

**3er Encuentro
de la Red de
Comunicación
de la ODU CAL**
Transformando la comunicación

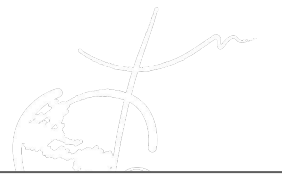
UNA PARA TODOS Y ¿TODOS PARA UNA?

Consumo de redes sociales en jóvenes latinoamericanos:
casos de Chile y México

Miguel Angel Jarquín (Universidad de La Salle)
Rommel Piña A. (Universidad Finis Terrae)

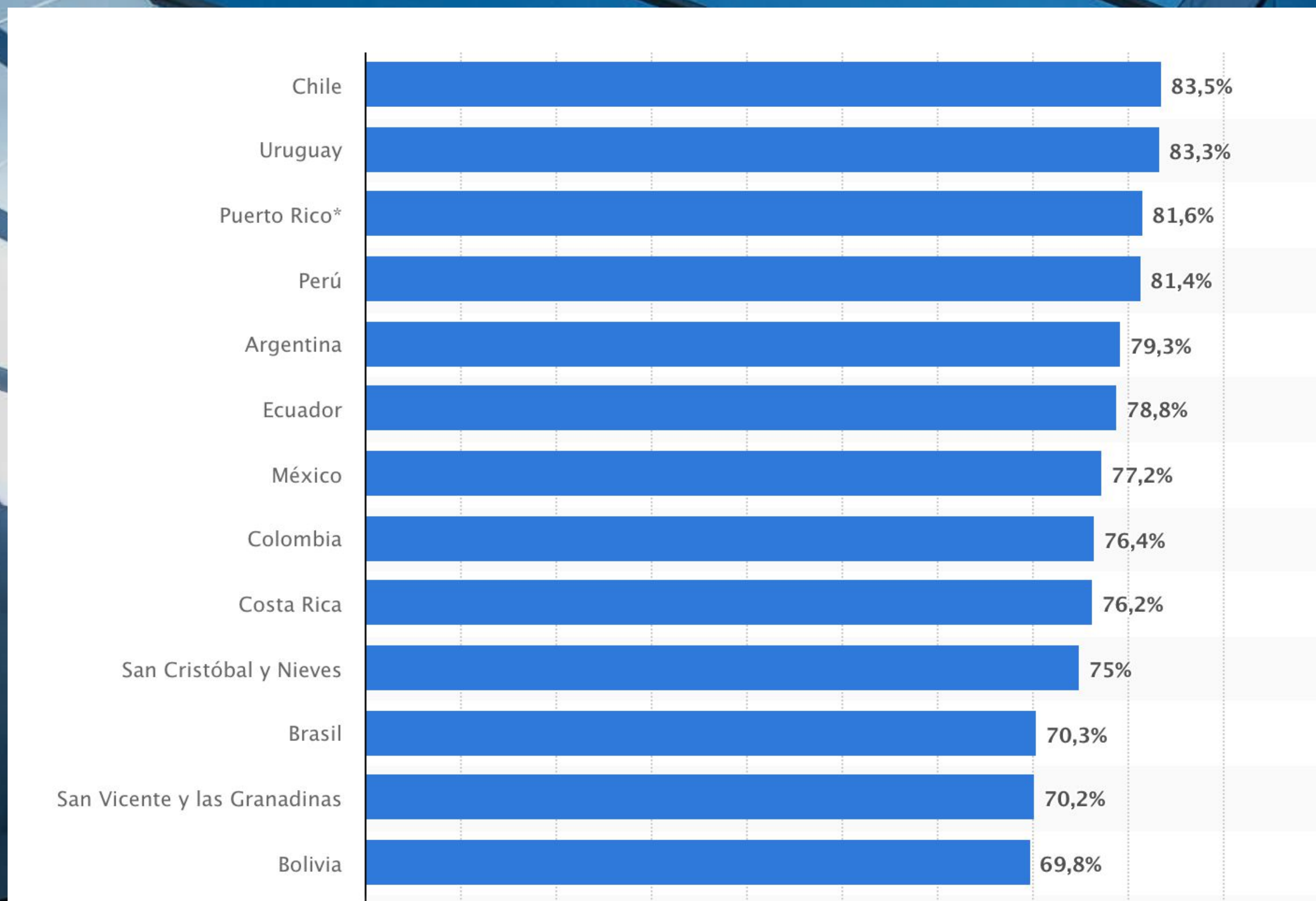


<https://www.menti.com/z3da183xhm>



Fuente: Statista.

Entre enero de 2020 y enero de 2021, Chile, Uruguay y Puerto Rico se convirtieron en los países con mayor consumo de redes sociales. En México, Whatsapp y Facebook fueron las más utilizadas, pero en Brasil hay 99 millones de usuarios solo en Instagram.



En marzo de 2020, TODO CAMBIÓ. Y el consumo de redes sociales se disparó con respecto a 2019. El efecto pandemia había llegado.



* Del 1 al 29 de marzo de 2020, en comparación al mismo periodo en 2019. Incluye Facebook, Instagram y Twitter. Países latinoamericanos seleccionados.

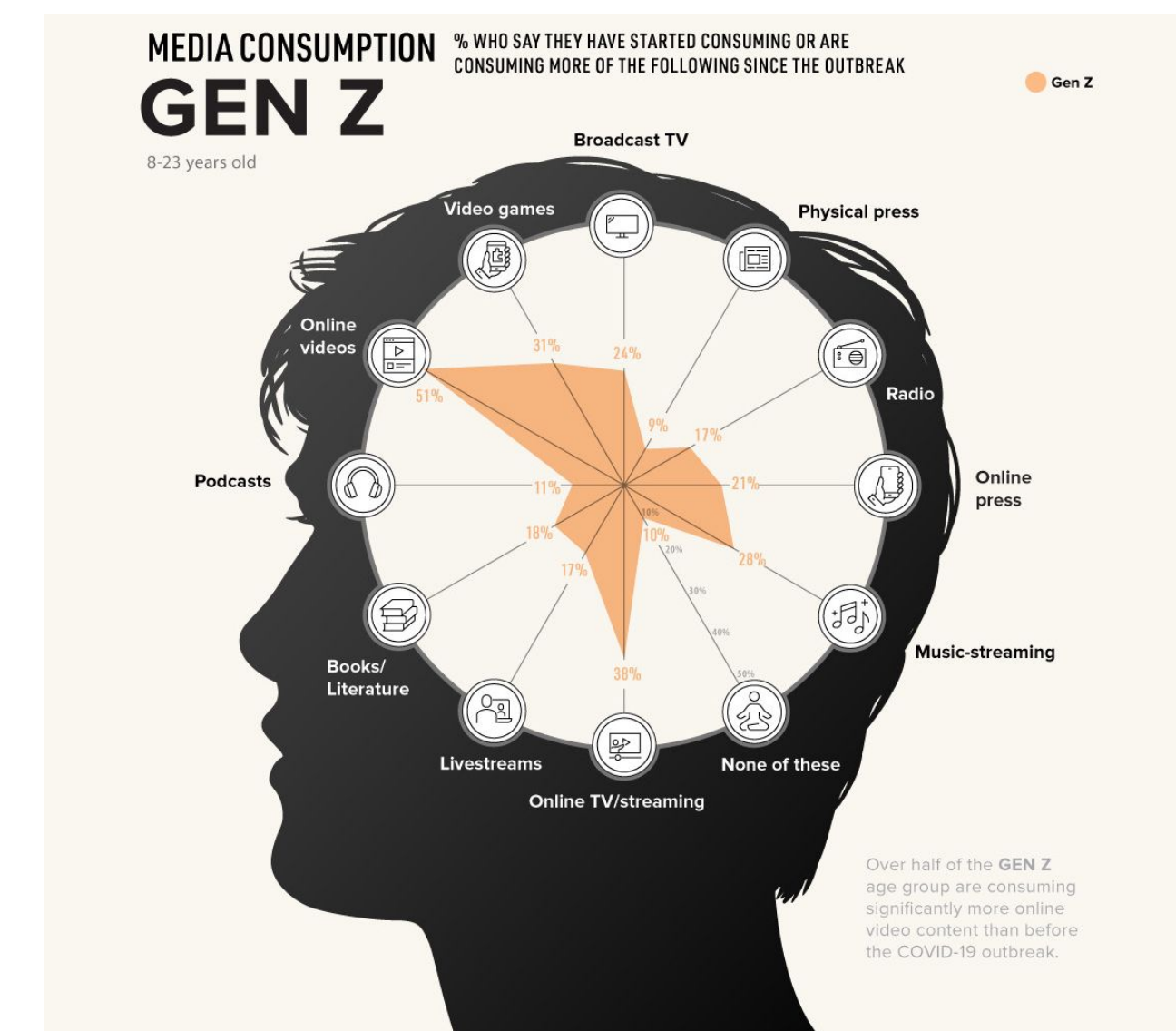
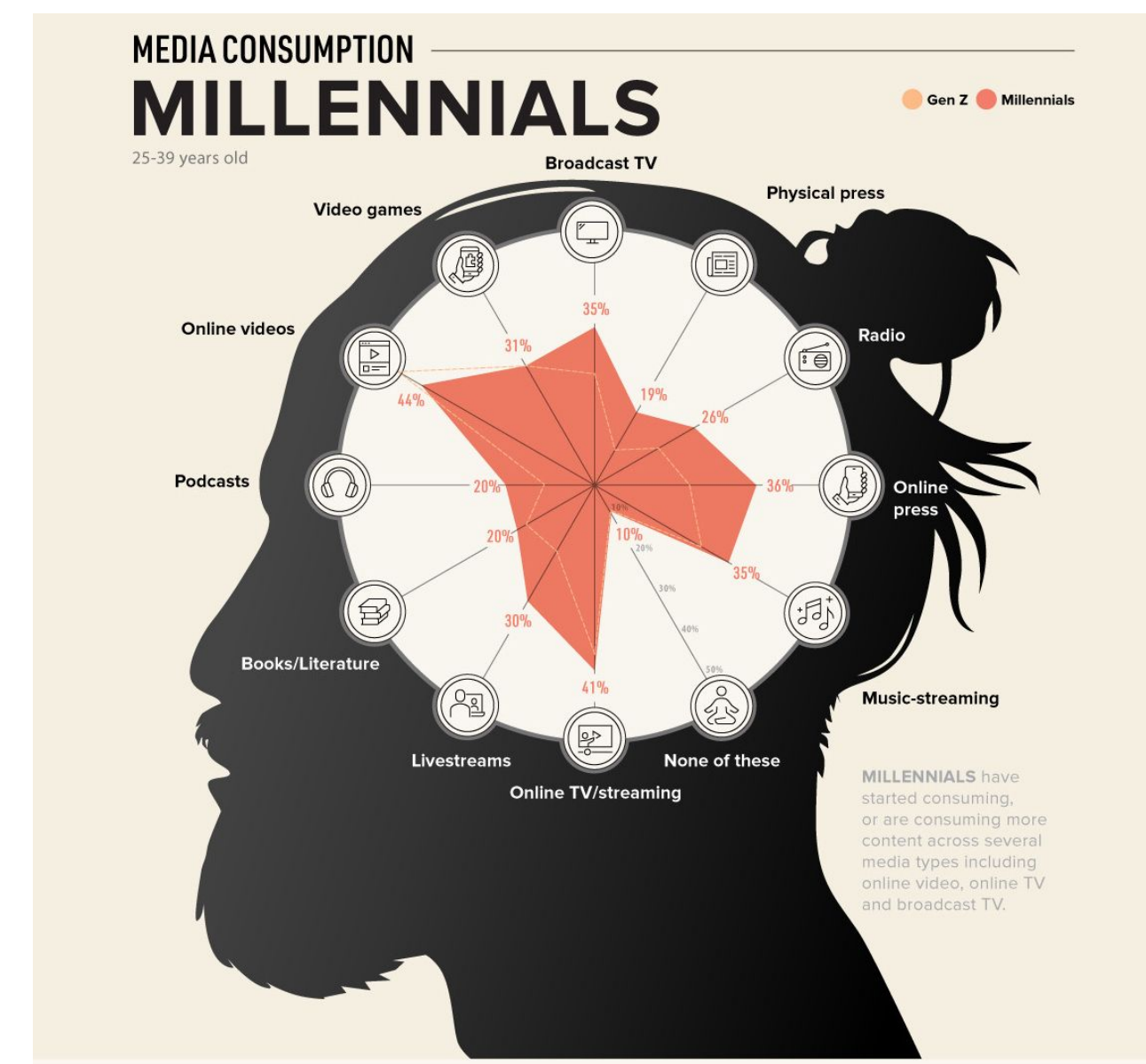
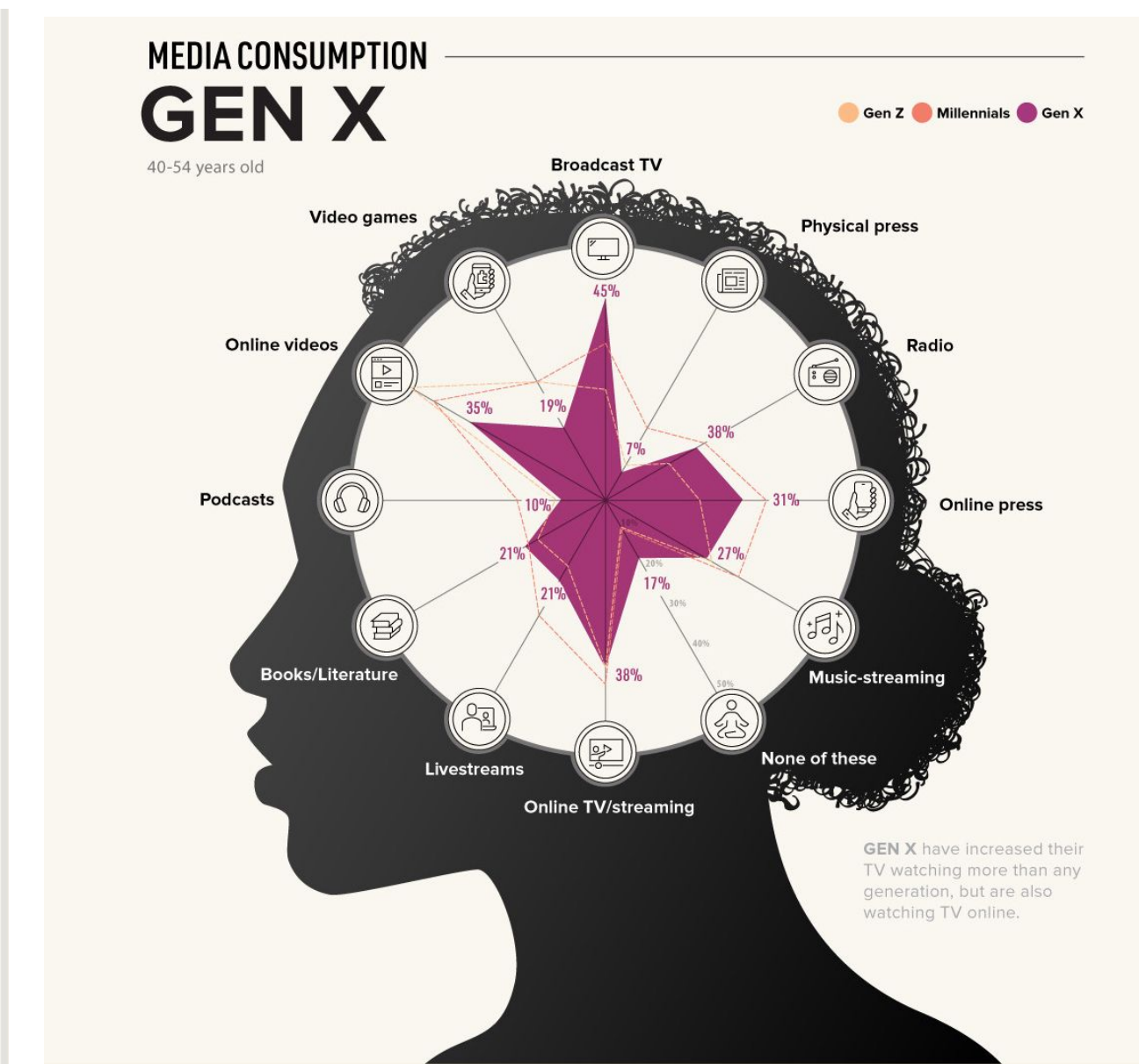
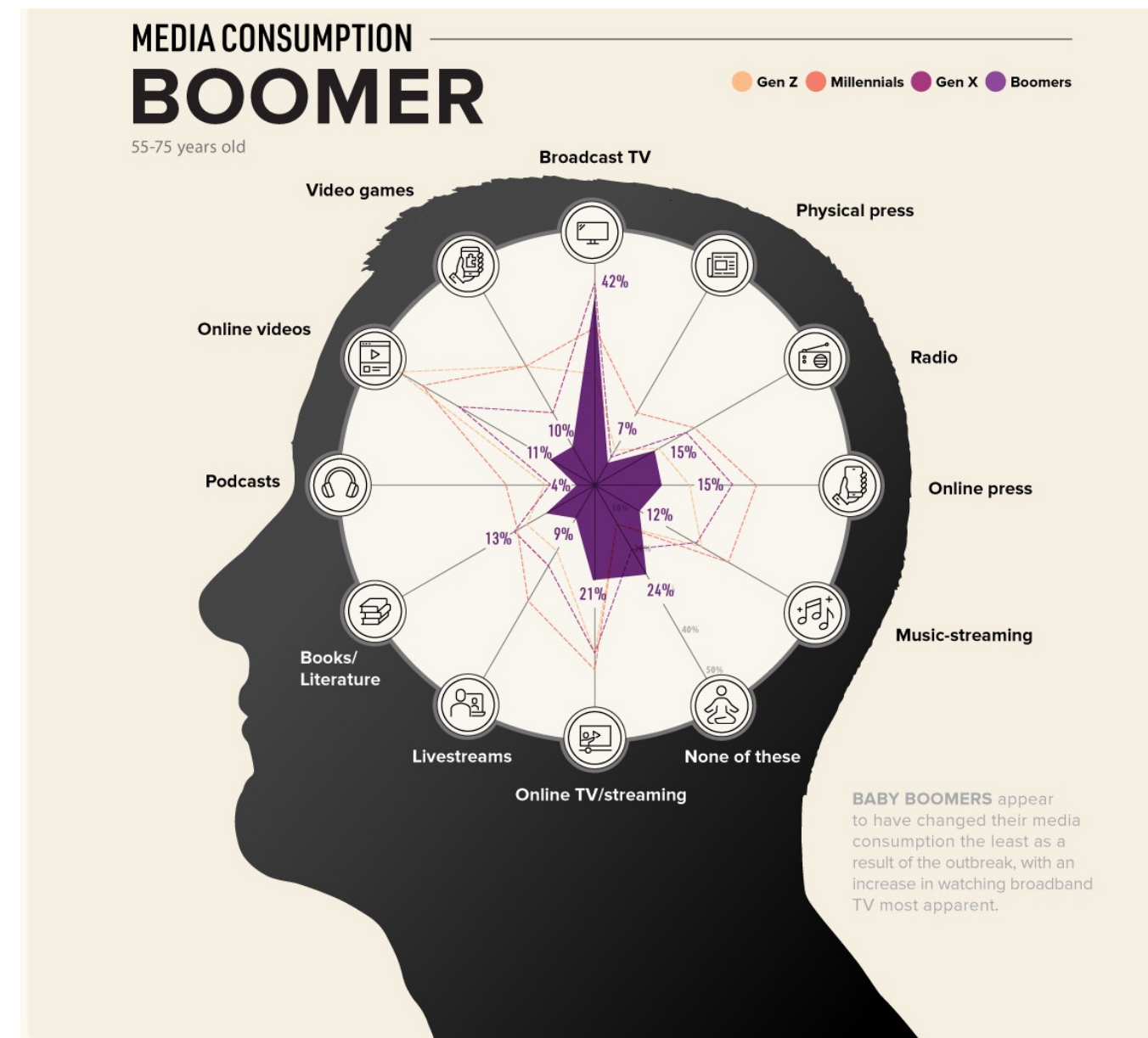
Fuente: Shareablee vía comScore

