

26 Marzo 2026

Edición LATAM

Tendencias Digitales

Definiendo el rumbo del 2026

 COMSCORE

Hoy presentan



Leónidas Rojas

Senior Commercial Director, South
America SS, Comscore



José Luis Espinosa

Country Manager Mexico, Comscore

Agenda

1

¿Qué ha cambiado realmente en 2025?

- El impacto de la IA en los hábitos de consumo online
- Medir la IA, el nuevo pilar digital

2

El pulso de las audiencias digitales

- Audiencias cross-platform
- El panorama del streaming y las redes sociales
- Análisis de las industrias clave

3

Preparados para el 2026

- ¿Qué marcará la diferencia en 2026?
- Conclusiones

1. ¿Qué ha cambiado realmente en 2025?

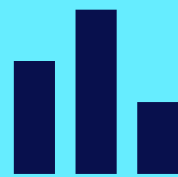
- 1 El comportamiento de las audiencias depende cada vez más de sus intereses y curiosidades culturales, pero también de la plataforma que eligen, ya que cada una condiciona cómo y qué consumen.
- 2 La IA y las redes sociales aceleran el descubrimiento de contenidos y redefinen el embudo tradicional.
- 3 Los asistentes de IA evolucionan: dejan de ser solo un canal de acceso a la información para convertirse en un pilar central del ecosistema digital.
- 4 Las estrategias omnicanal y centradas en el usuario, con una visión cross-platform, son más relevantes que nunca.

IA, el nuevo pilar digital

1. ¿Qué ha cambiado realmente en 2025?

- En un entorno digital cada vez más fragmentado, los asistentes de IA basados en modelos de lenguaje (LLMs) se están convirtiendo en un punto central de acceso a los contenidos y servicios digitales.
- La centralización que aporta la IA lleva la búsqueda tradicional a un nuevo nivel, más inmediato y contextual.
- El ecosistema de IA actúa como una capa de contenido que simplifica el recorrido del consumidor digital y facilita la toma de decisiones.

La visión de Comscore sobre el ecosistema de la IA



Medición

Seguimiento de la adopción, el uso y el crecimiento de las herramientas de IA.



Impacto en el consumidor

Análisis del Consumer Journey y del proceso de compra, incluyendo el papel de la IA en la búsqueda, las recomendaciones y las fuentes citadas en los chats de IA, para orientar estrategias que influyan eficazmente en la decisión de compra.



Temáticas de los Prompts

Tipos de Prompts de los usuarios y de las herramientas de IA por temáticas.

Cómo evaluamos el impacto de la IA en el ecosistema digital



Personas

Cambios en los hábitos, la adopción y el uso de la IA como parte de la vida digital cotidiana.



Flujos

Cómo la IA reconfigura el Customer Journey, influye en las decisiones clave y redefine el proceso de compra.



Search y plataformas

Transformación de la búsqueda y el descubrimiento de contenidos, con nuevas formas de acceder a la información y nuevas fuentes de referencia.

Prompts, Respuestas, Proceso de Referencias

- Comscore recopila respuestas de página cuando nuestros panelistas interactúan con un chatbot.
- Las respuestas de la página contienen los prompts del usuario y las respuestas del LLM.
- Comscore ejecuta una serie de etapas de procesamiento de texto para extraer los prompts, las respuestas y los enlaces de referencia, con el fin de construir el conjunto de datos.

Prompt

Muéstrame dónde comprar la camiseta de la Selección Mexicana al mejor precio

Respuesta

Te hice una búsqueda real de precios y opciones para que compres la camiseta de la Selección Mexicana 2026 al mejor precio 🍌

mx Camiseta oficial (la original de Adidas)



🌱 Precios actualizados

• Versión jugador (pro):

- ~\$2.999 MXN (≈ USD 150) [GQ](#)
- En Argentina: ~\$219.999 ARS en Adidas [adidas Arge...](#)

• Versión fan (más barata):

- ~\$1.999–2.299 MXN (≈ USD 100–120) [Ambito +1](#)

• Tienda FIFA / internacional:

- Desde ~90 € (fan) hasta 135 € (jugador) [Tienda Ofici...](#)

🍌 Conclusión:

- ✓ El mejor precio de original suele estar en la versión fan (~USD 90–100)

Enlaces

Los asistentes de IA tienen una mayor adopción en Desktop que en Mobile

AI Intelligence Report

Audiencia Desktop y Mobile de asistentes de IA - Visitantes



Productividad al alza

- Los principales asistentes de IA incorporan de forma generalizada nuevas formas de gestionar recordatorios, automatizar seguimientos y activar acciones en momentos concretos.
- Las funciones de memoria y gestión de preferencias permiten interacciones más personalizadas y coherentes.

Funcionalidades Mobile-First

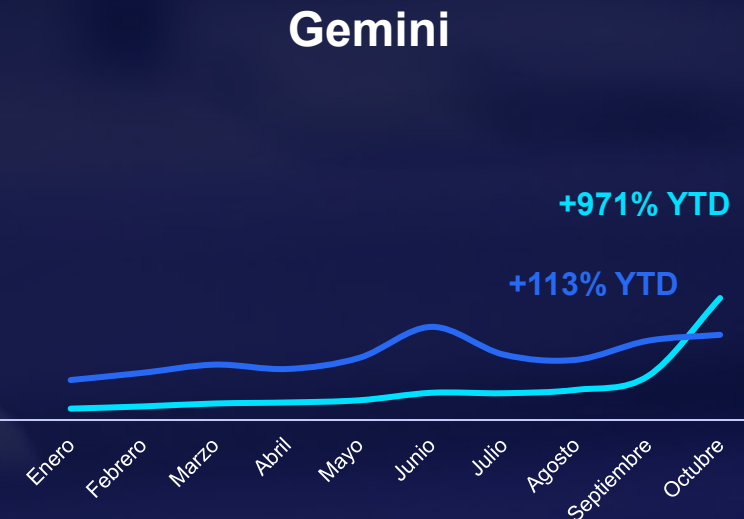
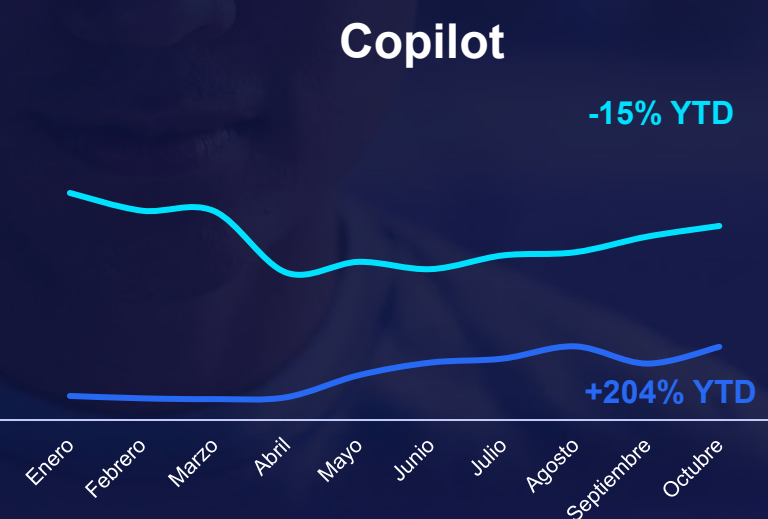
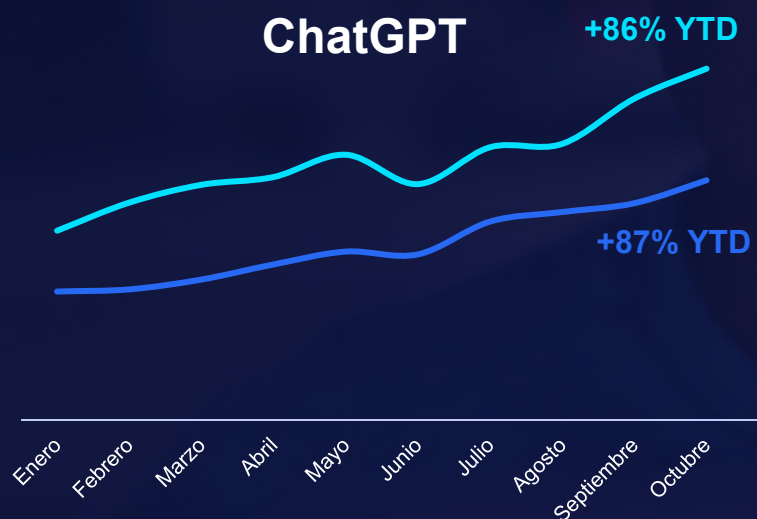
- El uso por voz con manos libres, la entrada de imágenes a través de la cámara y una mayor integración con aplicaciones son exclusivos en entornos Mobile y están disponibles en los principales asistentes de IA.
- Gemini, Copilot y Meta AI han reforzado su integración con los dispositivos, ampliando los contextos y momentos de uso.

Fuente: Comscore CustomIQ, Desktop P2+ y Mobile P18+, Enero- octubre 2025, US.

ChatGPT es el asistente de IA líder, mientras que Gemini es el que más crece

Audiencia Desktop y Mobile de los top asistentes de IA - Visitantes

— Desktop — Mobile



2025

ChatGPT: lanzó ChatGPT 5 (agosto 2025) y amplió SuperTools con voz, imagen, agentes y planificación (Q3 2025).

Copilot: lanzó "Copilot+ PC", reforzó su integración con Windows 11 durante 2025 y actualizó Copilot Studio (octubre 2025).

Gemini: lanzó Gemini 2.5 Pro / Flash series (junio 2025) y reforzó su integración con Android, Search y Workspace (H2 2025).

