



AMI

Americas
Market
Intelligence

Mapa del consumo de medios digitales en América Latina 2025

Datos clave que ayudan a entender cómo,
cuándo y dónde los latinoamericanos
consumen contenidos online



Por **Valentina Duque**
Marketing Manager, AMI

AGOSTO 2025

Introducción

En un entorno de consumo digital cada vez más fragmentado y competitivo, los profesionales del *marketing* deben estar más atentos que nunca a los cambios en los hábitos mediáticos de los latinoamericanos. Optimizar la inversión publicitaria, elegir los canales adecuados y anticipar movimientos del consumidor exige más que experiencia o incluso una plataforma programática robusta: requiere datos precisos y actualizados.

En Americas Market Intelligence mapeamos el consumo de medios en la región durante 2025: un ecosistema que ya es esencialmente digital —o híbrido, en el mejor de los casos—. A continuación, compartimos los datos clave que ayudan a entender cómo, cuándo y dónde los latinoamericanos consumen contenidos *online*.

Esta infografía puede ser especialmente útil para:

- Profesionales de *marketing* digital que buscan optimizar su mix de medios
- Especialistas en medios y agencias que diseñan estrategias multicanal
- Equipos de inteligencia de mercado que analizan el comportamiento del consumidor
- Creadores de contenido y plataformas que compiten por la atención digital en la región

Optimizar la inversión publicitaria, elegir los canales adecuados y anticipar movimientos del consumidor exige más que intuición: requiere datos precisos y actualizados.

Población digital en América Latina 2025^{1, 2, 3}



El ecosistema digital latinoamericano **sigue expandiéndose**, con Brasil y México a la cabeza.

4 MM

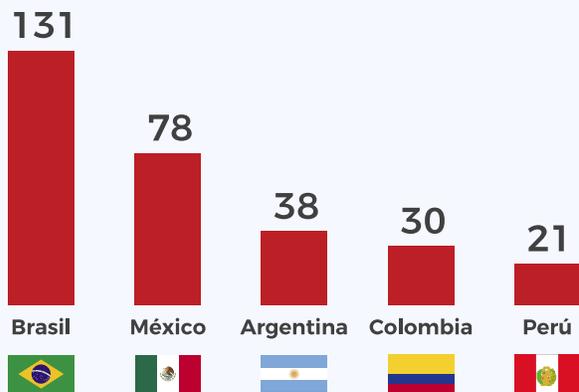
El 2024 cerró con 4 millones de **nuevos usuarios digitales** en LatAm

(crecimiento interanual en dic. 2024)

83 %

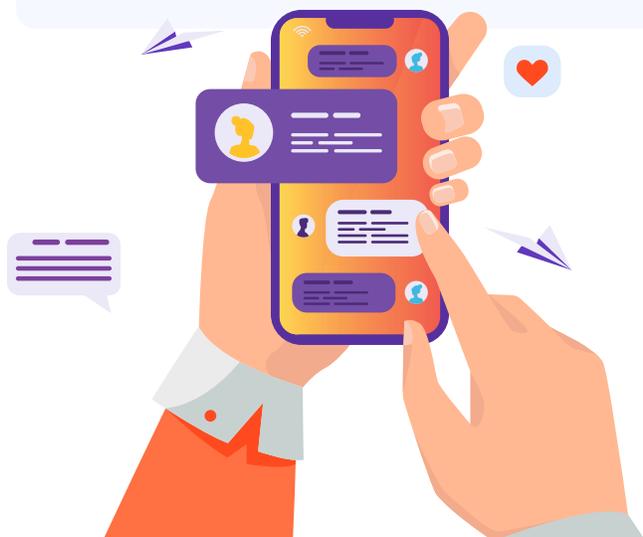
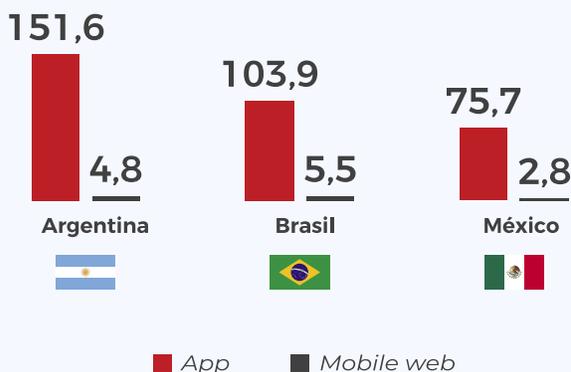
La **penetración de internet** en Sudamérica en 2024