QUÉ CONSUMEN

Quiénes son los millennials, centennials y pandemials

Las audiencias han ido cambiando con el tiempo, pero también con los contextos. Ya no miramos ni escuchamos igual. Ya no consumimos igual. La *captología* ha llegado para quedarse.

Fuente



CONTENT IS LIKE WATER



“ You put water into a cup it becomes the cup.
You put water into a bottle it becomes the bottle.
You put it in a teapot, it becomes the teapot. ”

PAPA BENEDICTINO VS PAPA FRANCISCO

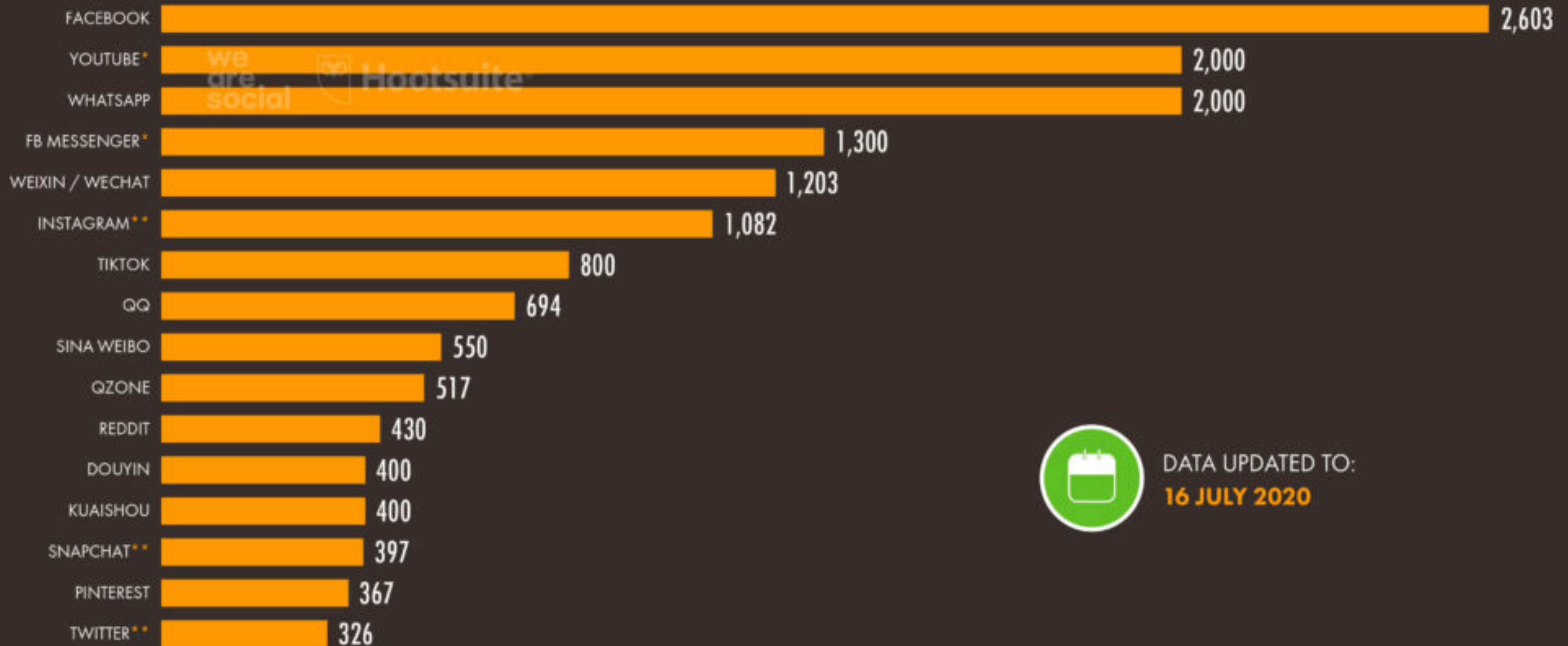
La sociedad cambia sus conductas más rápido que los medios cambian sus actitudes.



JUL
2020

THE WORLD'S MOST-USED SOCIAL PLATFORMS

BASED ON MONTHLY ACTIVE USERS, ACTIVE USER ACCOUNTS, OR ADDRESSABLE ADVERTISING AUDIENCES (IN MILLIONS)

