



WEBINAR

The State of Social Media 2025

LATAM Hispanic Edition



Hoy presenta



Fernando Vega

Social Solutions Manager LATAM,
Comscore



Comscore: Una solución de medición Cross-Platform

Enfocados en unificar las audiencias a través de las pantallas.

Insights Obtén una comprensión profunda de los intereses, actitudes y comportamientos de tu audiencia en distintos dispositivos. Analiza cómo los diferentes puntos de contacto influyen en el recorrido completo del consumidor.

Medición Evalúa con precisión la efectividad de tus campañas en todas las pantallas, midiendo el impacto más allá de la edad y el género. Comprende cómo tu inversión publicitaria impulsa a la audiencia a lo largo del funnel de marketing con nuestras soluciones de Brand Survey Lifts.



Planificación Diseña estrategias publicitarias que trasciendan los datos demográficos, considerando intereses, actitudes y comportamientos para alcanzar a cualquier audiencia objetivo a través de las soluciones digitales y sociales de Comscore.

Activación Implementa tu estrategia de segmentación con nuestra herramienta Proximity, diseñada para campañas programáticas. Aumenta el alcance y la interacción en entornos digitales, CTV y redes sociales.

Agenda

1

Panorama del consumo de redes sociales

2

Plataformas que lideran y cómo evolucionan sus dinámicas

3

Social Media como puente entre medios, marcas y audiencias

4

Live events e influenciadores

5

Conclusiones & Buenas Prácticas

The background is a bright yellow color. A large black circle is centered on the page. Surrounding this circle are several social media icons, each inside a glossy, spherical button. The icons include TikTok (top left), X (top right), Instagram (middle left), Facebook (middle right), and WhatsApp (bottom left).

1.
**PANORAMA DEL
CONSUMO DE
REDES SOCIALES**

Las redes sociales alcanzan a millones de personas en el mundo

Alcance en abril de 2025

72%

de la población digital global estuvo expuesta a redes sociales

Enero 2025 a Junio 2025

25,3B

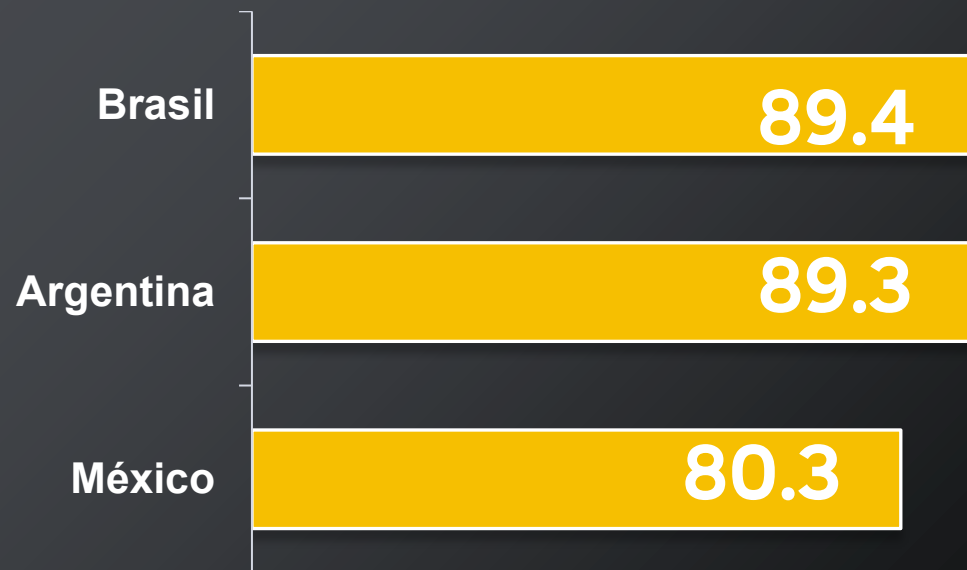
Interacciones* sociales a nivel global en lo que va del año.

4.4% más que el primer semestre del año anterior



América Latina: donde en promedio las redes sociales llegan a 8.6 de cada 10 personas

% DE ALCANCE DE LAS REDES EN LOS PRINCIPALES PAÍSES DE AMÉRICA LATINA – ABRIL 2025



Fuente: Comscore MMX Multi-Plataforma, Total audiencia, Social Media, Abril 2025, Brasil, Argentina y México

INTENSIDAD DE USO ONLINE MENSUAL – ABRIL 2025

44h

Promedio mensual por visitante único –
Brasil, Argentina y México

Fuente: Comscore MMX Multi-Plataforma, Total audiencia, Desktop 6+ y Total Mobile 15+, Social Media, Abril 2025, Brasil, Argentina y México

¿Cómo usan los **anunciantes** la atención que se concentra en redes sociales?

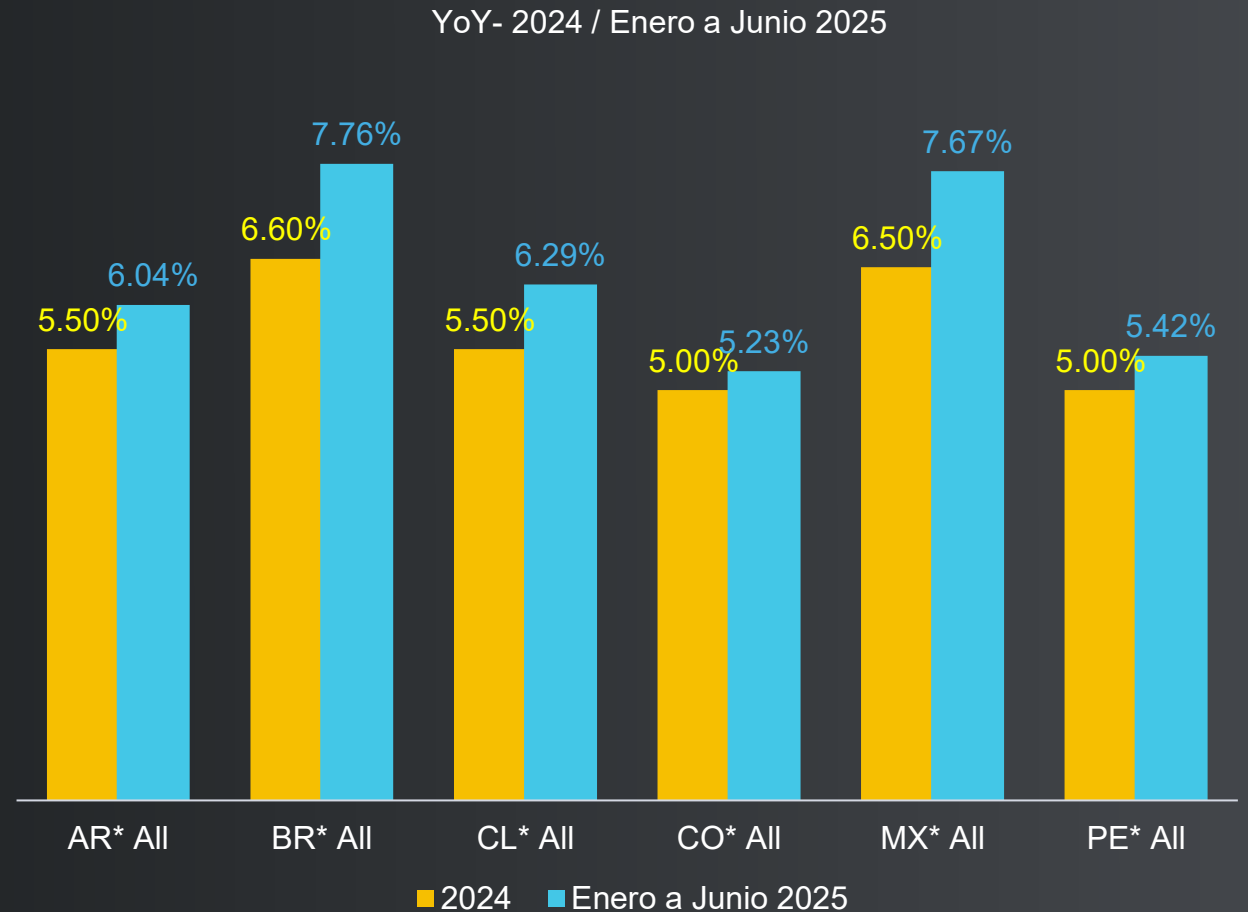
- ✓ **Aprovechando el contenido orgánico**, sumándose a tendencias y conversaciones relevantes para conectar de forma auténtica con las audiencias y generar vínculos sign
- ✓ **Desarrollando contenido patrocinado**, diseñado para amplificar el alcance y potenciar la visibilidad de sus mensajes.
- ✓ **Combinando ambas estrategias**, para llegar a más personas a través de plataformas que forman parte del consumo diario y habitual de las audiencias.

