

Análisis de uso

Público

Influencers y Hashtags



# ESCENARIO GLOBAL

Ene 2023



# MAIN FINDINGS

Ene 2023

# MAIN FINDINGS



Con más de mil millones de usuarios alrededor del mundo, el interés por **TikTok** sigue en **crecimiento**.

- En búsquedas en Google, se destacan temas como descargar la aplicación y la marca de agua que identifica contenidos capturados con la herramienta.
- La **marca de agua** indica que el contenido de TikTok está ganando otras redes sociales y los usuarios quieren identificar (o ocultar la identificación, dependiendo el caso) de su origen.
- La aplicación es hoy la **segunda más descargada** para non-games en nivel mundial.
- También es la que lidera el índice de **gastos del consumidor**.
- Además de ello, TikTok está en **sexto lugar** cuando se pregunta sobre las plataformas de red social **favoritas** de los usuarios.
- La herramienta tiene un promedio de uso de **más de una hora por día laboral** y el tiempo de uso está creciendo.



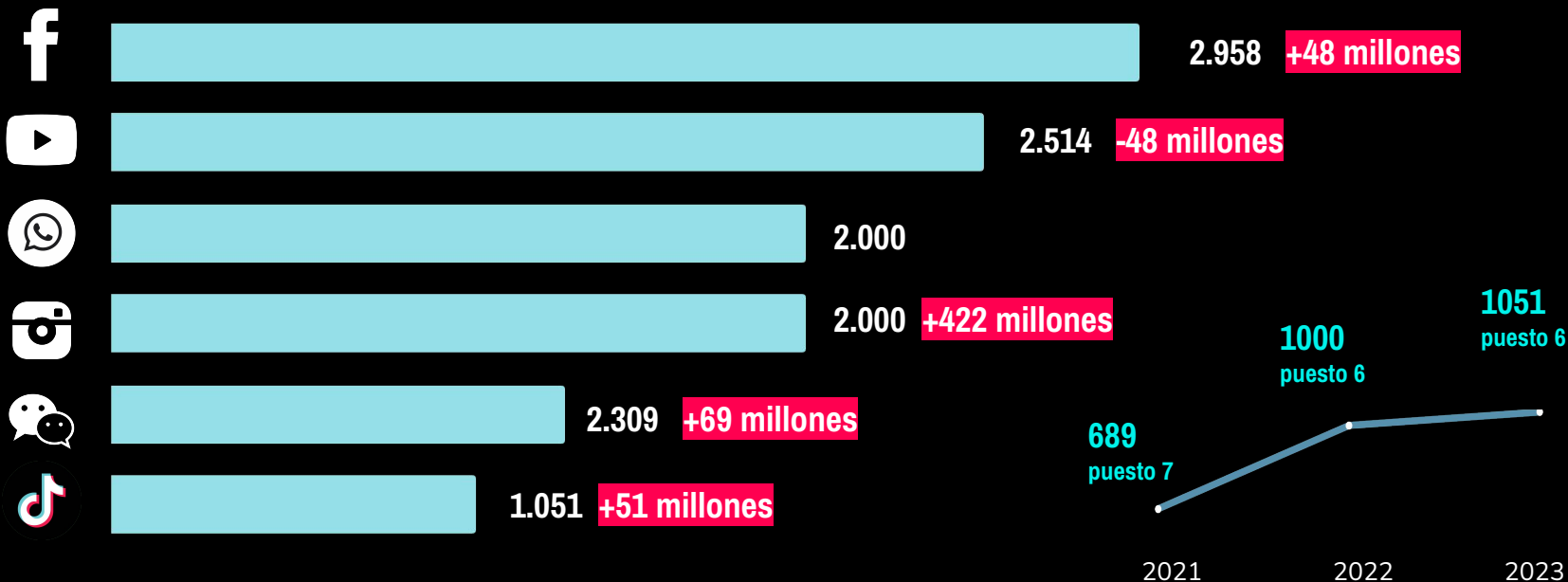
# MAIN FINDINGS



- Aunque con público semejante, **las mujeres son mayoría** y suman el 54% de los usuarios totales.
- La herramienta es utilizada principalmente para **entretenimiento**, pero las **marcas** y productos también generan interés y este tipo de uso está en crecimiento.
  - **Noticias / periodismo** y **mantenerse cercano** a la familia y amigos también están entre los principales motivadores de uso.
- La red atrae a personas bastante jóvenes, con prevalencia de la franja de los **16 a los 24 años**.
  - Sin embargo también hay personas de hasta 44 años, con una notable reducción de la población mayor a esa edad.