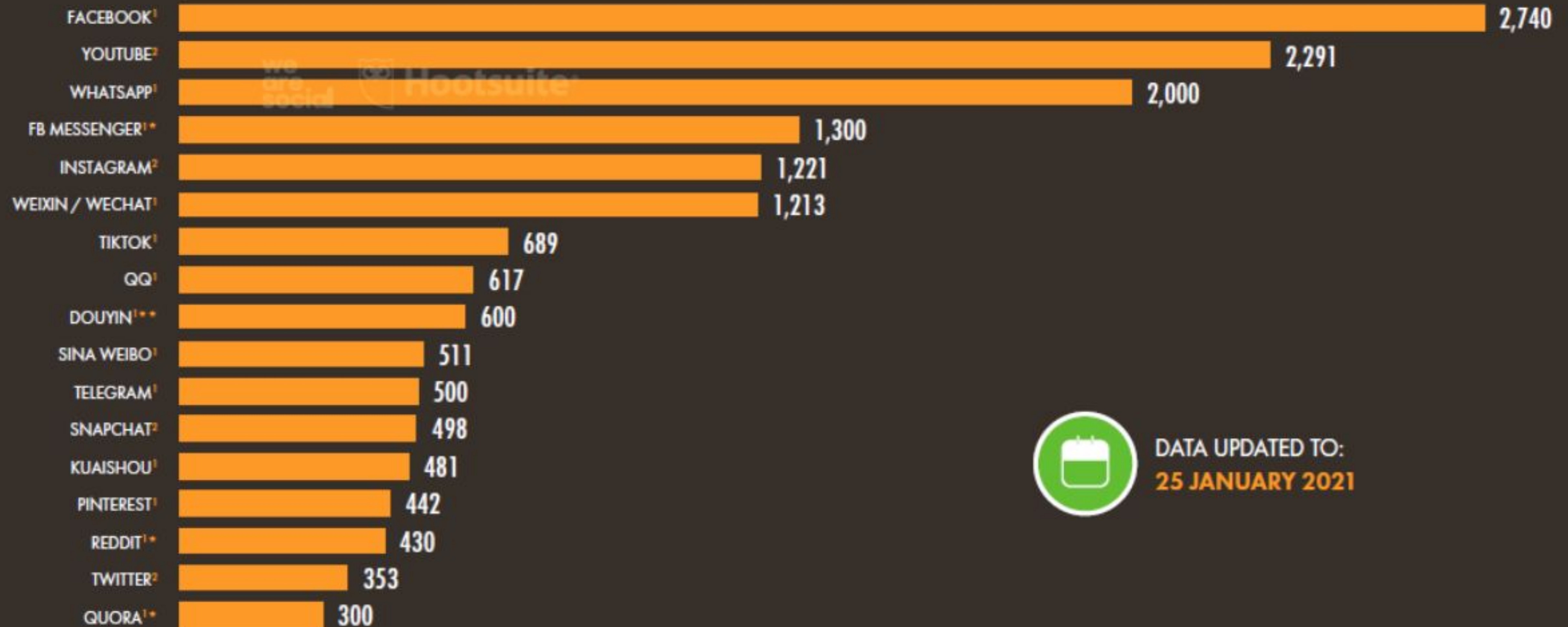


DATA UPDATED TO:
16 JULY 2020

JAN
2021

THE WORLD'S MOST-USED SOCIAL PLATFORMS

THE LATEST GLOBAL ACTIVE USER FIGURES (IN MILLIONS) FOR A SELECTION OF THE WORLD'S TOP SOCIAL MEDIA PLATFORMS*



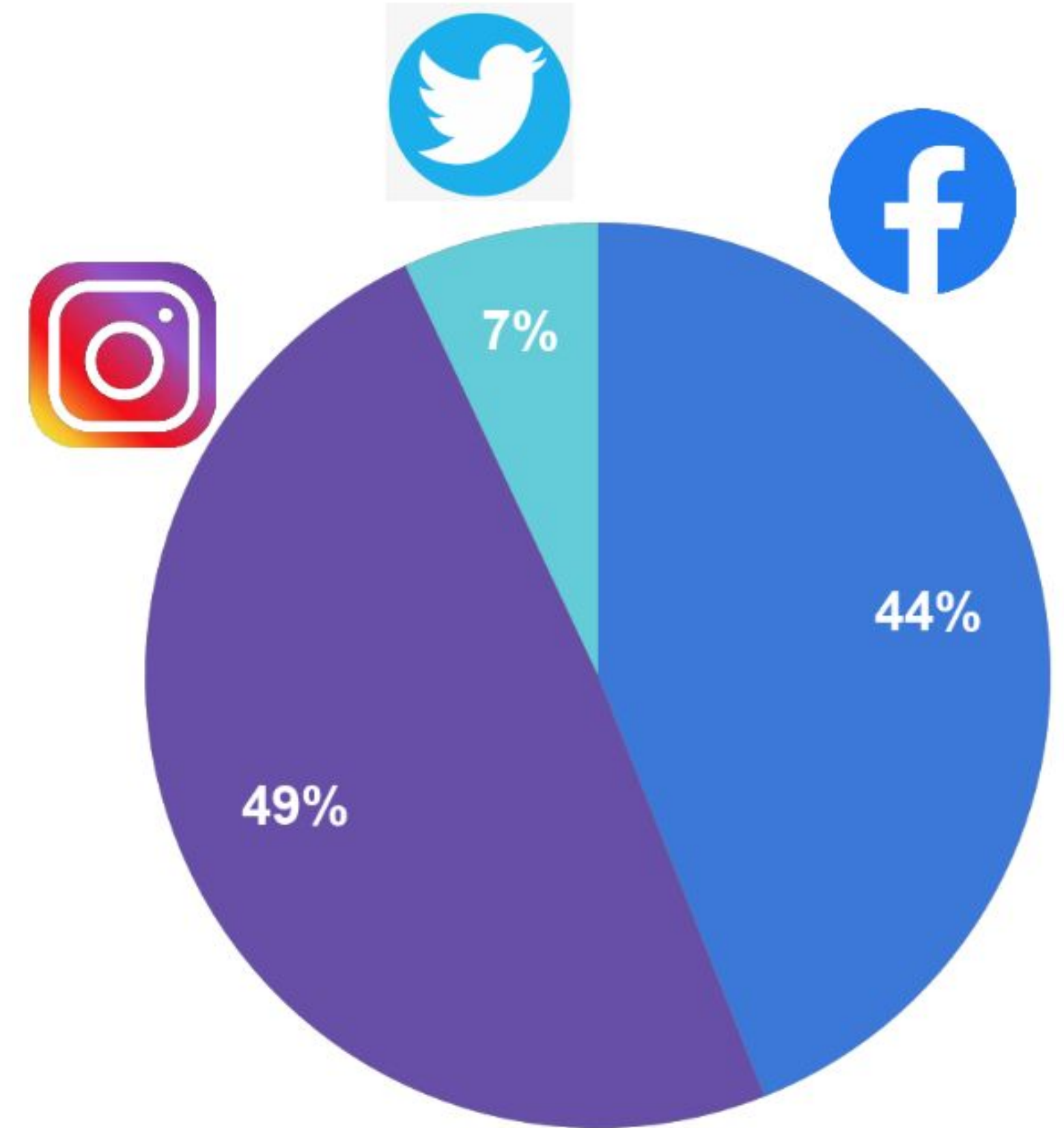
DATA UPDATED TO:
25 JANUARY 2021

Consumo de Redes Sociales en América Latina

Resumen de publicaciones e interacciones por país

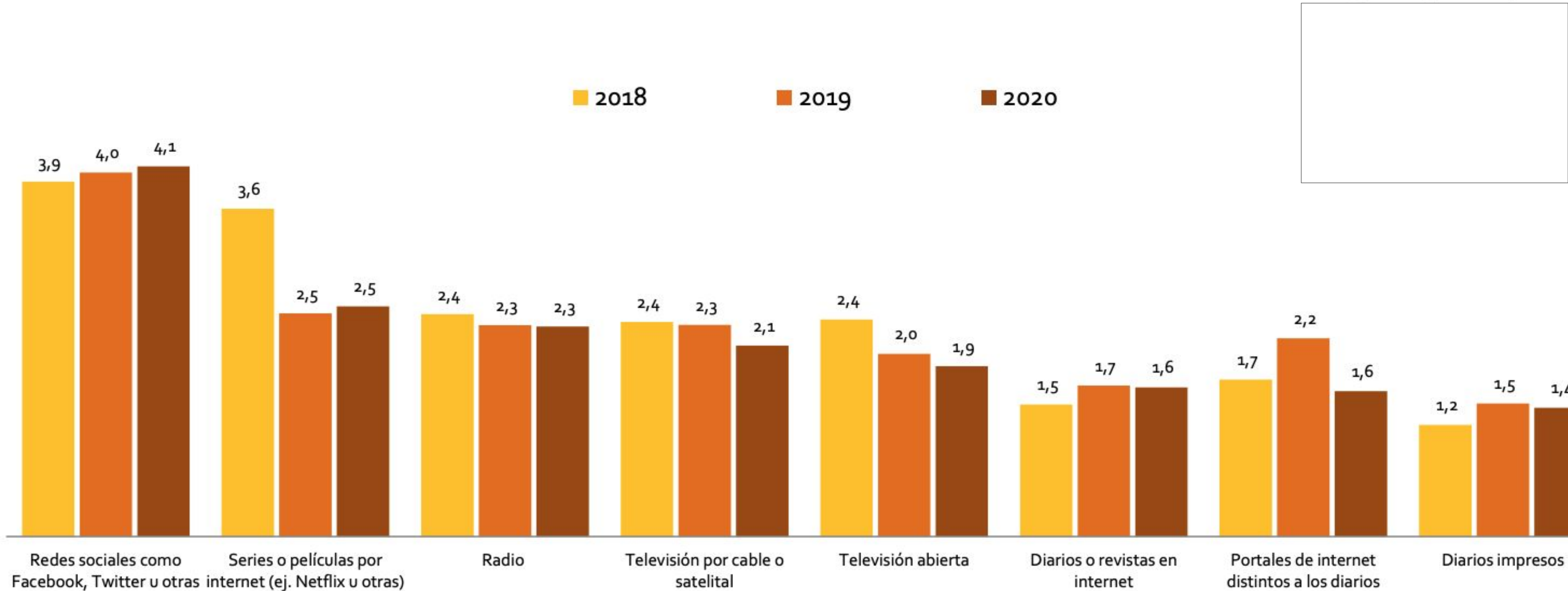
País	Publicaciones	Interacciones	Interacción promedio por Post
Argentina	6.5 millones	2.7 billones	425
Brasil	17.6 millones	9.5 billones	1000
Chile	3.9 millones	1.1 billones	291
Colombia	5.7 millones	2.1 billones	293
México	16.4 millones	6.7 billones	374
Perú	3.5 millones	1.6 billones	431

Share de acciones por canal social

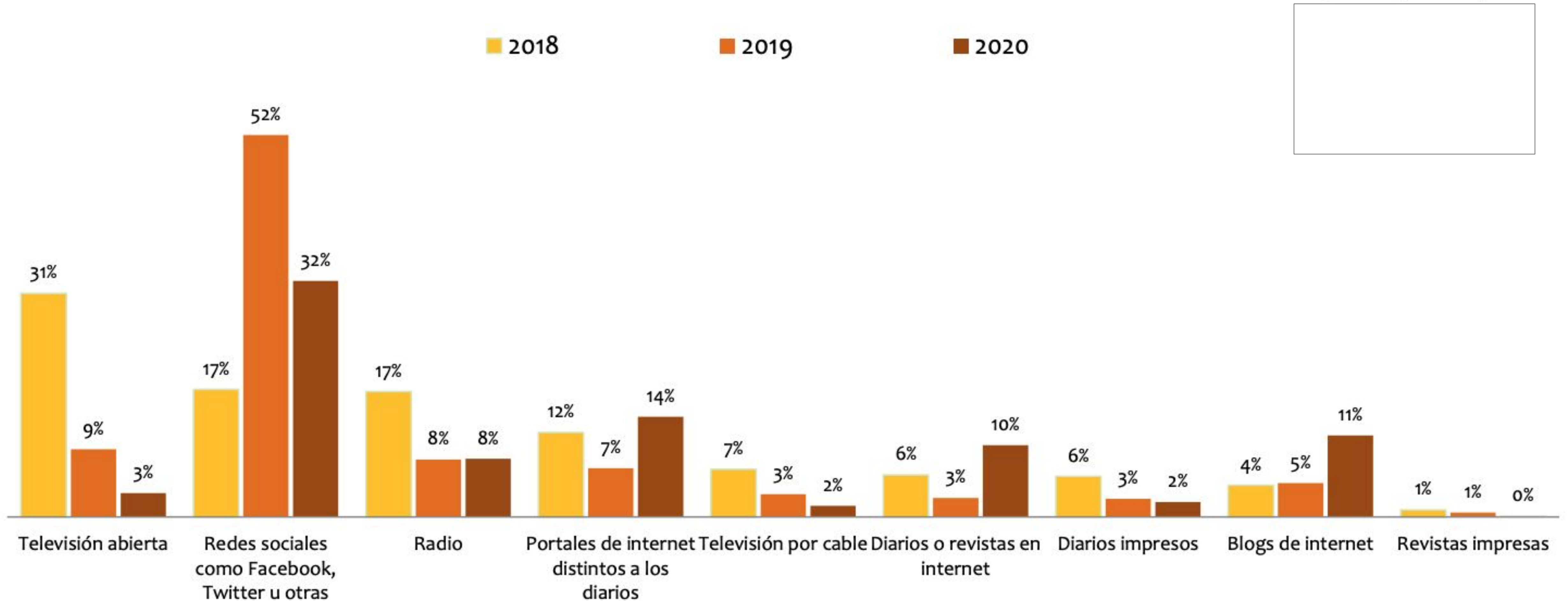


En un día normal, en promedio, ¿cuántas horas dedicas a los siguientes medios de comunicación?

(horas promedio)



¿Cuál es el medio de comunicación en el que tú más confías?



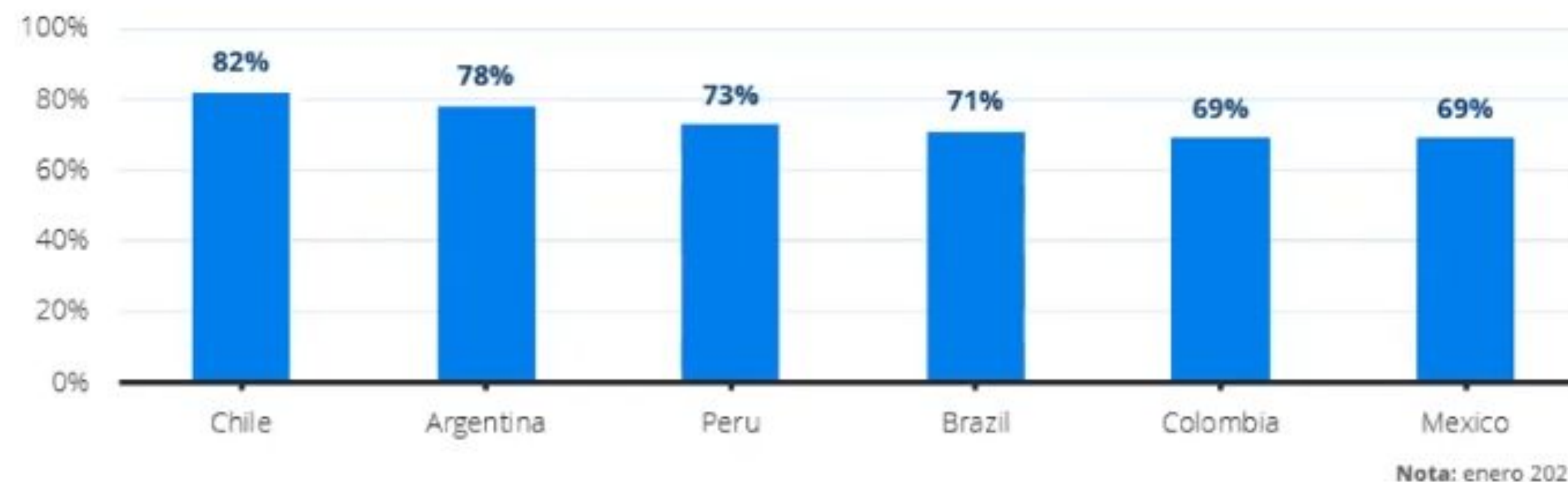
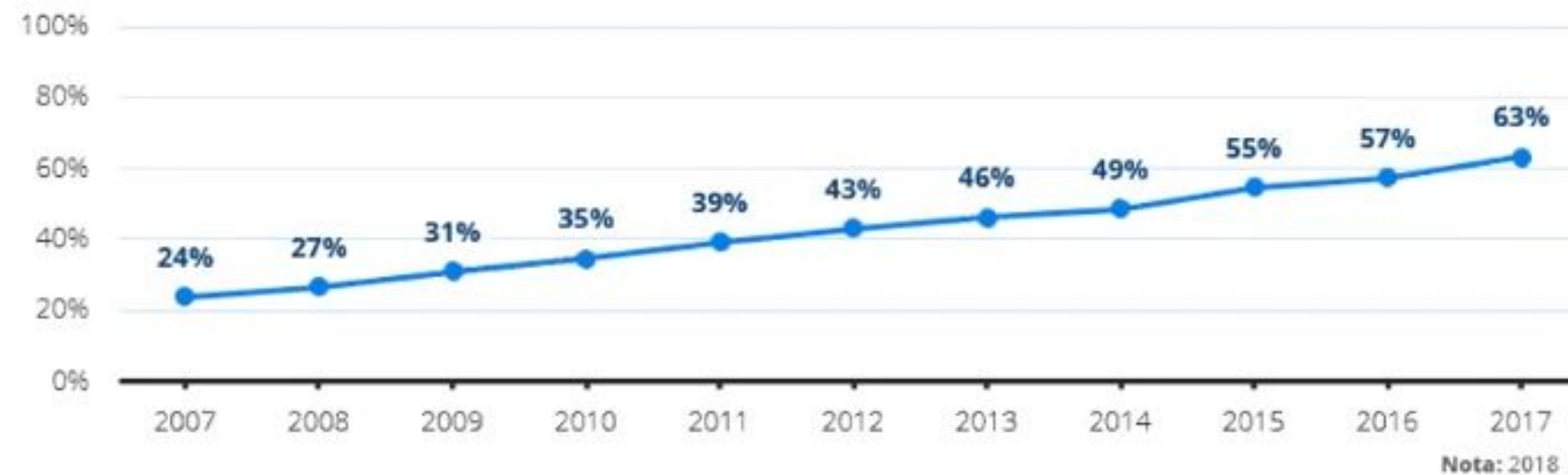


