad en Connected TV interrumpe su experiencia visual

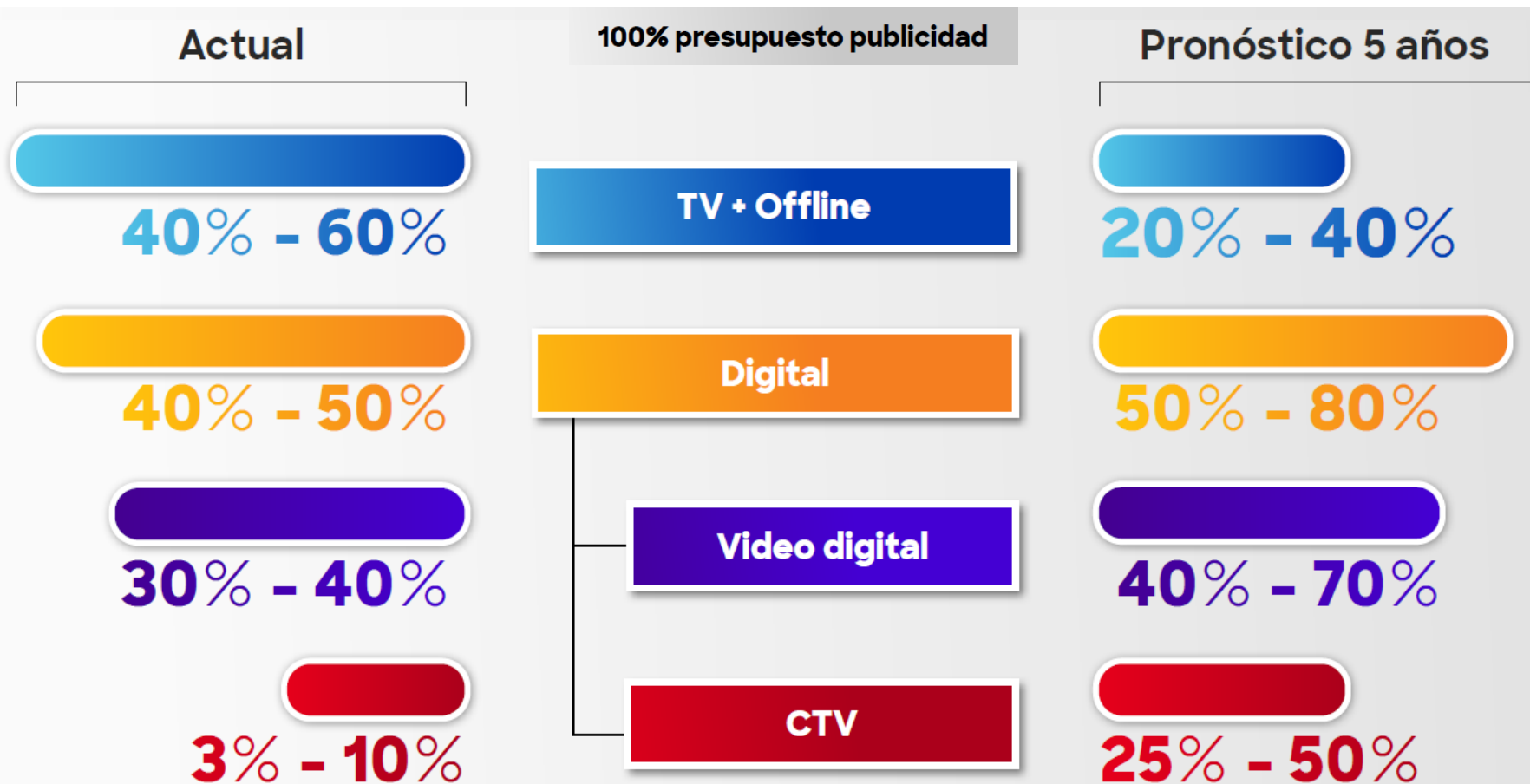
**BRAND
RECALL**



De los espectadores de CTV recordaron haber visto anuncios de video que se exhiben antes del contenido, los pre-rolls.

Rango de distribución del presupuesto publicitario

Más de 20 expertos de toda la región indican que la inversión en CTV podría aumentar aceleradamente, en la medida en que se desarrollen nuevos formatos publicitarios específicos para este medio.