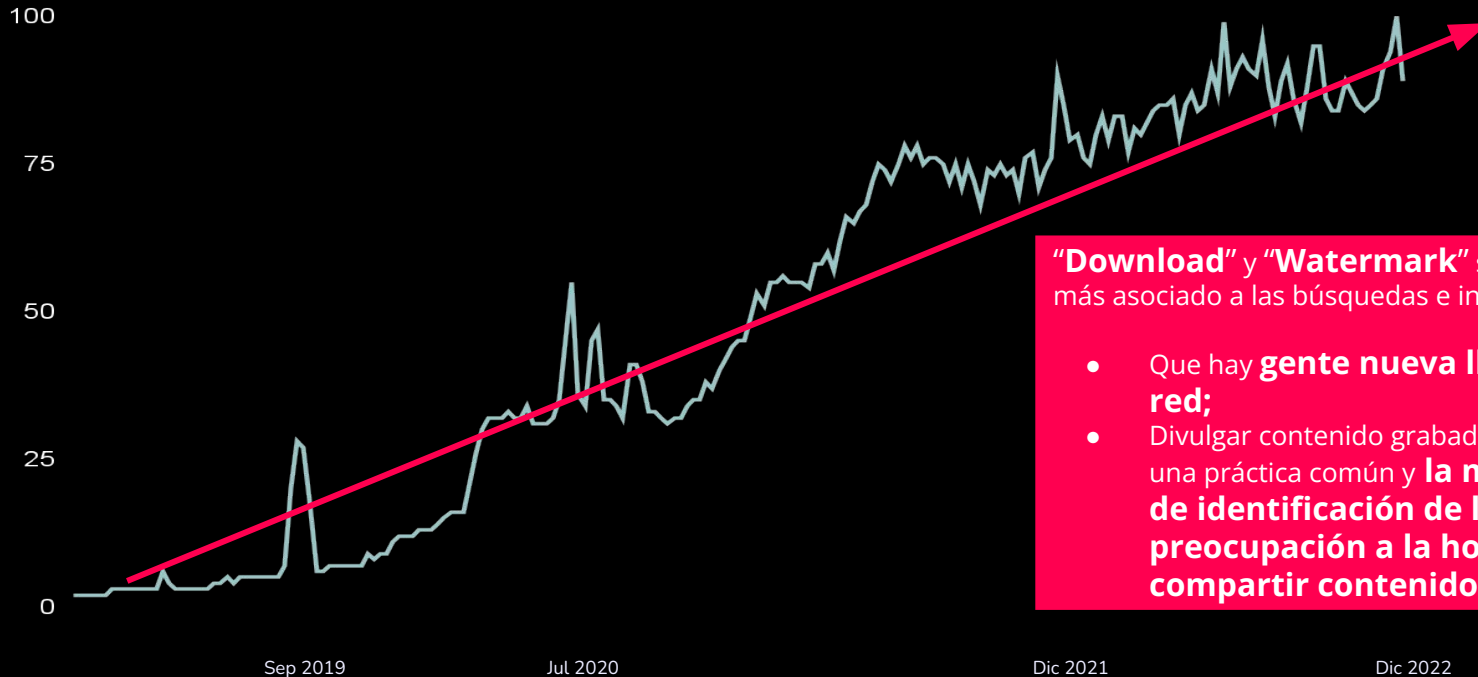


# TikTok ya alcanza en total a más de Mil millones de usuarios:





# El interés Global por TikTok **sigue en aumento**, y en 2022 ha llegado a su pico más alto en Trends.



“Download” y “Watermark” son los términos más asociados a las búsquedas e indican:

- Que hay **gente nueva llegando a la red;**
- Divulgar contenido grabado en TikTok es una práctica común y **la marca de agua de identificación de la red es una preocupación a la hora de compartir contenido**



# Top 5 Ranking de Downloads de Apps

TikTok permanece en los primeros puestos en el podium (non-game) con más downloads en Mobile

|           |
|-----------|
| Global    |
| Instagram |
| TikTok ▼  |
| Facebook  |
| Whatsapp  |
| Snapchat  |

Aunque haya bajado una posición desde 2022, TikTok sigue destacado entre las aplicaciones con más downloads en el mundo y ocupa hoy la segunda posición general de non-game más descargado.

