

El impacto del Covid-19 en el sector de media e internet en América Latina

IVAN MARCHANT
VP COMSCORE NORTH CONE
@IMARCHANT
IMARCHANT@COMSCORE.COM

www.comscore.com

@ComscoreLatam

@imarchant

Agregando valor en las audiencias y la publicidad



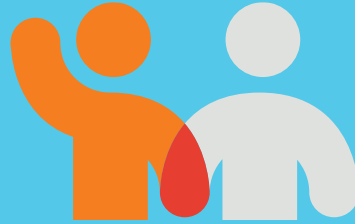
VISIÓN TOTAL
DEL CONSUMIDOR



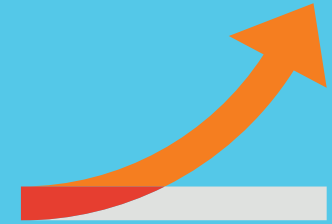
MÉTRICAS INDEPENDIENTES
Y CONFIABLES



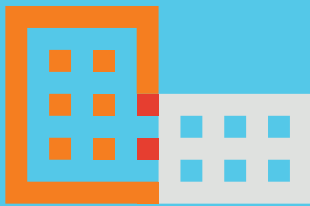
NASDAQ: SCOR



CLIENTES
3,200+ worldwide



EMPLEADOS
1,500+



HEADQUARTERS
Reston, Virginia, EEUU



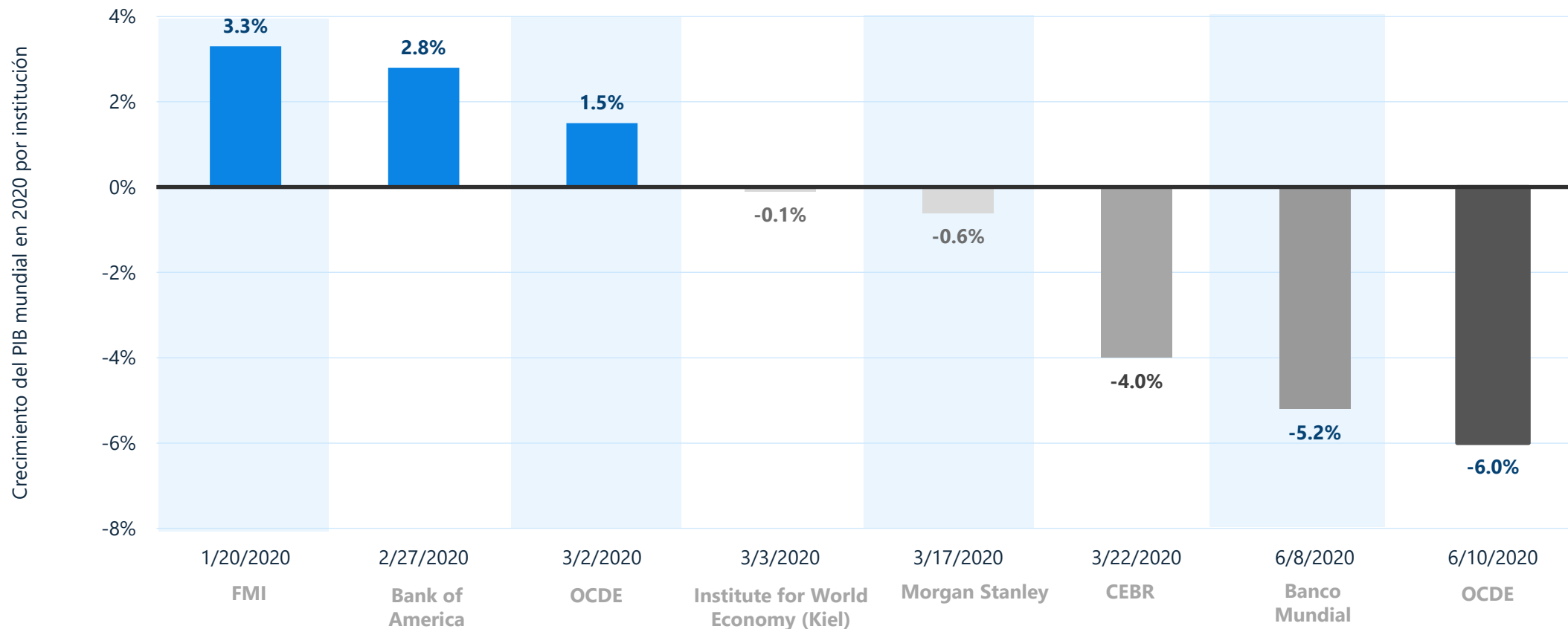
COBERTURA GLOBAL
44 mercados reportados



PRESENCIA LOCAL
30+ locations in 20+ countries

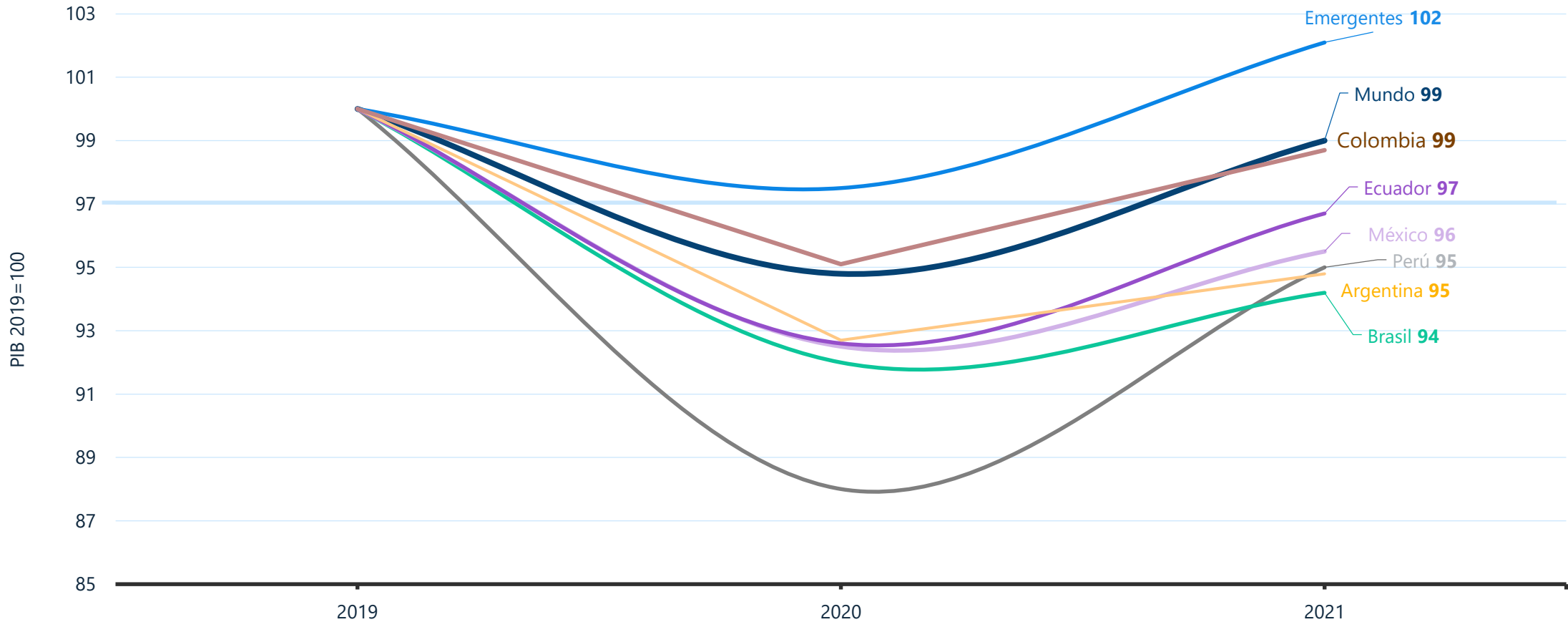
A medida que el virus se propaga por el mundo, las previsiones económicas son cada vez menos optimistas

Impacto de COVID-19 en el PIB para 2020 según la fecha de la previsión



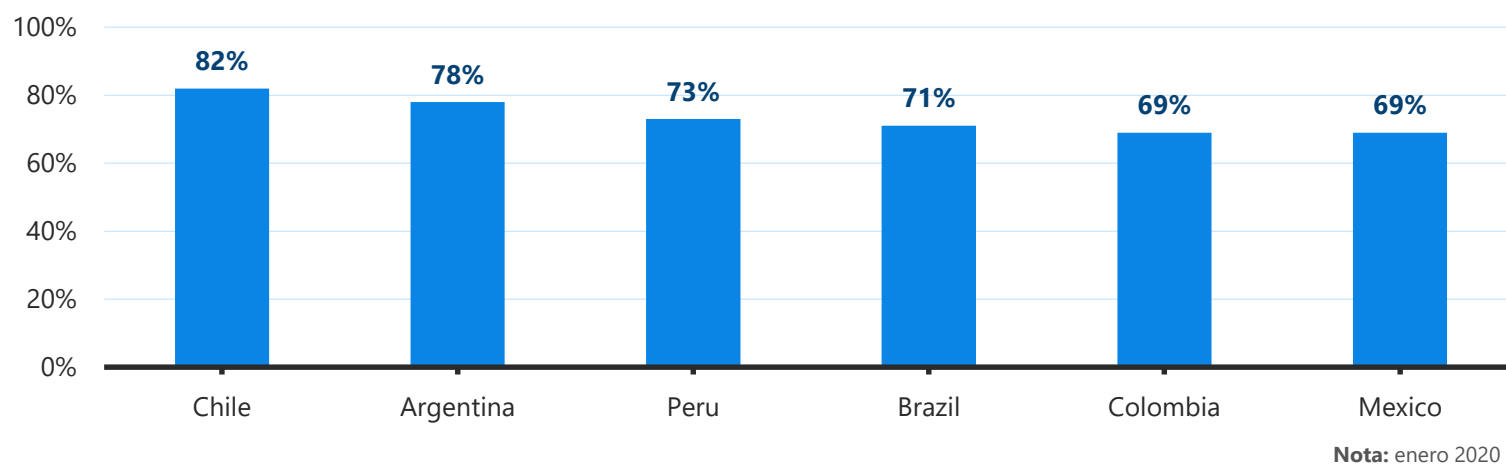
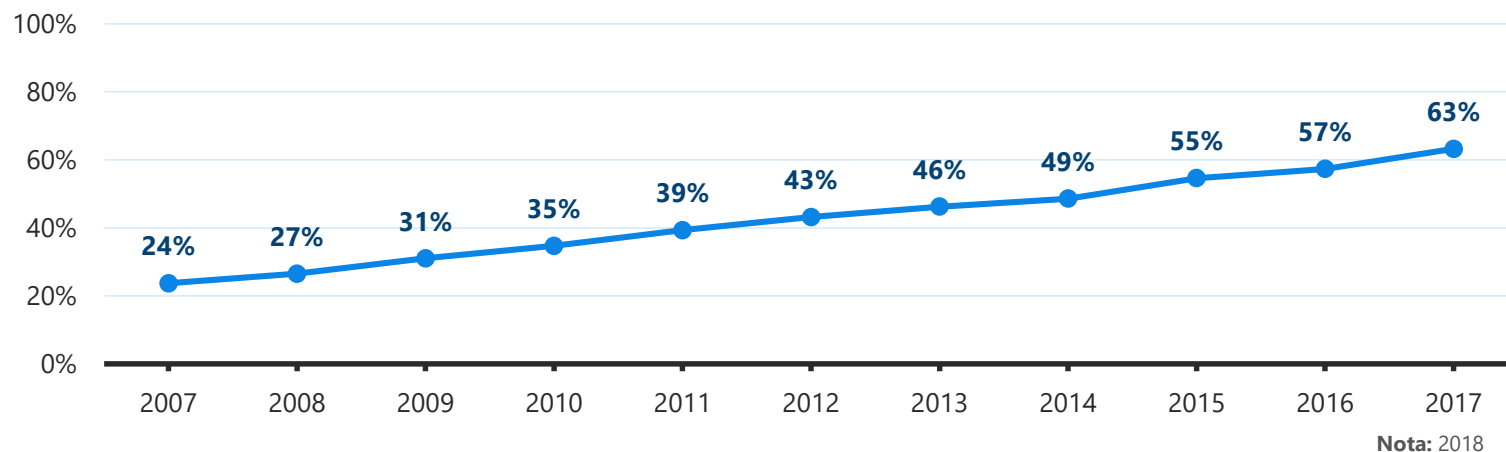
América Latina sufrirá un mayor impacto de la crisis que el promedio global y que las economías emergentes

