



# Radiografía del Mercado

## Automotor: Análisis de Inteligencia Publicitaria en Latam y España.

ENERO Y FEBRERO DE 2026



# Metodología

---

Este análisis se basa en la tecnología de Admetricks, una compañía de Similarweb, que captura y procesa datos masivos sobre el comportamiento publicitario digital. La recolección de información combina mediciones directas, paneles de usuarios reales y extracción de datos públicos para garantizar una visión integral del mercado.

Para la valorización, el sistema estandariza el gasto en dólares americanos, permitiendo una comparación precisa entre los 19 países analizados. La metodología clasifica automáticamente cada pieza publicitaria según su formato (imagen, video o texto) y el dispositivo de impacto (móvil, escritorio o redes sociales), además de auditar la visibilidad real mediante la posición en el scroll de la página.

Los datos presentados corresponden al monitoreo continuo durante enero y febrero de 2026, proporcionando una base sólida para la inteligencia competitiva y el análisis de participación de mercado en la industria automotriz.

# Evolución de la inversión en LATAM: Análisis general en 19 países de Latinoamérica

Resumen



Valorización en dólares  
**\$49.427.414**

Impresiones  
**18.558.633.902**

Impacto  
**6.787.533.215**

formatos

Imagen 84.71%  
Video 13.30%  
Texto 1.99%

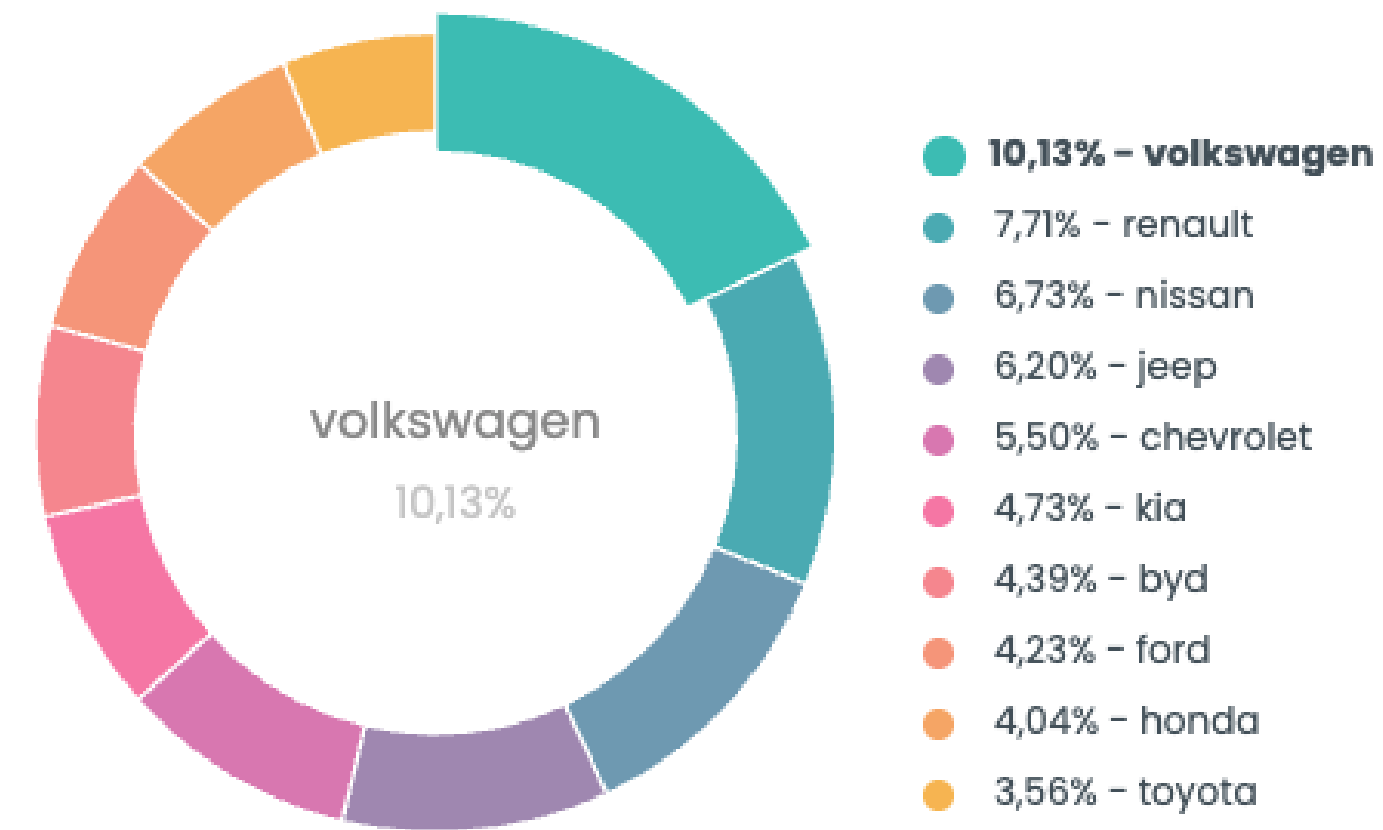
dispositivos

Móvil 51.18%  
Escritorio 29.15%  
Social Media 19.68%

- El formato de imagen domina la pauta regional con un 64,71% del total.
- Inversión total de \$49.427.414 USD acumulada en enero y febrero.
- Los dispositivos móviles lideran el impacto publicitario con un 51,18%.

# Quiénes invirtieron más durante enero y febrero: Análisis general en 19 países de Latinoamérica

## Participación de marcas valorización ▾

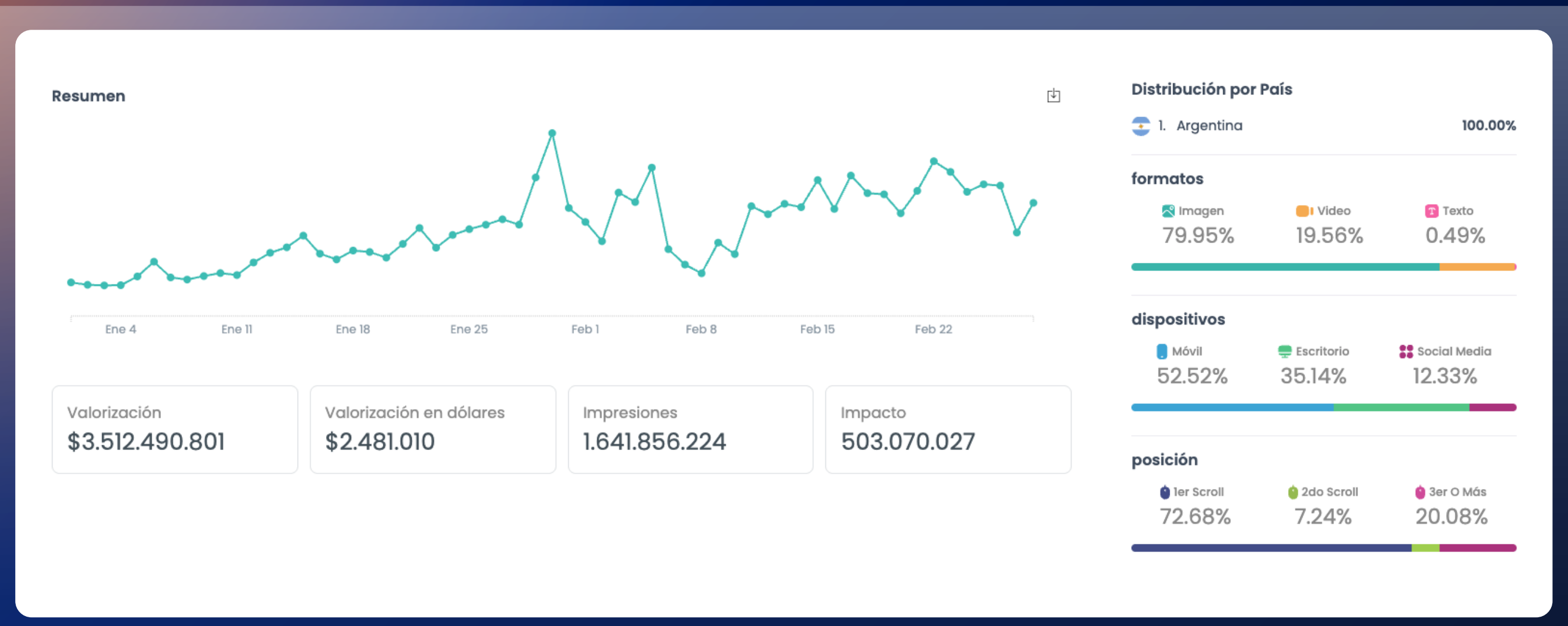


## Distribución por País

1. Brasil	33.13%
2. México	23.60%
3. España	23.34%
4. Argentina	5.02%
5. Chile	4.51%
6. Perú	2.34%
7. Colombia	1.54%
8. Ecuador	1.35%
9. Panamá	1.08%
10. Puertorico	0.90%
11. Costa Rica	0.72%
12. Guatemala	0.69%
13. Uruguay	0.58%
14. Republica Dominicana	0.27%
15. Paraguay	0.26%
16. Nicaragua	0.24%
17. El Salvador	0.22%
18. Honduras	0.12%
19. Venezuela	0.11%

- Brasil lidera la inversión regional concentrando el 33,13% del mercado.
- Volkswagen es la marca líder en inversión con un 10,13% de participación.
- México y España siguen a Brasil con cuotas de mercado superiores al 23%.

