

El Crecimiento de Redes Sociales en América Latina

La Influencia de Los Medios Sociales en el Escenario Digital de América Latina



Para obtener más información por favor contactar a:

Jasna Seguić, comScore, Inc.

+56 2 963 5820

press@comscore.com

Resumen Ejecutivo:

Las Redes sociales son centrales en la experiencia online en América Latina, alcanzando a millones de personas y proporcionando un nivel de involucramiento que es rara vez igualado por cualquier otra actividad online. Tomando en cuenta la necesidad innata de las personas por interactuar y comunicarse, las redes sociales proporcionan una oportunidad para los consumidores de conectarse activamente entre sí y a la vez crear un canal que las marcas pueden utilizar para formar un vínculo con los consumidores en una relación de dos vías.

El reporte examina el estado del dinámico panorama de redes sociales en Latinoamérica, entregando nuevas percepciones en tendencias de mercados globales, regionales e individuales.

El informe también analiza cómo los medios sociales han modelado el amplio ambiente digital a través de su influencia en otras actividades web sociales y su rol en la diseminación de los mensajes de marketing. Varias de las conclusiones claves del reporte se resumen a continuación:

- En Junio de 2011, 114,5 millones de personas en América Latina visitó un sitio de red social, representando un 96% de la población online total de la región. Las redes sociales en América Latina no sólo son grandes sino que también están creciendo: su audiencia escaló 16% en el último año.
- Los Latinoamericanos tienen alta afinidad con las redes sociales. La mitad de los principales 10 mercados mundiales en cuanto a tiempo consumido en redes sociales, se encuentran en América Latina, donde Argentina lidera la región con 10 horas por mes en Junio del 2011.
- La audiencia de redes sociales en América Latina es casi igual en composición entre hombres y mujeres, pero las mujeres representan una mayor proporción de tiempo consumido en redes sociales (53,6%) en comparación a los hombres (46,4%). Esta tendencia fue más significativa en Brasil donde las mujeres representaron 58,7% de todo el tiempo pasado en redes sociales.
- Facebook.com lideró fuertemente el mercado de redes sociales de América Latina alcanzando más de 91 millones de visitantes. Windows Live Profile se ubicó en segundo lugar con más de 35,5 millones de visitantes en la región. Orkut obtuvo el tercer lugar con 34,4 millones de visitantes, en gran parte conducido por la popularidad del sitio en Brasil, mientras que Twitter.com se ubicó en cuarto lugar con 24,3 millones de visitantes.
- Cinco de los principales 10 mercados en cuanto a alcance de Facebook.com son Latinoamericanos. Facebook alcanzó al 90,9% de los usuarios online en Chile, posicionándose como el mercado más penetrado en América Latina.

- En Brasil, Orkut se ubicó como el destino de red social más visitado, alcanzando 35,7 millones de visitantes, un incremento de 20% desde Junio 2010. Facebook.com, siendo el segundo sitio más grande de redes sociales en Brasil, experimentó un fuerte crecimiento, aumentando 192% a 24,5 millones de visitantes.
- Los visitantes de Orkut en Brasil están mucho más involucrados que sus contrapartes de Facebook. Un visitante promedio de Orkut pasó 4,3 horas en el sitio en Junio 2011, mientras que un visitante de Facebook.com pasó 1,6 horas durante el mes.
- En México, las vistas de video en Facebook.com se duplicaron desde comienzo del 2011 alcanzando 33 millones de videos vistos en el sitio en Junio 2011.
- Venezuela es el único país en América Latina donde Twitter.com llega al segundo lugar en el ranking de redes sociales. Uno de cada cuatro usuarios online en Venezuela visitó Twitter.com en Junio (26,5% de alcance).
- El recientemente lanzado Google+ alcanzó 28 millones de visitantes a nivel global en sus primeros 33 días de existencia pública (29 de Junio a 31 de Julio de 2011). Brasil se ubicó como el sexto mayor mercado mundial para el sitio, contribuyendo con 793,923 visitantes.
- El sitio para compartir presentaciones Slideshare.net, es increíblemente popular en los mercados latinoamericanos. Perú lideró entre todos los mercados a nivel global con 15,5% de su audiencia online visitando el sitio en Junio del 2011, seguido por Venezuela y Colombia, donde ambos experimentaron aumentos de 10% de poblaciones online visitando el sitio durante ese mes.
- El aspecto social del panorama online de América Latina aparente no es sólo a través de la popularidad de las redes sociales, sino también de otras categorías basadas en lo social tales como blogs, personales, compras en grupo y clasificados, que también ayudan a dar forma a la experiencia online.
- Los medios sociales han surgido en los últimos años para redefinir la forma en que pensamos sobre la diseminación de mensajes de marketing. En particular, Facebook ha facilitado la capacidad para que los consumidores identifiquen marcas de interés y se conecten con ellas, lo que ha permitido nuevas formas de compartir entre marcas y consumidores: las marcas y sus consumidores pueden ahora crear relaciones de dos vías y compartir contenido, noticias y retroalimentación.

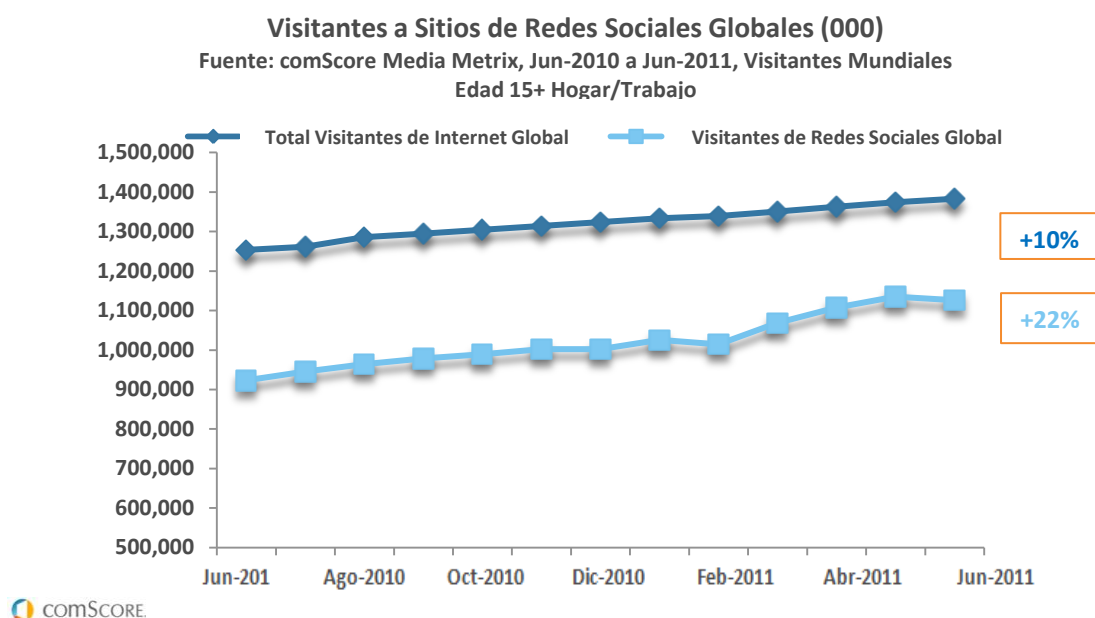
Tabla de Contenidos

Redes Sociales: Un Fenómeno Global	5
<i>Incluye: Análisis social a Nivel Global, marcas líderes, principales mercados</i>	
América Latina: Una Mirada Más Cercana a las Tendencias Regionales	8
<i>Incluye: Crecimiento de redes sociales, análisis demográfico, principales marcas regionales</i>	
Características Destacadas por Mercado	12
Brasil.....	12
México	14
Argentina	16
Chile.....	18
Venezuela.....	20
Perú	22
Colombia	24
La Introducción de Google+	25
Una Red Social.....	27
<i>Incluye: Blogs, Personales, Cupones, Clasificados</i>	
Redes Sociales en Movimiento.....	30
<i>Incluye: Uso de redes sociales móviles</i>	
El Rol de las Redes Sociales en la Mezcla de Marketing	32
<i>Incluye: El Rol de Facebook en alcanzar a los consumidores</i>	
El Futuro de las Redes Sociales en América Latina	34

Redes Sociales: Un Fenómeno Global

Audiencia Mundial de Redes Sociales Supera los Mil Millones de Personas

Alrededor del mundo, las redes sociales continúan creciendo a medida que nuevos usuarios adoptan la actividad como una rutina parte de su experiencia online. En Junio de 2011, mil cien millones de personas (de edad 15 o superior accediendo a Internet desde su hogar o trabajo) visitó un sitio de redes sociales a nivel mundial, un aumento del 22% desde Junio del 2010. El 81,4% de todos los usuarios de Internet visitan destinos de redes sociales, representando una de las principales actividades online a nivel mundial.



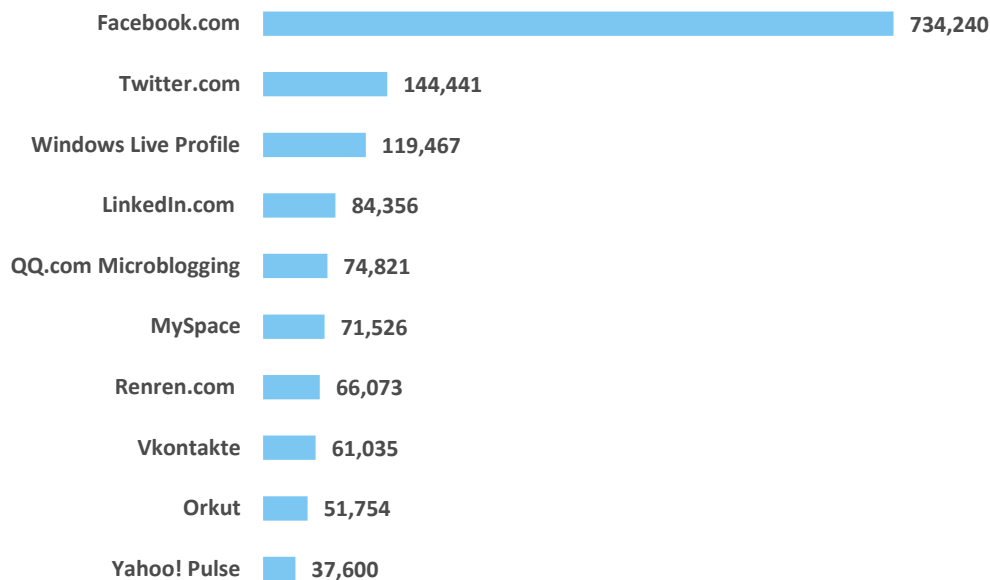
Facebook Reina como La Principal Red Social

Una mirada a las principales marcas de redes sociales reveló que, quizás sin ser una sorpresa, Facebook.com se ubicó como la principal red social por un amplio margen. En Junio 2011, 734,2 millones de personas visitaron Facebook.com globalmente, un aumento de 33% con respecto al año anterior. Mientras tanto, Twitter.com subió al segundo lugar alcanzando 144,4 millones de visitantes (un crecimiento de 56%), seguido por Windows Live Profile con 119,5 millones de visitantes. La red social de profesionales LinkedIn.com alcanzó más de 84 millones de visitantes a nivel mundial, asegurando el cuarto puesto, seguido por el sitio chino QQ.com Microblogging con 74,8 millones de visitantes.

Principales 10 Sitios de Redes Sociales Gloables según Visitantes (000)

Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes Mundiales

Edad 15+ Hogar/Trabajo



comSCORE.

