

STATE OF SOCIAL VIDEO

AGOSTO 2021
BUSINESS & INTELLIGENCE



AGENDA

1

Contexto Social Video

Datos generales sobre video e internautas 2020.

2

Video Actions por Plataforma

Acciones Totales por Plataforma comparativo 2021 vs 2020.

3

Influencers Video

Total Actions por Plataforma de video por año y mes.

4

Top Video Facebook, Twitter, Instagram & YouTube

Top Branded Video, Marcas de Video, Categorías.

5

Top Video Influencers por Plataforma

Top 5 Influencers de video por plataforma social.

6

Audiencia & Top Video Category & Sites

Audiencia y sitios con mayor alcance.



En México, durante el año 2020 se estimó una población de 84.1 millones de usuarios de Internet, que representan al 72% de la población en un rango de edad de seis años o más, mientras que el estimado de digital Video Viewers es de 64.9M lo que representa al 50.8% de la población mexicana, se espera que para el año 2024 los digital Video Viewers sean 70.3M.

Durante la pandemia el uso de redes sociales incrementó, la interacción en Facebook +20%, Twitter +11% y más 34% mensajes en Instagram, también el uso de plataformas Streaming que a nivel de penetración este incremento se estima que fue de +25%.

Video Actions: El número total de acciones que hay por plataforma.

Video Views: Es el número Total de videos publicados durante un periodo y tiempo definido.

Videos Total: Es la cantidad total de videos publicados por una property en un periodo y tiempo definido.

Video Total (FB): El número total de publicaciones solo de video que corresponden a Facebook.

Branded Video: El número de videos de acuerdo a la cantidad de acciones de una marca.

Influencers Video: Número de Acciones Totales por plataforma (video).

AOT Aire: Considera la audiencia de canales de aire que no son reportados de forma desagregada (no tienen firma de audio), la audiencia del uso del televisor para ver contenidos vía Internet (Smart TV) y la audiencia de dispositivos conectados directamente al televisor.

AOT Paga: Considera la audiencia de canales de Tv Paga que no son reportados de forma desagregada (no tienen firma de audio), la audiencia del decodificador de Tv Paga para ver contenidos vía Internet o VOD.

Devices & Others: Considera la audiencia de dispositivos conectados y configurados directamente al People Meter que hasta 2017 eran identificados como parte de la macrocadena AOT.

2021 2020 (-14.4%)

1.0b | 1.1b

VIDEO ACTIONS

2021 2020 (-30.2%)

41.6b | 59.6b

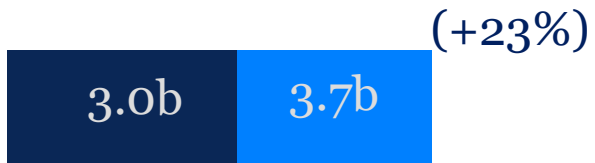
VIDEO VIEWS (CP)

2021 2020 (-17.3%)

10.4b | 12.6b

VIDEO VIEWS (YT)

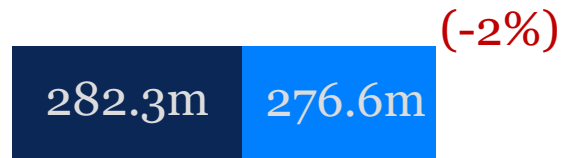
FACEBOOK LA ÚNICA PLATAFORMA QUE INCREMENTA VIDEO ACTIONS



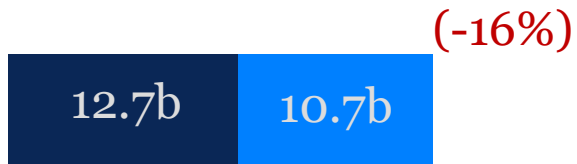
■ 2020 ■ 2021



■ 2020 ■ 2021



■ 2020 ■ 2021



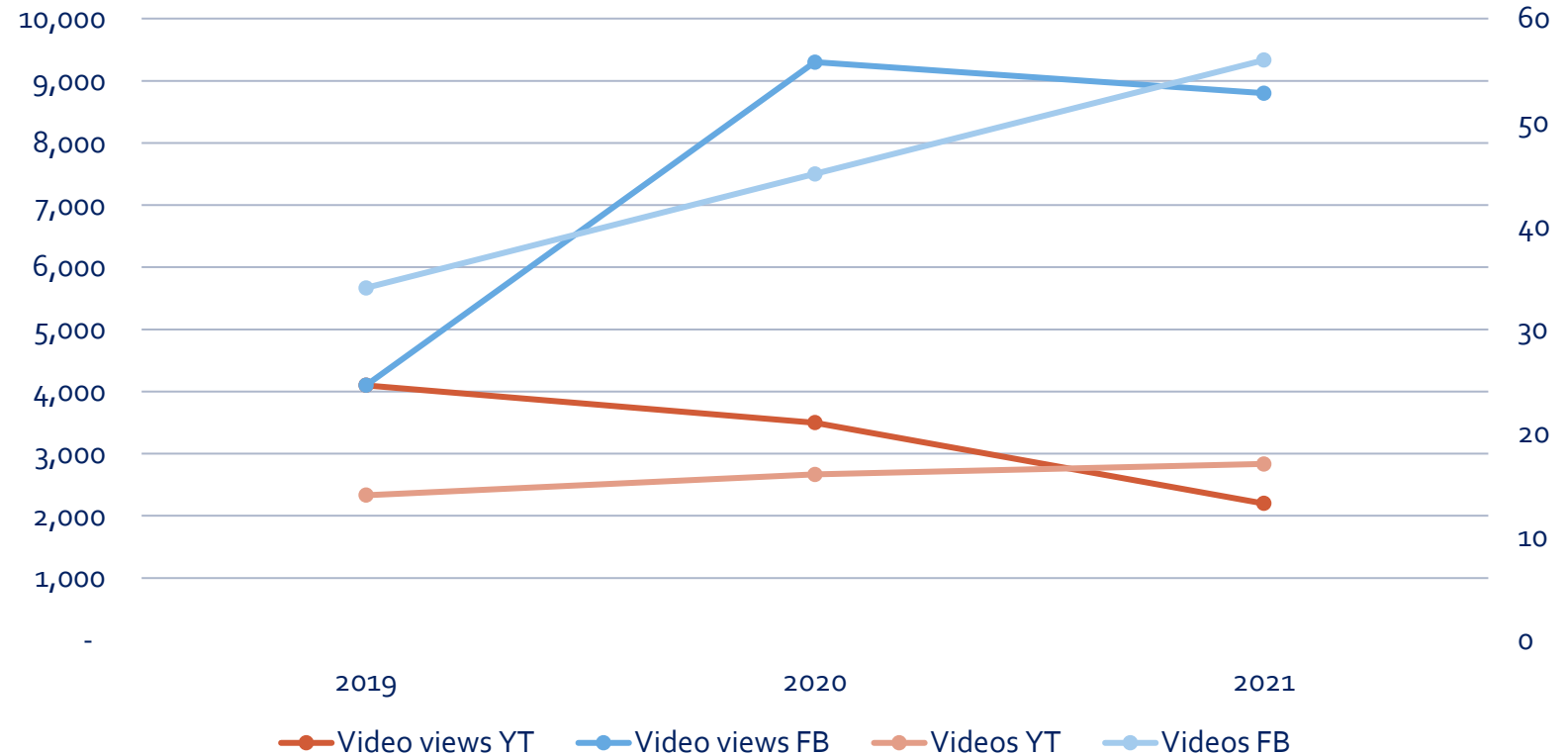
■ 2020 ■ 2021



VIDEO VIEWS YOUTUBE DECRECEN DURANTE 1ER SEMESTRE 2021

Los videos y video views en FB crecieron (+32%) y (+127%) en 2020 vs 2019 respectivamente.