Películas, asistentes e impacto en redes sociales

comscore

Tendencias
Digitales
AMÉRICA LATINA 2024

DURANTE 2023 RECOLECTAMOS EN LATINOAMÉRICA...

575,3

**MILLONES DE
ASISTENTES**

129,3 M > 2022

29,01%

2,847

CINES

66 > 2022

2,73%

16,228

PANTALLAS

206 > 2022

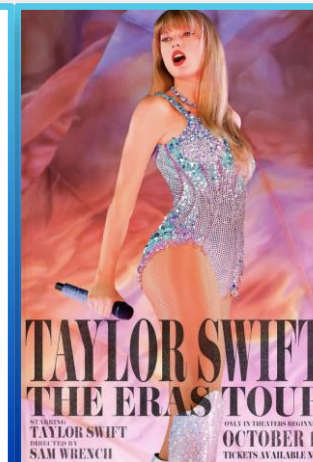
1,29%

2.83

**MILLONES
DE BUTACAS**

38,209 > 2022

1.36%



2023 GENERÓ UN CRECIMIENTO DE...

EN INGRESOS

40,4%

**\$2,261 MUSD VS
\$1,610 MUSD**

22,9% CRECIMIENTO MUNDIAL

EN ASISTENTES

29,01%

**575,3 MDA VS 445,9
MDA**

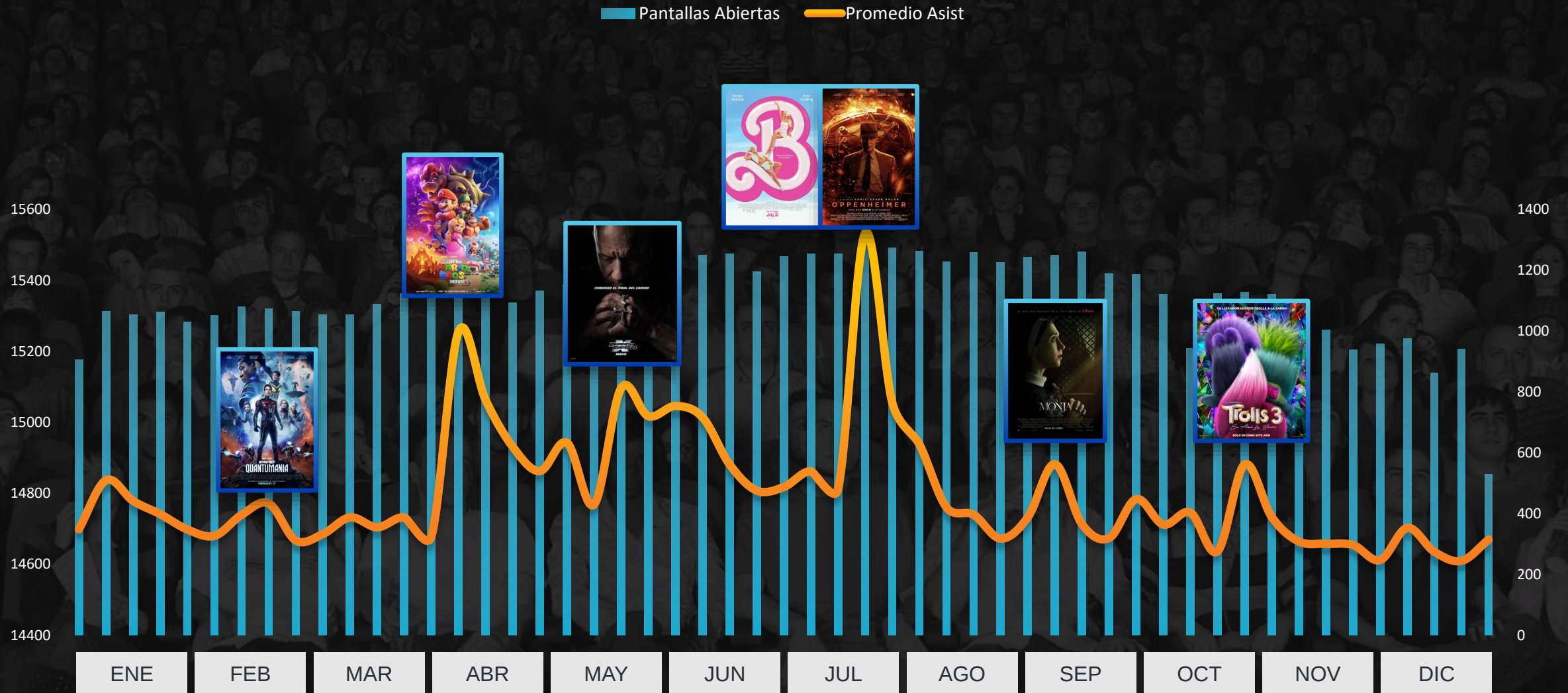
20.4% CRECIMIENTO MUNDIAL

RESULTADOS POR PAÍS LATAM