América Latina: impacto de la pandemia de COVID-19 en el PIB por país 2019-2021



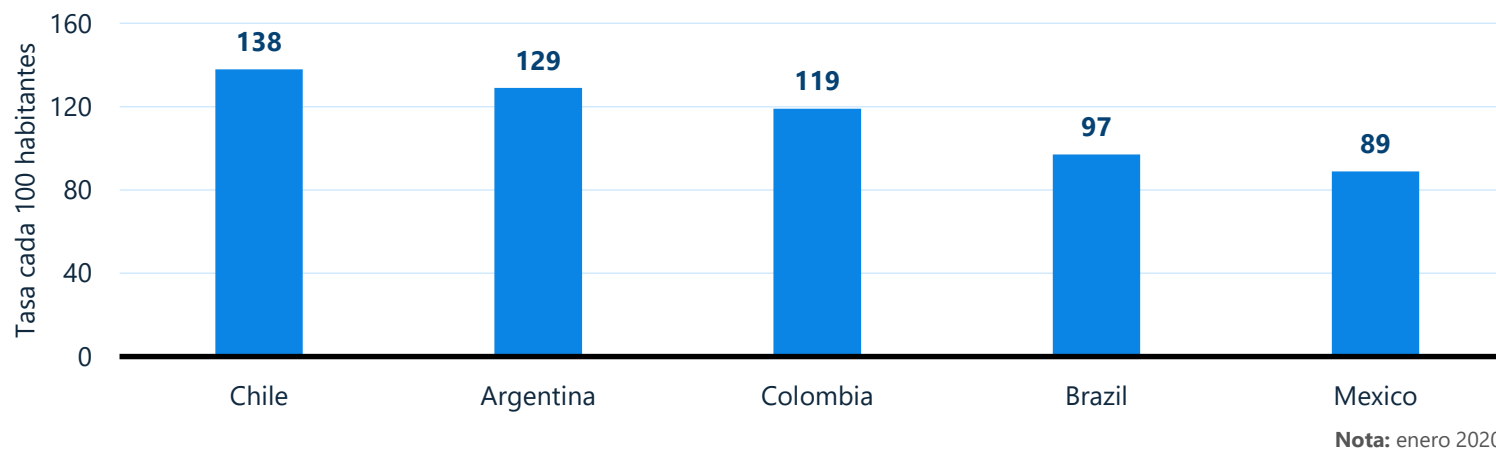
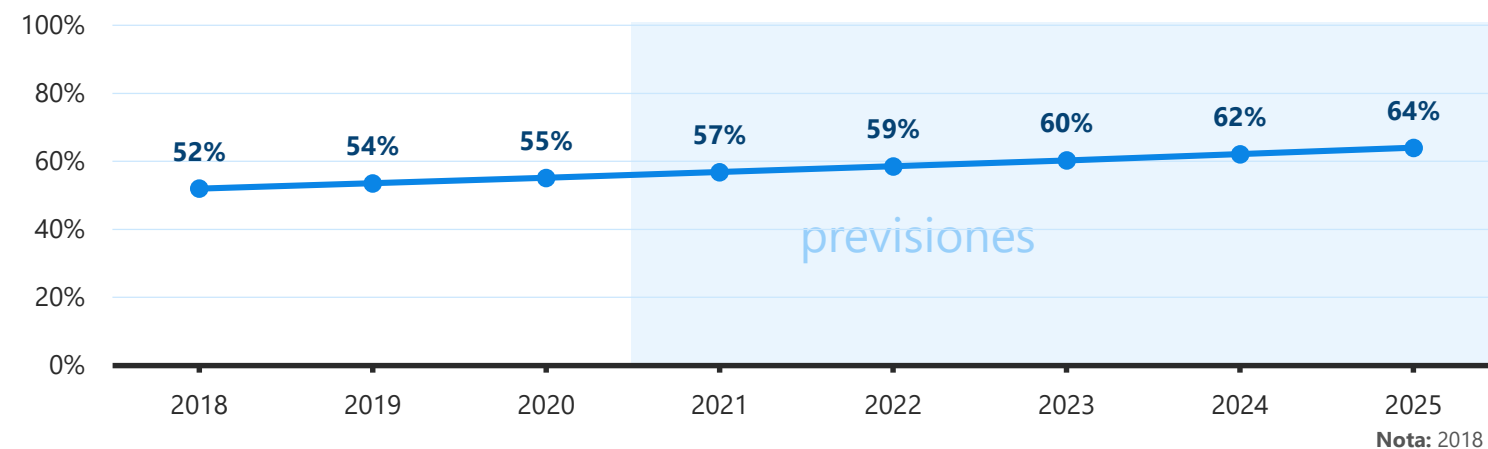
El uso de internet en América Latina alcanza a casi dos tercios de la población (63%), Chile cuenta con el más amplio uso (82%)

Tasa de penetración de internet en América Latina por país



Más de la mitad de los latinoamericanos acceden a internet a través de dispositivos móviles

Tasa de penetración de internet móvil en América Latina



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

Perú		900 %	➡	se multiplicó 10 veces
México		500 %	➡	6 veces
Brasil		130 %	➡	2,3 veces
Colombia		130 %	➡	2,3 veces
América Latina		230 %	➡	3,3 veces

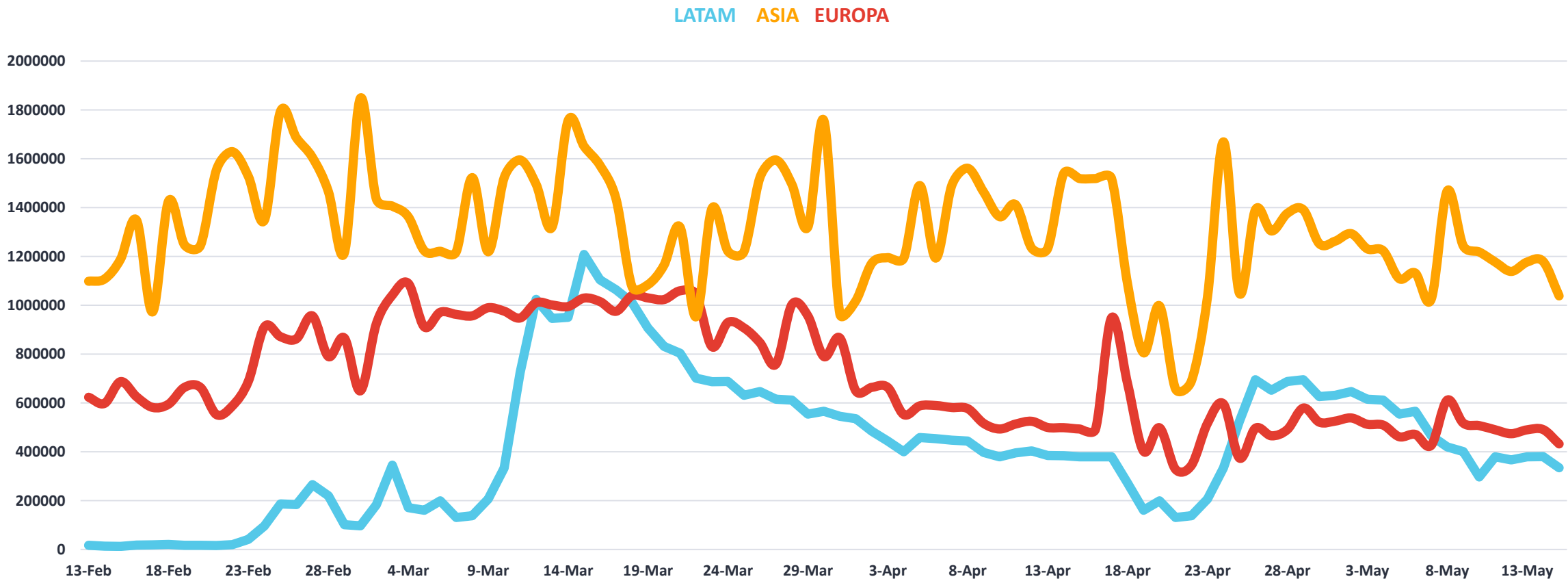
El impacto del Covid-19 en el sector de media e internet en América Latina