▼ Bajó 1 puesto

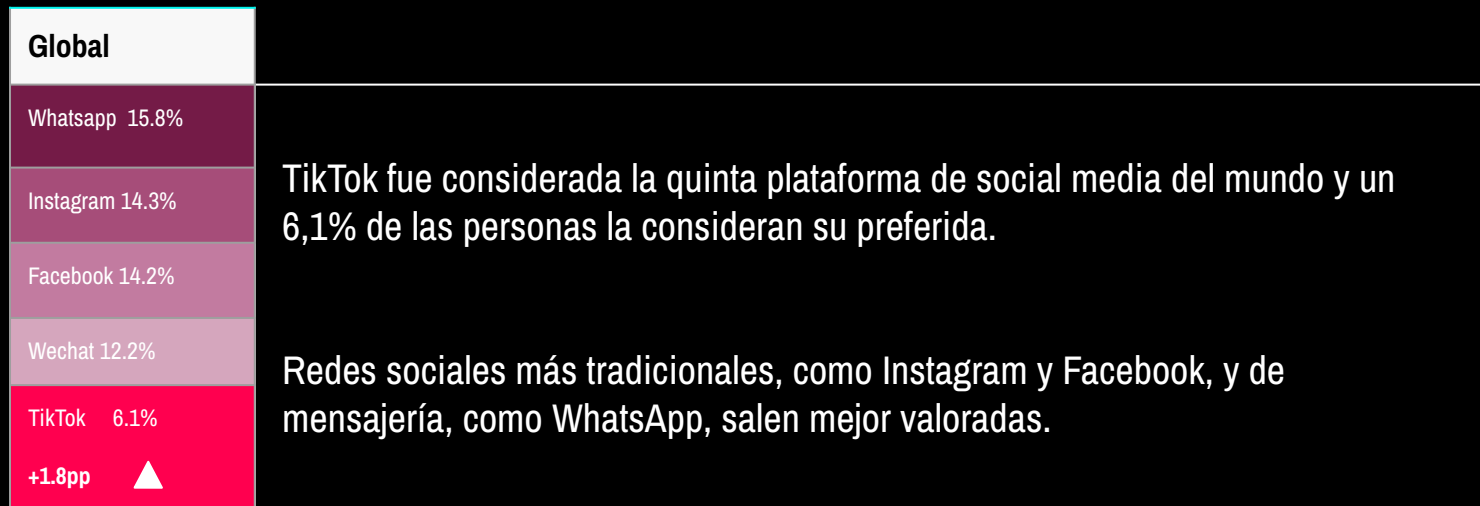


# Top Apps en gastos del consumidor

|         |  |
|---------|--|
| Global  |  |
| TikTok  |  |
| Youtube |  |
| Tinder  | TikTok se mantiene como la principal aplicación en gastos del consumidor en el mundo, ganando de herramientas de consumo específico de vídeo, como YouTube, Disney+ y HBO Max. |
| Disney+ |  |
| HBO Max |  |
|         |  |

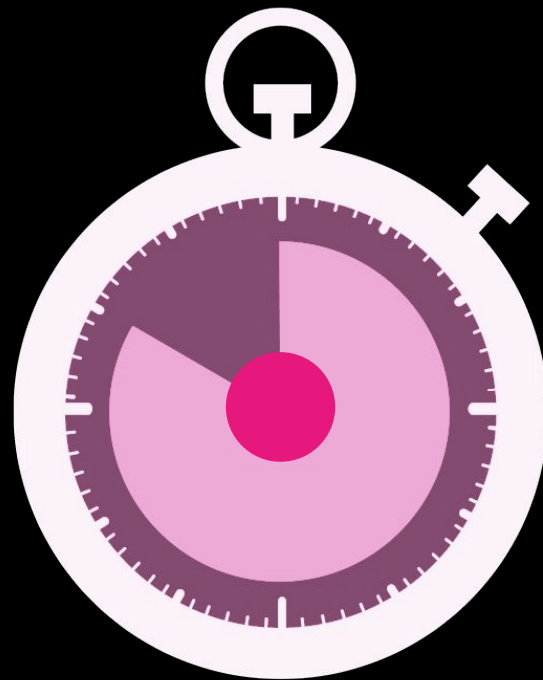
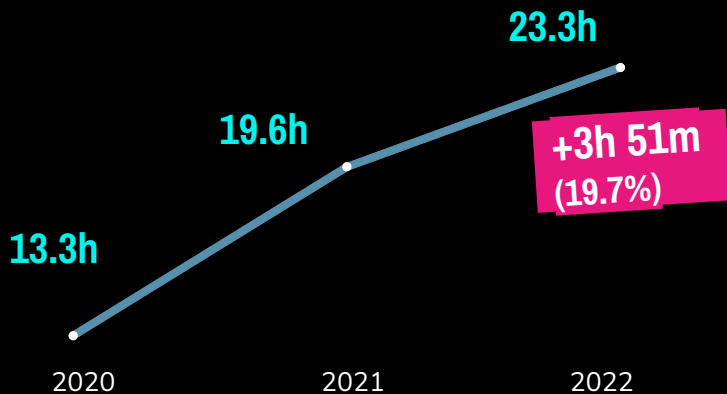
# Plataformas Favoritas de Social Media

