



El Mundial de los Medios en Latinoamérica: Tácticas de Tráfico Web y Seo en los principales medios de la región.

Abril de 2026

Metodología

Metodología y Fuentes de Datos

El presente reporte ha sido desarrollado mediante un esfuerzo conjunto utilizando las plataformas líderes en inteligencia digital y monitoreo publicitario, Similarweb y Admetricks. Para garantizar la precisión y relevancia de los insights, se aplicó un riguroso proceso de extracción y análisis de datos enfocados en la industria de noticias y medios de comunicación en los mercados de Argentina, Chile, Colombia, México y Perú durante el periodo de análisis correspondiente a abril de este año.

Cobertura de Tráfico y Comportamiento Web

A través de la tecnología de Similarweb, se midió el volumen total de visitas mensuales tanto en computadoras de escritorio como en dispositivos móviles para identificar las fluctuaciones de la audiencia digital de un mes a otro. Asimismo, mediante el desglose detallado de carpetas y subdominios, se aisló el comportamiento y la cuota de participación de las secciones específicas de deportes y fútbol dentro de los portales líderes de cada país, permitiendo entender el peso real de esta temática en la estrategia de contenido global de cada medio.

Monitoreo de Inversión Publicitaria











Por medio de las herramientas de auditoría de Admetricks, se rastrearon las campañas de búsqueda paga ejecutadas por los diferentes actores del ecosistema mediático. Esta métrica de gasto estimado en pago por clic permitió mapear la agresividad presupuestaria y discernir entre aquellos competidores que apuestan por la tracción netamente orgánica y aquellos que invierten capital de forma agresiva para asegurar su visibilidad ante términos altamente competitivos.

Inteligencia de Búsqueda y SERP Players

Para medir el impacto de la fiebre mundialista en los buscadores, se estructuró una lista de palabras clave personalizada con alta intención de búsqueda enfocada en el torneo. Con esta base, Similarweb identificó a los SERP Players dentro de la categoría de medios, los cuales representan a los dominios que efectivamente capturaron la mayor cantidad de clics promedio semanales en los resultados de Google, visibilizando la efectividad real de sus estrategias de posicionamiento web más allá de su renombre histórico o tamaño general.











Argentina: El Tráfico de la Pasión

Las audiencias se concentran en los grandes referentes informativos digitales.

	Player (100)	Monthly visits ↓	PoP Change	Direct Traffic	Branded Search Volume	PPC Spend	Unique visitors
1	 infobae.com	100.5M <small>17.19%</small>	↓ 10.30%	68.27M	6.3M <small>12.93%</small>	\$270,919	12.19M
2	 lanacion.com.ar	48.5M <small>8.30%</small>	↓ 6.49%	30.23M	2.7M <small>5.53%</small>	\$148,824	12.03M
3	 yahoo.com	37.3M <small>6.39%</small>	↓ 3.92%	29.31M	1.4M <small>2.97%</small>	\$0.001	9.014M
4	 clarin.com	35.6M <small>6.10%</small>	↓ 12.21%	22.75M	1.8M <small>3.77%</small>	\$25,274	7.471M
5	 tn.com.ar	27.8M <small>4.76%</small>	↓ 10.67%	14.23M	1M <small>2.16%</small>	\$49,658	10.20M
6	 pagina12.com.ar	18.6M <small>3.18%</small>	↓ 12.51%	11.95M	1.2M <small>2.43%</small>	N/A	4.550M
7	 ambito.com	17.3M <small>2.96%</small>	↓ 18.03%	11.69M	739.5K <small>1.52%</small>	N/A	3.564M
8	 perfil.com	15M <small>2.57%</small>	↓ 5.61%	8.925M	461.4K <small>0.95%</small>	N/A	4.341M
9	 smn.gob.ar	11.8M <small>2.02%</small>	↓ 10.00%	8.583M	1.7M <small>3.45%</small>	N/A	1.401M
10	 cronista.com	11.8M <small>2.01%</small>	↑ 2.19%	6.367M	546.2K <small>1.13%</small>	\$72,425	4.110M

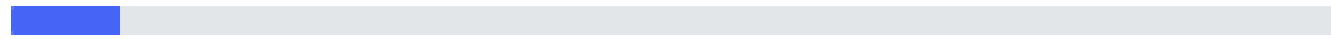
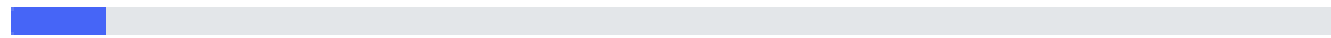
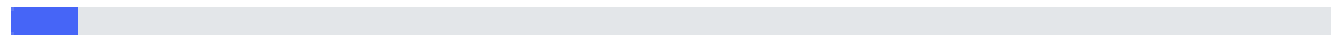
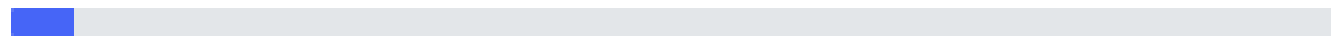
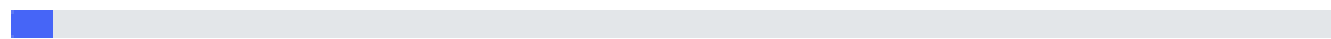
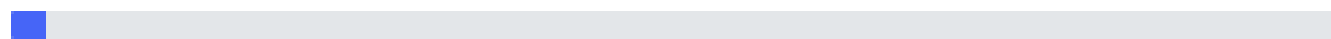



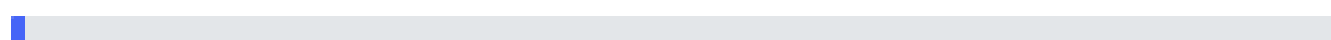
Argentina: Presión Alta en Inversión Publicitaria

Infobae y La Nación sacan la billetera para asegurar el liderazgo en los buscadores.