www.comscore.com

@ComscoreLatam

Coronavirus en los Mercados Digitales Globales

Tendencia de Menciones de las palabras “Coronavirus” o “Covid-19” en el mundo

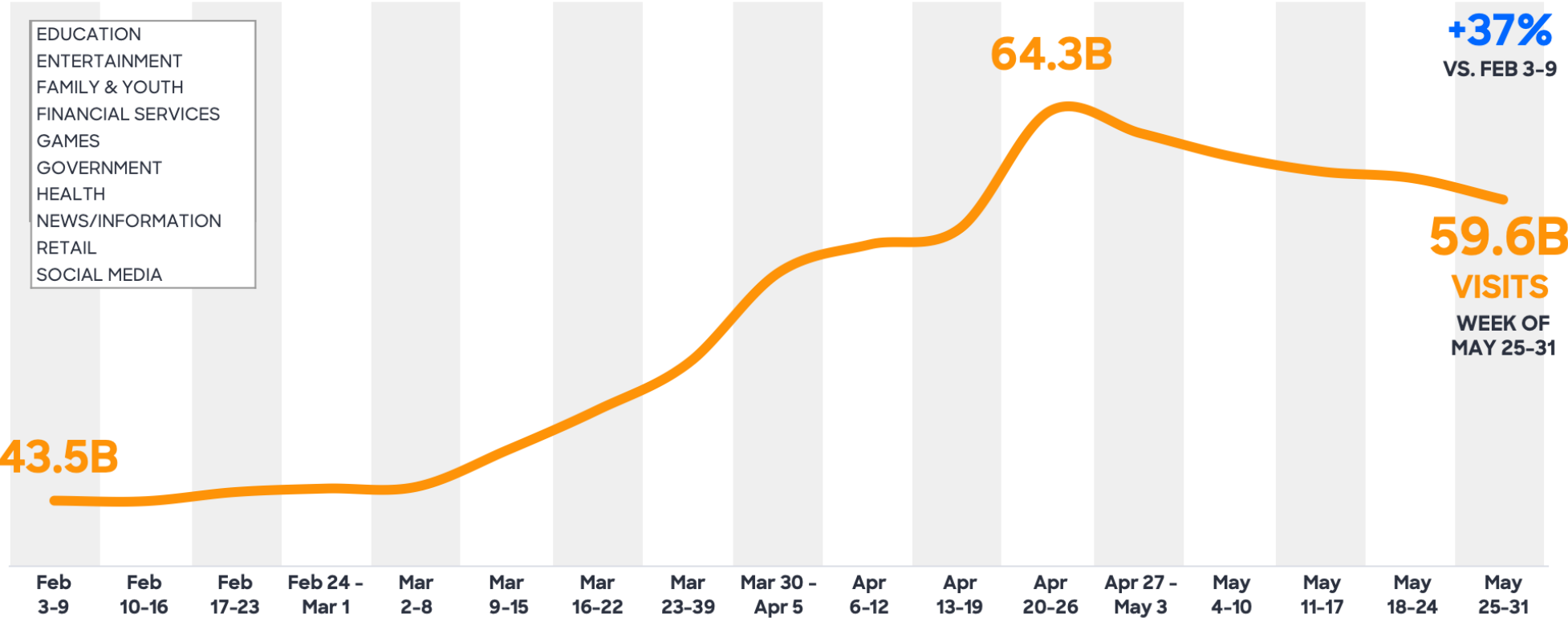


Fuente: Social Studio, del 15 de febrero al 15 de mayo de 2020, menciones en twitter, Facebook, blogs, noticias, comentarios, fotos y videos. LATAM: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú, EUROPA: Reino Unido, Francia, España, Italia, Alemania ASIA: China, Hong Kong, Singapur, Indonesia, Corea del Sur, Japón

A medida que la economía de EE.UU. comienza a reabrirse, el consumo digital sigue siendo alto en comparación con los niveles pre-pandemia

Total Digital Visits

TEN KEY CATEGORIES



En EMEA los índices de visitas en los sitios de noticias e información continúan siendo elevados a comparación de enero 2020

News/Information sites and apps: Visits indices

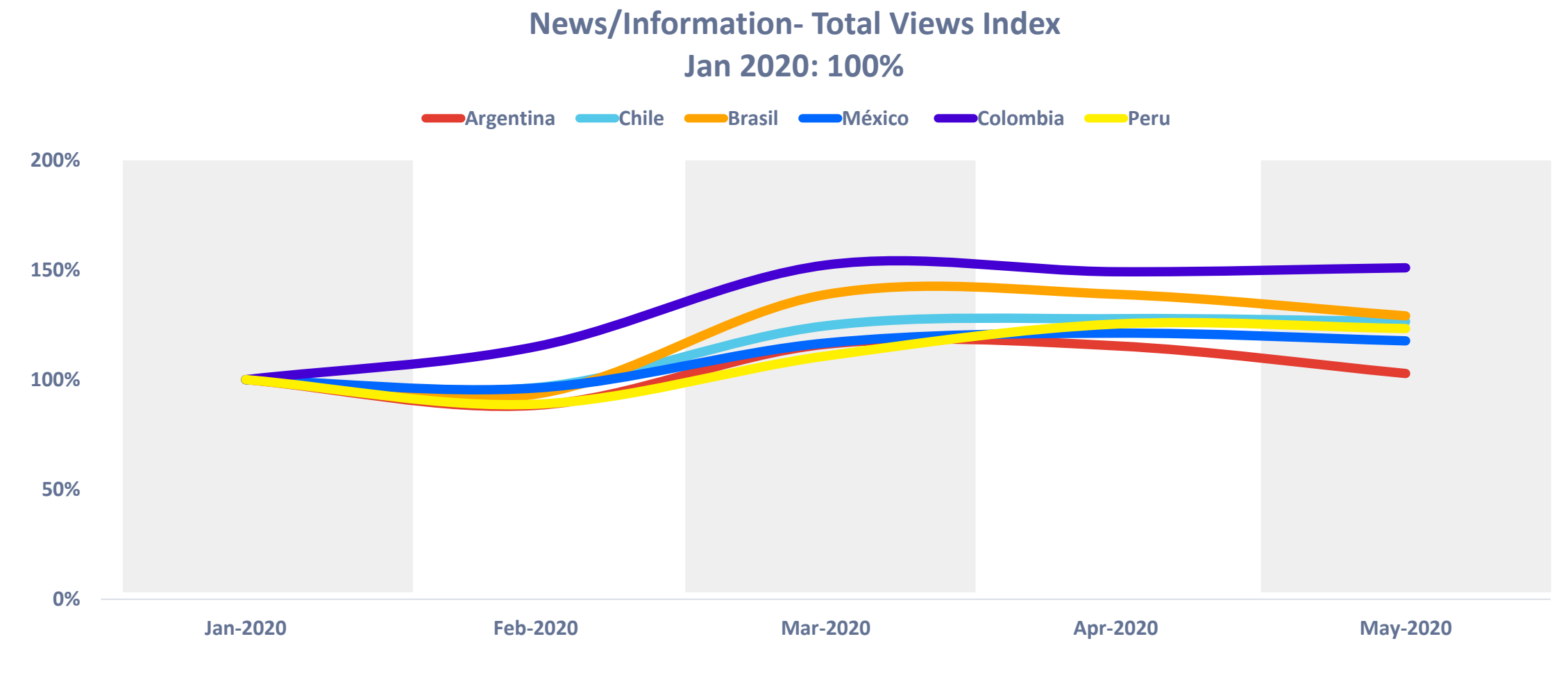
WEEK OF JAN 13 - JAN 19 = 100

	JAN 13 - JAN 19	JAN 27 - FEB 02	FEB 24 - MAR 01	MAR 09 - MAR 15	MAY 04 - MAY 10
	Germany, Italy and Spain confirm their first cases of the coronavirus within their borders	As the virus spreads in northern Italy, jitters are felt in the financial markets	Italy and Spain declare national lockdowns	The process of lifting restrictions starts	The process of lifting restrictions starts
France	100	110	129	142	157
Germany	100	110	126	142	143
Italy	100	112	153	170	136
Spain	100	100	105	148	142
United Kingdom	100	115	128	140	140

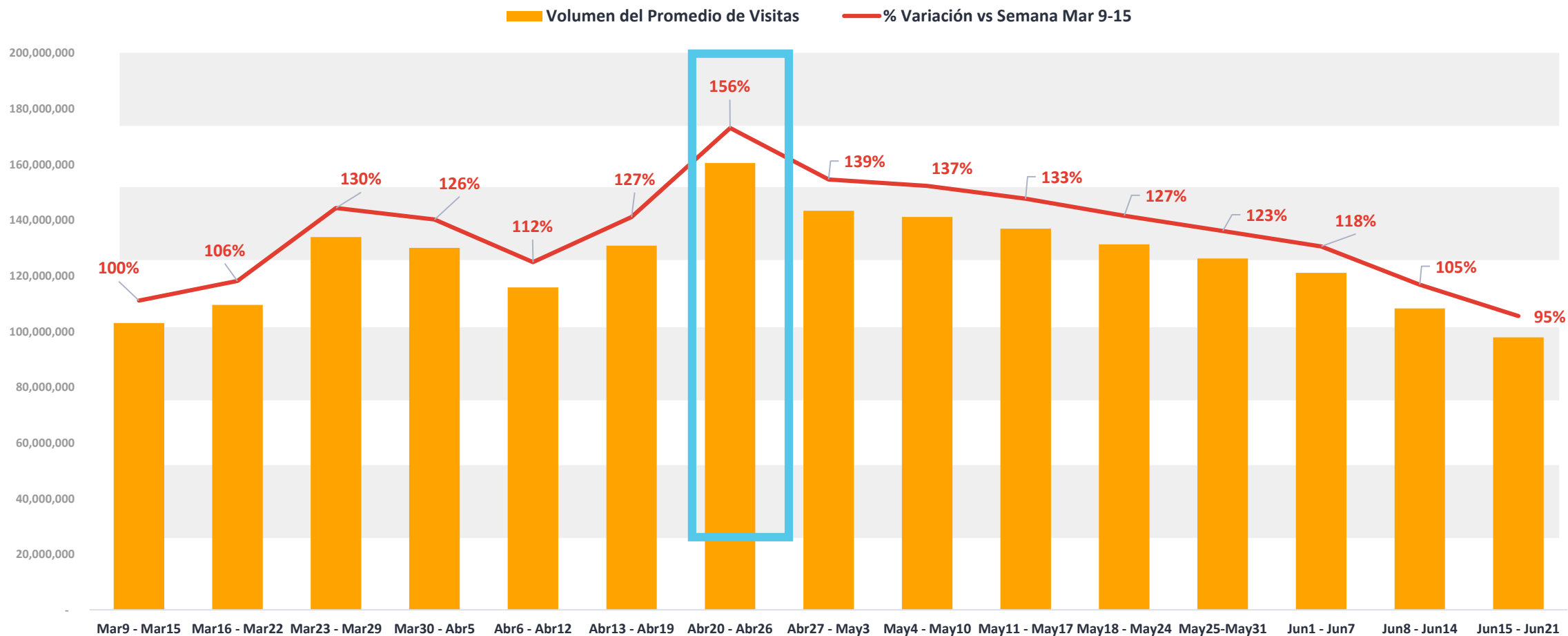
Panorama latinoamericano: las diferentes industrias frente a la pandemia