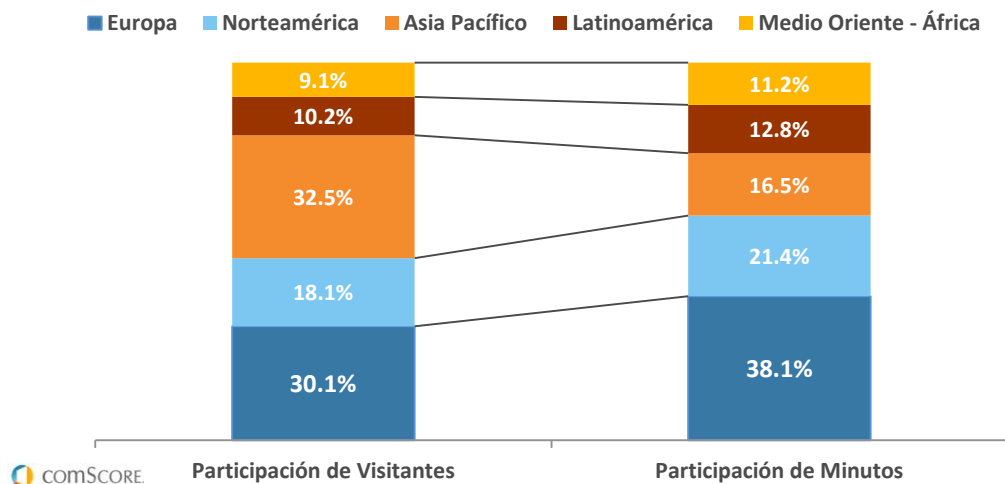
América Latina entre los Mercados de Redes Sociales con Mayor Afinidad

El análisis regional de visitantes a la categoría Redes Sociales reveló que Asia Pacífico, hogar de la mayor audiencia online entre las cinco regiones mundiales, contribuyó con 32,5% de los visitantes globales a la categoría. Le siguió Europa con 30,1% de asiduos a las redes sociales, mientras Norteamérica representó el 18,1%. América Latina representó 10,2% de todos los visitantes de redes sociales en Junio del 2011, mientras que Medio Oriente–África registró 9,1% de la audiencia de la categoría. Al revisar la participación en tiempo consumido en redes sociales vemos que Europa registró 38,1% del total de minutos en redes sociales, seguido por Norteamérica con 21,4% del total de minutos de redes sociales. Pese a que Asia Pacífico es sede de la población más grande de redes sociales en cuanto a visitantes, la región registró solo 16,5% de todos los minutos en redes sociales, mientras que América Latina registró 12,8% de todos los minutos en redes sociales a nivel mundial.

% Participación de Visitantes en Redes Sociales y Minutos por Región

Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes Nivel Mundial

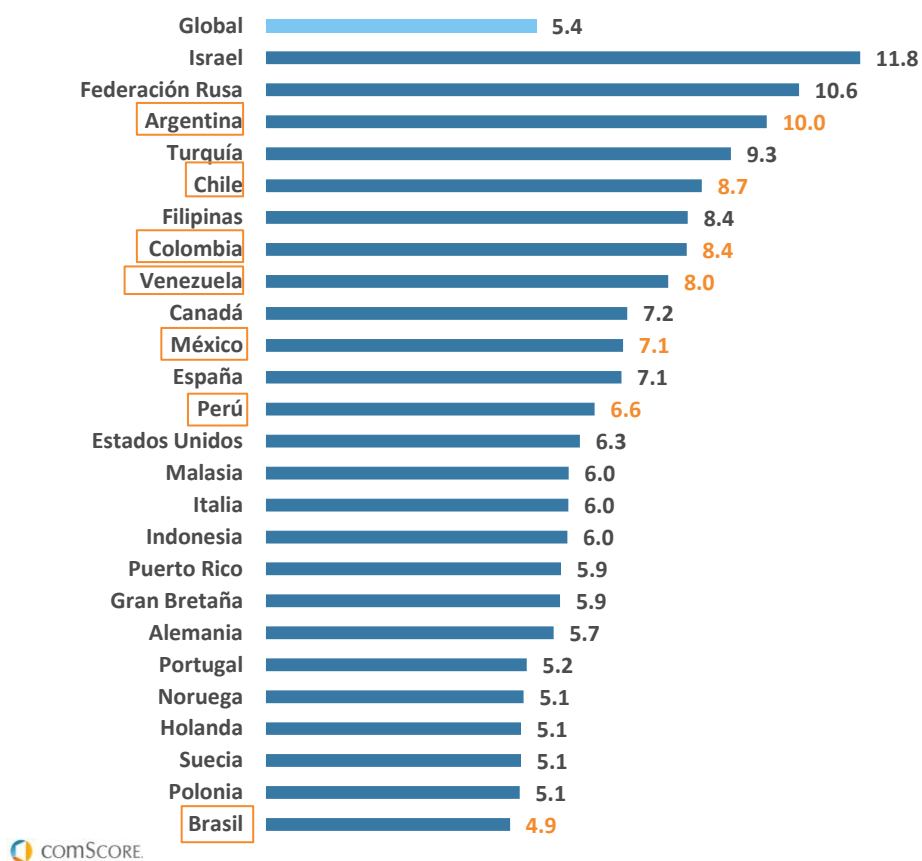
Edad 15+ Hogar/ Trabajo



A nivel mundial, los usuarios de internet promediaron 5,4 horas en sitios de redes sociales durante el mes de Junio. Una mirada a los principales mercados basada en el número de horas consumidas en redes sociales reveló que la mitad de los principales 10 mercados, eran países Latinoamericanos, lo que demuestra el vasto involucramiento que tienen los visitantes de estos mercados en las redes sociales. Los usuarios online de Argentina promediaron 10 horas en sitios de redes sociales en Junio para ubicarse en el tercer lugar del ranking, mientras que los chilenos promediaron 8,7 horas. Los colombianos se ubicaron en séptimo lugar con 8,4 horas por visitante en la categoría Redes Sociales, mientras que los venezolanos se ubicaron en octavo lugar con 8,0 horas. Visitantes en México (7,1 horas) y Perú (6,6 horas) también se ubicaron entre los principales. Los brasileños mostraron un involucramiento relativamente menor que el de sus vecinos latinoamericanos con 4,9 horas, ubicándose como el mercado N°25 del ranking general.

Principales 25 Mercados Mundiales según Horas Promedio por Visitante Consumido en Sitios de Redes Sociales

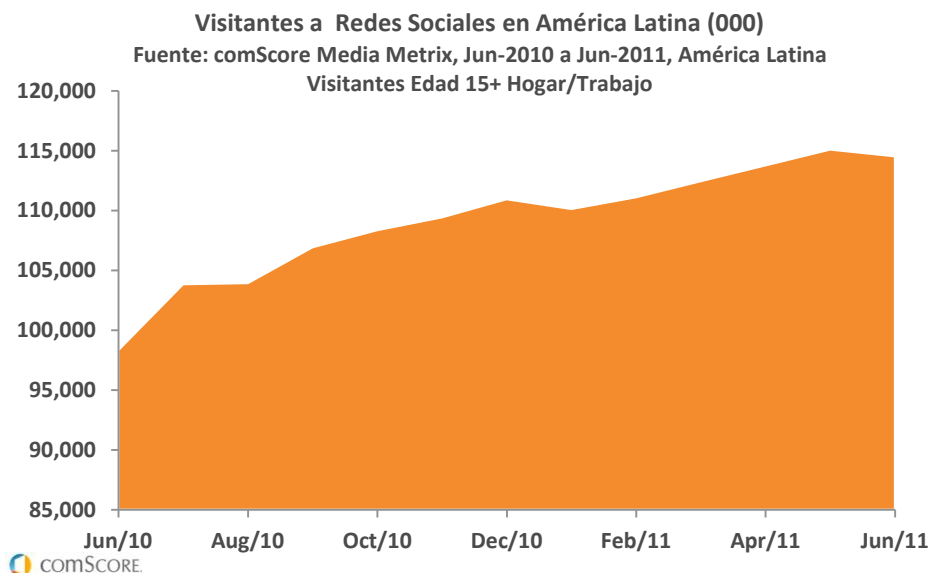
Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes Mundiales
Edad 15+ Hogar/Trabajo



América Latina: Una Mirada Más Cercana a las Tendencias Regionales

Audiencia Latinoamericana de Redes Sociales Crece 16,5% en Último Año

- En Junio de 2011, 114,5 millones de personas en América Latina visitaron un sitio de redes sociales, representando 96% del total de la población online en la región. Las redes sociales en América Latina no sólo son grandes sino que también están creciendo: su audiencia escaló 16% en el último año.

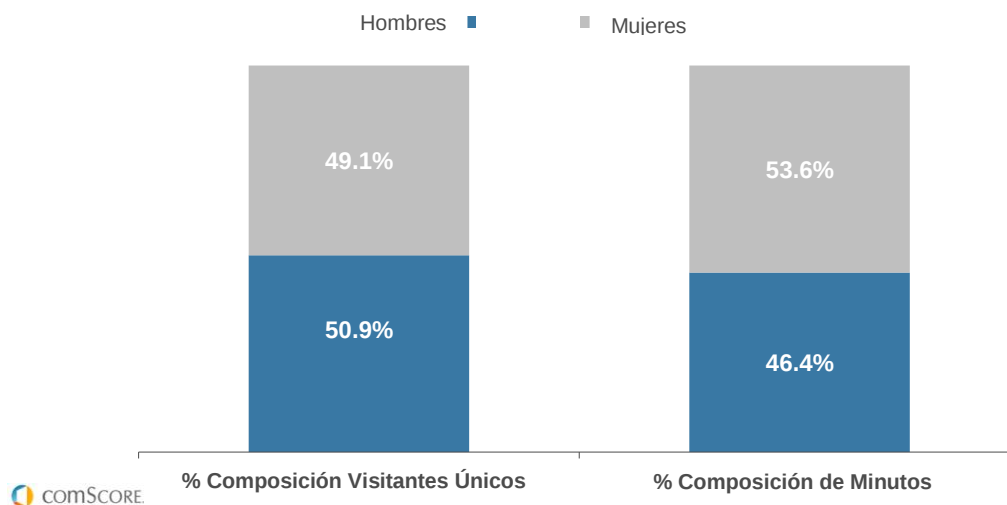


Perfil Demográfico de Usuarios de Redes Sociales en América Latina

Un análisis de la composición de la audiencia de los asiduos a redes sociales en América Latina reveló que tanto hombres y mujeres son igualmente proclives a utilizar sitios de redes sociales, donde los hombres representan un 50,9% de los visitantes a sitios y las mujeres representan 49,1%. Sin embargo, al mirar la afinidad, las mujeres representan una mayor participación de minutos (53,6%) que los hombres (46,4%). Esta tendencia fue más significativa en Brasil donde las mujeres registraron un 58,7% de todo el tiempo consumido en sitios de redes sociales durante el mes de Junio.