CONSUMO DE CONTENIDOS

en jóvenes entre 17 y 32 años en AL.

El uso de internet en América Latina alcanza a casi dos tercios de la población (63%), Chile cuenta con el más amplio uso (82%)

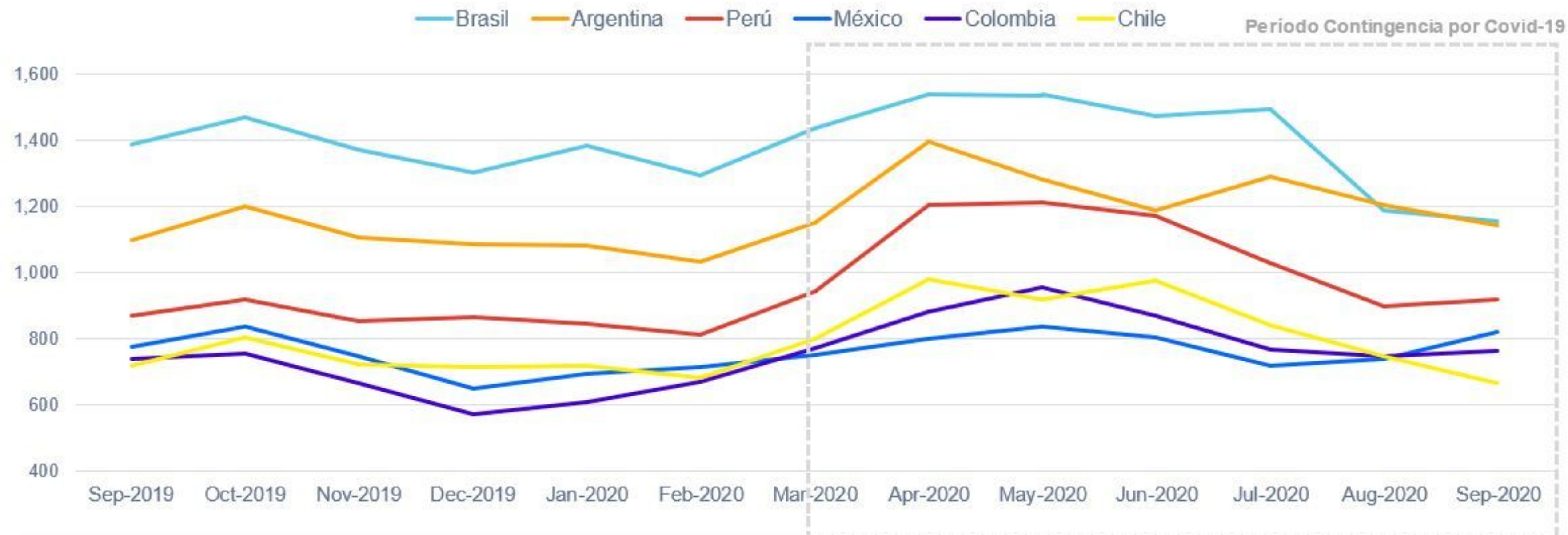
Tasa de penetración de internet en América Latina por país



En jóvenes
entre 17 y 32
años en AL

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

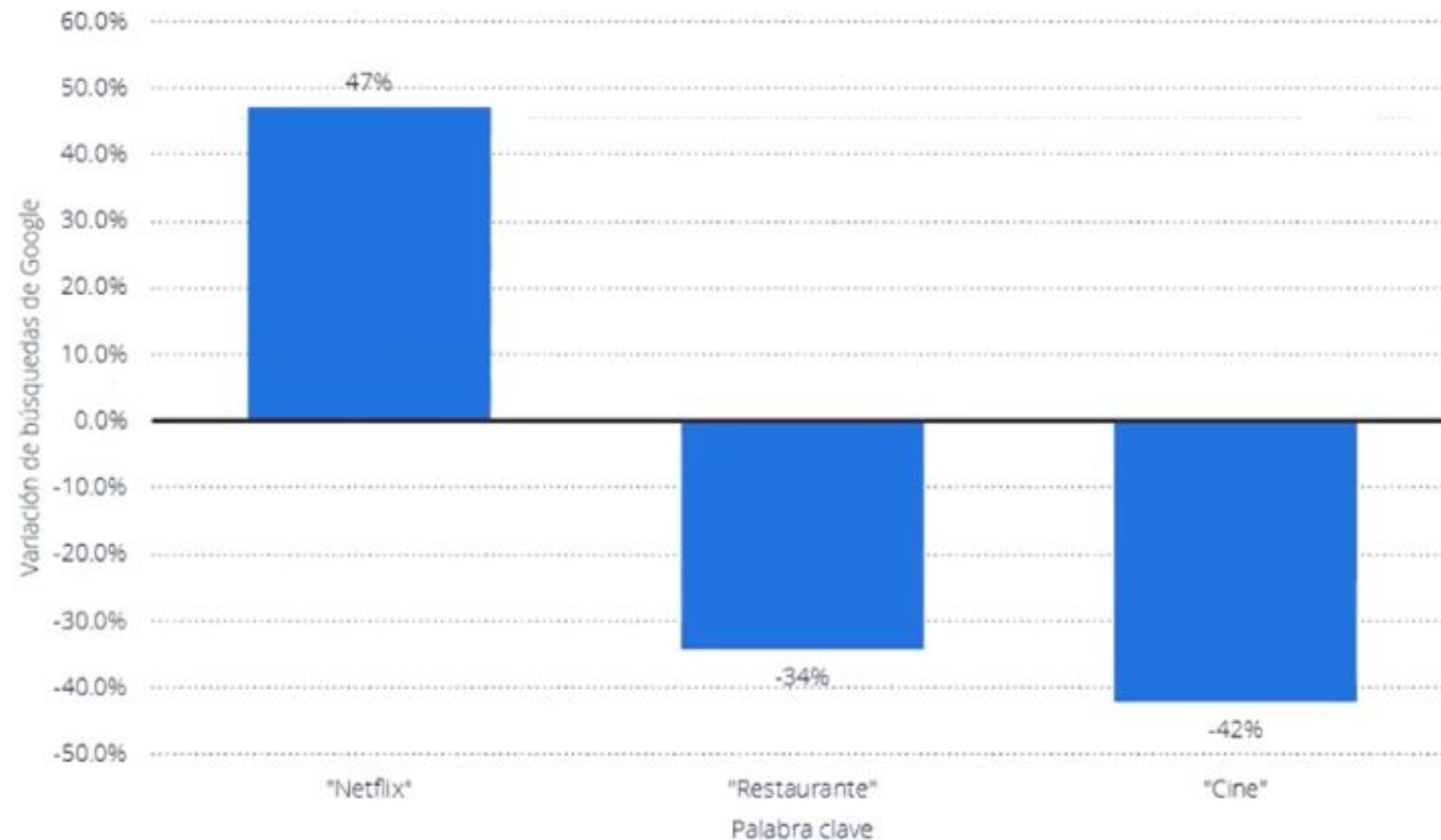
VIEWS POR VISITANTE POR PAÍS EN AMÉRICA LATINA



En jóvenes
entre 17 y 32
años en AL

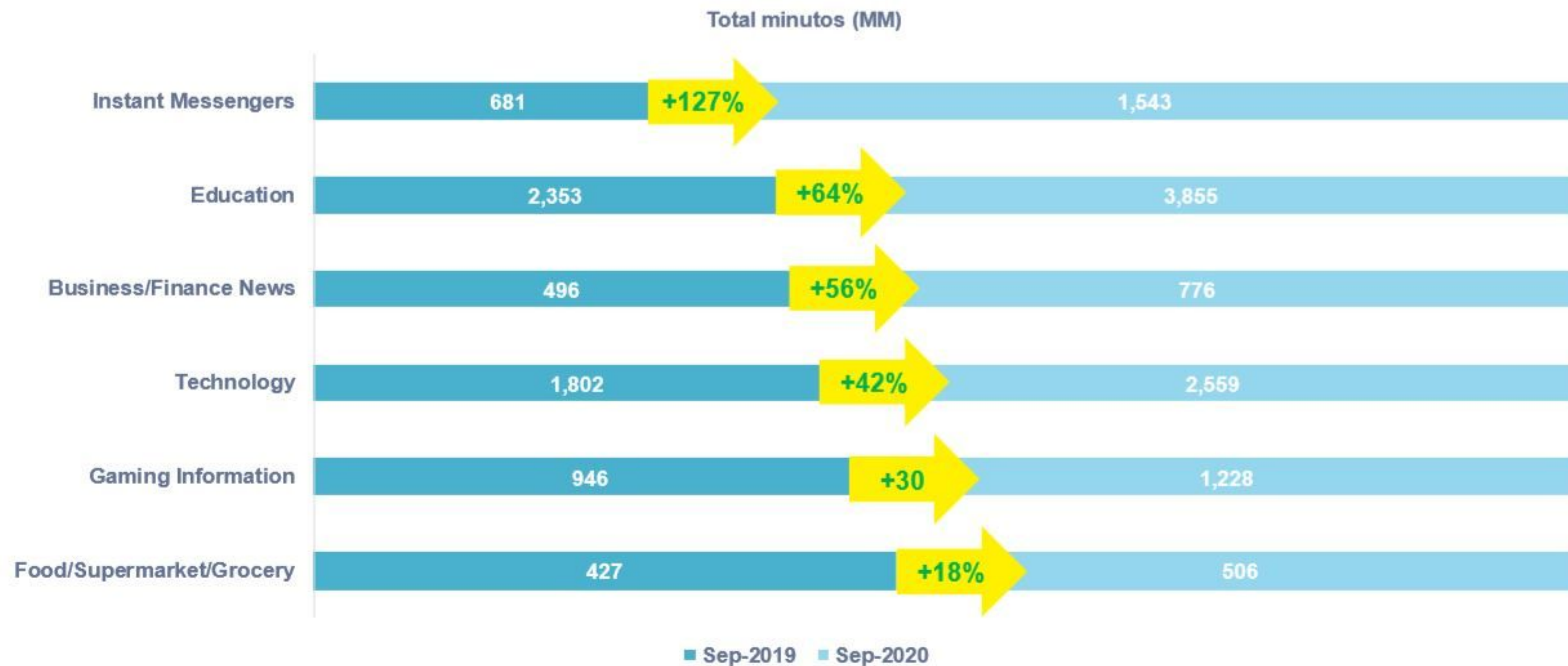
Netflix, lo más buscado en Google desde la pandemia

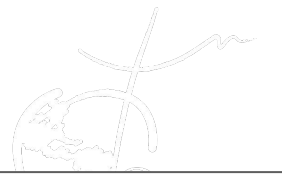
Crecimiento de búsquedas en Google de ciertas palabras durante el brote de COVID-19 en Latinoamérica (marzo de 2020)