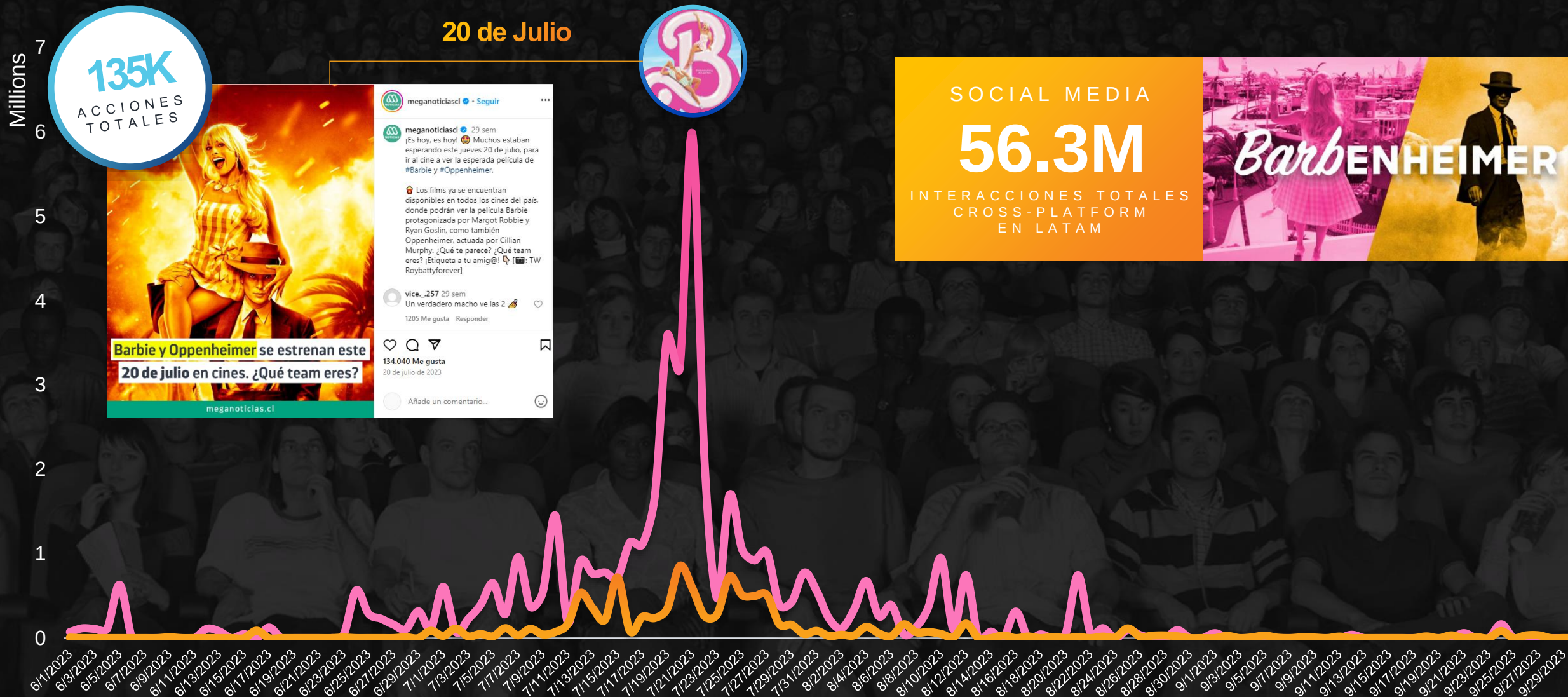
	Ingresos 2022	Ingresos 2023
MÉXICO	\$606,898,548	\$901,198,979
BRASIL	\$358,095,600	\$462,836,084
ARGENTINA	\$157,303,182	\$197,764,361
COLOMBIA	\$112,509,265	\$150,771,174
PERÚ	\$95,959,767	\$ 149.858.366
CHILE	\$85,176,247	\$129,104,212
ECUADOR	\$51,495,591	\$ 71.560.141
COSTA RICA	\$23,419,640	\$ 30.529.098
BOLIVIA	\$23,612,963	\$35,381,659
GUATEMALA	\$18,490,562	\$27,655,590
PANAMÁ	\$21,737,067	\$28,570,228
VENEZUELA	\$14,250,268	\$20,340,613
EL SALVADOR	\$10,868,678	\$14,792,532
URUGUAY	\$11,769,203	\$14,948,532
HONDURAS	\$9,517,769	\$13,708,127
PARAGUAY	\$5,188,260	\$6,706,155
NICARAGUA	\$3,699,898	\$5,937,981