Perfil de Género de Usuarios de Redes Sociales en América Latina

Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes América Latina Edad 15+ Hogar/Trabajo

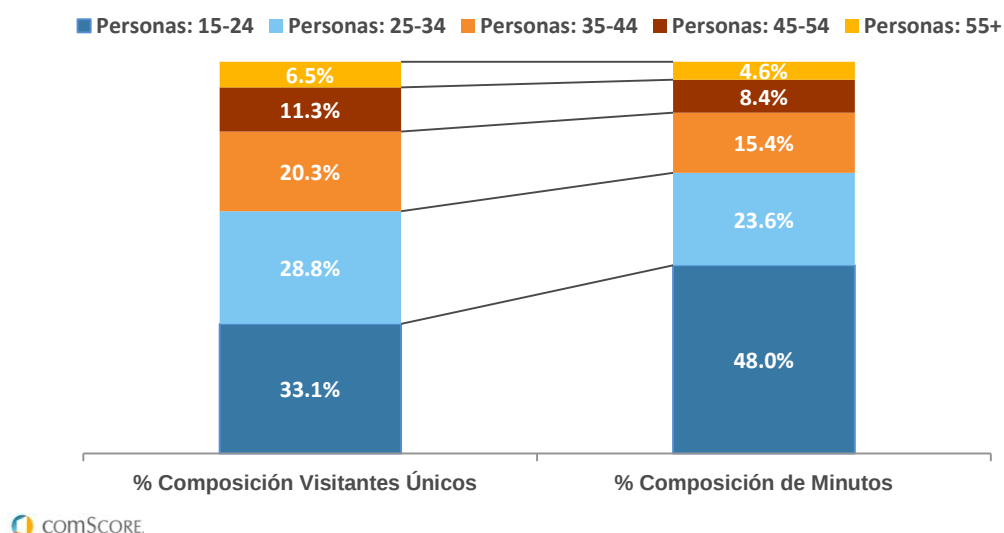


Un análisis en mayor profundidad de los visitantes por segmento de edad reveló que aquellos de edades entre 15-24 registraron la mayor participación en redes sociales con un 33,1%, mientras que aquellos de edades entre 25-34 registraron un 28,8% y visitantes de edades entre 35-44 representaron el 20,3% de todos los asiduos a redes sociales. Los visitantes de edades entre 15-24 demostraron claramente la mayor afinidad a redes sociales, registrando casi la mitad (48%) de todo el tiempo consumido en aquellos sitios durante el mes. Esta tendencia fue más significativa en Venezuela donde los visitantes de edades entre 15-24 registraron un consumo de 3 de cada 5 minutos en redes sociales (58,2%).

% Composición Visitantes y Minutos en Redes Sociales por Edad

Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes América Latina

Edad 15+ Hogar/Trabajo



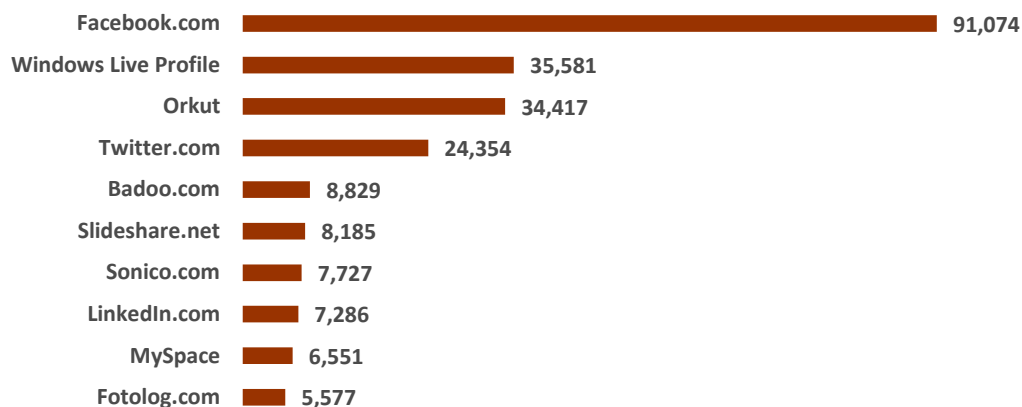
Latinoamericanos Adoptan Facebook como Principal Destino de Redes Sociales

Facebook.com es un fuerte líder en el mercado de redes sociales de América Latina, alcanzando más de 91 millones de visitantes en Junio, un incremento de 52% con respecto al año anterior. La audiencia de Facebook fue casi tres veces más que el tamaño de audiencia del sitio que le sigue, Windows Live Profile, el cual alcanzó 35,6 millones de visitantes en la región. Orkut se ubicó en el lugar número tres con 34,4 millones de visitantes, conducido en gran parte por la popularidad del sitio en Brasil. Por su parte, Twitter.com se ubicó como el cuarto sitio más grande con 24,3 millones de visitantes (un crecimiento del 59%) a medida que los latinoamericanos continúan adoptando el uso de Twitter.

Principales 10 Sitios de Redes Sociales por Visitantes (000) en América Latina

Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes América Latina

Edad 15+ Hogar/Trabajo

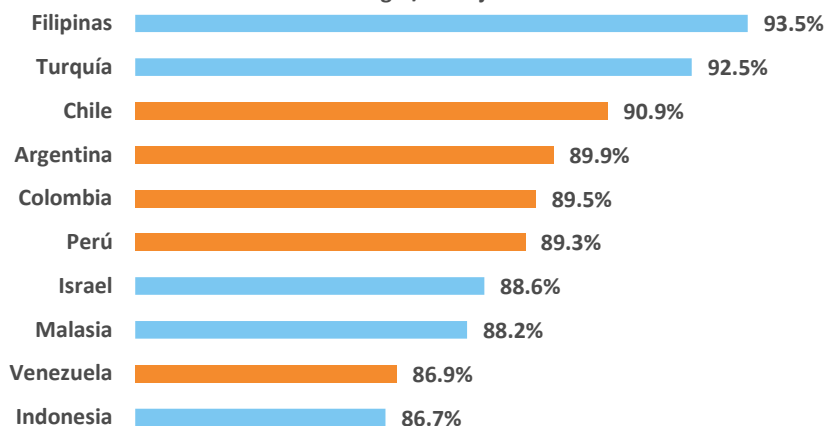


Pese a que los mercados más grandes para Facebook.com en términos de tamaño son Estados Unidos, Alemania e India, muchos de los mercados con mayor penetración para el gigante de las redes sociales se encuentran en América Latina. De hecho, cinco de los principales 10 mercados para Facebook.com en cuanto a penetración se encuentran en la región. Facebook.com alcanzó 90,9% de todos los usuarios online en Chile, posicionándose como el tercer mercado con mayor penetración en el mundo, detrás de Filipinas y Turquía. Argentina, Colombia y Perú siguen de forma inmediata a Chile, con todos los mercados viendo a Facebook.com alcanzar más del 89% de sus poblaciones de Internet, mientras que el sitio alcanzó 86,9% de los usuarios online en Venezuela.

Principales 10 Mercados para Facebook.com por % Alcance de Visitantes

Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes Argentina

Edad 15+ Hogar/Trabajo



Características Destacadas por Mercado

En esta sección examinaremos las tendencias que lideran las redes sociales a través de los mercados individuales de América Latina, analizando Brasil, México, Argentina, Chile, Venezuela, Perú y Colombia.

Brasil: Orkut Lidera el Mercado, pero Facebook Continúa Creciendo Rápido

Brasil es sede de 43,9 millones de visitantes de redes sociales (Junio 2011), alcanzando 90,8% de la totalidad de la población online. Un total de 12,5 mil millones de minutos fueron consumidos en sitios de redes sociales en Junio, registrando un 18,3% de todos los minutos online durante el mes. Un usuario de red social promedió 4,7 horas en estos sitios durante el mes, posicionándose como una de las actividades con mayor afinidad.



Resumen de Redes Sociales en Brasil

Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes Brasil Edad 6+ Hogar/Trabajo

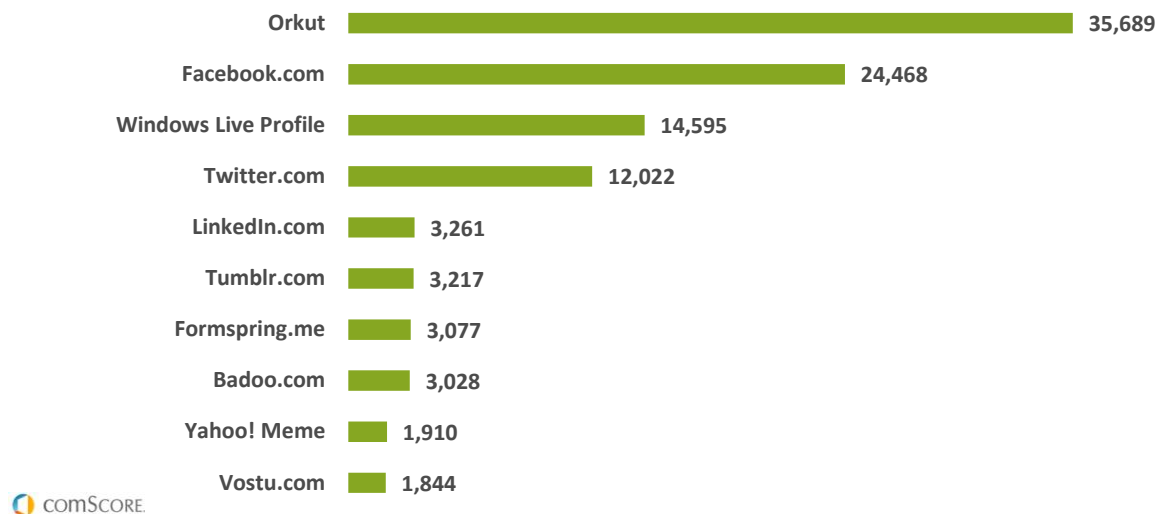
43,9 Millones	Total Audiencia Redes Sociales
90,8%	Población Online Visitando Redes Sociales
12,5 Mil Millones	Minutos Totales para Categorías Redes Sociales
18,3%	% de Total Minutos Online
4,7 Horas	Tiempo Promedio Consumido Por Visitante durante el Mes
Orkut	Principal Sitio de Red Social

Brasil es sede de uno de los más únicos panoramas de redes sociales en el mundo y uno de los pocos mercados donde Facebook.com no lidera la categoría de Redes Sociales. Esta posición de líder ha sido sostenida por Orkut, un destino de red social de propiedad de Google que ha construido grandes audiencias tanto en Brasil como en India. Orkut se ubicó como el destino de redes sociales más visitado en Junio 2011 con 35,7 millones de visitantes, un aumento del 20% en relación al último año.

Facebook.com, que es el segundo sitio de red social más grande en Brasil, experimentó un excepcionalmente fuerte crecimiento de 192%, a 24,5 millones de visitantes en Junio 2011. Windows Live Profile se ubicó en el tercer puesto con 14,6 millones de visitantes, mientras que Twitter.com alcanzó 12 millones de visitantes como el cuarto sitio de red social más grande.

Brasil: Principales 10 Sitios de Redes Sociales por Visitantes (000)

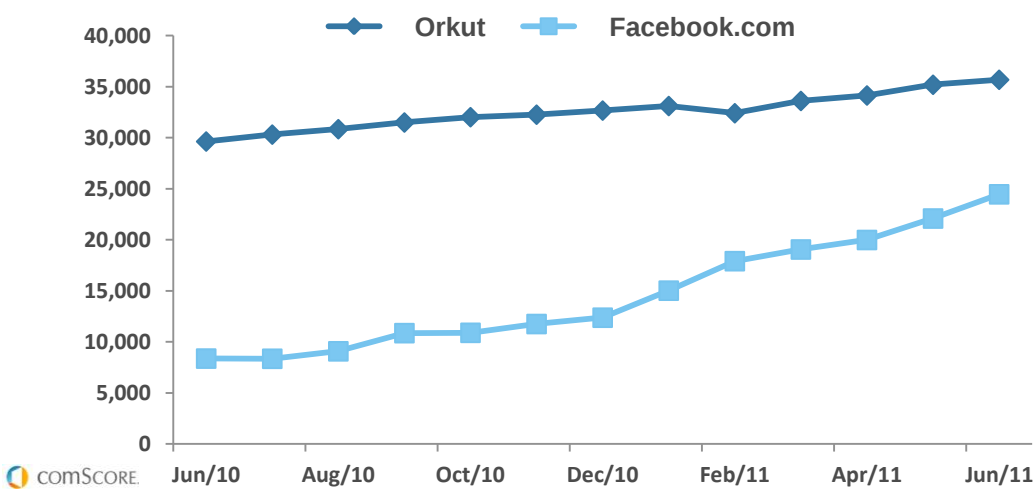
Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes Brasil Edad 6+ Hogar/Trabajo