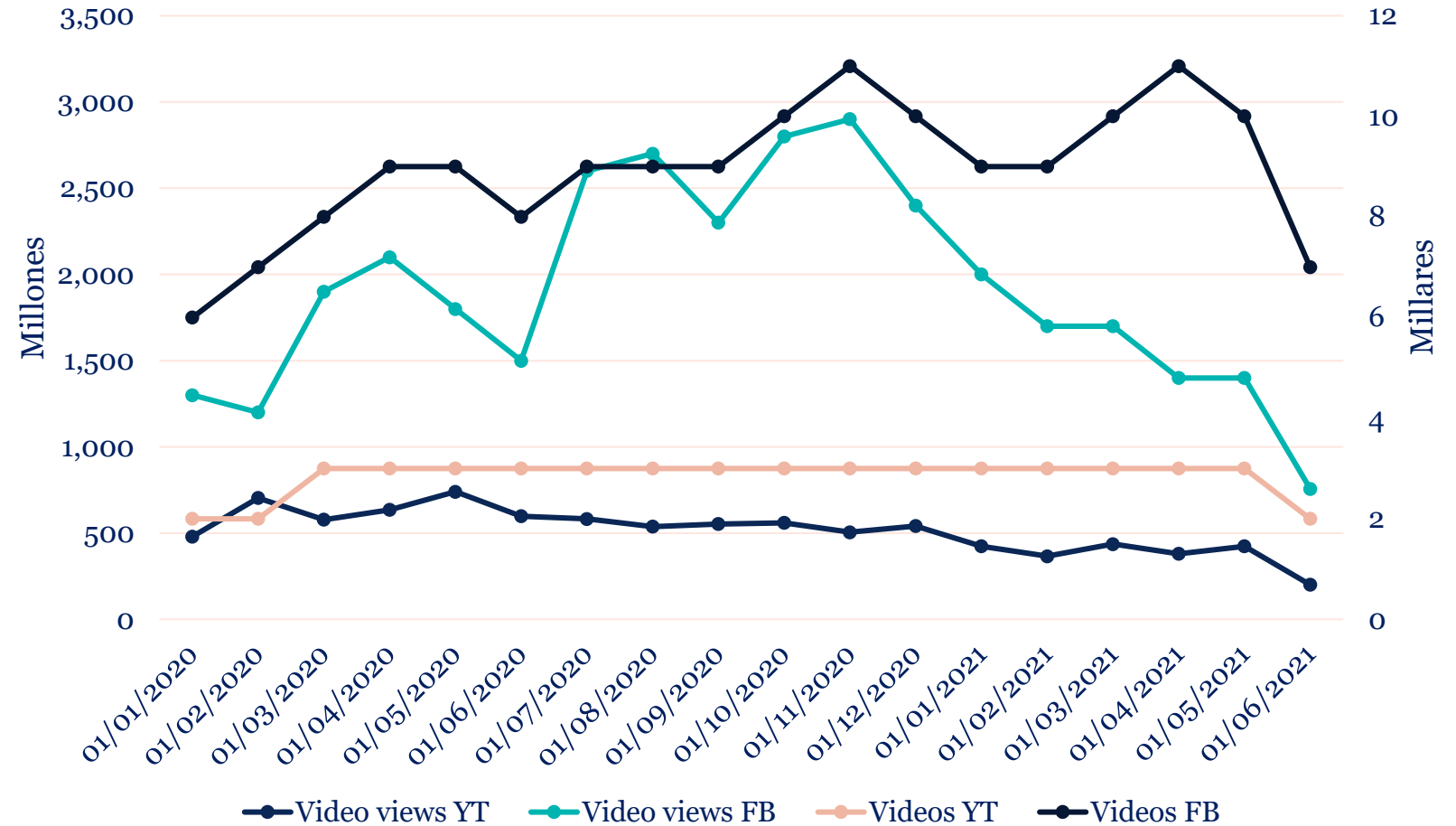
En YT los video views decrecen (-37%) y los videos crecen solo (+6%), 2020 vs 2021.



UN INICIO DE AÑO 2021 NEGATIVO PARA VIDEO VIEWS EN FACEBOOK

En YT la tendencia se mantiene estable sin cambios relevantes en vídeos y views.

Video views en FB tienen una tendencia a la baja desde el inicio de año 2021.



¿QUÉ ES UN BRANDED VIDEO?



- **Contenido de marca:** medios que un patrocinador paga a un creador o editor para que lo publique, sin elementos de publicidad tradicional.
- Incluye la divulgación de la asociación pagada, busque el "con" pero no todo el mundo sigue las normas.

TOP SPONSORS BRANDED VIDEO

- Marcas de Alimentos concentran el mayor número de Views y Acciones.



Views: 10.1M
Acciones: 147k



Views: 7.3M
Acciones: 19k



Views: 5.9M
Acciones: 81k



Views: 3.9M
Acciones: 96k



Views: 3.4M
Acciones: 96k



Views: 3.1M
Acciones: 15k



Views: 3.0M
Acciones: 33k



Views: 2.7M
Acciones: 106k



Views: 2.6M
Acciones: 63k



Views: 2.3M
Acciones: 1k

TOP PUBLISHERS BRANDED VIDEO



- Kiwilimon encabeza los views generando 47M durante el 1er semestre del 2021.
- Las Televisoras (Televisa & TV Azteca) llevan sus programas estelares a Facebook para generar un mayor alcance de su propio contenido.



Views: 47M
Acciones: 1.5M



Views: 14M
Acciones: 106k



Views: 13M
Acciones: 151k



Views: 5.4M
Acciones: 164k

Expansión

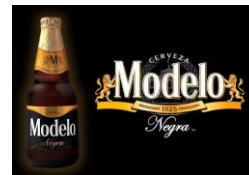
Views: 4.8M
Acciones: 2.4k



Views: 4.5M
Acciones: 12k



Views: 3.9M
Acciones: 29k



Views: 3.4M
Acciones: 20k



Views: 2.9M
Acciones: 8.1k



Views: 2.5M
Acciones: 190k



2021 vs 2020

Branded Video decreció (-6%), views (-21%) y el
total de acciones disminuyeron (-40%)

PRINCIPALES CATEGORÍAS



- Media & Entertainment.
- Publishing.
- Sports & Recreation.





- Las marcas de la categoría Media & Entertainment lanzaron 796 videos patrocinados vs 2020 con 723 (+10%) .
- Las publicaciones generaron 543k reacciones que es un (+37%) y 47M de views vs 2020 con 41M.
- Los videos de las marcas tuvieron presencia principalmente en programas de deportes y comida.