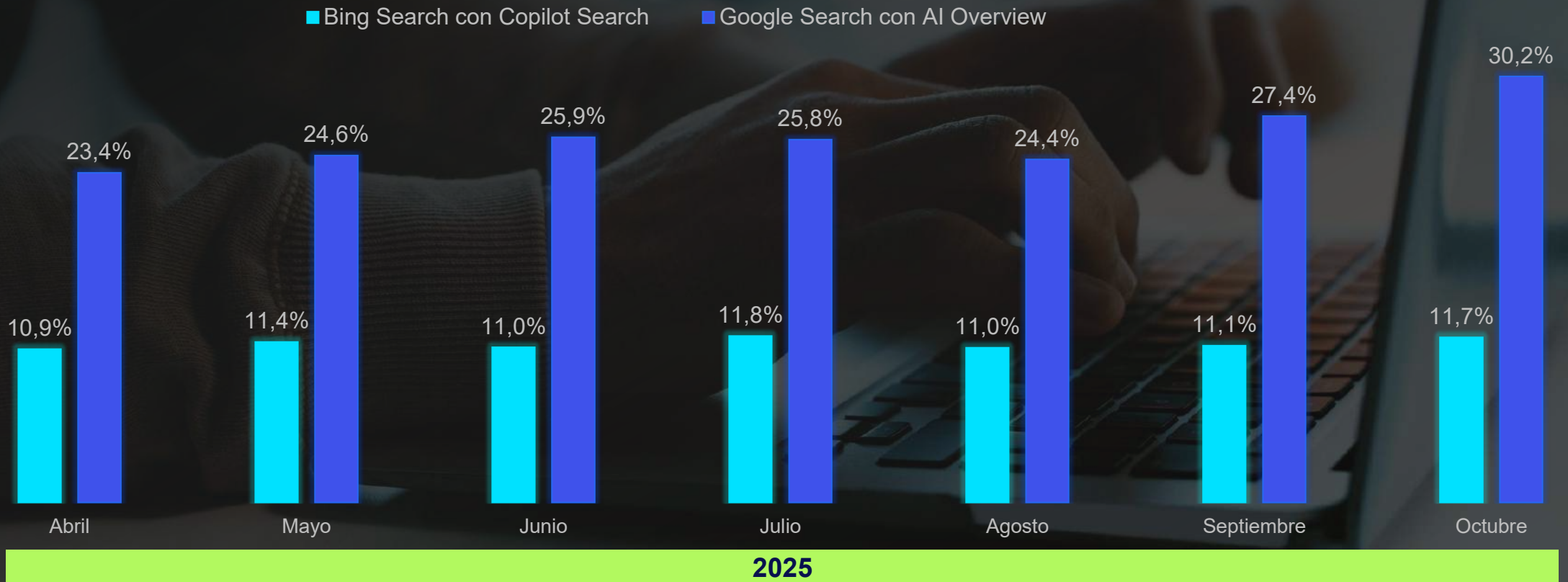
Fuente: Comscore CustomIQ, Desktop P2+ y Mobile P18+, Entidades: ChatGpt, Copilot y Gemini, Enero- octubre 2025, US.

Los datos Comscore's Gen AI Custom incluyen 'Dedicated AI-Powered entities', entidades impulsadas íntegramente por IA, que ofrecen una experiencia generativa completa de principio a fin, y 'Partially AI-Powered entities', entidades con funciones de IA integradas de forma parcial, en las que la IA actúa como complemento. Aunque en estos últimos casos las capacidades de IA se limitan a determinadas funciones, se incluyen para ofrecer una visión completa y representativa del conjunto del mercado de la IA.

Crecimiento de los AI Overviews en los principales portales de Search

AI Intelligence Report

Volumen de búsquedas con AI Overview en Google y Bing (Desktop)



Search & AI, del SEO al GEO

AI Intelligence Report

Composición de citas de una fuente dentro de las AI overview de los principales buscadores

YouTube y Wikipedia son las fuentes más citadas en los resúmenes de Google y Bing generados por IA sobre entretenimiento y deportes.

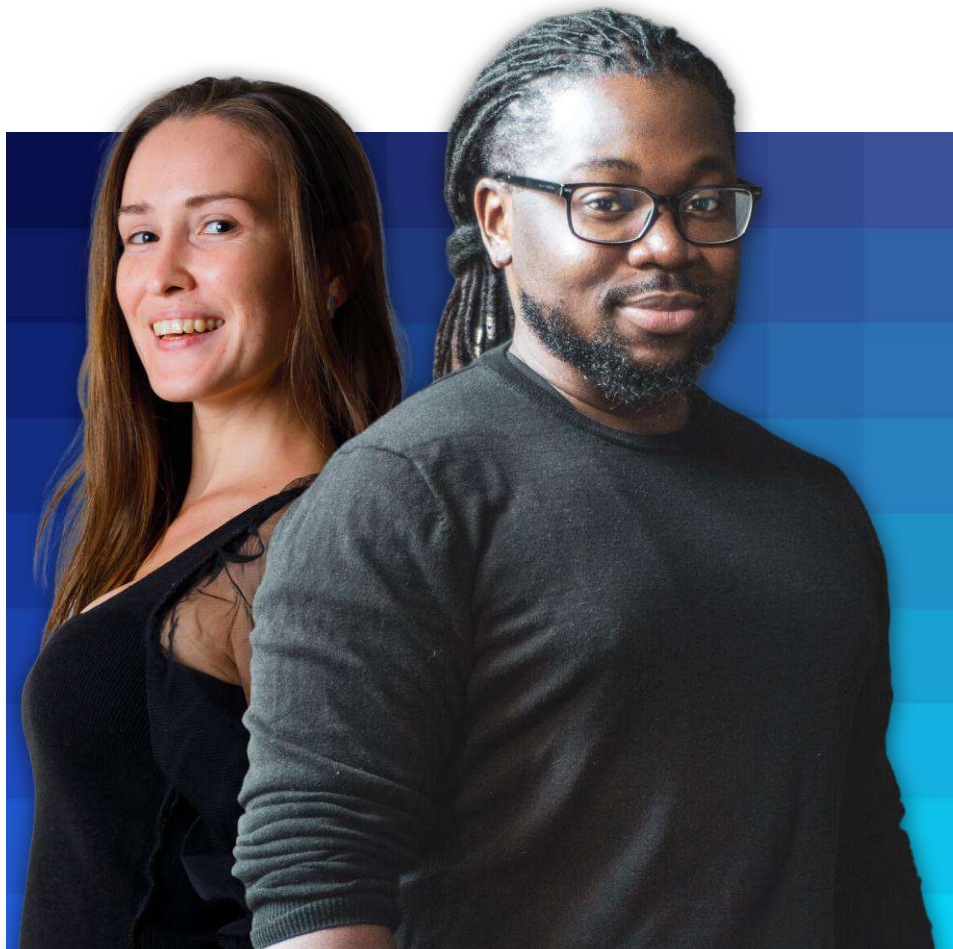
Rank **Entertainment** TOP 10 DOMINIOS CITADOS EN GOOGLE & BING

1	youtube.com	29%
2	wikipedia.org	19%
3	reddit.com	17%
4	fandom.com	9%
5	imdb.com	5%
6	quora.com	4%
7	facebook.com	2%
8	gamerant.com	2%
9	cbr.com	2%
10	screenrant.com	2%

Rank **Sports** TOP 10 DOMINIOS CITADOS EN GOOGLE & BING

1	wikipedia.org	24%
2	youtube.com	22%
3	espn.com	14%
4	reddit.com	12%
5	si.com	5%
6	uefa.com	4%
7	sportskeeda.com	4%
8	cbssports.com	3%
9	foxsports.com	3%
10	usatoday.com	3%

El perfil de los usuarios de Gen AI



Descárgate el informe completo **Aquí** **AI** Intelligence Report

Edad:

- 25-34 años

Cobertura de la AI:

- Desktop **57%** vs Mobile **52%**
- **28%** usa IA en el trabajo
- **41%** usa IA en su vida personal

Top 3 categorías de IA por dispositivos:

- **Desktop:** asistentes, vídeo y diseño
- **Mobile:** asistentes, audio e imágenes

Principales herramientas de IA por dispositivo y categoría

Desktop

ChatGPT

Asistentes

Grammarly

Texto y productividad

VoiceMod

Audio

Picsart

Diseño, imágenes, vídeos y texto

QuillBot

Traducciones, texto, detectores de IA y productividad

Mobile

ChatGPT

Asistentes

Octane

Marketing

Grammarly

Texto y productividad

Character.AI

Chatbot

ElevenLabs

Audio

Ventajas competitivas de medir la IA

1

**Entender el nuevo
posicionamiento
en Search, GEO**

2

**Saber qué
contenidos y
marcas cita la IA
o... los que no**

3

**Adaptarse al
nuevo punto de
entrada a la
información y
descubrimiento
de contenido**

Las audiencias crecen en el uso de asistentes de IA

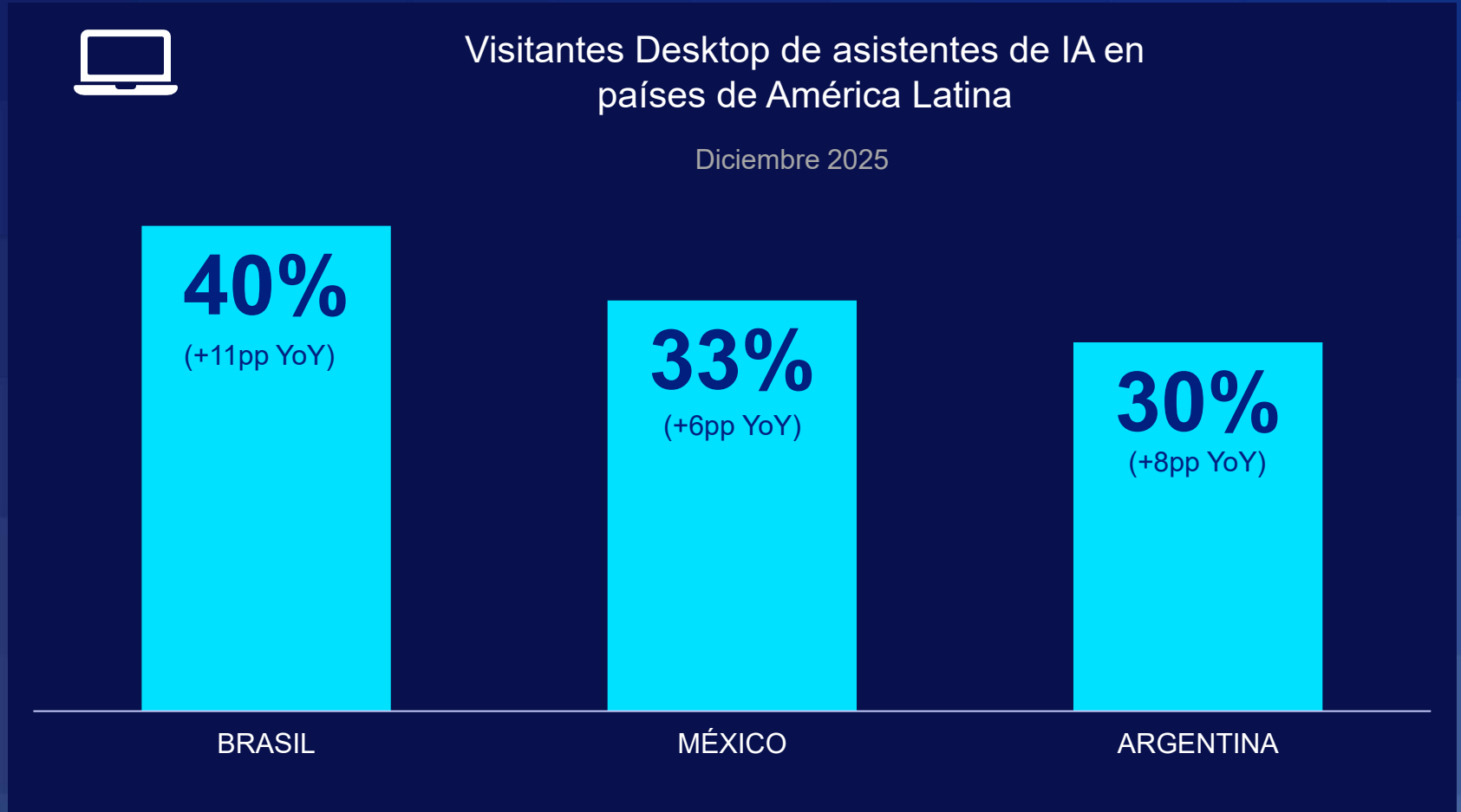
Top Global Growing Property



OpenAI

+218M

Visitantes únicos (YoY)



Comscore MMX Multi-Platform, Desktop & Mobile, Total Audience, Top 100 Properties, Worldwide Roll-up, Diciembre 2024 y Diciembre 2025

Fuente: Comscore CustomIQ, Desktop P6+ y Mobile P18+, Diciembre 2024 - Diciembre 2025, Brasil, México y Argentina.