Población digital en América Latina
(Visitantes únicos a internet, diciembre 2024, en millones)



El celular es la única puerta de acceso a internet para millones. Nos encontramos ante una de las principales economías *mobile first* del mundo.

El uso de *apps* predomina sobre el *mobile web*
(Horas mensuales por visitante único)



americasmi.com

413 MM

Hay 413 millones de **usuarios de internet móvil** en Latinoamérica

Esto representa un 64 % de **penetración de internet**



5G

El 5G se extiende: Pese a apenas ocupar un 9 % de conexiones móviles en 2024, **alcanzará el 53 % en 2030**

40 %

En México, Colombia y Perú más del 40 % de usuarios **acceden a internet única y exclusivamente a través de su celular**

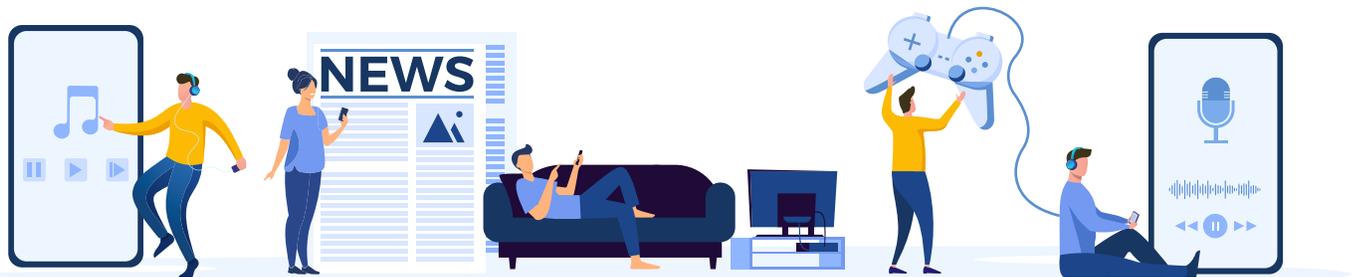
En Brazil, esta proporción alcanza **el 70 %**

Principales medios de comunicación en 2025



El panorama de medios es esencialmente **digital** y Latinoamérica lidera a nivel global en tiempo de consumo.

Horas diarias de consumo
LatAm vs. el mundo⁴



2:05

Música
(en streaming)

(mundo: 1:25)

1:47

Prensa
(en línea)

(mundo: 0:59)

1:35

TV
(conectada y streaming)

(mundo: 1:23)

1:11

Juegos
(en línea)

(mundo: 1:02)

1:05

Podcasts
(en línea)

(mundo: 0:50)

Televisión conectada⁵

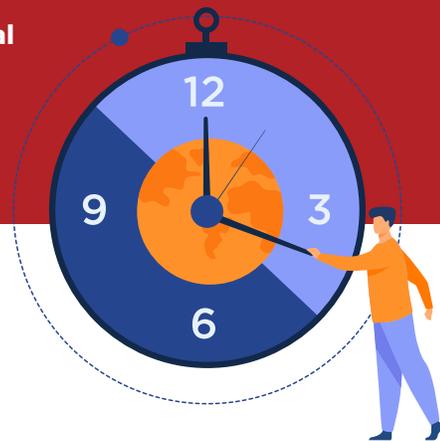


59 %

de internautas en LatAm **acceden a la TV a través de internet**

4,3 horas

Promedio de tiempo al día dedicado a la TV



Dispositivos utilizados en LatAm para ver videos



96 %

Smart TV



56 %

Consola de videojuegos



46 %

Decodificador (set-top box)