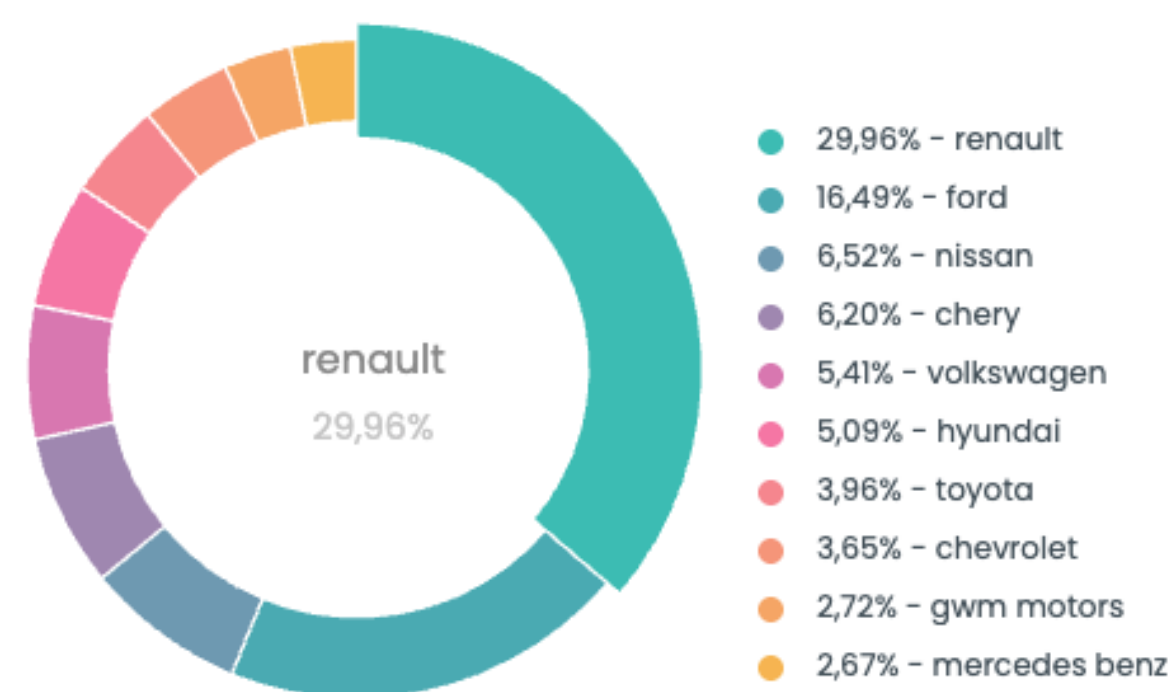
## Evolución de la inversión en Argentina: Análisis general de la inversión, formatos y dispositivos



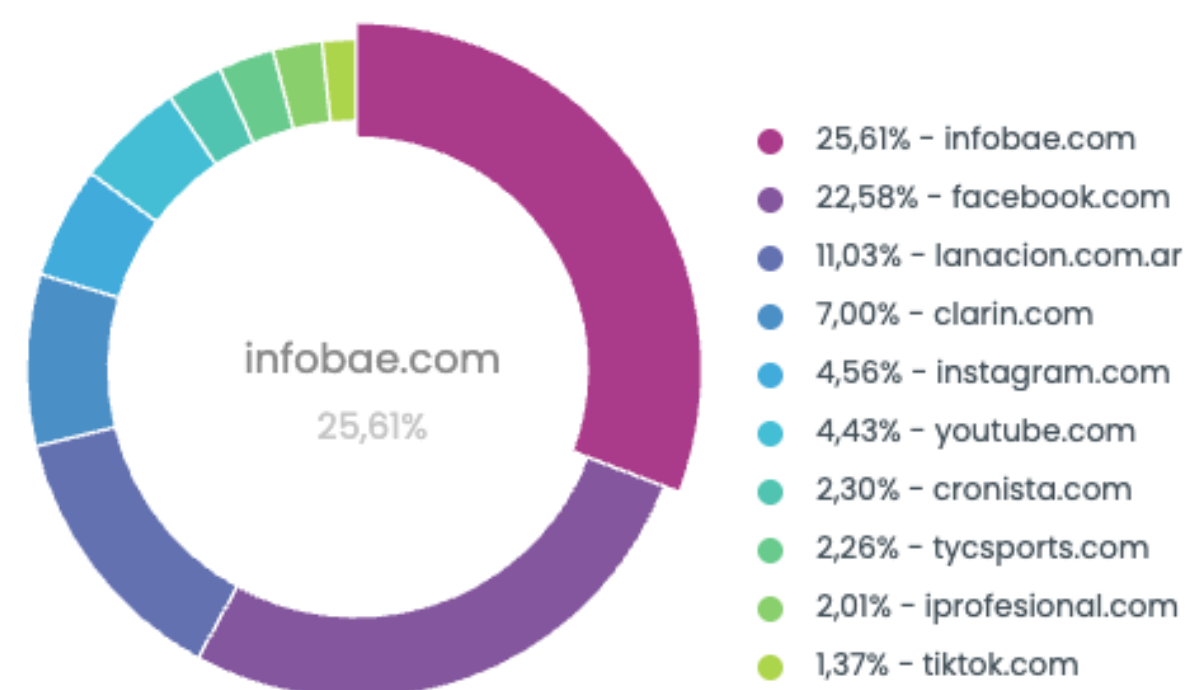
- Argentina registró una valorización publicitaria de \$2.481.010 USD.
- Predominio del formato imagen en el mercado local alcanzando el 79,95%.
- El 72,68% de los anuncios logran posicionarse en el primer scroll.