(Respuesta en % por plataforma de usuarios entre 16-64 años)



Subió 1 puesto

El tiempo promedio Global de uso de la App es de **23h30m por mes**, es decir, **más de una hora por día hábil.**



# Los usuarios son:

54.1%  
mujeres

45.9%  
hombres

GLOBAL

# Principales Actividades en TikTok

Porcentaje de Usuarios Activos entre 16 y 64 años

Diversión y Entretenimiento :  
78.9% (+0.3pp)

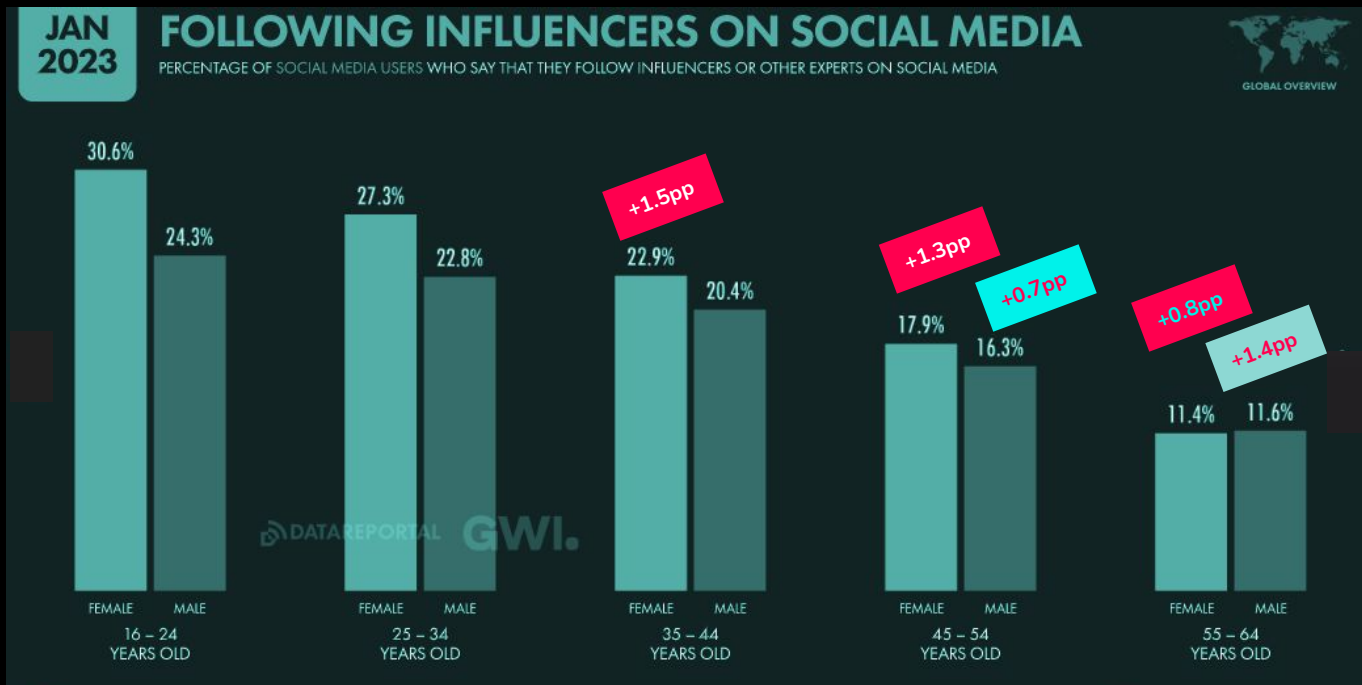
Acompañar Noticias y  
Eventos : 33.5% (+ 1.9pp)

Conectar con Amigos y  
Familia : 17.5%  
(+1.9pp)

Seguir a Marcas o búsqueda  
de Productos : 37.5%  
(aumento de +4.7pp)

Subir fotos y videos:  
37.4% (+2pp)

# Seguidores de Influencers en Social Media



Comparado a 2022  
hubo un aumento  
en el público  
mayor de 35  
años.

