

A Ascensão das Redes Sociais na América Latina

Como a Mídia Social está Definindo o Cenário Digital da América Latina



Para maiores informações, favor entrar em contato com:

Jasna Seguić, comScore, Inc.

+56 2 963 5820

press@comscore.com

Resumo Executivo:

As Redes Sociais são cruciais para a experiência on-line em toda a América Latina, alcançando milhões de pessoas e apresentando um nível de participação ao qual dificilmente se equipara qualquer outra atividade on-line. Aproveitando-se da necessidade inata dos seres humanos de interagir e comunicar-se, as redes sociais representam, para os consumidores, uma oportunidade de conectarem-se ativamente uns com os outros, ao mesmo tempo em que criam um canal que as marcas podem utilizar para travar com consumidores uma relação interativa.

Este relatório examina a situação do cenário dinâmico de redes sociais da América Latina, fornecendo insights sobre tendências em níveis globais, regionais e de mercado. O relatório também analisa como a mídia social modelou o ambiente digital mais amplo, através de sua influência sobre outras atividades sociais na web e seu papel na disseminação de mensagens de marketing. Várias das principais descobertas do relatório estão resumidas abaixo:

- Em Junho de 2011, 114,5 milhões de pessoas na América Latina visitaram um site de rede social, representando 96% da população on-line total da região. As redes sociais não são um fenômeno somente amplo na América Latina, ele também está em franca ascensão – com um aumento de 16% na audiência no último ano.
- Os latino-americanos são extremamente participativos nas redes sociais. Metade dos 10 principais mercados, levando em consideração o tempo gasto em redes sociais, está na América Latina, em que a Argentina lidera com uma quantidade de 10 horas ao mês em Junho de 2011.
- A audiência de redes sociais na América Latina é quase igualmente composta de homens e mulheres, mas as mulheres contabilizam uma parcela maior de tempo gasto em redes sociais (53,6%) em comparação com os homens (46,4%). Essa tendência se mostrou mais significativa no Brasil, onde as mulheres somaram 58,7% de todo o tempo gasto em redes sociais.
- Facebook mostrou grande liderança do mercado de redes sociais na América Latina, alcançando mais de 91% dos visitantes. Windows Live Profile ficou em segundo lugar, com mais de 35,5 milhões de visitantes na região. Orkut ficou com o terceiro lugar, com 34,4 milhões de visitantes, causado em grande parte pela popularidade do site no Brasil, enquanto o Twitter ficou em quarto lugar, com 24,3 milhões de visitantes.
- Cinco dos 10 principais mercados, considerando o alcance de Facebook.com, estão na América Latina. O Facebook alcançou 90% de todos os usuários on-line no Chile, posicionando-se como o mercado mais penetrado na América Latina.

- No Brasil, o Orkut se posicionou como o destino de rede social mais visitado, alcançando 35,7 milhões de visitantes, um aumento de 20% em relação a Junho de 2010. Facebook.com, que é a segunda maior rede social no Brasil, testemunhou um crescimento significativo de 192%, para 24,5 milhões de visitantes.
- Os visitantes do Orkut no Brasil são muito mais participativos do que no Facebook. Um visitante médio do Orkut passou 4,3 horas no site em Junho de 2011, enquanto um visitante do Facebook passou 1,6 hora durante o mês.
- No México, a visualização de vídeos no Facebook aumentou mais que o dobro desde o início de 2011, para 33 milhões de vídeos visualizados no site em Junho de 2011.
- A Venezuela é o único país na América Latina em que o Twitter ascendeu ao segundo lugar no ranking de redes sociais. Um entre cada quatro usuários on-line na Venezuela visitou Twitter.com em Junho (26.5%).
- O recentemente lançado Google+ alcançou 28 milhões de visitantes ao redor do mundo nos primeiros 33 dias de existência (29 de junho a 31 de julho de 2011). O Brasil se posicionou com o sexto maior mercado para o site globalmente, contribuindo com 793.923 visitantes.
- Slideshare.net, o site de compartilhamento de apresentações, é surpreendentemente popular nos mercados latino-americanos. O Peru liderou todos os mercados ao redor do mundo, com 15,5% de sua audiência on-line visitando o site em Junho de 2011, seguido pela Venezuela e pela Colômbia, que tiveram mais de 10% de suas populações on-line acessando o site durante o mês.
- O aspecto social do ambiente on-line da América Latina não é aparente somente através da popularidade de redes sociais, mas também através de outras categorias de caráter social, como blogs, anúncios pessoais, compras coletivas e classificados, que também estão ajudando a definir a experiência on-line.
- A mídia social tem emergido ao longo de vários anos para redefinir a maneira com que pensamos sobre a disseminação de mensagens de marketing. Particularmente, o Facebook facilitou a habilidade que os consumidores têm para identificar marcas de interesse e conectar-se com elas possibilitou novas formas de interação entre marcas e consumidores: ambos agora podem criar relações interativas e compartilhar conteúdos, notícias e feedbacks.

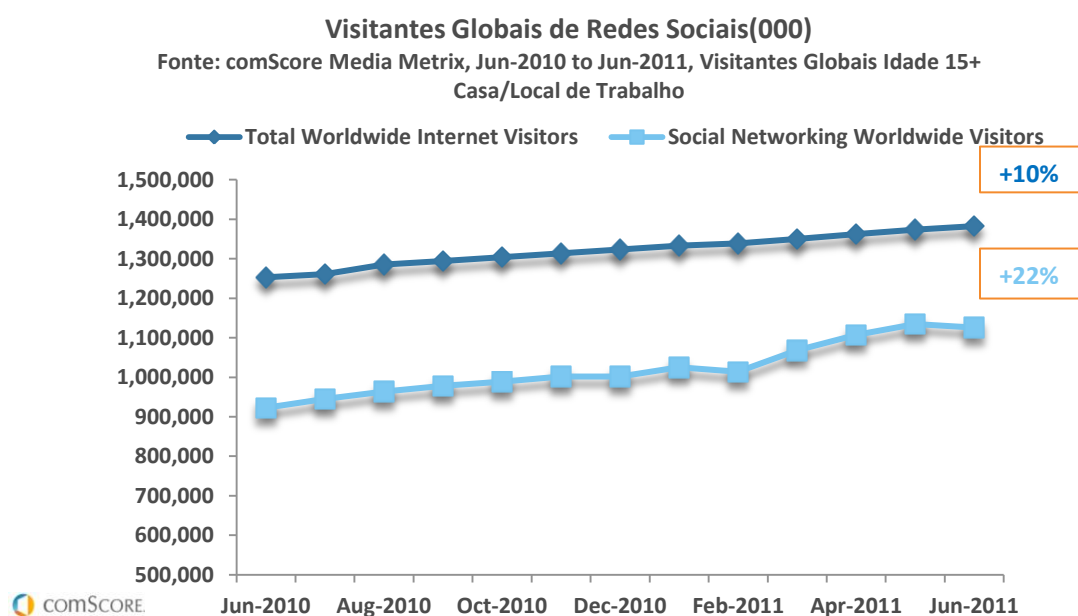
Lista de Conteúdos

Redes Sociais – Um Fenômeno Global	5
<i>Inclui: Uma análise global das redes sociais, marcas líderes, principais mercados</i>	
América Latina – Uma Análise Aprofundada de Tendências Regionais	8
<i>Inclui: Crescimento de redes sociais, análise demográfica, principais marcas regionais</i>	
Destaques no Mercado	12
Brasil.....	12
México	15
Argentina	17
Chile.....	19
Venezuela.....	21
Peru	23
Colômbia	25
A introdução de Google+	26
Uma Web Social	28
<i>Inclui: Blogs, Anúncios Pessoais, Cupons, Classificados</i>	
Redes Sociais Em Movimento	31
<i>Inclui: Uso de rede social móvel</i>	
O Papel das Redes Sociais no Mix de Mercado	34
<i>Inclui: O papel do Facebook em alcançar consumidores</i>	
O Futuro das Redes Sociais na América Latina.....	36

Redes Sociais – Um Fenômeno Global

Audiência Global das Redes Sociais Ultrapassa 1 Bilhão de Pessoas

Ao redor do mundo, as redes sociais continuam a crescer à medida que novos usuários as adotam como parte da rotina de sua experiência on-line. Em Junho de 2011, 1,1 bilhão de pessoas em todo o globo (de 15 anos ou mais, acessando de casa ou do local de trabalho) visitou um site de rede social, um aumento de 22% desde Junho de 2010. Globalmente, 81,4% de todos os usuários da internet visitam destinos de rede social, representando uma das principais atividades on-line ao redor do mundo.

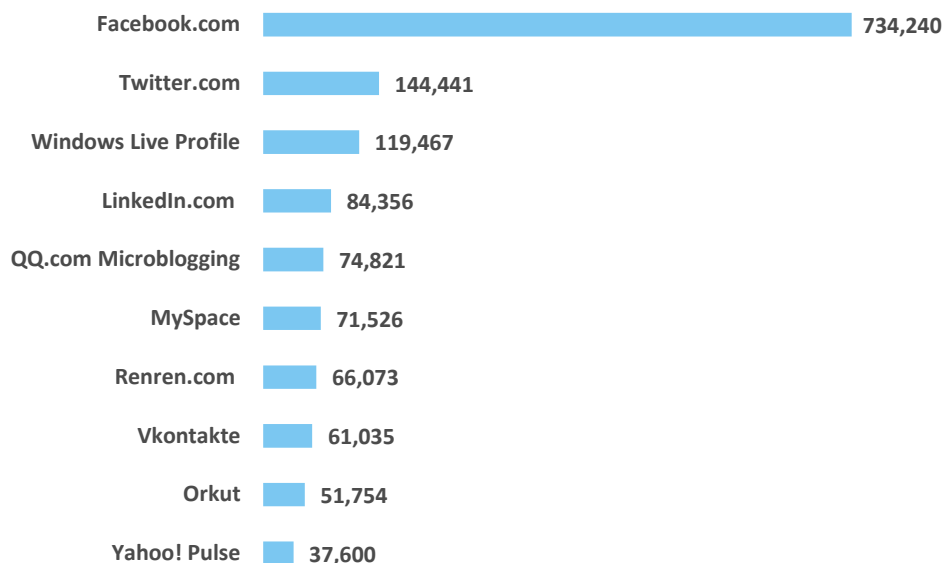


Facebook Reina como a Principal Rede Social Global

Uma análise das principais marcas mundiais de rede social revelou que, talvez sem grande surpresa, Facebook se posicionou como a principal rede social com uma margem significativa. Em Junho de 2011, 734,2 milhões de pessoas visitaram o Facebook ao redor do mundo, um aumento de 33% em relação ao ano anterior. Enquanto isso, Twitter.com ascendeu à segunda posição, alcançando 144,4 milhões de visitantes (um aumento de 56%), seguido por Windows Live Profile, com 119,5 milhões de visitantes. A rede social profissional LinkedIn.com alcançou mais de 84 milhões de visitantes globalmente, assegurando-se o quarto lugar, seguido pelo site chinês QQ.com Microblogging, com 74,8 milhões de visitantes.

10 Principais Sites de Redes Sociais por Visitantes (000)

Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes Globais Idade 15+
Casa/Local de Trabalho



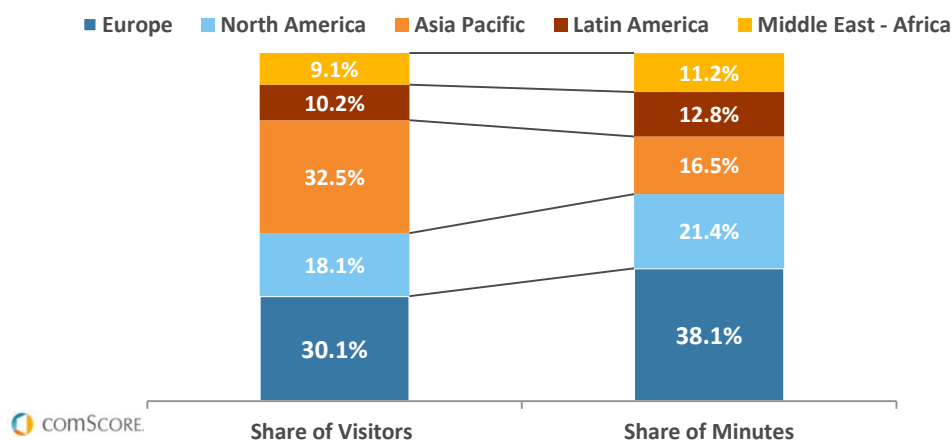
 comSCORE.