## Análisis de marcas y sitios webs en Argentina: Quienes más invirtieron más y en qué sitios webs

Participación de marcas  
valorización ▾

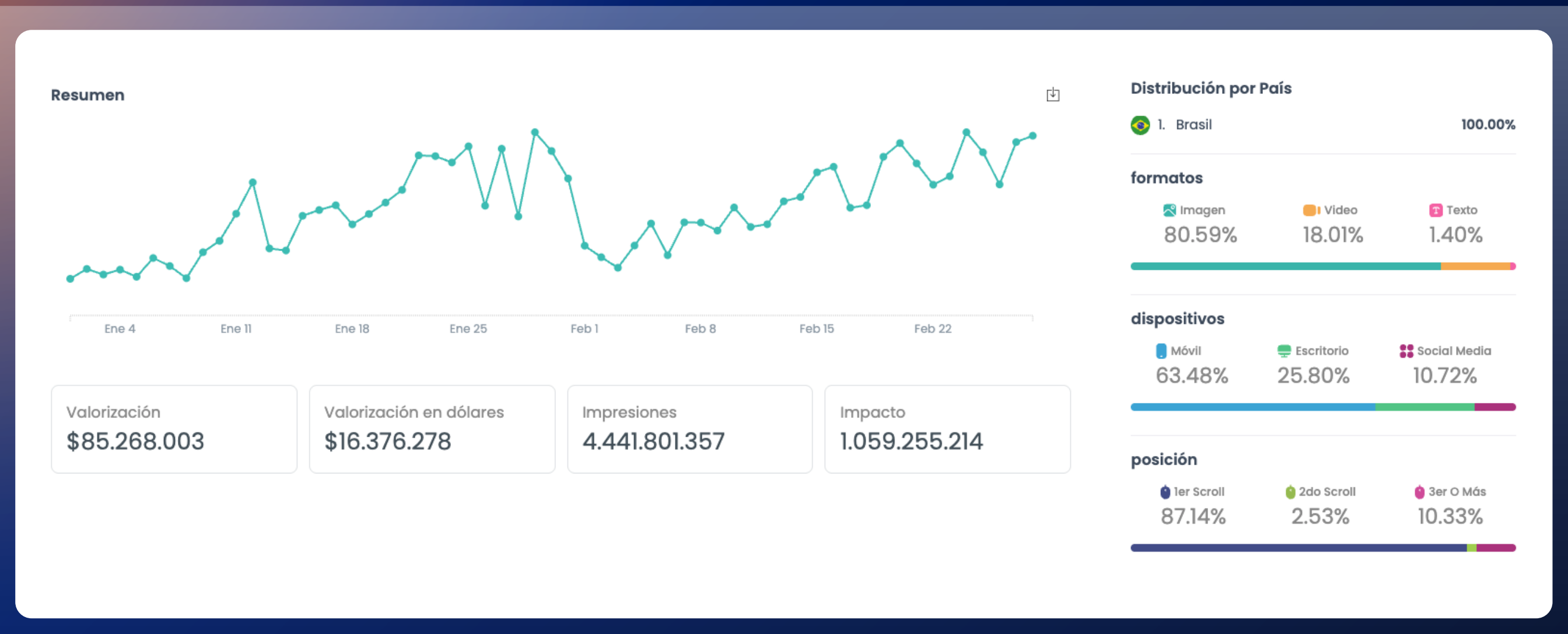


Participación en sitios web  
valorización ▾



- Renault encabeza la inversión en el país con un 29,96% de participación.
- Infobae.com es el medio principal concentrando el 25,51% de la inversión.
- Ford se ubica como el segundo competidor con un 16,49% de valorización.

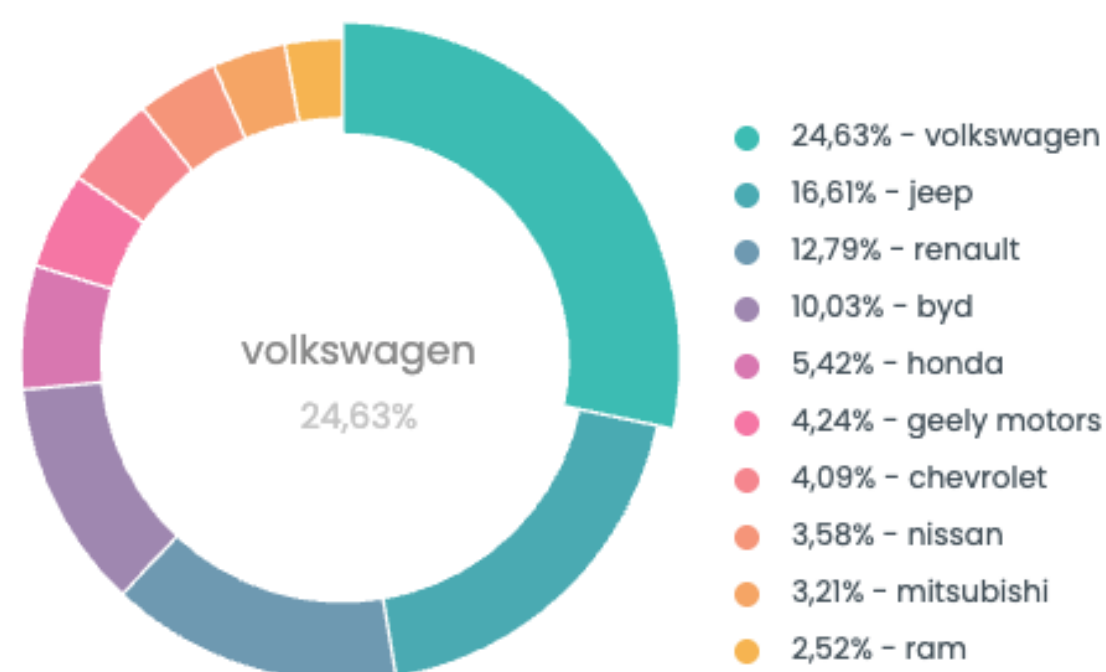
## Evolución de la inversión en Brasil: Análisis general de la inversión, formatos y dispositivos



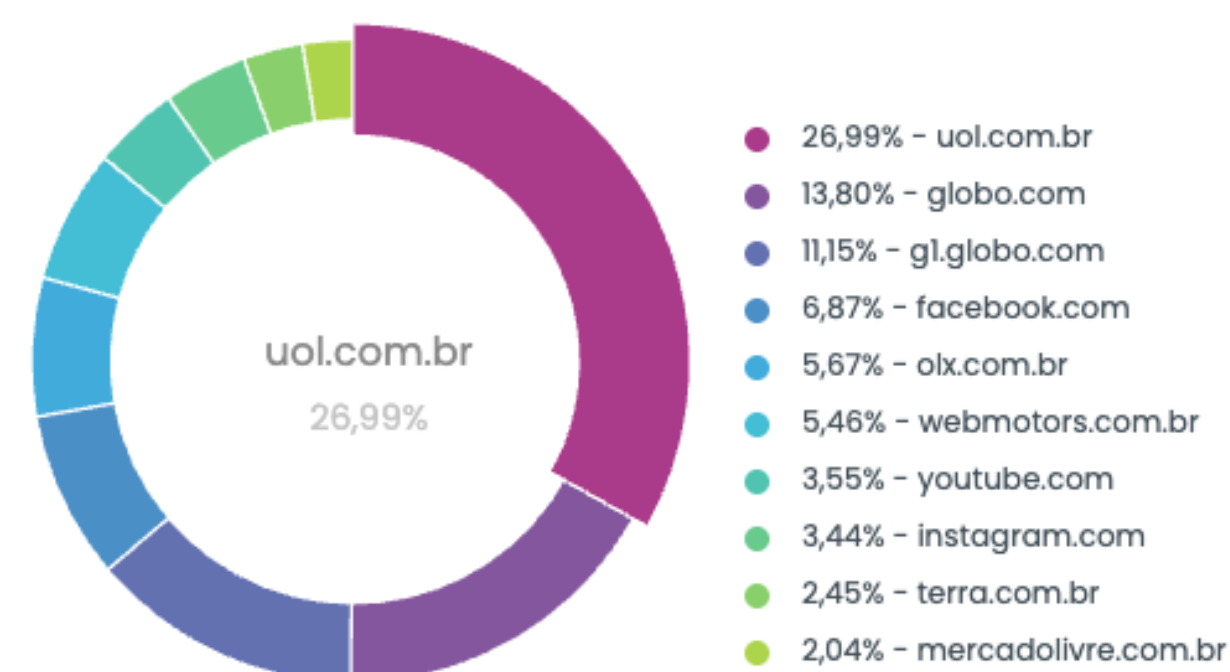
- Brasil alcanzó una valorización en dólares de \$16.376.278 en el periodo.
- Alta eficiencia en visibilidad: el 87,14% se ubica en el primer scroll.
- El uso de dispositivos móviles es muy alto, representando el 63,48%.