# Hashtags Global 2023

JAN  
2023

## TOP TIKTOK HASHTAGS

HASHTAGS THAT HAVE ATTRACTED THE GREATEST NUMBER OF VIEWS ON TIKTOK (ALL TIME)



GLOBAL OVERVIEW

| #  | HASHTAG     | POST VIEWS         | #  | HASHTAG      | POST VIEWS        | #  | HASHTAG           | POST VIEWS      |
|----|-------------|--------------------|----|--------------|-------------------|----|-------------------|-----------------|
| 01 | #FYP        | 34,989,700,000,000 | 11 | #HUMOR       | 1,527,600,000,000 | 21 | #DANCE            | 519,800,000,000 |
| 02 | #FORYOU     | 21,110,700,000,000 | 12 | #GREENSCREEN | 1,248,200,000,000 | 22 | #BTS              | 497,800,000,000 |
| 03 | #FORYOUPAGE | 13,307,800,000,000 | 13 | #ANIME       | 1,131,600,000,000 | 23 | #LEARNONTIKTOK    | 476,400,000,000 |
| 04 | #VIRAL      | 12,937,400,000,000 | 14 | #LOVE        | 1,014,600,000,000 | 24 | #FOOD             | 439,100,000,000 |
| 05 | #TIKTOK     | 4,276,800,000,000  | 15 | #STITCH      | 947,000,000,000   | 25 | #MEMES            | 416,600,000,000 |
| 06 | #TRENDING   | 3,059,800,000,000  | 16 | #MEME        | 756,800,000,000   | 26 | #GREENSCREENVIDEO | 405,200,000,000 |
| 07 | #DUJET      | 3,011,200,000,000  | 17 | #POV         | 710,000,000,000   | 27 | #VIDEO            | 394,000,000,000 |
| 08 | #FUNNY      | 2,613,300,000,000  | 18 | #FOOTBALL    | 709,600,000,000   | 28 | #ART              | 378,300,000,000 |
| 09 | #COMEDY     | 1,893,300,000,000  | 19 | #EXPLORE     | 599,300,000,000   | 29 | #GAMING           | 371,700,000,000 |
| 10 | #TREND      | 1,632,100,000,000  | 20 | #LIKE        | 533,700,000,000   | 30 | #MINECRAFT        | 367,700,000,000 |



**TikTok**  
**MÉXICO** ENE  
**2023**





# MAIN FINDINGS

Ene 2023

# MAIN FINDINGS



- Con más de 57,5 millones de usuarios, TikTok es la quinta red social con más personas activas en México
  - El número está creciendo. En 2022, la red ocupaba la misma posición pero en 2021 el octavo puesto.
- El interés también se enseña en las búsquedas activas en Google, que tienen aumento desde el comienzo de uso de la red.
  - Temas virales, como la pregunta ¿Qué es un Vladimir? generan aumento de interés y búsquedas
- Las publicaciones y canales personales de TikTok son compartidos en otras redes, principalmente Instagram
- La aplicación es la app non-game más descargada en México y se estrena en el ranking de Apps con mayor gasto del consumidor en la séptima posición.
- En México, la red es más femenina que el promedio mundial
- Perfiles de Lifestyle son los que más se destacan en el país



