
El estado del Engagement en Latinoamérica

Lucas Moretti
lucas@chartbeat.com

WHO WE ARE

Medimos las historias que impactan al mundo

700 empresas editoriales

50 mil millones de páginas vistas al mes

70 Países

6 Continentes



The Washington Post

Clarín

CNN

globo

The Telegraph

UOL

The New York Times

EL TIEMPO

Vamos a investigar cómo cambió el engagement del lector:

Tendencias en las fuentes de tráfico

Engagement & Lealtad

¿Preguntas?

Analizamos más de **20 mil millones** de pageviews desde **340 sitios** en toda Latinoamérica para entender el comportamiento de los lectores en comparación a otras regiones en todo el mundo.

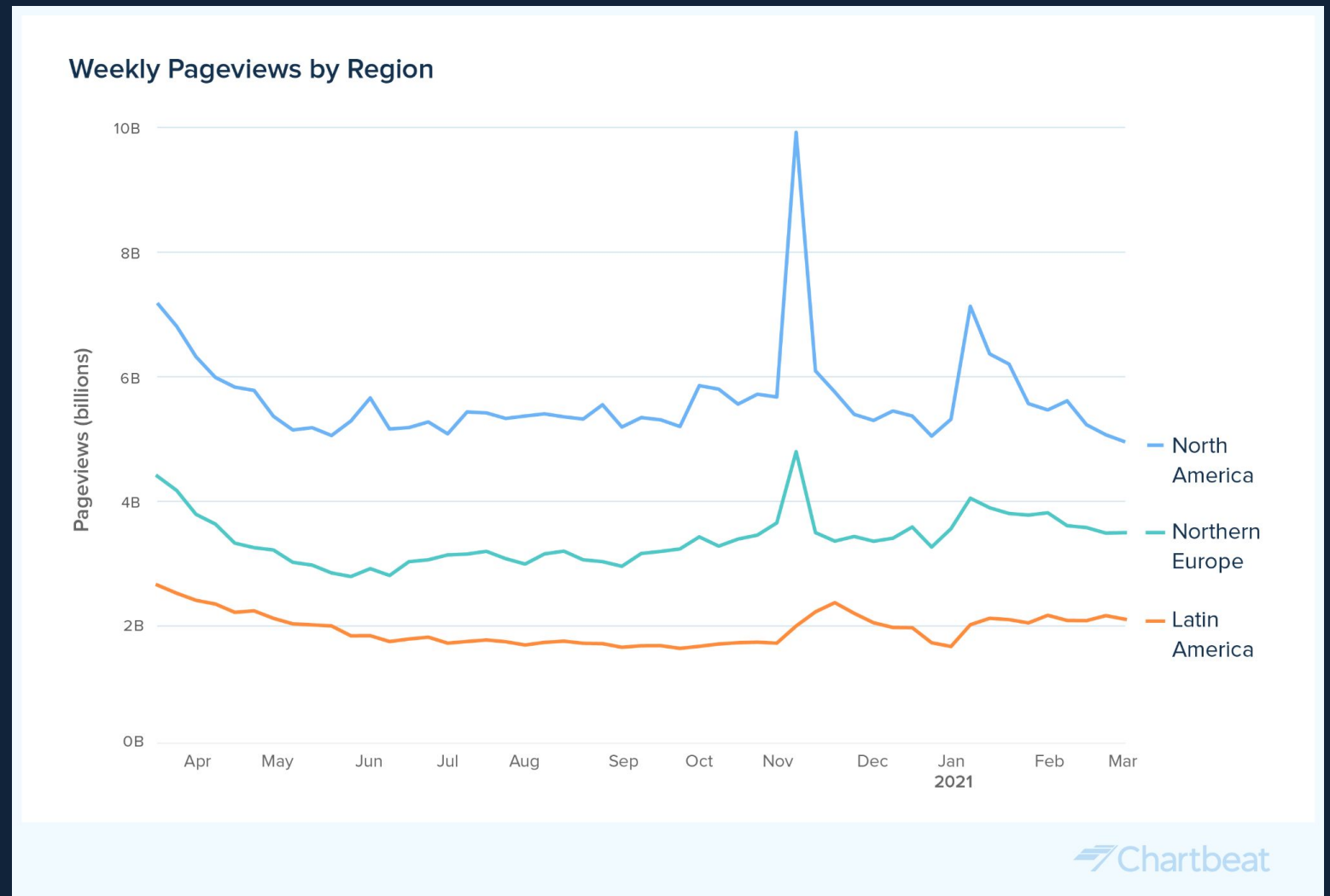
El análisis está basado en datos agregados de manera anónima y en medios que trabajan con Chartbeat y que nos permiten usar sus datos para estudios. El análisis cubre el periodo entre abril 2020 y mayo 2021.