## Análisis de marcas y sitios webs en Brasil: Quienes más invirtieron más y en qué sitios webs

Participación de marcas  
valorización ▼

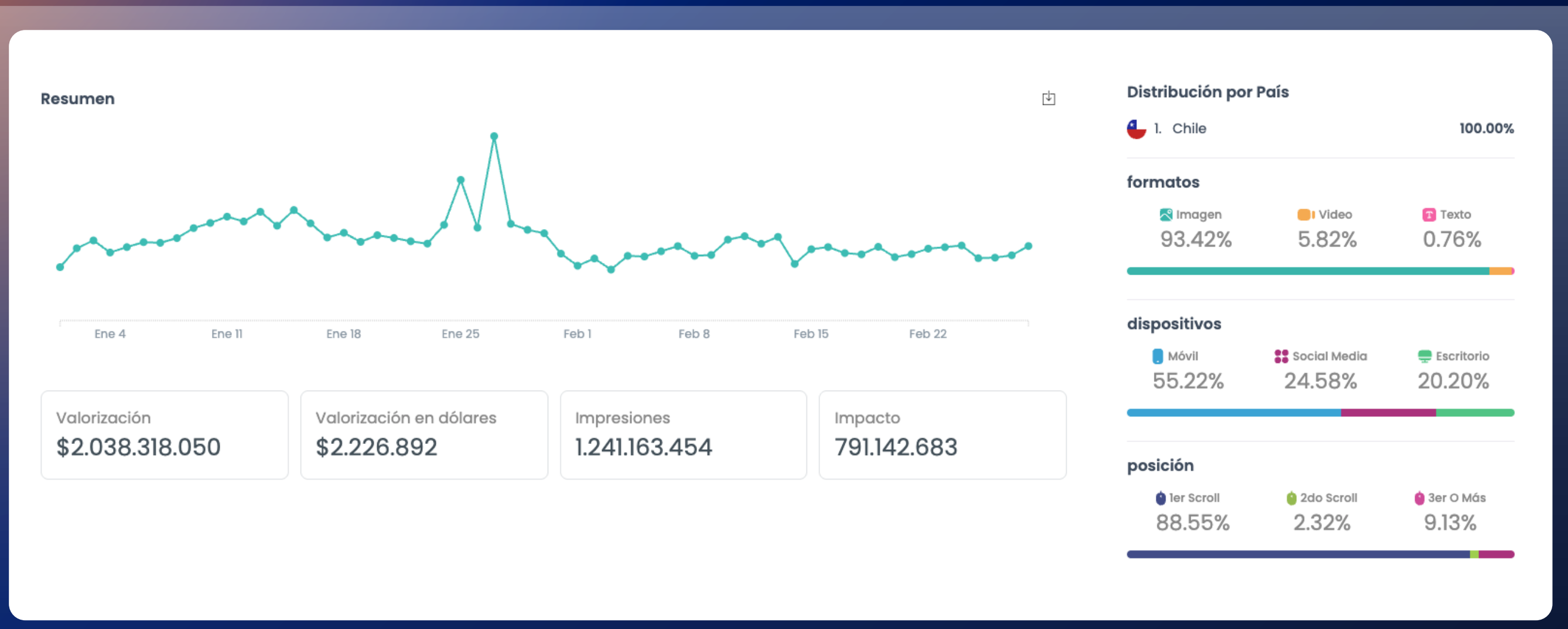


Participación en sitios web  
valorización ▼



- Volkswagen lidera la pauta en Brasil con un 24,63% de participación.
- Uol.com.br es el portal más relevante con un 26,99% de la inversión.
- Jeep mantiene una presencia sólida ocupando el 15,61% del mercado local.

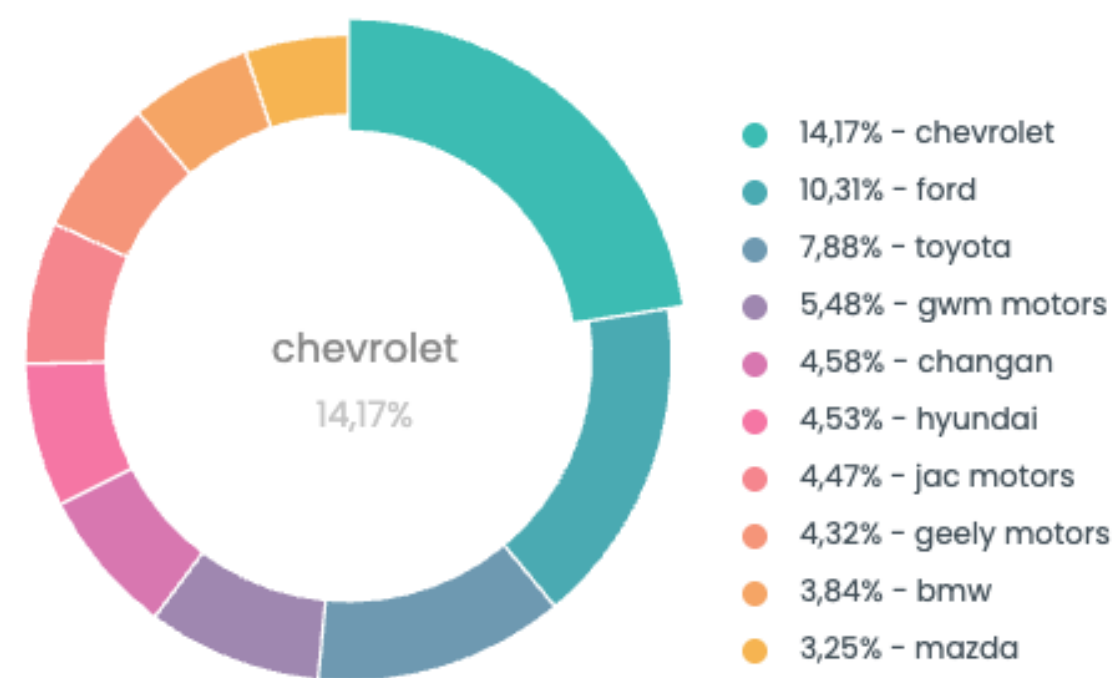
## Evolución de la inversión en Chile: Análisis general de la inversión, formatos y dispositivos



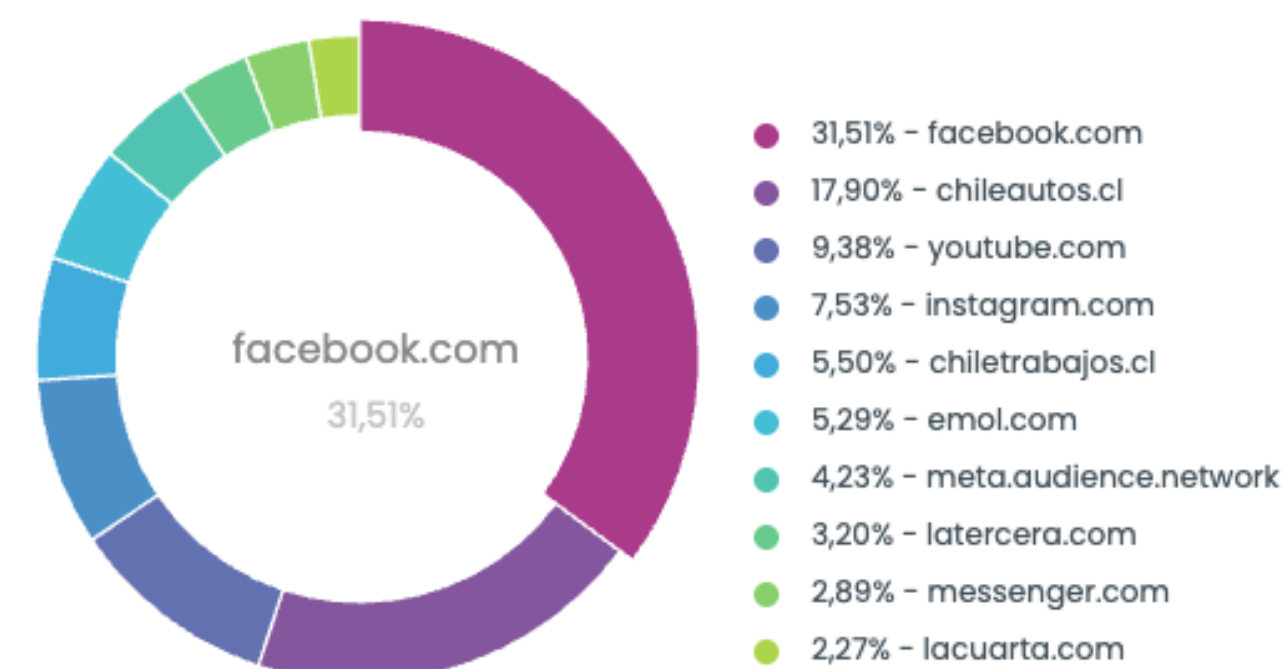
- La inversión publicitaria en Chile totalizó \$2.226.892 USD en el bimestre.
- El formato imagen es casi absoluto en este mercado llegando al 93,42%.
- Chile presenta un alto impacto en Social Media alcanzando el 24,58%.