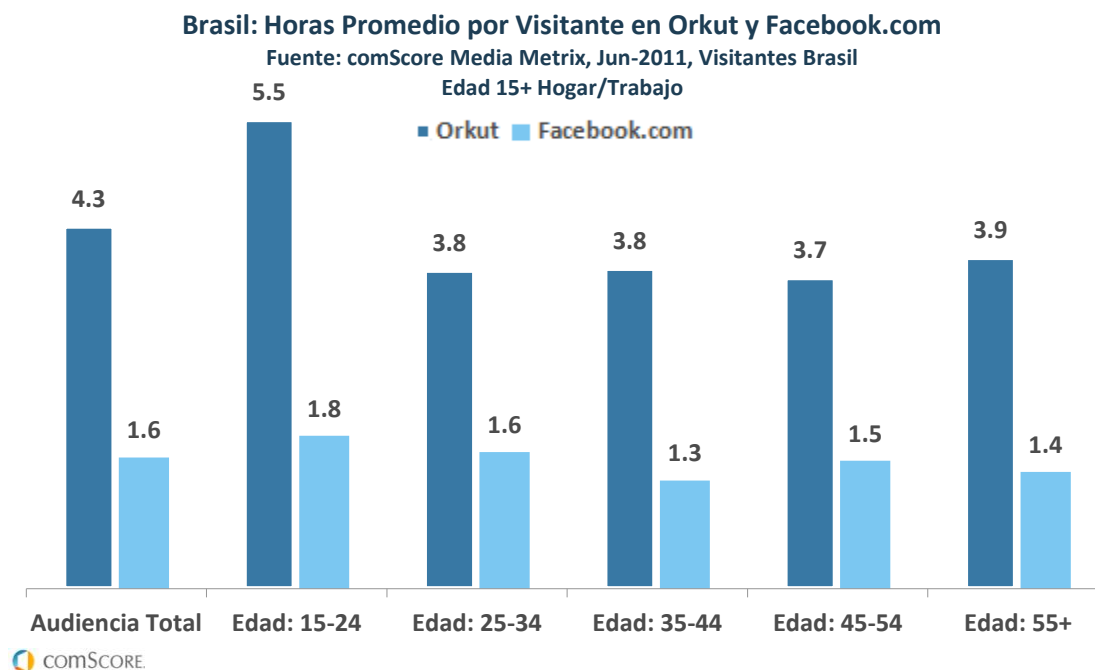
Pese a que Orkut aún mantiene un liderazgo relativamente amplio por sobre Facebook.com en Brasil, éste último se acerca rápidamente a ser la marca líder del mercado. En el último año, Facebook.com ha visto a su audiencia brasilera crecer de 8 millones de visitantes a más de 24 millones de visitantes. Un análisis de las visitas cruzadas entre ambos sitios muestra que 21,1 millones de personas visitaron **ambos** Orkut y Facebook.com durante Junio 2011. Esto demuestra que muchos consumidores están agregando a Facebook.com a su cartera existente de redes sociales, pero puede que muchos no estén listos para escoger una marca por sobre la otra como su red social primaria.

Brasil: Visitantes a Orkut y Facebook.com (000)

Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes Brasil Edad 6+ Hogar/Trabajo



Revisando la afinidad en Brasil, los visitantes de Orkut se encuentran por lejos más involucrados en comparación con los visitantes de Facebook, destacando la historia de Orkut como la red social líder en el mercado. Un visitante promedio de Orkut pasó 4,3 horas en el sitio en Junio 2011, mientras que un visitante a Facebook.com pasó 1,6 horas durante el mes. Visitantes de edades entre 15-24 promediaron el mayor tiempo consumido tanto en Orkut (5,5 horas) como Facebook.com (1,8 horas).



México: Video Online Juega un Rol Clave en Redes Sociales

México es sede de 20,7 millones de visitantes a redes sociales, representando 90,8% del total de la población online. Un total de 8,8 mil millones de minutos se consumieron en sitios de redes sociales en Junio, representando el 27,1% de todos los minutos online, donde un visitante promedio consume 7,1 horas en estos sitios durante el mes.



Resumen de Redes Sociales en México

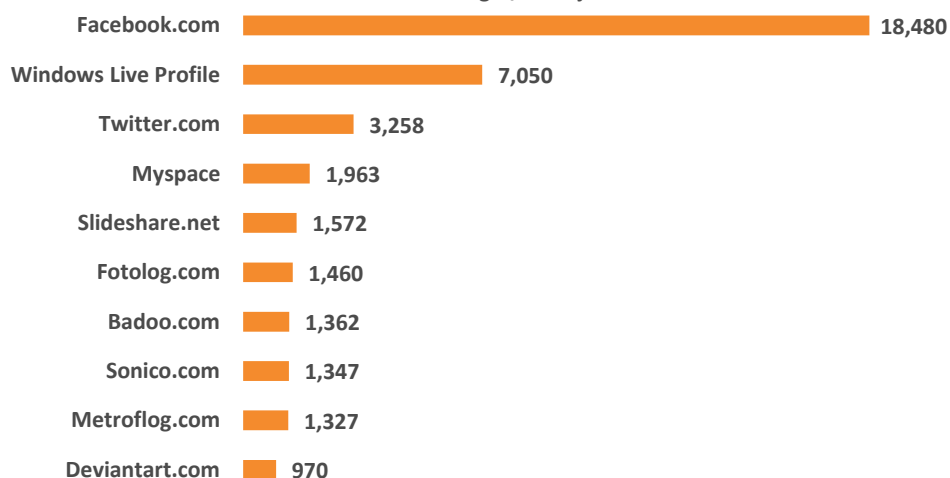
Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes México Edad 6+ Hogar/Trabajo

20,7 Millones	Total Audiencia Redes Sociales
90,8%	Población Online Visitando Redes Sociales
8,8 Mil Millones	Total Minutos para Categoría Redes Sociales
27,1%	% de Todos los Minutos Online
7,1 Horas	Tiempo Promedio Consumido por Visitante durante el Mes
Facebook	Principal Sitio de Redes Sociales

La categoría de Redes Sociales fue liderada por Facebook.com en México, la cual creció un 62% en el último año llegando a 18,5 millones de visitantes en Junio de 2011. Windows Live Profile se ubicó como el segundo sitio más grande en el mercado con 7 millones de visitantes, seguido por Twitter.com el cual alcanzó cerca de 3,3 millones de visitantes (un crecimiento del 37%).

México: Principales 10 Sitios de Redes Sociales por Visitantes (000)

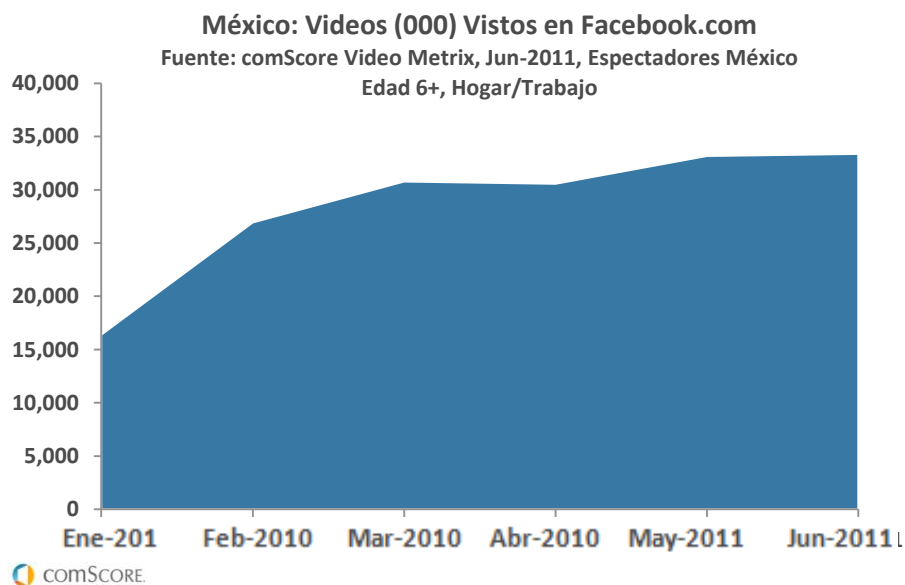
Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes México Edad 6+ Hogar/Trabajo



comSCORE

Las vistas de video continúan siendo una actividad popular y en crecimiento en México donde cuatro de cada cinco usuarios online vieron un video online en Junio con un promedio de 10 horas de vistas

durante el mes. Una de las principales entidades para ver video en México es Facebook.com, el cual tuvo espectadores viendo un total de 33 millones de videos en el sitio durante Junio 2011, más que duplicándose desde Enero 2011 a medida que los visitantes crecieron en su afinidad con el contenido de video en el sitio de redes sociales.



Argentina: El Mercado de Redes Sociales con Más Afinidad en América Latina

Un visitante normal de redes sociales en Argentina promedió 10 horas por mes en redes sociales, haciéndola la población de usuarios sociales con mayor afinidad en la región y la tercera más involucrada en el mundo. En Junio, 12,5 millones de personas visitaron un destino de redes sociales en Argentina, alcanzando 95,4% del total del mercado online.



Resumen de Redes Sociales en Argentina

Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes Argentina Edad 15+ Hogar/Trabajo

12,5 Millones	Total Audiencia Redes Sociales
95,4%	Población Online Visitando redes Sociales
7,5 Mil Millones	Total Minutos para Categoría Redes Sociales
32,2%	% de Total de Minutos Online
10,0 Horas	Tiempo Promedio Consumido por Visitante durante el Mes
Facebook	Principal Sitio de Red Social

Facebook.com se ubicó en la cima de la lista como el sitio de red social más visitado en Argentina con 11,8 millones de visitantes en Junio del 2011, seguido por Windows Live Profile con 3 millones de visitantes. Twitter.com se ubicó en tercer lugar con 2,4 millones de visitantes, mientras que Fotolog.com alcanzó 1,6 millones de visitantes y el sitio de redes sociales profesional LinkedIn llegó a 1 millón de visitantes durante el mes.

Argentina: Principales 10 Sitios de Redes Sociales por Visitantes (000)

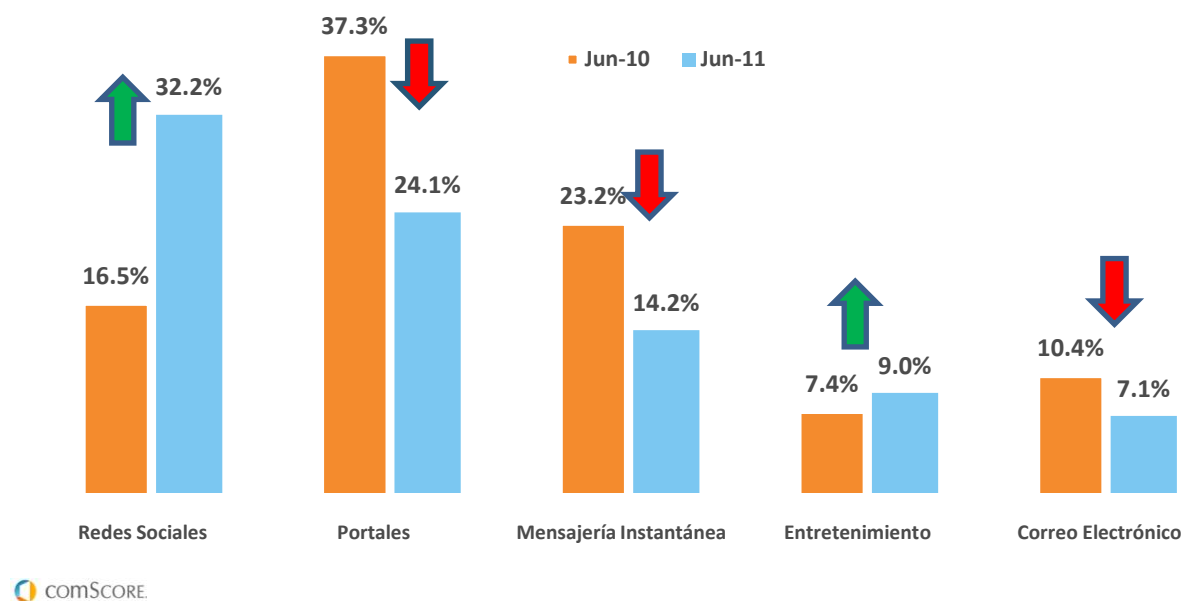
Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes Argentina Edad 15+ Hogar/Trabajo

Facebook.com	11,758
Windows Live Profile	3,059
Twitter.com	2,391
Fotolog.com	1,607
LinkedIn.com	1,055
Sonico.com	996
Badoo.com	982
Slideshare.net	841
Yahoo! Pulse	705
Myspace	702

En Argentina, las redes sociales representaron la mayor participación en minutos online con 32,2% en Junio del 2011, casi duplicando su participación en relación al año anterior. El crecimiento en participación de minutos para la categoría Redes Sociales ha sido en gran parte a costa de los Portales, los que eran la principal categoría en total de minutos el año pasado, pero han declinado fuertemente en participación durante el último año, actualmente registrando 24,1% del total del tiempo consumido online. Los sitios de Mensajería Instantánea también vieron su participación en minutos declinar de 23,2% en Junio del 2010 a 14,2% de participación en Junio del 2011. A medida que más usuarios online buscan contenido de tiempo libre online, la categoría Entretenimiento creció un 9% en la participación de los minutos totales, mientras que Correo Electrónico experimentó un leve descenso de 7,1% en su participación.