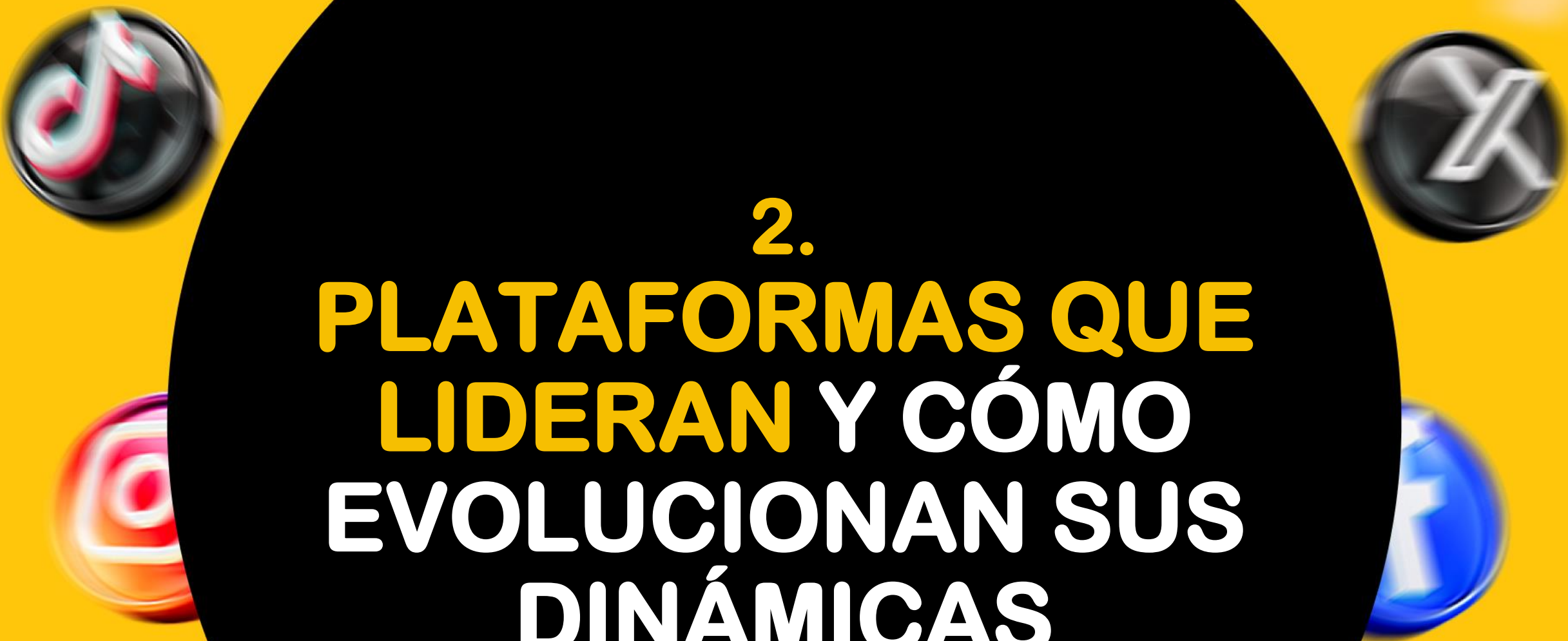
Contenido Patrocinado en América Latina

CONTENIDO PATROCINADO- 2024

7%

de todo el contenido creado por anunciantes, medios e influenciadores corresponde a publicaciones patrocinadas.

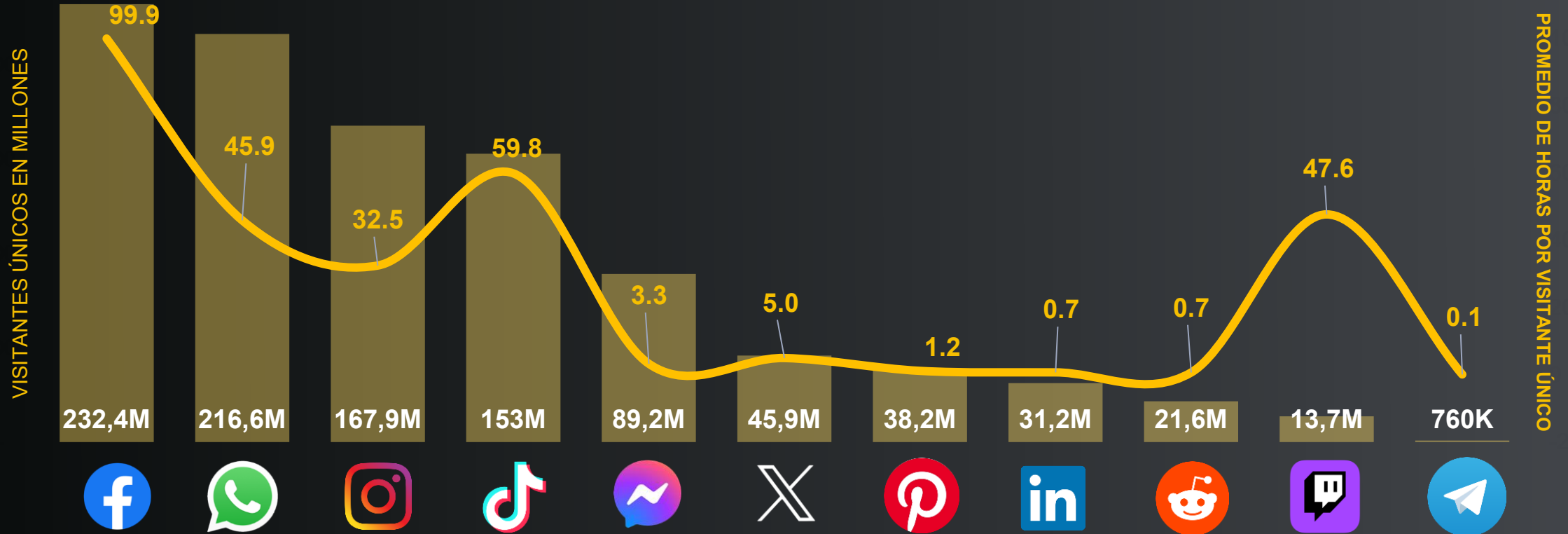


A large black circle is centered on a yellow background. Surrounding the circle are four glossy, 3D-style icons of social media logos: TikTok (top-left), X (top-right), Instagram (left), and Facebook (right).

2. PLATAFORMAS QUE LIDERAN Y CÓMO EVOLUCIONAN SUS DINÁMICAS

En las redes sociales, Facebook, WhatsApp, Instagram y TikTok captan nuestra atención