Tendencias en las fuentes de tráfico



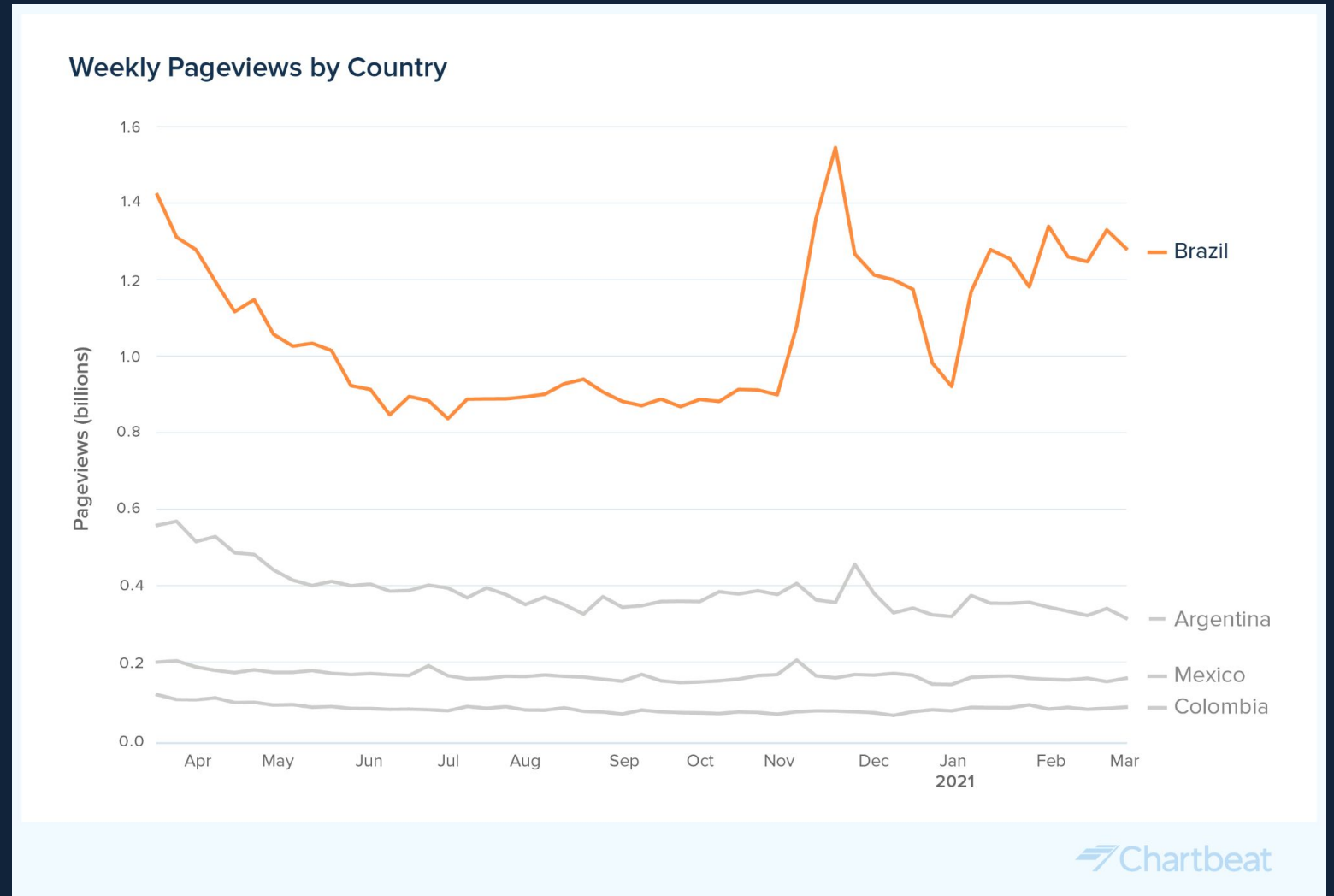
OVERALL TRAFFIC

El tráfico en Latinoamérica creció de manera más acentuada que en otras regiones en 2021. El tráfico de marzo es 26% más alto que el de enero.