Argentina: Principales Categorías por Participación en Total de Minutos Online

Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes Argentina Edad 15+ HogarTrabajo



Chile: El Mercado con Mayor Penetración de América Latina para Facebook

En Junio del 2011, 6,9 millones de chilenos visitaron un sitio de redes sociales, representando el 94% de la población online. Las Redes Sociales registraron un 32,2% del tiempo consumido online durante ese mes, con visitantes promediando 8,7 horas en redes sociales en este mercado altamente involucrado.



Resumen de Redes Sociales en Chile

Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Chile Visitantes Edad 15+ Hogar/Trabajo

6,9 Millones	Total Audiencia Redes Sociales
94,0%	Población Online Visitando Redes Sociales
3,6 Mil Millones	Total Minutos para Categoría Redes Sociales
32,2%	% Minutos Totales Online
8,7 Horas	Tiempo Promedio Consumido por Visitante durante el Mes
Facebook	Principal Sitio de Redes Sociales

Los mercados de redes sociales en Chile y Argentina se asemejan bastante entre sí. En Chile, Facebook.com lideró la categoría con 6,7 millones de visitantes, subiendo un 8% en relación al año anterior. El gigante de redes sociales alcanzó al 90,9% de todos los chilenos online, posicionándose como el mercado de más alta penetración en América Latina y tercer mercado a nivel mundial para penetración de Facebook.com. Windows Live Profile se aseguró el segundo puesto con 1,4 millones de visitantes, mientras que Twitter alcanzó cerca de 1,2 millones de visitantes para ubicarse como el tercer destino de red social más grande en el mercado. La audiencia de Fotolog.com llegó a 1,1 millón de visitantes, alcanzando al 15,2% de chilenos online, el principal mercado mundial en cuanto a penetración de este sitio blog de fotografías.

Chile: Principales 10 Sitios de Redes Sociales por Visitantes (000)

Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Chile Visitantes
Edad 15+ Hogar/Trabajo

Facebook.com	6,676
Windows Live Profile	1,443
Twitter.com	1,166
Fotolog.com	1,117
Bligoo.com	761
Slideshare.net	638
LinkedIn.com	584
Badoo.com	508
Myspace	491
Mimejorfrase2.info	381



Venezuela: Uso de Twitter Continúa Creciendo

Venezuela es hogar de uno de los mercados de redes sociales de más alta penetración en la región con 96% (3,1 millones de personas) visitando redes sociales en Junio del 2011. Las Redes sociales registraron un 34,7% de todos los minutos online en Venezuela con visitantes promediando 8 horas en estos sitios durante el mes.



Resumen de Redes Sociales en Venezuela

Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Venezuela Visitantes Edad 15+ Hogar/Trabajo

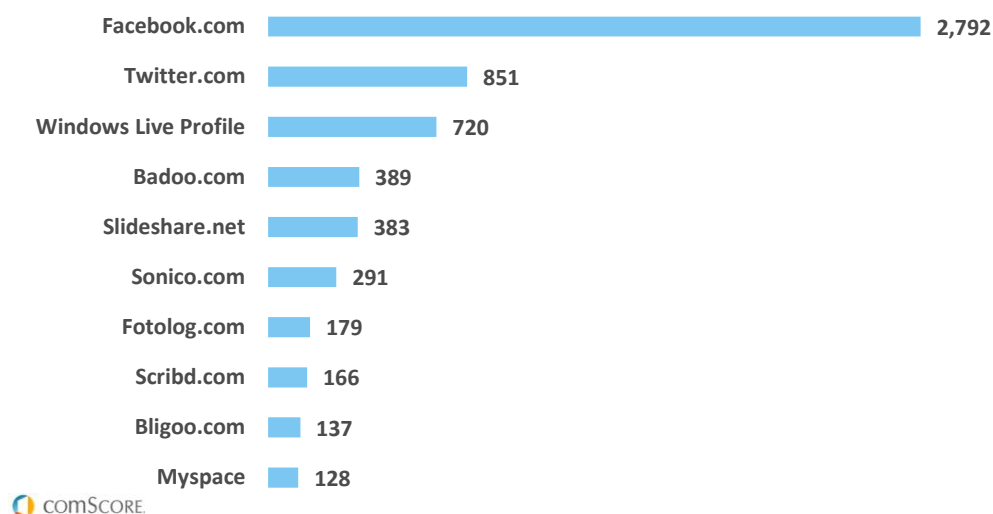
3,1 Millones	Total Audiencia Redes Sociales
96,0%	Población Online Visitando Redes Sociales
1,5 Mil Millones	Total Minutos para Categoría Redes Sociales
34,7%	% de Minutos Online Totales
8,0 Horas	Minutos Promedio Consumidos por Visitante durante el Mes
Facebook	Principal Sitio de Redes Sociales

Facebook lideró el mercado de redes sociales venezolano con 2,8 millones de visitantes, creciendo 38% en relación al año anterior. Twitter.com se posicionó como el segundo mayor sitio de red social en el país, alcanzando 851.000 visitantes. Venezuela es el único país de América Latina en el cual Twitter.com sube al segundo lugar en el ranking de redes sociales. Windows Live Profile se ubicó en el tercer lugar con 720.000 visitantes únicos, seguido por Badoo.com (389.000) y Slideshare.net (383.000).

Venezuela: Principales 10 Sitios de Redes Sociales por Visitantes (000)

Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Venezuela Visitantes

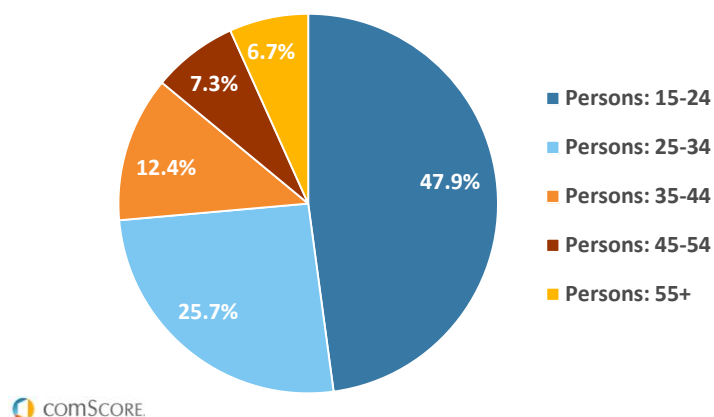
Edad 15+ Hogar/Trabajo



Uno de cada cuatro usuarios online en Venezuela visitó Twitter.com (26,5% de alcance), a medida que los venezolanos mostraron una fuerte propensión a involucrarse con el sitio. Venezuela se ubicó como el tercer mercado de Twitter con mayor penetración, detrás de Holanda y Brasil. Venezuela es sede de una audiencia online relativamente joven (más de 70% de la población online es menor de 35 años) y los visitantes de Twitter.com se asemejan a las características de esa edad. Aquellos de edades entre 15-24 años registraron casi la mitad (47,9%) de los visitantes de Twitter.com en Junio del 2011, mientras que las personas de entre 25-34 años alcanzaron un 25,7% de visitantes.

Uno de cada cuatro usuarios online en Venezuela visitó Twitter.com (26,5% alcance), a medida que los venezolanos mostraron una fuerte propensión a involucrarse con el sitio. Venezuela se ubicó como el mercado de Twitter con mayor penetración detrás de Holanda y Brasil. Venezuela es sede de una audiencia online relativamente joven (más de 70% de la población online es menor de 35 años) y los visitantes de Twitter.com se asemejan a las características de esa edad. Aquellos de edades entre 15-24 años registraron casi la mitad (47,9%) de los visitantes de Twitter.com en Junio del 2011, mientras que las personas de entre 25-34 años alcanzaron un 25,7% de visitantes.

Venezuela: % Composición Visitantes en Twitter por Edad
 Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Venezuela Visitantes Edad 15+ Hogar/Trabajo



Perú: La Importancia de Compartir

La audiencia de redes sociales de Perú alcanzó los 4 millones en Junio, un 96% de la población online. Casi uno de cuatro minutos online fue consumido en la categoría Redes Sociales, representando 1,5 mil millones de minutos en total.



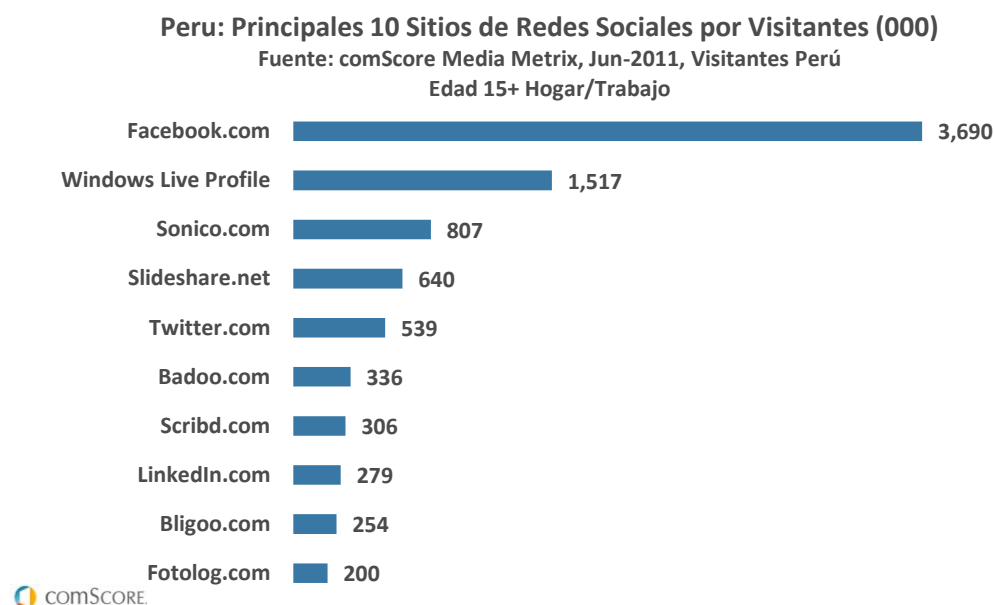
Resumen de Redes Sociales en Perú

Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Perú Visitantes Edad 15+ Hogar/Trabajo