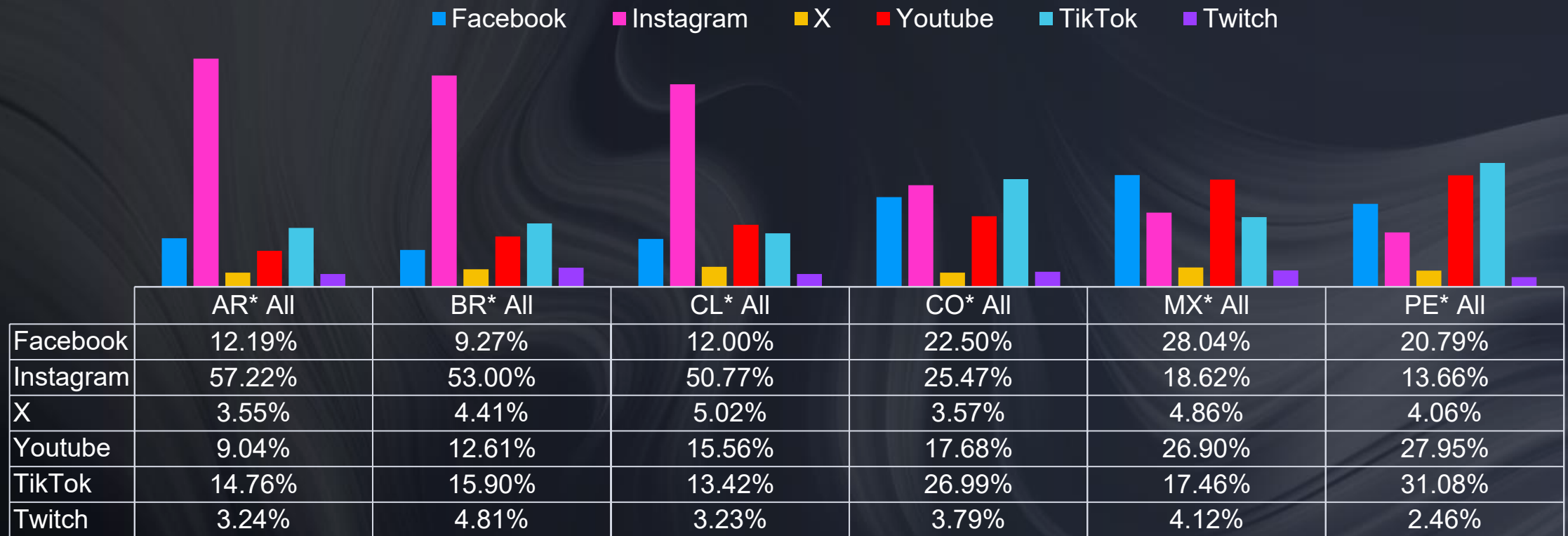
LATAM SOCIAL MEDIA ENTITIES – VISITANTES ÚNICOS & INTENSIDAD DE USO – WEB & APPS – ABRIL 2025



Fuente: Comscore MMX Multi-Plataforma, Social Media, [P] TWITCH.COM, [C] FACEBOOK.COM, [M] INSTAGRAM.COM, [M] LINKEDIN.COM, [C] MESSENGER.COM, [P] Pinterest, [P] TELEGRAM.ORG, [M] TIKTOK.COM, [P] Reddit y [P] X (formerly Twitter), Argentina, Brasil, Colombia*, Chile*, Perú* y México, Abril 2025.
 *En algunos países, la información disponible para mobile se basa únicamente en datos censales.

¿Cómo se distribuye el **engagement** en LATAM?

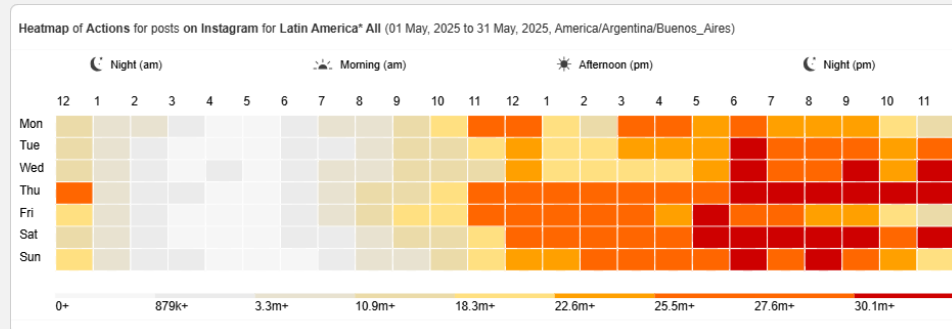
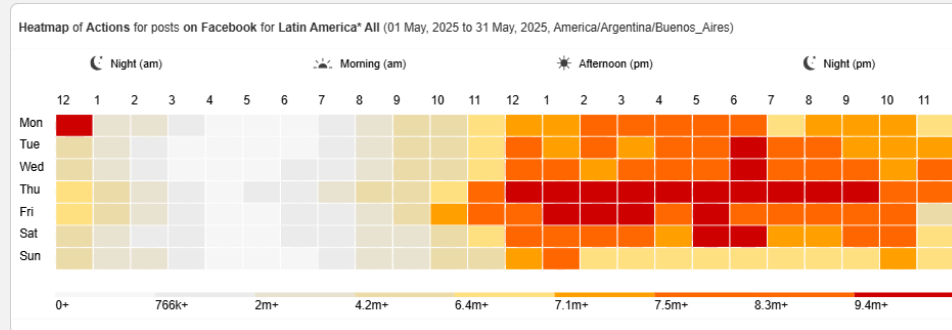
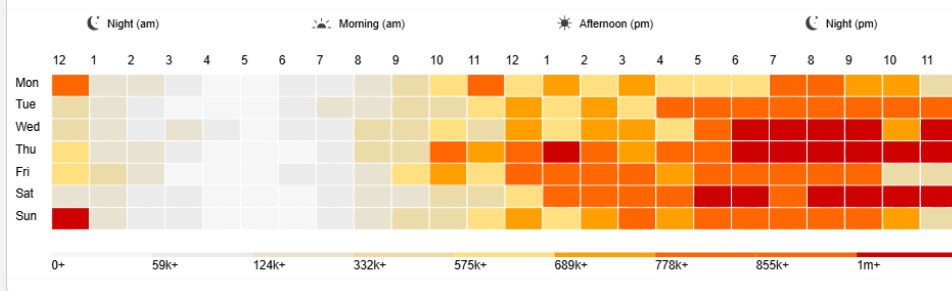
Share de interacciones por plataforma



Fuente: Comscore Social, Metrics & Trends, LATAM* All, Facebook, Instagram, YouTube, Tiktok, Twitch y X. Enero 2025- Junio 2025. Nota: Las interacciones incluyen reacciones, comentarios, shares

Los mejores momentos para publicar por plataforma

Mapa de calor en LATAM – Interacciones de usuarios por día y hora (UTC-3)



No todos los horarios son iguales. El rendimiento del contenido varía significativamente según el momento de publicación.

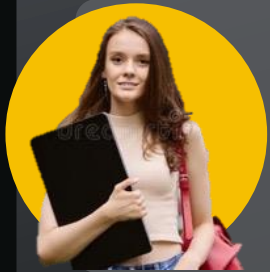
Esta visualización muestra los horarios con mayor interacción, según **comportamiento real de audiencias.**