La pandemia trajo consigo millones de personas en sus hogares buscando informarse sobre las últimas actualizaciones del virus en sus países

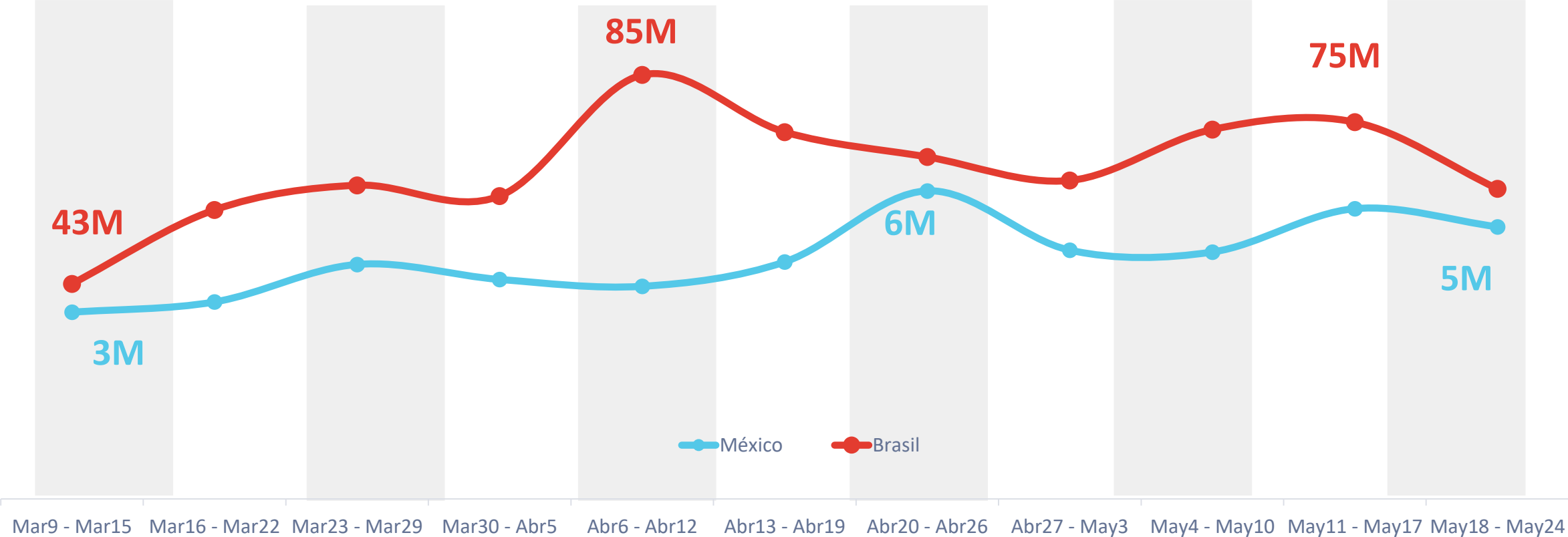


México: Categoría de News/Information- Total Visitas por semana

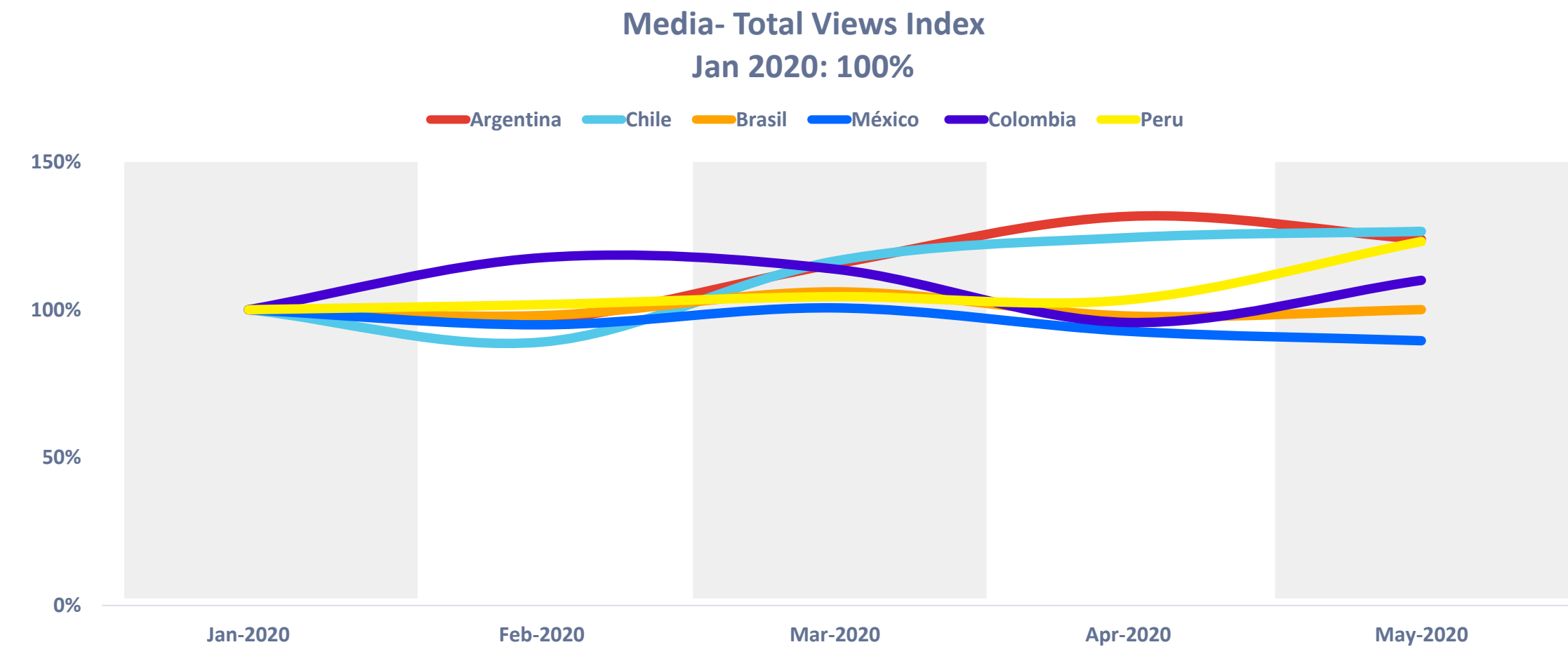


Business & Finance News

Visitas totales digitales en México y Brasil por semana

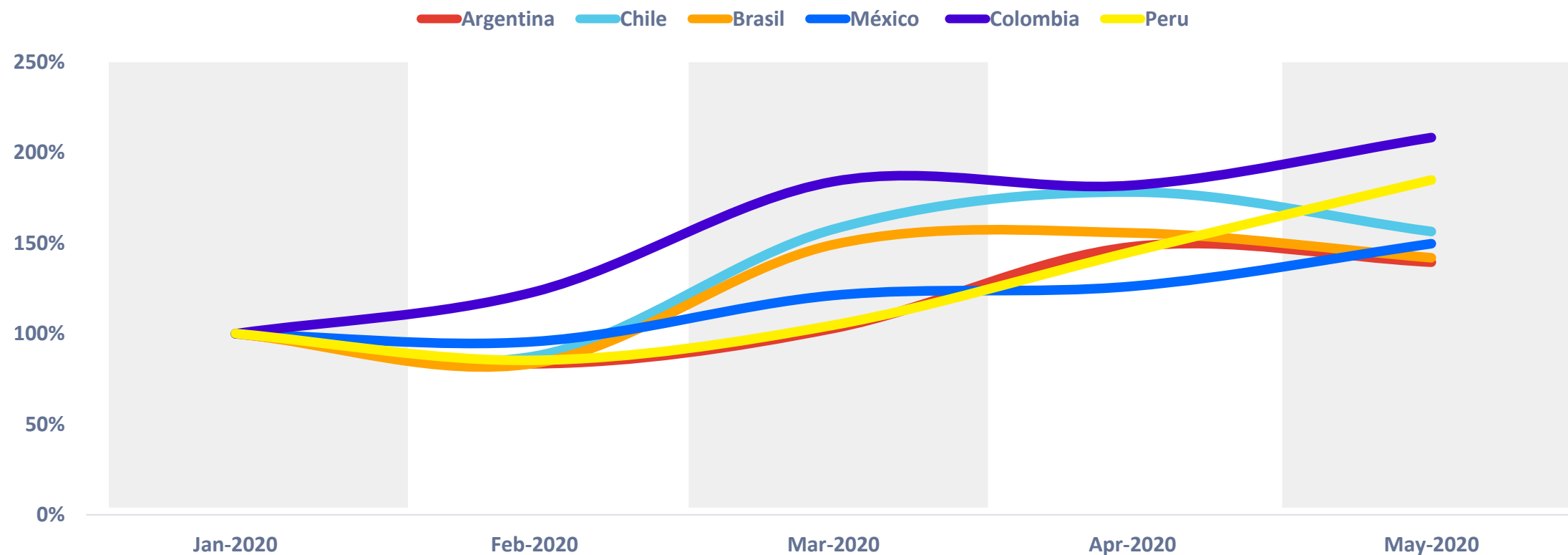


Tendencia de la categoría de “Media” en los diferentes países de América Latina

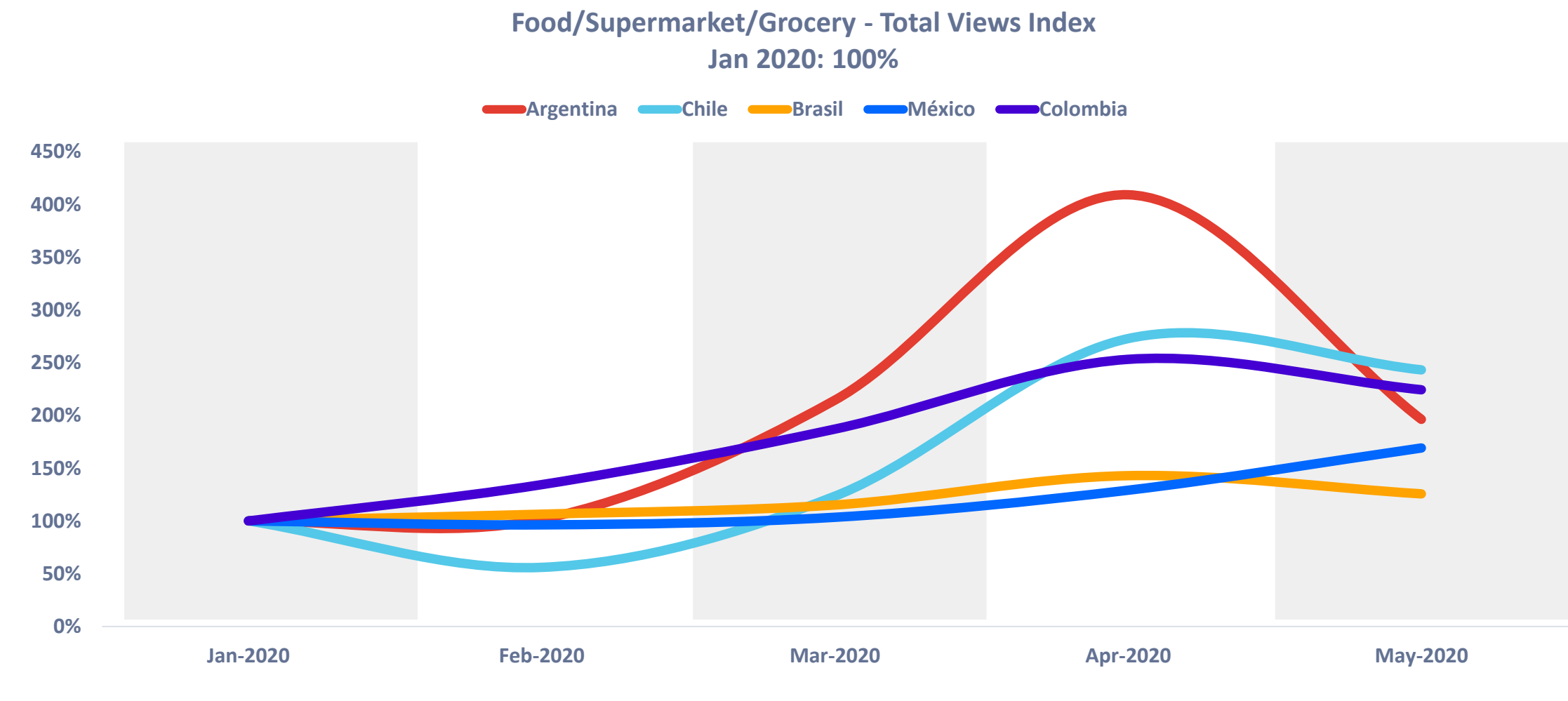