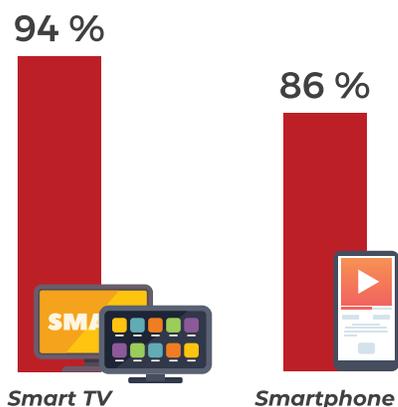


39 %

Streaming stick

Los usuarios de TV conectada en LatAm prefieren usar su *smart TV* en lugar de su celular para ver videos*

Porcentaje de usuarios de TV conectada que vieron videos en el último mes



El consumo de **YouTube** en TV conectada **creció en un 16 %** en Argentina, México y Brasil

(entre dic. 2023 y dic. 2024)



*Encuesta realizada a espectadores de televisión conectada en la región sobre los dispositivos en los que ven videos sueltos

Contenidos favoritos*



93 %

Películas



86 %

Series



56 %

Deportes
(94 % vieron futbol)



54 %

Noticias

*Según usuarios que vieron estos contenidos al menos una vez en el último mes

Videojuegos^{6,7}

Brasil y México lideran en consumo de videojuegos en la región



Porcentaje de jugadores por país



Perfil generacional predominante



Milenial
(30-44 años)

En los países 

Generación Z
(15-29 años)

En 



**Dispositivos de juego
más usados**



61 %

Consola en casa



54 %

Smartphone



43 %

Computadora
de mesa



40 %

Consola
portátil



32 %

Computador
portátil



11 %

Tableta



Mujeres

Smartphone (66 %)
Consola en casa (47 %)
Consola portátil (43 %)
Computador de mesa (39 %)
Portátil (36 %)

Hombres

Consola en casa (63 %)
Smartphone (51 %)
Computador de mesa (43 %)
Consola portátil (39 %)
Portátil (30 %)

Principales consolas



NINTENDO
SWITCH.

34 %

Nintendo Switch



28 %

PlayStation 4 (PS4)



19 %

PlayStation 5 (PS5)



15 %

Nintendo 3DS



13 %

PlayStation 3 (PS3)

Podcasts^{8,9}



135 MM

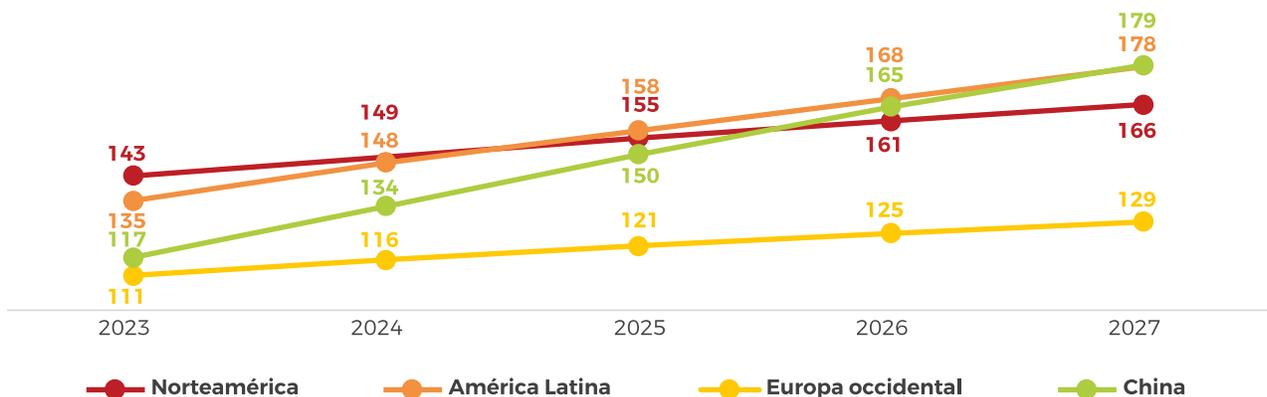
Oyentes de podcast
en América Latina, 2023