Los datos Comscore's Gen AI Custom incluyen 'Dedicated AI-Powered entities', entidades impulsadas íntegramente por IA, que ofrecen una experiencia generativa completa de principio a fin, y 'Partially AI-Powered entities', entidades con funciones de IA integradas de forma parcial, en las que la IA actúa como complemento. Aunque en estos últimos casos las capacidades de IA se limitan a determinadas funciones, se incluyen para ofrecer una visión completa y representativa del conjunto del mercado de la IA.

Visibilidad de los contenidos dentro de los ecosistemas de IA

AI Rankers

A medida que las plataformas de inteligencia artificial se consolidan como un **nuevo punto de acceso** a la información, las respuestas generadas por IA comienzan a definir **qué fuentes y contenidos son visibles para las audiencias**.

Los AI Rankers permiten analizar:

- **Qué dominios** aparecen en las respuestas generadas por IA
- **Con qué frecuencia** son mencionados dentro de esas respuestas
- **Cómo se** posicionan frente a otros actores de su categoría

Audiencia potencial de IA

La nueva métrica

Publisher 1

Personas expuestas a menciones de
Publisher 1

1,5M



1,3M

no visitaron el sitio en el último mes

200K

visitaron el sitio en el último mes

Audiencia potencial incremental para
Publisher 1

+2,5M

+92%
incrementalidad



1,3M

no visitaron el site en el último mes = audiencia potencial

1,2M

visitantes del site

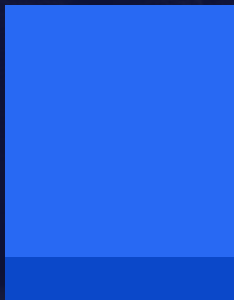
Audiencia potencial de IA

La nueva métrica

Publisher 2

Personas expuestas a menciones de
Publisher 2

200K



170K

no visitaron el sitio en el último mes

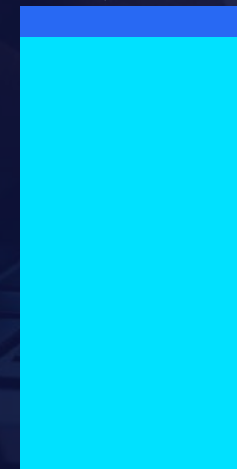
30K

visitaron el sitio en el último mes

Audiencia potencial incremental para
Publisher 2

+2,7M

+7% ↑
incrementalidad



170K

no visitaron el sitio en el último mes
= audiencia potencial

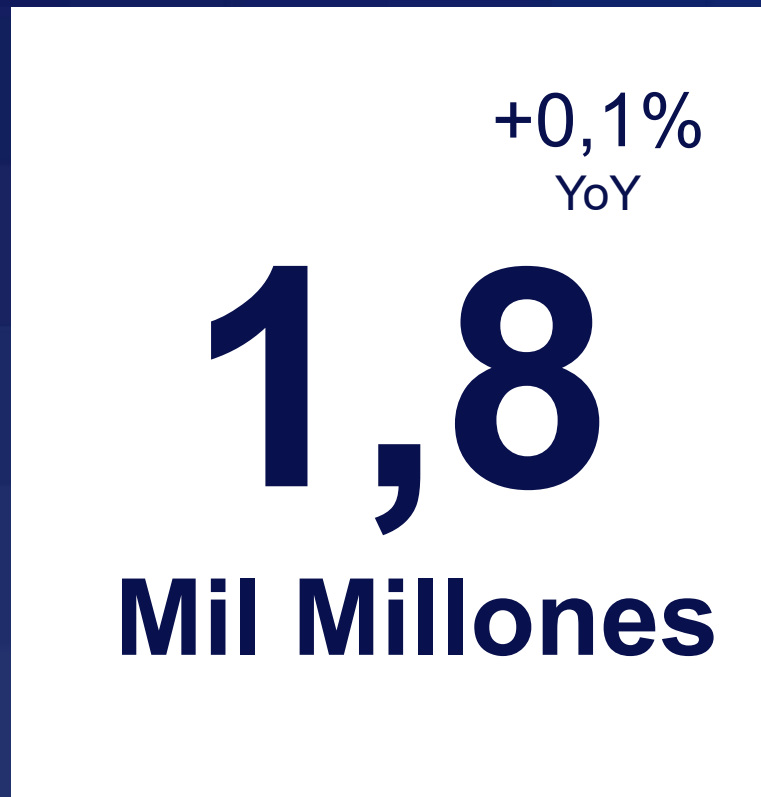
2,5M

visitantes del site

2. El pulso de las audiencias digitales

Ecosistema Digital

Visitantes únicos **worldwide***



Visitantes únicos **LATAM**

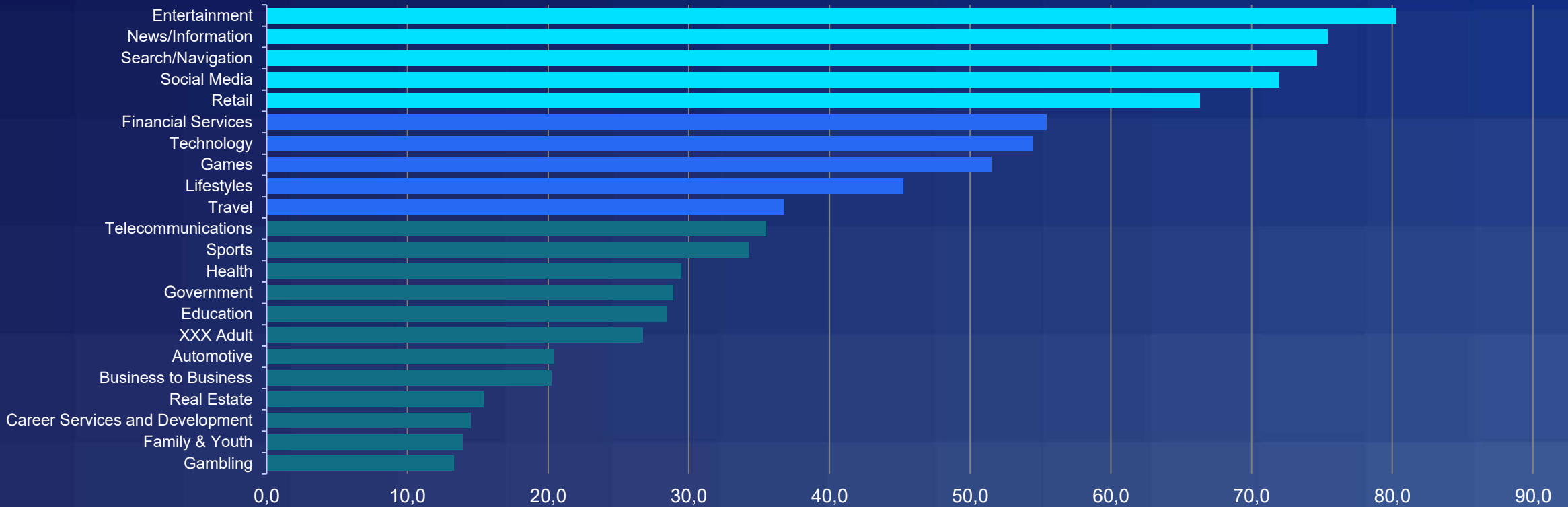
Brasil	131 M
México	78 M
Argentina	38 M
Colombia	30 M
Perú	21 M
Chile	17 M

Fuente: Comscore MMX Multi-Platform, Total Audience, diciembre de 2025, WorldWide RollUp* y Brasil, Argentina, México, Chile, Colombia, Perú.

* Worldwide Rollup representa la suma de las siguientes geografías reportables individualmente en Mobile Metrix y MMX Multi-Platform: Estados Unidos, Canadá, Argentina, Australia, Brasil, Chile, Colombia, Finlandia, Francia, Alemania, Hong Kong, India, Indonesia, Irlanda, Italia, Japón, Malasia, México, Noruega, Singapur, España, Taiwán, Reino Unido y Vietnam.

Las industrias digitales worldwide

ALCANCE POR CATEGORÍA - DICIEMBRE 2025

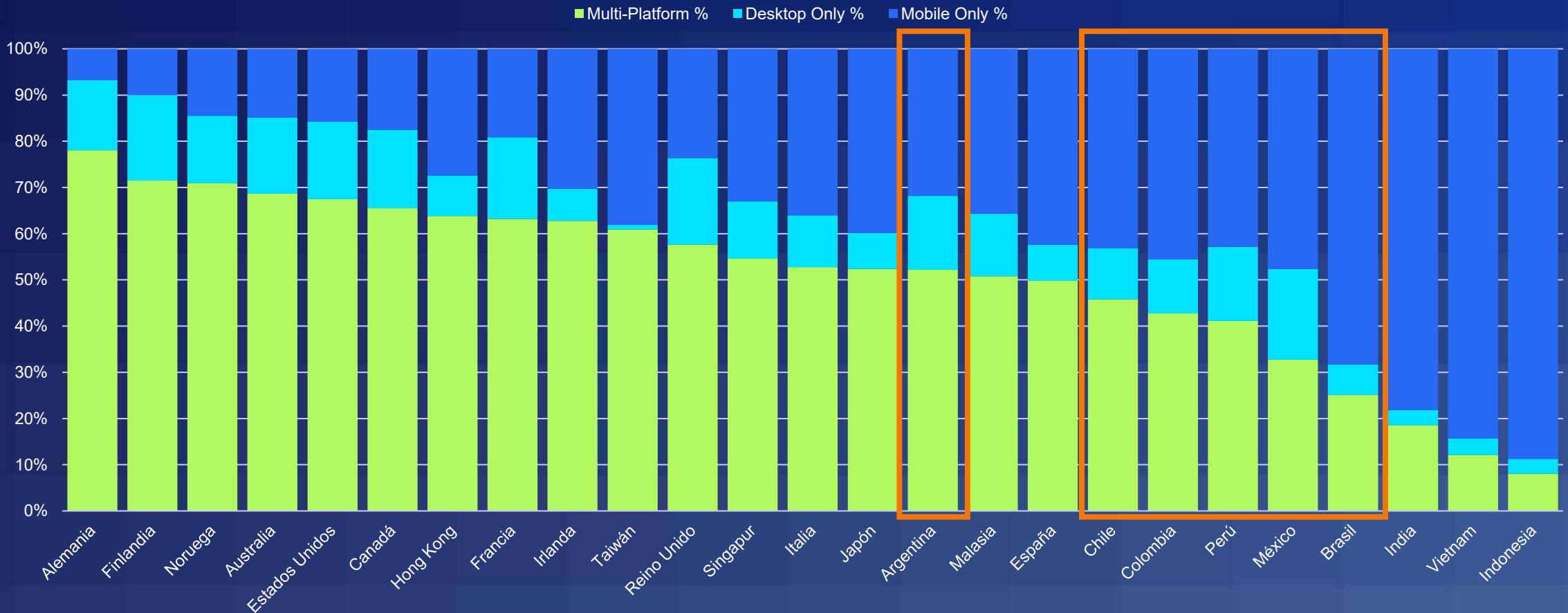


Fuente: Comscore MMX Multi-Plataforma, Desktop & Mobile, Total audiencia, Categorías seleccionadas, Diciembre 2025, Worldwide Rollup

