



Adjust GmbH Saarbrücker Straße 37a, 10405 Berlin, Germany
Adjust Inc. 500 Montgomery Street, Suite A, CA 94111, United States of America
pr@adjust.com, www.adjust.com

Adjust presenta su producto de tracking de suscripciones mientras la popularidad del streaming móvil y las suscripciones de aplicaciones aumenta considerablemente

Una nueva encuesta realizada por encargo de Adjust reveló que los consumidores estadounidenses gastan un promedio de USD 20,78 al mes en suscripciones de aplicaciones, y más de un tercio de ellos utiliza su smartphone para reproducir servicios de televisión y video todos los días

San Francisco / Tokio / Berlín / Mexico City, 14 de octubre de 2020 - Ya que las suscripciones a aplicaciones móviles no dejan de ganar popularidad, [Adjust](#) presentó hoy su nuevo producto de tracking de suscripciones para ofrecerles a los profesionales del marketing una mejor visibilidad del rendimiento de sus suscripciones. Esto refleja un cambio más amplio hacia los modelos de monetización basados en suscripciones. Según los cálculos realizados por Apptopia, la suscripciones basadas en aplicaciones generaron más de USD 200 millones tan solo en agosto de 2020, y muchos adultos de los Estados Unidos planean [conservar sus suscripciones después de la pandemia](#).

El [producto de tracking de suscripciones](#) de Adjust les permitirá a los profesionales del marketing construir modelos precisos del valor del ciclo de vida (LTV) que les permitan aumentar el ROI. Anteriormente, los profesionales del marketing no tenían acceso a datos de suscripción que resultan importantes a la hora de entender el embudo de usuarios. Al combinar la medición de suscripciones con los datos de atribución, Adjust puede informar a sus clientes cuáles son los canales de marketing que generan las suscripciones más duraderas y valiosas. De esta manera, los profesionales del marketing pueden realizar inversiones mucho más precisas para la adquisición de usuarios, y ejecutar campañas de engagement que les permitan impulsar la lealtad y prevenir las cancelaciones.

"El crecimiento de las aplicaciones basadas en suscripciones se ha intensificado durante este año, conforme los usuarios utilizan sus dispositivos móviles para realizar una mayor variedad de actividades de entretenimiento, comercio electrónico, y también de actividad física y finanzas", afirmó Paul H. Müller, cofundador y CTO de Adjust. "Por eso, nos emociona ofrecer una solución nueva en el sector que ayude a los profesionales del mobile marketing a administrar los eventos e ingresos por suscripción de sus consumidores, ayudándoles a entender mejor la manera en que los usuarios interactúan con sus modelos de suscripción".

Adjust también publicó los resultados de una encuesta realizada con consumidores de los Estados Unidos, en la cual se examina la intensificación del consumo de suscripciones y servicios de streaming en dispositivos móviles. La investigación muestra que más de un tercio de los encuestados (46,9%) utilizan

su smartphone en mayor medida para reproducir servicios de televisión y video durante la pandemia, y que cada vez utilizan más aplicaciones basadas en suscripciones para este fin.

Estos son otros resultados clave:

- Los participantes gastan un promedio de USD 20,78 al mes en sus suscripciones de aplicaciones. Más de la cuarta parte de los consumidores millennials y de la Generación Z afirmaron haber dejado de pagar otros servicios para adquirir suscripciones en los servicios de aplicaciones móviles (por ejemplo, suscribirse a aplicaciones de actividad física en lugar de ir al gimnasio), mientras que el 17,9% de los consumidores en general hicieron estos cambios.
- Las personas de entre 25 y 34 años de edad son las que gastan más en aplicaciones de suscripción (USD 25,85 al mes), mientras que los mayores de 55 años son los que gastan menos (USD 13,97 al mes). Las aplicaciones de streaming fueron las aplicaciones basadas en suscripción descargadas con la mayor frecuencia (30,7%), seguidas de las aplicaciones de juegos (9%) y noticias (4%).
- Los consumidores más jóvenes encabezaron la lista en cuanto a las aplicaciones de streaming móvil, mientras que los participantes millennials y de la Generación Z tuvieron las mayores probabilidades de pagar por los servicios de streaming y entretenimiento bajo demanda que cualquier otra generación. El 57,2% de los participantes millennials y de la Generación Z también afirmó utilizar su smartphone con mayor frecuencia para reproducir servicios de televisión/video durante la pandemia.
- Los consumidores encuestados gastan un promedio de USD 33,58 al mes en servicios de streaming y entretenimiento bajo demanda. Netflix, Amazon Prime, Hulu, Disney+ y YouTube TV fueron los cinco servicios de streaming más populares entre los participantes.

Con el aumento de la popularidad de las suscripciones de aplicaciones, Adjust es el único proveedor de medición móvil que ofrece una visibilidad total de los eventos de suscripción sin necesidad de utilizar varios paneles diferentes o realizar integraciones complicadas. Con este lanzamiento, la empresa reafirma su misión de hacer que el marketing sea más sencillo, inteligente y seguro para las 40 000 aplicaciones que trabajan con la plataforma de Adjust.

###

Acerca de la encuesta

Censuswide realizó la encuesta en nombre de Adjust utilizando una muestra representativa nacional de 1003 clientes de televisión/streaming de los Estados Unidos, de entre 16 y 60 años de edad, del 23 al 29 de septiembre de 2020.

Acerca de Adjust

Adjust es una plataforma global de marketing de aplicaciones. Esta empresa, surgida en el centro de la economía de aplicaciones móviles e impulsada por una gran pasión por la tecnología, ahora cuenta con 16 oficinas en diferentes partes del mundo.

La plataforma de Adjust incluye productos de medición, prevención de fraudes, seguridad informática y automatización de marketing. En conjunto, estos productos convierten el marketing en un proceso más simple, inteligente y seguro para las 40 000 aplicaciones que trabajan con Adjust. Varias marcas líderes en el mundo, como Procter & Gamble, Rocket Internet y Tencent Games, han implementado estas soluciones para proteger sus presupuestos y mejorar sus resultados.