**Brasil lidera en
audiencia con 52
millones de oyentes**

¡En 2027, la audiencia de *podcast* en LatAm podría ser la más amplia del mundo!

Oyentes de podcasts en regiones/países del mundo
(en millones)



El *smartphone* es, por lejos, el principal dispositivo para escuchar *podcasts*



87 %
Smartphone



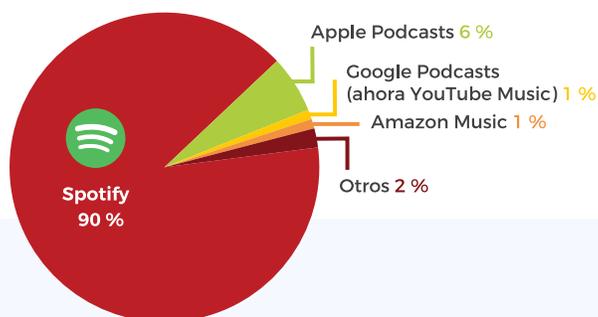
6 %
Smart speaker

5 %
Computador (mesa o portátil)

3 %
Otros

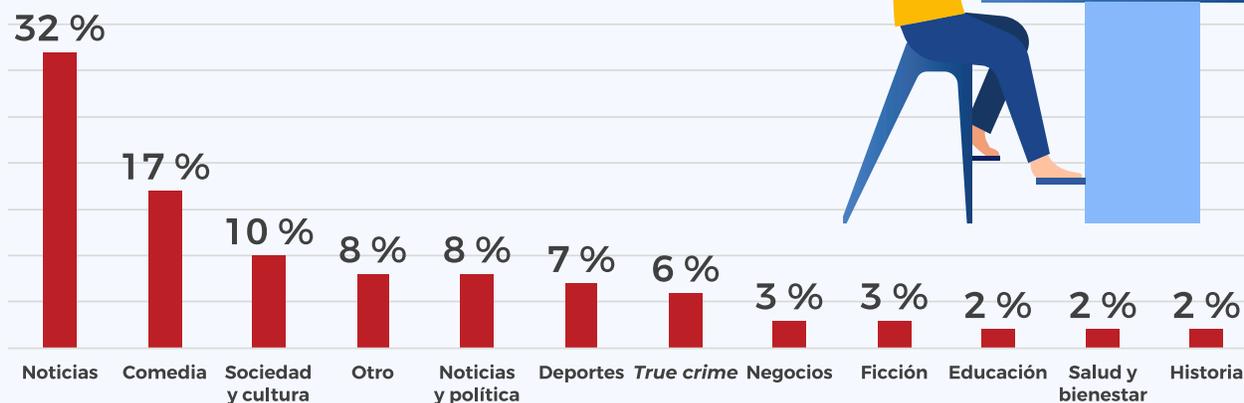
Spotify sigue liderando en plataformas

Principales plataformas de escucha, 2023



Las noticias son el principal género de *podcasts* en Latinoamérica

Porcentaje de oyentes de *podcasts* por temática, 2024



Redes sociales, el epicentro de la atención^{10,11}



No es sorpresa: **las redes sociales acaparan la atención** del internauta latinoamericano.