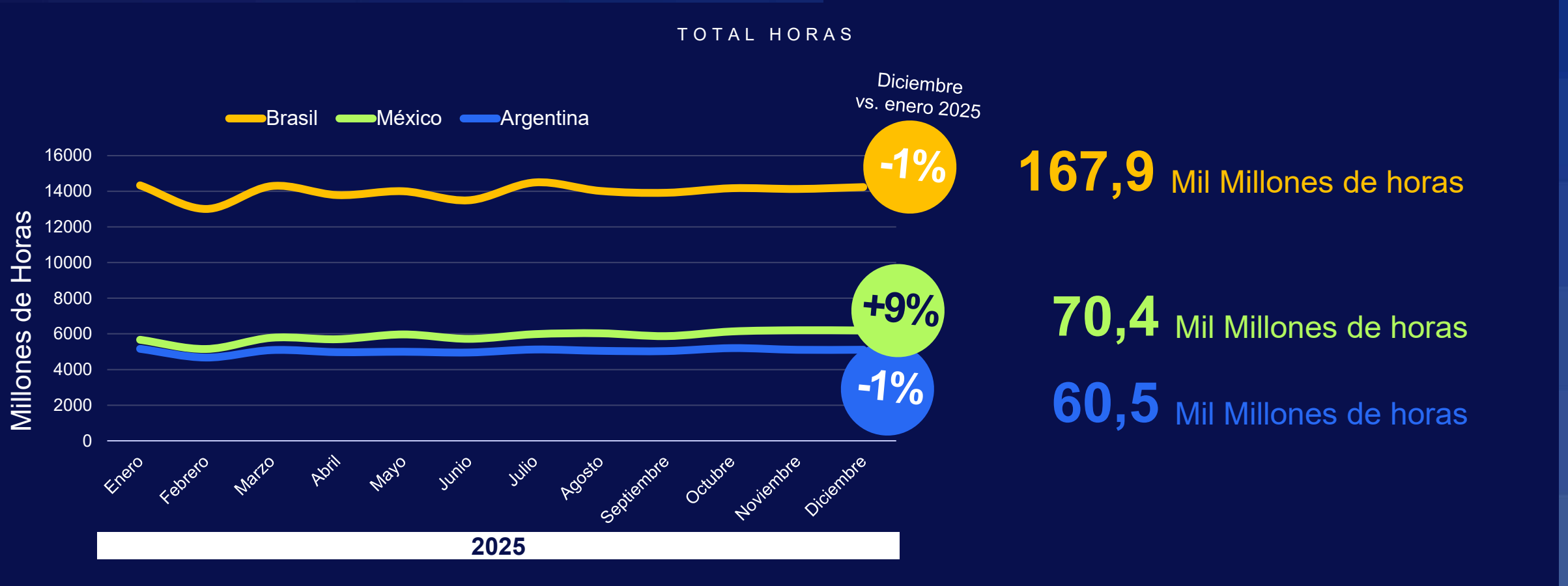
* Worldwide Rollup representa la suma de las siguientes geografías reportables individualmente en Mobile Metrix y MMX Multi-Platform: Estados Unidos, Canadá, Argentina, Australia, Brasil, Chile, Colombia, Finlandia, Francia, Alemania, Hong Kong, India, Indonesia, Irlanda, Italia, Japón, Malasia, México, Noruega, Singapur, España, Taiwán, Reino Unido y Vietnam.

Preferencia de uso de plataformas por países

COMPOSICIÓN DE VISITANTES ÚNICOS POR PLATAFORMA - DICIEMBRE 2025



¿Cuánto tiempo pasa la población en Internet?



Las audiencias sociales amplifican el alcance digital en múltiples categorías

SOCIAL INCREMENTAL

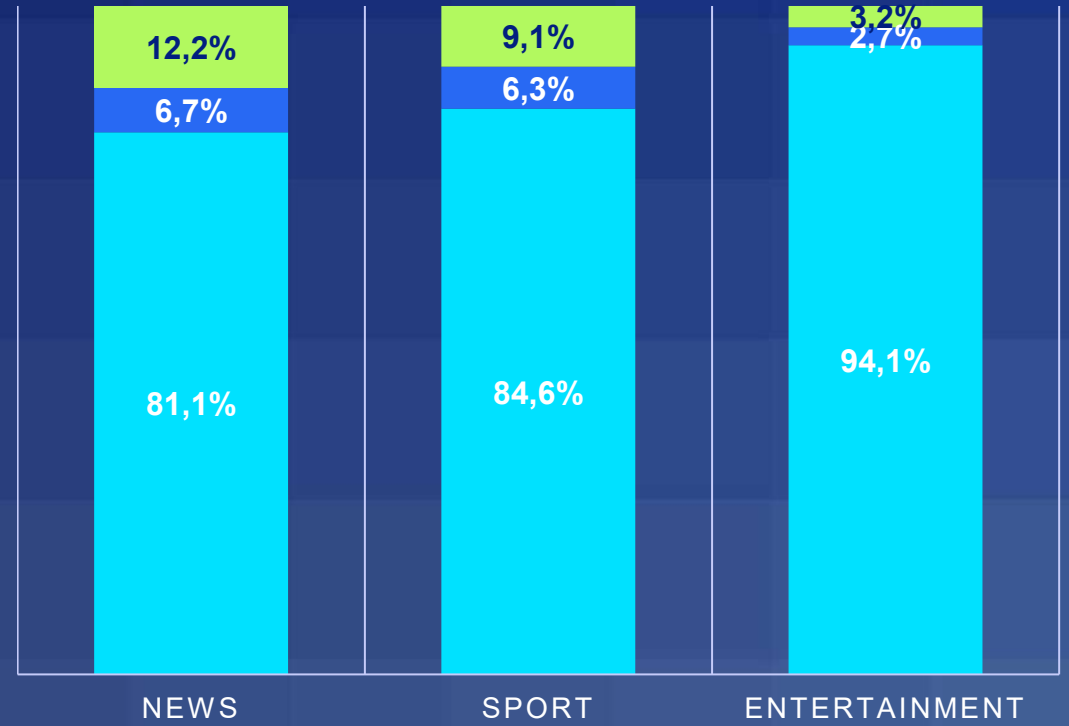
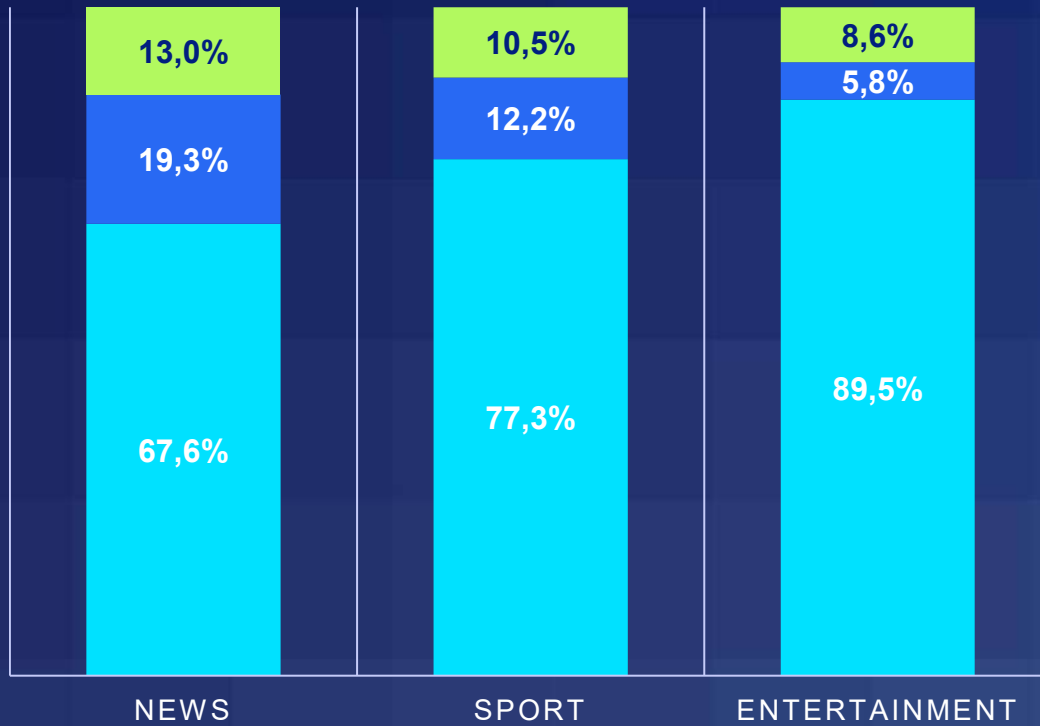
Diciembre 2025

Argentina

México

■ Exclusive Social ■ Overlap ■ Exclusive non Social

■ Exclusive Social ■ Overlap ■ Exclusive non Social



Afinidad de las audiencias mexicanas

INDEX DE LA AUDIENCIA EN PROPIEDADES SOCIALES DE MÉXICO

SEGMENTACIÓN POR INTERESES

Deportes

- Hay 144 oportunidades de interacción de la audiencia en contenidos deportivos, es decir 14 veces más afín que cualquier otra categoría.

Finanzas y banca

- Hay 88 oportunidades de interacción de la audiencia en contenidos financieros, es decir casi 9 veces más afín que cualquier otra categoría.