Branded Videos: **113**
Acciones: **1.5M**



Branded Videos: **11**
Acciones: **29k**



Branded Videos: **18**
Acciones: **10k**

TOP PUBLISHING BRANDED VIDEOS POST BY ACTIONS



- Exatlón con el 3% del total de videos patrocinados obtuvo el mayor número de acciones (35% del total)
- MasterChef generó la mejor cifra de views de la categoría (14.4M)
- Los partidos de fútbol soccer también lograron sobresalir, generando 151k acciones y 13.3M de views



Exatlón y Cklass
Actions 50K



MasterChef & Knorr
Actions 32K



Exatlón & Cklass
Actions 27K



Exatlón & Cklass
Actions 24K



Exatlón & SKY
Actions 23K



Exatlón & SKY
Actions 17K

PUBLISHING: BRANDED VIDEO SPONSORSHIP



- Esta categoría generó 329 videos en Facebook -14% durante el 1er semestre 2021 vs 2020 que registró 383 videos.
- Estos videos generaron 1.5M de acciones vs 2020 con 3.2M y 65M de views que en 2020 fueron 100M reflejando caídas de (-53%) y (-35%) respectivamente.
- Branded Video da la oportunidad de dar a conocer a las marcas de una manera divertida y atractiva para esta plataforma.



Branded Videos: **113**
Acciones: **1.5M**



Branded Videos: **11**
Acciones: **29k**



Branded Videos: **18**
Acciones: **10k**

TOP PUBLISHING BRANDED VIDEOS POST BY ACTIONS



- Kiwilimon obtuvo 34% del total de los posts de la categoría
- Kiwilimon capta la atención del usuario con sus formatos de recetas logrando una cifra de 47M de views



Kiwilimon & Yoplait
Actions 49K



Kiwilimon & Carbonell
Actions 45K



Kiwilimon & Herdez
Actions 44K



Kiwilimon & Manzanitas W
Actions 42K



Kiwilimon & Agua Inma.
Actions 40K



Kiwilimon & Smucker's
Actions 38K

SPORTS & RECREATION: BRANDED VIDEO SPONSORSHIP



- En 2021 se crearon 427 videos vs 2020 en donde fueron 589 videos promocionados dentro de la categoría.
- Los posteos decrecen (-24%) vs 2020 y 2021 generó 6.4M de views vs 2020 en donde fueron 9.4M views cayendo (-32%) 2021 vs 2020.
- Las marcas se concentran en partidos de futbol soccer tanto femenino como varonil



Branded Videos: **119**
Acciones: **78k**



Branded Videos: **66**
Acciones: **13k**

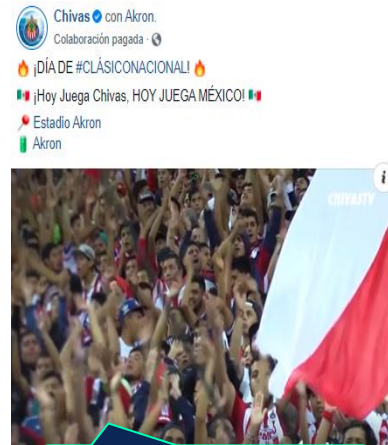


Branded Videos: **41**
Acciones: **45k**

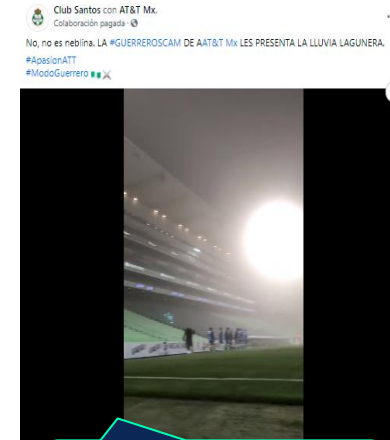
TOP SPORTS & RECREATION BRANDED VIDEOS POST BY ACTIONS



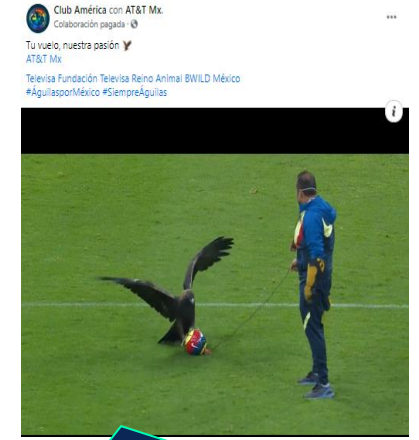
- La marca de electrodomésticos Midea, tuvo el mayor número de videos patrocinados (12%)
- AT&T fue el anunciante con la mayor cantidad de acciones 36k y 965k views
- La Liga BBVA Femenil también destacó por sus resultados, al obtener 24k acciones y 403 views



Chivas & Akron
Actions 17K



Santos & AT&T
Actions 9K



Club América & AT&T
Actions 8K



Club América & GNP
Actions 8K



Pumas & Liga BBVA Fem
Actions 5K



Club América & Liga BBVA Fem
Actions 4K

2021 vs 2020



Video decreció (-22%), likes (-19%)

retweets (-33%)

TOP BRANDED VIDEOS



BBVA
Actions 140k
Likes 99k
Retweets 40k



Hyundai
Actions 83k
Likes 58k
Retweets 25k



Claro Música
Actions 50k
Likes 36k
Retweets 13k



Club Tigres Oficial
Actions 43k
Likes 34k
Retweets 9k



Pictoline
Actions 34k
Likes 26k
Retweets 7k

TOP PROPERTY VIDEOS



PRINCIPALES CATEGORÍAS



- Publishing.
- Sports & Recreation.
- Media & Entertainment.



PUBLISHING: BRANDED VIDEO – SPONSORSHIP



- Durante el 1er semestre del 2021 se registraron Total Actions de 2.0M vs 2020 con 3.0M (-33%).
- Se generaron 1.5M de Likes en 2021 vs 2020 con 2.2M (-32%).
- Kiwilimon concentra el 13.4% de las acciones totales.



Kiwilimon
Branded Videos: 344
Total Acciones: 279k
Retweets: 124k
Likes: 154k



El Universal
Branded Videos: 130
Total Acciones: 237k
Retweets: 72k
Likes: 165k



Animal Político
Branded Videos: 91
Total Acciones: 115k
Retweets: 30k
Likes: 84k

TOP PUBLISHING: BRANDED VIDEO



- El Universal generó en Total 237k Acciones obteniendo el 11.4% Total Acciones durante el 1er semestre del 2021.



El Universal
Total Acciones: 22k
Retweets: 8k
Likes: 13k



Animal Político
Total Acciones: 12k
Retweets: 4k
Likes: 8k



Marvel Cómics
Total Acciones: 11k
Retweets: 2k
Likes: 9k



Político
Total Acciones: 11k
Retweets: 5k
Likes: 6k



Referee
Total Acciones: 11k
Retweets: 2k
Likes: 8k



La Jornada
Total Acciones: 10k
Retweets: 3k
Likes: 7k

SPORTS & RECREATION: BRANDED VIDEO



- La categoría registra en el 1er semestre del 2021 799k Total Actions lo que es un crecimiento vs 2020 del (+38%).
- Durante el mismo periodo se registran 728k Likes.