+40 %

Más del 40 % **del tiempo de internet se destina a las redes sociales**

23 horas/mes

Promedio de tiempo dedicado
a las redes sociales

La generación Z al mando:

Los jóvenes de entre 15
y 24 años dedican **hasta**
48 horas mensuales



El video es uno de los formatos más demandados

TikTok

Las visualizaciones de video **aumentaron en un 95 %** internannual en dic. 2024



Instagram

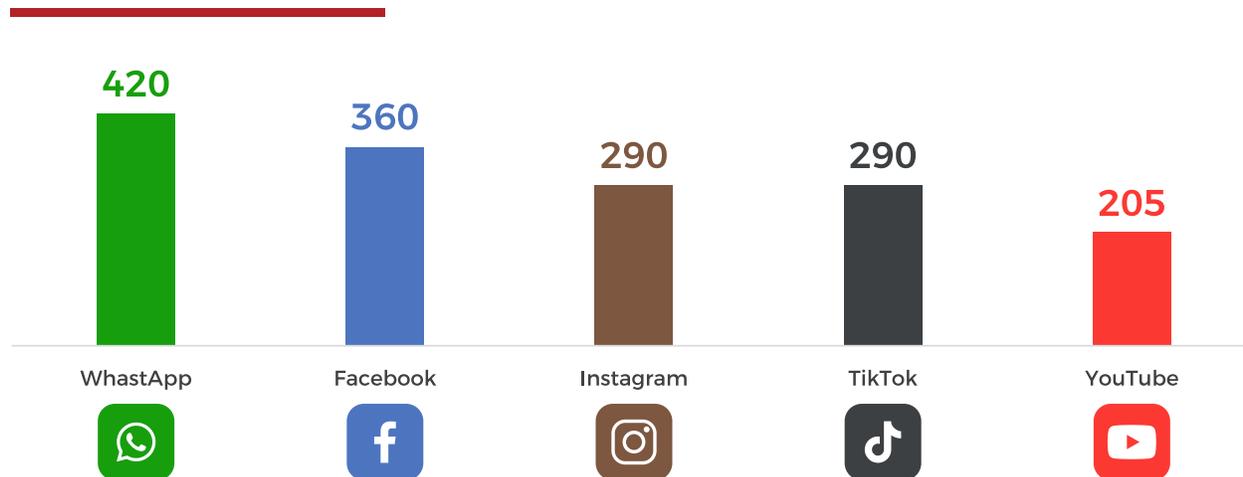
El número de *reels* **aumentó en un 15 %**



Instagram

Red social preferida por la **generación Z.**
Uso diario estimado de **74 minutos.**

Top 5 plataformas sociales en LatAm
(Estimación de usuarios activos 2025, en millones)