	Player (100)	Monthly visits	PoP Change	Direct Traffic	Branded Search Volume	PPC Spend ↓	Unique visitors
1	 infobae.com	100.5M <small>17.19%</small>	↓ 10.30%	68.27M	6.3M <small>12.93%</small>	\$270,919	12.19M
2	 lanacion.com.ar	48.5M <small>8.30%</small>	↓ 6.49%	30.23M	2.7M <small>5.53%</small>	\$148,824	12.03M
3	 eldestapeweb.com	10M <small>1.72%</small>	↓ 17.64%	4.684M	216.2K <small>0.45%</small>	\$75,270	4.289M
4	 cronista.com	11.8M <small>2.01%</small>	↑ 2.19%	6.367M	546.2K <small>1.13%</small>	\$72,425	4.110M
5	 tn.com.ar	27.8M <small>4.76%</small>	↓ 10.67%	14.23M	1M <small>2.16%</small>	\$49,658	10.20M
6	 clarin.com	35.6M <small>6.10%</small>	↓ 12.21%	22.75M	1.8M <small>3.77%</small>	\$25,274	7.471M
7	 lavoz.com.ar	9.6M <small>1.65%</small>	↓ 0.83%	5.546M	501.6K <small>1.03%</small>	\$13,936	2.520M
8	 airedesantafe.com.ar	2.1M <small>0.36%</small>	↓ 3.54%	1.029M	83.9K <small>0.17%</small>	\$13,388	821,295
9	 mdzol.com	7M <small>1.20%</small>	↓ 6.76%	3.994M	296.4K <small>0.61%</small>	\$12,492	1.878M
10	 ellitoral.com	3.1M <small>0.53%</small>	↓ 13.91%	1.576M	434.4K <small>0.90%</small>	\$10,632	1.142M

Argentina: El Motor del Contenido es Deportivo

La sección de deportes de Infobae lidera el share del portal y sostiene el engagement.

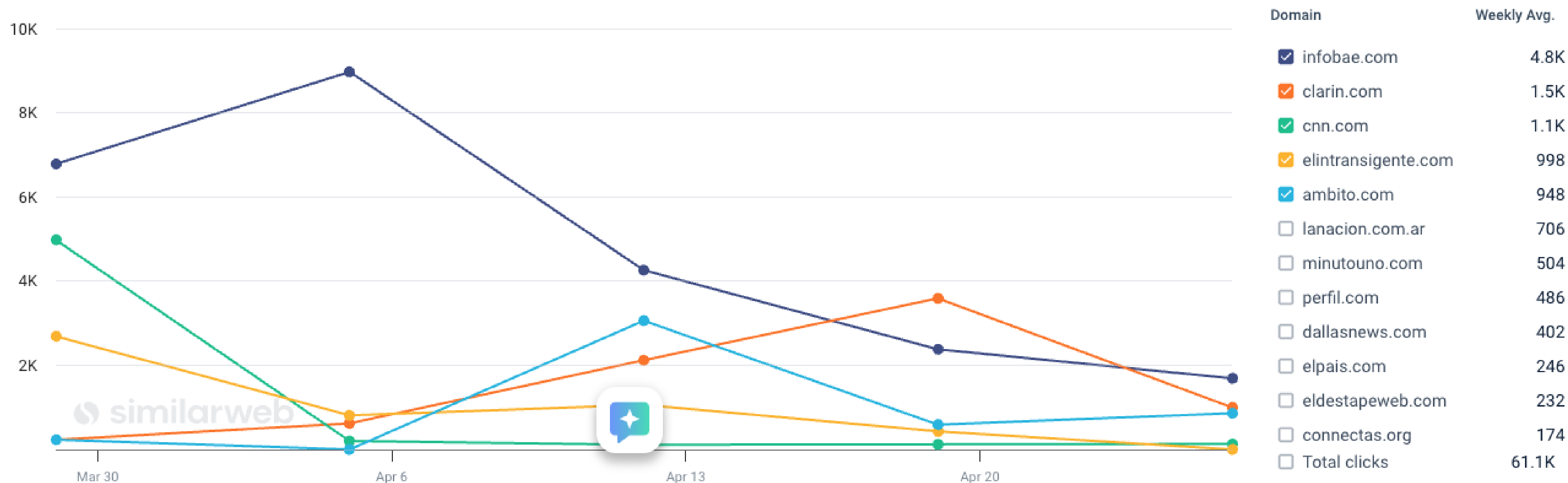
	Folder (4297)	Share ↓	MoM Change
1	⊕ infobae.com/deportes	8.21% 	↓ 0.45 pp
2	⊕ infobae.com/sociedad	7.07% 	↑ 0.26 pp
3	⊕ infobae.com/teleshow	4.99% 	↑ 0.09 pp
4	⊕ infobae.com/economia	4.82% 	↓ 0.06 pp
5	⊕ infobae.com/america	3.13% 	↓ 0.83 pp
6	⊕ infobae.com/politica	2.69% 	↓ 0.45 pp
7	⊕ infobae.com/salud	1.49% 	↓ 0.2 pp
8	⊕ infobae.com/judiciales	1.40% 	↑ 0.51 pp
9	⊕ infobae.com/historias	1.13% 	↑ 0.11 pp
10	⊕ infobae.com/tendencias	1.05% 	↑ 0.06 pp

Argentina: La Posesión del Balón en Google

Infobae domina el mediocampo de las búsquedas mundiales con más clics semanales.