A América Latina se Posiciona entre os Mercados de Rede Social mais Participativos

A análise regional de visitantes à categoria de redes sociais revelou que a Ásia/Pacífico, maior audiência on-line das cinco regiões globais, contribuiu com 32,5% de visitantes on-line à categoria. A Europa veio em segundo lugar, com 30,1% de visitantes de redes sociais, enquanto a América do Norte contabilizou 18,1%. A América Latina representou 10,2% de todos os visitantes a redes sociais em Junho de 2011, enquanto o Oriente Médio e África representaram 9,1% da audiência da categoria. Ao analisar a quantidade de tempo gasto em Redes Sociais, a Europa somou 38,1% de todos os minutos de redes sociais, seguida pela América do Norte, onde emergiram 21,4% de todos os minutos gastos em redes sociais. Apesar de que a Ásia/Pacífico detenha a maior população on-line por visitante, a região contabilizou apenas 16,5% de todos os minutos gastos em redes sociais, enquanto a América Latina representou 12,8% dos minutos.

% Parcela de Visitantes e Minutos de Redes Sociais por Região

Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes Globais Idade 15+
Casa/Local de Trabalho



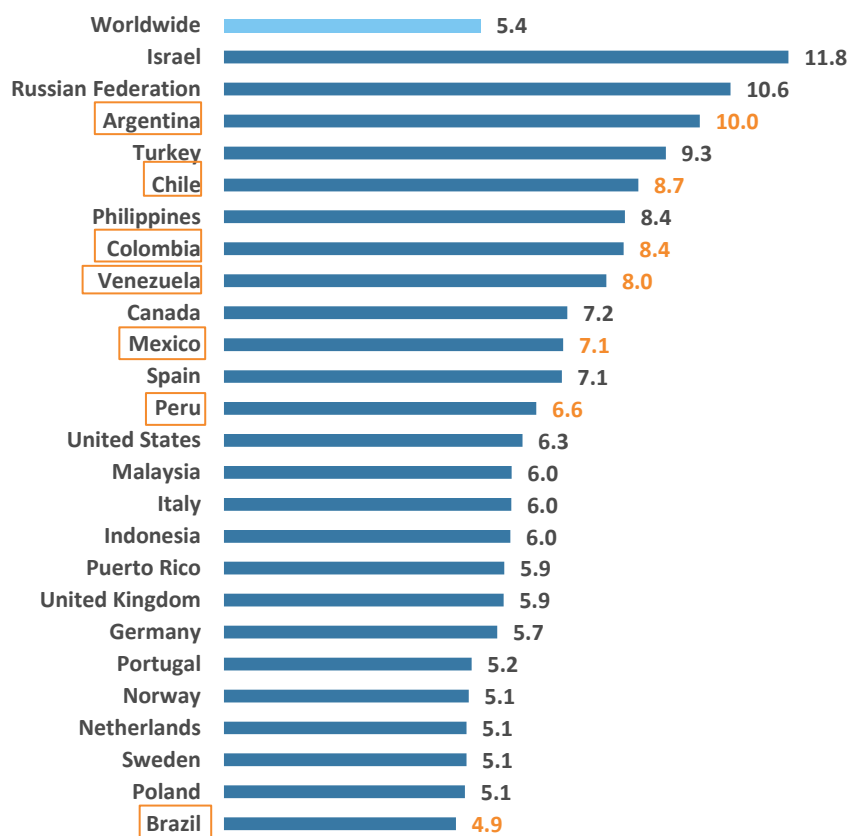
Mundialmente, os usuários da Internet tiveram uma média de 5,4 horas em sites de rede sociais durante o mês de Junho. Uma análise dos principais mercados, baseando-se em número de horas gastos em redes sociais, revelou que metade dos 10 principais mercados eram países latino-americanos, demonstrando o grande envolvimento que os visitantes desse mercado apresentam com as redes sociais. Os usuários on-line na Argentina tiveram uma média de 10 horas em sites de redes sociais em Junho, ficando em terceiro lugar geral, enquanto os Chilenos tiveram uma média de 8,7 horas. Os Colombianos ficaram em sétimo lugar, com 8,4 horas por visitante na categoria de redes sociais, enquanto os venezuelanos ficaram em oitavo, com 8 horas. Visitantes no México (7,1 horas) e Peru (6,6 horas) também ficaram entre os principais mercados. Os brasileiros exibiram um envolvimento relativamente mais baixo que seus vizinhos Latino-Americanos, com 4,9 horas, posicionando-se como o vigésimo - quinto mercado, entre todos.

25 Principais Mercados Globais por Média de Horas por Visitante

Gastas em Sites de Redes Sociais

Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes Globais Idade 15+

Casa/Local de Trabalho

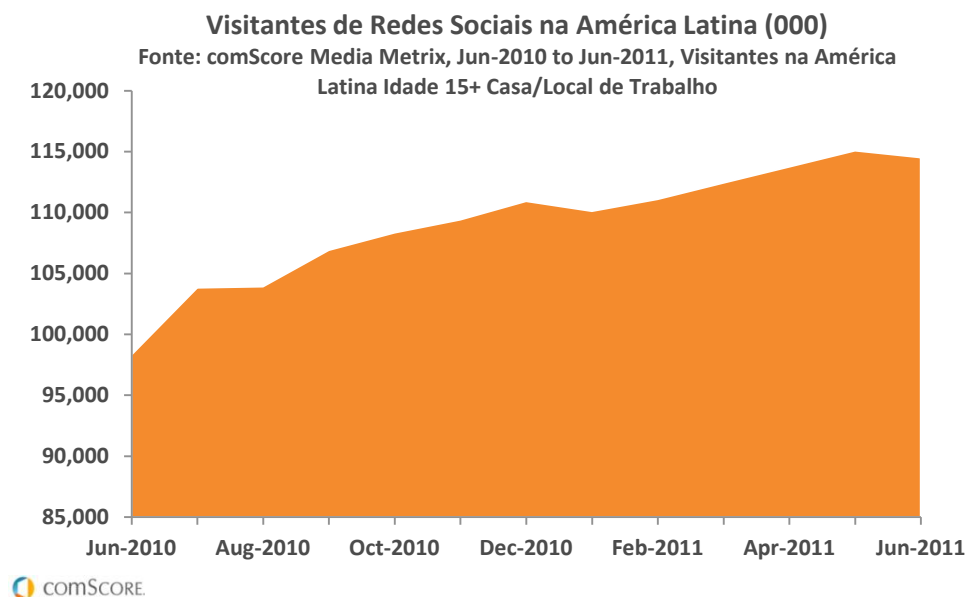


comSCORE.

América Latina – Uma Análise Aprofundada de Tendências Regionais

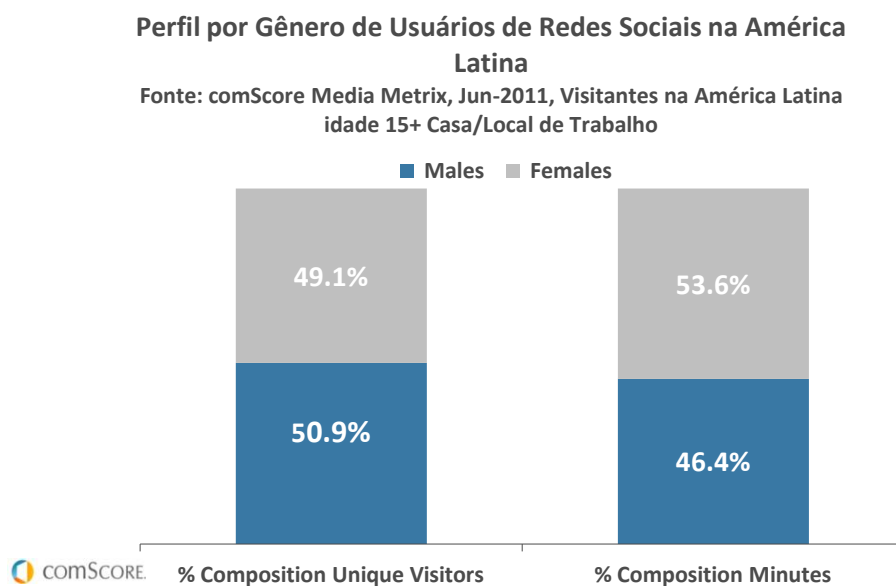
A Audiência de Redes Sociais na América Latina Cresceu 16% no Último Ano.

Em Junho de 2011, 114,5 milhões de pessoas na América Latina visitaram um site de rede social, representando 96% da população on-line total da região. As redes sociais não são um fenômeno somente amplo na América Latina, ele também está em franca ascensão – com um aumento de 16% na audiência no último ano.



Perfil Demográfico dos usuários de Redes Sociais na América Latina

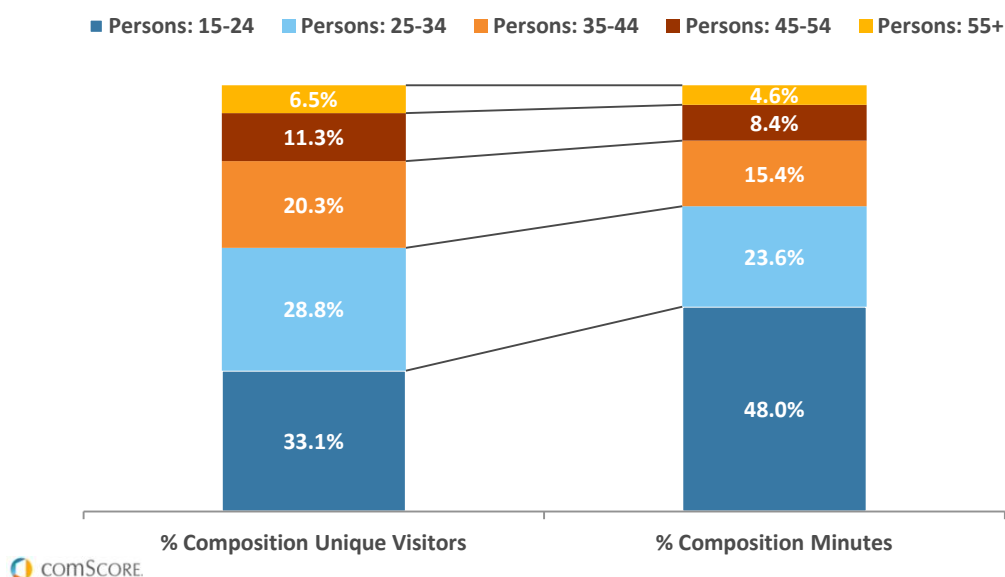
Uma análise da composição de audiência de usuários de redes sociais na América Latina revelou que homens e mulheres são quase igualmente propícios a utilizar sites de redes sociais, com os homens somando 50,9% de visitantes e mulheres representando 49,1%. Em relação ao envolvimento, porém, as mulheres representaram uma parcela maior de minutos (53,6%) que os homens (46,4%). Essa tendência se mostrou significativa no Brasil, onde as mulheres somaram 58,7% de todo tempo gasto em redes sociais no mês de Junho 2011.