Tigres Femenil
Branded Videos: 513
Total Acciones: 293k
Retweets: 31k
Likes: 262k



Club América
Branded Videos: 371
Total Acciones: 174k
Retweets: 10k
Likes: 163k



Chivas Femenil
Branded Videos: 470
Total Acciones: 166k
Retweets: 11k
Likes: 154k

TOP SPORTS & RECREATION: BRANDED VIDEO



- Tigres Femenil es el que más Actions genera con 293k y 262k Likes logrando un 36.7% del Total Actions.



Tigres Femenil
Total Acciones: 9k
Retweets: 3k
Likes: 6k



Tigres Femenil
Total Acciones: 8k
Retweets: 1k
Likes: 7k



Liga BBVA Femenil
Total Acciones: 3k
Retweets: 0.5k
Likes: 2k



Club América Femenil
Total Acciones: 3k
Retweets: 0.5k
Likes: 2k



Chivas Femenil
Total Acciones: 2k
Retweets: 0.3k
Likes: 2k



Liga BBVA Femenil
Total Acciones: 2k
Retweets: 0.3k
Likes: 2k

MEDIA & ENTERTAINMENT: BRANDED VIDEO



- La categoría generó 1.8M de Total Actions durante el 1er semestre 2021 vs 2020 cayendo **(-28%)**.
- Retweets tienen una caída del **(-31%)**, siendo un total en este 1er semestre 20201 de 337k.



José Ramón “El Estaca”
Branded Videos: 92
Total Acciones: 306k
Retweets: 61k
Likes: 245k



Me Caigo de Risa
Branded Videos: 303
Total Acciones: 195k
Retweets: 17k
Likes: 177k

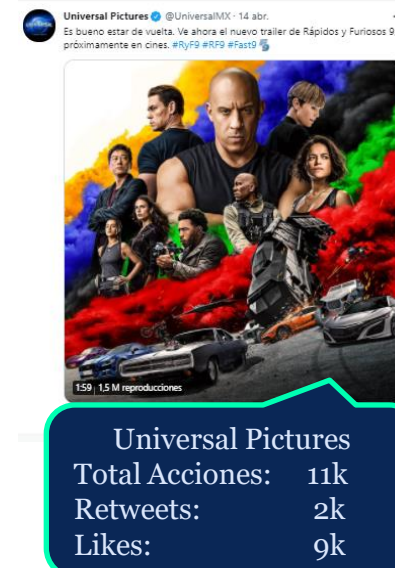


Fox Sports
Branded Videos: 103
Total Acciones: 91k
Retweets: 14k
Likes: 77k

TOP MEDIA & ENTERTAINMENT: BRANDED VIDEO



- Claro Música con un solo video de @BTS logra concentrar el 2.8% del Total Actions con un total de 50k.

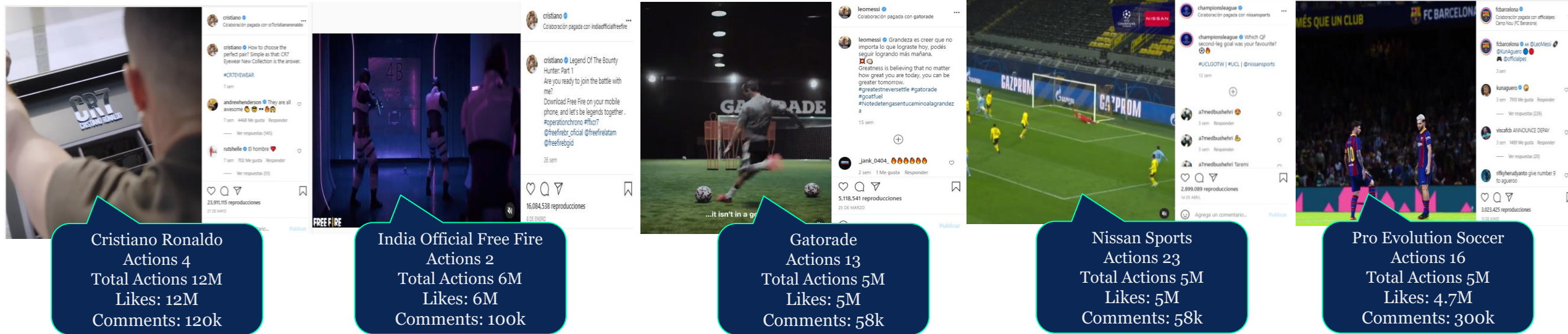


2021 vs 2020

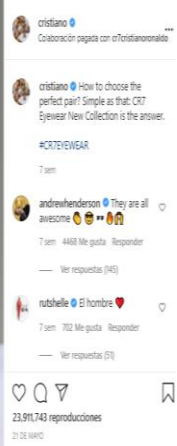
Total Actions decrease (-10%), Followers (+13%)



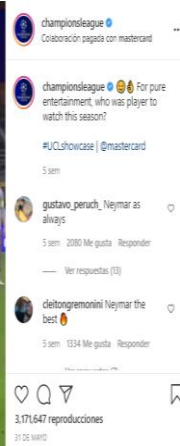
TOP BRANDED VIDEOS



TOP PUBLISHER VIDEOS



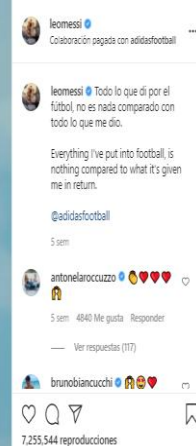
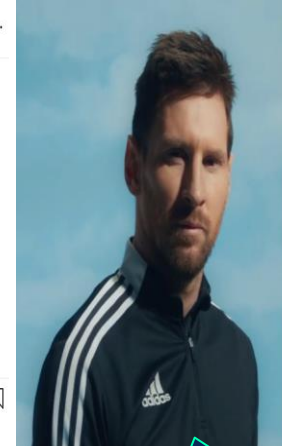
Cristiano Ronaldo
Actions 10
Total Actions 28M
Likes: 27M
Comments: 344k



Champions League
Actions 102
Total Actions 20M
Likes: 20M
Comments: 123k



Virat Kohli
Actions 13
Total Actions 14M
Likes: 14M
Comments: 140k



Leo Messi
Actions 8
Total Actions 11M
Likes: 10M
Comments: 143k



Manchester United
Actions 16
Total Actions 5M
Likes: 4.9M
Comments: 300k

PRINCIPALES CATEGORÍAS



- Publishing.
- Media & Entertainment.
- Sports & Recreation.



PUBLISHING: BRANDED VIDEO – SPONSORSHIP



- La categoría registra 7.0M de Total Actions, que es un (-30%) vs 2020.
- Los comentarios sufren una ligera caída durante el mismo periodo del (-1.3%).