	Asistentes 2022	Asistentes 2023	Variación
PERÚ	29.810.468	46.009.399	54,34%
GUATEMALA	3.545.351	5.398.222	52,26%
NICARAGUA	857.558	1.277.911	49,02%
HONDURAS	2.492.015	3.422.852	37,35%
PARAGUAY	1.075.384	1.454.442	35,25%
CHILE	18.464.905	24.854.412	34,60%
ECUADOR	10.614.143	14.193.790	33,73%
VENEZUELA	5.788.821	7.669.612	32,49%
EL SALVADOR	2.435.860	3.199.403	31,35%
BOLIVIA	4.624.024	6.020.106	30,19%
MÉXICO	182.701.594	235.032.150	28,64%
ARGENTINA	33.668.172	43.106.942	28,03%
COLOMBIA	42.076.716	53.659.663	27,53%
COSTA RICA	4.507.559	5.527.995	22,64%
BRASIL	97.407.731	117.765.430	20,90%
PANAMÁ	3.859.655	4.617.255	19,63%
URUGUAY	1.990.620	2.159.010	8,46%

PROMEDIO DE ASISTENCIA POR PANTALLAS ABIERTAS



EN REDES SOCIALES, ¿CÓMO SE VIVIERON LOS LANZAMIENTOS DE “BARBENHEIMER”?