Uma análise mais detalhada de visitantes por segmento de idade revelou que aqueles entre 15 e 24 anos representaram a parcela maior de visitantes de redes sociais, com 33,1%, enquanto os visitantes entre 25 e 34 anos somaram 28,8% e os de idade entre 35 e 44 representaram 20,3% dos que visitam redes sociais. Os visitantes entre 15 e 24 anos claramente demonstraram o maior envolvimento com as redes sociais, contabilizando quase a metade (48%) de todo o tempo gasto nesses sites durante o mês. Essa tendência foi mais significativa na Venezuela, onde os visitantes nessa faixa etária representaram 3 de cada 5 minutos gastos em redes sociais (58,2%)

% Composição de Visitantes & Minutos de Redes Sociais por Idade

Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes na América Latina Idade 15+ Casa/local de Trabalho

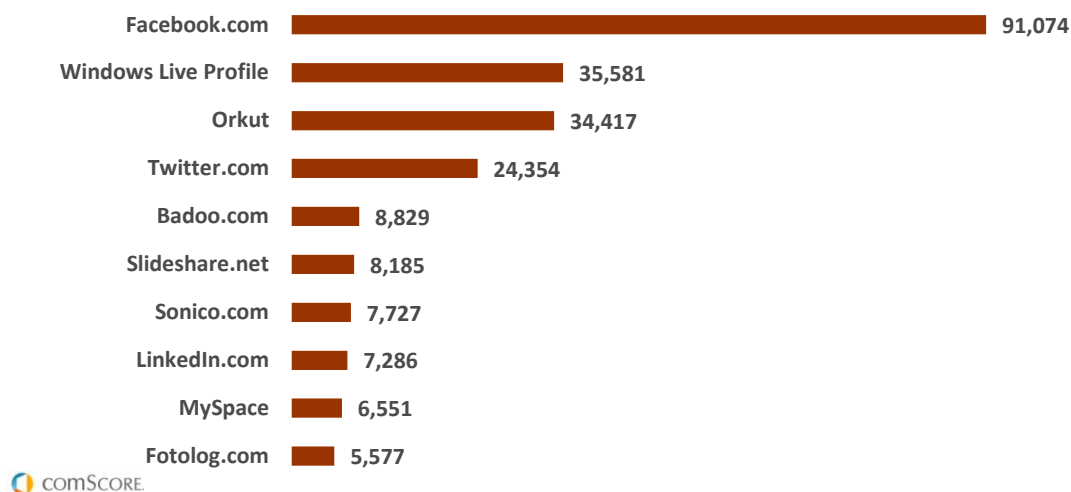


Os Latino-Americanos Adotam o Facebook como Principal Destino de Redes Sociais

O Facebook é um grande líder no mercado de redes sociais latino-americano, alcançando mais de 91 milhões de pessoas em Junho, 52% a mais que no ano anterior. A audiência de Facebook foi quase três vezes maior que a do segundo maior site, Windows Live Profile, que alcançou 35,6 milhões de visitantes na região. O Orkut ficou com o terceiro lugar, com 34,4 milhões de visitantes, atraídos, em sua maioria, pela popularidade do site no Brasil. Enquanto isso, o Twitter se posicionou como o quarto maior site, com 24,3 milhões de visitantes (um aumento de 59%), com o grande envolvimento dos latino-americanos com o site.

10 Principais Redes Sociais por Visitantes (000) na América Latina

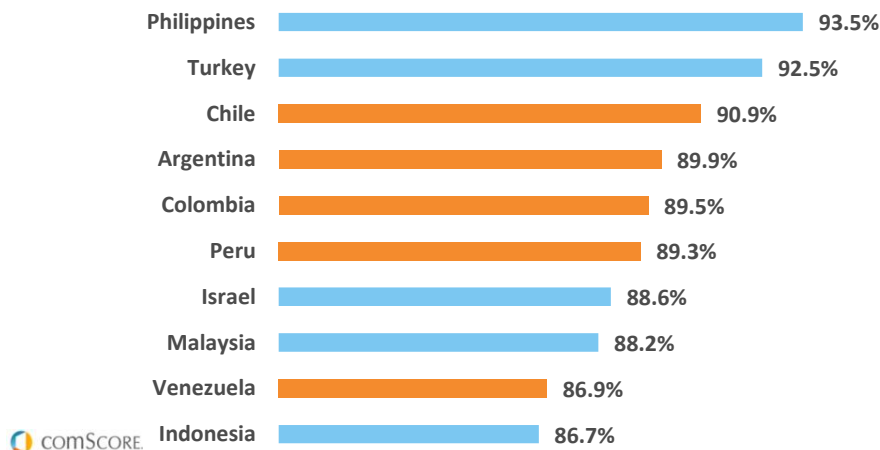
Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes na América Latina Idade 15+ Casa/Local de Trabalho



Apesar do fato de que a maior audiência de Facebook está nos Estados Unidos, Alemanha e Índia, muitos dos mercados com maior penetração deste gigante das redes sociais está na América Latina. De fato, cinco dos 10 mercados com maior penetração pelo Facebook estão na região. Facebook alcançou 90,9% de todos os usuários on-line no Chile, que se posicionou como o terceiro mercado com maior penetração globalmente, atrás apenas das Filipinas e da Turquia. A Argentina, Colômbia e Peru ficaram logo atrás do Chile, e em todos esses mercados o Facebook alcançou mais de 89% da população da internet, e 86,9% dos usuários na Venezuela.

10 Principais Mercados para o Facebook.com por % de Alcance de Visitantes

Fonte : comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes na Argentina Idade15+ Casa/Local de Trabalho



Destaques do Mercado

Nesta seção examinaremos as principais tendências de redes sociais nos principais mercados individuais da América Latina, como análises sobre o Brasil, México, Argentina, Chile, Venezuela, Peru e Colômbia.

Brasil: O Orkut Lidera o Mercado, mas Facebook Cresce Rapidamente

O Brasil abriga 43,9 milhões de usuários de redes sociais (Junho de 2011), alcançando 90,8% da população on-line total. Um total de 12,5 bilhões de minutos foram gastos em redes sociais em Junho, somando 18,3% de todos os minutos on-line durante o mês. Um usuário de redes sociais teve uma média de 4,7 horas nesses sites durante o mês, que se posicionou como uma das atividades on-line com mais envolvimento dos visitantes.



Fatos sobre Redes Sociais no Brasil

Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes no Brasil Idade 6+ Casa/Local de Trabalho

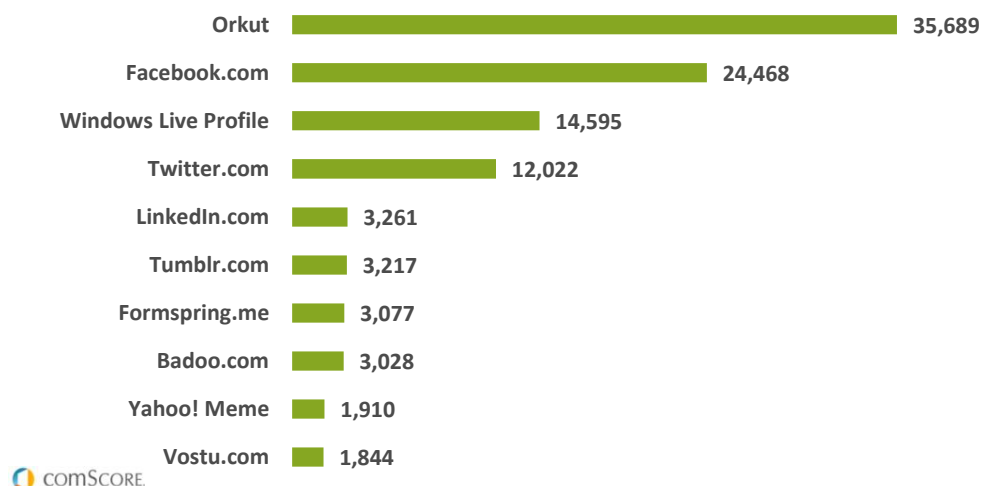
43,9 Milhões	Audiência Total de Redes Sociais
90,8%	População On-line Visitando Redes Sociais
12,5 Bilhões	Minutos Totais para a Categoria de Redes Sociais
18,3%	Porcentagem de todos os Minutos On-line
4,7 Hours	Média de Tempo Gasto por Visitante durante o Mês
Orkut	Principal Site de Redes Sociais

O Brasil abriga um dos ambientes digitais mais peculiares no mundo – e um dos poucos mercados onde Facebook não lidera a categoria de Redes Sociais. Essa posição de liderança tem sido atribuída ao Orkut, um destino de rede social que pertence ao Google e construiu grandes bases de audiência no Brasil e na Índia. O Orkut se posicionou como o destino de rede social mais visitado em Junho de 2011, com 35,7 milhões de visitantes, um aumento de 20% em relação ao ano passado. Facebook, que é o segundo maior site de rede social no Brasil, viu um crescimento muito expressivo ao aumentar 192% sua quantidade de visitantes, para 24,5 milhões em Junho de 2011. Windows Live Profile garantiu o terceiro

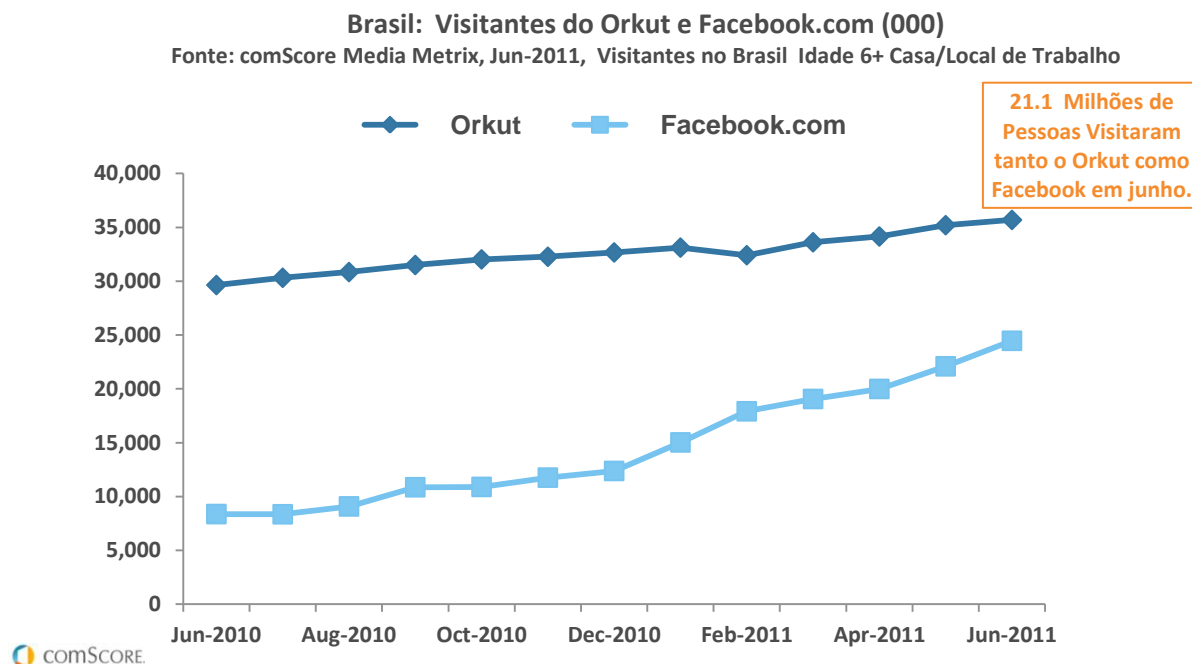
lugar, com 14,6 milhões de visitantes, enquanto o Twitter alcançou 12 milhões de visitantes, como o quarto maior site de redes sociais.