Total Clicks Over Time

Mar 2026 - Apr 2026  Argentina  All traffic













Chile: El Pulso de la Audiencia Local

Emol y BíoBío lideran cómodos la tabla de posiciones en visitas totales.

	Player (100)	Monthly visits ↓	PoP Change	Direct Traffic	Branded Search Volume	PPC Spend	Unique visitors
1	 emol.com	41.7M <u>18.43%</u>	↓ 14.83%	30.09M	1.2M <u>6.46%</u>	N/A	3.047M
2	 biobiochile.cl	38.6M <u>17.09%</u>	↓ 9.71%	20.09M	1.2M <u>6.73%</u>	N/A	4.277M
3	 latercera.com	22.4M <u>9.91%</u>	↓ 3.59%	12.61M	329.4K <u>1.80%</u>	\$15.457	4.430M
4	 yahoo.com	13.3M <u>5.88%</u>	↑ 2.72%	11.50M	286.2K <u>1.57%</u>	N/A	2.495M
5	 lacuarta.com	9.6M <u>4.23%</u>	↓ 31.23%	6.352M	481.2K <u>2.63%</u>	N/A	989,105
6	 lun.com	8.3M <u>3.66%</u>	↓ 35.22%	6.064M	374.7K <u>2.05%</u>	N/A	907,260
7	 adnradio.cl	6.6M <u>2.92%</u>	↓ 20.74%	2.517M	196.8K <u>1.08%</u>	N/A	3.071M
8	 t13.cl	6M <u>2.65%</u>	↓ 13.50%	2.038M	98.8K <u>0.54%</u>	N/A	2.860M
9	 elmostrador.cl	5.7M <u>2.53%</u>	↑ 8.43%	3.373M	83.1K <u>0.46%</u>	N/A	1.193M
10	 infobae.com	5.3M <u>2.36%</u>	↓ 14.15%	2.548M	27.1K <u>0.15%</u>	\$3,886	2.289M


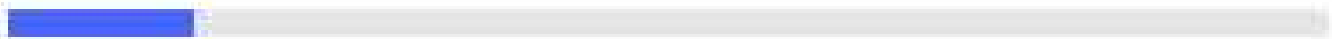


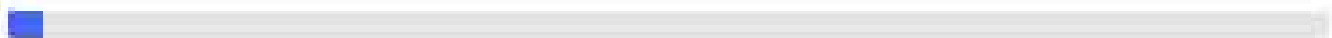
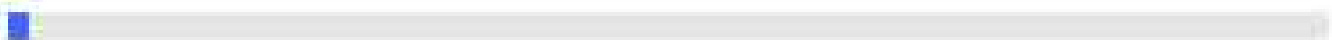




Chile: Estrategia de Repliegue en Pauta Paga

Los medios tradicionales guardan presupuesto y ceden la pauta a portales especializados.

	Player (100)	Monthly visits	PoP Change	Direct Traffic	Branded Search Volume	PPC Spend ↓	Unique visitors
1	 ciperchile.cl	960.8K <small>0.43%</small>	↑ 74.25%	270,946	24.5K <small>0.13%</small>	\$12,772	447,523
2	 df.cl	4.6M <small>2.03%</small>	↓ 14.43%	2.675M	118.4K <small>0.65%</small>	\$5,226	1.242M
3	 infobae.com	5.3M <small>2.36%</small>	↓ 14.15%	2.548M	27.1K <small>0.15%</small>	\$3,886	2.289M
4	 cronista.com	639K <small>0.28%</small>	↑ 16.98%	329,113	- <small>< 0.01%</small>	\$1,301	371,394
5	 nytimes.com	701.8K <small>0.31%</small>	↓ 17.03%	390,278	52.2K <small>0.29%</small>	\$1,150	320,093
6	 lanacion.com.ar	1.6M <small>0.73%</small>	↓ 2.31%	911,364	9.8K <small>0.05%</small>	\$1,061	897,281
7	 mdzol.com	234.8K <small>0.10%</small>	↓ 14.32%	138,014	N/A	\$527.455	109,361
8	 tn.com.ar	299.1K <small>0.13%</small>	↓ 18.11%	143,117	15.3K <small>0.08%</small>	\$323.788	206,665
9	 mubi.com	252.5K <small>0.11%</small>	↓ 20.33%	98,786	46.3K <small>0.25%</small>	\$88.641	126,996
10	 elespanol.com	1.5M <small>0.66%</small>	↓ 14.31%	466,503	9.7K <small>0.05%</small>	\$30.995	662,099

Chile: La Resiliencia de la Vertical Deportes

La sección de deportes de Emol rompe la tendencia a la baja y es la que más crece.