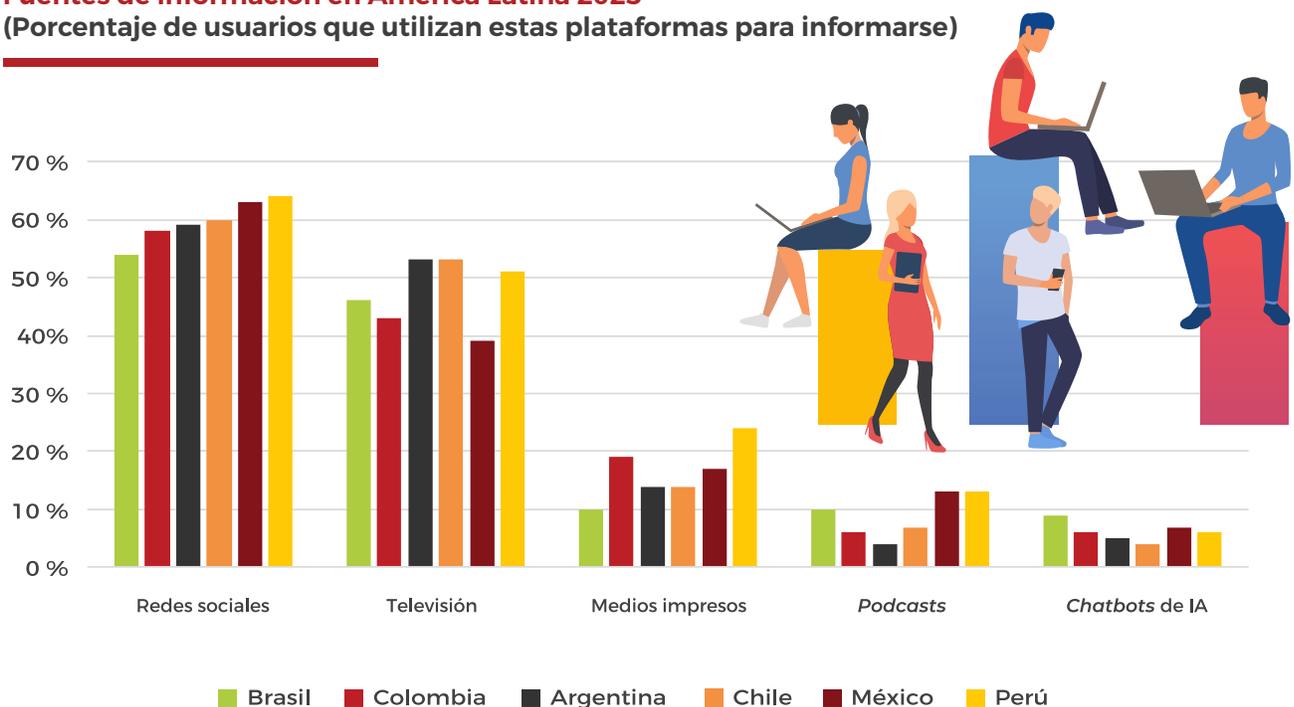


El consumo de noticias en América Latina^{12, 13}



Las redes sociales compiten con la **televisión** como la principal fuente de información entre los latinoamericanos, pero emerge la **inteligencia artificial**.

Fuentes de información en América Latina 2025
(Porcentaje de usuarios que utilizan estas plataformas para informarse)



Top de redes sociales como medio de información



TikTok

el líder indiscutible



71 %

de las interacciones de medios informativos de LatAm en redes sociales **provino de TikTok**

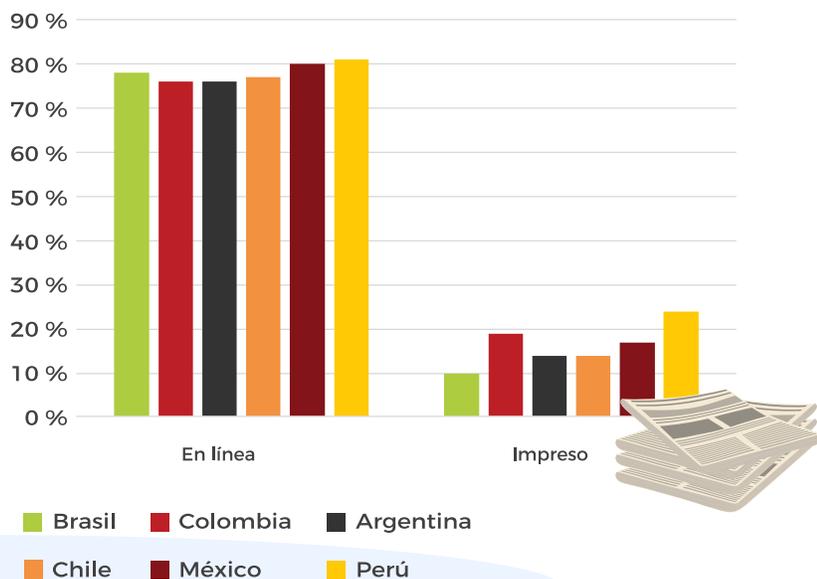


Los medios tradicionales ya han tocado piso.