Brasil: 10 Principais Sites de Rede Social por Visitante (000)

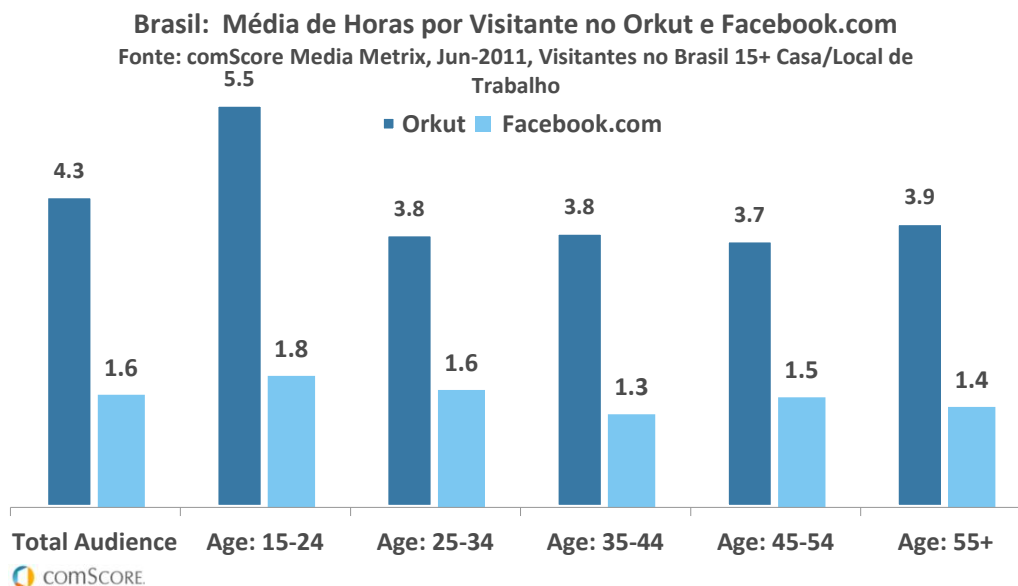
Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes do Brasil Idade 6+ Casa/Local de Trabalho



Apesar de o Orkut ainda manter uma liderança relativamente folgada em relação ao Facebook no Brasil, o Facebook viu sua audiência brasileira crescer de apenas 8 milhões de visitantes a mais de 24 milhões. Uma análise de visitação cruzada entre os dois sites mostrou que 21,1 milhões de pessoas visitavam **ambos** os sites do Orkut e do Facebook durante Junho de 2011. Isso demonstra que muitos consumidores estão abrindo sua conta no Facebook, mas muitos ainda não migraram do Orkut para o Facebook.



Ao analisar o envolvimento no Brasil, os visitantes do Orkut são muito mais envolvidos quando comparados com os do Facebook, destacando a história do Orkut como o líder das redes sociais neste mercado. Um visitante médio do Orkut passou 4,3 horas no site em Junho de 2011, enquanto um visitante do Facebook gastou 1,6 hora no site durante o mês. Os visitantes com idades entre 15 e 24 anos tiveram a maior média de tempo tanto no Orkut (5,5 horas) quanto no facebook (1,8 hora).



México: Vídeos Online Desempenham um Papel em Redes Sociais

O México abriga 20,7 milhões de visitantes de redes sociais, representando 90,8% de toda a sua população on-line. Um total de 8,8 bilhões de minutos foram gastos em sites de redes sociais em Junho, somando 27,1% de todos os minutos on-line, com um visitante médio passando 7,1 horas nesses sites durante o mês.

**Fatos sobre Redes Sociais no México**

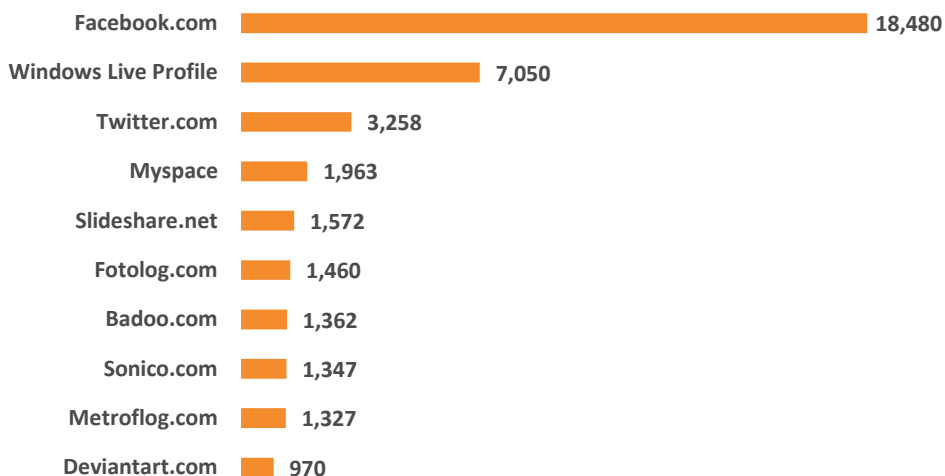
Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes no México idade 6+ Casa/Local de Trabalho

20,7 Milhões	Audiência Total de Redes Sociais
90,8%	População On-line Visitando Redes Sociais
8,8 Bilhões	Minutos Totais para a Categoria de Redes Sociais
27,1%	Porcentagem de todos os Minutos On-line
7,1 Horas	Média de Tempo Gasto por Visitante durante o Mês
Facebook	Principal site de Redes Sociais

A categoria de Redes Sociais foi liderada pelo Facebook no México, que cresceu 62% no último ano, a 18,5 milhões de visitantes em Junho de 2011. Windows Live Profile se posicionou como o segundo maior site no Mercado, com 7 milhões de visitantes, seguido pelo Twitter, que alcançou quase 3,3 milhões de visitantes (um aumento de 37%).

México: 10 principais Sites de Rede Social por Visitantes (000)

Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes do México Idade 6+ Casa/Local de Trabalho

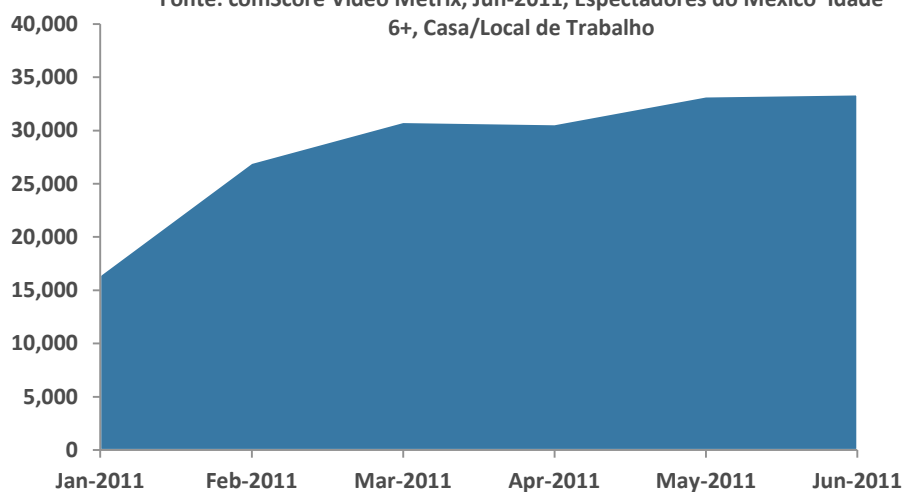


comSCORE.

A visualização de vídeos continua a ser uma atividade popular e em ascensão no México, onde 4 de cada 5 usuários viram vídeos on-line durante Junho, com uma média de 10 horas de visualização de vídeos durante o mês. Uma das principais propriedades para a visualização de vídeo é o Facebook, cujos usuários viram um total de 33 milhões de vídeos no site durante Junho de 2011, mais que o dobro desde Janeiro de 2011, à medida que os visitantes se tornaram gradualmente mais envolvidos com conteúdo de vídeo no site de rede social.

México: Vídeos (000) Visualizados no Facebook.com

Fonte: comScore Video Metrix, Jun-2011, Espectadores do México Idade 6+, Casa/Local de Trabalho



comSCORE.

Argentina: O Mercado de Rede Social mais Participativo da América Latina

Um visitante médio de redes sociais na Argentina teve uma média de 10 horas por mês nos sites dessa categoria, fazendo com que essa população de mídia social seja a mais participativa na região, e o terceiro mercado mais participativo do mundo. Em junho, 12,5 milhões de pessoas visitaram um destino de rede social na Argentina, alcançando 95,4% de todo o mercado on-line.



Fatos sobre Redes Sociais na Argentina

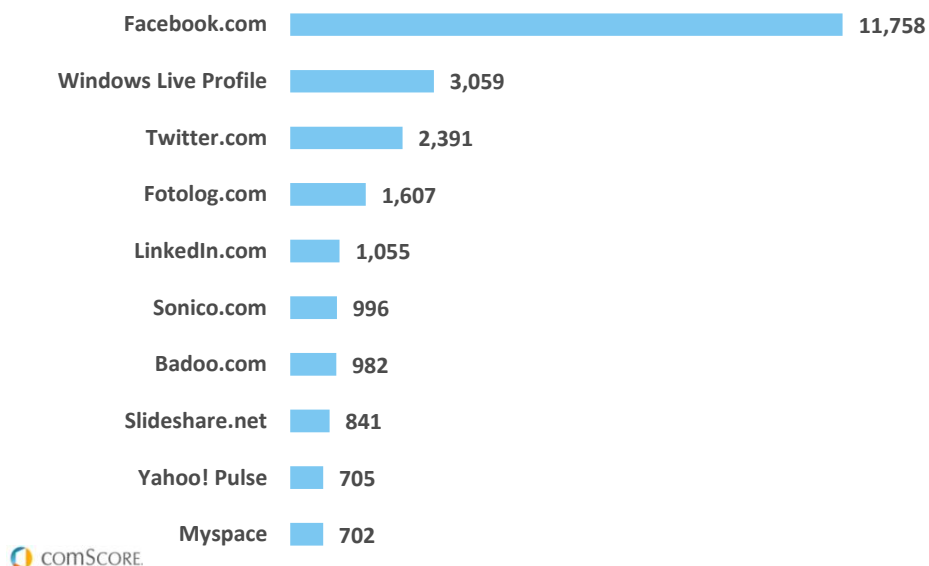
Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes na Argentina idade 15+ Casa/Locais de Trabalho

12,5 Milhões	Audiência Total de Redes Sociais
95,4%	População On-line Visitando Redes Sociais
7,5 Bilhões	Minutos Totais para a Categoria de Redes Sociais
32,2%	Porcentagem de todos os Minutos On-line
10 Horas	Média de Tempo Gasto por Visitante durante o Mês
Facebook	Site Principal de Redes Sociais

O Facebook ficou no topo da lista como a rede social mais visitada na Argentina, com 11,8 milhões de visitantes em junho de 2011, seguido pelo Windows Live Profile, com 3 milhões de visitantes. Twitter ficou com o terceiro lugar, com 2,4 milhões de visitantes, enquanto o Fotolog alcançou 1,6 milhões de visitantes e o site de rede social profissional LinkedIn chegou a 1 milhão de visitas durante o mês.

Argentina: 10 Principais Sites de Redes Sociais por Visitantes (000)

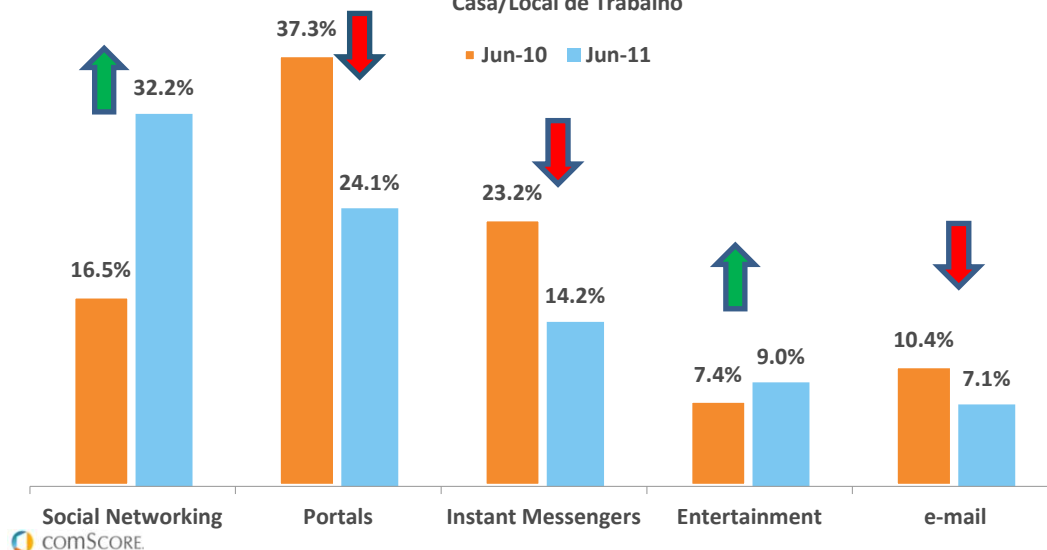
Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes da Argentina Idade 15+ Casa/Local de Trabalho



Na Argentina, as redes sociais contabilizaram a maior parcela de minutos on-line, com 32,2% em Junho de 2011, quase dobrando sua participação em relação ao ano anterior. O crescimento na quantidade de minutos na categoria de Redes Sociais foi causado, em grande parte, pela popularidade dos Portais, que foram a categoria principal no que diz respeito à quantidade de minutos no ano passado, mas que declinaram muito no último ano, somando 24,1% do tempo total gasto on-line. Instant Messengers também viram suas parcelas de minutos caírem de 23,2% em junho de 2010 a 14,2% em Junho de 2011. À medida que mais usuários continuam buscando conteúdo de lazer on-line, a categoria de Entretenimento cresceu a uma parcela de 9% dos minutos totais, enquanto a categoria de E-mails teve uma queda a uma participação de 7,1%.