El consumo no es igual para todos. **Comprendamos cómo actúa cada generación.**



Ejemplo México | Desktop & Mobile: %Reach - Web and App



GEN Z
15-24



MILLENNIALS
25-34



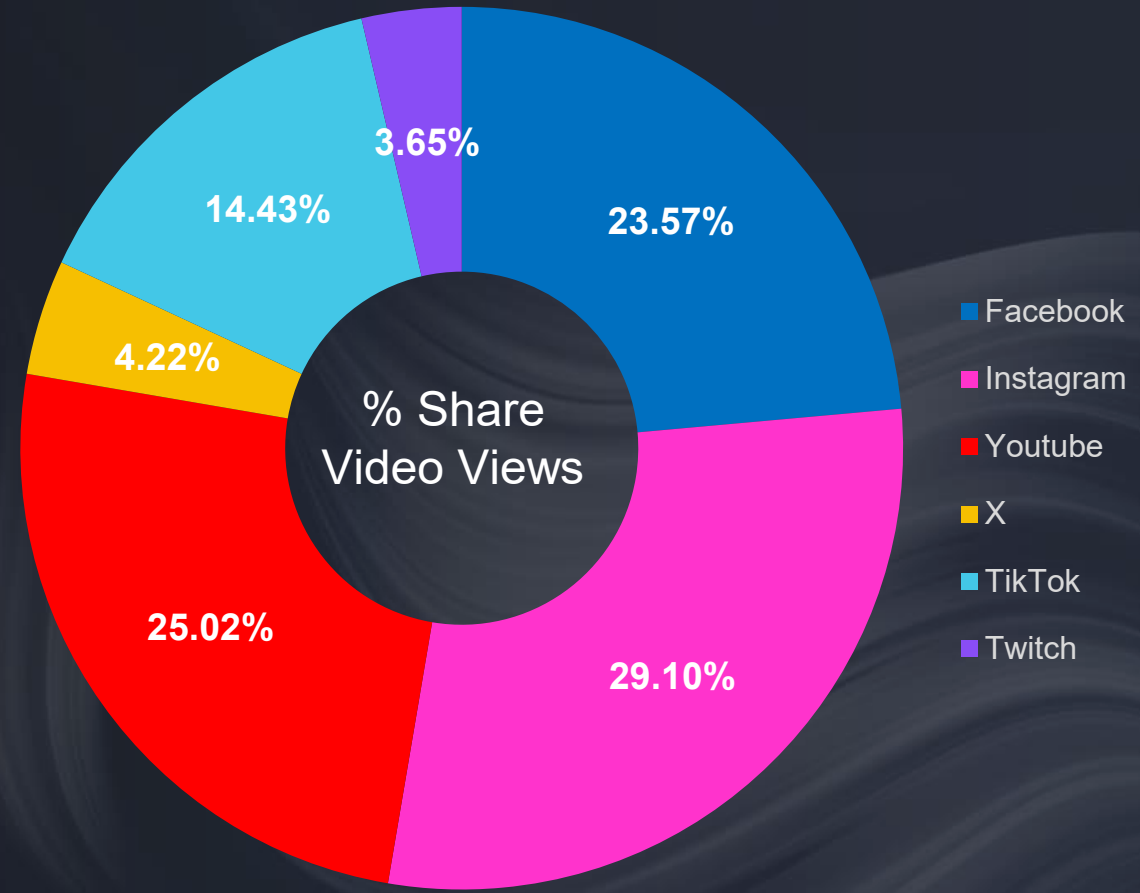
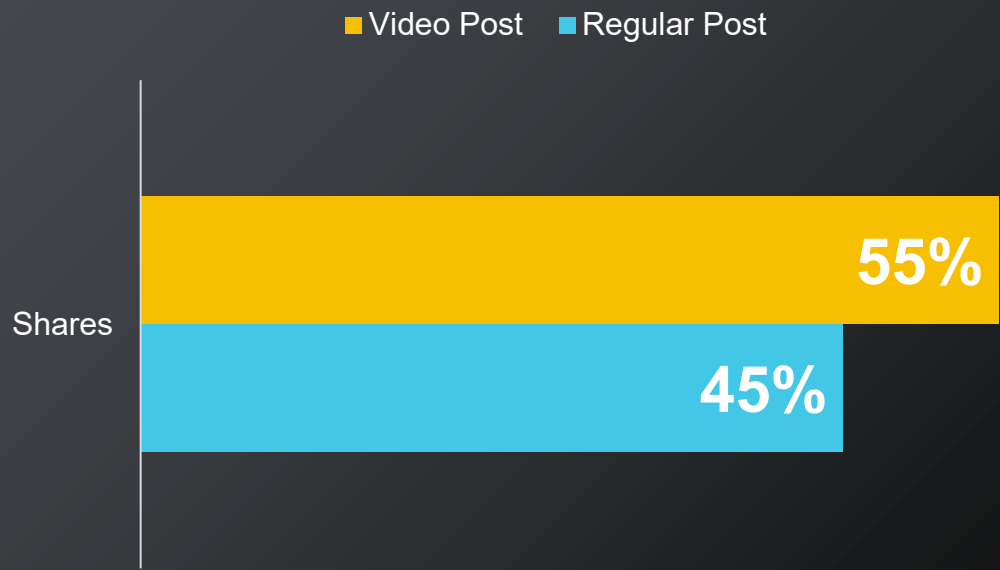
GEN X +
35+



Consumo de video en América Latina

¿Cómo es el volumen de visualizaciones de video en redes sociales?

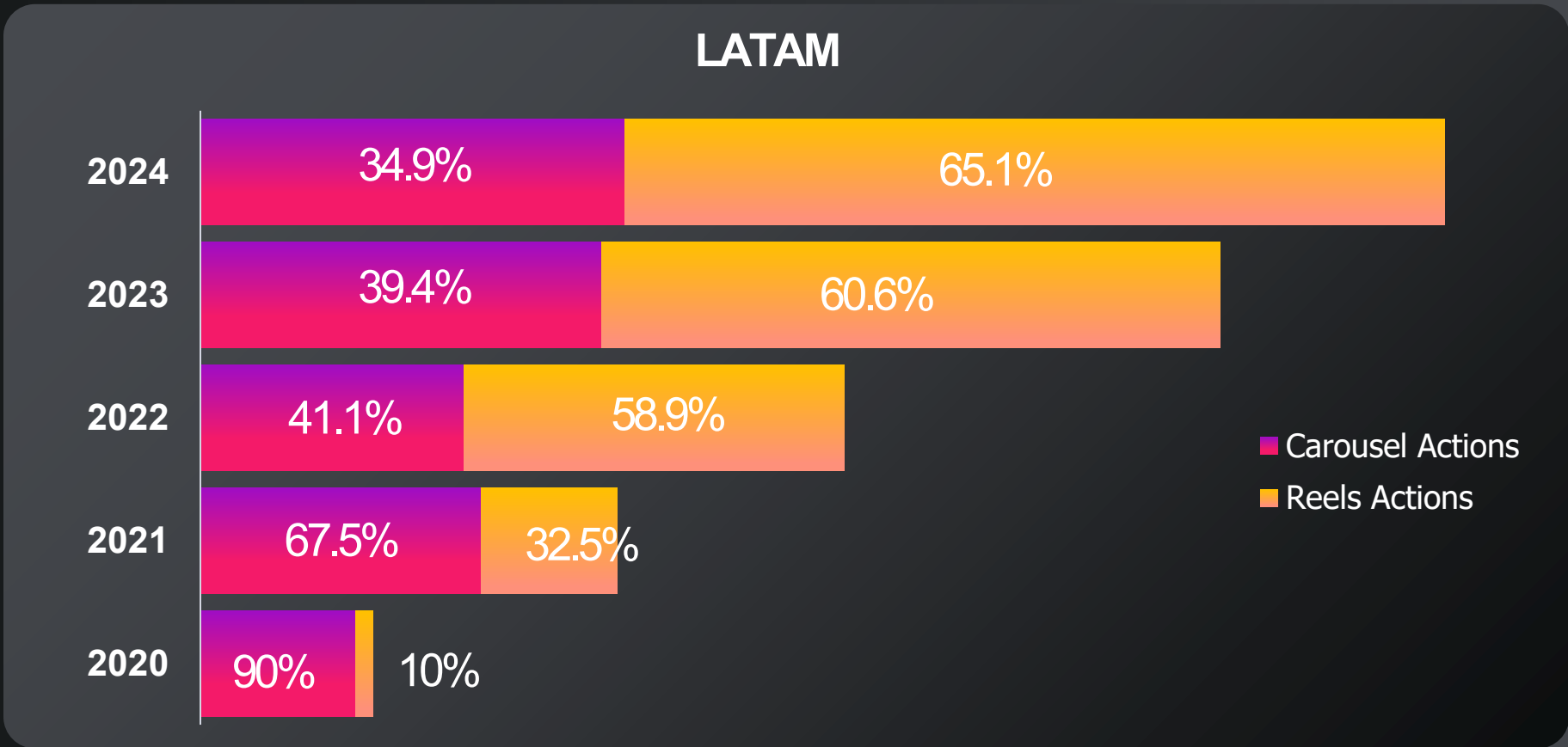
¡El formato de video es el contenido **más viral!**



Evolución de formatos en Instagram

El formato 'Reel' continúa ganando terreno en el mundo de las interacciones.