Frente a los cambios constantes en las normativas financieras, la categoría de noticias de negocios y finanzas online creció significativamente en LATAM

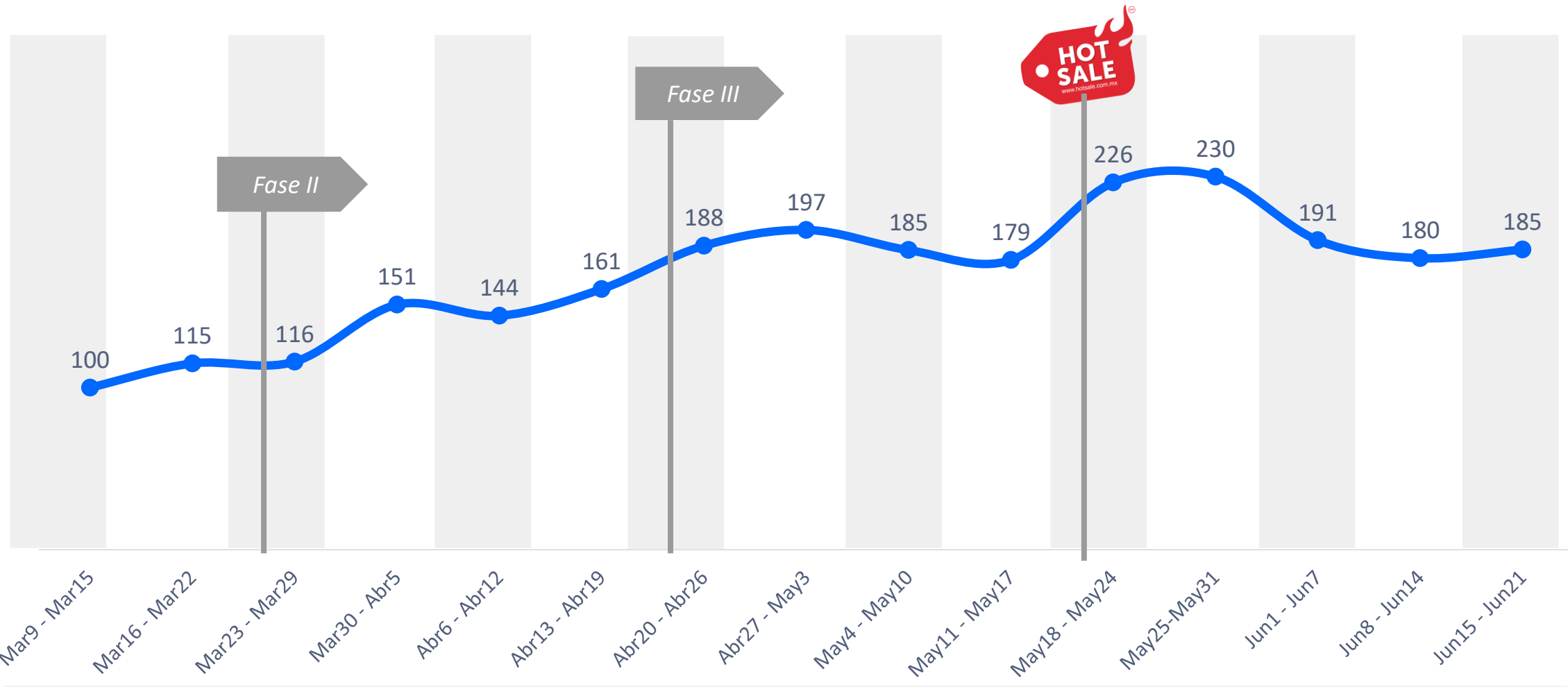
Business/Finance News- Total Views Index
Jan 2020: 100%



Los supermercados superaron sus índices de vistas digitales con la llegada de la pandemia de coronavirus

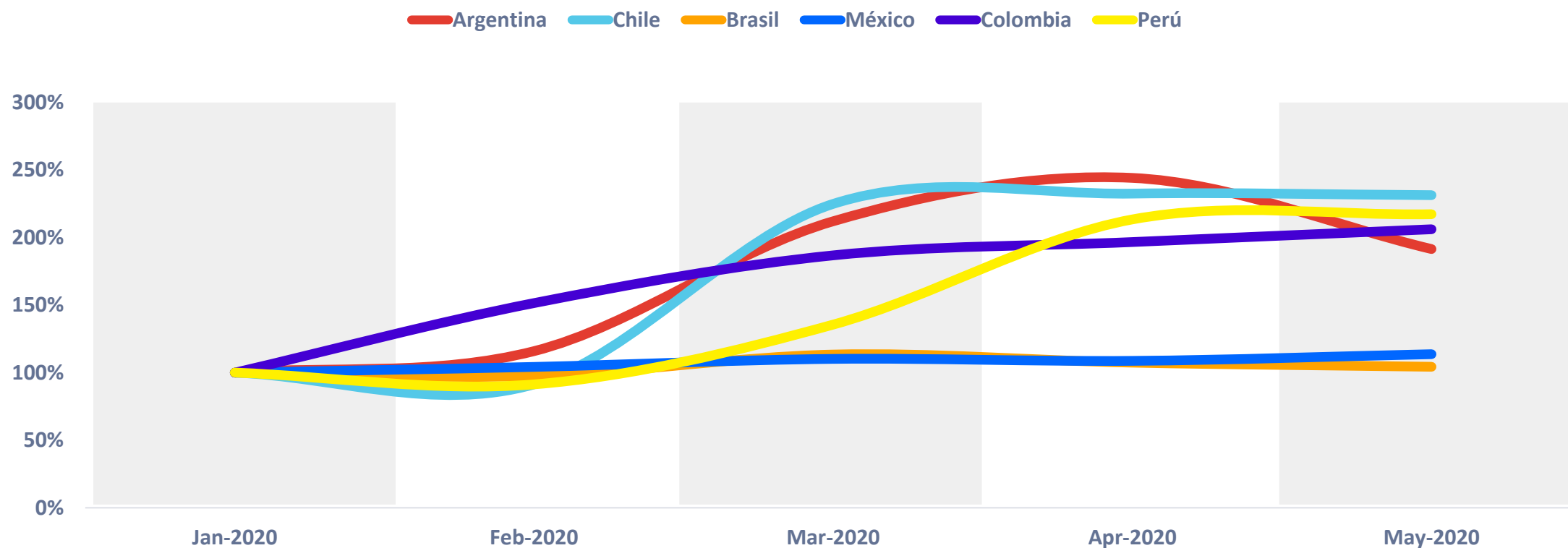


En México, la categoría de Food/Supermarket/Grocery tuvo un incremento de visitas totales en Mayo 2020 que puede atribuirse al “Hotsale”