## Análisis de marcas y sitios webs en Chile: Quienes más invirtieron más y en qué sitios webs

Participación de marcas  
valorización ▼

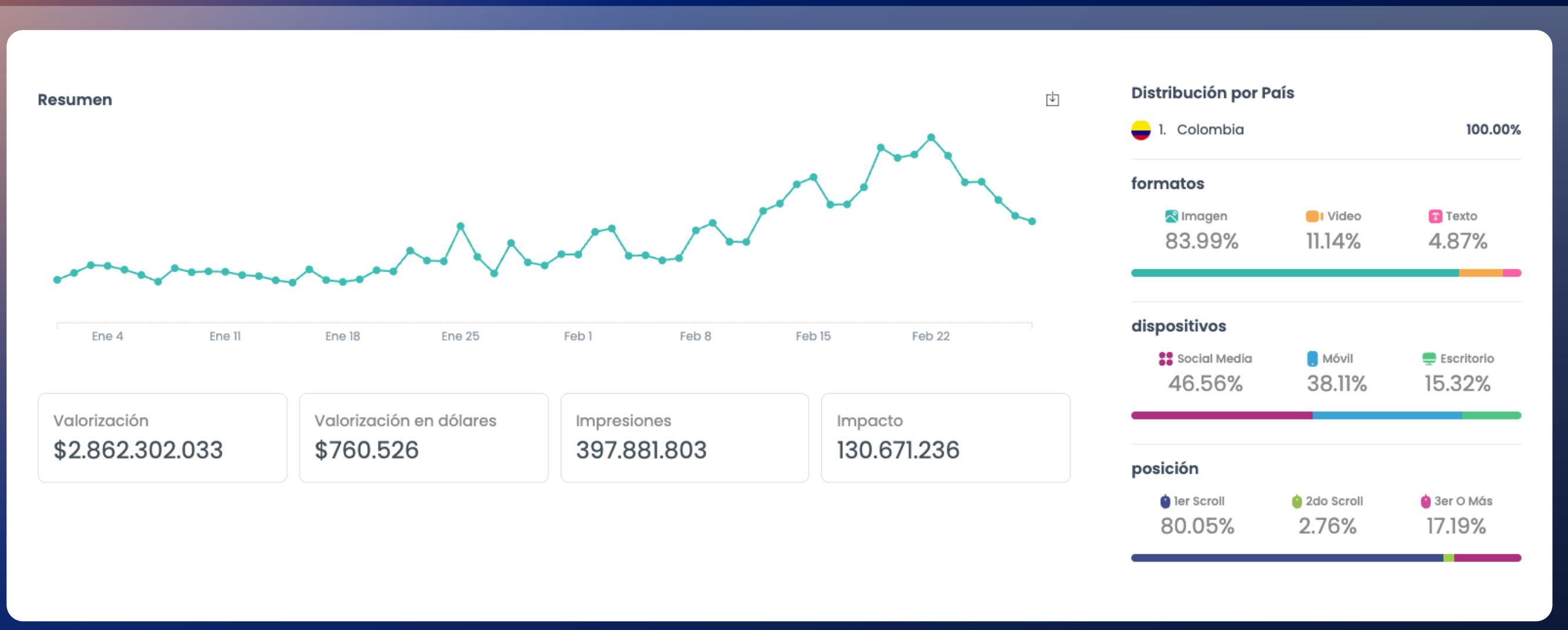


Participación en sitios web  
valorización ▼



- Chevrolet es el mayor inversor automotriz en Chile con un 14,17%.
- Facebook.com domina la pauta digital con un 31,51% de valorización.
- Ford se consolida en el segundo puesto con un 10,31% de participación.

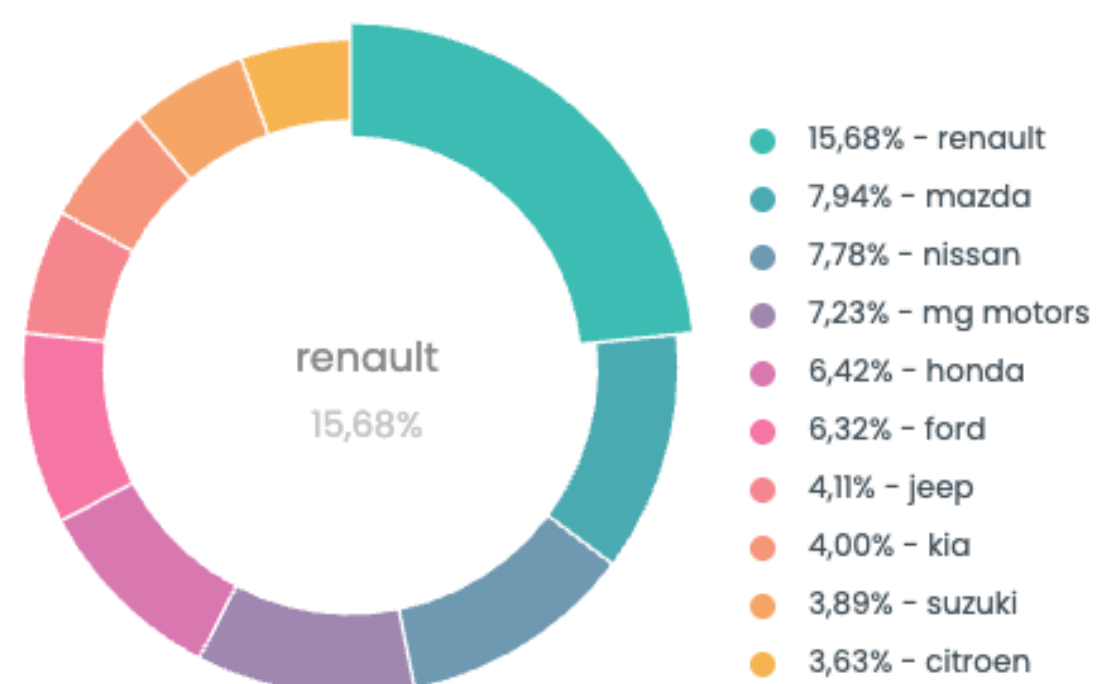
## Evolución de la inversión en Colombia: Análisis general de la inversión, formatos y dispositivos



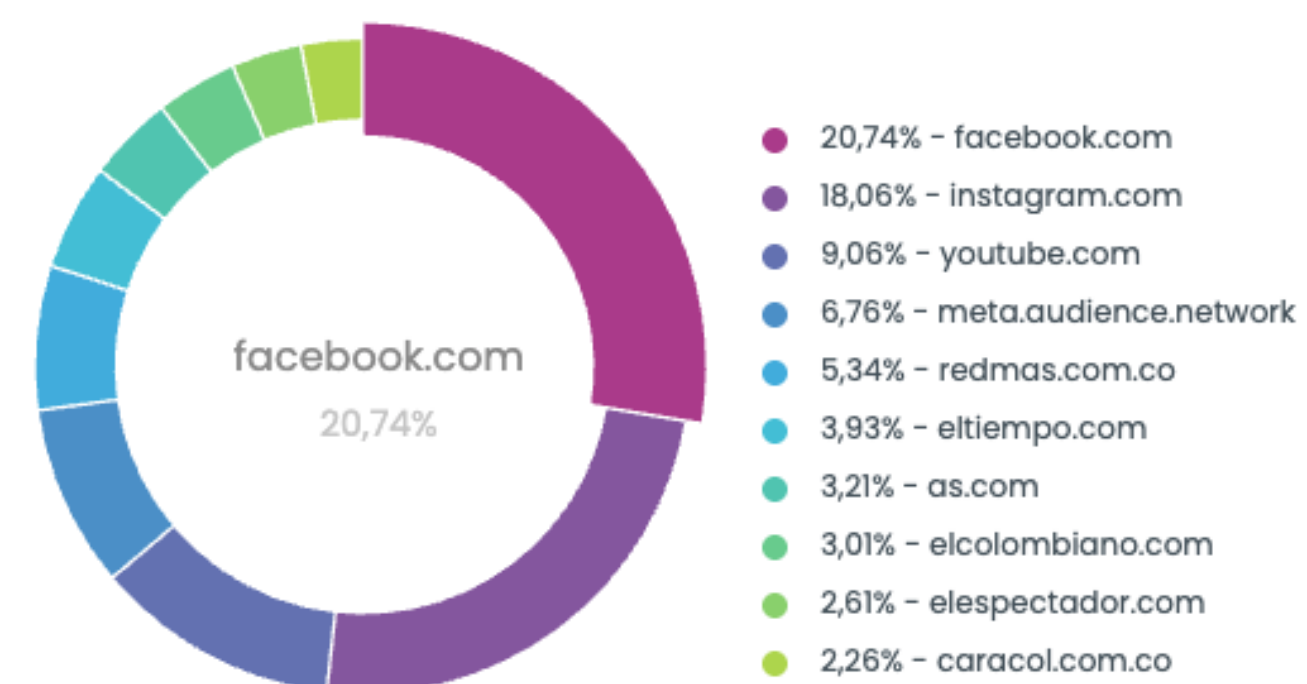
- Colombia registró una inversión en publicidad digital de \$760.526 USD.
- Los anuncios en primer scroll representan el 80,05% de la visibilidad.
- El formato de video tiene una relevancia del 11,14% en el mix local.

## Análisis de marcas y sitios webs en Colombia: Quienes más invirtieron más y en qué sitios webs

Participación de marcas  
valorización ▾



Participación en sitios web  
valorización ▾



- Renault domina la inversión en Colombia con un 15,68% del mercado.
- Las redes sociales absorben la inversión: Facebook lidera con 20,74%.
- Mazda y Nissan compiten por el segundo lugar con cerca del 7,9% cada uno.