Argentina: Principais Categorias por Quantidade de Minutos Totais**On-line**

Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes da Argentina Idade 15+ Casa/Local de Trabalho

**Chile: O Mercado com Maior Penetração pelo Facebook na América Latina**

Em Junho de 2011, 6.9 milhões de chilenos visitaram um site de rede social, representando 94% da população on-line. As redes sociais somaram 32,2% do tempo gasto on-line durante o mês, com os visitantes tendo uma média de 8,7 horas de redes sociais nesse mercado altamente participativo.

**Fatos sobre redes Sociais no Chile**

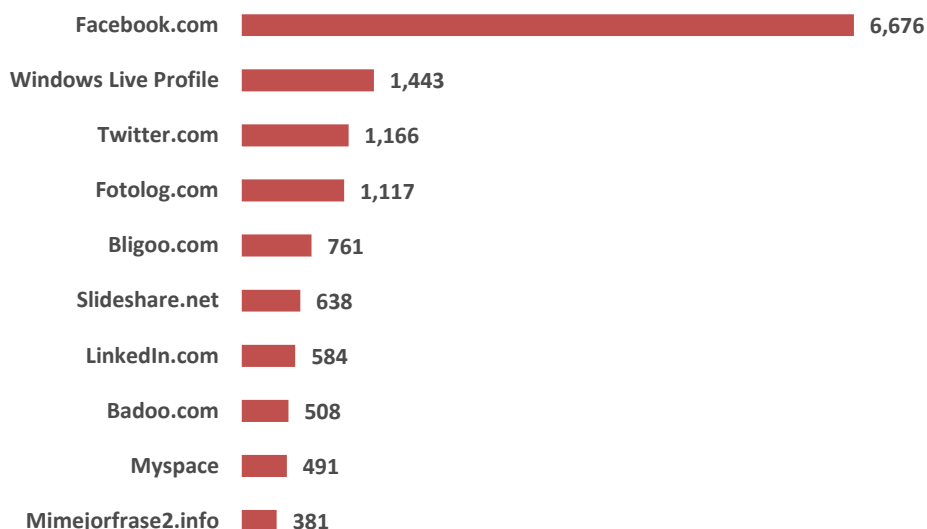
Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes no Chile idade 15+ Casa/Local de Trabalho

6,9 Milhões	Audiência Total de Redes Sociais
94%	População On-line Visitando Redes Sociais
3,6 Bilhões	Minutos Totais para a Categoria de Redes Sociais
32,2%	Porcentagem de todos os Minutos On-line
8,7 Horas	Média de Tempo Gasto por Visitante durante o Mês
Facebook	Principal Site de Redes Sociais

Os mercados de rede social no Chile e Argentina se assemelham muito. No Chile, Facebook liderou a categoria, com 6,7 milhões de visitantes, 8% a mais que no ano anterior. O gigante das redes sociais alcançou 90,9% de todos os chilenos on-line, classificando o Chile como o mercado mais penetrado por Facebook da América Latina, e o terceiro em nível global. Windows Live Profile ficou em segundo lugar, com 1,4 milhão de visitantes, enquanto o Twitter alcançou quase 1,2 milhão de visitantes, posicionando-se como o terceiro maior destino de rede social no mercado. A audiência do Fotolog alcançou 1,1 milhão de visitantes, alcançando 15,2% dos chilenos on-line, o principal mercado, globalmente, para a penetração desse site de foto-blogging.

Chile: 10 Principais Sites de Redes Sociais por Visitantes (000)

Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes no Chile idade 15+ Casa/Local de Trabalho



 comSCORE.

Venezuela: O uso to Twitter continua crescendo

A Venezuela abriga um dos mercados de rede social com maior penetração da região, com 96% (3,1 milhões de pessoas) visitando redes sociais em junho de 2011. As redes sociais somaram 34,7% de todos os minutos on-line na Venezuela, com os visitantes tendo uma média de 8 horas nesses sites durante o mês.

**Fatos sobre Redes Sociais na Venezuela**

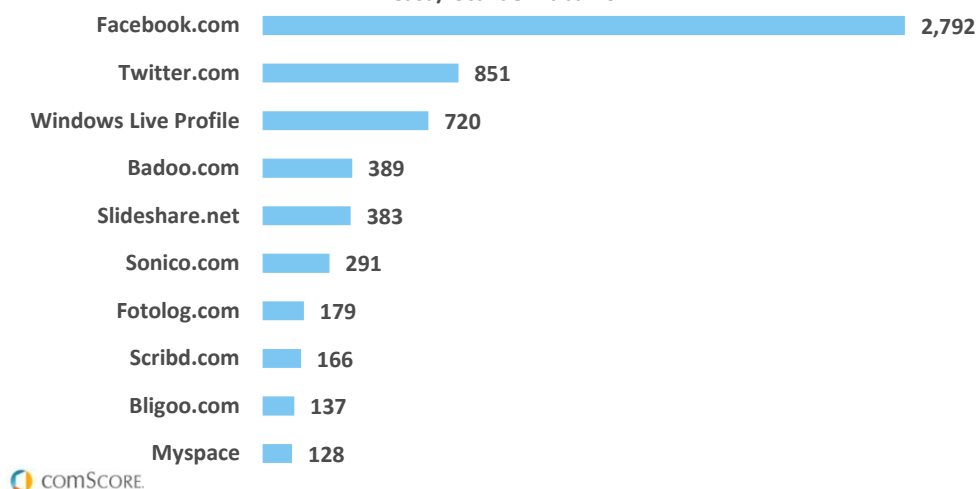
Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes na Venezuela Idade 15+ Casa/local de Trabalho

3,1 Milhões	Audiência Total de Redes Sociais
96%	População On-line Visitando Redes Sociais
1,5 Bilhão	Minutos Totais para a Categoria de Redes Sociais
34,7%	Porcentagem de todos os Minutos On-line
8 Horas	Média de Tempo Gasto por Visitante durante o Mês
Facebook	Principal Site de Redes Sociais

O Facebook liderou o Mercado de redes sociais na Venezuela, com 2,8 milhões de visitantes, crescendo 38% em relação ao ano anterior. Twitter se posicionou com o segundo maior site de rede social no país, alcançando 851.000 visitantes. A Venezuela é o único país na América Latina em que o Twitter chegou ao segundo lugar no ranking de redes sociais. Windows Live Profile ficou em terceiro, com 720.000 visitantes únicos, seguido pelo Badoo.com (389.000) e Slideshare.net (383.000).

Venezuela: 10 Principais Sites de Redes Sociais por Visitantes (000)

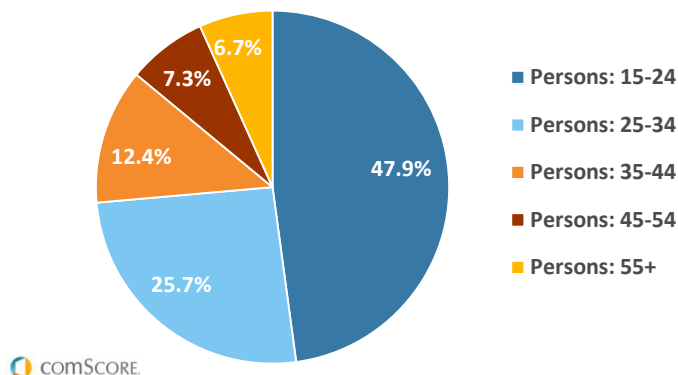
Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes na Venezuela Idade 15+
Casa/local de Trabalho



Um entre cada quatro usuários on-line na Venezuela visitou o Twitter em Junho (26% de alcance), com os venezuelanos exibindo uma forte propensão a participar no site. A Venezuela se posicionou como o terceiro mercado mais penetrado pelo Twitter mundialmente, atrás somente da Holanda e do Brasil. A Venezuela abriga uma audiência relativamente jovem (mais de 70% da população on-line da Venezuela tem menos de 35 anos) e os visitantes de Twitter têm essas características. Aqueles com idades entre 15 e 24 anos somaram quase a metade (47,9%) de visitantes ao Twitter em junho de 2011, enquanto que as pessoas de 25 a 34 anos somaram 25,7% das visitas.

Venezuela: Twitter Demographic Percent Composition by Unique Visitors

Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes na Venezuela Idade 15+ Casa/local de Trabalho



Peru: A importância de compartilhar

A audiência de redes sociais no Peru alcançou 4 milhões em junho, ou 96% da população on-line. Quase um entre cada 4 minutos foi gasto na categoria de Redes Sociais, representando 1,5 bilhão de minutos no total.



Fatos sobre Redes Sociais no Peru

Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes no Peru Idade 15+ Casa/Local de Trabalho

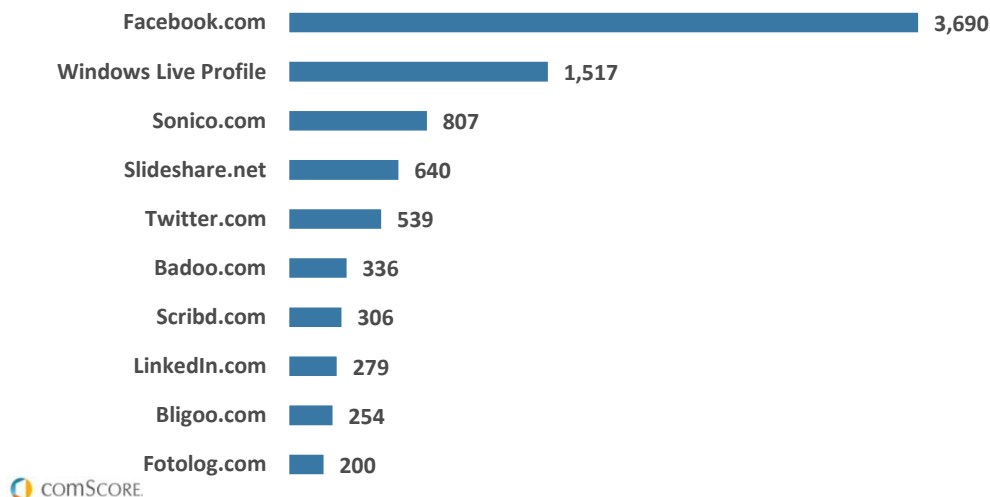
4 Milhões	Audiência Total de Redes Sociais
96%	População On-line Visitando Redes Sociais
1,5 Bilhão	Minutos Totais para a Categoria de Redes Sociais
22,3%	Porcentagem de todos os Minutos On-line
6,6 Horas	Média de Tempo Gasto por Visitante durante o Mês
Facebook	Principal Site de Redes Sociais

Facebook liderou o Mercado peruano, com 3,7 milhões de visitantes, seguido pelo Windows Live Profile, com 1,5 milhões de visitantes, e Sonico, com 807.000 visitantes. Sonico alcançou quase 20% de toda a

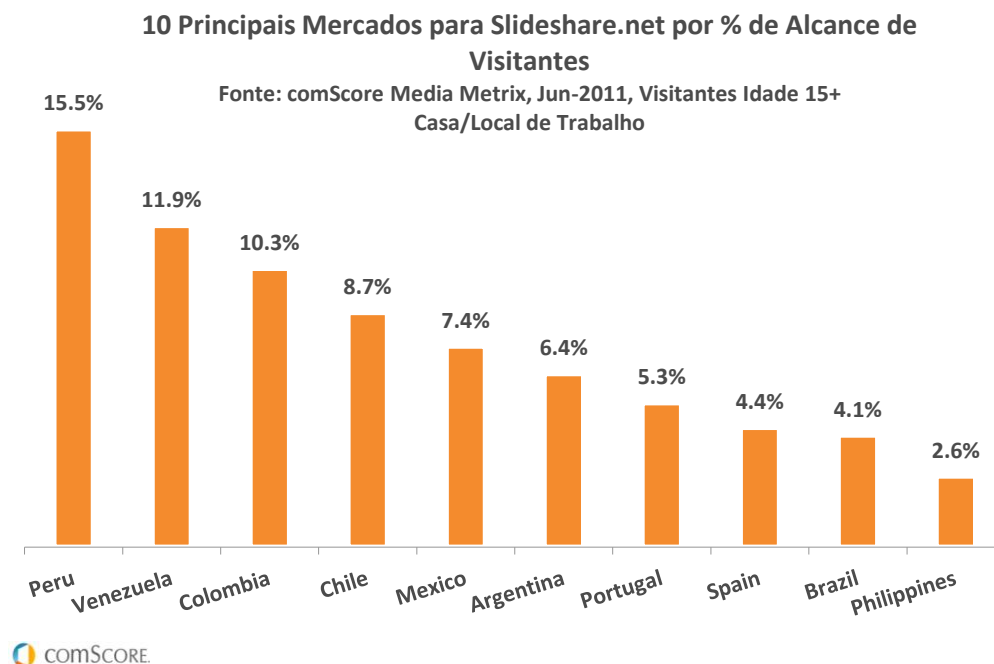
população on-line no Peru, posicionando-se como o principal mercado global para a marca de rede social, em termos de penetração.