Kiwilimon
Actions 352
Total Actions 4.7M
Likes: 4.7M
Comments: 38k



Juanfutbol
Actions 46
Total Actions 615k
Likes: 610k
Comments: 4k



Récord
Actions 33
Total Actions 519k
Likes: 510k
Comments: 8k

TOP PUBLISHING: BRANDED VIDEO



- Revista Hola México con un solo post de Anthony Hopkins logra generar 50K acciones seguido por la revista Tú con 48k acciones



Revista HOLA
Total Actions 50k
Likes: 49k
Comments: 1k



Revista Tú
Total Actions 48k
Likes: 48k
Comments: 373



Kiwilimon
Total Actions 41k
Likes: 40k
Comments: 630



Revista HOLA
Total Actions 40k
Likes: 40k
Comments: 672



Codigomagenta
Total Actions 37k
Likes: 37k
Comments: 329



TVyNovelas
Total Actions 36k
Likes: 36k
Comments: 129

MEDIA & ENTERTAINMENT: BRANDED VIDEO – SPONSORSHIP



- En el 1er semestre del año 2021 tenemos un incremento de (+73%) para Total Actions vs 2020.
- Los comments incrementaron (+74%) vs 2020.



Acapulco Shore
Actions 325
Total Actions 15.5M
Likes: 15.3M
Comments: 187k



Me Caigo de Risa
Actions 47
Total Actions 1.6M
Likes: 1.6M
Comments: 22k



Venga la Alegría
Actions 31
Total Actions 912k
Likes: 893k
Comments: 19k

MEDIA & ENTERTAINMENT: BRANDED VIDEO



- El perfil de Acapulco Shore es el que domina los videos en Instagram durante este 1er semestre 2021 generando 15.5M Total Actions logrando el 74% del total de la categoría.



Acapulco Shore
Total Actions 393k
Likes: 386k
Comments: 7k



Exatlón
Total Actions 135k
Likes: 133k
Comments: 2k



Me Caigo de Risa
Total Actions 132k
Likes: 127k
Comments: 5k



Acapulco Shore
Total Actions 129k
Likes: 127k
Comments: 2k



Me Caigo de Risa
Total Actions 52k
Likes: 51k
Comments: 1k



Acapulco Shore
Total Actions 51k
Likes: 51k
Comments: 310

SPORTS & RECREATION: BRANDED VIDEO – SPONSORSHIP



- La categoría registra 8.2M de Total Actions, lo que representa un crecimiento vs 2020 (+6%).
- Los comentarios también tuvieron un crecimiento del (+6%) vs 2020.



Club América
Actions 78
Total Actions 2.8M
Likes: 2.8M
Comments: 18k



Liga MX
Actions 93
Total Actions 1.1M
Likes: 1.1M
Comments: 9k

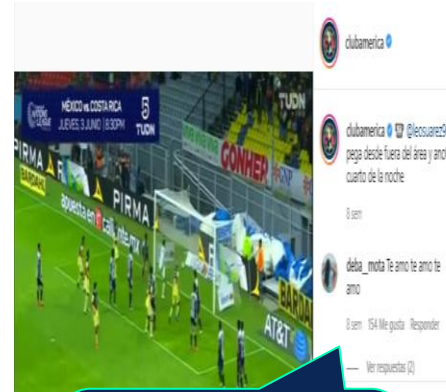


Cruz Azul
Actions 35
Total Actions 787k
Likes: 777k
Comments: 9k

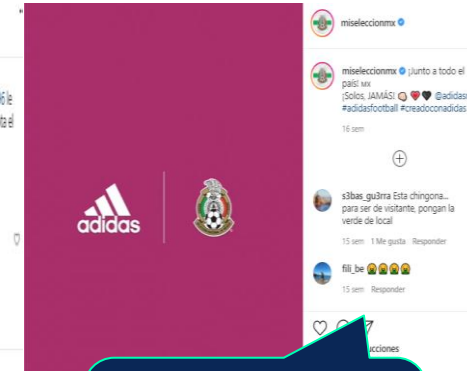
SPORTS & RECREATION: BRANDED VIDEO



- 8.2M de Total Actions en la categoría en la que @ClubAmerica concentra +10% del share durante el 1er semestre 2021.



Club América
Total Actions 149k
Likes: 148k
Comments: 1k



Selección Mexicana
Total Actions 84k
Likes: 83k
Comments: 1k



Cruz Azul
Total Actions 83k
Likes: 81k
Comments: 1k



Chivas
Total Actions 81k
Likes: 81k
Comments: 548



WBC Boxing
Total Actions 74k
Likes: 73k
Comments: 1k



Cruz Azul
Total Actions 71k
Likes: 69k
Comments: 2k

2021 vs 2020

Total Views decrece (-26%), Likes sufren una gran caída del (-61%).



TOP BRANDED VIDEOS



Del Valle
Views 146M
Comments: 12
Likes: 129
Dislikes: 70

HAGAMOS ESTO JUNTOS



Coca-Cola
Views 80M
Comments: 6
Likes: 39
Dislikes: 21



Colgate
Views 56M
Comments: 18
Likes: 13
Dislikes: 8



Danonino
Views: 29M
Comments: 1
Likes: 166
Dislikes: 36



Sabritas
Views: 24M
Comments: 168
Likes: 1.7k
Dislikes: 434

PRINCIPALES CATEGORÍAS

- Media & Entertainment.
- Publishing.
- Government.





- La categoría sufre una caída en comments y likes vs 1er semestre 2020 del (-17%), (-33%) respectivamente.



123 GO Spanish
Actions 47
Total Views 189M
Comments: 90k
Likes: 2.1M
Dislikes: 213k



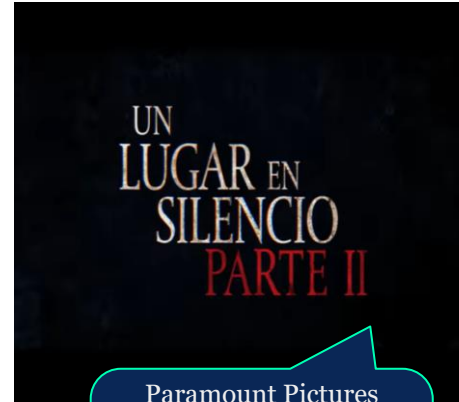
La Rosa de Guadalupe
Actions 104
Total Views 136M
Comments: 66k
Likes: 1.6M
Dislikes: 98k



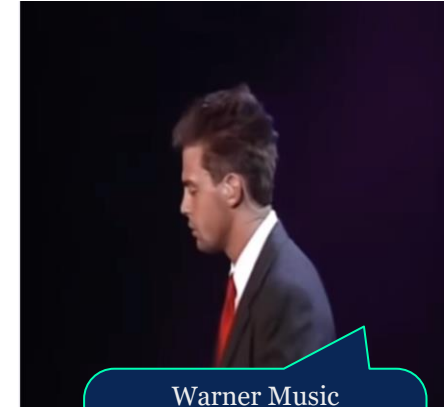
TUDN MEX
Actions 50
Total Views 70M
Comments: 129k
Likes: 752k
Dislikes: 70k

TOP MEDIA & ENTERTAINMENT: BRANDED VIDEO

- Paramount es líder de la categoría con +20M de views.