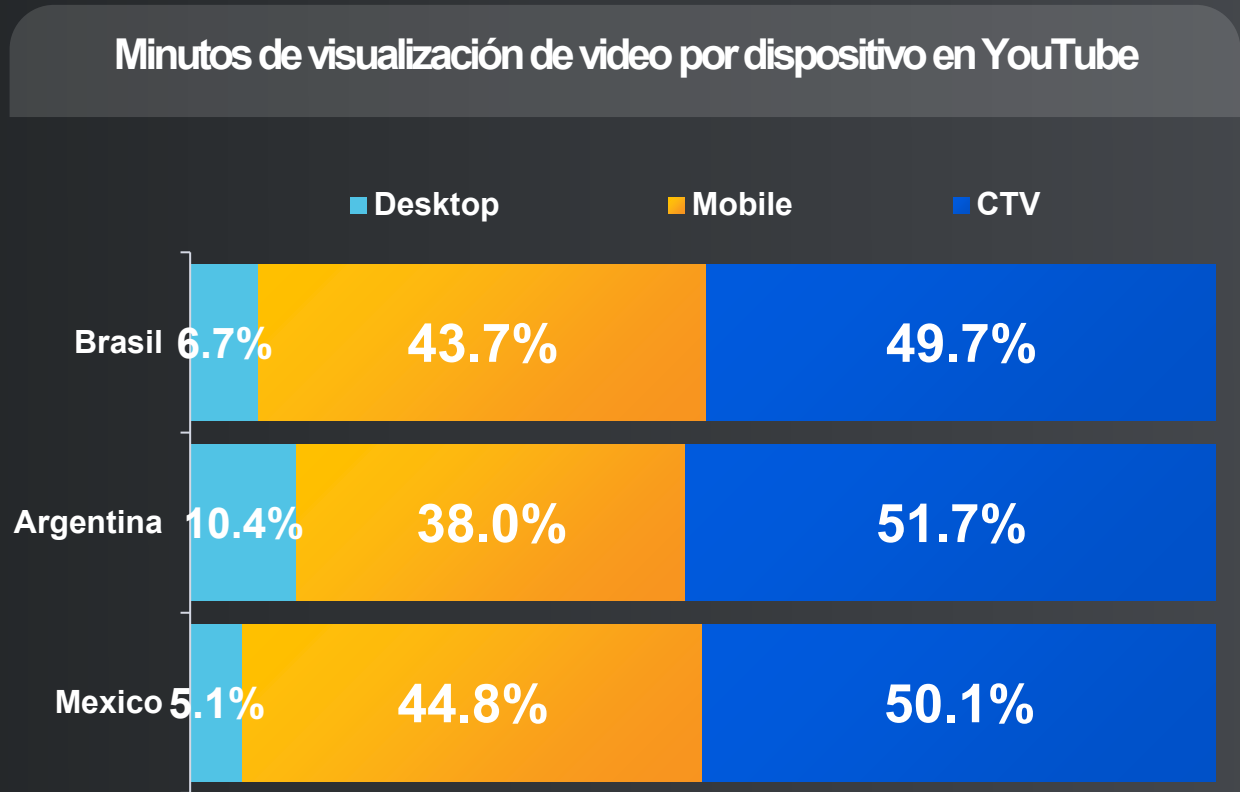
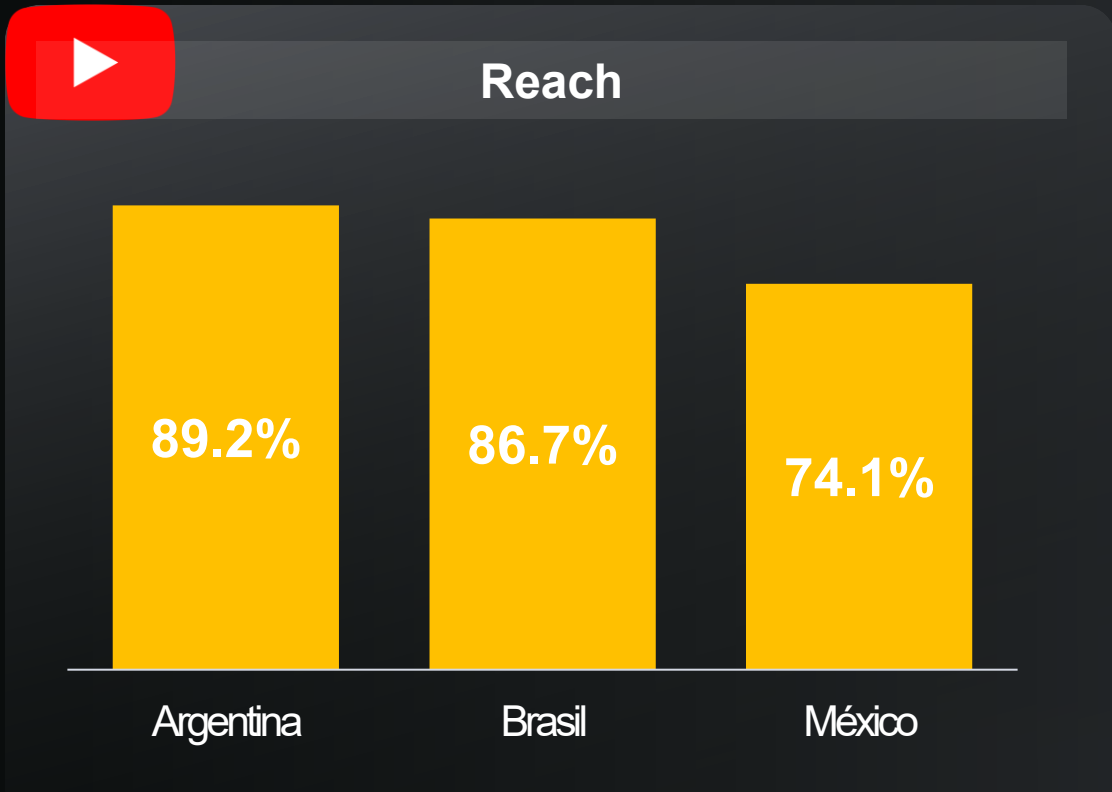
En América Latina creció un 33% el engagement en este formato comparando 2023 vs 2024



Fuente: Comscore Social, Instagram, Reels/Carousel | LATAM*ALL | 2020- 2024

* El largo de las barras es proporcional al volumen total de interacciones por año.

CTV lidera la visualización de YouTube en LATAM, superando al mobile en todos los países.



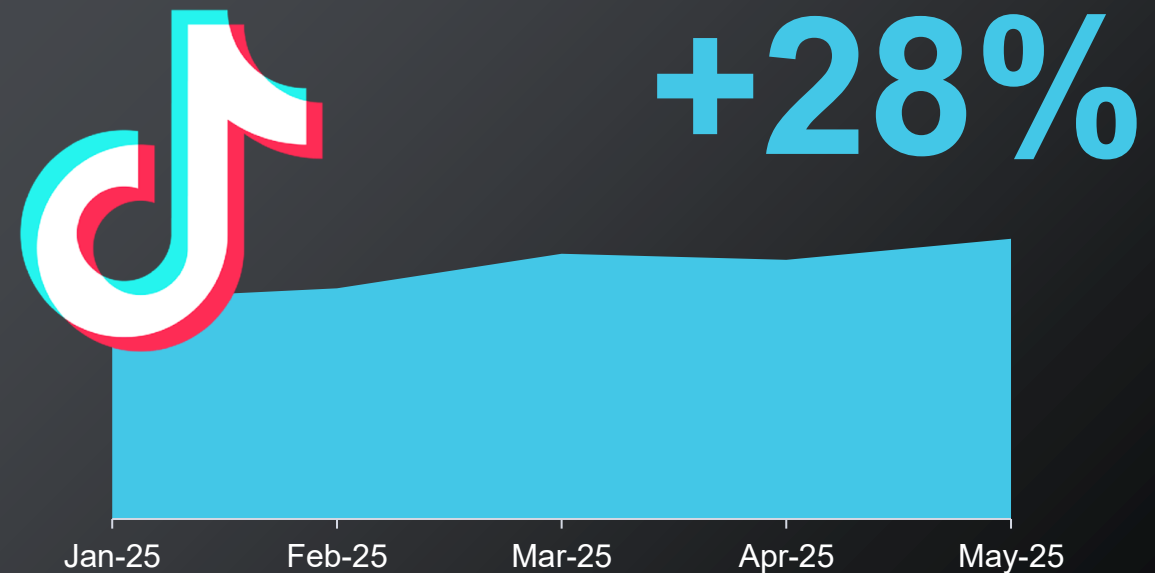
Fuente: Comscore MMX Multi-Plataforma, Total audiencia, [M] YOUTUBE.COM, Abril 2025, Brasil, Argentina y México

Fuente: Comscore VMX Multiplatform, CTV Device-Level, Total Audiencia, content. [M] YOUTUBE.COM, Abril 2025, Argentina, México, Brasil

TikTok consolida su lugar como motor de tendencias en Latinoamérica

- **28% más videos publicados en TikTok en mayo 2025 vs. enero**, reflejando un crecimiento constante en la creación de contenido.
- **Las tendencias nacen y escalan rápidamente en la plataforma**, impulsadas por audios virales, efectos y participación de creadores..
- Su formato ágil y consumo por scroll permite a los usuarios estar siempre al día con lo último, **generando ciclos virales en tiempo real.**

Tendencia en la publicación de Videos de TikTok en Latinoamérica



El cambio en redes sociales: algoritmos, formatos y oportunidades



Las plataformas sociales evolucionan sin pausa y sus algoritmos cambian las reglas.

Hoy vemos a **TikTok impulsando contenido largo**, a **Instagram modificando el tamaño estándar del post del feed** y a **X (Twitter) promoviendo espacios de audio como nuevas formas de generar conversación**. Todo esto redefine el alcance orgánico y la visibilidad.