OVERALL TRAFFIC

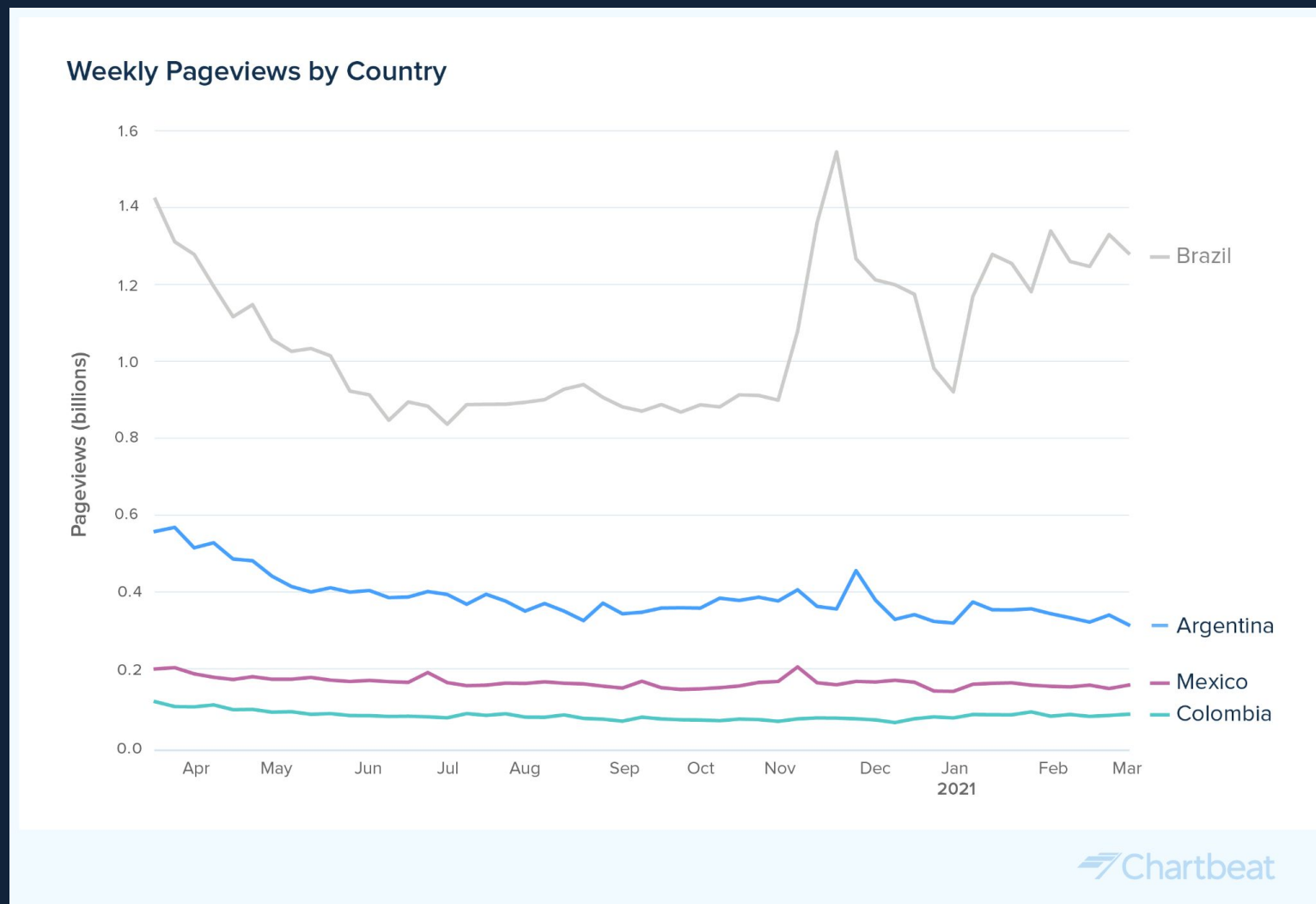
El crecimiento de la audiencia del continente fue impulsado por los picos de tráfico en Brasil.