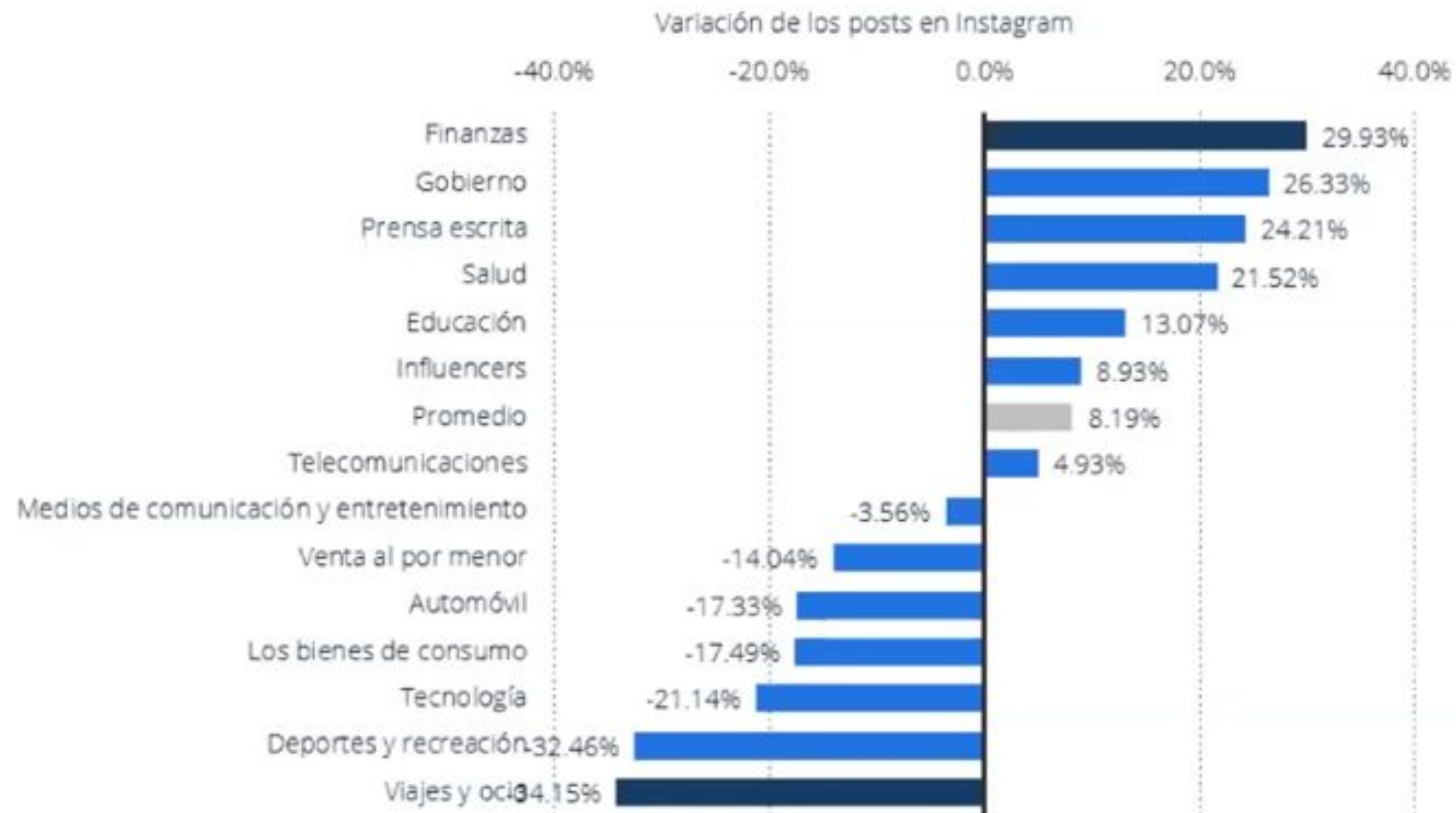
En jóvenes
entre 17 y 32
años en AL

Categorías de mayor consumo en América Latina



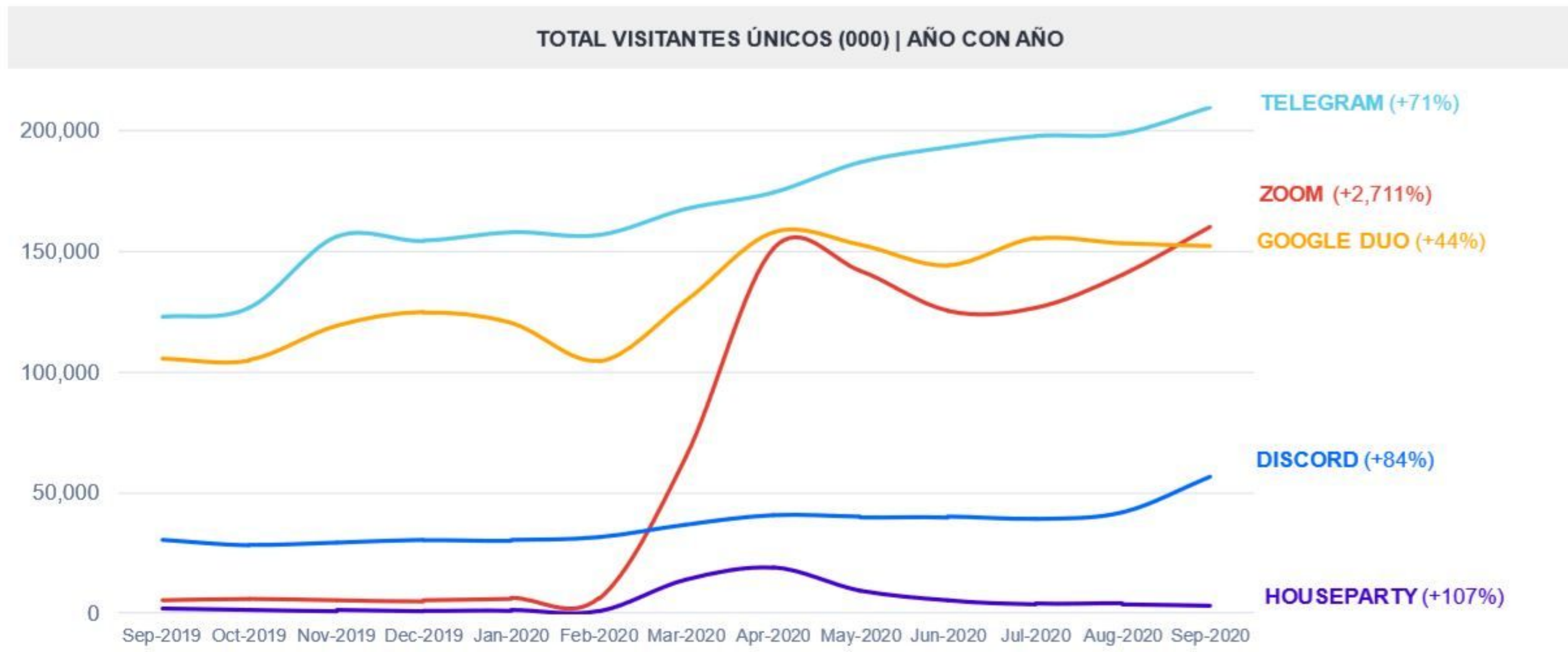


América Latina: variación de posts de Instagram por categoría en marzo 2020



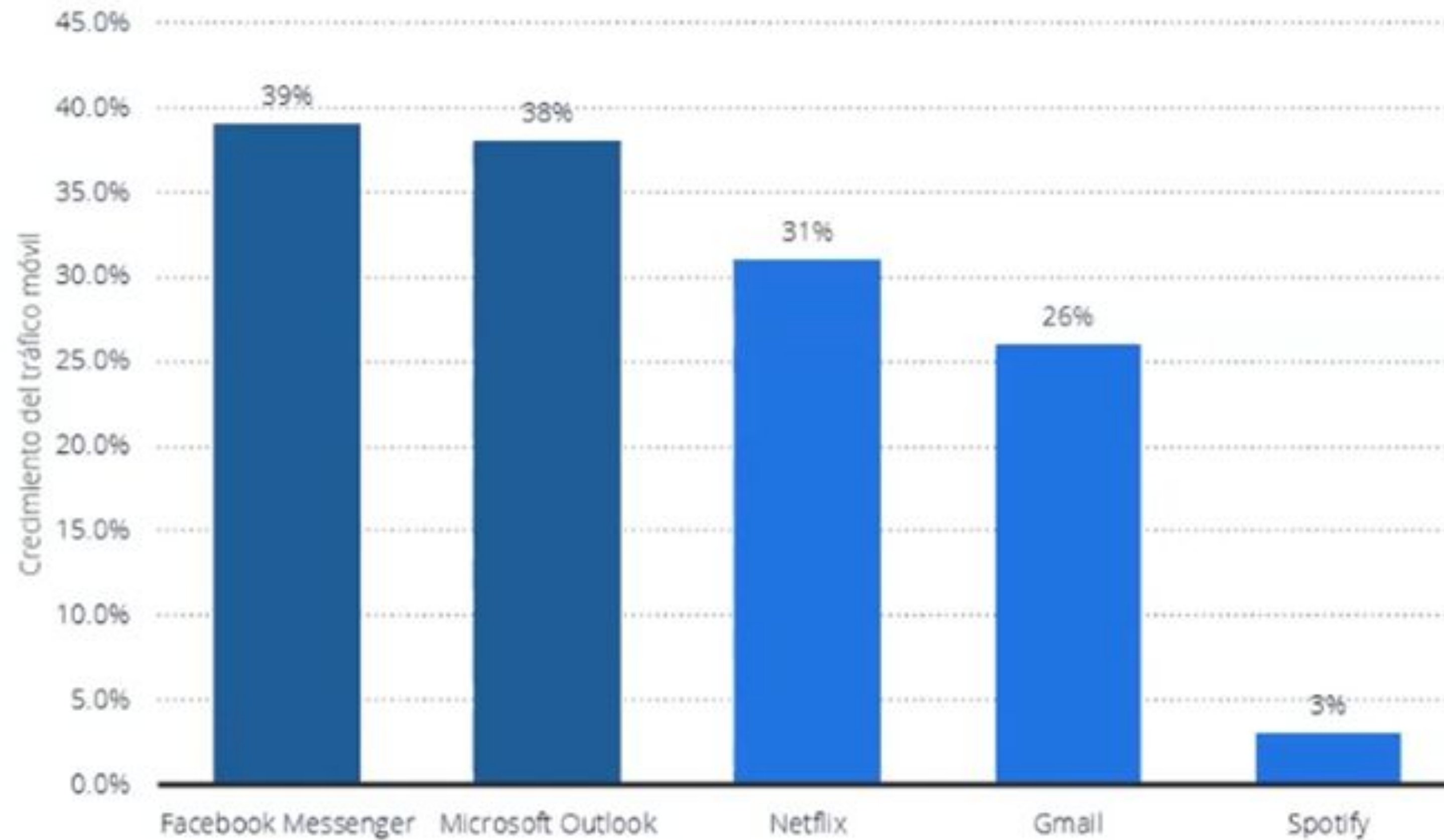
En jóvenes
entre 17 y 32
años en AL

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



En jóvenes
entre 17 y 32
años en AL

Tráfico de las aplicaciones móviles más visitadas durante la pandemia en México en marzo y abril de 2020



En jóvenes
entre 17 y 32
años en AL

El comercio electrónico latinoamericano está experimentando un boom desde la pandemia

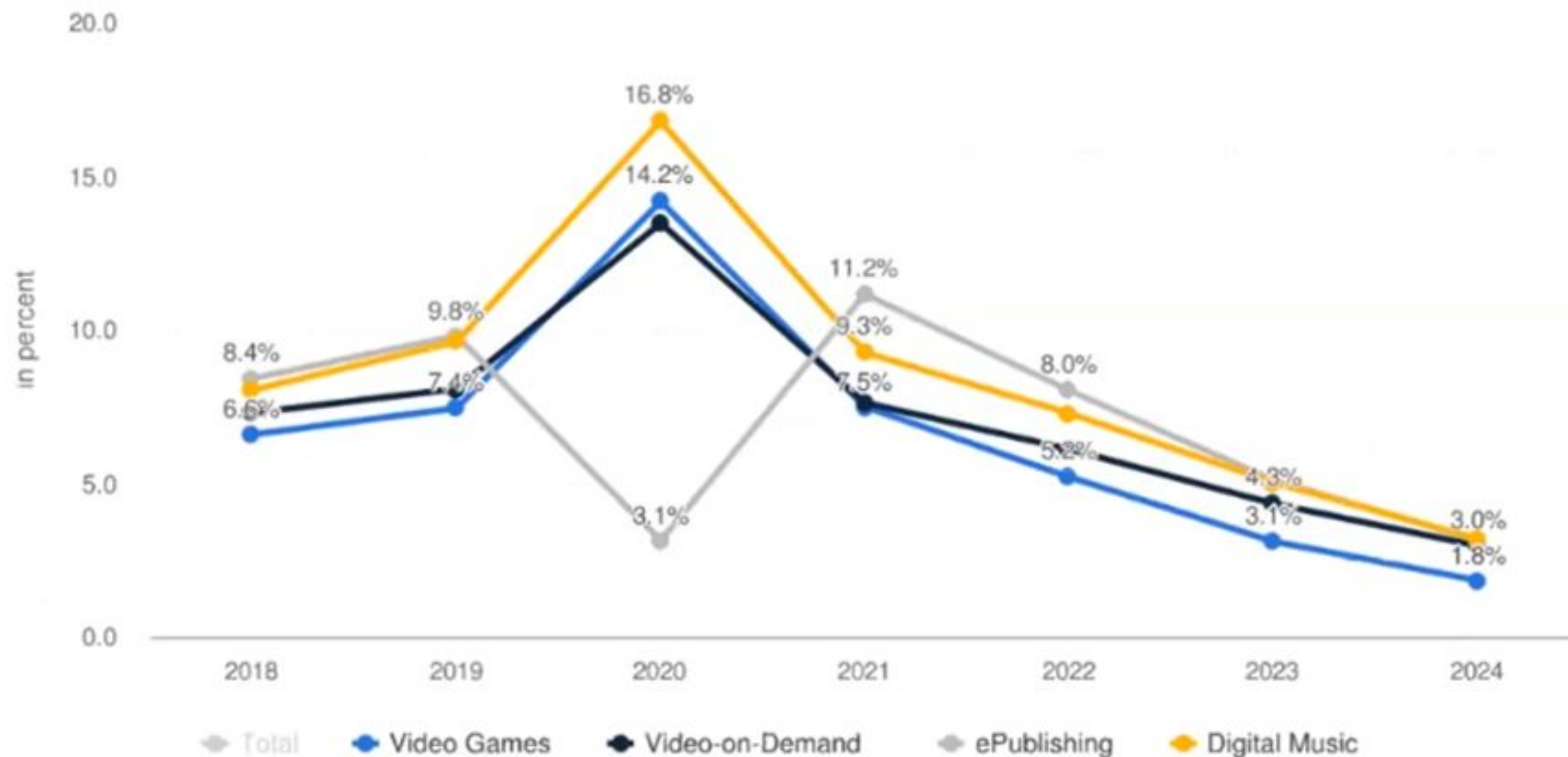
COVID-19 en América Latina: tasa de crecimiento de las ventas online por país 2020



¿Y las Universidades?