Peru: 10 Principais Sites de redes sociais por Visitantes (000)

Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes do Peru Idade 15+
Casa/Local de Trabalho



Slideshare.net, o site de compartilhamento de apresentações, é incrivelmente popular nos mercados latino-americanos. Dos 10 mercados mais penetrados pelo Slideshare.net por porcentagem de alcance de visitantes únicos, sete estão na região da América Latina. O Peru liderou todos os mercados ao redor do mundo, com 15,5% de sua audiência on-line visitando o site em junho de 2011, seguido pela Venezuela e Colômbia, que tiveram aumentos de 10% de sua população online visitando o site durante o mês.



Colômbia: Um Terço do Tempo On-line Gasto em Redes Sociais

Em junho, a audiência de redes sociais na Colômbia alcançou 12,7 milhões de visitantes (96%), com usuários tendo uma média de 8,4 horas nesses sites durante o mês. As redes sociais se posicionaram como a principal categoria de conteúdo por quantidade de minutos na Colômbia, com 32,1% de tempo na web gasto em sites de redes sociais.



Fatos sobre Redes Sociais na Colômbia

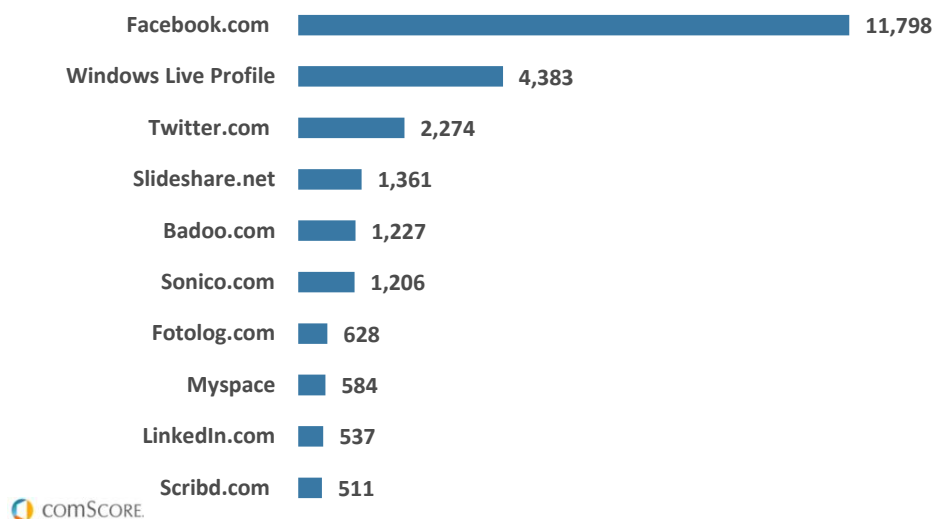
Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes na Colômbia Idade 15+ Casa/Local de Trabalho

12,7 Milhões	Audiência Total de Redes Sociais
96%	População On-line Visitando Redes Sociais
6,4 Bilhões	Minutos Totais para a Categoria de Redes Sociais
32,1%	Porcentagem de todos os Minutos On-line
8,4 Horas	Média de Tempo Gasto por Visitante durante o Mês
Facebook	Principal Site de Redes Sociais

Em junho, 11,8 milhões de colombianos visitaram o Facebook, crescendo 26% desde o ano anterior. Windows Live Profile veio depois, como a segunda maior rede social, com 4,4 milhões de visitantes, enquanto o Twitter ficou em terceiro, com 2,3 milhões de visitantes, mais que dobro do ano passado, ao passo que mais colombianos adoram a interação em 140 caracteres ou menos.

Colômbia: 10 Principais Sites de redes sociais por Visitantes (000)

Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes na Colômbia Idade 15+
Casa/Local de Trabalho



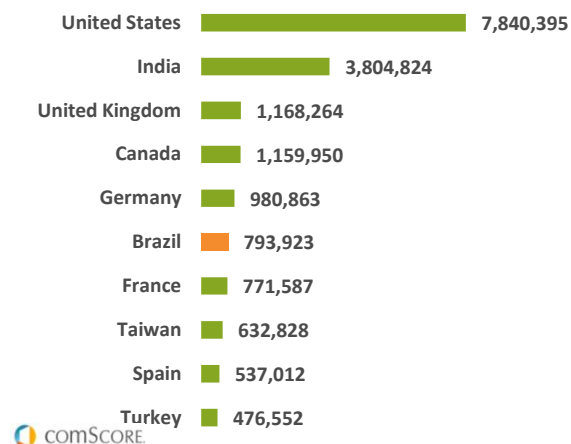
Google+ É um Sucesso Mundial

A análise do Mercado de redes sociais não estaria completa sem uma olhada na última adição ao cenário global de redes sociais: Google+. A rede social recentemente lançada pelo Google foi recebida com entusiasmo em muitos mercados globais. Nos primeiros 33 dias de existência pública (29 de julho a 31 de julho de 2011), quase 28 milhões de pessoas no mundo todo visitaram o Google+, um número impressionante para seu primeiro mês no mercado. Os Estados Unidos lideraram todos os mercados em relação a visitantes do Google+, com 7,8 milhões de visitantes, seguidos pela Índia, com 3,8 milhões de visitantes, e o Reino Unido, com mais de 1,1 milhão de visitantes. O Brasil ficou em sexto lugar para o site, contribuindo com 793.923 visitantes.

Analisando a América Latina, o México teve a maior audiência para o Google+ depois do Brasil, com 308.369 visitantes, seguido pela Argentina (213.362 visitantes) e Chile (201.572 visitantes). A adoção do Google+ pela audiência será uma tendência importante para observar no restante do ano e em 2012, ao mesmo tempo em que o site procura estabelecer-se no sólido mercado de redes sociais.

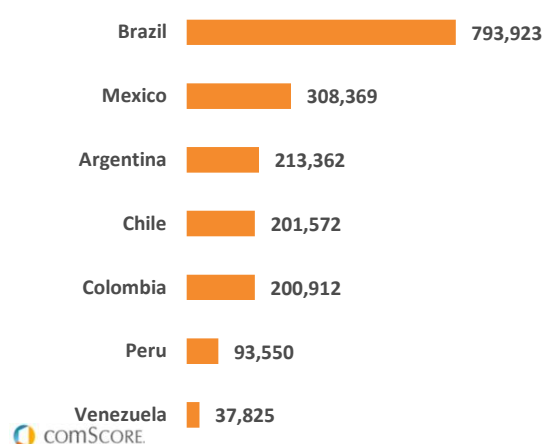
10 Principais Mercados para o Google+ por Visitantes

Fonte: comScore, Computadores em Casa e Locais de Trabalho ao redor do mundo, 29 de Junho, 2011 - 31 de julho, 2011



Visitantes de Google+ na América Latina

Fonte: comScore, Computadores em casa e Locais de Trabalho ao redor do mundo, 29 de junho a 31 de julho de 2011



Uma Web Social

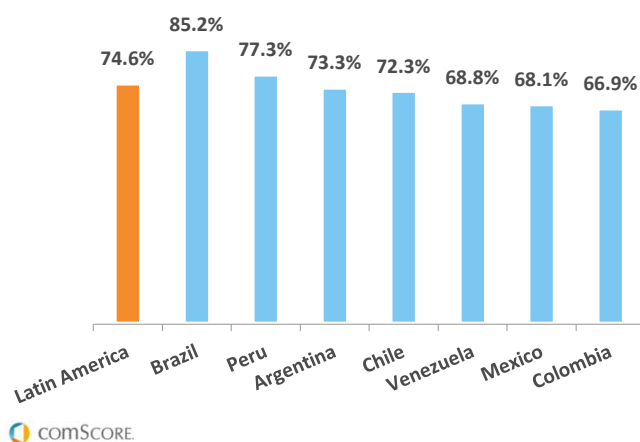
O aspecto social do ambiente on-line da América Latina não é aparente somente através da popularidade das redes sociais, mas também através de outras categorias baseadas em interações sociais, como blogs, anúncios pessoais, compras coletivas, classificados, os quais também ajudam a definir a experiência on-line.

3 entre cada 4 Usuários On-line Latino-americanos Usam Blogs

Blogs, que são os parentes mais próximos das redes sociais, por sua natureza conversacional, são prontamente acolhidos na América Latina. Em junho de 2011, quase 75% da audiência regional acessou a categoria dos blogs, alcançando uma média de 22,7 minutos durante o mês. O Brasil foi de longe o mercado mais prolífico para blogs, com 85,2% de sua audiência visitando a categoria por uma média de 32,5 minutos por visitante em Junho.

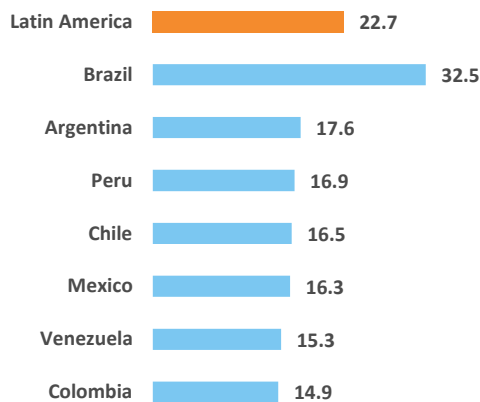
Blogs: % de Alcance da população On-line

Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes Idade 15+ Casa/Local de Trabalho



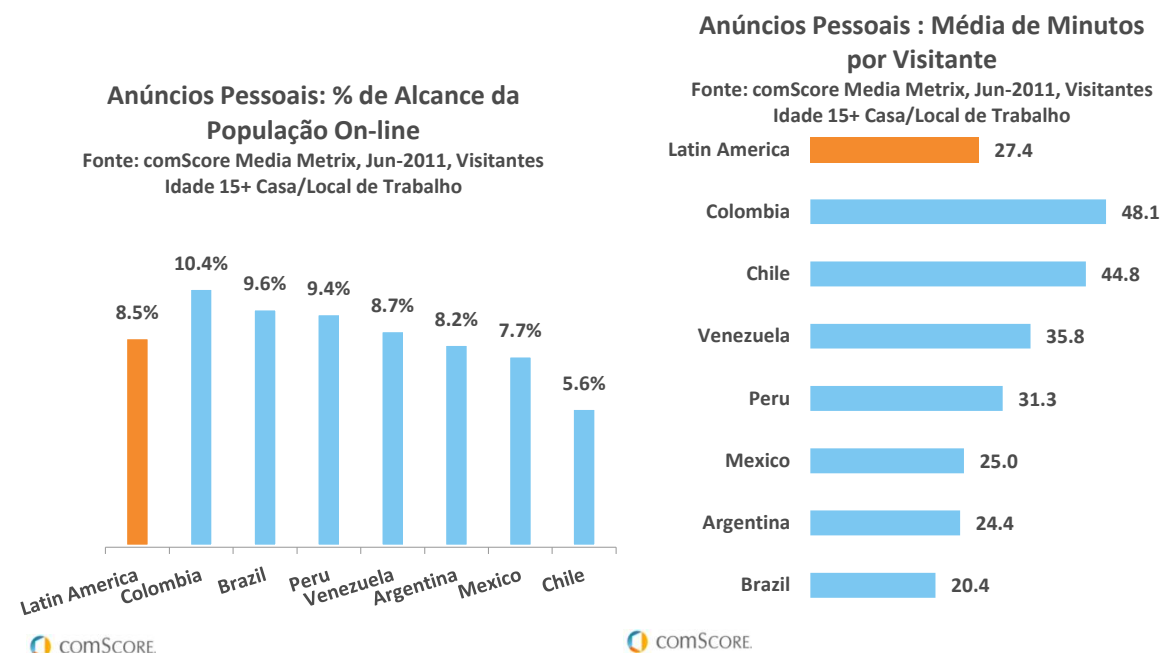
Blogs: Média de Minutos por Visitante

Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes Idade 15+ Casa/Local de Trabalho



Os Colombianos Lideram a Região na Categoria de Sites de Relacionamento On-line

Procurando uma conexão em nível mais romântico, 8,5% de latino-americanos recorreram a sites de relacionamento pessoais durante junho de 2011. Os colombianos demonstraram o maior nível de adoção dos sites de relacionamento, com 10,4% da população on-line do país visitando a categoria durante o mês, passando uma média de 48,1 minutos.