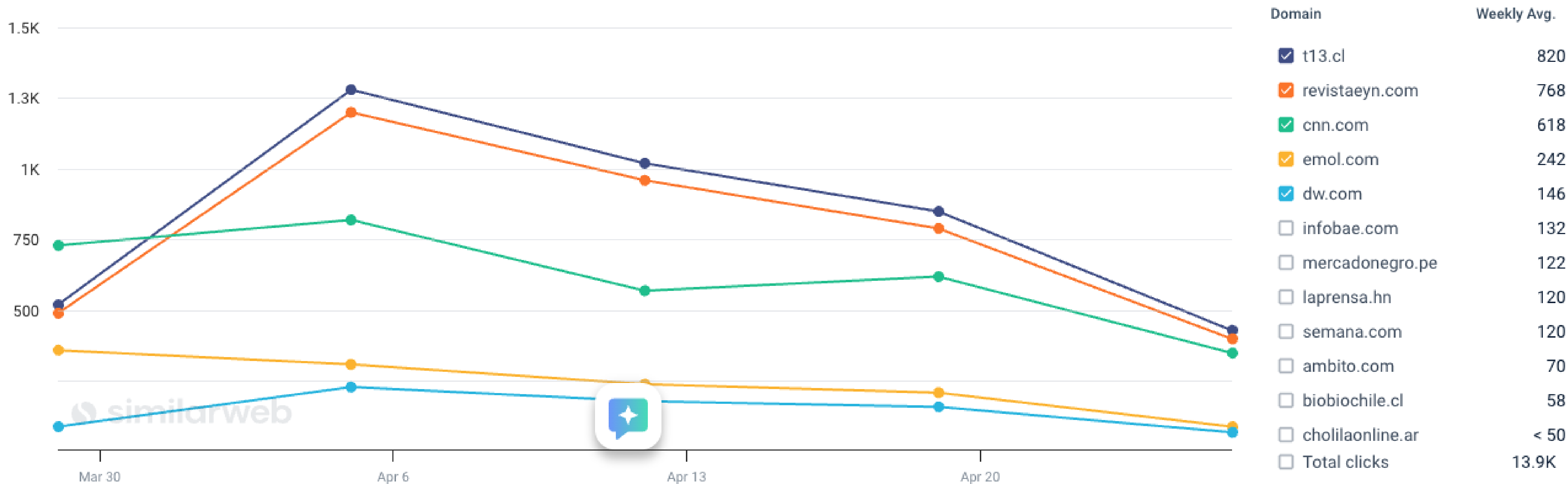
	Folder (541)	Share ↓	MoM Change
1	[-] emol.com/noticias	34.49% 	↓ 0.73 pp
	[+] Deportes	14.03% 	↑ 1.9 pp
	[+] Nacional	11.11% 	↓ 1.63 pp
	[+] Internacional	3.19% 	↓ 0.24 pp
	[+] Economía	2.77% 	↓ 0.97 pp
	[+] Espectaculos	1.56% 	↓ 0.45 pp
	[+] Tendencias	1.28% 	↑ 0.31 pp
	[+] Tecnología	0.41% 	↑ 0.36 pp
	[+] Autos	0.13% 	↑ 0.01 pp
	[+] nacional	0.01% 	↓ > 0.01 pp

Chile: Goles de Vestuario en Google

T13 lidera la captura de clics y los nichos de negocios sorprenden en el podio SEO.


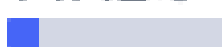

















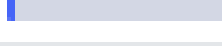




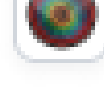





Total Clicks Over Time

Mar 2026 - Apr 2026 Chile All traffic












Colombia: Batalla Cerrada por el Tráfico

El Tiempo e Infobae juegan un mano a mano electrizante por el liderato de visitas.

	Player (100)	Monthly visits ↓	PoP Change	Direct Traffic	Branded Search Volume	PPC Spend	Unique visitors
1	 yahoo.com	32.4M 14.42% 	↓ 1.90%	26.86M	785.9K 2.47% 	N/A	7.877M
2	 eltiempo.com	18.8M 8.37% 	↓ 27.59%	9.795M	1.2M 3.91% 	\$7,824	5.072M
3	 infobae.com	17.5M 7.79% 	↓ 26.45%	6.849M	54.3K 0.17% 	\$10,763	8.781M
4	 elcolombiano.com	12.6M 5.61% 	↓ 23.83%	6.949M	216.6K 0.68% 	\$1,804	2.901M
5	 semana.com	12.5M 5.56% 	↓ 4.73%	7.106M	1M 3.22% 	N/A	4.212M
6	 redmas.com.co	9.3M 4.13% 	↓ 24.77%	3.326M	33.9K 0.11% 	N/A	4.847M
7	 bluradio.com	8.3M 3.71% 	↓ 28.13%	3.232M	290.3K 0.91% 	N/A	2.932M
8	 elespectador.com	7.6M 3.38% 	↓ 23.72%	3.992M	454.1K 1.43% 	\$2,178	2.929M
9	 pulzo.com	6.4M 2.86% 	↓ 17.81%	3.538M	60.9K 0.19% 	N/A	1.405M
10	 bbc.com	6M 2.66% 	↓ 6.02%	3.135M	132.6K 0.42% 	N/A	1.960M

Colombia: Contraataque con Presupuesto Digital

Infobae lidera la pauta publicitaria frente a sus competidores informativos directos.

	Player (100)	Monthly visits	PoP Change	Direct Traffic	Branded Search Volume	PPC Spend ↓	Unique visitors
1	 infobae.com	17.5M <small>7.79%</small>	↓ 26.45%	6.849M	54.3K <small>0.17%</small>	\$10,763	8.781M
2	 eltiempo.com	18.8M <small>8.37%</small>	↓ 27.59%	9.795M	1.2M <small>3.91%</small>	\$7,824	5.072M
3	 lanacion.com.ar	1.6M <small>0.73%</small>	↑ 5.76%	949,796	10.7K <small>0.03%</small>	\$3,163	745,575
4	 nytimes.com	760.8K <small>0.34%</small>	↓ 2.54%	408,592	160K <small>0.50%</small>	\$2,483	274,961
5	 elespectador.com	7.6M <small>3.38%</small>	↓ 23.72%	3.992M	454.1K <small>1.43%</small>	\$2,178	2.929M
6	 elcolombiano.com	12.6M <small>5.61%</small>	↓ 23.83%	6.949M	216.6K <small>0.68%</small>	\$1,804	2.901M
7	 tn.com.ar	525.7K <small>0.23%</small>	↑ 24.39%	277,437	16.2K <small>0.05%</small>	\$1,022	360,371
8	 portafolio.co	2.9M <small>1.31%</small>	↓ 1.49%	1.203M	94.2K <small>0.30%</small>	\$362.762	1.532M
9	 larepublica.co	3.7M <small>1.65%</small>	↓ 15.14%	1.925M	234.5K <small>0.74%</small>	\$296.423	1.362M
10	 armatuvaca.com	128.4K <small>0.06%</small>	↓ 7.61%	51,745	17.5K <small>0.05%</small>	\$159.559	71,231