OVERALL TRAFFIC

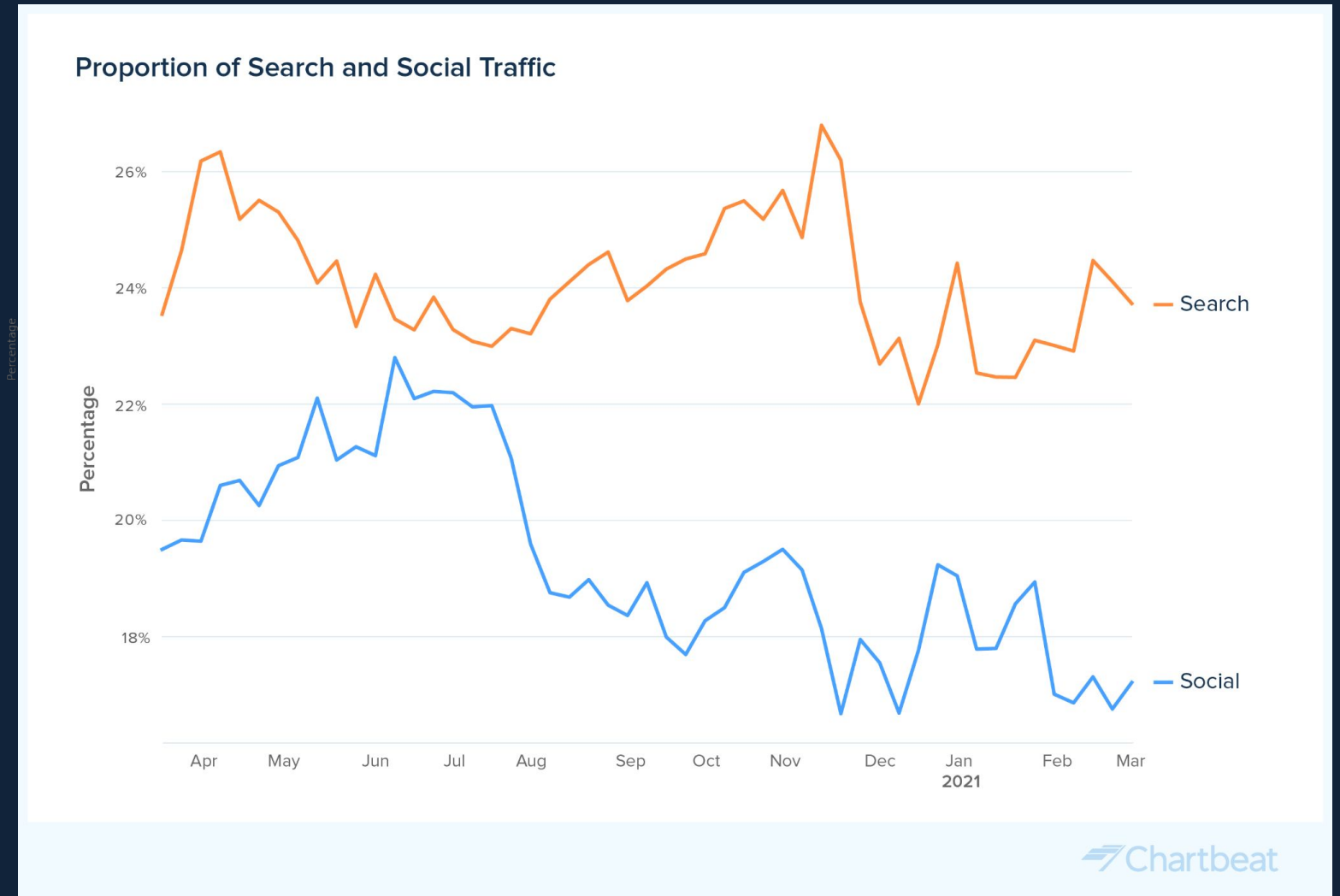
Argentina y México notaron un caída de tráfico desde el principio del año.

El tráfico en Colombia creció ligeramente (14%), pero no se acercó a lo que fue visto en Brasil.