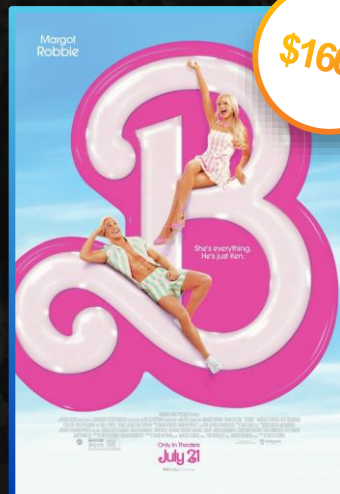


LAS 10 PELÍCULAS MÁS TAQUILLERAS ESTRENADAS EN 2023

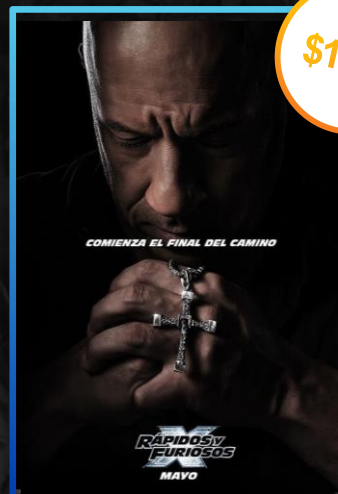
RANKING POR ASISTENCIA- INGRESOS EN USD



\$199M



\$160M



\$114M



\$90M



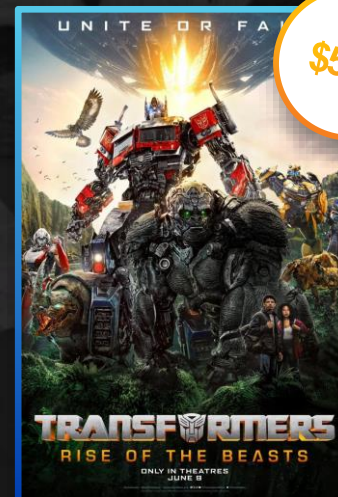
\$71M



\$64M



\$58M



\$59M

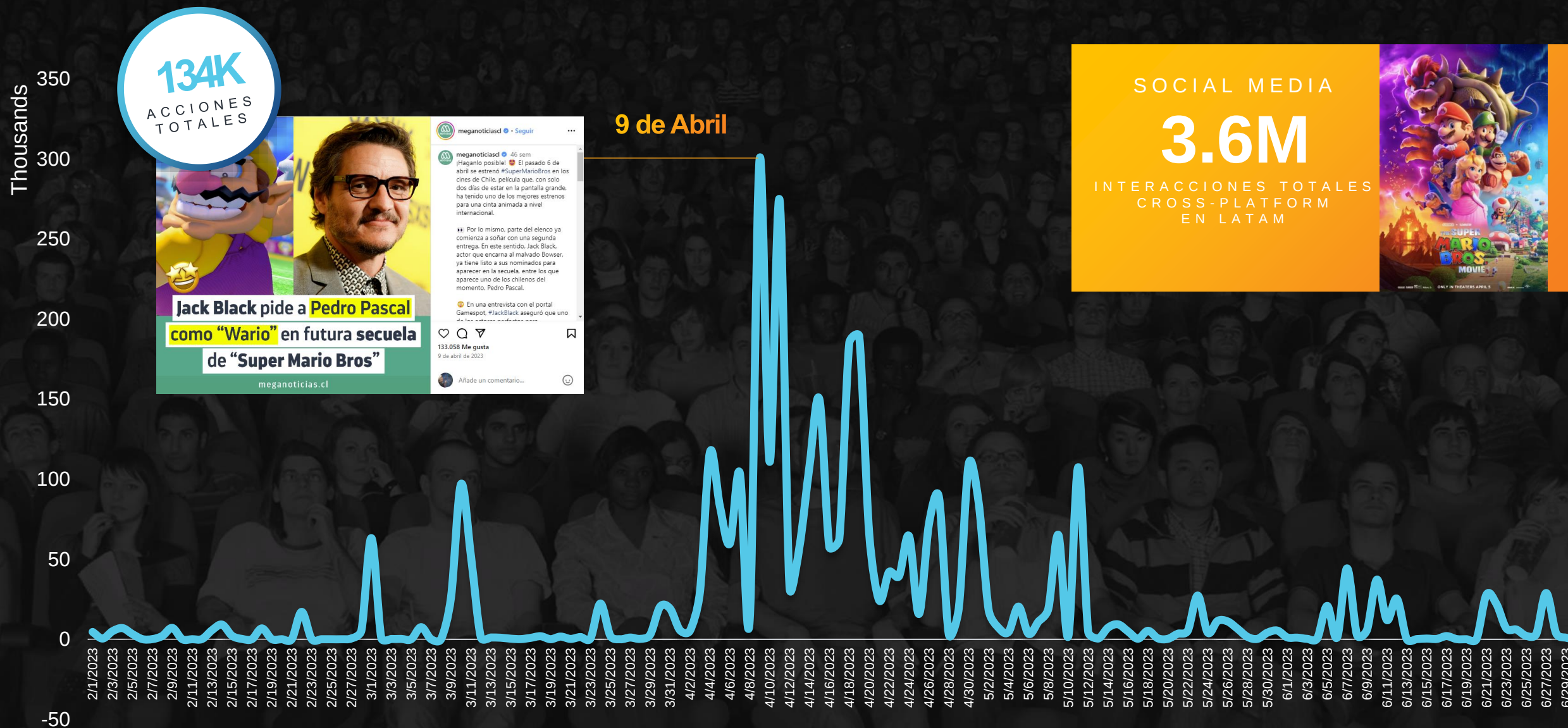


\$54M

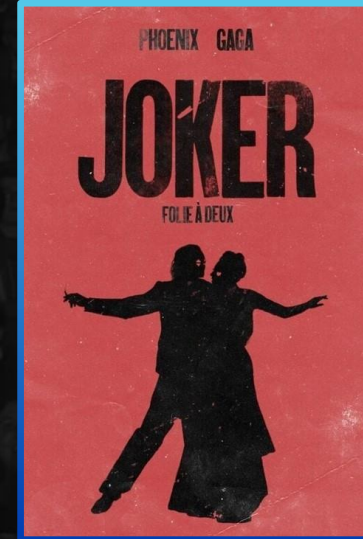


\$59M

EN REDES SOCIALES, ¿CÓMO SE VIVIÓ EL LANZAMIENTO DE “SUPER MARIO BROS”?

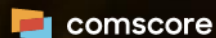


ALGUNOS DE LOS TÍTULOS QUE ESPERAMOS ESTE AÑO



Q&A

Thank you!



Tendencias
Digitales
AMÉRICA LATINA 2024