Colombia: El Deporte Salva el Partido

Mientras las secciones principales caen, la carpeta de deportes anota la mayor alza del mes.

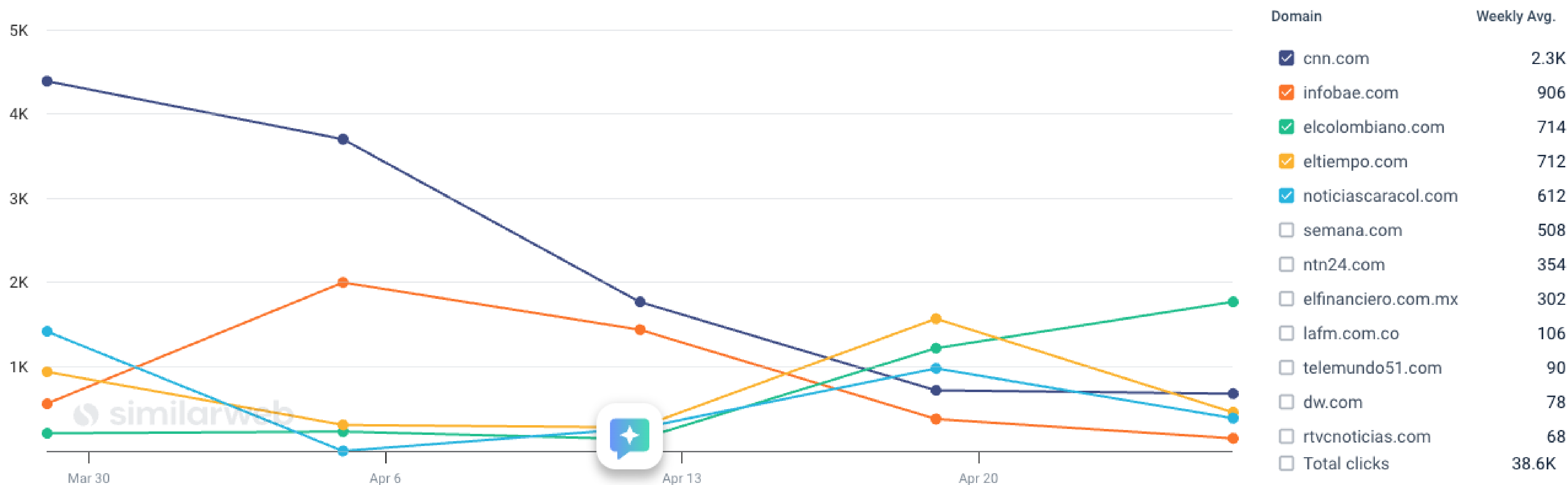
	Folder (4391)	Share ↓	MoM Change
1	⊕ infobae.com/colombia	21.40%	↓ 5.43 pp
2	⊕ infobae.com/america	6.05%	↓ 0.08 pp
3	⊕ infobae.com/tecno	3.65%	↑ 0.02 pp
4	⊕ infobae.com/deportes	2.49%	↑ 1.16 pp
5	⊕ infobae.com/espana	2.03%	↑ 0.63 pp
6	⊕ infobae.com/estados-unidos	2.02%	↑ 0.72 pp
7	⊕ infobae.com/entretenimiento	1.94%	↓ 0.08 pp
8	⊕ infobae.com/salud	1.50%	↑ 0.29 pp
9	⊕ infobae.com/mexico	1.39%	↑ 0.4 pp
10	⊕ infobae.com/tendencias	1.23%	↑ 0.47 pp

Colombia: El Dominio de los Gigantes Globales

CNN impone condiciones en las búsquedas mundialistas y los nativos superan a los tradicionales.











Total Clicks Over Time

Mar 2026 - Apr 2026  Colombia  All traffic










México: El Tráfico del Gigante Coanfitrión

Infobae se consolida como el jugador nativo líder en volumen de usuarios.

	Player (100)	Monthly visits ↓	PoP Change	Direct Traffic	Branded Search Volume	PPC Spend	Unique visitors
1	 yahoo.com	34.8M 10.20%	↓ 1.07%	28.44M	1.4M 3.01%	N/A	5.499M
2	 infobae.com	22.7M 6.65%	↓ 2.46%	8.653M	135.4K 0.28%	\$8,881	10.63M
3	 eluniversal.com.mx	16.5M 4.86%	↓ 9.20%	9.217M	740.1K 1.56%	\$11,942	3.816M
4	 elfinanciero.com.mx	14M 4.11%	↓ 11.35%	6.584M	455.1K 0.96%	N/A	4.255M
5	 jornada.com.mx	12.5M 3.68%	↓ 9.67%	6.345M	290K 0.61%	\$10,312	4.861M
6	 unotv.com	12.4M 3.64%	↓ 10.73%	5.883M	37.6K 0.08%	N/A	2.899M
7	 msn.com	11.1M 3.26%	↓ 9.94%	4.860M	312.7K 0.66%	N/A	2.217M
8	 elimparcial.com	10.6M 3.11%	↑ 12.59%	5.297M	44.7K 0.09%	\$864.623	4.971M
9	 elpais.com	10.3M 3.02%	↑ 0.30%	4.653M	211.7K 0.45%	N/A	4.814M
10	 milenio.com	10.1M 2.97%	↓ 22.52%	4.023M	218.9K 0.46%	N/A	4.550M