Para marcas y creadores, la clave es adaptarse rápido, leer el pulso de estas dinámicas y ajustar las estrategias en tiempo real.

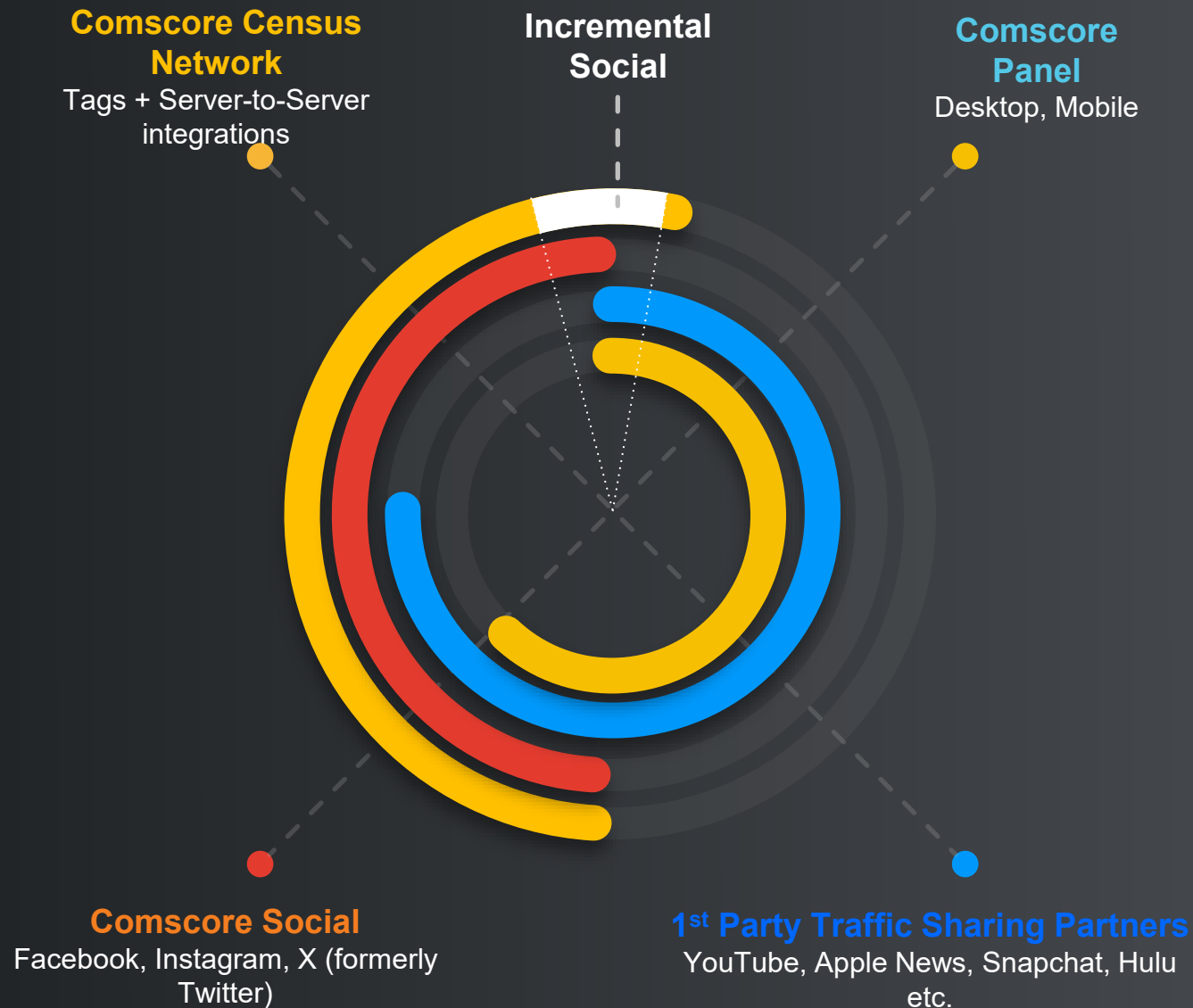
A large black circle is centered on a bright yellow background. Surrounding the circle are five glossy, 3D-style icons of social media platforms: TikTok (top-left), X (top-right), Instagram (middle-left), Facebook (middle-right), and YouTube (bottom).

3.
**SOCIAL MEDIA COMO
PUENTE ENTRE
MEDIOS, MARCAS Y
AUDIENCIAS**

La verdadera escala del consumo online en LATAM

La visión *user-centric* de **Social Incremental**

Total Audience Reach:
Deduplicated Desktop,
Mobile + Social



La verdadera escala del consumo digital & social en Argentina y México

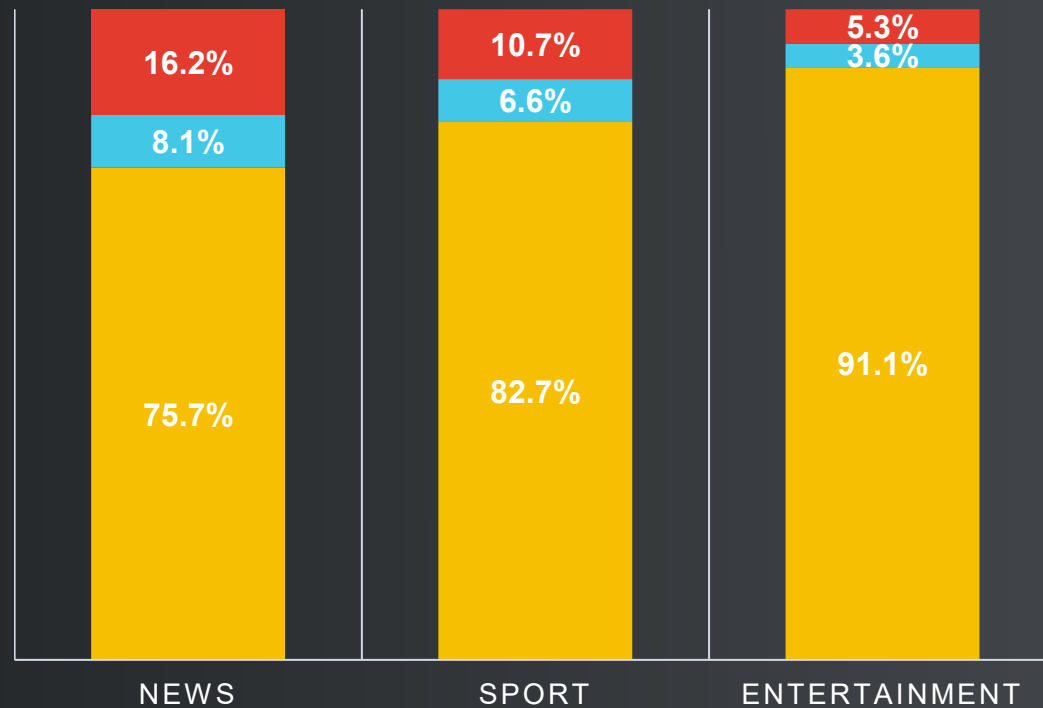
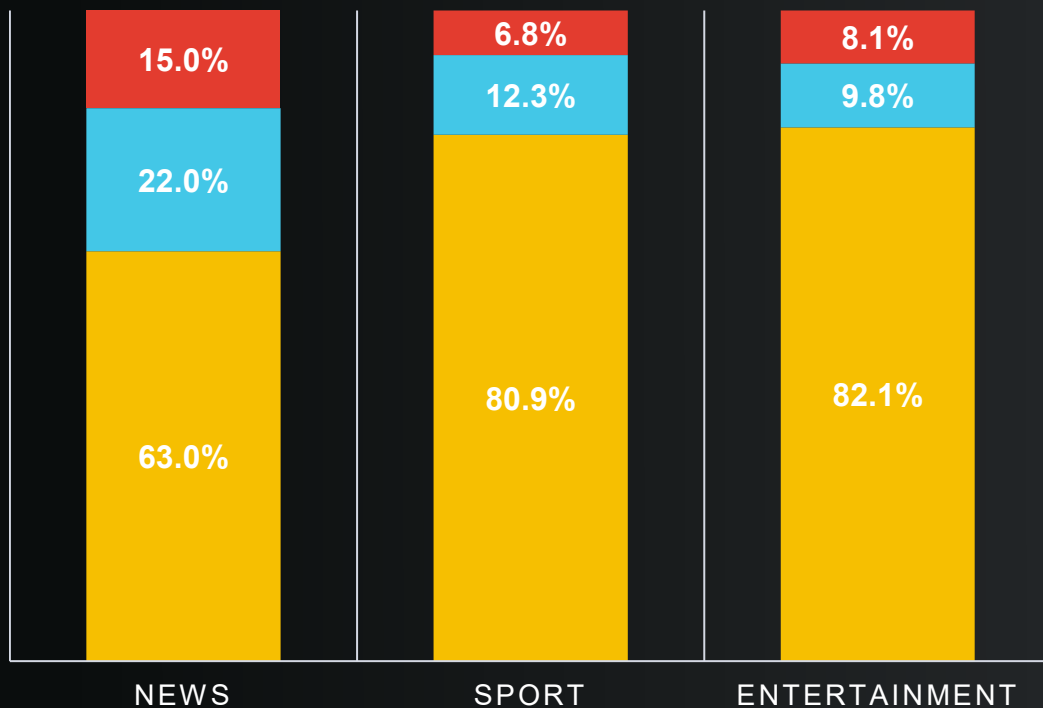
SOCIAL INCREMENTAL – ABRIL 2025