Viajes y esparcimiento

- Hay 132 oportunidades de interacción de la audiencia en contenidos de viajes, es decir 13 veces más afín que cualquier otra categoría

Salud y Bienestar

- Hay 62 oportunidades de interacción de la audiencia en contenidos referentes a salud, es decir 6 veces más afín que cualquier otra categoría.

Automotriz

- Hay 124 oportunidades de interacción de la audiencia en contenidos relacionados a automóviles, es decir 12 veces más afín que cualquier otra categoría

Noticias y medios

- Hay 56 oportunidades de interacción de la audiencia en contenidos de noticias, es decir 5 veces más afín que cualquier otra categoría



Intereses del consumidor digital en Argentina

INDEX DE LA AUDIENCIA EN PROPIEDADES SOCIALES DE ARGENTINA SEGMENTACIÓN POR INTERESES

Entretenimiento y medios

- Hay 178 oportunidades de interacción de la audiencia en contenidos de entretenimiento, es decir 18 veces más afín que cualquier otra categoría.

Viajes y esparcimiento

- Hay 141 oportunidades de interacción de la audiencia en contenidos de viajes, es decir 14 veces más afín que cualquier otra categoría

Finanzas y banca

- Hay 104 oportunidades de interacción de la audiencia en contenidos financieros, es decir casi 10 veces más afín que cualquier otra categoría.

Noticias y medios

- Hay 87 oportunidades de interacción de la audiencia en contenidos de noticias, es decir casi 9 veces más afín que cualquier otra categoría

Compras / Retail

- Hay 82 oportunidades de interacción de la audiencia en contenidos referentes a tiendas y compras en general, es decir 8 veces más afín que cualquier otra categoría.

Deportes

- Hay 69 oportunidades de interacción de la audiencia en contenidos deportivos, es decir 7 veces más afín que cualquier otra categoría.



Una mirada a las principales plataformas sociales

% ALCANCE – WEB & APPS
Diciembre 2025



Fuente: Comscore MMX Multiplataforma, Desktop y Mobile, Audiencia Total, entidades seleccionadas: [M] YouTube, [M] WhatsApp, [M] INSTAGRAM.COM, [C] FACEBOOK.COM, [C] Google Messages (aplicación móvil), [P] TELEGRAM.ORG, [P] Snapchat, Inc., [M] TIKTOK.COM, [M] X.COM, [C] MESSENGER.COM, [P] Pinterest, [M] LINKEDIN.COM, [P] Reddit y [P] DISCORD.COM, diciembre de 2025, Brasil, México y Argentina.

FOCO EN: INFLUENCERS

En 2025 los creadores de contenido llegaron a representar el

36%

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

¿Cuáles son los influencers latinoamericanos con el engagement más eficiente en las redes durante 2025?

INFLUENCERS HABLA HISPANA – PROMEDIO DE INTERACCIONES POR POST EN FACEBOOK, INSTAGRAM, X Y TIKTOK – 2025

1

LEO MESSI



2,9M

Interacciones/post

2

BAD BUNNY



1M

Interacciones/post

3

NATANAEL
CANO

700K

Interacciones/post

Fuente: Comscore Social, Power Rankings, "Influencers-All" e industrias (país/region - All: AD, AE, AF, AG, AL, AM, AO, AS, AT, AU, AW, AZ, BA, BB, BD, BE, BG, BH, BJ, BM, BN, BS, BT, BW, BY, BZ, CA, CG, CH, CI, CN, CV, CY, CZ, DE, DJ, DK, DM, DZ, EE, EG, ES, ET, FI, FJ, FR, GA, GD, GE, GH, GM, GR, GU, GY, HK, HR, HU, ID, IE, IL, IN, IG, IR, IS, IT, JM, JO, KE, KG, KH, KN, KR, KW, KY, KZ, Latin America, LB, LC, LI, LK, LR, LS, LT, LU, LV, MA, MC, MD, ME, MF, MG, MK, ML, MM, MT, MU, MV, MY, MZ, NA, NG, NL, NO, NP, NZ, OM, PG, PH, PK, PL, PT, QA, RE, RO, RS, RU, RW, SA, SD, SE, SG, SI, SK, SM, SN, SO, SR, SY, TH, TL, TN, TR, TT, TW, TZ, UA, UG, UK, US, UZ, VC, VN, VU, WS, XK, YE, ZA, ZM, ZW), Plataformas: Facebook, X, Instagram y TikTok, Abril 2025.
Fuente: Comscore Social, Latin America-influencers, Plataformas: Facebook, Instagram, X, 1 de enero a 31 de diciembre 2025.

Nota: Selección basada en el top 1 por país en LATAM (habla hispana), según interacciones por post. Las interacciones incluyen reacciones, comentarios, shares, repost y me gusta.

FOCO EN: INFLUENCERS

El potencial de los **IA influencers** se hace realidad con el caso:

KHABY LAME × **RICH SPARKLE**

Del potencial a la estrategia real

En 2025 ya identificábamos el potencial de los influencers virtuales como un canal emergente en el marketing de influencia.

En enero de 2026, el caso del **influencer humorista Khaby Lame** y el **grupo empresarial Rich Sparkle** marca un punto de inflexión en:

Marca & identidad

- Khaby no “colabora” con la marca, sino que forma parte del negocio, convirtiéndose además en accionista y socio estratégico. Se convierte en una marca adquirida.

Activaciones

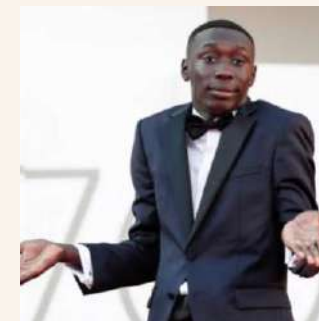
- De colaboraciones puntuales a modelos transversales:
 - campañas globales
 - live shopping
 - amplias experiencias en IA

Escalabilidad

- Rich Sparkle puede operar con coherencia global, manteniendo control creativo en cada contexto o nivel de personalización.

TOTAL
INTERACCIONES POR
POST EN FACEBOOK,
INSTAGRAM Y TIKTOK
- 2025

KHABY LAME



834K
Total
interacciones/post

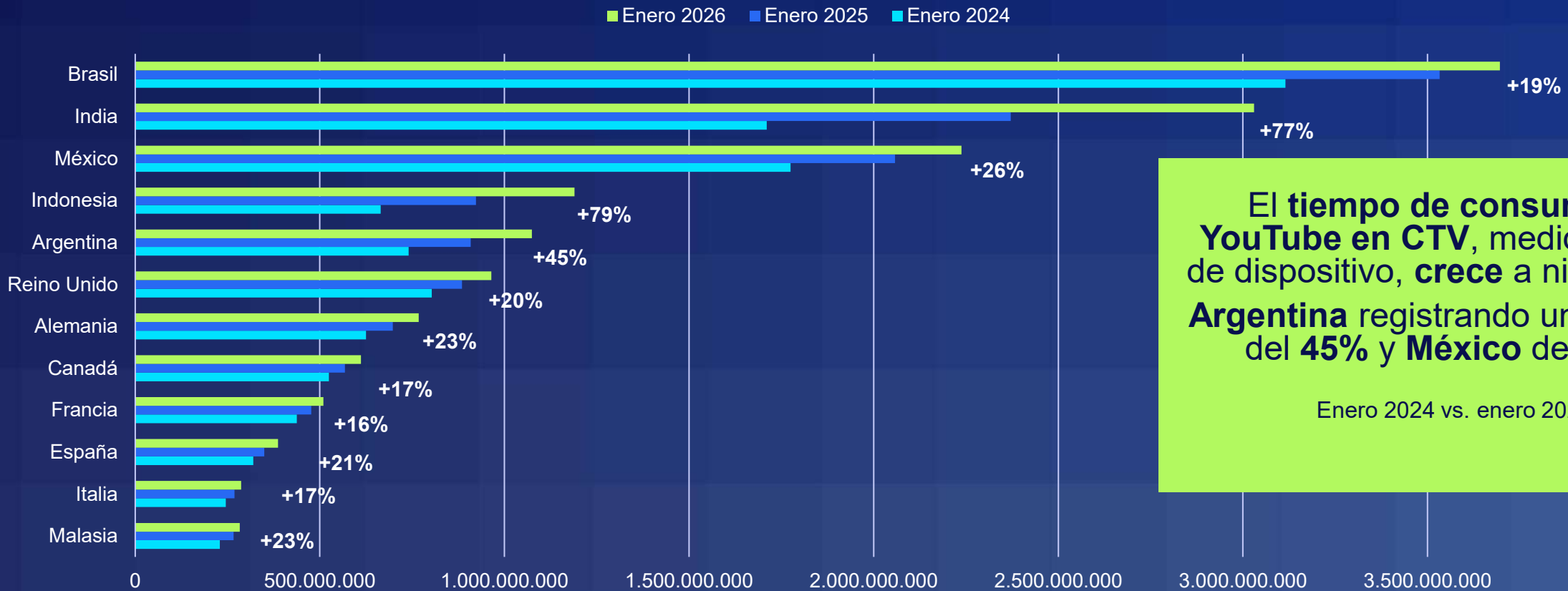
DESCARGA **AQUÍ** EL INFORME
DE INFLUENCERS 2025

CTV & Streaming

Streaming video

YouTube: crecimiento global en CTV

YOUTUBE CTV TOTAL HORAS – TOTAL %CHANGE POR PAÍSES



El tiempo de consumo de YouTube en CTV, medido a nivel de dispositivo, crece a nivel global. Argentina registrando un aumento del 45% y México del 26%.