En jóvenes
entre 17 y 32
años en AL

La media digital experimente un crecimiento general a excepción del ePublishing en la región de América del Sur.

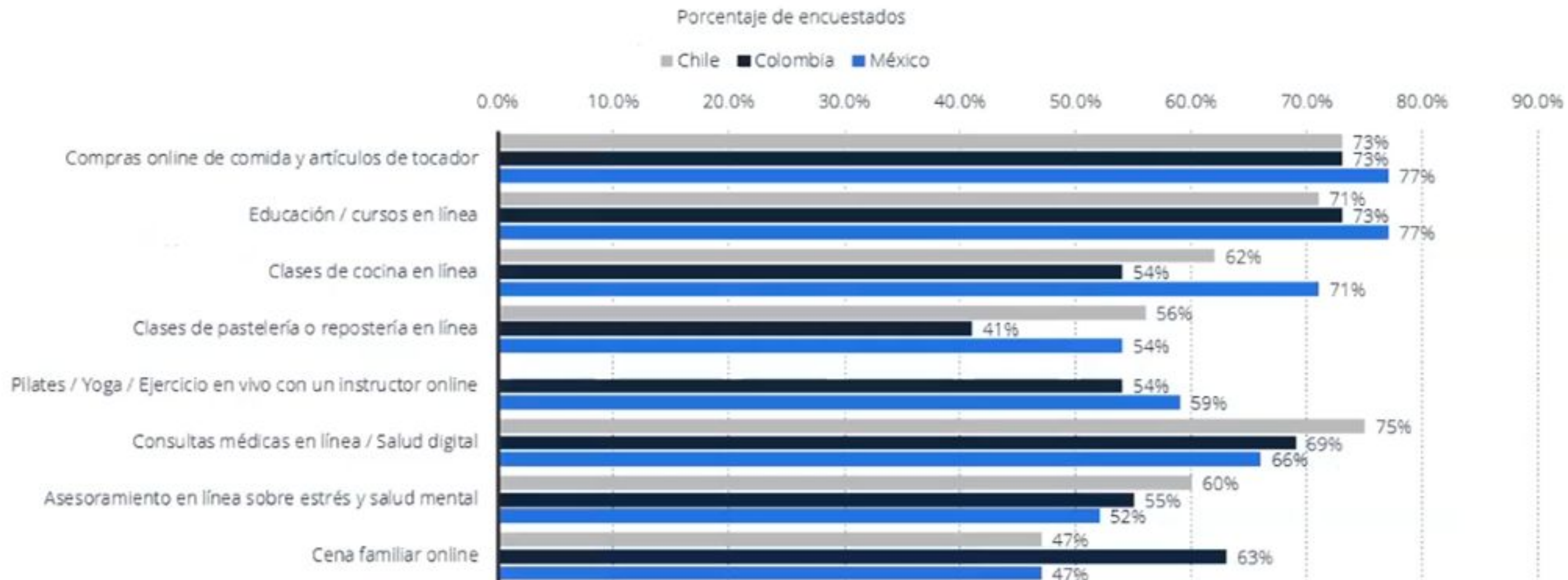


En jóvenes
entre 17 y 32
años en AL

Pero a la vida diaria también ha llegado...

Los consumidores se hicieron más adeptos a actividades online

América Latina: usuarios que planean realizar actividades online desde la pandemia de COVID-19

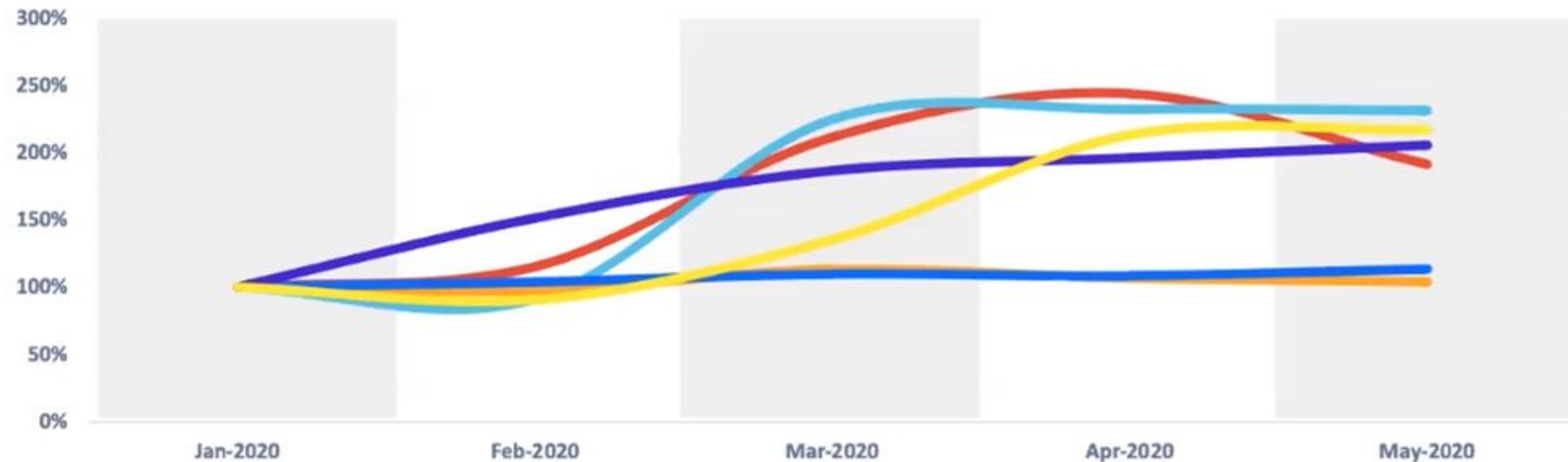


En jóvenes
entre 17 y 32
años en AL

Con los chicos en casa, los sitios educativos presentaron índices muy elevados a comparación de enero 2020, en especial en Argentina y Chile

Education – Information - Total Unique Visitors Index
Jan 2020: 100%

Argentina Chile Brasil México Colombia Perú





Facebook
Servicio de red so...

Instagram
Red social

TikTok
Aplicación

WhatsApp
Aplicación

Facebook Mes...
Aplicación

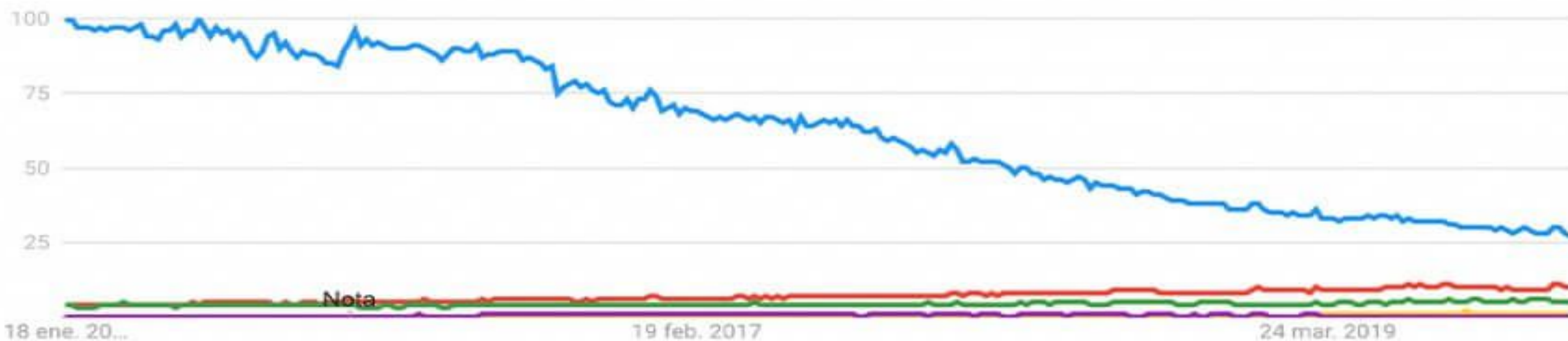
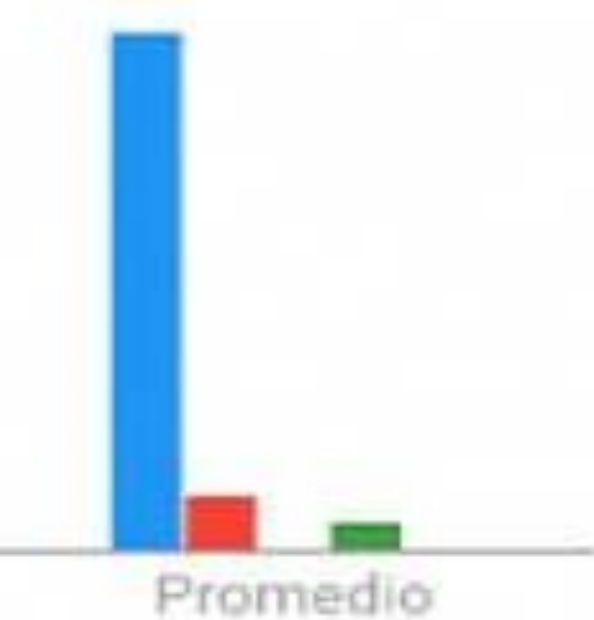
En todo el mundo ▾

En los últimos cinco a... ▾

Todas las categorías ▾

Búsqueda web ▾

Interés a lo largo del tiempo ?



¿Sabés cuál es el contenido que más triunfa en las redes sociales?

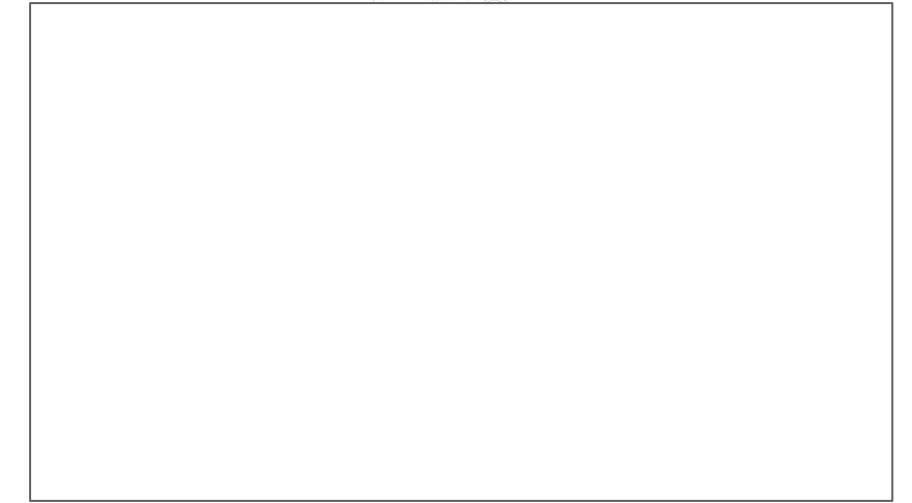
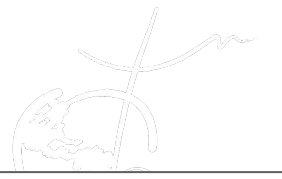
Luis Fonsi y su **Despacito** son el video más visto de *YouTube*, con casi **7 billones de visualizaciones**; la foto con más "likes" de *Instagram* es la foto de un huevo (sí, tal cual, solo un huevo) con más de **54 millones de 'me gusta'** y el tuit con más interacción *Twitter* corresponde al anuncio del fallecimiento del actor C Boseman, protagonista de *Black Panther*.



400 millones de visualizaciones, 35 millones de "me gusta" y más de un millón de comentarios en menos de un mes, se ha convertido en el video favorito de la red social y ha sido imitado hasta la saciedad.