Paramount Pictures
Views: 20M
Comments: 56
Likes: 716
Dislikes: 116



Warner Music
Views: 19M
Comments: 4k
Likes: 100k
Dislikes: 3k



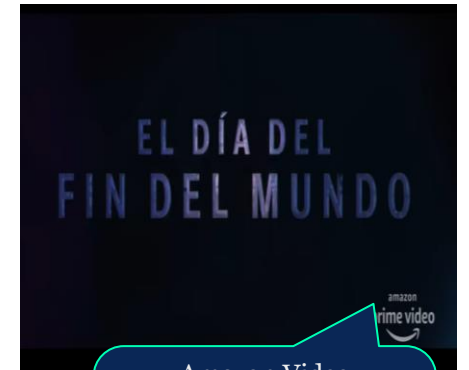
123 GO Spanish
Views: 17M
Comments: 5k
Likes: 168k
Dislikes: 19k



Universal Pictures
Views: 10M
Comments: 0
Likes: 1k
Dislikes: 159



PAW Patrol
Views: 10M
Comments: 0
Likes: 1k
Dislikes: 159



Amazon Video
Views: 8M
Comments: 11
Likes: 105
Dislikes: 14

PUBLISHING: BRANDED VIDEO – SPONSORSHIP



- Los Views en la categoría Publishing tiene una caída del (-35%) aunque en el 1er semestre 2021 generaron menos Dislikes con solo 359k vs 2020 que fueron 897k.



Milenio
Actions 110
Total Views 79.5M
Comments: 170k
Likes: 904k
Dislikes: 73k



Nacho Rodriguez El
Chapucero
Actions 100
Total Views 47.1M
Comments: 286k
Likes: 4.2M
Dislikes: 57k



El Rincón de Giorgio
Actions 24
Total Views 39M
Comments: 135k
Likes: 3.9M
Dislikes: 32k

PUBLISHING: BRANDED VIDEO

You Tube

- Aunque Knorr generó 8.9M views, Vice es líder en likes y comentarios generando 85k y 7k respectivamente.



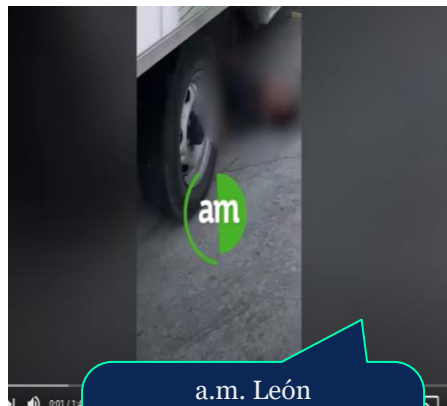
Knorr
Views: 8.9M
Comments: 11
Likes: 8
Dislikes: 17



VICE
Views: 8.8M
Comments: 7k
Likes: 85k
Dislikes: 4k



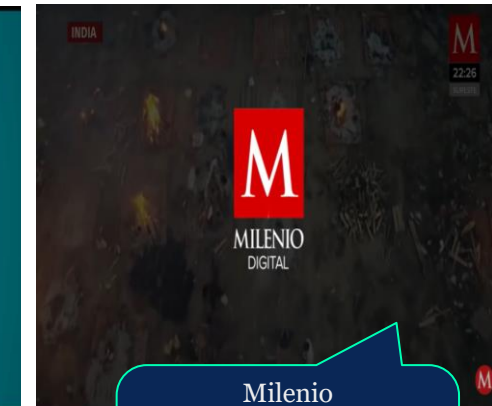
Nestlé
Views: 5.6M
Comments: 2
Likes: 20
Dislikes: 4



a.m. León
Views: 5.5M
Comments: 10k
Likes: 72k
Dislikes: 2k



Vete a la Versh
Views: 3.9M
Comments: 5k
Likes: 188k
Dislikes: 2k



Milenio
Views: 3.9M
Comments: 5k
Likes: 19k
Dislikes: 1k

GOVERNMENT: BRANDED VIDEO – SPONSORSHIP



- Los views de la categoría Gobierno al ser un año electoral incrementaron (+200%) vs 2020.



Movimiento Ciudadano
Actions 102
Total Views 74.3M
Comments: 9k
Likes: 21k
Dislikes: 9k



PAN
Actions 7
Total Views 15.6M
Comments: 0
Likes: 650
Dislikes: 1k

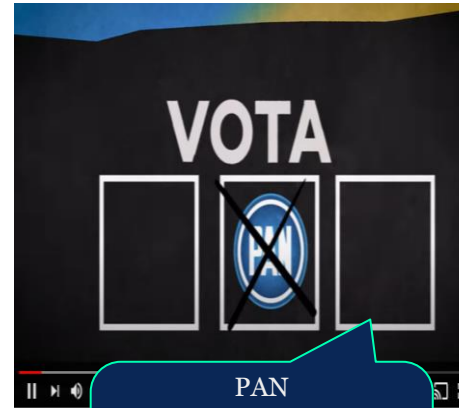


INE
Actions 47
Total Views 6M
Comments: 0
Likes: 17k
Dislikes: 11k

GOVERNMENT: BRANDED VIDEO

You Tube

- Durante el 1er semestre del 2021 (año electoral para México) solo dos partidos reportaron actividad constante en YouTube siendo movimiento ciudadano el líder generando un total de 74.3M de Views y PAN con 15.6M de views.



PAN
Views: 4.7M
Comments: 0
Likes: 294
Dislikes: 408



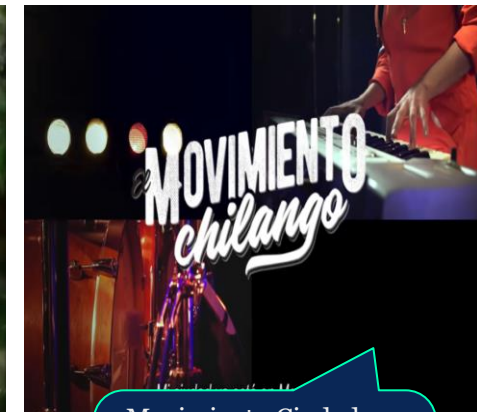
Movimiento Ciudadano
Views: 3.3M
Comments: 331
Likes: 427
Dislikes: 211



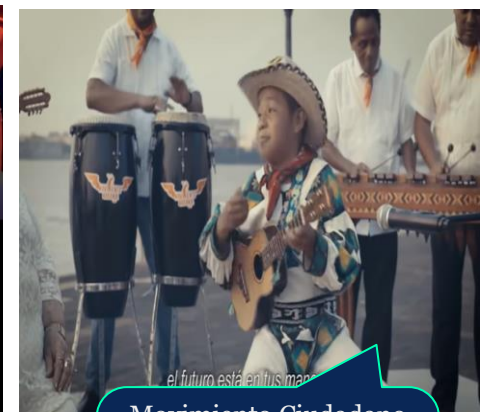
PAN
Views: 3.3M
Comments: 0
Likes: 42
Dislikes: 162



Movimiento Ciudadano
Views: 3.2M
Comments: 40
Likes: 140
Dislikes: 20



Movimiento Ciudadano
Views: 2.8M
Comments: 158
Likes: 221
Dislikes: 283



Movimiento Ciudadano
Views: 2.5M
Comments: 956
Likes: 5k
Dislikes: 1k

TOP INFLUENCERS VIDEO:



Andrés Manuel López Obrador
 Total Actions 10.7M
 Reactions 8.5M
 Likes 6.4M
 Comments 686k
 Views 100M