En mercados como Chile o Argentina, menos del 14 % de usuarios recurren a ellos.



Fuentes de información en línea vs. impresas
(Porcentaje de usuarios que utilizan estos medios para informarse)



... Pero Argentina lidera, por mucho, en consumo de noticias en medios digitales

Tiempo medio dedicado al consumo de noticias
(En minutos)



112,7

Argentina



49,4

Chile



45,2

Colombia



41,7

Brasil



37,9

México

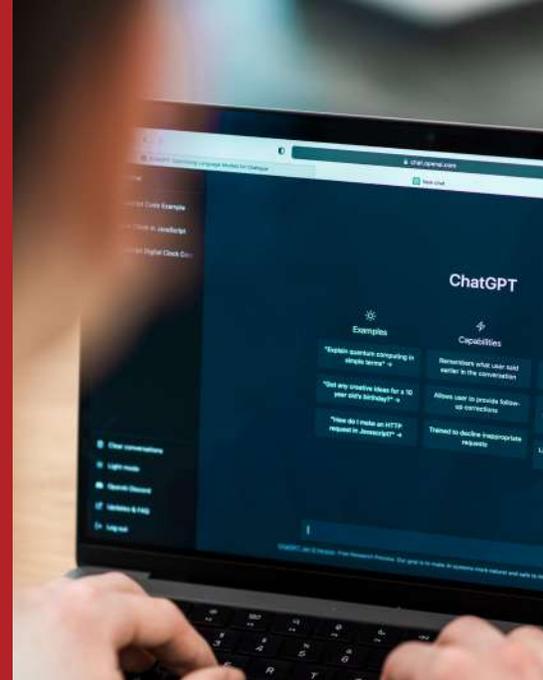


29,1

Perú



Inteligencia artificial, el nuevo medio de comunicación^{14, 15}



La IA empieza a consolidarse como canal de acceso a la información, pero con escepticismo generalizado sobre su transparencia y precisión.

Adopción de la IA en Latinoamérica



En el mundo, el

66 %

de usuarios
reporta
haber usado
herramientas
de IA como
ChatGPT



En Latinoamérica
hay dos líderes:

**Brasil y
México**

con un 76 % y 70 % de
sus internautas que usan
la IA, respectivamente.



Uso de la IA para informarse

Entre un 5 % y 9 % de latinoamericanos **se informan con herramientas de inteligencia artificial**

Usos más deseados de la inteligencia artificial para consumir noticias (a nivel mundial)



27 %

Resúmenes automáticos



21 %

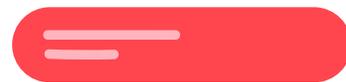
Recomendación de contenidos

24 %

Traducción de noticias a diferentes idiomas

8 %

Chatbots para hacer preguntas sobre las noticias



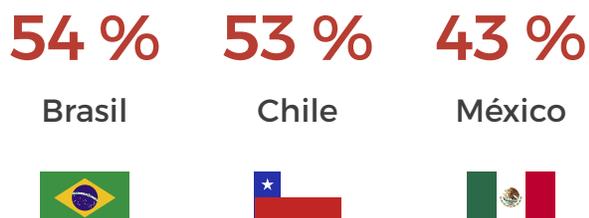
Pero el **escepticismo despierta incógnitas** y preocupaciones sobre:

1. Transparencia de la información
2. Precisión
3. Confiabilidad



Insights sobre Brasil, Chile y México¹⁶

Consumidores que han usado la IA (ChatGPT, Gemini, Claude, entre otros)



De aquellos que han usado AI, la han usado principalmente para:



“Me siento en general emocionado con la inteligencia artificial, pero algo preocupado por los riesgos”.



“Estoy extremadamente emocionado o muy emocionado de que la IA se utilice para esto...”