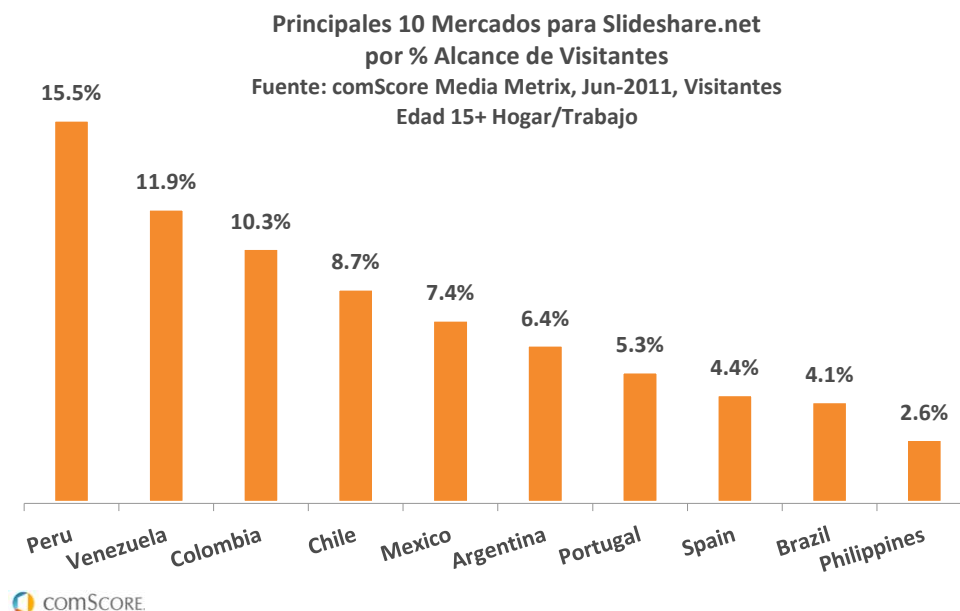
4,0 Millones	Total Audiencia Redes Sociales
96,0%	Población Online Visitando Redes Sociales
1,5 Mil Millones	Total Minutos para Categoría Redes Sociales
22,3%	% de Total Minutos Online
6,6 Horas	Tiempo Promedio Consumido por Visitante durante el Mes
Facebook	Principal Sitio de Redes Sociales

Facebook.com lideró el mercado peruano con 3,74 millones de visitantes, seguido por Windows Live Profile con 1,5 millones de visitantes y Sonico.com con 807.000 visitantes. Sonico alcanzó cerca de 20%

de la población online en Perú posicionándose como la principal marca de redes sociales en términos de penetración.



Slideshare.net, el sitio para compartir presentaciones, es increíblemente popular entre los mercados Latinoamericanos. De los 10 mercados más penetrados para Slideshare.net en cuanto a porcentaje de alcance de visitantes únicos, siete de los mercados se encuentran en la región latinoamericana. Perú lideró todos los mercados alrededor del mundo con 15,5% de su audiencia online visitando el sitio en Junio del 2011, seguido por Venezuela y Colombia, donde ambos vieron un aumento de 10% de sus poblaciones online visitando el sitio durante el mes.



Colombia: Un Tercio del Tiempo Online es Consumido en Redes Sociales

En Junio, la audiencia de redes sociales de Colombia alcanzó 12,7 millones de visitantes (96%) con usuarios promediando 8,4 horas en estos sitios durante el mes. Las redes sociales se ubicaron como la principal categoría de contenido en cuanto a participación de minutos en Colombia con 32,1% del tiempo web consumido en sitios de redes sociales.



Resumen de Redes Sociales en Colombia

Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Colombia Visitantes Edad 15+ Home/Work
Location

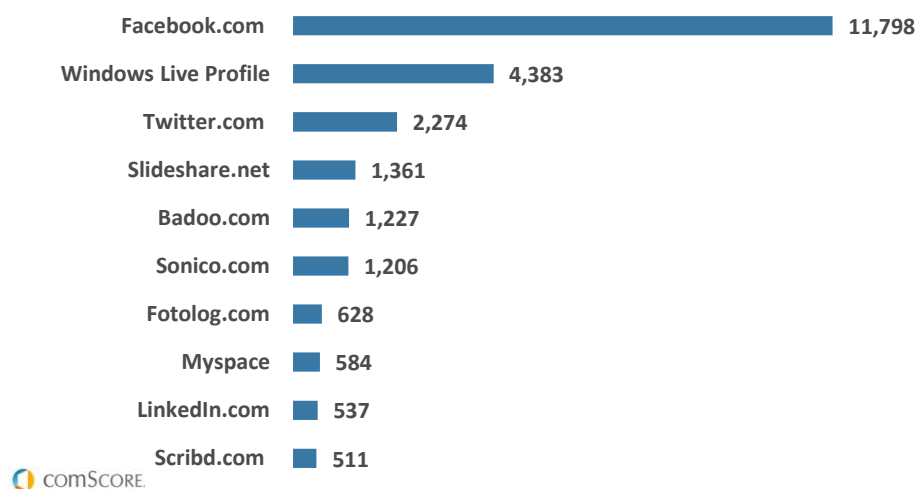
12,7 Millones	Total Audiencia Redes Sociales
96,0%	Población Online Visitando Redes Sociales
6,4 Mil Millones	Total Minutos para Categoría Redes Sociales
32,1%	% de Todos los Minutos Online
8,4 Horas	Tiempo Promedio Pasado por Visitante durante el Mes
Facebook	Principal Sitio de Redes Sociales

En Junio, 11,8 millones de colombianos visitaron Facebook.com, aumentando un 26% en relación al año anterior. Windows Live Profile le siguió como la segunda red social más grande con 4,4 millones de visitantes, mientras que Twitter.com se ubicó en tercer lugar con 2,3 millones de visitantes, más que duplicándose en relación al año anterior a medida que más colombianos adoptaron interactuar en 140 caracteres o menos.

Colombia: Principales 10 Sitios de Redes Sociales por Visitantes (000)

Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Colombia Visitantes

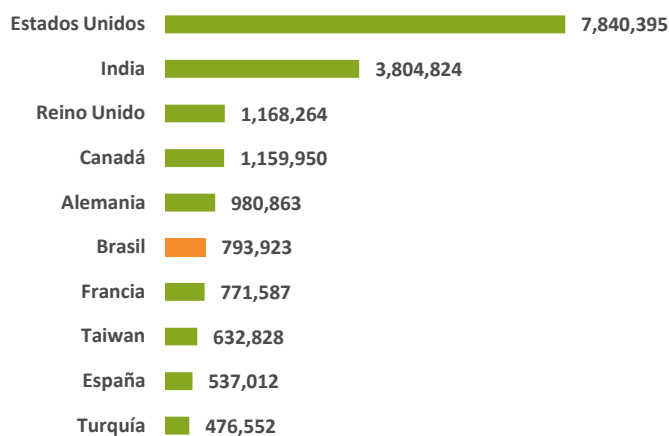
Edad 15+ Hogar/Trabajo



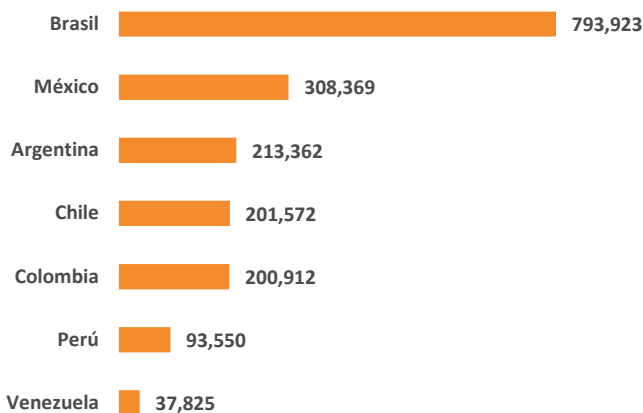
Google+ Causa Revuelo a Nivel Mundial

Un análisis del mercado de redes sociales no estaría completo sin una mirada al estado de la última edición de la red social, Google+. El recientemente lanzado sitio de red social de Google ha sido recibido positivamente en muchos mercados mundiales. Durante los primeros 33 días de su existencia pública (29 de Junio al 31 de Julio del 2011), casi 28 millones de personas a nivel mundial visitaron Google+, un número impresionante para ser su primer mes en el mercado. Estados Unidos lideró a todos los mercados para los visitantes de Google+ con 7,8 millones de visitantes, seguido por India con 3,8 millones de visitantes y el Reino Unido con más de 1,1 millón de visitantes. Brasil se ubicó como el sexto mayor mercado para el sitio, contribuyendo con 793,923 visitantes.

Al mirar a través de América Latina, México mostró la mayor audiencia para Google+ detrás de Brasil con 308.369 visitantes, seguido de Argentina (213.362 visitantes) y Chile (201.572 visitantes). La adopción de la audiencia de Google+ será una tendencia importante a mirar para el resto del año y en 2012, a medida que el sitio intenta entrar al ya bien establecido mercado de redes sociales.

Principales 10 Mercados para Google+ por Visitantes**Fuente: comScore, Global Hogar y Trabajo, Computadores
29 de Junio a 31 de Julio de 2011**

comScore.

Visitantes Google+ en América Latina**Fuente: comScore, Global Hogar y Trabajo, Computadores
29 de Junio a 31 de Julio de 2011**

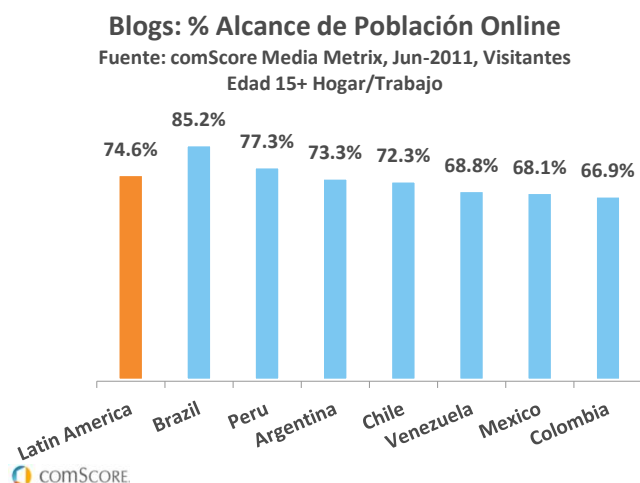
comScore.

Una Red Social

El aspecto social del ambiente online de América Latina aparente no es sólo a través de su popularidad de redes sociales, sino también a través de otras categorías basadas en lo social tales como blogs, personales, compras en grupos y clasificados, los que colaboran a dar forma a la experiencia online.

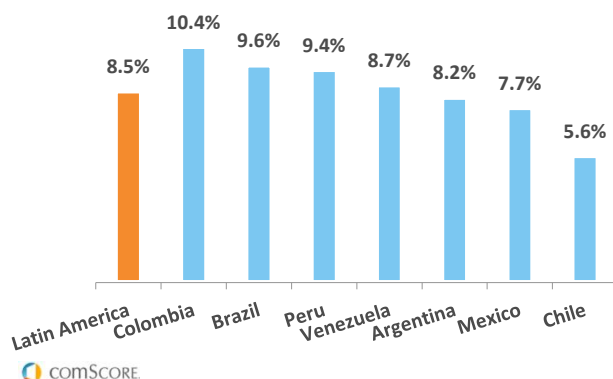
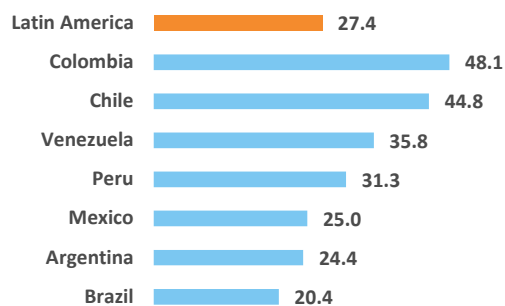
3 de 4 Usuarios Online Latinoamericanos Visitan Blogs

Los Blogs, que son el pariente más cercano de las redes sociales en términos de su naturaleza conversacional, son rápidamente adoptados en América Latina. En Junio del 2011, cerca del 75% de la audiencia regional accedió a la categoría Blogs, promediando 22,7 minutos durante el mes. Por lejos, Brasil fue el mercado más prolífico para Blogs con 85,2% de su audiencia visitando la categoría con un promedio de 32,5 minutos por visitante en Junio.