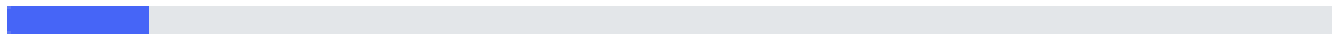
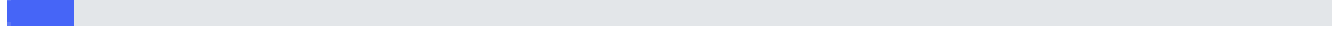
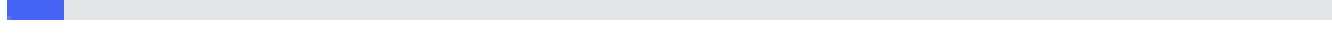
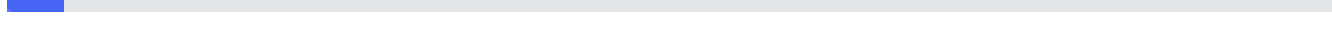
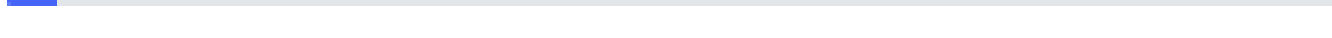




México: Presupuestos Tácticos para la Captura de Clics

El Universal lidera el gasto publicitario entre los portales de información general.

	Player (100)	Monthly visits	PoP Change	Direct Traffic	Branded Search Volume	PPC Spend ↓	Unique visitors
1	 eluniversal.com.mx	16.5M <small>4.86%</small>	↓ 9.20%	9.217M	740.1K <small>1.56%</small>	\$11,942	3.816M
2	 nytimes.com	3M <small>0.89%</small>	↓ 13.38%	1.580M	604.2K <small>1.27%</small>	\$11,019	1.243M
3	 jornada.com.mx	12.5M <small>3.68%</small>	↓ 9.67%	6.345M	290K <small>0.61%</small>	\$10,312	4.861M
4	 infobae.com	22.7M <small>6.65%</small>	↓ 2.46%	8.653M	135.4K <small>0.28%</small>	\$8,881	10.63M
5	 lanacion.com.ar	3.2M <small>0.93%</small>	↑ 22.47%	1.881M	62K <small>0.13%</small>	\$5,144	1.917M
6	 esquire.com	673.4K <small>0.20%</small>	↑ 1.43%	185,509	7.9K <small>0.02%</small>	\$3,456	536,572
7	 tn.com.ar	1.1M <small>0.33%</small>	↓ 34.58%	613,503	9.8K <small>0.02%</small>	\$2,770	883,993
8	 mvsnoticias.com	1.1M <small>0.33%</small>	↓ 1.97%	216,537	59.8K <small>0.13%</small>	\$1,023	752,513
9	 elimparcial.com	10.6M <small>3.11%</small>	↑ 12.59%	5.297M	44.7K <small>0.09%</small>	\$864.623	4.971M
10	 mubi.com	1M <small>0.30%</small>	↑ 0.71%	369,897	180.5K <small>0.38%</small>	\$468.087	611,266

México: El Escudo de la Vertical Deportiva

Deportes de Infobae resiste en verde frente al retroceso de las noticias locales.

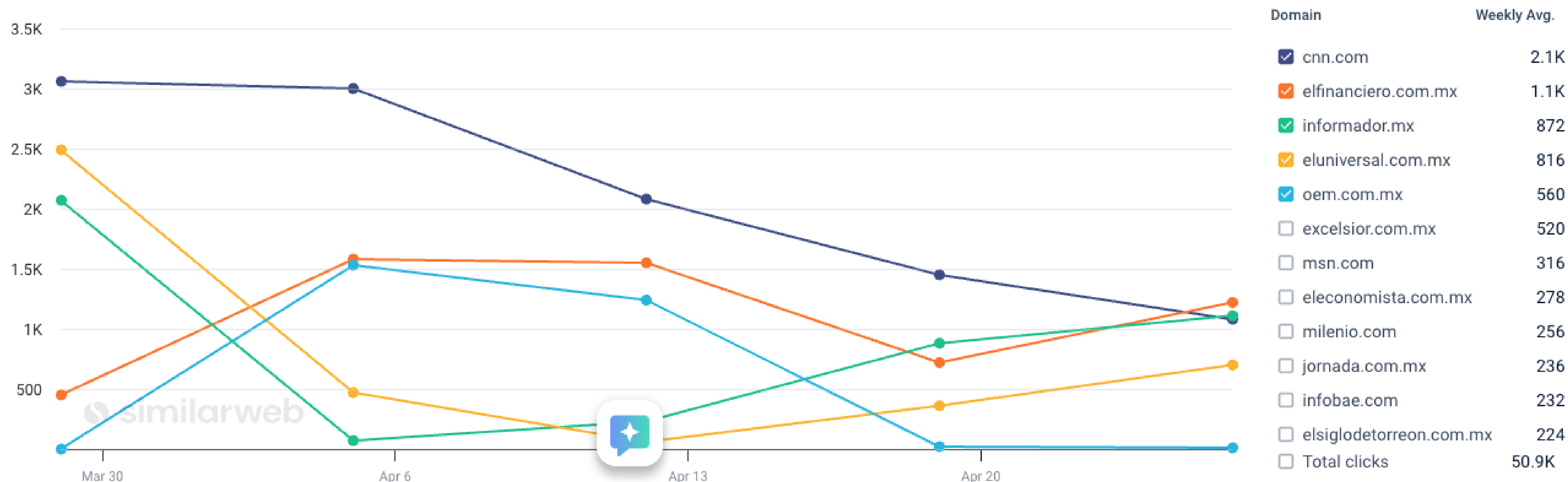
	Folder (4589)	Share ↓	MoM Change
1	⊕ infobae.com/mexico	19.52% 	↓ 2.05 pp
2	⊕ infobae.com/america	10.76% 	↑ 0.1 pp
3	⊕ infobae.com/salud	5.14% 	↑ 4.04 pp
4	infobae.com/tag	4.34% 	↑ 1.64 pp
5	⊕ infobae.com/tecno	4.15% 	↓ 2.54 pp
6	⊕ infobae.com/espana	3.66% 	↑ 0.66 pp
7	⊕ infobae.com/deportes	2.49% 	↑ 0.35 pp
8	⊕ infobae.com/estados-unidos	2.25% 	↑ 0.06 pp
9	⊕ infobae.com/entretenimiento	1.57% 	↓ 0.32 pp
10	⊕ infobae.com/economist	1.19% 	↑ 0.88 pp