El consumo de medios en América Latina es esencialmente digital. Pero, más allá de eso, revela un ecosistema fragmentado en donde la atención se dispersa entre múltiples plataformas y formatos. Por lo tanto, tomar decisiones comerciales estratégicas requiere una comprensión todavía más profunda y adaptada a mercados específicos.

Aquí es donde AMI se destaca. A través de una investigación de mercado integral, usted puede:

- Obtener un retrato detallado del consumo de sus clientes, más allá de una simple aproximación.
- Profundizar sobre el uso de medios *online* de sus clientes de acuerdo con su estrategia publicitaria para alinear ambos al máximo
- Explorar nuevos aspectos de la conducta online de sus clientes que tal vez revele nuevos canales para sus campañas
- Adaptar una estrategia de precios basada en conocimientos profundos sobre las preferencias de sus clientes.
- Dar forma al desarrollo de productos para satisfacer las necesidades de su audiencia objetivo.

Póngase en contacto

Escribanos a info@americasmi.com si su compañía requiere comprender mejor a América Latina, bien sea desde la perspectiva del consumidor, para un análisis de sus competidores o sobre los factores que podrían afectar su posición en el mercado.

Nuestro equipo puede diseñar un estudio adaptado a sus necesidades. Nuestra amplia experiencia en América Latina nos permite ofrecer una orientación personalizada para comprender el camino a seguir.

Lo invitamos a leer nuestros [estudios de caso](#) o [contactarse directamente para más información](#).



Valentina Duque
Marketing Manager
AMI



Sobre AMI

Americas Market Intelligence (AMI) es la principal empresa de inteligencia de mercado para América Latina. Sus proyectos de investigación personalizados proporcionan datos y análisis estratégicos para ayudar a las empresas a alcanzar el éxito en la región.

Los consultores de AMI han llevado a cabo más de 600 proyectos de consultoría en el mercado de consumo y comercio minorista de Latinoamérica desde 1993. Han abarcado una amplia variedad de segmentos, desde alimentos y bebidas, productos de consumo masivo (no alimenticios), productos para el hogar, hasta ropa y accesorios, calzado y más.

americasmi.com

Fuentes consultadas

1. Comscore. (2025). *Tendencias digitales: Definiendo el rumbo del 2025*.
2. We Are Social & Meltwater. (2025). *Digital 2025 Global Overview Report*.
3. GSMA. (2025). *La economía móvil en América Latina 2025*.
4. Emarketer. (2025). *Panorama de CTV 2024 en América Latina*.
5. Comscore. (Diciembre 2024). *Panorama de CTV 2024 en América Latina*.
6. Barros, T. (2025). "Pesquisa Game Brasil revela os resultados da PGB Latam 2025". MeuPlayStation, 2 de mayo de 2025.
7. Treviño González, R. A. & Cobos, T. L. (2025). "Gamers en América Latina: análisis comparativo de su iniciación, prácticas y preferencias según género". *Dixit*, 39, e4423. doi: 10.22235/d.v39.4423.
8. Gonzales, D. R. (2024). "La industria del podcast en América Latina". *Genuina*, 13 de febrero de 2024.
9. Triton Digital. (2024). *Latin America Audio Insights Report – Listening Landscape & Trends June 2023-May 2024*.
10. Comscore. (2025). *Tendencias digitales: Definiendo el rumbo del 2025*.
11. AWISSE. (2025). "Top Social Media Platforms in Latin America", 16 de abril de 2025.
12. Reuters Institute, University of Oxford. (2025). *Digital News Report 2025*.
13. Comscore. (2025). *Tendencias digitales: Definiendo el rumbo del 2025*.
14. Agnese, S. (2024). "Inteligencia artificial en Latinoamérica: oportunidades y desafíos". *ASIET Magazine*. Diciembre 2024.
15. Reuters Institute, University of Oxford. (2025). *Digital News Report 2025*.
16. Google & Ipsos. (2025). *Google/Ipsos Multi-Country AI Survey*.



americasmi.com