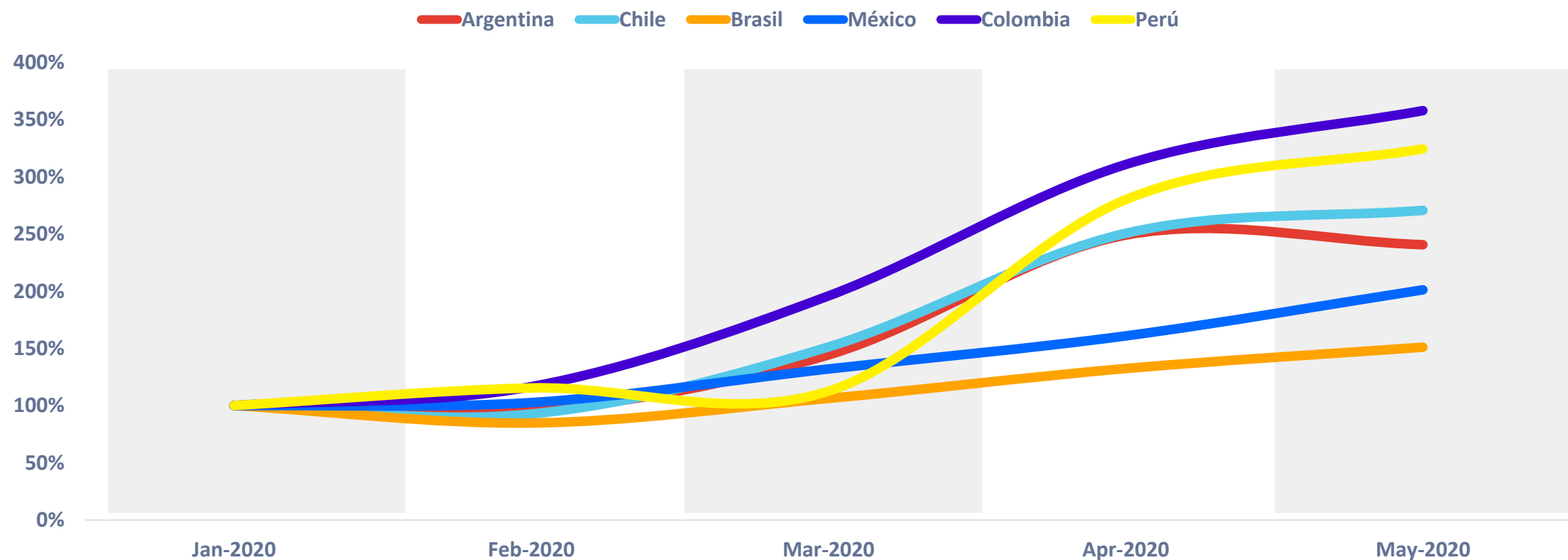
Con los chicos en casa, los sitios educativos presentaron índices muy elevados a comparación de enero 2020, en especial en Argentina y Chile

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



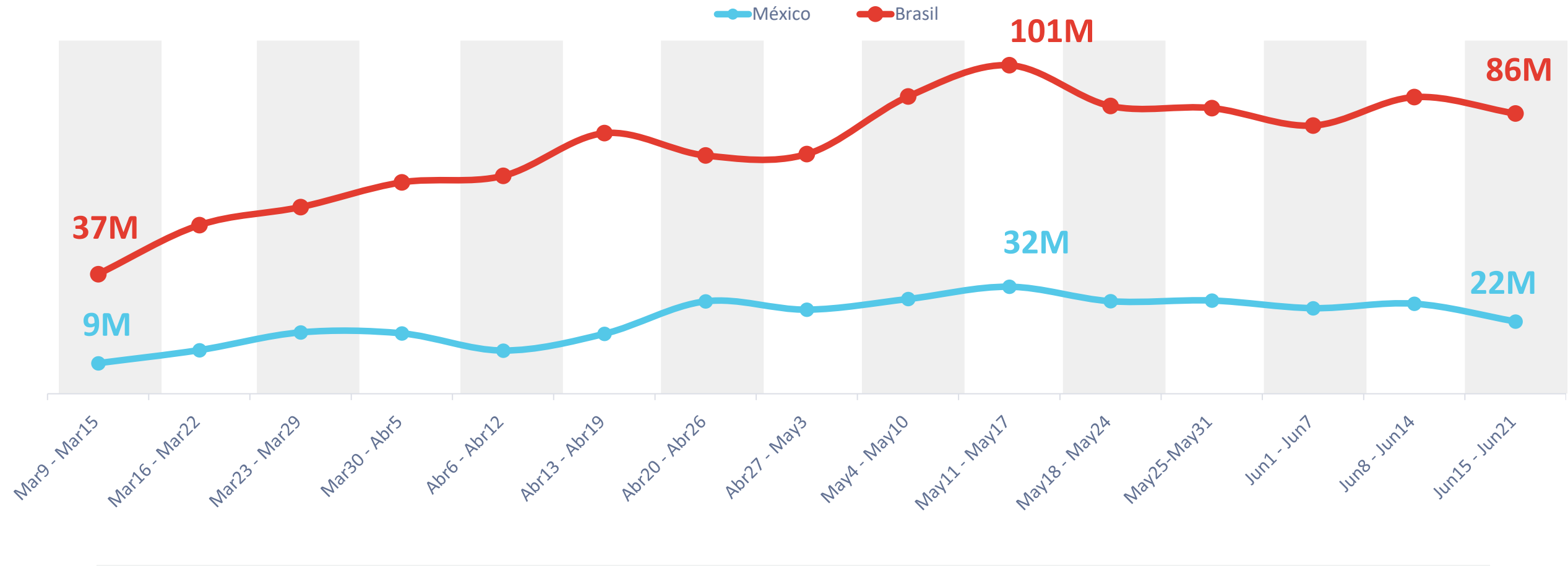
El uso de la mensajería instantánea comienza a incrementar cuando se presentan los primeros casos de COVID-19 en América Latina