Eugenio Derbez
 Total Actions 6.7M
 Reactions 6.1M
 Likes 2.2M
 Comments 125k
 Views 62M



Paola Castillo
 Total Actions 6.6M
 Reactions 5.6M
 Likes 3.0M
 Comments 281k
 Views 332M



Fidel Rueda
 Total Actions 4.7M
 Reactions 3.6M
 Likes 1.7M
 Comments 63k
 Views 94M



Grupo Firme
 Total Actions 3.8M
 Reactions 2.8M
 Likes 1.4M
 Comments 508k
 Views 16M



Andrés Manuel
 Total Actions 2.2M
 Retweets 392k
 Likes 1.8M



Carlos Loret de Mola
 Total Actions 1.8M
 Retweets 506k
 Likes 1.2M



Alfredo del Mazo
 Total Actions 1.5M
 Retweets 580k
 Likes 930k



Andrés Manuel
 Total Actions 880k
 Retweets 192k
 Likes 687k



Joaquín López Dóriga
 Total Actions 465k
 Retweets 136k
 Likes 328k

TOP INFLUENCERS EN VIDEO:



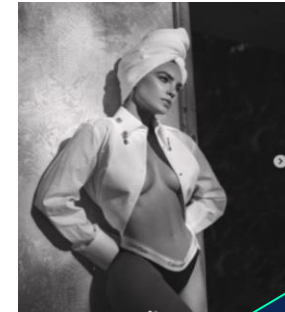
Dana Paola
Total Actions 13.0M
Likes 12.9M
Comments 63k



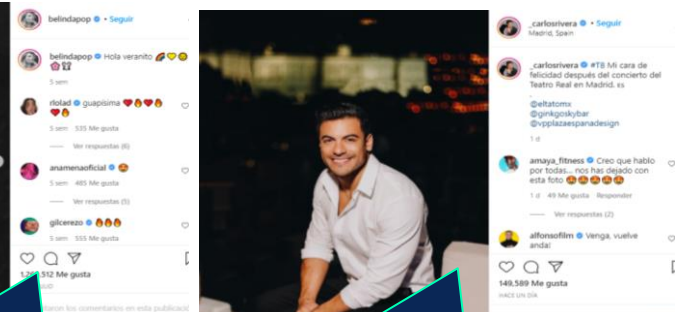
Saúl Canelo Alvarez
Total Actions 7.7M
Likes 7.7M
Comments 76k



Sebastian Rulli
Total Actions 2.2M
Likes 2.2M
Comments 40k



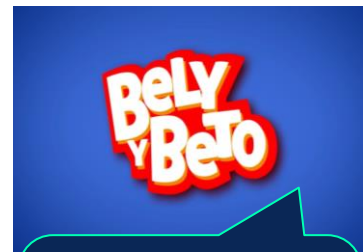
Belinda
Total Actions 2.1M
Likes 2.1M
Comments 13k