México: Búsquedas con Enfoque Corporativo

CNN y El Financiero ganan por las bandas superando a los diarios de información masiva.































Total Clicks Over Time

Mar 2026 - Apr 2026 🇲🇽 Mexico 🌐 All traffic













Perú: El Control del Terreno Informativo

RPP manda en la tabla general de visitas con una amplia ventaja sobre sus perseguidores.

	Player (100)	Monthly visits ↓	PoP Change	Direct Traffic	Branded Search Volume	PPC Spend	Unique visitors
1	 rpp.pe	20.2M 17.23% 	↓ 0.34%	9.535M	772K 2.78% 	N/A	4.022M
2	 yahoo.com	14.9M 12.71% 	↑ 1.83%	12.99M	250.8K 0.90% 	N/A	2.892M
3	 infobae.com	14.6M 12.50% 	↑ 37.77%	3.134M	135.3K 0.49% 	\$28.822	7.281M
4	 larepublica.pe	9.4M 8.01% 	↓ 1.86%	3.161M	438.6K 1.58% 	N/A	3.153M
5	 elcomercio.pe	7.2M 6.16% 	↑ 3.63%	2.343M	417.4K 1.50% 	\$4,557	2.738M
6	 trome.com	5.5M 4.69% 	↓ 13.85%	3.182M	305.9K 1.10% 	N/A	982,627
7	 bbc.com	2.8M 2.43% 	↑ 39.53%	1.382M	110.5K 0.40% 	N/A	931,910
8	 cnn.com	2.8M 2.39% 	↑ 13.57%	1.445M	82K 0.30% 	\$0.019	1.275M
9	 peru21.pe	2.6M 2.21% 	↓ 8.28%	1.044M	162.3K 0.58% 	N/A	1.113M
10	 gestion.pe	2.2M 1.91% 	↑ 12.52%	520,787	105.3K 0.38% 	\$3,602	1.103M






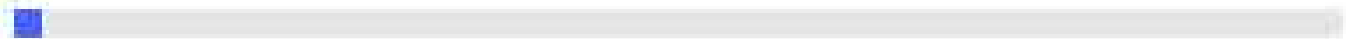




Perú: Ofensiva Presupuestaria de los Perseguidores

Infobae mete presión en el mercado local ejecutando el mayor gasto en pauta de búsqueda.

	Player (100)	Monthly visits	PoP Change	Direct Traffic	Branded Search Volume	PPC Spend ↓	Unique visitors
1	 ojo-publico.com	339.4K <small>0.29%</small>	↑ 120.14%	53,232	57.2K <small>0.21%</small>	\$5,368	237,698
2	 elcomercio.pe	7.2M <small>6.16%</small>	↑ 3.63%	2.343M	417.4K <small>1.50%</small>	\$4,557	2.738M
3	 gestion.pe	2.2M <small>1.91%</small>	↑ 12.52%	520,787	105.3K <small>0.38%</small>	\$3,602	1.103M
4	 nytimes.com	447.3K <small>0.38%</small>	↓ 3.21%	252,486	26.2K <small>0.09%</small>	\$559.509	201,170
5	 lanacion.com.ar	923.8K <small>0.79%</small>	↓ 4.66%	525,631	317.9K <small>1.15%</small>	\$268.633	575,660
6	 cronista.com	773.3K <small>0.66%</small>	↑ 10.82%	389,145	3.2K <small>0.01%</small>	\$77.618	472,889
7	 tn.com.ar	332.5K <small>0.28%</small>	↓ 38.80%	175,654	10.1K <small>0.04%</small>	\$46.63	224,598
8	 infobae.com	14.6M <small>12.50%</small>	↑ 37.77%	3.134M	135.3K <small>0.49%</small>	\$28.822	7.281M
9	 substack.com	283.3K <small>0.24%</small>	↓ 17.90%	132,813	14.8K <small>0.05%</small>	\$16.105	111,779
10	 eltiempo.com	249.9K <small>0.21%</small>	↓ 11.68%	125,083	10.7K <small>0.04%</small>	\$14.242	163,546

Perú: El Fútbol es el Segundo al Mando



RPP va directo al grano y posiciona su carpeta específica de fútbol en el Top 2 del sitio.