En México, TikTok ya alcanza en total a más de

**57,5 millones de usuarios**

\*Crecimiento Anual: 25% **+11 millones de usuarios**

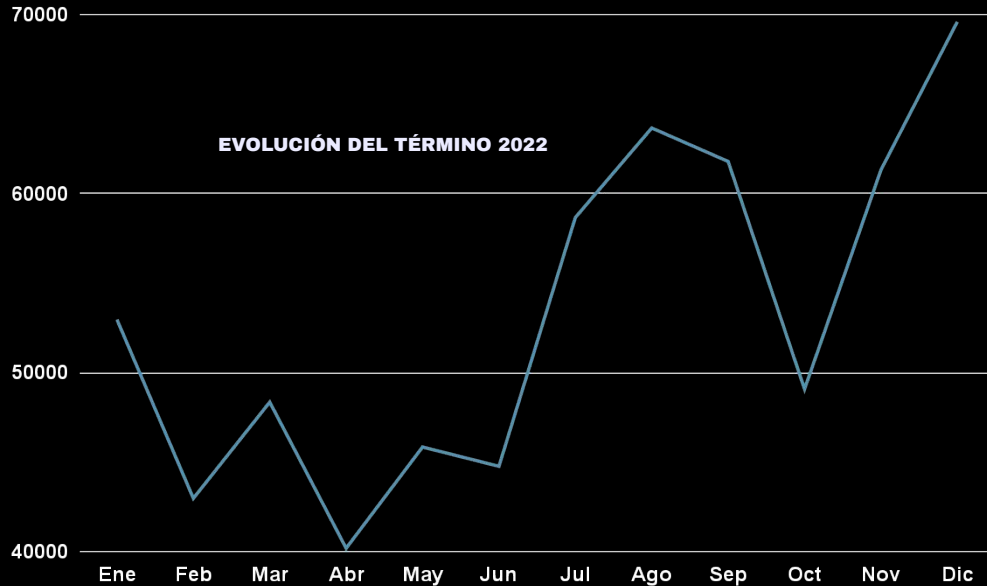


# México | La influencer “Hannah Owo” y “Cesar Pantoja” entre los principales temas de búsqueda relacionada en 2022



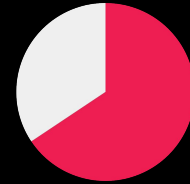
# Social Listening en idioma Español:

Las publicaciones sobre TikTok también en ascenso



El volumen de publicaciones en Instagram indica la cantidad de personas divulgando sus canales de y replicando contenido de TikTok en la red

INSTAGRAM



**66%**

419.636  
posteos recopilados

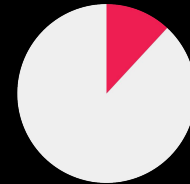
TWITTER\*



**22%**

143.694  
posteos recopilados

FACEBOOK



**12%**

76.119  
posteos recopilados

SENTIMIENTO



**48%**

Positivo



**12%**

Negativo



**40%**

Neutro



# TOP 5 Ranking de Downloads de Apps

TikTok permanece desde el 2021 en primer puesto (non-game) con más downloads en Mobile

| México    |   |
|-----------|---|
| TikTok    |   |
| Whatsapp  |   |
| Facebook  |   |
| PrendeTV  | Tiktok se mantiene como la app mobile más descargada en México desde 2021 |
| Instagram |   |





# Top Apps en gastos del consumidor

| España            |
|-------------------|
| Disney+           |
| HBO MAX           |
| Youtube           |
| Tinder            |
| Star+             |
| Crunchyroll       |
| TikTok <b>NEW</b> |

TikTok estrena en el ranking ocupando la séptima posición en gastos del consumidor para México en 2023 .





# Plataformas Favoritas de Social Media

( Respuesta en % por plataforma elegida por usuarios entre 16-64 años)

| México    |         |
|-----------|---------|
| Facebook  | 35.5%   |
| Whatsapp  | 25.8%   |
| TikTok    | 14.1% ▲ |
| Instagram | 12.6%   |
| Twitter   | 3.5%    |

TikTok es la tercera plataforma de social media preferida de México y subió un puesto desde el año pasado.

La herramienta aparece antes de canales como Twitter e Instagram, pero abajo de Facebook.

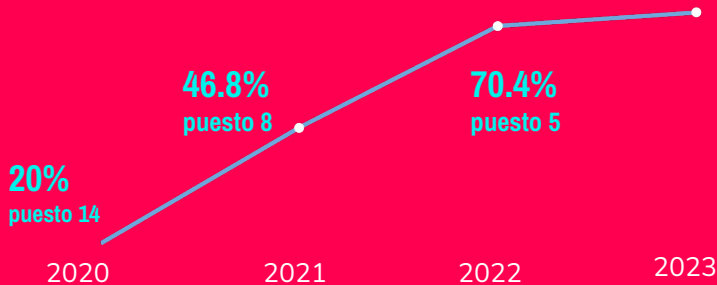
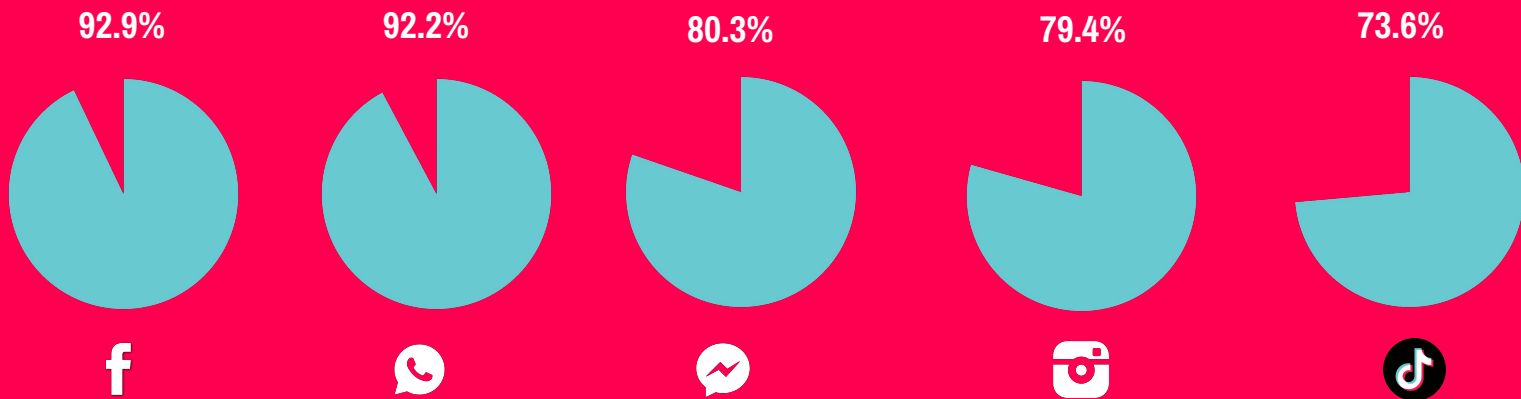
▲ Subió 1 puesto