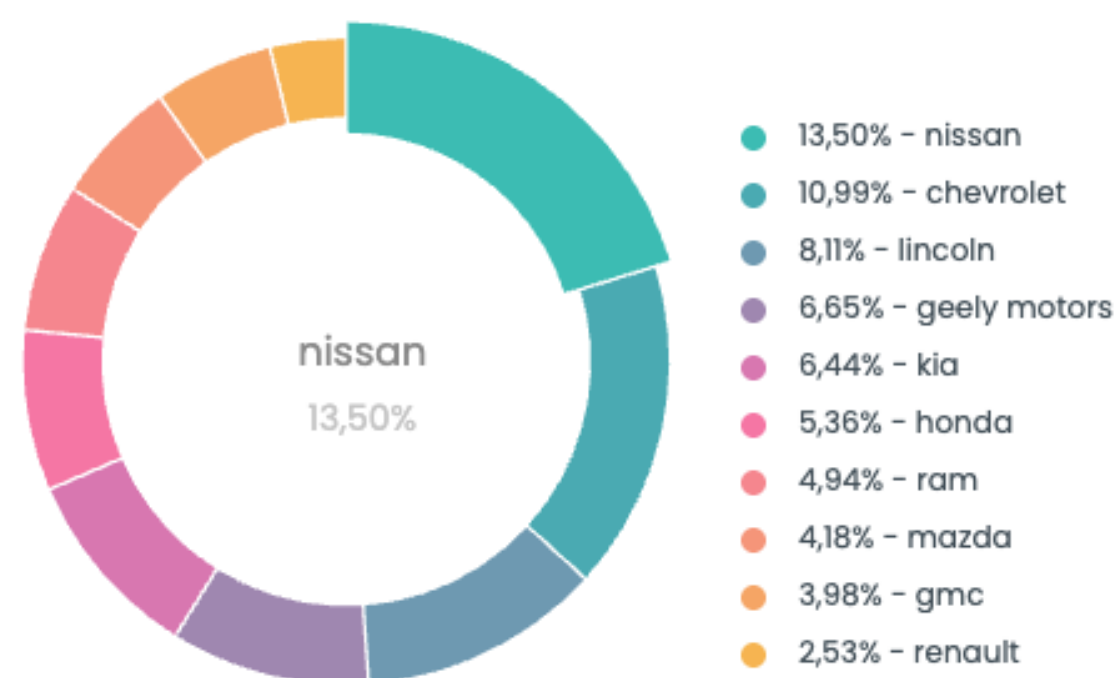
## Evolución de la inversión en México: Análisis general de la inversión, formatos y dispositivos



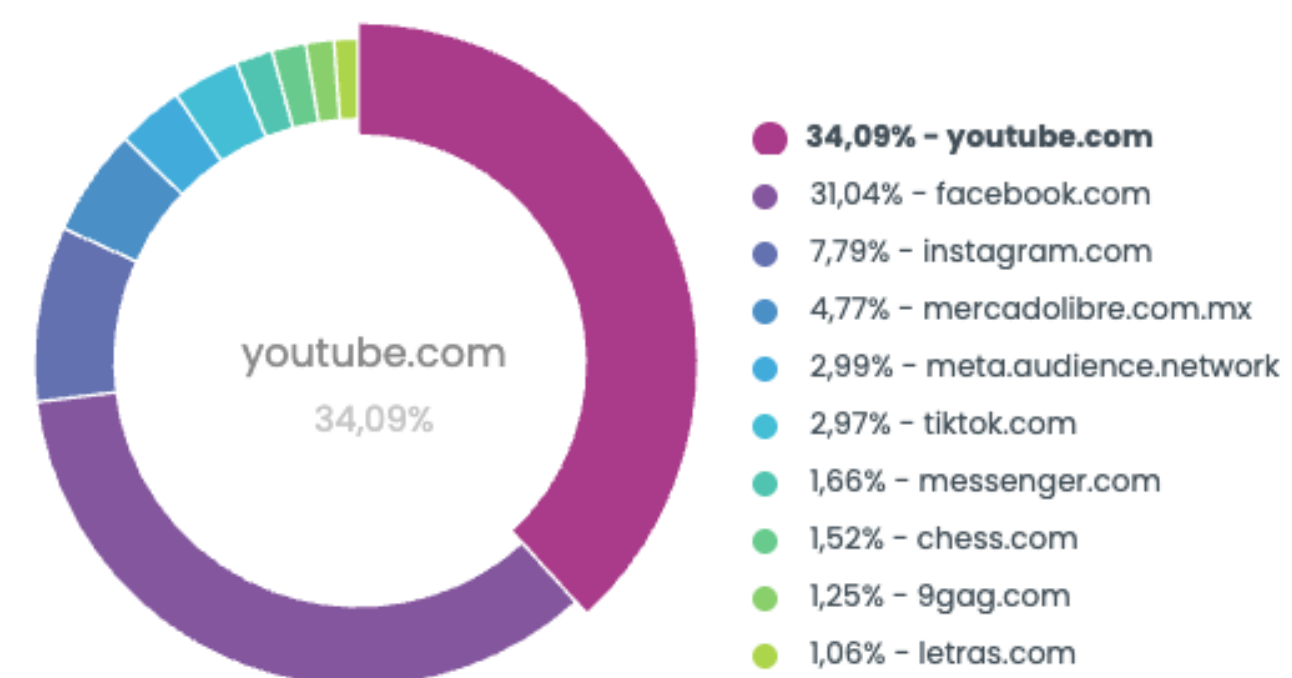
- México alcanzó una valorización publicitaria de \$11.665.366 USD.
- El mercado presenta un alto uso de computadoras de escritorio (36,82%).
- La visibilidad en primer scroll es efectiva alcanzando el 82,22%.

## Análisis de marcas y sitios webs en México: Quienes más invirtieron más y en qué sitios webs

Participación de marcas  
valorización ▾

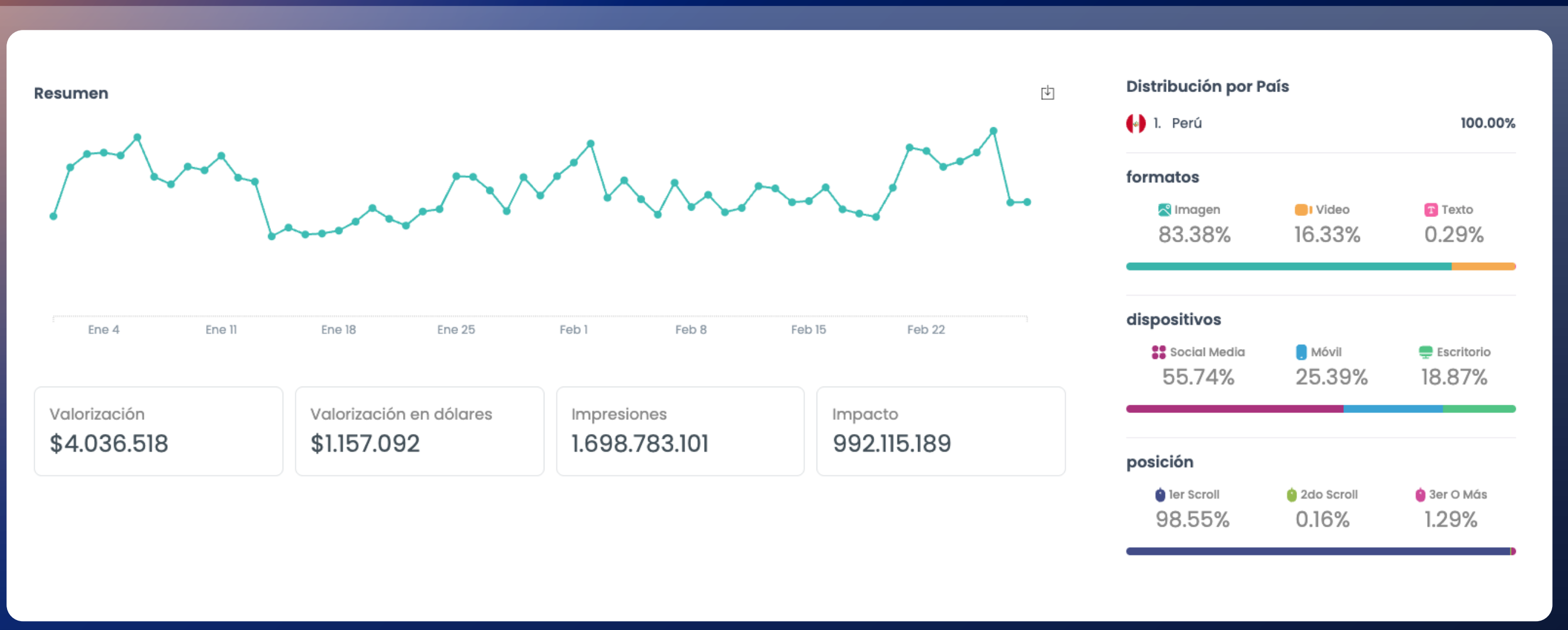


Participación en sitios web  
valorización ▾



- Nissan lidera la inversión publicitaria en México con un 13,50%.
- Youtube.com es el sitio preferido capturando el 34,09% de la pauta.
- Chevrolet mantiene el segundo lugar con un 10,99% de participación.