Argentina

México

■ Exclusive Social ■ Overlap ■ Exclusive non Social

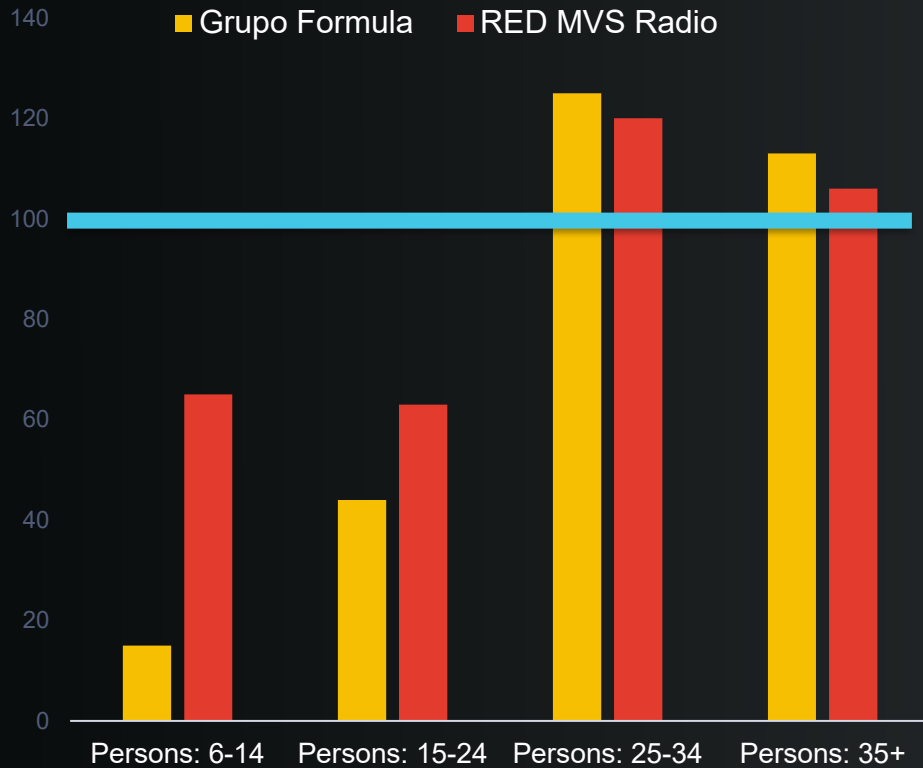
■ Exclusive Social ■ Overlap ■ Exclusive non Social



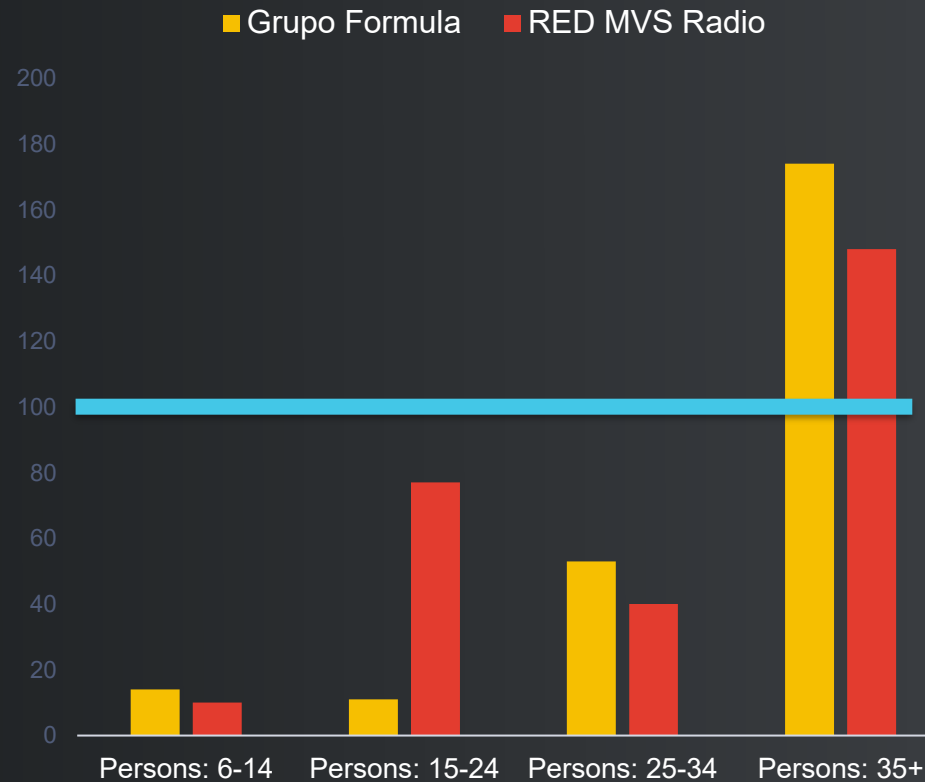
Caso Radios en México: El potencial de las redes sociales para los medios tradicionales

% COMPOSICIÓN DE VISITANTES ÚNICOS -DICIEMBRE 2024

Con Social Incremental



Sin Social Incremental



¡Accede al blog post para ver el caso completo!



Novedad:

Comscore amplía **Social Incremental Audiences** a nuevos mercados internacionales y refuerza sus capacidades de medición cross-platform.



Los publishers ahora pueden conocer el alcance deduplicado de sus audiencias en Desktop, Mobile y Social en:

- **Brasil**
- **México**
- **Argentina**
- **Colombia** Nuevo
- **Chile** Nuevo
- **Perú** Nuevo

A vibrant yellow background with a large black circle in the center. Surrounding the circle are several social media icons, each inside a glossy, 3D-style bubble. The icons include the TikTok logo (top left), the X logo (top right), the Instagram logo (middle left), and the Facebook logo (middle right).

4.
**LIVE EVENTS E
INFLUENCIADORES**

Social Media es un **conector** de temas y dispositivos

Las redes sociales potencian la experiencia del contenido, incluso el que se disfruta desde distintos dispositivos: no solo acompañan el consumo, **sino que amplifican los momentos en tiempo real.**

Entre quienes ven contenido de CTV en América Latina...

45%

Navega por social media de manera simultánea. (Multitasking)

19%

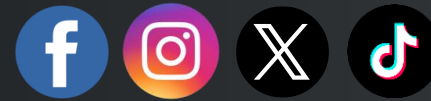
Usa las redes sociales para publicar sobre lo que está viendo.

Live Events: Mundial de Clubes 2025

El Mundial de Clubes 2025 reúne a los mejores equipos del mundo. Los fans lo viven en redes sociales con interacciones, videos y pasión en tiempo real.



Fase de grupos | 14 Jun- 26 Jun 2025



163M

Total Interacciones*



1,2MM

Visualizaciones totales de video

¡Accede a la infografía!



Fuente: Comscore Social, Content Pulse, contenido con mención a "Mundial de Clubes", "#FIFACWC", "@fifaclubworldcup" o "#TakeltToTheWorld" en plataformas seleccionadas. Resultado: 5000. Del 14 al 26 junio de 2025.

Fecha de extracción: 27 de junio de 2025.

*Nota: Las interacciones incluyen reacciones, comentarios, shares, repost, me gusta y corazones.