10% de las Universidades en AL han implementado Tik Tok como estrategia de Comunicación



 **TikTok**



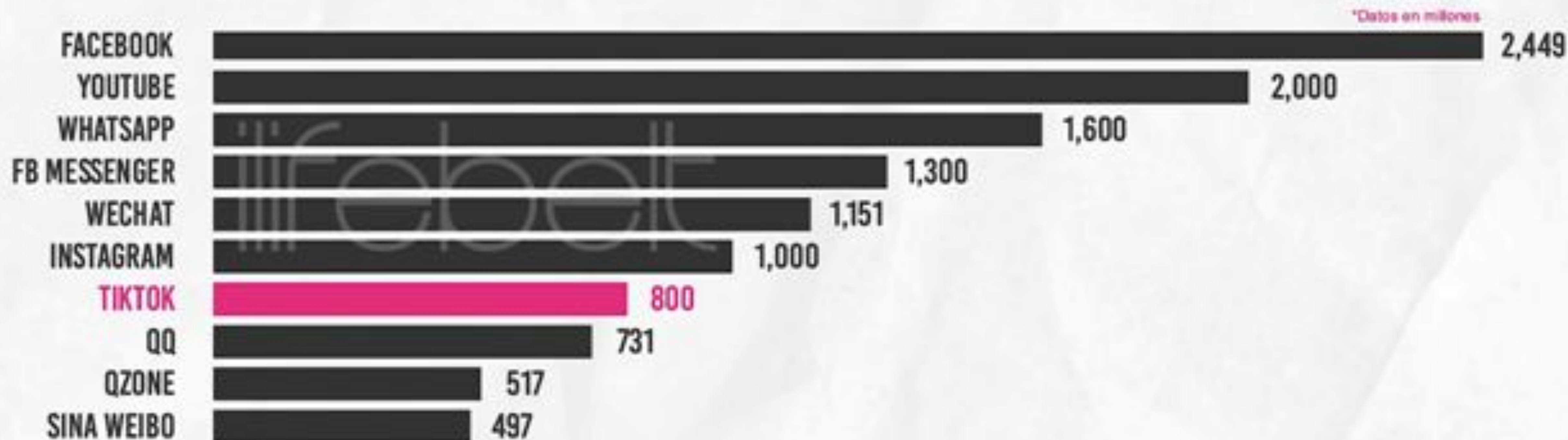
COCKTAIL®

El 55% de usuarios son **mujeres**
y el 45% son hombres!

cocktailmarketing.com.mx/blog



LAS PLATAFORMAS DE REDES SOCIALES DEL 2020 MÁS USADAS EN EL MUNDO



INTERES EN LATAM

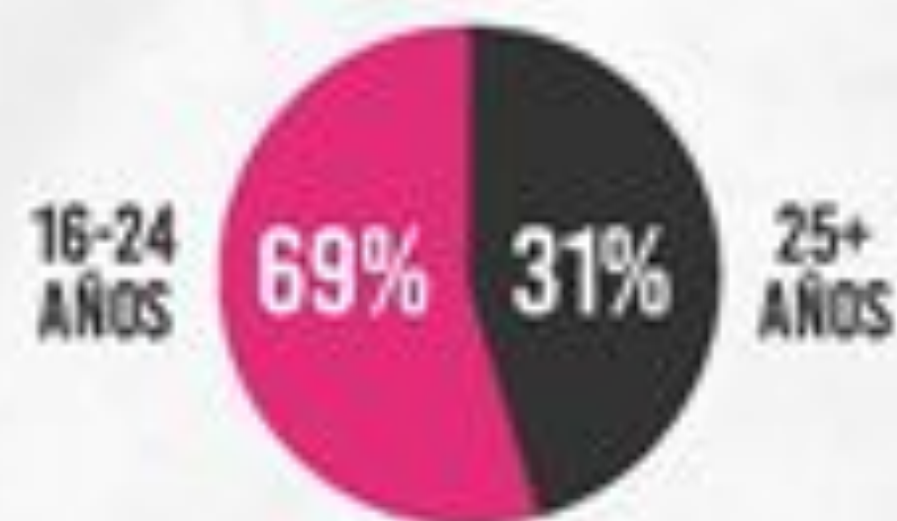
Se extrajo una muestra de 10,763 menciones acerca de TikTok a nivel regional, de febrero 2020, donde incluimos los siguientes países de Latinoamérica.



SALUDA A LA GENERACIÓN Z



EDADES



SMARTPHONE

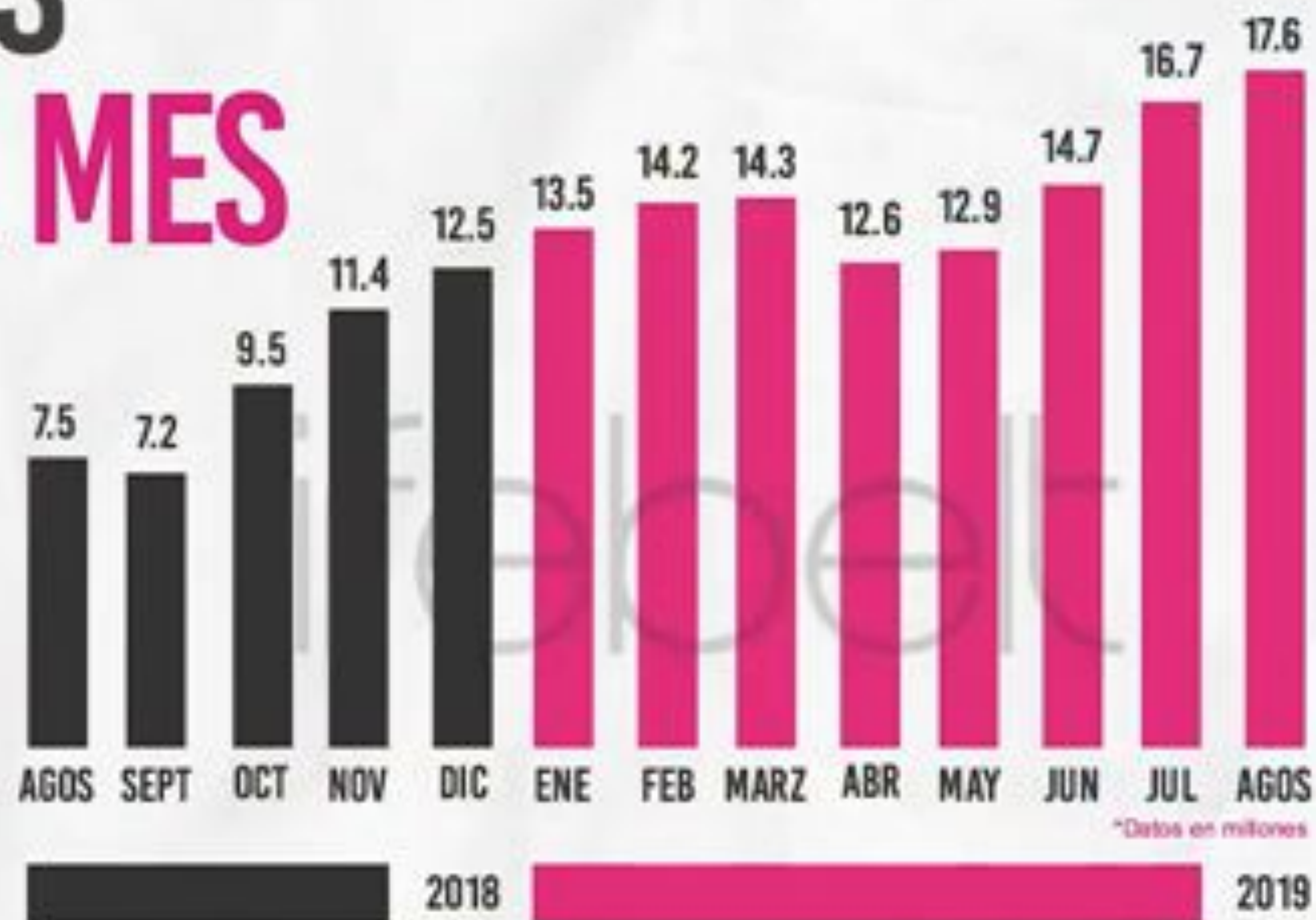


80%

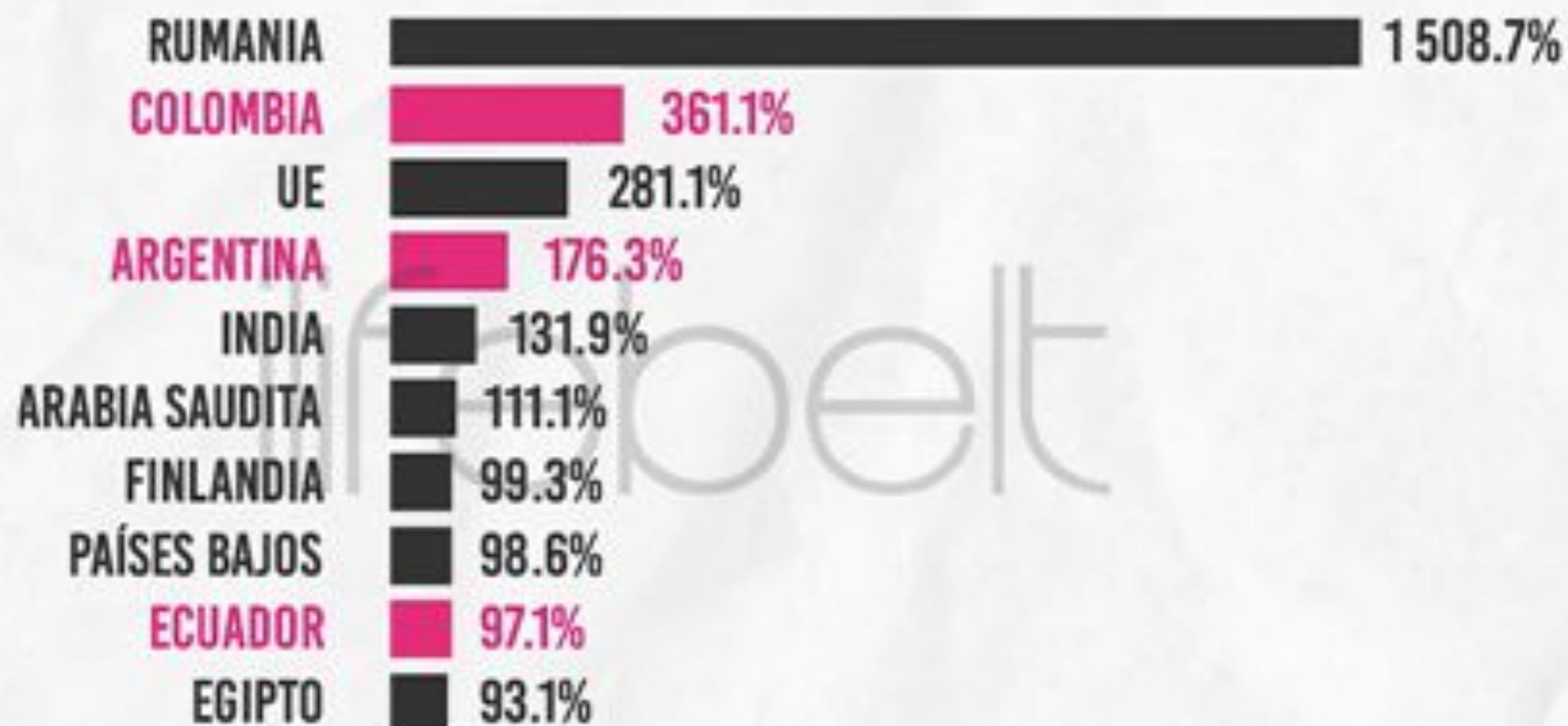


20%

CRECIMIENTO DE LOS USUARIOS ACTIVOS POR MES

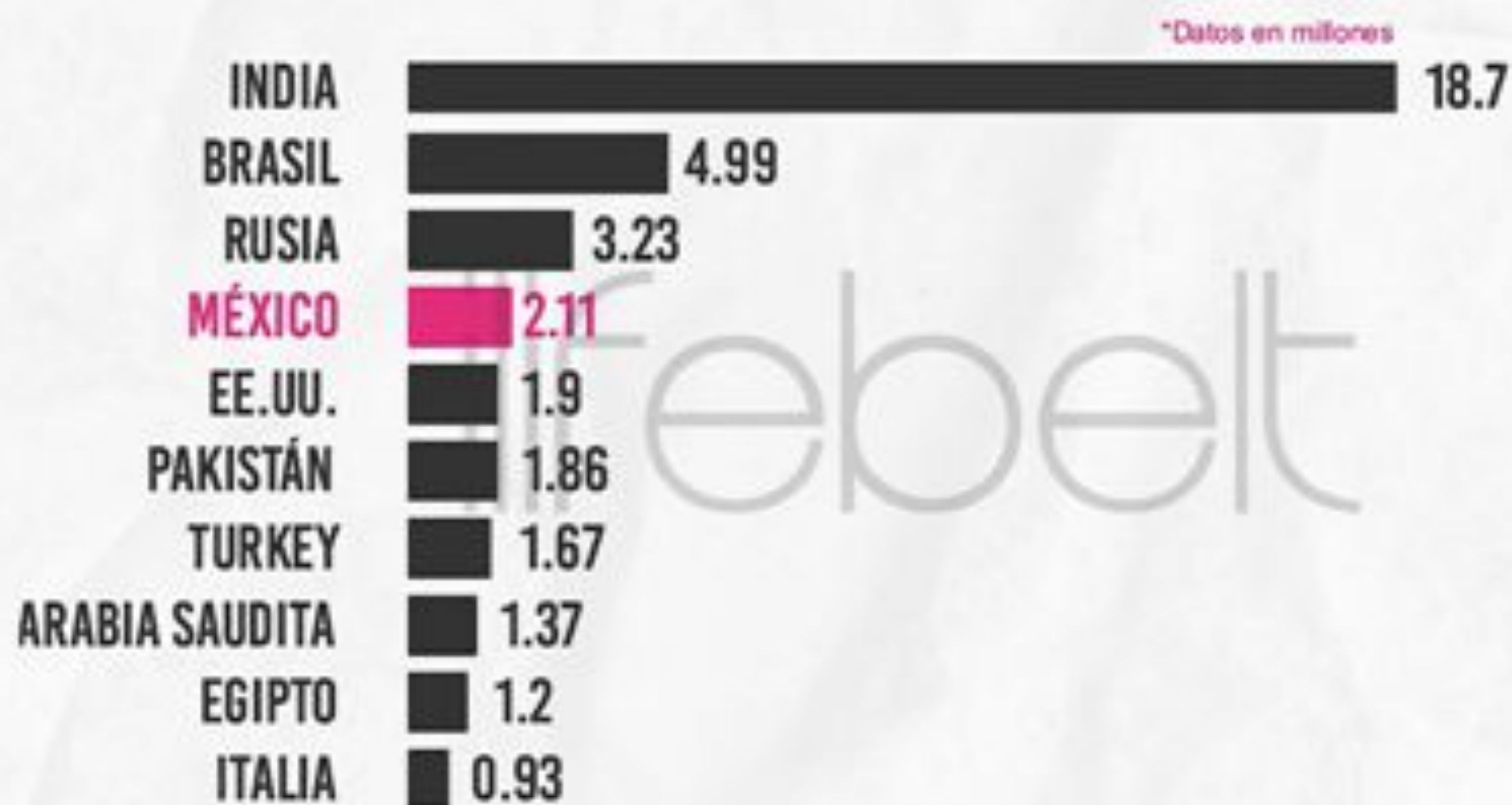


TASA DE CRECIMIENTO DE DESCARGAS DE **APP STORE** EN EL MUNDO EN DICIEMBRE 2019



DESCARGAS DE **PLAY STORE**

EN EL MUNDO EN DICIEMBRE 2019



TIKTOK, LA APP MÁS DESCARGADA DEL 2018 HASTA HOY

 App Store

- 1  TIKTOK
- 2  INSTAGRAM
- 3  FACEBOOK
- 4  SNAPCHAT
- 5  TWITTER
- 6  PINTEREST
- 7  LITTLE RED BOOK
- 8  WECHAT
- 9  QQ
- 10  DISCORD

 Google Play

- 1  TIKTOK
- 2  FACEBOOK
- 3  INSTAGRAM
- 4  LIKEE
- 5  SNAPCHAT
- 6  HELO
- 7  SHARECHAT
- 8  TWITTER
- 9  HAGO
- 10  PINTEREST

INTERFAZ DE TIKTOK



HOME



DISCOVERY



GRABAR



NOTIFICACIONES



PERFIL

PRECIOS DE LA PUBLICIDAD

Para el primer trimestre de 2019 los precios rondaban entre \$25,000 y \$150,000.