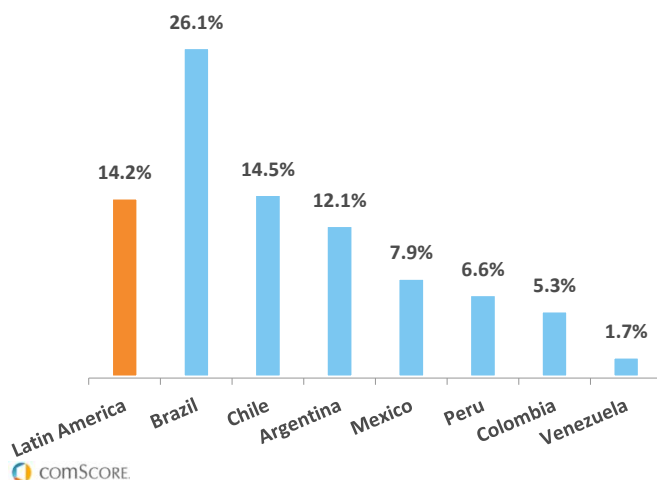


Colombianos Lideran la Región en Sitios de Citas Online

Buscando una conexión en un nivel más romántico, 8,5% de los latinoamericanos online visitaron sitios asociados a temas Personales durante Junio del 2011. Los colombianos demostraron la mayor adopción de sitios Personales con un 10,4% de la población online del país visitando la categoría durante el mes, consumiendo un promedio de 48,1 minutos.

Personales: % Alcance Población OnlineFuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes
Edad 15* Hogar/Trabajo**Personales: Minutos Promedio por Visitante**Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011,
Visitantes América Latina Edad 15+ Hogar/Trabajo**Brasileros son los Más Proclives a Acceder Sitios de Cupones**

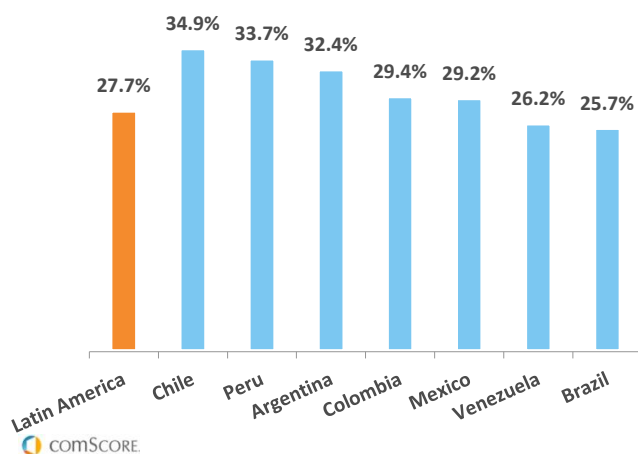
Sitios de cupones, específicamente sitios de compras en grupo/acuerdos diarios, han comenzado a despegar en América Latina, añadiendo un ángulo social a compras online y búsqueda de oportunidades. En Junio, 14,2% de los visitantes regionales accedió a la categoría Cupones, donde Groupon lidera la región con 4,7 millones de visitantes. Brasil superó por lejos a todos los mercados en la región donde un cuarto de su audiencia visitó sitios de cupones durante el mes. Pese a que Groupon lidera como el destino principal de cupones en Brasil en cuanto a visitantes, el fuerte uso de la categoría en el mercado es potenciado por un gran número de sitios de acuerdos locales tales como Clickon.com.br, Apontaofertas.com.br y Peixurbano.com.br por nombrar unos pocos, los que están proporcionando múltiples opciones para el consumidor instruido en acuerdos de descuento.

Cupones: % Alcance de Población OnlineFuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes
Edad 15+ Hogar/Trabajo**Cupones: Minutos Promedio por Visitante**

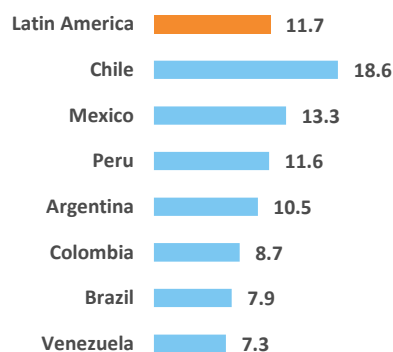
Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes Edad 15+ Hogar/Trabajo

**Chilenos se conectan Mediante Clasificados**

En Junio, 27,7% de la población online de la región se conectó a través de sitios de Clasificados en un promedio de 11,7 minutos por visitante durante el mes. OLX, Inc. lideró la categoría con cerca de 19 millones de visitantes. Los chilenos mostraron el más fuerte interés en Clasificados con cerca de 25% de la audiencia online del país visitando estos sitios durante el mes, con un promedio de 18,6 minutos por visitante.

Clasificados: % Alcance Población OnlineFuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes
Edad 15+ Hogar/Trabajo**Clasificados: Minutos Promedio por Visitante**

Fuente: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes Edad 15+ Hogar/Trabajo

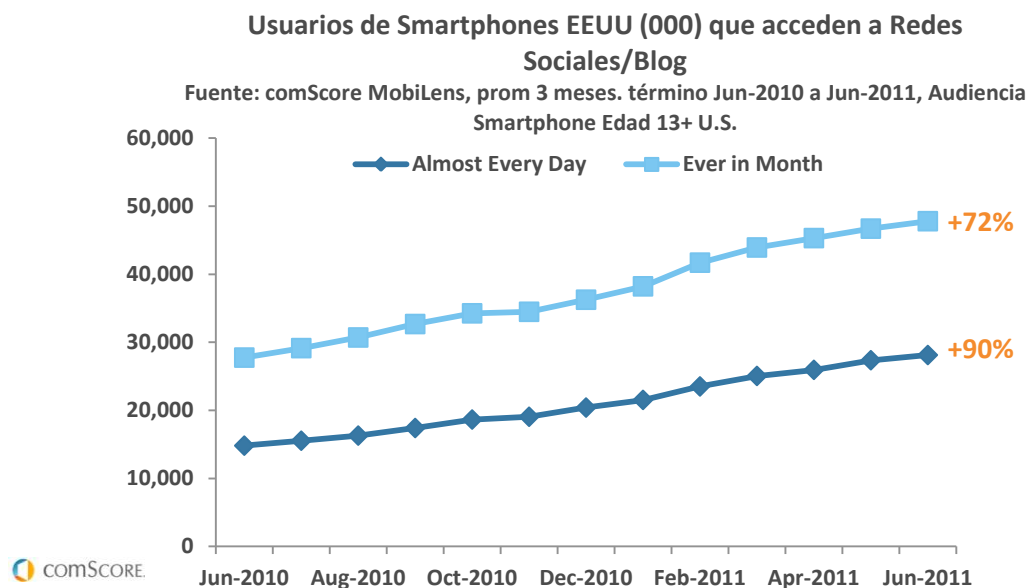


Redes Sociales en Movimiento

Usuarios móviles adoptan Redes Sociales en sus Dispositivos Móviles

Con el crecimiento de la adopción de smartphones, las redes sociales han visto un crecimiento substancial durante el último año a medida que los consumidores se mantienen conectados socialmente estando en movimiento. Si bien comScore actualmente no mide el uso en América Latina a través de su producto MobiLens, el análisis de comportamientos relevantes en Estados Unidos y Europa refleja las más amplias tendencias en adopción de redes sociales móviles.

En Estados Unidos, tres de cada cinco dueños de smartphones accedieron a redes sociales o destinos de blogs en su dispositivo móvil en un promedio de tres meses corridos (siendo Junio de 2011 el último de ellos), ubicándose como la actividad móvil más popular. El número de usuarios de smartphones accediendo a una red social o destino de blog en su móvil (ambos navegador y app) creció 72% durante el año pasado para alcanzar una audiencia de 47,8 millones de visitantes. Aquellos usuarios que acceden a una red social o blogs casi a diario mientras tanto casi se duplicaron, creciendo un 90% a 28,1 millones de usuarios de smartphones.

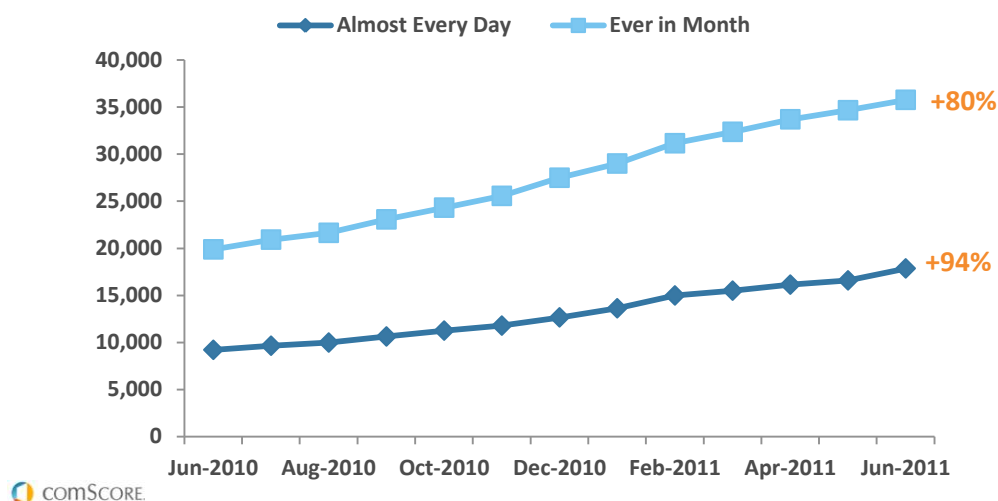


En Europa, lo que incluye Reino Unido, Francia, Alemania, Italia y España, para este análisis, el uso de redes sociales móviles mostró tendencias similares a las de Estados Unidos, donde 2 de cada 5 dueños de smartphones accedieron a estos sitios durante el mes. Más de 35,7 millones de dueños de Smartphone en Europa accedieron a un destino de red social o blog desde su dispositivo móvil, un aumento del 80% en relación al año previo. El uso diario aumentó también, con 17,9 millones de

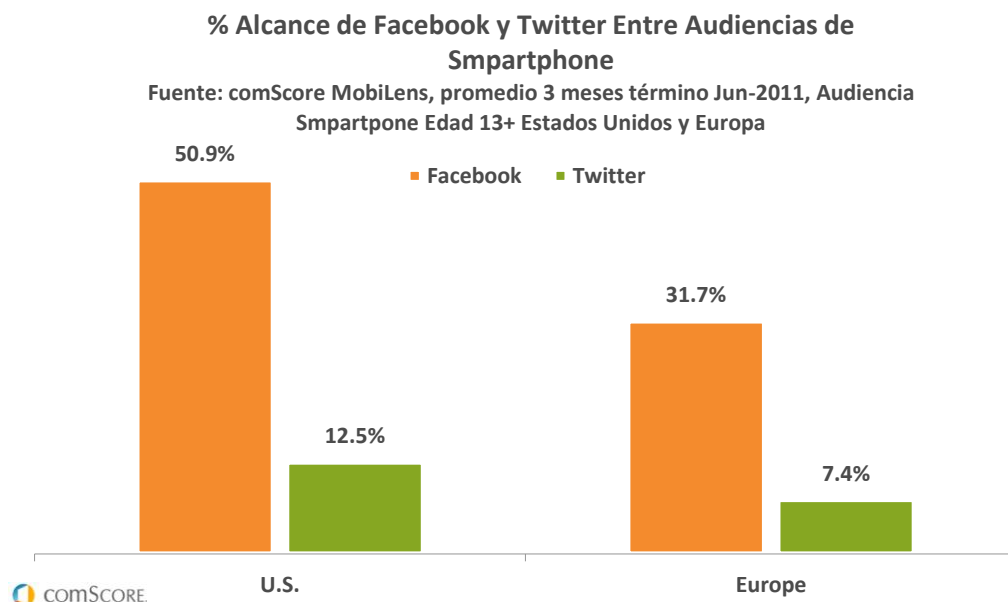
usuarios de smartphones accediendo a sitios de red social en sus dispositivos casi a diario en Europa, aumentando 94%.