# Plataformas de Social Media más Usadas México

( Porcentaje de usuarios entre 16 y 64 años que usan la plataforma )



# Los usuarios son:

58.3%  
mujeres

41.7%  
hombres



# TOP Marcas Mexicanas en TikTok:

## 1

**Distroller**

@distrolleroficial

119.3k users  
1.5M likes

## 2

**Sanborns**

@solosanborns

113.7k users  
831.1k likes

## 3

**Bodega Aurrera**

@bodegaaurrera

382k users  
5.9M likes

## 4

**Sabritas**

@sabritasmx

3.8k users  
3.6k likes

## 5

**CEMEX**

@cemexmx

117.4k users  
1.9M likes

## 6

**Liverpool**

@liverpool\_mexico

180.2k users  
3.2M likes

## 7

**El Palacio de Hierro**

@elpalaciodehierro

51.6k users  
796.4k likes

## 8

**Telcel**

@telcel

276.2k users  
2M likes

## 9

**Cinépolis**

@cinepolismx

1.3M users  
10.2M likes

## 10

**Cinemex**

@cinemexoficial

212.8k users  
1.7M likes





# TOP TikTok Influencers México:

**1**

**@kimberly.loaiza**  
72.4M followers

**2**

**@domelipa**  
63.6M followers

**3**

**@elrodcontreras**  
41.5M followers

**4**

**@montpantoja**  
37.4M followers

**5**

**@briandadeyanara**  
35.7M followers

**6**

**@its.michhh**  
34.7M followers

**7**

**@jdpantoja**  
32.6M followers

**8**

**@darianrojasc**  
30.8M followers

**9**

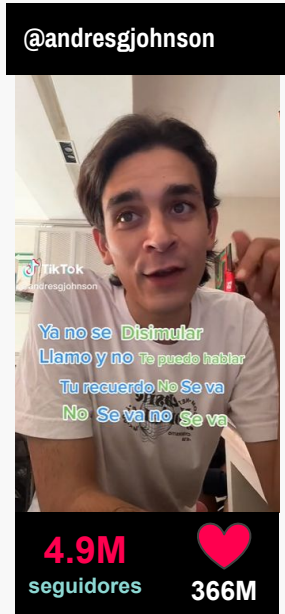
**@jashlem**  
27.3M followers

**10**

**@karolsevillaokay**  
26.6M followers



# Creadores más innovadores de 2022 - México



LIFESTYLE



LIFESTYLE



LIFESTYLE



LIFESTYLE



LIFESTYLE



# Videos populares en TikTok México 2022



# 1

@santiagoperales\_



# 2

@marifereyesc\_



# 3

@starprimavera



# 4

@fer\_yesh



# 5

@omahi.tiktok



# Hashtags últimos 30 días + Posts views



| México- Período 1/1 a 1/2/2023 |
|--------------------------------|
| #babo 471.6M                   |
| #carteldesanta 355.5M          |
| #14defebrero 153.8M            |
| #tbtiktok 153.8M               |
| #ppcdsalvc 136.5M              |
| #exagerando 6.8M               |
| #modoprincesa 7.7M             |
| #valentinesday 103.7M          |
| #odontología 108M              |
| #kelly 23.5M                   |



# 3 CONSEJOS FUNDAMENTALES PARA LA PLANIFICACIÓN DE UNA MARCA EN TIKTOK





# 1 ENTENDER EL ECOSISTEMA DEL CANAL

## CONTEXTO

La libertad creativa de la app promueve un ambiente diverso, pero también poco controlado.