Enero 2024 vs. enero 2026

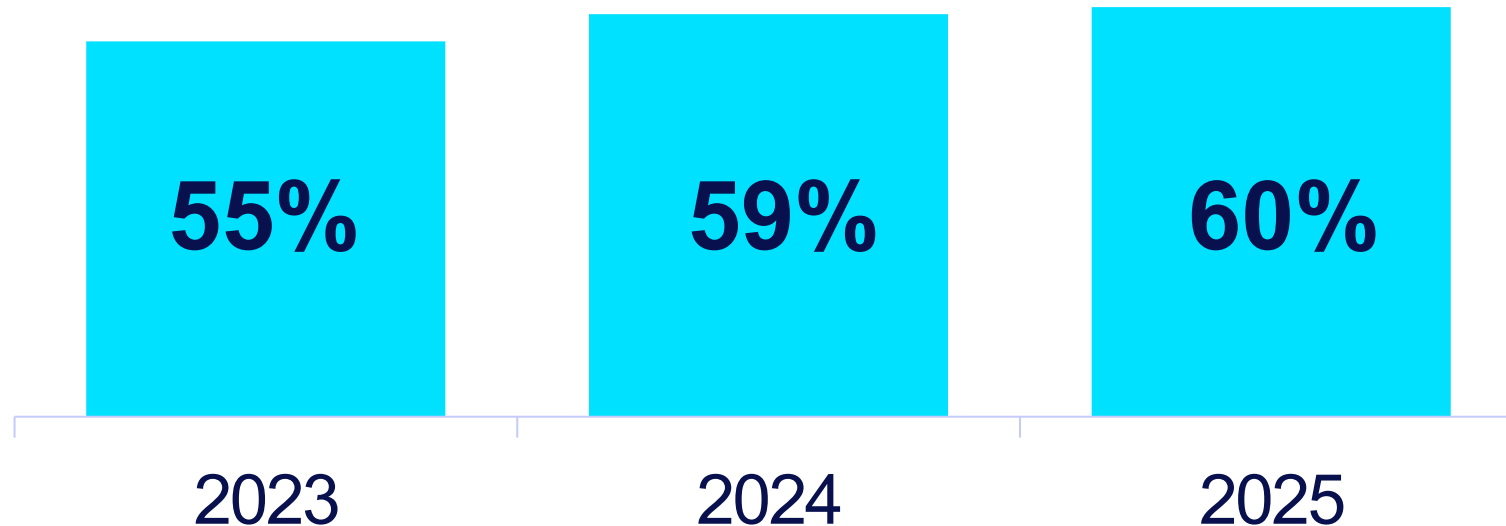
Nuevo Reporte



[DESCARGAR REPORTE COMPLETO](#)

Connected TV en América Latina

Resultados de estudios anteriores sobre adopción de Connected TV



Los resultados presentados corresponden a distintas olas del estudio y no son estrictamente comparables entre sí, debido a ajustes en el alcance geográfico y en el diseño muestral a lo largo del tiempo. En particular, algunas olas contemplaron una cobertura de países diferente, así como modificaciones en los objetivos de muestreo. En este contexto, los hallazgos deben interpretarse de manera contextual, por lo que no se recomiendan comparaciones directas entre períodos.

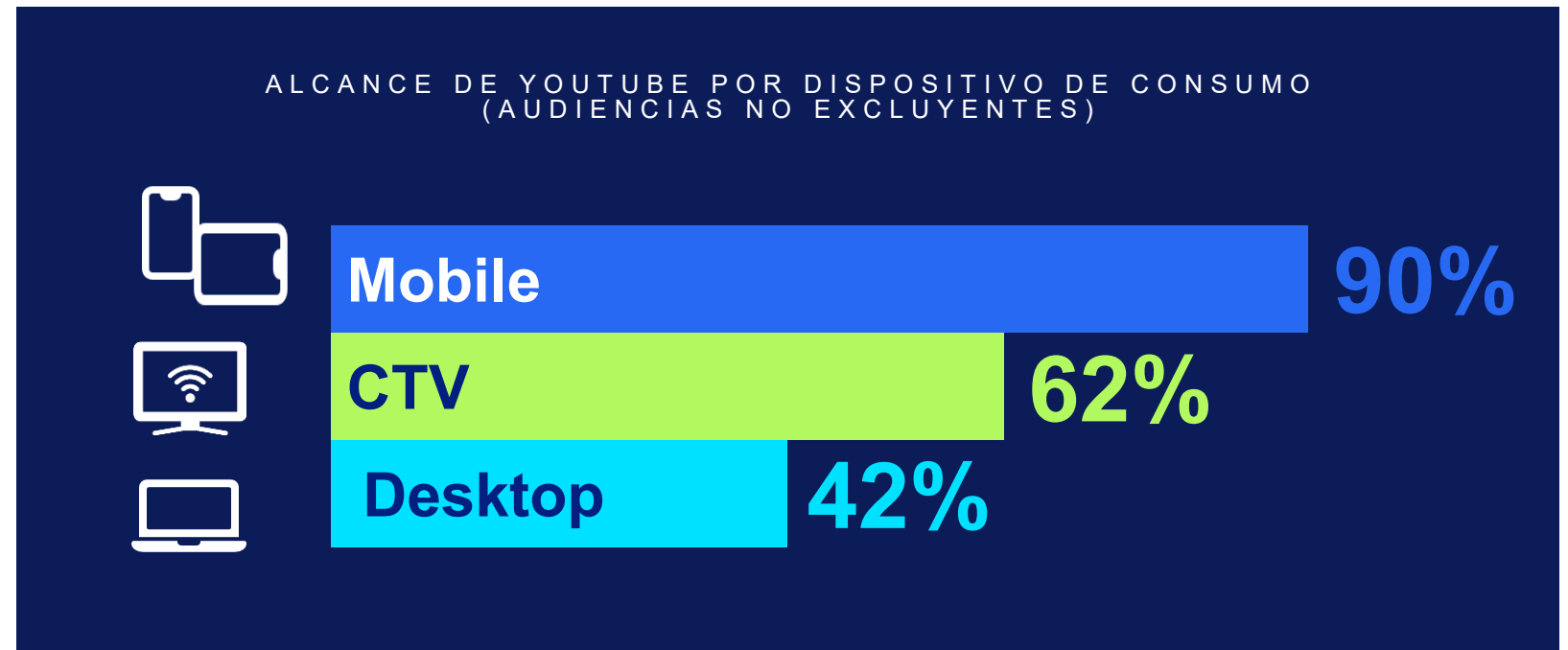
Fuente: Comscore Custom Solutions, "CTV, OTT & Addressable Advertising Study", 18 años o más, encuesta, trabajo de campo: septiembre/octubre de 2025, América Latina.

Anuncio Reciente

Ampliamos la medición de audiencia de YouTube incorporando **cobertura de CTV en Argentina.**

[VE EL COMUNICADO COMPLETO](#)

6 de cada 10 usuarios de YouTube en Argentina consumen videos en pantalla grande.



Noticias en streaming y nuevos contextos de consumo

Canales de YouTube

ALCANCE EXCLUSIVO VÍA CONNECTED TV EN CANALES DE NOTICIAS

Canales de Argentina

% de alcance exclusivo de CTV

A24com @ YouTube

50%

C5N @ YouTube

50%

Crónica TV Channel @ YouTube

48%

TN Todo Noticias @ YouTube

46%

LA NACION @ YouTube

45%

News & Information

El panorama de los medios informativos digitales en LATAM

NEWS/INFORMATION - DICIEMBRE 2025

TOTAL VISITANTES ÚNICOS

PROMEDIO DE MINUTOS POR VISITANTE ÚNICO

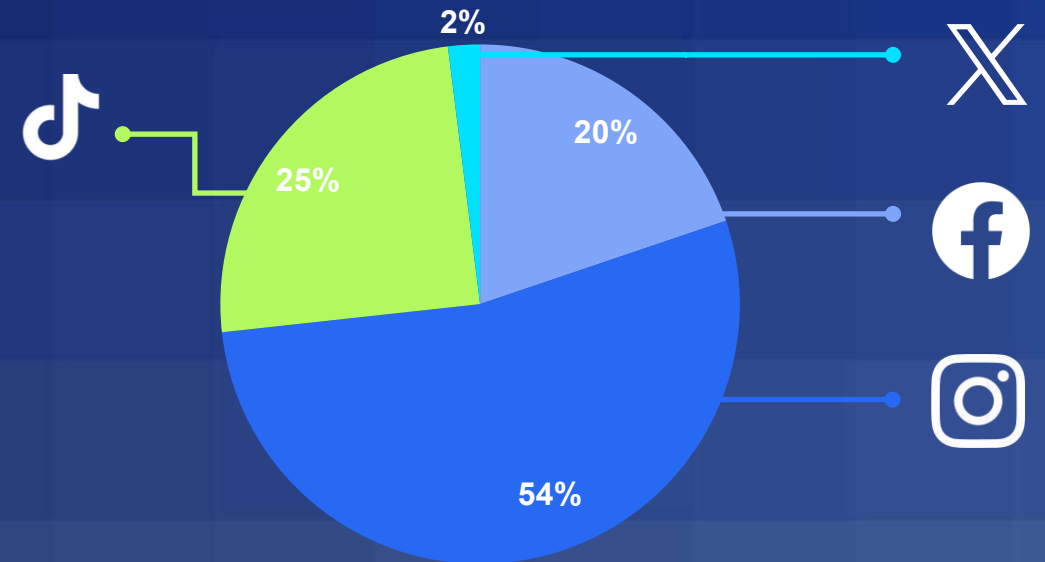
Brasil	113,6	41,4
México	54,9	26,2
Argentina	32,5	81,6
Colombia	18,8	48,6
Chile	13,6	43,9
Perú	11,9	23,2

Medios informativos de Latinoamérica en redes sociales

PUBLISHING - TOTAL INTERACCIONES POR PAÍSES EN REDES SOCIALES - 2025



PUBLISHING - % INTERACCIONES POR PLATAFORMA SOCIAL - 2025



Fuente: Comscore Social, Power Rankings, BR* Publishing, AR* Publishing, MX* Publishing, CL* Publishing, CO* Publishing y PE* Publishing, Plataformas: Facebook, X, Instagram y TikTok, Del 1 de enero al 31 de diciembre 2025.
 Fuente: Comscore Social, Metrics & Trends, BR* Publishing, AR* Publishing, MX* Publishing, CL* Publishing, CO* Publishing y PE* Publishing, Plataformas: Facebook, X, Instagram y TikTok, Del 1 de enero al 31 de diciembre 2025.

Eficacia de marca en las campañas

Caso: revistas & social-first

El escenario

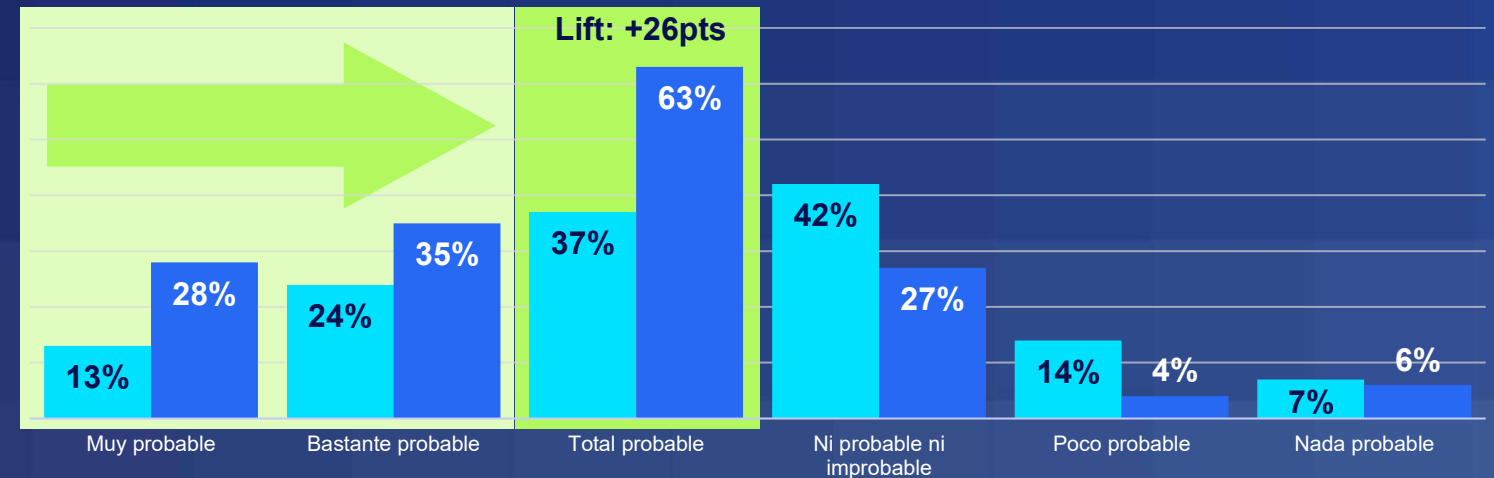
- Colaboración entre Condé Nast Italia y una marca de bebidas de aperitivo en un mercado altamente competitivo.
- Nueva campaña para aumentar la consideración de marca.
- Objetivo de conexión auténtica y premium.
- Demostrar el impacto real de la activación.