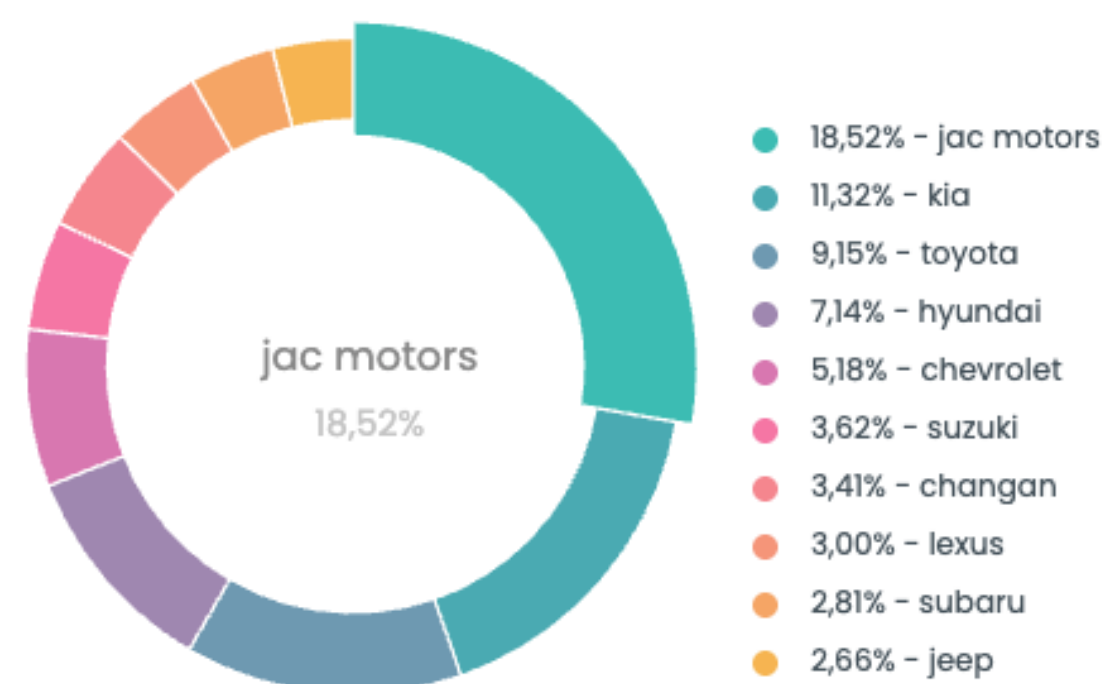
## Evolución de la inversión en Perú: Análisis general de la inversión, formatos y dispositivos



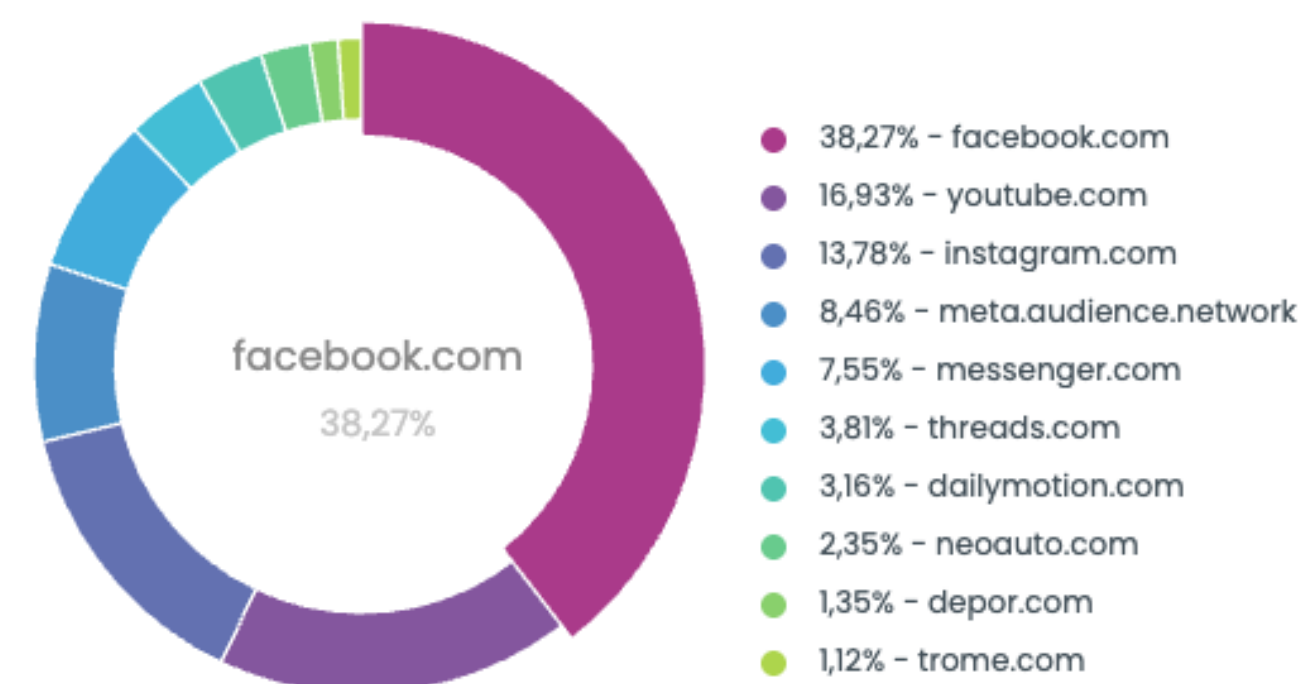
- Perú alcanzó una valorización de \$1.157.092 USD en el primer bimestre.
- Récord regional de visibilidad: el 98,55% está en el primer scroll.
- Social Media es el canal predominante con un impacto del 55,74%.

## Análisis de marcas y sitios webs en Perú: Quienes más invirtieron más y en qué sitios webs

Participación de marcas  
valorización ▼

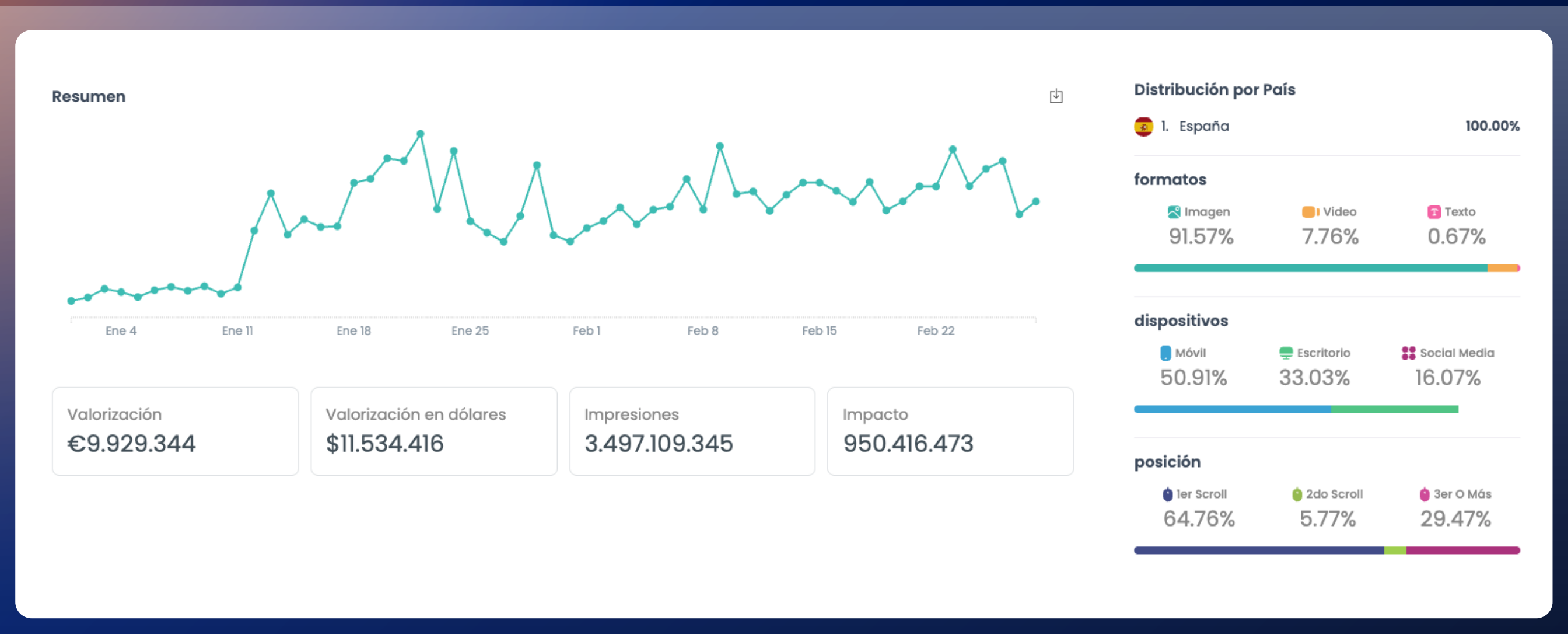


Participación en sitios web  
valorización ▼



- Jac Motors es el líder indiscutido con un 18,52% de participación.
- Facebook.com concentra la mayor pauta peruana con un 38,27%.
- Kia se posiciona como el segundo inversor con un 11,32% del mercado.