Instant Messengers- Total Views Index
Jan 2020: 100%



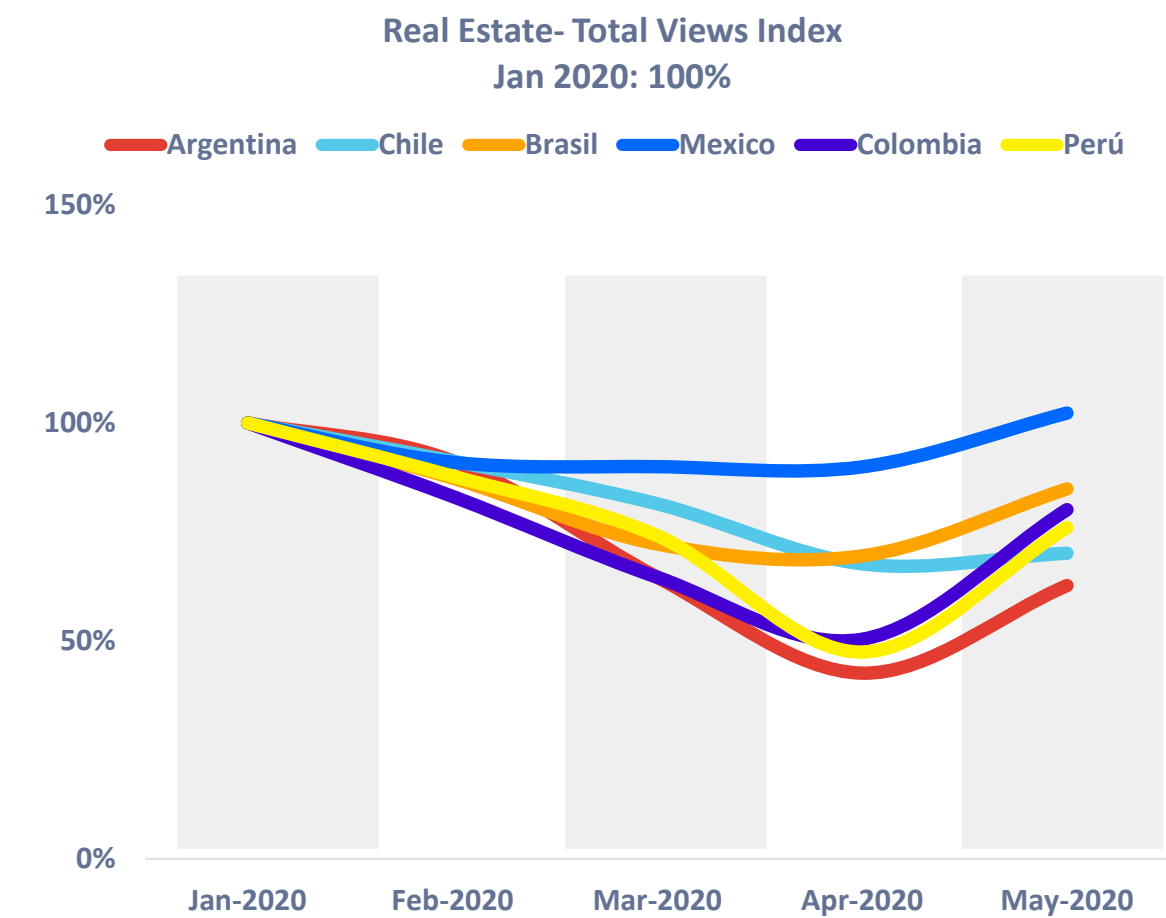
Instant Messengers

Visitas totales digitales en México y Brasil por semana



**Industrias afectadas por el covid-19:
¿una luz al final de túnel?**

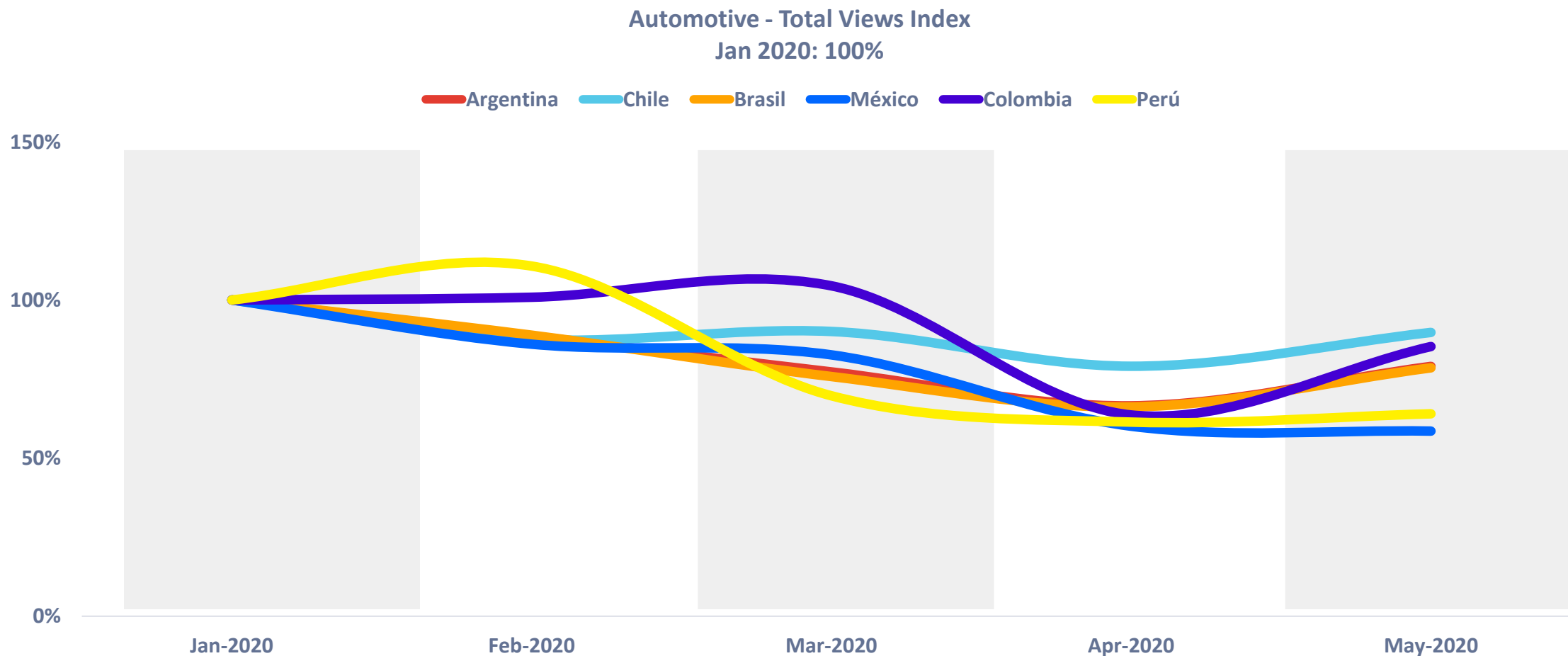
A pesar del impacto del coronavirus en los sitios inmobiliarios, los datos de mayo 2020 registran números esperanzadores



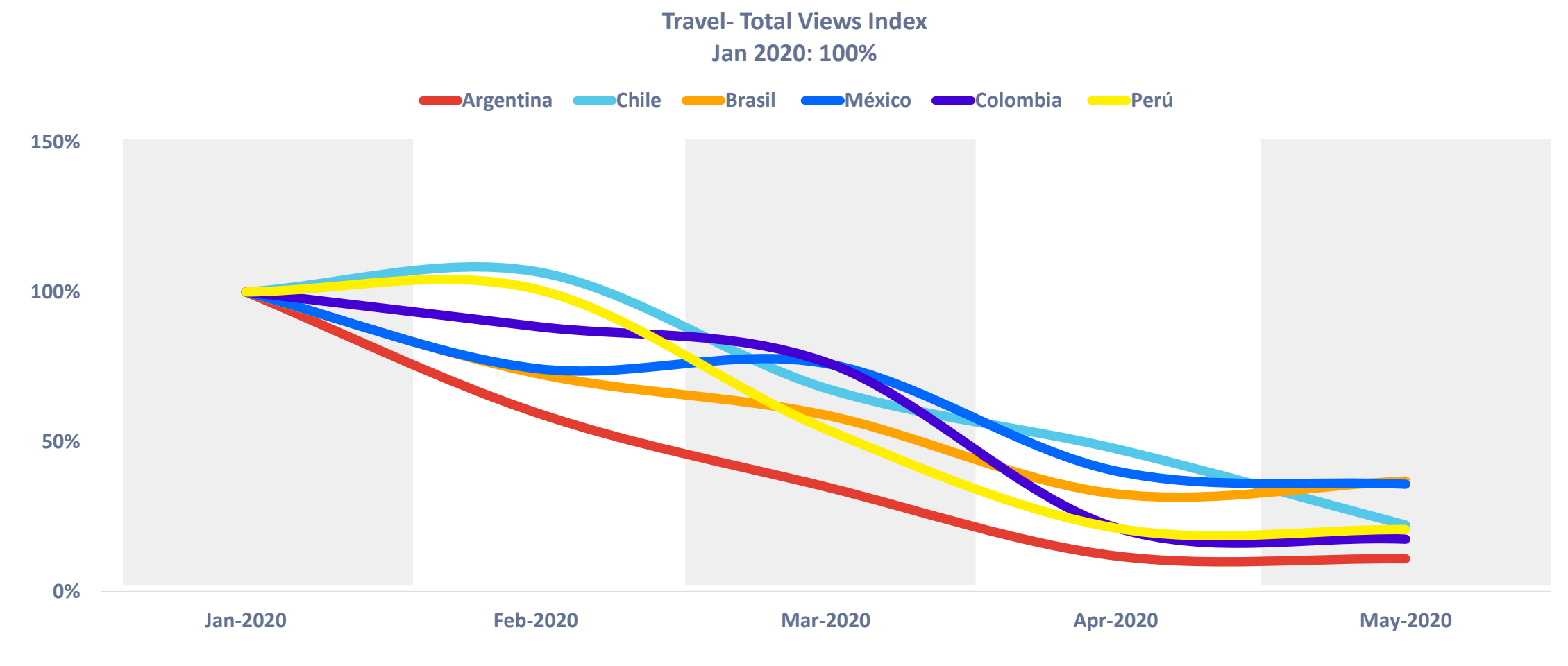
Total Views/Total Pages Viewed (MM)

País	Apr-2020	May-2020	% Change
Argentina	39	57	+47%
Brazil	324	396	+22%
Mexico	52	59	+14%
Chile	26	27	+4%
Colombia	15	24	+59%
Peru	4	6	+60%

¡El mercado automotriz no se queda atrás! Mayo 2020 muestra oportunidades de volver a los índices normales de consumo digital

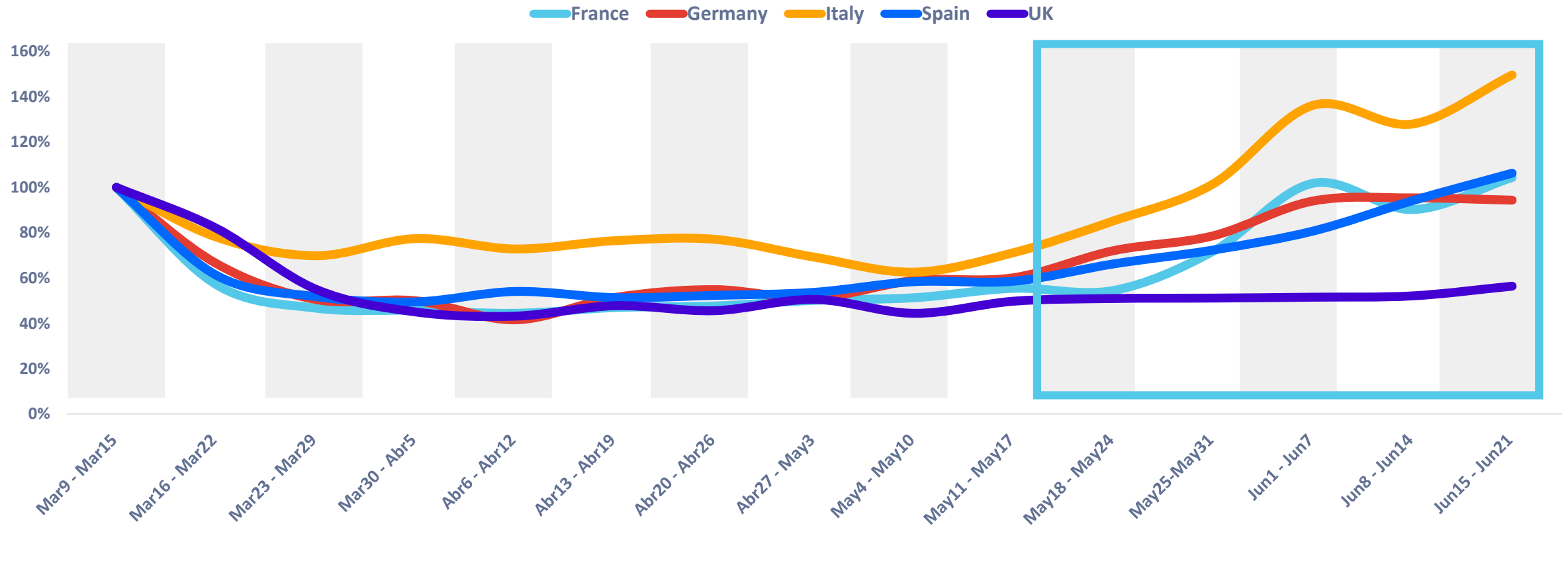


Sin embargo, los sitios de viajes y turismo aún no registran índices de aumento de audiencia digital en Latinoamérica