Los resultados

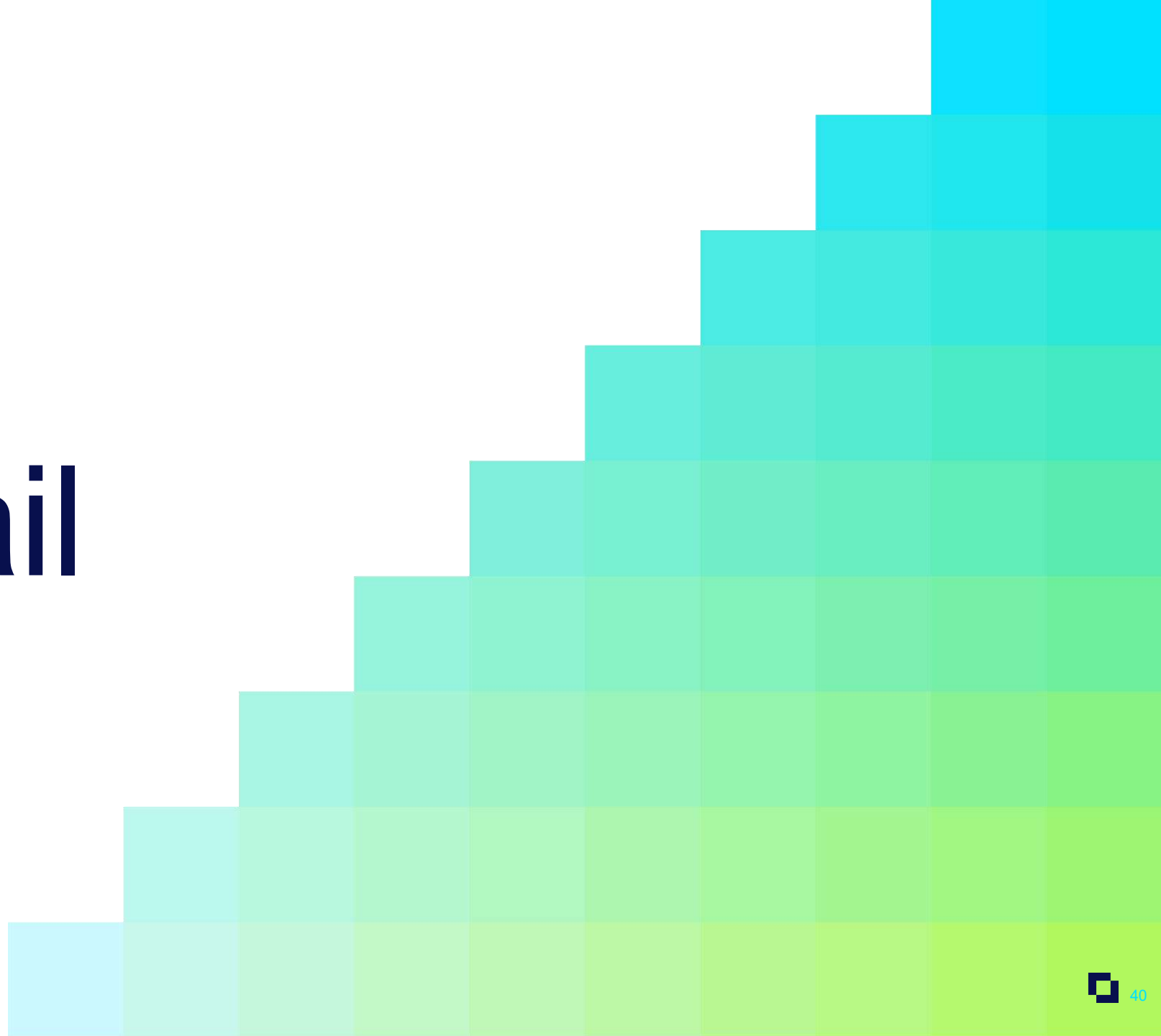
- Activación social-first en cabeceras editoriales premium y audiencias complementarias.
- Medición directa del impacto mediante Comscore Social Brand Survey Lift.
- La consideración positiva pasó del 37% al 63%.
- +26pts en la consideración de marca, validando la eficacia de la campaña.

CONDÉ NAST

P1: ¿Qué probabilidad hay de que consideres la marca como una opción para tu aperitivo?



Retail





**Acceso a retailers
a través de ChatGPT**

+181%

**Septiembre 2024
vs. septiembre 2025**

Asistentes de IA en el Consumer Journey

De los **10 principales retailers multi-plataforma a nivel mundial** —Amazon, Flipkart, Temu, Shein, eBay, Walmart, Apple, Alibaba, MercadoLibre and Shopee— el acceso a través de ChatGPT desde un dispositivo desktop ha crecido un **181%** respecto al año pasado.










Fuente: Comscore MMX Source & Loss, Desktop, Total audiencia, Selected Entities top 10 Retail (Multi-Platform ranking result) con data source = ChatGPT.com: [P] Amazon, [P] Flipkart sites, [P] TEMU:COM, [P] Shein Group, [P] eBay,

[P] Wal-Mart, [M] Apple.com Worldwide Sites, [P] Alibaba.com Corporation, [P] MercadoLibre and [P] Shopee Pte Ltd, September 2024 y September 2025, Worldwide Rollup*

*Worldwide Rollup represents the summation of the following individually reportable Mobile Metrix and MMX Multi-Platform geographies: United States, Canada, Argentina, Australia, Brazil, Chile, Colombia, Finland, France, Germany, Hong Kong, India, Indonesia, Ireland, Italy, Japan, Malaysia, Mexico, Norway, Singapore, Spain, Taiwan, United Kingdom and Vietnam.

Principales propiedades de Retail

VISITANTES ÚNICOS -DESKTOP & MOBILE- DICIEMBRE 2025

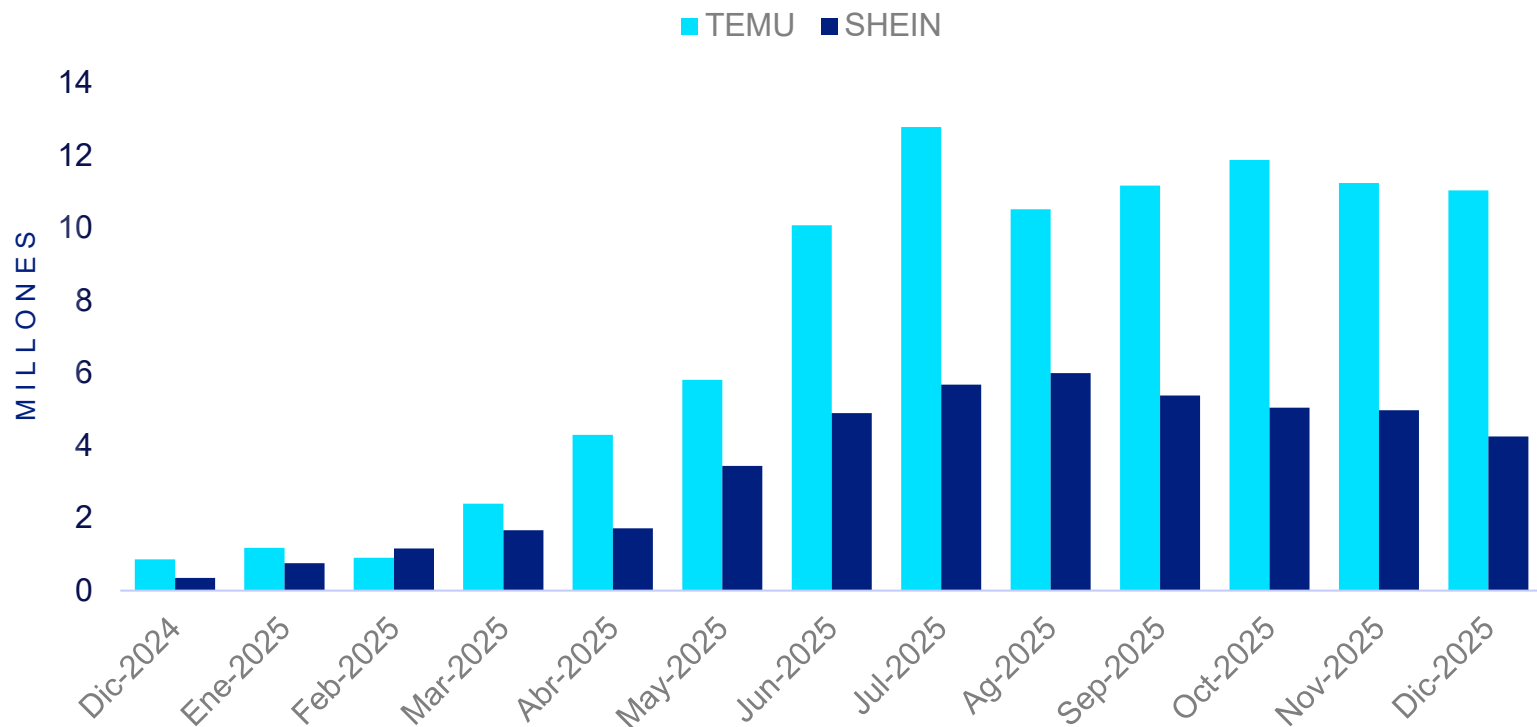
MÉXICO	 31M (+1% YoY)	 29M (+4% YoY)	 18M (+25% YoY)
BRASIL	 79M (0% YoY)	 68M (0% YoY)	 52M (-5% YoY)
ARGENTINA	 25M (-6% YoY)	 11M (+1,177% YoY)	 8M (-18% YoY)

FOCO EN: ARGENTINA

El crecimiento de estas plataformas se acelera a partir del segundo trimestre de 2025, con **Temu** liderando la captación de nuevas audiencias digitales en el país.