Carlos Rivera
Total Actions 1.9M
Likes 1.9M
Comments 49k



Los Polinesios
Views 85M
Comments 267k
Likes 4.1M
Dislikes 96k



Bely y BeTo
Views 87M
Comments 0
Likes 889k
Dislikes 160k



Danna Paola
Views 75M
Comments 148k
Likes 1.7M
Dislikes 41k



Andres Manuel
Views 71M
Comments 169k
Likes 2.6M
Dislikes 71k

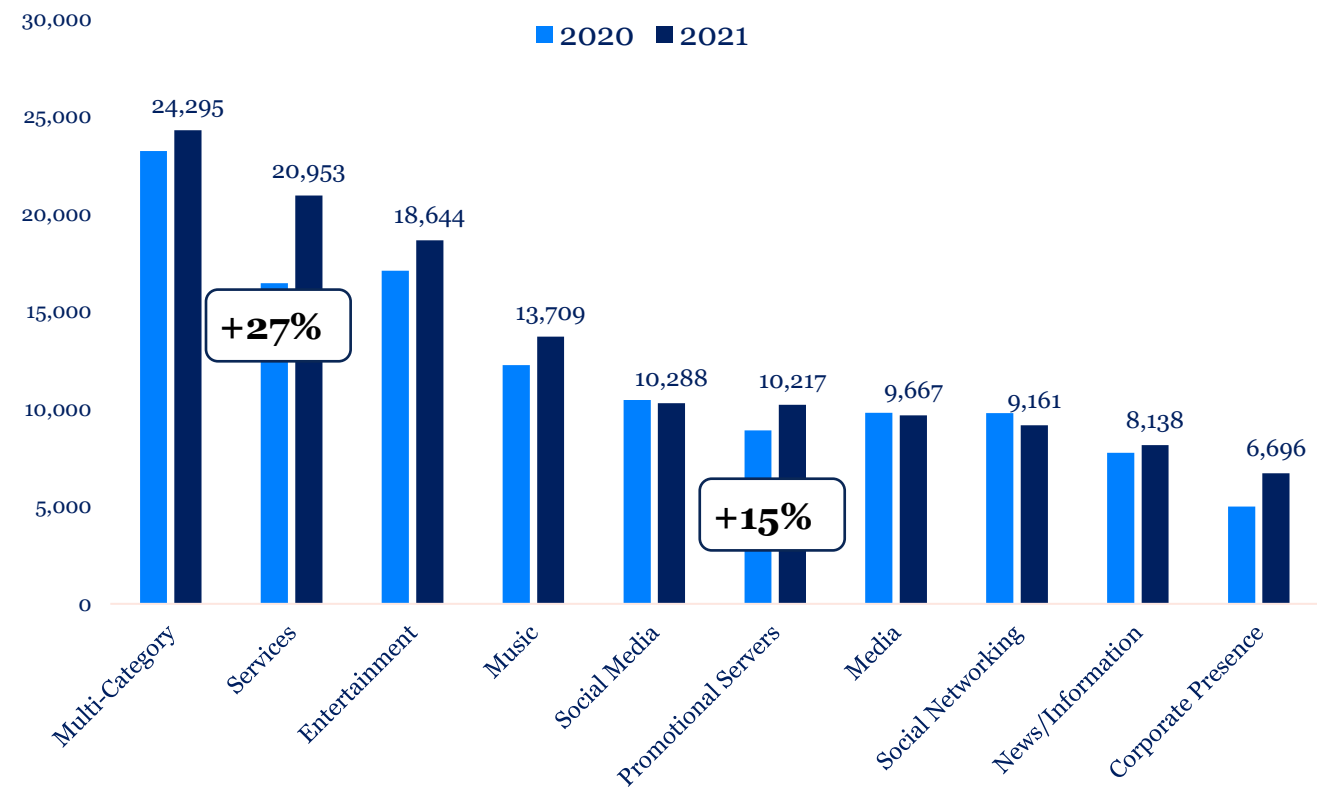


TV Ana Emilia
Views 71M
Comments 2k
Likes 2.3M
Dislikes 357k

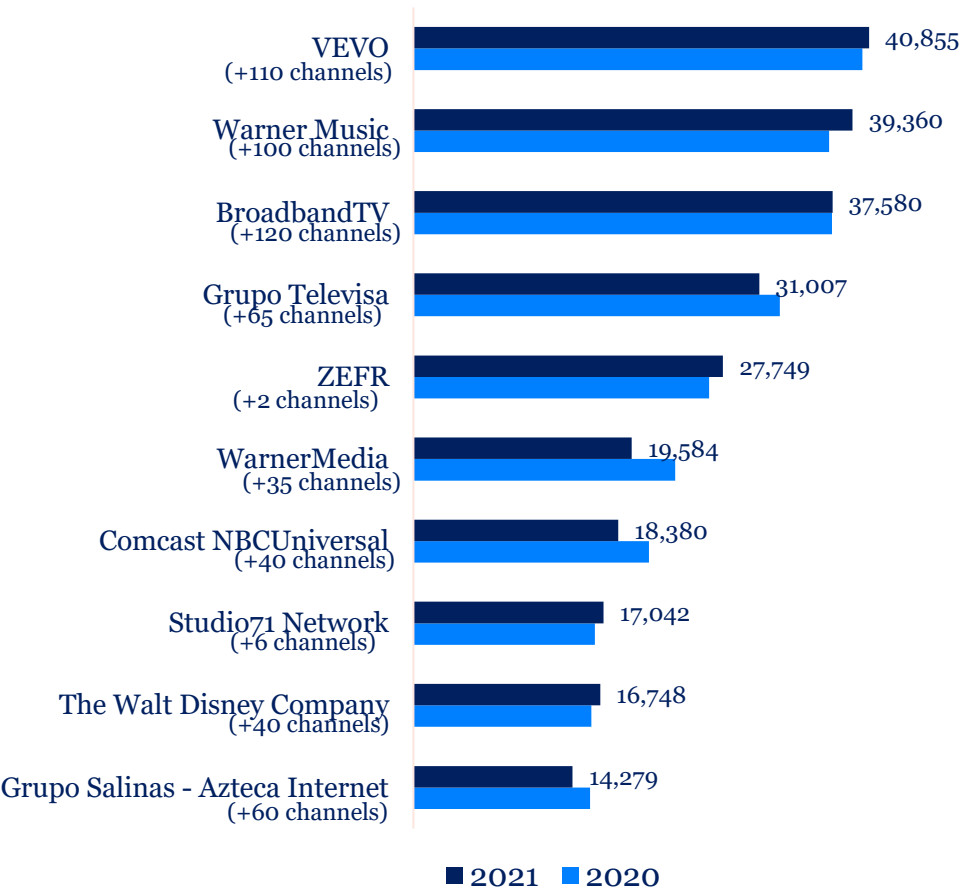
TOP VIDEO CATEGORY AND SITES

Categorías de descuento y promociones son las que más incrementan en views

Unique Viewers por Categoría

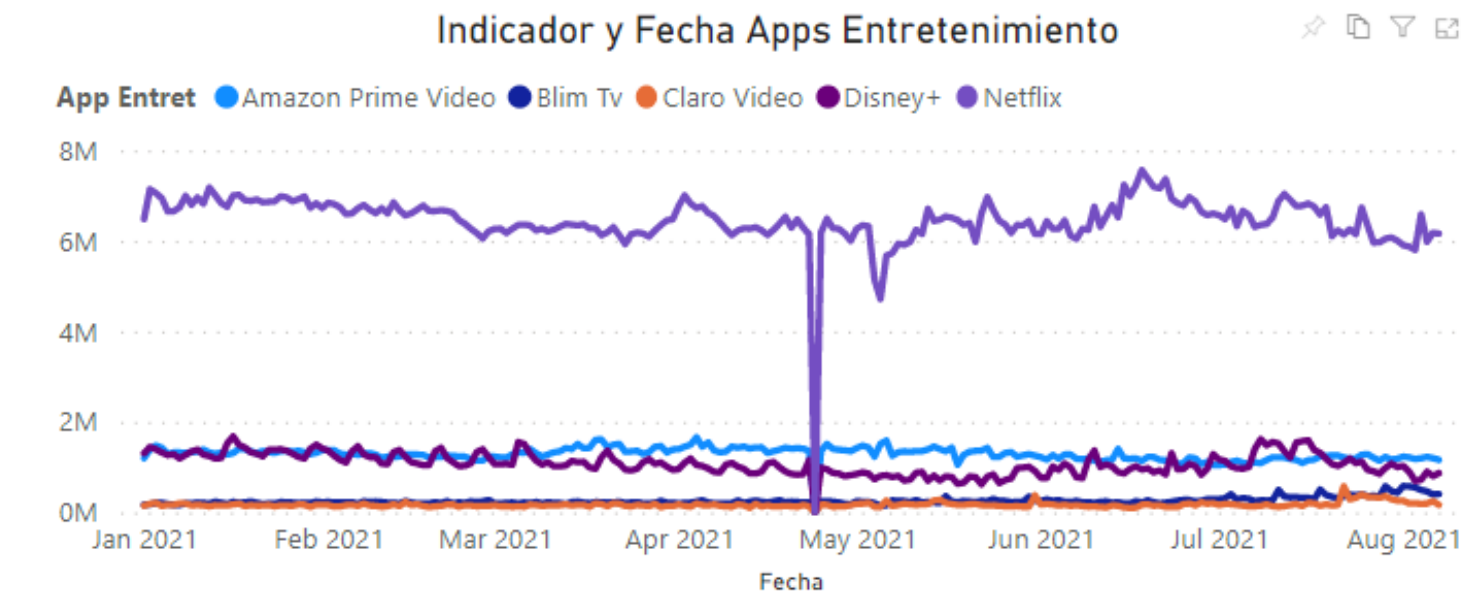


Top 10 Video Reach (ooo)



DAILY ACTIVE USERS POR PLATAFORMA

Las aplicaciones de video en conjunto tienen un promedio diario superior a los 9 Millones de DAU (Daily Active users)



VIDEO EN SUS DIFERENTES VARIANTES ES FUNDAMENTAL EN LAS ESTRATEGIAS DE MEDIOS

- Facebook la única plataforma que incrementa Video Actions durante el 1er semestre del año 2021.
- Televisa y Tv Azteca amplifican su contenido a través de plataformas sociales, generando un volumen importante.
- Facebook continua siendo una plataforma relevante para ayudar a las marcas a construir Engagement.
- Las categorías en las cuales se mueve el consumo de video principalmente son: Media & Entertainment, Sports & Recreation.
- La categoría FMCG incrementa actividad en redes sociales para generar una mayor preferencia.
- Los partidos políticos ya no solo se interesan por estar en Televisión y Radio sino que ahora también hay un incremento de esta categoría en plataformas digitales principalmente YouTube.
- Tenemos una gran variedad de Influencers para diferentes estrategias que se podrán adaptar sus mensajes en beneficio de las marcas, es importante analizar y seleccionarlos de manera adecuada para identificar que tipo de Influencer será más ad hoc a cada marca.
- Las plataformas OTT logran la atención de un volumen de usuarios de manera cotidiana.



GRACIAS

COMENTARIOS O PREGUNTAS

RUBEN GÓMEZ

ruben.gomez@groupm.com

Yael BERNAL

yael.bernal@mindshareworld.com

OSWALDO SORIA

oswaldo.soriagarcia@groupm.com