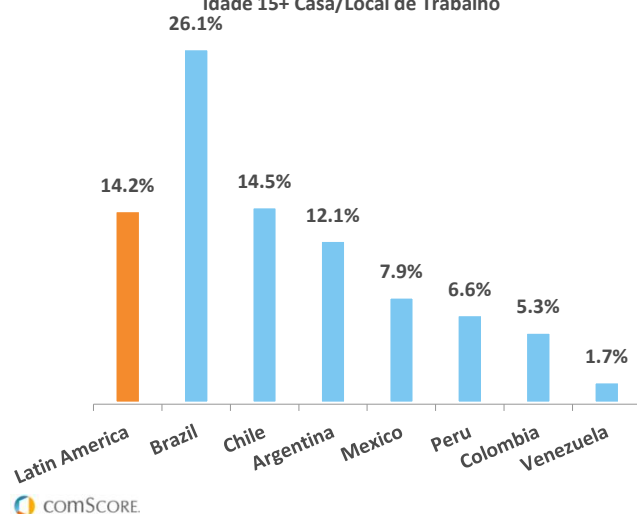


Os Brasileiros são os Mais Propícios a Acessar Sites de Cupons

Sites de cupons, especificamente de compras coletivas/ofertas diárias, começaram a decolar na América Latina, adicionando um ângulo social às compras on-line e busca por negociações. Em junho, 14,2% dos visitantes regionais acessaram a categoria de Cupons, com o Groupon liderando a região com 4,7 milhões de visitantes. O Brasil ultrapassou todos os mercados na região com um quarto de sua audiência visitando sites de cupons durante o mês. Apesar do fato do Groupon liderar, como o principal destino de cupons no Brasil por visitantes, o uso expressivo da categoria no mercado é alimentado por um grande número de sites locais de ofertas, como o Clickon.com.br, Apontaofertas.com.br e Peixeurbano.com.br, para citar alguns, que estão oferecendo múltiplas ofertas para o consumidor apreciador de ofertas.

Cupons: % de Alcance da População On-line

Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes Idade 15+ Casa/Local de Trabalho



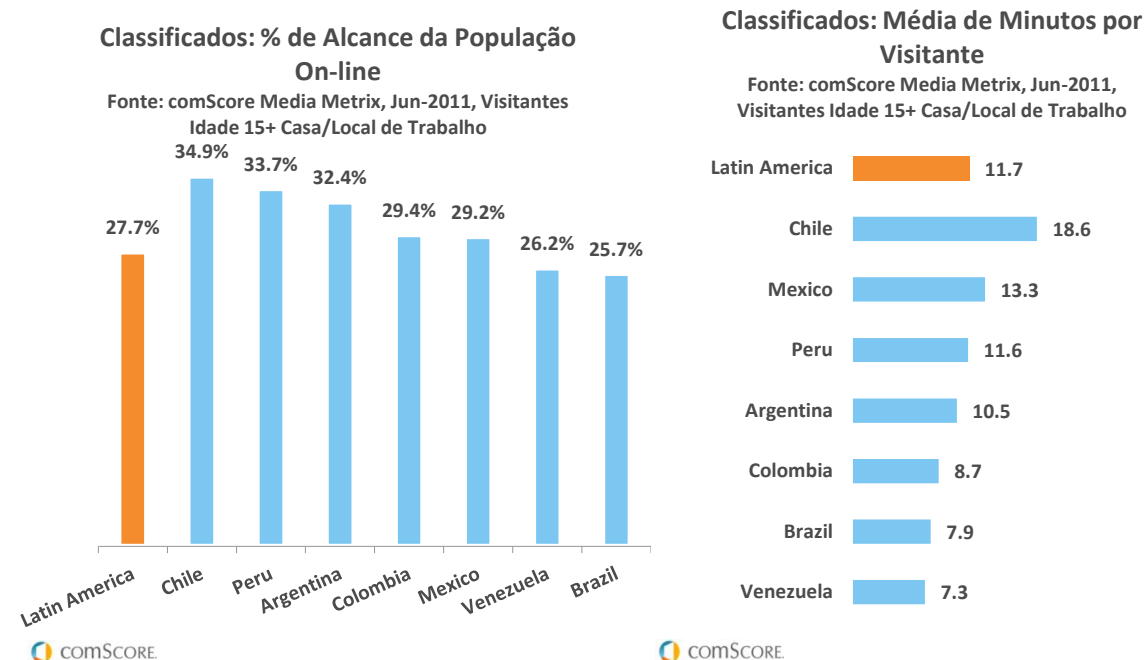
Cupons: Média de Minutos por Visitante

Fonte: comScore Media Metrix, Jun-2011, Visitantes Idade 15+ Casa/Local de Trabalho



Os Chilenos se Conectam através dos Classificados

Em junho, 27,7% da população on-line da região se conectou através de sites de classificados, com uma média de 11,7 minutos por visitante durante o mês. OLX, Inc. liderou a categoria com quase 19 milhões de visitantes. Os chilenos mostraram o maior interesse por classificados, com quase 35% da audiência on-line do país visitando esses sites durante o mês, a uma média de 18,6 minutos por visitante.

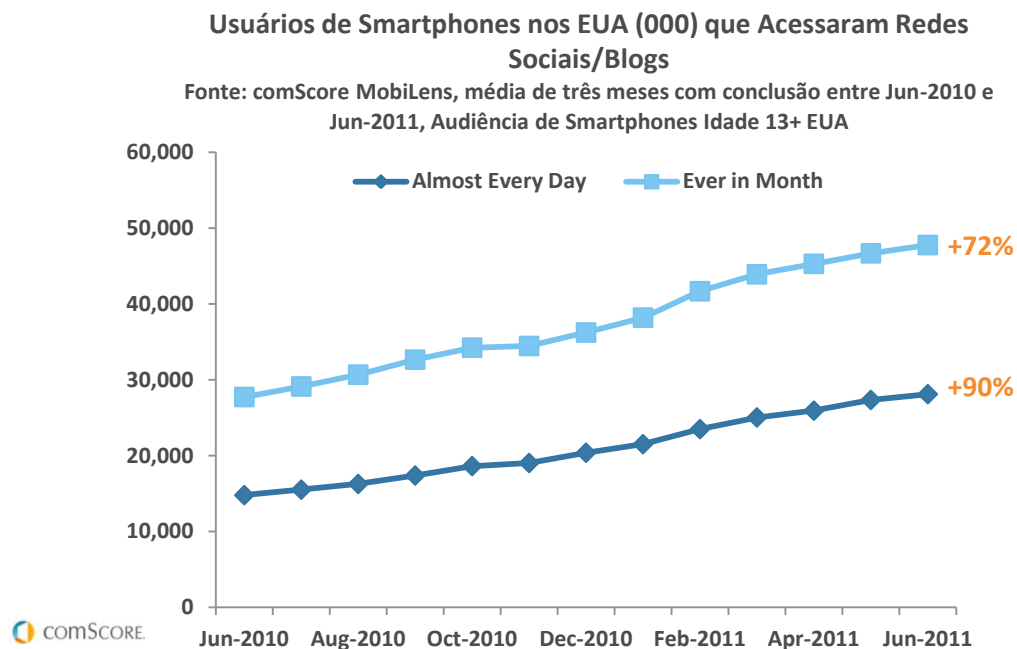


Redes Sociais em Movimento

Usuários de Dispositivos Móveis Adotam as Redes Sociais

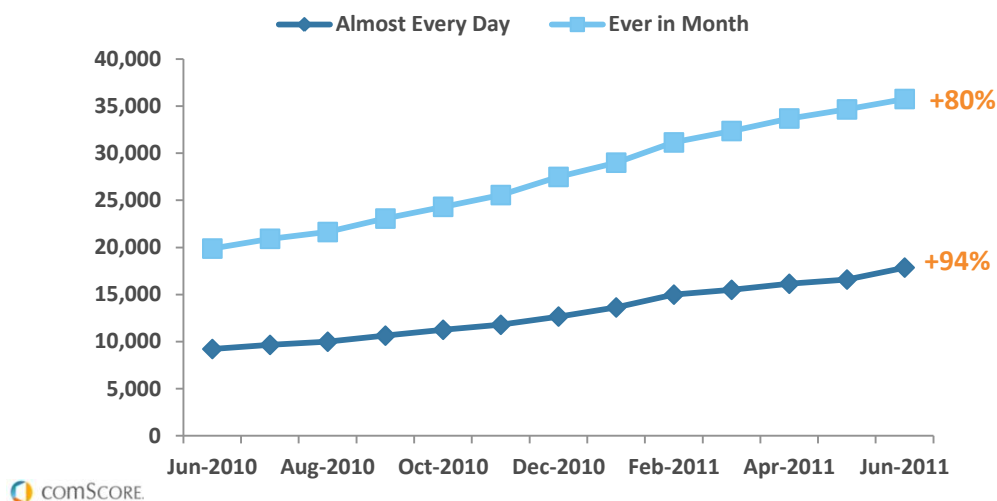
Com o aumento da adoção de smartphones, a rede social móvel tem visto um crescimento substancial no último ano, à medida que os consumidores se mantêm socialmente conectados enquanto estão em movimento. Enquanto a comScore ainda não mede o uso de dispositivos móveis na América Latina através de seu produto MobiLens, uma análise de comportamento relevante nos EUA e Europa tende a refletir as tendências globais mais amplas na adoção da rede social em dispositivos móveis.

Nos EUA, três entre cada cinco usuários de smartphones acessaram destinos de redes sociais ou blogs em seus dispositivos no período médio de três meses terminando em junho de 2011, posicionando-se como uma das atividades mais populares em dispositivos móveis. O número de usuários de smartphones acessando redes sociais ou destinos de blog em seus dispositivos (tanto o navegador como app) cresceu 72% no último ano, alcançando uma audiência de 47,8 milhões de visitantes. O número de usuários que acessam redes sociais ou blogs quase diariamente quase dobrou, crescendo 90%, a 28,1 milhões de usuários de smartphones.



Na Europa, o que inclui o Reino Unido, França, Alemanha, Itália e Espanha para esta análise, o acesso de redes sociais em dispositivos móveis mostrou tendências similares às aquelas nos EUA, com 2 entre cada 5 usuários de smartphones acessando esses sites durante o mês. Mais de 35,7 milhões de usuários de smartphones na Europa acessaram destinos de redes sociais ou blogs em seus celulares, um aumento de 80% em relação ao ano anterior. O uso diário aumentou também, com 17,9 milhões de usuários de smartphones acessando sites sociais em seus dispositivos quase diariamente na Europa, com um aumento de 94%.