IN-FEED VIDEO

- Mínimo \$25,000 por campaña total.
- Máximo \$30,000 por día.
- Precio fijo de \$10 CPM.

Mínimo 1M impresiones. Máximo (por día) 3.3M impresiones.

HASHTAG CHALLENGE

- \$150,000
- Aparece en la página del challenge y en la sección de "Discovery".

Incluye un paquete de 6 días.

BRAND TAKEOVER

- \$50,000 compra por 1 día.
- Precio basado en \$10CPM, pero puede aumentar.

Garantiza 5M impresiones.

BRANDED LENSES

- 2D o 3D.
- Entre \$80,000 a \$120,000.
- El precio varía de acuerdo a la complejidad de la construcción del filtro.

FORMATOS DE PUBLICIDAD



HASHTAG CHALLENGE



BRAND TAKEOVER



IN-FEED VIDEO



BRANDED LENSES

PATRONES DE SEGMENTACIÓN

BYTEDANCE'S MACHINE LEARNING TECHNOLOGY

“FOR YOU”

- 1** **Preferencias y personalidad:** comportamiento dentro de la plataforma y las preferencias del contenido (Ej.: Cerveza Fria, Mascotas, Comedia, Deportes Extremos, Viajes, etc).
- 2** **Localización y ambiente:** Ej: ciudad o país, hora o zona horaria, día de la semana, celebración, etc.
- 3** **Intereses de usuarios similares:** basado en datos demográficos e intereses de búsqueda (Ej.: Hashtags vistos o buscados, edad, universidad o colegio, genero, etc).

¿CÓMO ESTÁN ABORDANDO?

LA PLATAFORMA LOS USUARIOS



UTILIZAN LA APP
MÁS DE 8 VECES AL DÍA



PASAN MÁS DE 46 MINUTOS
EN LA APP POR USUARIO POR DÍA

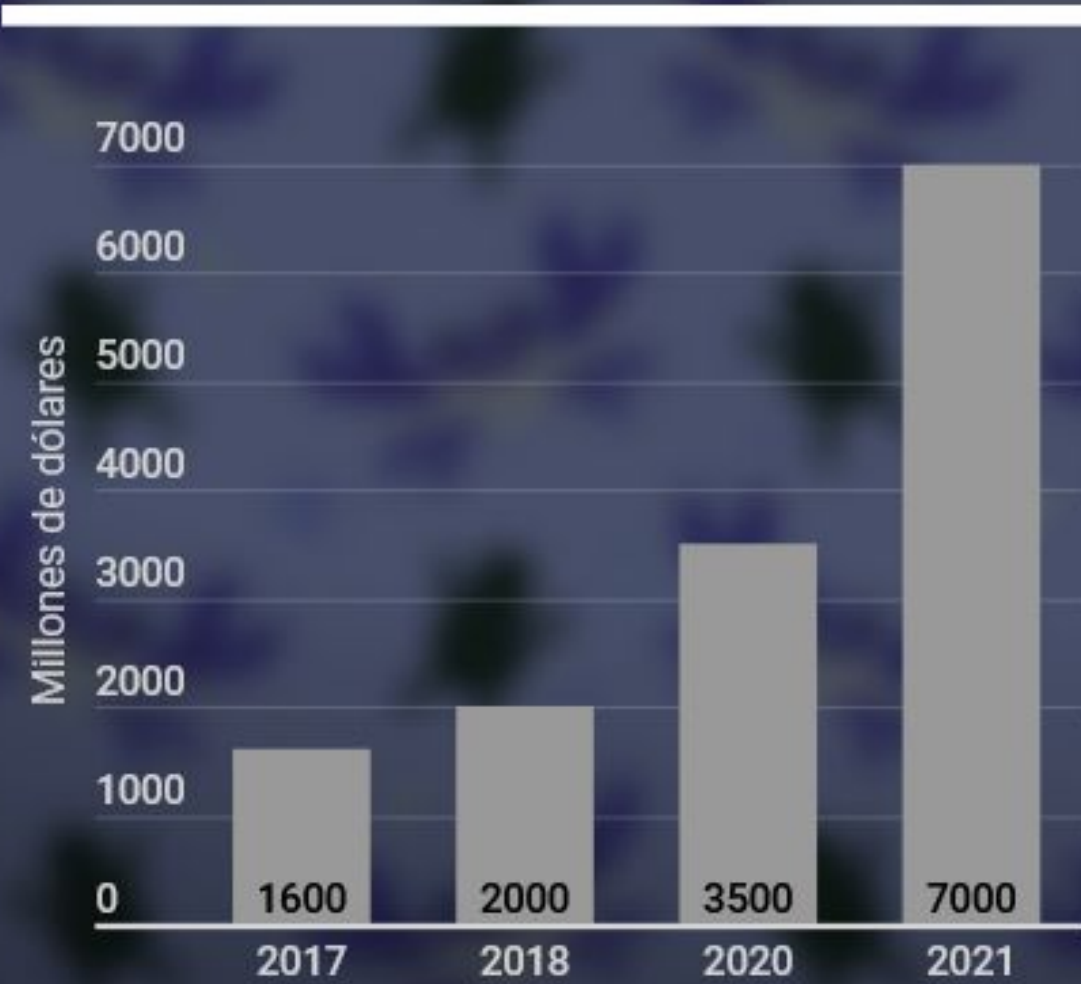


EL PROMEDIO DE VISTAS
DE VIDEO ES DE 37 BILLONES



34% DE USUARIOS
ACTIVOS DIARIOS QUE GRABAN

Con picos de hasta 10,6 millones de usuarios concurrentes durante la época del confinamiento en la pandemia de 2020, la cifra de usuarios registrados se ha duplicado durante los dos últimos años.



Siguiendo diversas rondas de financiación que alcanzaron la suma de 380 millones de dólares en 2020, la valoración de Discord cerró el ejercicio anterior con una cifra cercana a los 10.000 millones de dólares que ahora piden por la compañía.



THIS IS HOW DISCORD WORKS

148,000 MILLISECONDS (OR LESS)

<https://bit.ly/2RGEBR4>



38% 16 - 21 años
35% 22 -34 años

= 73%

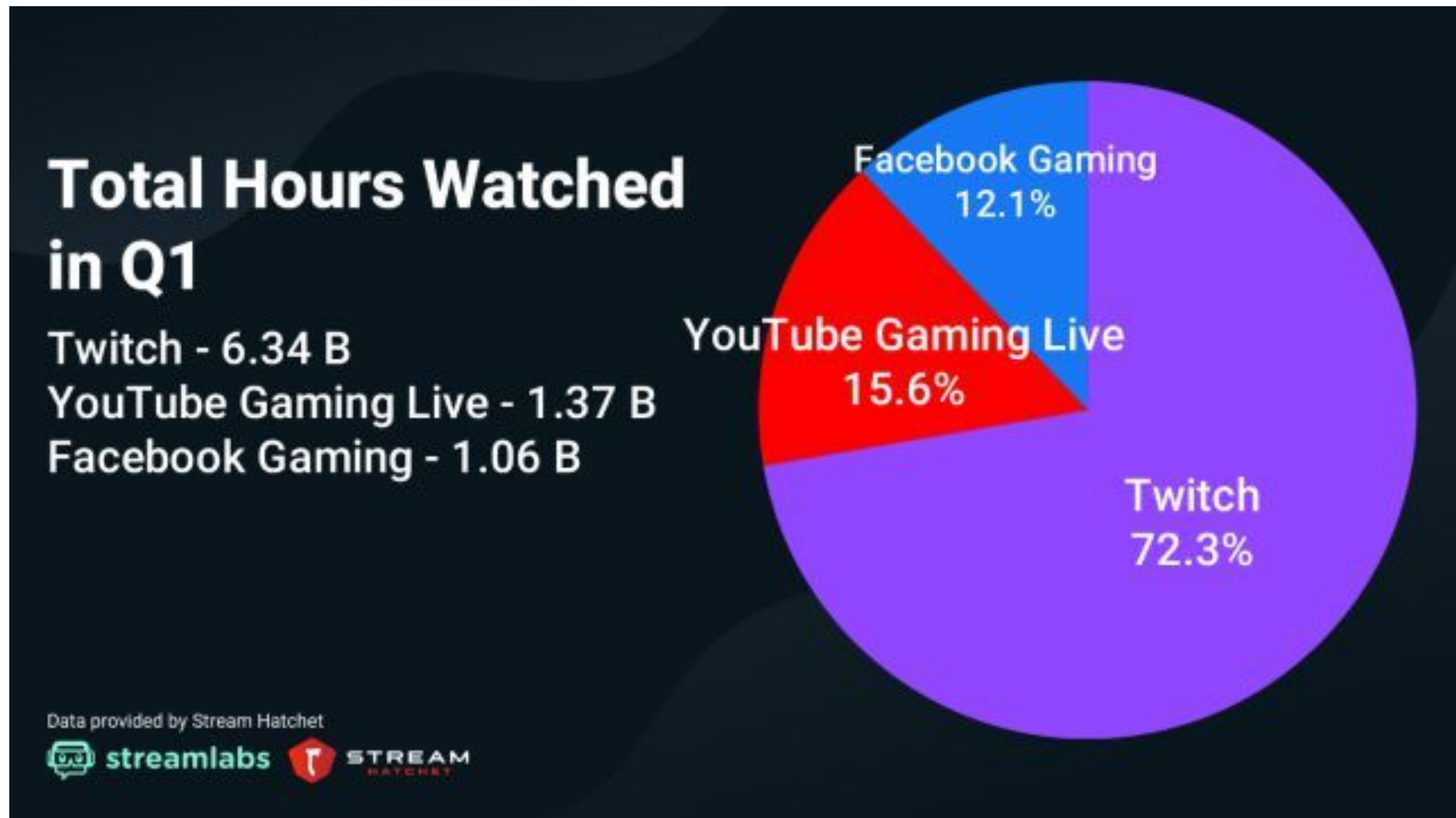




Según GameAnalytics, solo durante el primer cuatrimestre del 2020 el número de jugadores mobile pasó de 1.2 mil millones a 1.75 mil millones, lo que representa un crecimiento del 46%.



+ **Twitch** creció un 117%, pasando de registrar 941 millones de horas vistas a más de 2 mil millones. Facebook Gaming creció un 118%, con 200 millones de horas vistas en enero de 2020 y más de 439 millones en enero de **2021**.



¿Y AHORA, QUÉ HAGO?



SIETE CONSEJOS PARA NO OLVIDAR

SIEMPRE PRESENTES EN TU ESTRATEGIA



A man in a dark suit, white shirt, and dark tie stands in front of a blurred background of bookshelves. His head is replaced by a glowing sphere of binary code (0s and 1s).

1. ESCALA TU ESTRATEGIA DIGITAL

- KPI específicos
- Distribución de recursos
- Mide todo



2. CONECTA EL OFFLINE Y ONLINE

- Sé transmedia
- Mensajes coherentes y consistentes
- Conecta los canales y las audiencias.
- Enfócate en la usabilidad

3. DIGITAL FIRST

- Sé móvil
- Ten sitios y redes sociales para cada audiencia
- Mide las campañas móviles diferenciadas a las de sitios web





Open
24 Hours

4. ERES 24 X 7

- Tu sitio web SIEMPRE está abierto
- Tu sitio web es tu VITRINA más grande
- Una vez abierto, nunca más puedes cerrar.



5. APROVECHA LOS DATOS

- Trackea tus datos y tus funnels
- Entiende tu proceso de conversión
- Conoce tus audiencias

6. SÉ RÁPIDO

- Testea y falla ¡ya!
- Experimenta y ¡repite!
- Saca conclusiones





**-7. ¡TOMA LA
ACCIÓN!**



UNIVERSIDAD
Finis Terrae