Usuarios Smartphone Europa (000) que Accedieron a REd Social/Blog

Fuente: comScore MobiLens, promedio 3 meses, finalizando Jun-2010 a Jun 2011,
Audiencia Smartphone Edad 13+ Europa



Facebook y Twitter se encuentran entre los sitios de redes sociales más grandes a nivel mundial y ambas marcas han desarrollado una audiencia móvil creciente. La mitad de los usuarios de smartphones en Estados Unidos y 31,7% de los dueños de smartphones europeos accedieron a Facebook desde su dispositivo en Junio del 2011, demostrando el amplio alcance de la marca a través de plataformas digitales. Por su parte, Twitter alcanzó 12,5% de la audiencia de smartphones en Estados Unidos y 7,4% de la audiencia Europea de smartphones.



El Rol de las Redes Sociales en la Mezcla de Marketing

Facebook Ofrece Canal de Marketing Global a las Marcas

Los medios sociales han surgido en los últimos años para redefinir el panorama de medios digitales y en el proceso, han cambiado la forma en que pensamos sobre la diseminación de mensajes de marketing.

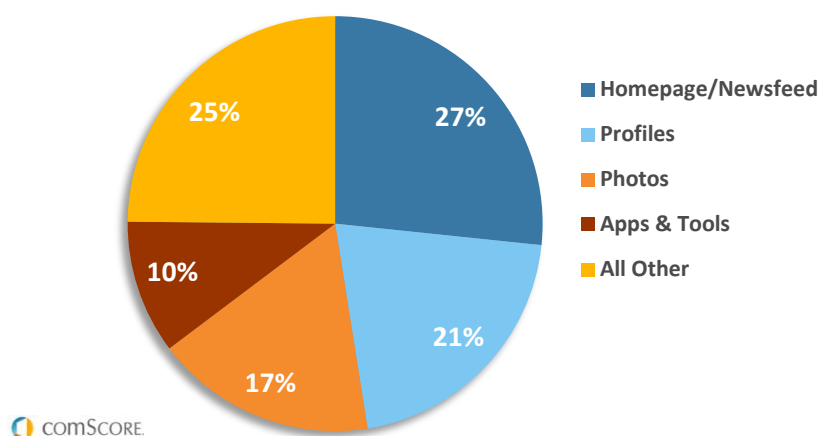
En especial, Facebook, ha facilitado dos experiencias únicas de consumidor que son de interés para los ejecutivos de marca. Primero, la capacidad de los consumidores para identificar marcas de interés y conectarse con ellas ha permitido que marcas y consumidores compartan en nuevas formas: marcas y sus consumidores pueden ahora crear relaciones de dos vías y compartir contenido, noticias y retroalimentación. Los medios sociales también han facilitado maneras innovadoras de compartir información sobre marcas entre amigos.

comScore publicó recientemente el estudio *El Poder de Me Gusta: Cómo las Marcas Alcanzan e Influyen en los Fans a Través del Marketing en Medios Sociales*, el cual proporciona un análisis en profundidad de cómo las impresiones de marcas en medios sociales alcanzan a Fans y Amigos mediante Facebook, en oposición a sólo páginas de Fans de marca. El estudio utiliza **comScore Social Essentials**, un servicio de medición social de avanzada que ayuda a los ejecutivos de marketing a cuantificar el valor de los medios sociales en la mezcla de marketing.

En Estados Unidos, la porción más grande del tiempo consumido por los usuarios en Facebook, se centra en la página principal del individuo la cual contiene el Newsfeed. En Mayo 2011, 27% de la afinidad en Facebook.com ocurre en la página principal y el Newsfeed, seguido por la vista de perfil (21%) y el uso de aplicaciones y herramientas (10%).

Porción de Tiempo Pasado en Facebook.com por Sección de Contenido

Fuente: comScore Mediabuilder, EEUU., Mayo 2011



Entender la importancia del Newsfeed en la experiencia de usuario de Facebook ayuda a ilustrar dónde los usuarios son proclives a ver y diferir información en el sitio. Esta implicancia es especialmente importante para las marcas con presencia en Facebook, ya que el Newsfeed ofrece la mayor oportunidad para alcanzar e involucrarse con clientes actuales y potenciales.

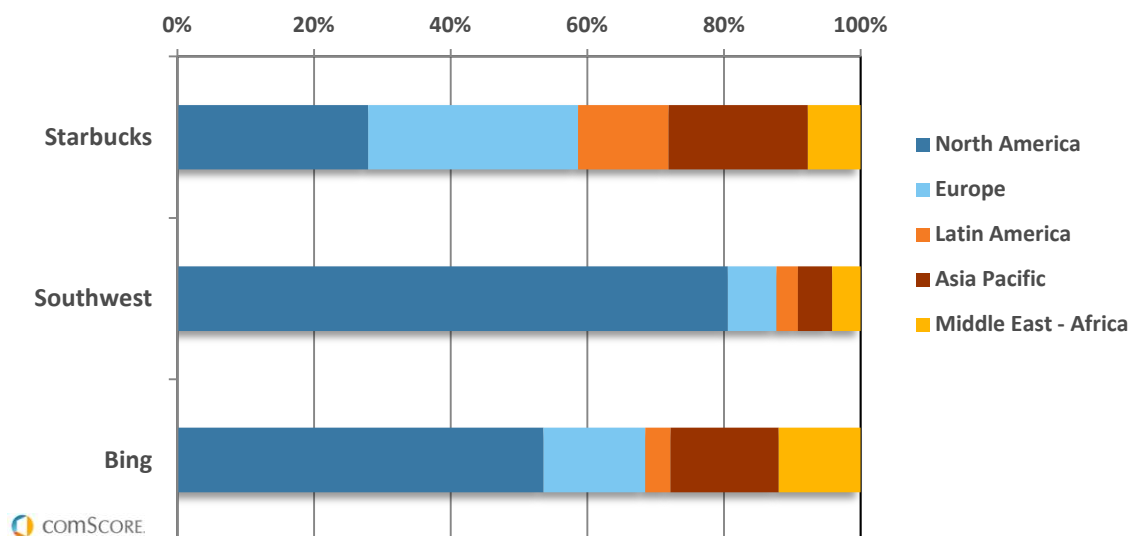
Los usuarios de Facebook demuestran su afinidad por las marcas mediante el uso del botón “me gusta”. Al elegir “me gusta” una marca (también conocido como “haciéndose Fan”) los seguidores pueden expresar afirmativamente su interés en una marca en particular por razones que pueden incluir auto-expresión, comunicar asociaciones positivas de esa marca a otros, permanecer en comunicación con aquella marca, o recibir ofertas y promociones.

El cuadro a continuación ilustra claramente cómo las marcas pueden estar alcanzando a sus Fans alrededor del mundo con impresiones de marca en Facebook. De las tres marcas analizadas, Starbucks tuvo la base más diversa de Fans expuestos a lo largo de las cinco regiones mundiales, donde América Latina registró 13,3% del total. Southwest tiene la base de fans más concentrada, lo cual es entendible ya que es una aerolínea de Estados Unidos. Bing, una marca mundial, disfruta de una diversa base de Fans, sin embargo, en un menor grado que Starbucks. Starbucks, el cual tiene 5,500 cafeterías en más de 50 países, está claramente capitalizando Facebook como un canal de marketing mundial. En Mayo,

las impresiones de medios sociales de Starbucks alcanzaron más de 53 millones de personas a nivel mundial.

Starbucks, Southwest & Bing: Percentage of Exposed Fans by Worldwide Region

Fuente: comScore Social Essentials, U.S., May 2011



El Futuro de las Redes Sociales en América Latina

Sin duda, las redes sociales son una actividad clave en América Latina, demostrado por su amplio alcance entre las poblaciones online y su naturaleza de fuerte afinidad. El uso por parte del consumidor de las redes sociales para interactuar con gente y contenido en la web no muestra signos de disminuir en el futuro cercano y continúa afirmándose en la web.

Para las marcas, los medios sociales proporcionan un canal donde pueden involucrar activamente a sus clientes actuales y potenciales. Si bien integrar los medios sociales a la estrategia de marketing no es una solución de tamaño único que calce a todo, se requiere que los negocios evalúen si los medios sociales son el canal ideal para alcanzar a su audiencia y lograr sus objetivos de marketing, y de ser así, cuáles canales de medios son los más valiosos para su estrategia. Para muchas marcas, los medios sociales otorgan una oportunidad sin precedente de relación de dos vías con clientes que pueden ser una fuente clave en construir conciencia de marca, lealtad e incluso ventas.

Sólo el tiempo dirá cómo el panorama de redes sociales se desarrollará en América Latina a medida que nuevos actores entran al mercado y marcas establecidas buscan mantener audiencias con nuevas herramientas y características. Esto puede ser asumido de manera segura pese a que las redes sociales quedarán como parte integral del ambiente digital en el futuro previsible a medida que la gente continúa buscando conexiones sociales en la web.

Notas a los Datos y Fuentes

Este reporte usa datos provenientes de varios servicios de comScore, incluyendo [comScore Media Metrix](#), [comScore Video Metrix](#), [comScore MobiLens](#) y [comScore Social Essentials](#).

La mayoría de los datos usados en este informe tiene como fuente a comScore Media Metrix, donde el periodo de datos es Junio 2011. A menos que se haya especificado de otra manera, toda la data es relativa a usuarios de Internet de mayores de 15 años, accediendo a Internet desde un PC o laptop ubicados en Hogar u Oficina. Datos que tienen como fuente a otros productos comScore han sido claramente especificados en las tablas o gráficos.

comScore mide de forma precisa el comportamiento de consumidores mundialmente a través de su diseño de panel propietario, tecnología de captura de datos patentada, red de recuperación de datos online y metodología Unified Digital Measurement™. Para mayor información acerca de la metodología de comScore, por favor visite: www.comscore.com.

Acerca de comScore, Inc.

comScore, Inc. (NASDAQ: SCOR) es un líder mundial en medición del mundo digital y fuente preferida de analíticas de negocios digitales. comScore ayuda a sus clientes a entender mejor, integrar y beneficiarse del panorama digital de evolución rápida al proporcionar información, analíticas y soluciones de software on-demand para la medición de avisos y audiencias online, planificación de medios, analíticas de sitio web, efectividad de publicidad, copy-testing, medios sociales, video, móvil, medios cruzados, e-commerce, y una amplia variedad de formas emergentes de comportamiento del consumidor digital. Los servicios de comScore, los cuales hoy incluyen una serie de productos de adquisición reciente AdXpose, Nedstat, Nexius XPlore, ARSGroup y Certifica, que son utilizados por más de 1.800 clientes alrededor del mundo, los que incluyen a líderes mundiales tales como AOL, Baidu, BBC, Best Buy, Carat, Deutsche Bank, ESPN, France Telecom, Financial Times, Fox, Microsoft, MediaCorp, Nestle, Starcom, Terra Networks, Universal McCann, Verizon Services Group, ViaMichelin y Yahoo!. Para mayor información, favor visite www.comScore.com.

PARA MAYOR INFORMACIÓN FAVOR CONTACTAR A:

Jasna Seguić
comScore, Inc.
+56 2 963 5820
prensa@comscore.com