La aplicación ha sido objeto de críticas por la falta de asertividad de sus políticas con respecto al contenido que puede promover el género, la violencia sexual o la promoción de comportamientos inaceptables.

## AUDIENCIA

Cuenta con una fuerte adhesión de celebridades y macro influencers.

Tiene una audiencia poderosa que alcanza el poder y tasas de interacción muy altas.

## GUIÓN

Es importante seleccionar qué desafíos y contenidos se adaptan naturalmente a tu marca o producto.

En los contenidos de imitación y humorísticos por lo general su poder viral es muy superior a otras redes sociales.

## CONTENIDO

La producción de contenido es por excelencia *low-cost* y *homemade*.

¿Cómo se difundirá el contenido de la marca? Es posible publicar en su propio nombre, a través de asociaciones con usuarios en el canal, o combinar ambos enfoques.



## **2** DEFINIR EL MENSAJE CENTRAL

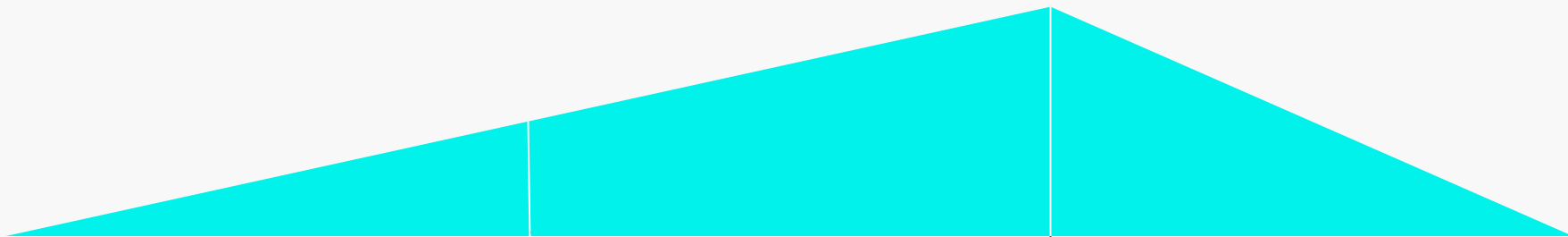
**CONTENIDO  
PROPIO**

**MENSAJE CENTRAL**

**INFLUENCERS Y  
CREADORES DE  
CONTENIDOS**



# 3 DEFINIR UN GUIÓN DE RELACIONAMIENTO



## CAPTAR

El mensaje de la marca y la estrategia de contenido son recibidos por la audiencia de manera coherente.

## ENTRETENER

A través del análisis de los datos se generan aprendizajes que permiten tomar decisiones sobre nuevos contenidos que refuerzan el mensaje de la marca con los intereses de la audiencia, haciendo que la marca sea más relevante.

## FIDELIZAR

Después de la consolidación del mensaje de la marca con la audiencia, el fortalecimiento del enfoque emocional y racional entre la audiencia y la marca promueve la relación comercial.





## En conclusión, los pasos más importantes:

Análisis de tendencias

Identificación de  
oportunidades

Estrategias  
de crecimiento

Nuevas Oportunidades &  
Re-Planteamiento

Medición  
& Análisis

Ejecución  
& Optimización

# Novedad: TikTok Academy

TikTok lanza una plataforma de educación global interactiva y gratuita, diseñada para ayudar a los anunciantes a desarrollar su experiencia en TikTok.

TikTok Academy

Empezar ahora Registrarte Español

Formación

## ¡Te damos la bienvenida a TikTok Academy!

Gana experiencia con una buena formación. Regístrate en TikTok Academy y da rienda suelta a tu creatividad para llevar tu marca a lo más alto.

Empieza ahora

“La **TikTok Academy** está diseñada para **educar a los anunciantes** a través de un viaje gamificado lleno de **experiencias interactivas y atractivas**. Esto ayudará a los anunciantes en todas las etapas a **aprender a crear contenido atractivo en TikTok** que **capte la atención de la audiencia**, al tiempo que **impulsa los resultados de negocio deseados**”


**Trevor Johnson**, director de marketing de global business solutions EUI de TikTok.


# ¡GRACIAS!

CONTÁCTANOS, WE ARE AROUND THE WORLD

ESPAÑA  
PORTUGAL  
MÉXICO  
COLOMBIA  
PERÚ  
ARGENTINA  
BRASIL

 Getbuzzmonitor.es

 @Getbuzzmonitor.es

 @getbuzzmonitor.es

<https://getbuzzmonitor.com/es/>



daniel.topete@getbuzzmonitor.com