PLATFORMS

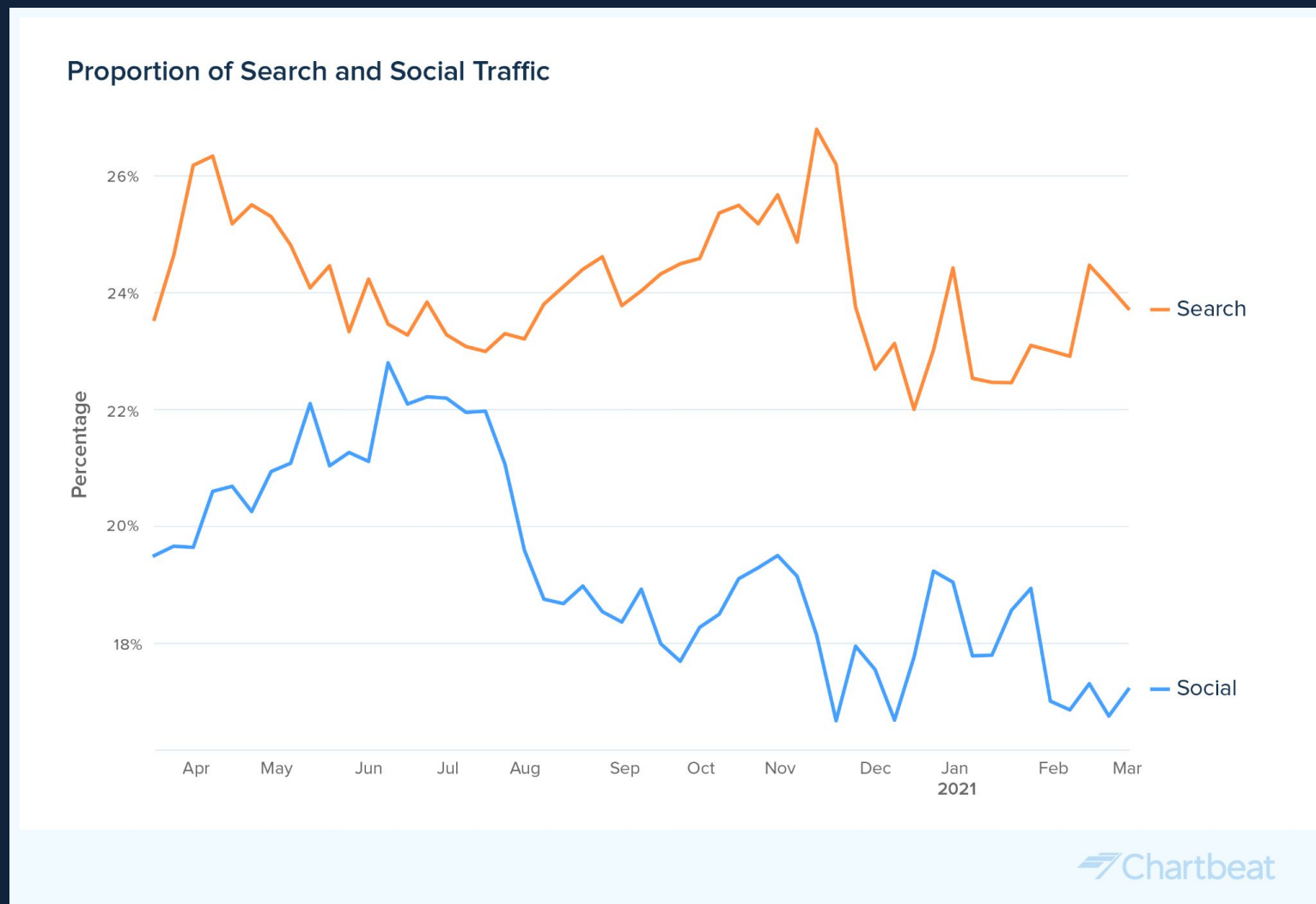
El tráfico de buscadores se mantuvo estable en proporción al tráfico total, un patrón que también se refleja en los datos de América Latina.



PLATFORMS

El tráfico social en nuestra red global aumentó su participación en el tráfico general en 2021.