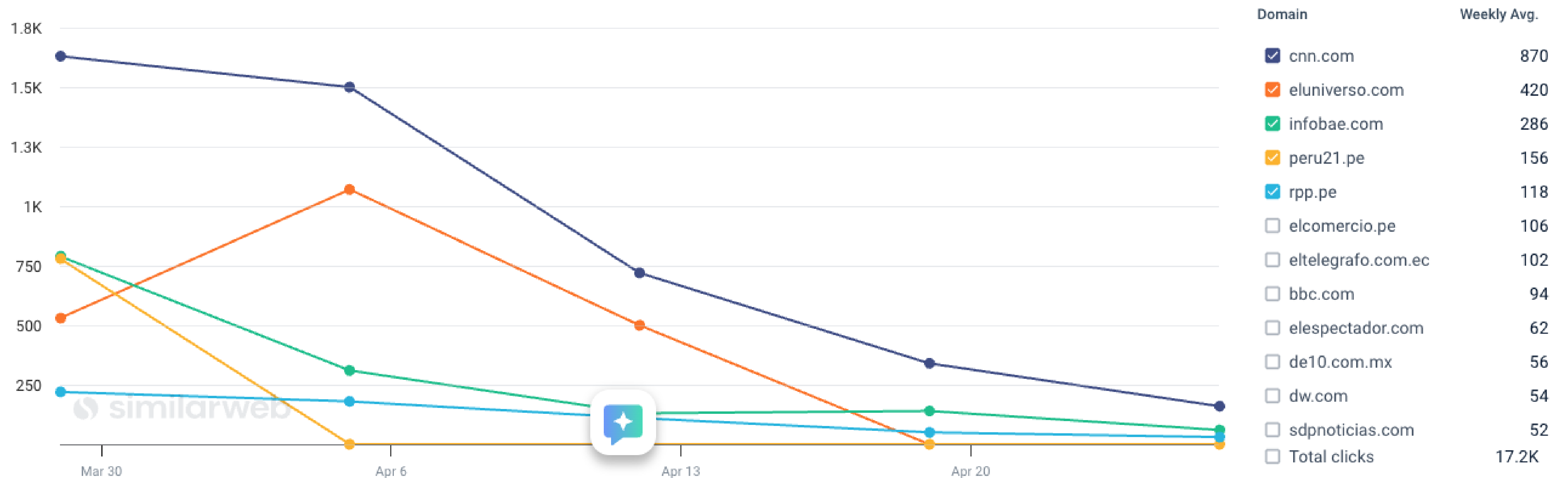
	Folder (219)	Share ↓	MoM Change
1	+ rpp.pe/politica	13.56% 	↑ 4.35 pp
2	+ rpp.pe/futbol	4.46% 	↓ 2.21 pp
3	+ rpp.pe/famosos	3.06% 	↓ 2.17 pp
4	+ rpp.pe/peru	2.34% 	↓ 0.47 pp
5	+ rpp.pe/lima	2.29% 	↓ 1.87 pp
6	+ rpp.pe/economia	2.08% 	↓ 1.64 pp
7	+ rpp.pe/mundo	1.67% 	↓ 1.22 pp
8	rpp.pe/noticias	1.03% 	↑ 0.42 pp
9	+ rpp.pe/ciencia	1.02% 	↑ 0.89 pp
10	+ rpp.pe/musica	0.64% 	↑ 0.05 pp

Perú: El Algoritmo no Entiende de Fronteras

Portales internacionales y de países vecinos capturan los clics de la fiebre mundialista.

Total Clicks Over Time

Mar 2026 - Apr 2026  Peru  All traffic



Takeaways

El análisis cruzado de datos demuestra que el interés por el fútbol actúa como un amortiguador de audiencia crucial para la industria de los medios. En periodos donde la actualidad política o social sufre desaceleraciones y arrastra a las secciones principales de los portales hacia números negativos, las carpetas de deportes logran nadar contra la corriente. Este comportamiento en mercados clave de la región confirma que el contenido deportivo es el jugador más consistente de la alineación editorial para sostener el tiempo de permanencia y el engagement de los usuarios.

Estrategias de Inversión Contrastantes

Existe una división táctica muy clara entre los líderes nativos digitales y las cabeceras tradicionales de la región al momento de sacar la billetera. Mientras que algunos gigantes de la información ejecutan una estrategia de presión alta mediante inversiones masivas en pauta paga para consolidar su presencia en los buscadores, otros prefieren replegarse en defensa y confiar exclusivamente en la fuerza de su marca orgánica. Esta disparidad abre ventanas de oportunidad inmensas para que medios emergentes o especializados ocupen los espacios publicitarios desatendidos por los jugadores históricos.

La Democracia del Posicionamiento en Buscadores

La radiografía de los competidores en las páginas de resultados de Google revela que el algoritmo no respeta jerarquías históricas ni volúmenes de tráfico generales. El hecho de que medios especializados en economía o portales de noticias de países vecinos logren capturar los clics de búsquedas mundialistas por encima de los diarios locales más leídos demuestra que el éxito en buscadores depende de la velocidad de indexación y la respuesta exacta a la intención del usuario. Para las marcas y agencias, esto significa que el mejor aliado para una campaña no siempre es el medio más grande, sino el que tiene la pelota en su poder en el momento de la búsqueda.

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!](#)