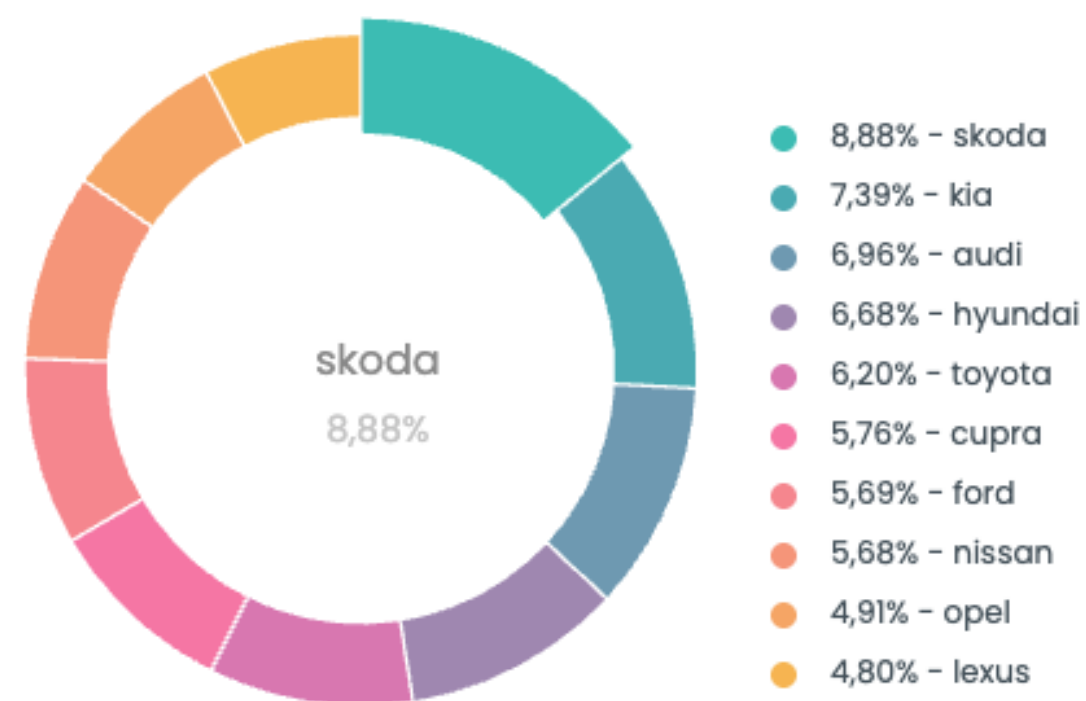
## Evolución de la inversión en España: Análisis general de la inversión, formatos y dispositivos



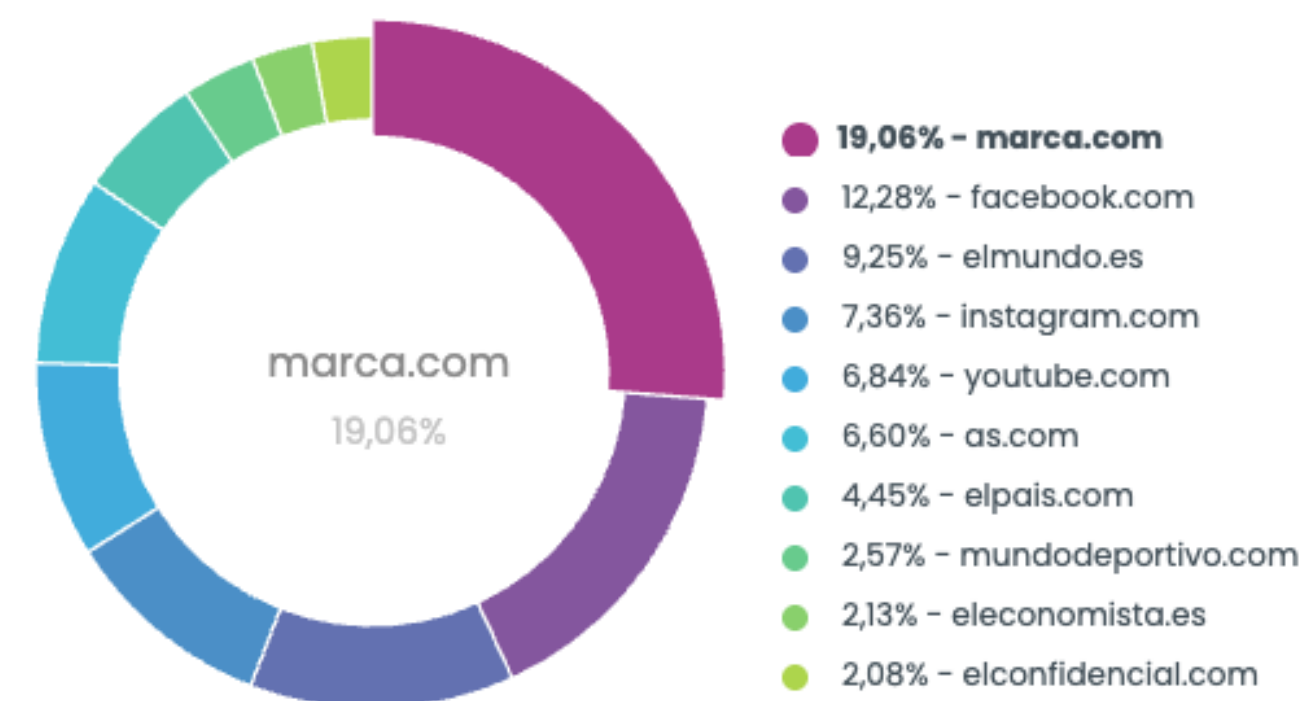
- España registró una inversión digital total de \$11.534.416 USD.
- El formato imagen es predominante alcanzando el 91,57% de la pauta.
- La distribución entre móvil (50,9%) y escritorio (33%) es equilibrada.

## Análisis de marcas y sitios webs en España: Quienes más invirtieron más y en qué sitios webs

Participación de marcas  
valorización ▾



Participación en sitios web  
valorización ▾



- Skoda lidera la inversión en el mercado español con un 8,88%.
- Marca.com es el medio principal con un 19,06% de la inversión total.
- Kia y Audi mantienen una competencia cerrada por el segundo puesto.

# Sobre nosotros

---



Similarweb es una plataforma de inteligencia digital que permite a las marcas y Retailers aumentar su cuota de mercado digital al agregar información sobre el comportamiento en línea de los usuarios reales, obtenida de mediciones directas, redes contributivas, paneles medidos, asociaciones de datos y extracción de datos públicos.

Confiada por los especialistas en marketing de todo el mundo, Similarweb proporciona los datos y herramientas para el análisis de la industria y la inteligencia competitiva, para que las empresas puedan superar a sus rivales.



Ad Intelligence permite conocer la participación de mercado de diferentes marcas en una categoría, conocer los planes de medios de los competidores, conocer el aporte individual e incremental que aporta cada medio al reach, obtener GRPs para comparar con medios offline y verificar que las campañas aparecieron en un medio. En el siguiente reporte de Ad Intelligence, podrás encontrar las industrias, medios, formatos y dispositivos con mayor inversión en publicidad digital.

---

## Agenda tu llamada

Descubre cómo AdIntelligence puede transformar tu estrategia publicitaria. Agenda una llamada con nosotros y conoce todas las ventajas que nuestra plataforma puede ofrecerte.

[¡Conoce más aquí!](#)