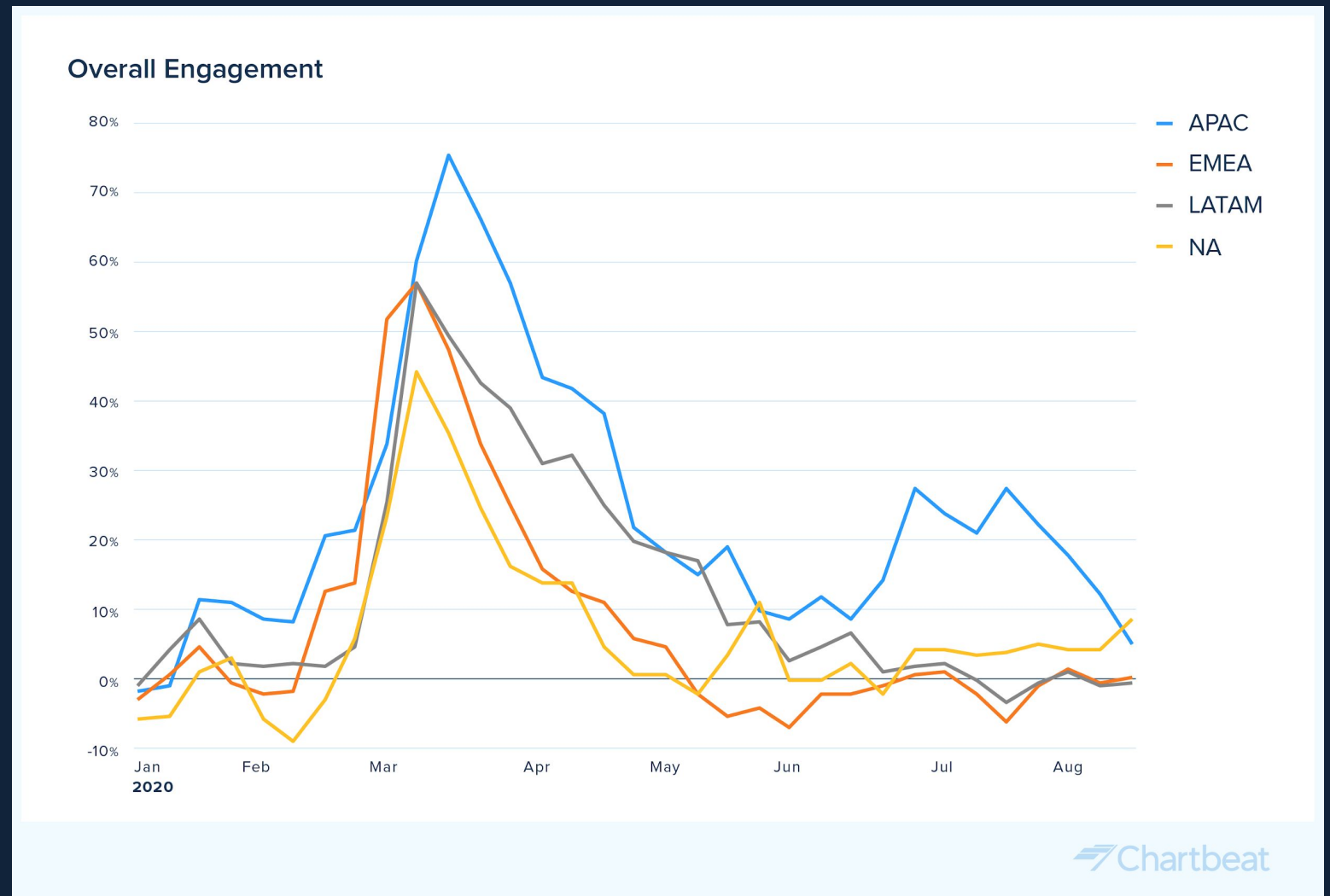
Sin embargo, el tráfico social de América Latina fue disminuyendo de manera constante desde junio de 2020, y bajó 26% en comparación con junio del año pasado.



Engagement & Lealtad

OVERALL ENGAGEMENT

Después de subir abruptamente al inicio de la crisis de COVID-19, los niveles de engagement global habían vuelto aproximadamente a la normalidad en agosto.



OVERALL ENGAGEMENT

El engagement por página vista se mantuvo estable a lo largo de 2020.

Curiosamente, el tiempo promedio de engagement en Latam es más alto que en Europa y Asia, aunque las noticias hayan tenido un promedio de palabras más bajo.