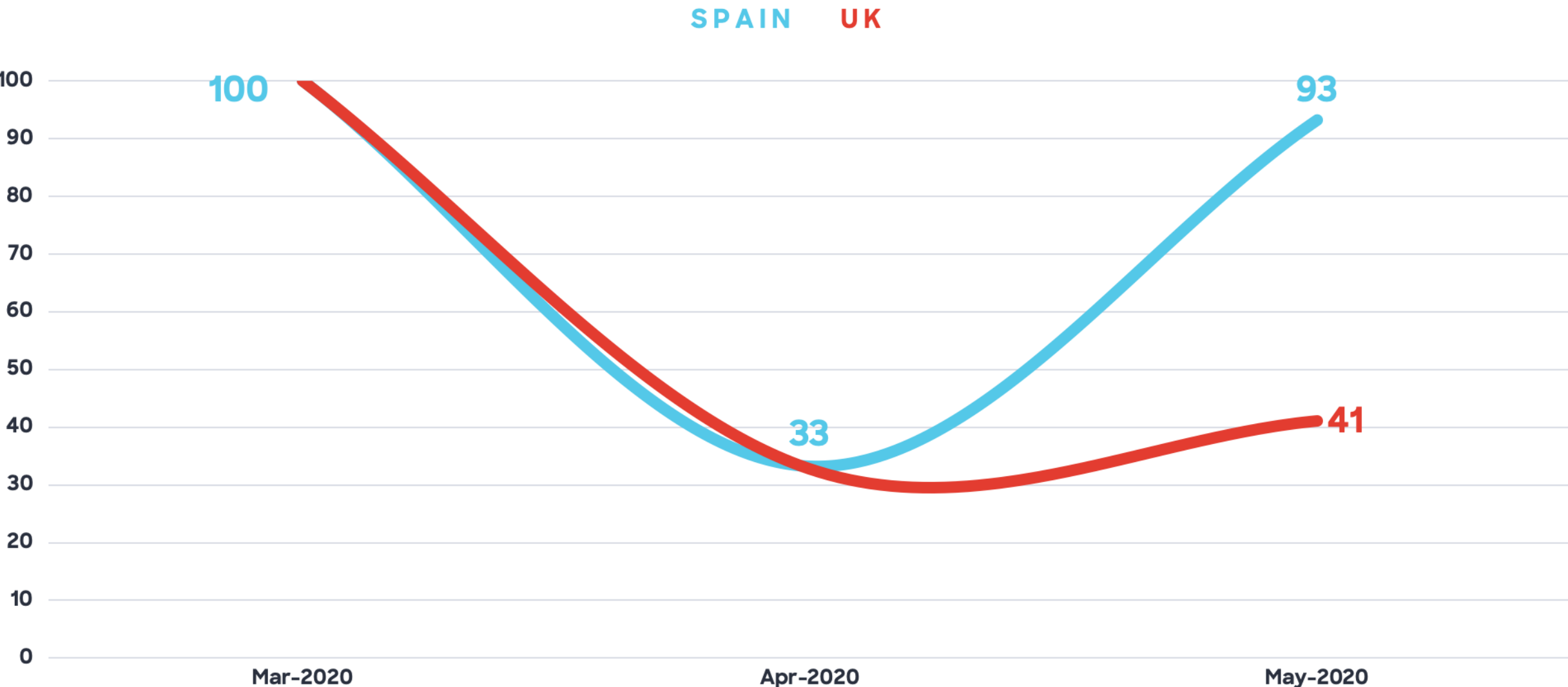
No obstante, a medida que el turismo abre sus puertas en Europa, comienza a reabrirse el consumo digital

Travel | Mar 9-25= 100%



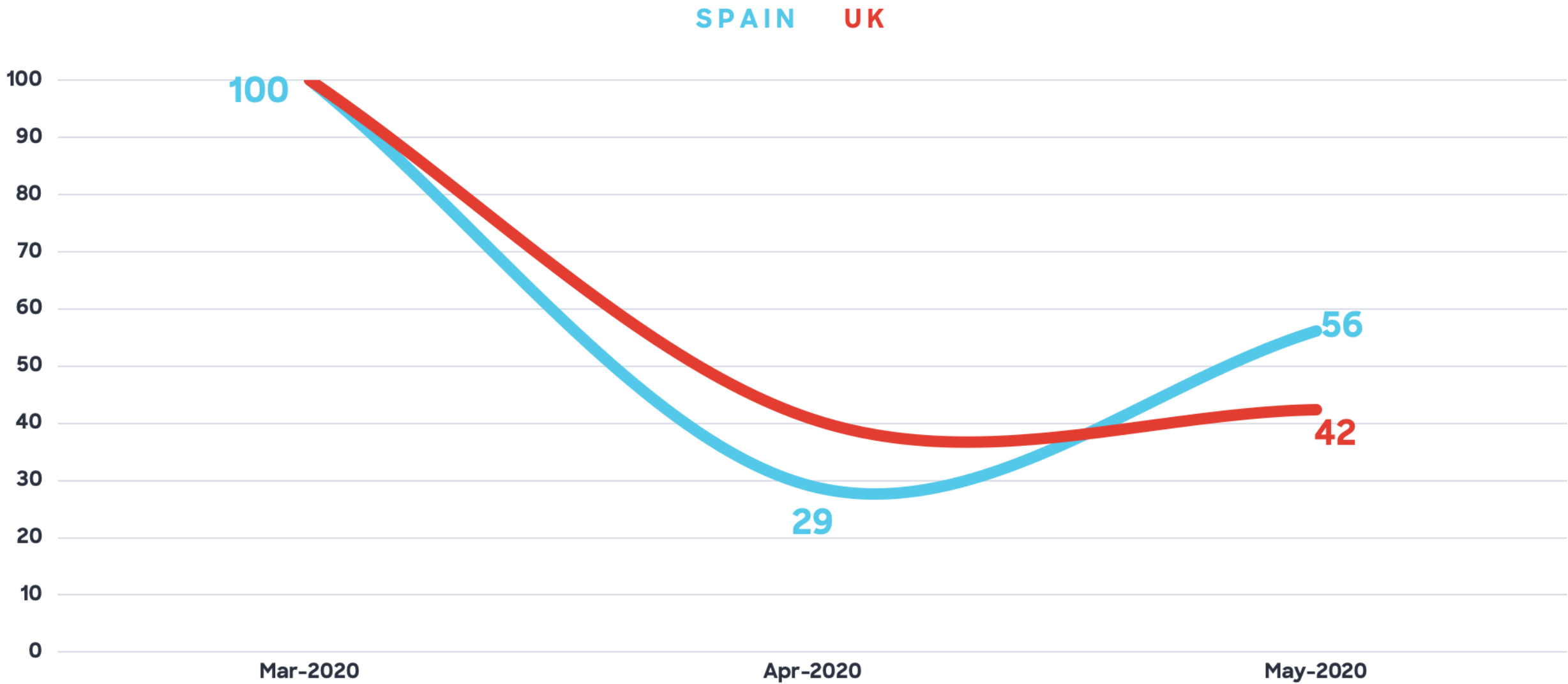
Hotel/Home Sharing Sites/Apps: Minutes Index

MARCH 2020 = 100



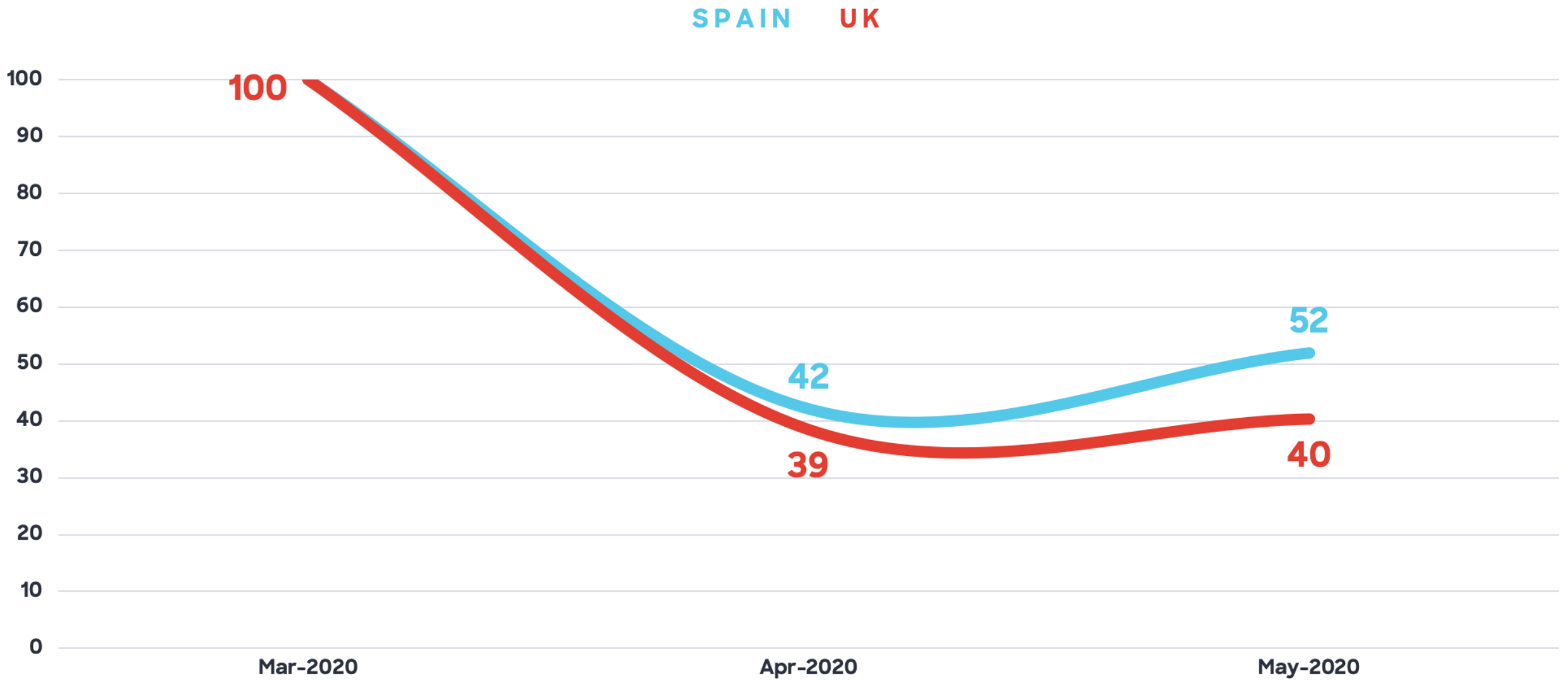
Online Travel Agents Sites/Apps: Minutes Index

MARCH 2020 = 100



Airlines Sites/Apps: Minutes Index

MARCH 2020 = 100



En resumen

- Digital tomo aún más protagonismo en época de COVID, con categorías como Noticias, Educación, Entretenimiento, Ecommerce y Finanzas con consumos récord.
- Digital es el reflejo de las expectativas de las audiencias.
- A pesar de la crisis, hay luz al final de túnel. Tenemos que seguir monitoreando las conductas digitales en los países que ya están abriendo actividades y correlacionarlo con el consumo digital, y ello nos ayudará a entender nuestro futuro, esperamos, lo más cercano posible

Gracias!

Ivan Marchant
VP Comscore North Cone
@imarchant
imarchant@comscore.com