Live Events: Mundial de Clubes 2025

Top clubes de América por Engagement | Fase de grupos | 14 Jun- 26 Jun 2025

Los clubes de fútbol más importantes no son solo equipos: **son marcas globales con una poderosa influencia digital.**



Clube de Regatas do Flamengo

36,3M | A través de **597**
Total Interacciones* | Publicaciones



Sociedade Esportiva Palmeiras

21,1M | A través de **865**
Total Interacciones* | Publicaciones



Inter Miami CF

17,4M | A través de **266**
Total Interacciones* | Publicaciones



Club Atlético River Plate

15,2M | A través de **327**
Total Interacciones* | Publicaciones



Fluminense Football Club

8,4M | A través de **660**
Total Interacciones* | Publicaciones



Club de Fútbol Monterrey Rayados

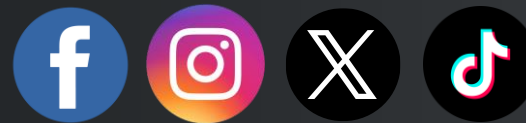
6M | A través de **597**
Total Interacciones* | Publicaciones

Fuente: Comscore Social, Content Pulse, entidades seleccionadas: Clubes participantes de la Copa Mundial de Clubes de la FIFA en Meta, Twitter (X), TikTok y YouTube. Máx. resultados: 5000. Del 14 al 26 de junio, 2025. Fecha de extracción: 27 de junio, 2025.

*Nota: Las interacciones incluyen reacciones, comentarios, shares, repost, me gusta y corazones.

Live Events: Lady Gaga en Copacabana

La segunda edición del evento “Todo Mundo no Rio” llevó a millones de personas a las playas de Copacabana y generó gran actividad en redes sociales en todo el país.



41,7M

Acciones Totales

128,4M

Visualizaciones totales de video

¡Accede a la
infografía!



Live Events: Lady Gaga en Copacabana

Los Influencers generaron más de **1.5 millones de interacciones en publicaciones sobre el show.**

Para promocionar el show, los influencers utilizaron en sus publicaciones los hashtags **#TodoMundoNoRio**, **#Corona100Anos** y **#Smusic**.

Mira los 3 posteos con mayor interacción sobre el show | Total de Interacciones



Influencers: una mirada a su impacto global

En abril de 2025, las cuentas de las redes de estos creadores de contenido representaron el

36%



del total de interacciones de los usuarios en las redes sociales a nivel global, considerando los perfiles profesionales de influencers, medios y marcas.

El **contenido de los influencers** es un motor clave para el **engagement** en el entorno de las redes sociales.

Cuando las **marcas** y los **medios** se asocian con creadores de contenido:

- Aumenta el alcance.
- Se unen audiencias complementarias.
- Se desbloquean oportunidades de contenido único.
- La narrativa se enriquece, captando la atención de los usuarios.

El valor de **los influencers**



En un momento en que la **atención** de los consumidores de contenido está **saturada** en un ecosistema mediático fragmentado, ser un creador de contenido con **verdadera influencia** significa:

- Generar confianza
- Conectar con comunidades
- Difundir contenido auténtico y relevante

Nube de palabras clave que ayudan a definir a estos actores mediáticos en la actualidad



Partnerships en Social

Las celebridades e influencers ayudan a las marcas a conectar con su audiencia.

LIONEL MESSI
+ ADIDAS
+MUNDIAL DE CLUEBS

3.1M

INTERACCIONES TOTALES



FEARLESS

Hard Rock

X

SHAKIRA

SHOP THE COLLECTION TODAY AT THE ROCK SHOP OR ONLINE AT SHOP.HARDROCK.COM

shakira and 3 others
Paid partnership with hardrock

shakira 17w
This International Women's Day, I'm partnering with Hard Rock to celebrate strength and resilience around the world.

Together, we're launching a collection—a T-shirt that makes a statement, a menu inspired by the past, and most importantly, a way to give back.

SHAKIRA
+ HARDROCK CAFÉ
+FPIESDESCALZOS

158K

INTERACCIONES TOTALES



Top influenciadores de América Latina por plataformas

Abril 2025



Total interacciones

#1	Virginia Fonseca	57,8M
#2	J.M. Bolsonaro	41,2M
#3	Leo Messi	28,4M

Total interacciones

#1	Farid Dieck	28,6M
#2	Camila Loures	24,7M
#3	Poncho Denigris	22,7M

Total visualizaciones de video

#1 123 Andrés
1,1Mil Millones

#2 Índia Tikuna We'e'era
200M

#3 Alélolo
121,4M

#1 Loud Coringa
38,8M

#2 gAuLeS
9,9M

#3 AlanZoka
7,7M

El impacto de los los **influenciadores virtuales (IA)**



Los influenciadores virtuales o *AI influencers* son **personalidades digitales creadas con inteligencia artificial y diseño gráfico**. No son personas reales, pero se comportan y comunican como si lo fueran, generando contenido, interactuando con las audiencias, creando comunidades y colaborando con marcas.

Factores competitivos destacados

- **Posibilidades de alcance global**

Pueden operar simultáneamente en múltiples mercados, adaptando idioma, estilo y contenidos a audiencias locales sin restricciones logísticas ni geográficas.

- **Control reputacional**

Se eliminan los riesgos asociados al comportamiento personal de los influencers humanos, garantizando una narrativa determinada y evitando crisis de imagen.

- **Innovación y creatividad**

Permiten explorar formatos y narrativas innovadoras, a igual que experiencias virtuales imposibles de ejecutar con perfiles humanos.

Voces virtuales, **impacto real**



Nombre	Lu do Magalu
Área de contenido	E-commerce, tecnología, experiencia de compra, educación digital y entretenimiento.
Acción destacada con...	 

Nombre	Nat TVOAI
Área de contenido	Presentadora virtual de noticias de Grupo Fórmula
Acción destacada con...	 

Nombre	Lil Miquela
Área de contenido	GenZ, moda, belleza, tecnología y <i>lifestyle</i> en causas sociales.
Acción destacada con...	 

Fuente: Comscore Social, Content Pulse, Magazine Luiza (BR), contiene "zé", Plataformas: Instagram y TikTok, del 1 de mayo de 2024 al 30 de junio de 2025 ; Comscore Social, Content Pulse, Miquela, contiene "liquidiv", TikTok, del 1 de mayo de 2024 al 11 de junio de 2025. Content Pulse, Nat TVOAI (MX), Plataforma: Instagram del 1 de mayo de 2024 al 30 de junio de 2025

Nota: Las interacciones incluyen reacciones, comentarios, shares, repost, me gusta y corazones.

5.
**CONCLUSIONES
& BUENAS
PRÁCTICAS**

Integra medición cross-platform para audiencias reales

Las RRSS concentran gran parte de la atención digital, pero al medir con Social Incremental, obtienes un panorama sin duplicidad y más representativo de tu audiencia para decisiones de pauta y contenido.

Aprovecha el poder del video y los Reels

El video genera el 55% de los shares en redes y Reels creció +33% en engagement en LATAM. Este formato sigue siendo el motor del alcance orgánico.

Usa influencers para amplificar mensajes de forma auténtica

Generan el 36% de las interacciones en redes globalmente y se consolidan como puente entre marcas y comunidades.

Monitorea tendencias de plataformas y ajusta rápido

Las plataformas cambian constantemente sus algoritmos y formatos (TikTok impulsa videos largos, Instagram cambia dimensiones, X promueve espacios de audio).

¿Listo para llevar tu **estrategia de social media al siguiente nivel** y conectar con tu audiencia donde realmente importa?

Comscore Social Scorecards: Argentina, México y Brasil

Conoce a las marcas, medios e influencers que lideran las redes sociales del país semana a semana.

Social Scorecard Semanal



Confira as publicações, marcas e influenciadores que se destacaram nas redes sociais no Brasil.



Social Scorecard Semanal



Estas son las publicaciones, las marcas y los influencers que han marcado tendencia en las redes sociales en México



Social Scorecard Semanal



Estas son las publicaciones, las marcas y los influencers que han marcado tendencia en las redes sociales en Argentina



Influencers colaboraciones patrocinios
marcas plataformas **hashtags**
Palabras clave interacciones emojis

¿Buscas más insights?

Visita nuestro
HUB
Internacional
para más
insights
como...



Edición LatAm

Tendencias Digitales

Definiendo el rumbo del 2025

 comscore

Blog Post

El potencial de las redes sociales para los medios tradicionales

 comscore

¡Haz clic o escanea el código QR y revísalos todos!





Q&A



GRACIAS

sepamas@comscore.com