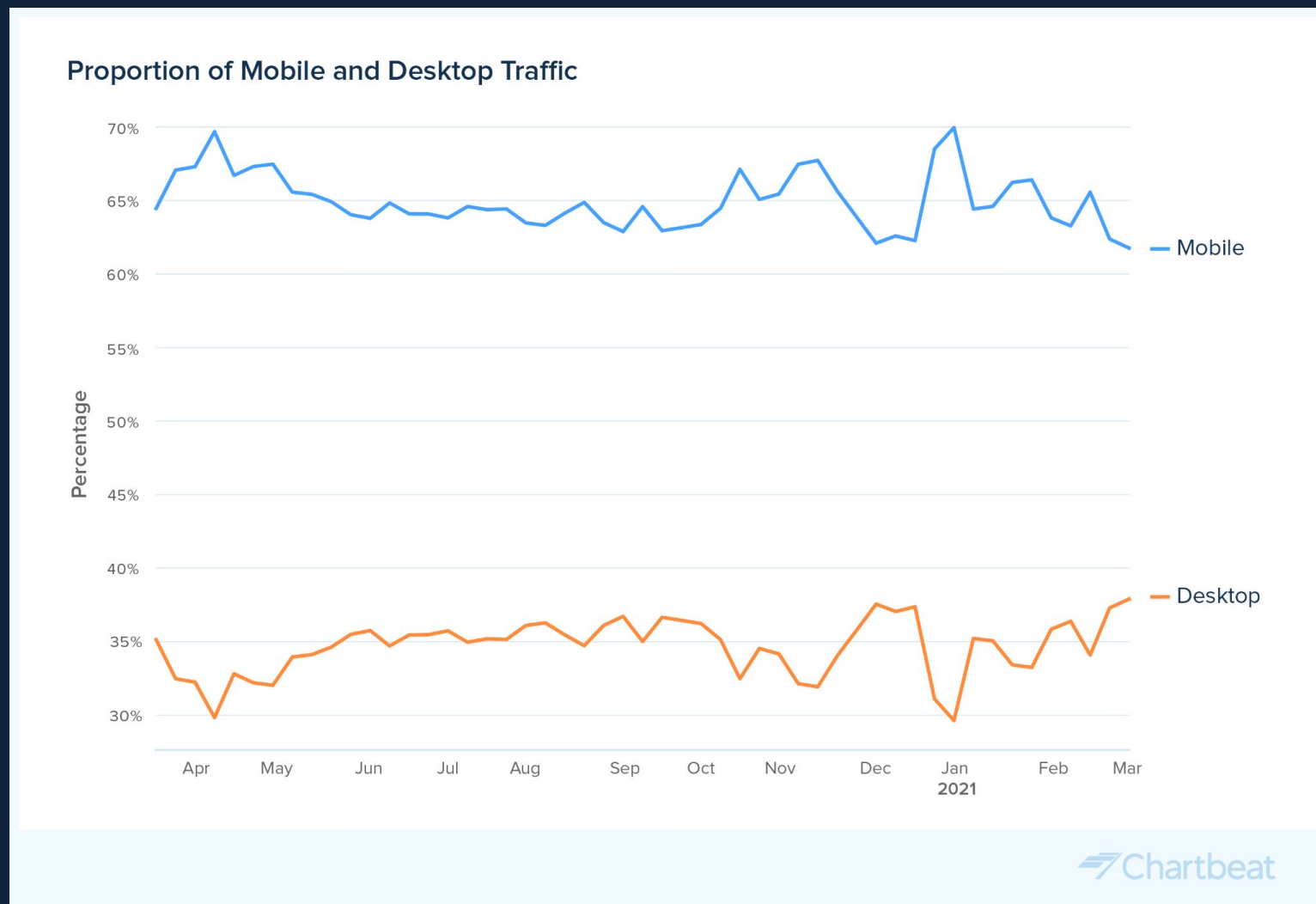
Region	Average Engaged Time	Average Word Count
North America	00:34	455
Latin America	00:33	364
Europe/Middle East/Africa	00:29	391
Asia Pacific	00:29	706



DEVICES

El 65% del tráfico latinoamericano ocurre en un dispositivo móvil, lo que significa que los teléfonos generan el doble de lectores.