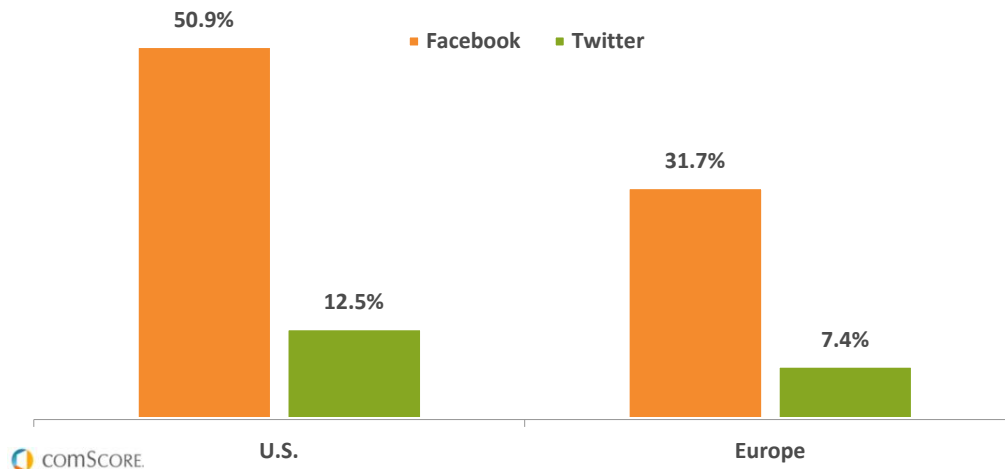
Usuários de Smartphones (000) que Acessaram Redes Sociais/Blogs
 Fonte: comScore MobiLens, média de três meses com conclusão entre Jun-2010 e Jun-2011, Audiência de Smartphones Idade13+ Europa



O Facebook e Twitter estão entre as maiores redes sociais globalmente, e ambas as marcas conquistaram uma audiência crescente. Metade dos usuários de smartphones nos EUA e 31,7% de usuários de smartphones na Europa acessaram o Facebook em seus dispositivos em Junho de 2011, demonstrando o amplo alcance da marca nas plataformas digitais. Enquanto isso, o Twitter alcançou 12,5% da audiência de smartphones nos EUA e 7,4% da audiência europeia.

% de Alcance do Facebook e Twitter Entre Audiências de Smartphones

Fonte: comScore MobiLens, média de 3 meses com conclusão em Jun-2011, Audiência de Smartphone 13+ EUA e Europa



O Papel das Redes Sociais no Mix de Mercado

Facebook Oferece Canal Global de Marketing para Marcas

A mídia social emergiu nos últimos anos para redefinir o cenário da mídia digital e, no processo, mudou a maneira com que pensamos sobre a disseminação de mensagens de marketing.

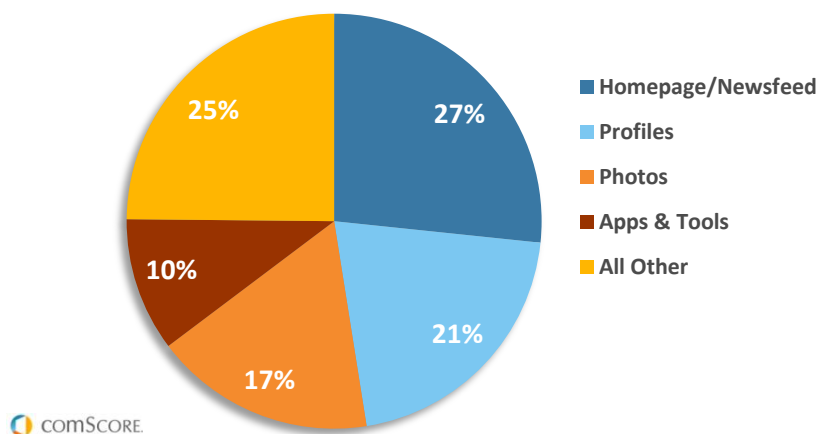
Em particular, o Facebook facilitou duas experiências únicas ao consumidor interessante aos anunciantes de marcas. Primeiro, a habilidade do consumidor de identificar marcas de interesse e conectar-se com elas possibilitou o compartilhamento entre marcas e consumidores de novas maneiras: as marcas e seus consumidores agora podem criar relações interativas e compartilhar conteúdo, notícias e feedbacks. As mídias sociais também facilitaram maneiras inovadoras de compartilhar informações sobre marcas entre amigos.

A comScore recentemente divulgou o estudo O Poder do “Curtir”: *Como as Marcas Alcançam e Influenciam Fãs Através do Marketing de Mídia Social*, que fornece uma análise profunda de como as impressões de mídia social alcançam os Fãs e Amigos através do Facebook, em oposição a páginas de fãs das marcas. O estudo utiliza *comScore Social Essentials*, um serviço inovador de medição social que ajuda os anunciantes a quantificar o valor da mídia social no mix de mercado.

Nos EUA, a maior porção de tempo gasto no Facebook é na página individual de cada usuário, que traz as últimas atualizações. Em maio de 2011, 27% do envolvimento com Facebook ocorreu na página inicial e na de atualizações, seguidas pelas visualizações de perfil (21%), de fotos (17%) e uso de aplicativos e ferramentas (10%).

Parcela de Tempo Gasto no Facebook por Seção de Conteúdo

Fonte: comScore Mediabuilder, EUA, Maio de 2011



Entender a importância da página de atualizações à experiência dos usuários ajuda a ilustrar como e onde os usuários estão propícios a ver e digerir informações no site. Esta implicação é especialmente importante para marcas com uma presença no Facebook, visto que a página de atualizações oferece a grande oportunidade de alcançar e se envolver com clientes potenciais.

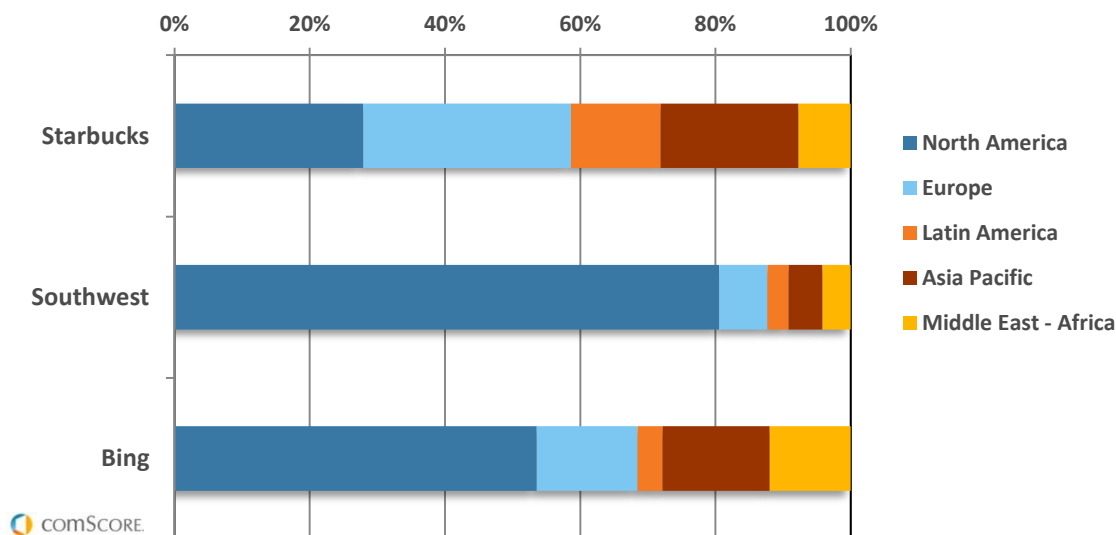
Os usuários do Facebook demonstram suas afinidades com as marcas através do botão “curtir”.

“Curtindo” uma marca (também descrito como “tornar-se um fã”), os seguidores podem afirmadamente expressar seu interesse por uma marca particular por razões que incluem auto-expressão, comunicação de associações positivas daquela marca com outras, estar em contato com aquela marca, ou receber ofertas e anúncios.

A tabela abaixo ilustra claramente como as marcas alcançam Fãs ao redor do mundo com impressões de marca no Facebook. Das três marcas analisadas, Starbucks teve a base mais diversa de fãs expostos em todas as cinco regiões globais, com a América Latina somando 13,3% do total. Southwest teve uma base mais concentrada de fãs, o que é compreensível, visto que é uma linha aérea norte-americana. Bing – uma marca global – tem uma base de fãs bastante diversa, apesar de menos que a do Starbucks. Starbucks, que possui 5.500 cafeterias em mais de 50 países, está claramente investindo no Facebook como seu canal global de marketing. Em maio, as impressões de mídia social de Starbucks alcançaram mais de 53 milhões de pessoas ao redor do mundo.

Starbucks, Southwest & Bing: Porcentagem de Fãs Expostos por Região Global

Fonte: comScore Social Essentials, EUA, Maio de 2011



O Futuro das Redes Sociais na América Latina

Sem dúvidas, as redes sociais são uma atividade on-line importante na América Latina, o que é demonstrado por seu grande alcance entre populações on-line e sua natureza altamente envolvente. O uso das redes sociais por parte dos consumidores, para interagir com pessoas e conteúdos na web, não mostra sinais de enfraquecimento para um futuro próximo e continua se solidificando cada vez mais no âmbito da web.

Para marcas, a mídia social fornece um canal onde elas podem se engajar ativamente com consumidores atuais e potenciais. Ainda assim, integrar a mídia social dentro da estratégia de marketing de uma marca não é uma solução que deve ser adotada sem cuidados, e requer que os mercados avaliem se a mídia social é o canal ideal para alcançar sua audiência e atingir seus objetivos de marketing, e, se esse for o caso, decidir que canais de mídia social são mais valiosos à sua estratégia. Para muitas marcas, as mídias sociais representam uma oportunidade sem precedentes de desenvolver uma relação interativa com consumidores que pode ser uma fonte importante de conhecimento da marca, fidelização e até mesmo vendas.

Apenas o tempo dirá como o cenário de redes sociais vão se desenvolver na América Latina, à medida que novos competidores entrem no mercado e marcas estabelecidas procurem manter as audiências com novas ferramentas e características. Mas se pode assumir com segurança que as redes sociais permanecerão como uma parte integral do ambiente digital num futuro possível de prever, à medida que as pessoas continuem procurando conexões sociais na web.

Notas e Fontes de Dados

Esse relatório usa dados de diversos produtos comScore, incluindo [comScore Media Metrix](#), [comScore Video Metrix](#), [comScore MobiLens](#) e [comScore Social Essentials](#).

A maioria dos dados usados nesta análise são provenientes da comScore MyMetrix, no período base de junho de 2011. A não ser que especificado, todos os dados se referem a usuários de 15 anos ou mais, que acessam a internet em um computador ou laptop em casa ou no trabalho. As fontes de outros produtos comScore esta claramente descrita nos gráficos.

A comScore mede com precisão o comportamento do consumidor em todo o mundo, por meio de uma plataforma exclusiva, tecnologia patenteada de coleta de dados, rede de recuperação de dados online e metodologia Unified Digital Measurement™. Para mais informações sobre a metodologia comScore, visite comscore.com.

Sobre comScore, Inc.

comScore, Inc. (NASDAQ: SCOR) é líder global em medições do mundo digital e fonte preferida de análises de negócio digital. A comScore ajuda seus clientes a entender melhor, administrar e lucrar com o cenário de marketing digital em rápido desenvolvimento, através do fornecimento de dados, análises e softwares de soluções a pedido para medir anúncios digitais e audiências, planejamento de mídia, análise de website, efetividade de anúncios, copy-testing, mídia social, busca, vídeo, celulares, cross-media, e-commerce, e uma grande variedade de formas emergentes de comportamentos de consumo digital. Os serviços da comScore, que agora incluem as suítes de produtos das aquisições recentes AdXpose, Nedstat, Nexius XPlore, ARSGroup e Certifica, são usados por mais de 1.800 clientes ao redor do mundo, incluindo líderes globais como AOL, Baidu, BBC, Best Buy, Carat, Deutsche Bank, ESPN, France Telecom, Financial Times, Fox, Microsoft, MediaCorp, Nestlé, Starcom, Terra Networks, Universal McCann, Verizon Services Group, ViaMichelin e Yahoo!. Para maiores informações, favor visitar www.comScore.com.

PARA MAIORES INFORMAÇÕES, FAVOR ENTRAR EM CONTATO COM

Sarah Radwanick
comScore, Inc.
+1 206-268-6310
press@comscore.com