El crecimiento de Temu y Shein redefine el mapa del e-commerce en Argentina

DESKTOP & MOBILE – VISITANTES ÚNICOS EN MILLONES



Deportes

El panorama de la categoría de deportes en Latinoamérica

SPORTS- DICIEMBRE 2025

TOTAL VISITANTES ÚNICOS

PROMEDIO DE MINUTOS POR VISITANTE ÚNICO

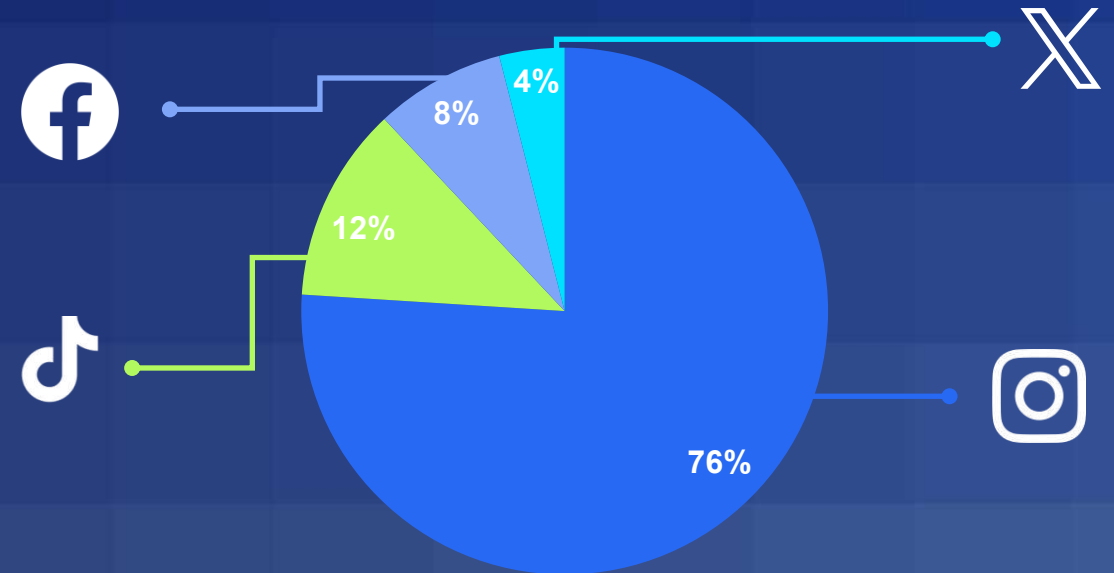


Redes sociales como aliados del deporte

SPORTS - TOTAL INTERACCIONES POR PAÍSES EN REDES SOCIALES - 2025



SPORTS - %INTERACCIONES POR PLATAFORMA SOCIAL - 2025

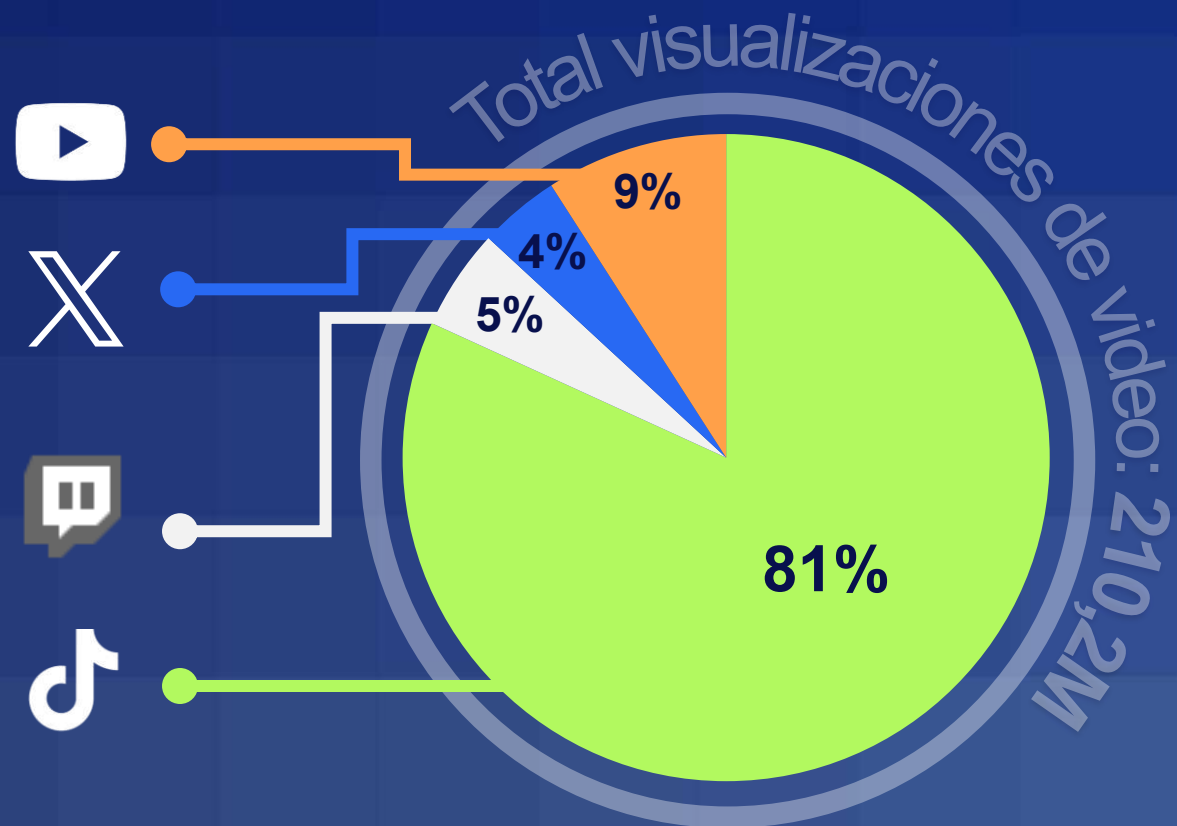


Primera edición del Supernova Strikers

El evento mexicano, Supernova Strikers 2025, transformó al Palacio de los Deportes y las plataformas digitales en un espectáculo que unió deporte y entretenimiento en vivo.

TikTok concentró el 81% de las visualizaciones, consolidándose como la red clave para la conversación del evento, seguido por YouTube, X y Twitch, que amplificaron el alcance y la interacción.

VISUALIZACIONES DE VIDEO POR PLATAFORMA
EN LOS CANALES OFICIALES DE SUPERNOVA STRIKERS
- DEL 16 AL 18 DE AGOSTO DE 2025



[HAZ CLIC AQUÍ Y ACCEDE A MÁS DATOS SOBRE ESTE TEMA](#)

Nuevo formato ampliado del Mundial de Clubes en redes sociales



Top palabras clave y emojis el día de la final del Mundial de Clubes FIFA 2025
(13 de julio de 2025)

#fifacwc  world 
chelsea  club first



HAZ CLIC AQUÍ Y ACCEDE A MÁS DATOS SOBRE ESTE TEMA

Fuente: Comscore Social, Content Pulse. El contenido incluye: "Take it to the World", "Takeittotheworld", "CWC", "FIFACWC", "Club World Cup", "Clubworldcup", "FIFAClubWorldCup", "Mundial de Clubes", "Mundialdeclubes", "MundialdeClubesdaFIFA", "Coupe du Monde des Clubs", "Coupedumondedesclubsdelaffa", "Coupedumondedesclubs", "FIFAKlub-Weltmeisterschaft", "Klub-Weltmeisterschaft", "KlubWeltmeisterschaft", "Coppa del Mondo per Club", "CoppadelMondoperClub", "كأس العالم للأندية" y "كأس العالم للأندية", total interacciones en Facebook, Instagram, X y TikTok; y visualizaciones de video en Facebook, X, TikTok y YouTube. Máx. 5000 resultados. Del 14 de junio al 13 de julio de 2025. Fecha de extracción de datos: 18 de julio de 2025.

Nota: Las interacciones incluyen reacciones, comentarios, shares, repost, me gusta y corazones
Fuente: Comscore Social, Dashboard personalizado de Emojis y Palabras Clave, en Instagram, Facebook, X y TikTok. Fecha de análisis: 13 de julio de 2025.
Fecha de extracción: 16 de julio de 2025.

CUSTOM SOLUTIONS

FIFA Copa Mundial de fútbol masculino

11 junio–19 julio

EEUU, Canadá & México

Estudio de la Copa Mundial 2026 Anticípate al principal evento deportivo del 2026...

HAZ CLIC AQUÍ PARA SOLICITAR MÁS INFORMACIÓN

Un análisis integral sobre el comportamiento de los fans del fútbol en entornos digitales rumbo al Mundial 2026.



- **Encuestas a fans:** consumo, percepciones y hábitos
- **Entrevistas a expertos:** medios, marcas, ligas y plataformas
- **Insights clave:** oportunidades para anunciantes y ecosistema deportivo

3. Preparados para el 2026

2026



El “Social Bowl”

Ya vimos el impacto social del evento: **325 millones de interacciones** en Facebook, Instagram, X y TikTok.

Además, **el 40% de las menciones con #NFL o #SuperBowl incluyeron a Bad Bunny**, reflejando su fuerte protagonismo en la conversación.

CONOCE MÁS SOBRE EL EVENTO AQUÍ



Lo que está por venir...

- Nuevos eventos
- Movimientos culturales
- Alianzas que explorar
- Players emergentes
- Influencers IA con un mayor alcance
- Oportunidades monetizables
- ...

**Copa Mundial
FIFA**

**Supernova
Genesis**

Bad Bunny Tour

**Spice Girls 30th
Anniversary**

Fuente: Comscore Social, Content Pulse, Facebook, Instagram, X y TikTok, Max. resultados 5000, Contenido contiene: #NFL o #SuperBowl y “Bad Bunny”, 7 de febrero al 9 de febrero 2026.
Fecha de extracción de datos: 10 de febrero 2026. Nota: Las interacciones incluyen reacciones, comentarios, shares, repost, me gusta y corazones.

Conclusiones

1

La IA redefine el presente y marca el futuro

Pasa a ser un punto de entrada consolidado al consumo digital, transformando la búsqueda, el descubrimiento de contenidos y el customer journey.

2

Las audiencias están en movimiento

Siguen creciendo, pero en un ecosistema más complejo, en el que conviven plataformas, formatos y dispositivos.

3

El marketing de Influencers evoluciona

Los influencers siguen representando un activo estratégico para las marcas, y evolucionan a modelos más estructurales, como influencers virtuales y colaboraciones de largo recorrido.

4

2026 exige nuevos indicadores y estrategias

Adaptarse a nuevos puntos de entrada (CTV, IA, Geo, Social), comprender el valor incremental de cada plataforma y anticiparse serán las bases para medir mejor y tomar mejores decisiones.

¡Gracias!

Ponte en contacto con nosotros y descubre todo lo que Comscore puede aportar a tu estrategia.



sepamas@comscore.com



[@comscore](#)