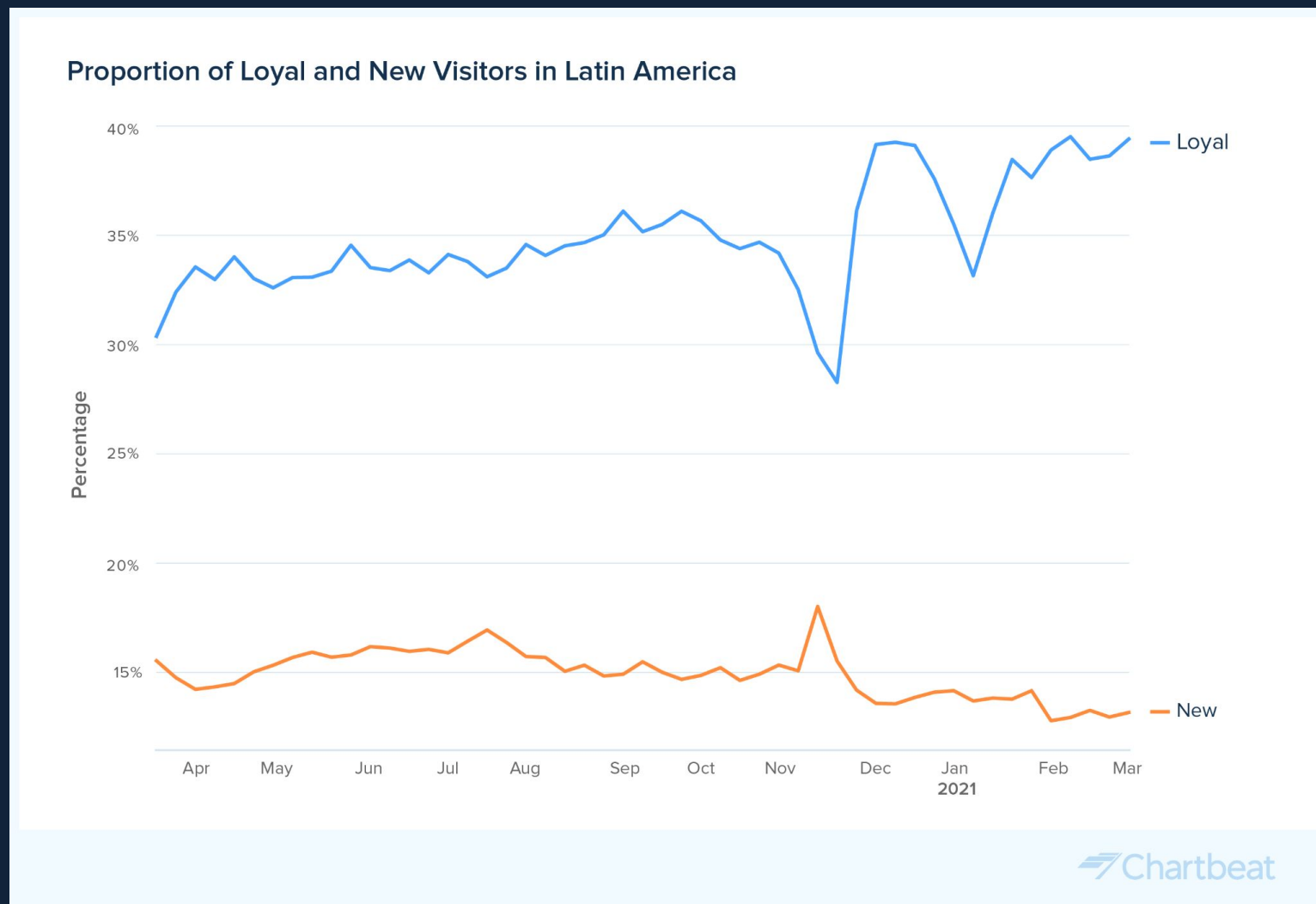
Los visitantes de la región consumen más contenido en el desktop que los lectores en América del Norte y Europa.



LOYALTY

La lealtad entre los lectores está aumentando significativamente en la región. Su porcentaje de tráfico creció un 14% desde la mitad del año pasado.

* A Loyal reader is someone who has visited a site every other day or more often.



LOYALTY

Los sitios latinoamericanos reciben más tráfico de visitantes leales que los de América del Norte, aunque los de Europa tienen el mayor porcentaje (45%).

Region	Loyal Visitors	New Visitors
Latin America	35%	15%
North America	34%	17%
Europe	45%	10%



Conclusiones

CONCLUSIONES

1. En relación al tráfico, el total en Latinoamérica creció en los últimos meses, principalmente debido a los picos en Brasil.
2. El social empezó a disminuir en proporción al total desde junio 2020, mientras que Search permaneció más estable durante los últimos meses.
3. El tiempo promedio de engagement se mantuvo constante y alto en la región.
4. 2 de cada 3 visitas provienen de dispositivo móviles.
5. En sitios Latinoamericanos, el 35% de su tráfico está compuesto de lectores fieles, un porcentaje más alto que en América del Norte, pero más bajo que en Europa.



RESOURCES



Escanear para descargar:

- La copia de la presentación
- Guía gratuita: "Navigating the New Reader Journey"



View more of our
research at
blog.chartbeat.com

Gracias.

Lucas Moretti
lucas@chartbeat.com