



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

Con el impulso generado por la pandemia, el streaming móvil alcanzó una popularidad generalizada, lo que presenta enormes oportunidades de mercado para la publicidad

El nuevo informe de Adjust reveló que el 52,5% de los consumidores de todo el mundo han utilizado sus smartphones para reproducir más contenido de video desde que comenzó el brote de COVID-19

BERLÍN, 17 de febrero de 2021.- La popularidad del streaming "over the top" (OTT) ha alcanzado niveles sin precedentes durante la pandemia global, de acuerdo con un nuevo informe publicado el día de hoy por Adjust, la plataforma global de analytics para el marketing de aplicaciones, lo que continúa demostrando un cambio fundamental en los patrones de consumo hacia los dispositivos móviles. Contrario al mito de que la mayor parte del streaming móvil se lleva a cabo durante los traslados de un lugar a otro, el 84% de los consumidores de los países encuestados han utilizado sus smartphones para reproducir la misma cantidad o incluso más contenido desde que comenzó el brote de coronavirus.

En promedio, más de la mitad de los consumidores encuestados (52,5%) afirmaron que están reproduciendo más contenido de video por streaming desde que comenzaron las suspensiones forzadas de actividades. Solo el 12% de los consumidores están reproduciendo menos contenido por streaming, lo que significa que cuatro veces más consumidores están usando sus smartphones para reproducir contenido de video por streaming.

Con base en una investigación realizada entre 7000 consumidores de los Estados Unidos, el Reino Unido, Alemania, Turquía, Japón, Singapur, Corea y China, el informe Mobile Streaming Report 2021 también reveló que existen hábitos sólidos de streaming en todas las generaciones de los países orientados a los dispositivos móviles. En total, casi el 90% de los usuarios de 55 años o más de China (89,8%) y Turquía (88,9%) afirman que utilizan el streaming para ver contenido en su teléfono todos los días o al menos más de una vez a la semana.

"Este cambio drástico hacia el streaming móvil rutinario en todo el mundo y en todas las generaciones ha generado enormes oportunidades de publicidad, así como un nuevo rol para el analytics móvil", afirmó Paul H. Müller, cofundador y CTO de Adjust. "Al entender las maneras y los momentos en que las personas consumen el contenido por streaming, así como cuáles son los canales y las campañas que ofrecen el mayor impacto de marketing, existe un potencial virtualmente ilimitado para construir una gran base de usuarios leales con un alto valor del ciclo de vida (LTV)".

Estas son otras conclusiones clave del informe:

- **La mayoría de los consumidores utilizan sus dispositivos móviles para reproducir contenido por streaming al menos una vez al día.** La mayor frecuencia se presenta en China y en Turquía, donde el 93,8% y el 91,9% de los usuarios, respectivamente, reproducen contenido por streaming desde una vez a la semana hasta diariamente, mientras que esta cifra alcanza el 69,4% en los Estados Unidos, el 57,2% en Japón y el 45,7% en el Reino Unido.
- **Los usuarios de todas las generaciones y todas las regiones reproducen contenido por streaming durante al menos una hora en cada sesión, lo que demuestra que los consumidores ya no solo ven fragmentos pequeños de contenido, sino que ahora reproducen películas y episodios completos.**
 - Los millennials, que son los mayores usuarios del streaming móvil, también tienen los períodos de uso más largos. La duración promedio de sus sesiones es de poco más de 90 minutos (94,2), y en segundo lugar está la Generación Z, cuyas sesiones duran poco menos de 90 minutos (87,6).
 - Los usuarios de 55 años o más arrojaron las menores cifras en este conjunto de datos, aunque el promedio de 65 minutos por sesión sugiere un buen crecimiento para la categoría.
- **Los consumidores están gastando una cantidad considerable en los servicios de streaming y entretenimiento bajo demanda.** Corea encabeza esta categoría con USD 42,68 al mes, mientras que esta cifra alcanza los USD 33,58 en los Estados Unidos y USD 34,82 en el Reino Unido.

La televisión conectada genera nuevas oportunidades para utilizar una segunda pantalla

La investigación de Adjust también revela la gran popularidad que ha alcanzado el uso de una segunda pantalla en todo el mundo con el auge de la televisión conectada (CTV). En promedio, más de tres cuartas partes (76%) de los participantes utilizan su teléfono móvil mientras ven televisión, y este comportamiento de consumo está más pronunciado en Singapur y China (ambos con 85%), seguidos de cerca por los Estados Unidos (83%).

Las aplicaciones sociales son las más populares entre las personas que utilizan una segunda pantalla (65,4% en promedio), seguidas por las aplicaciones de servicios bancarios (54,9%) y juegos (44,9%). Las personas que utilizan una segunda pantalla en APAC tienen un gran apetito por las aplicaciones de entrega de alimentos, y los mayores porcentajes de uso de estas aplicaciones se presentan en China (65,2%), Corea (36,6%) y Singapur (48,2%).

Los anunciantes pueden aprovechar la tendencia de uso de dos pantallas al colocar un llamado a la acción en sus anuncios de televisión, por ejemplo, para que los usuarios descarguen una aplicación mediante un código QR. Esto tiene el potencial de crear una experiencia totalmente nueva e interactiva para la marca entre dos dispositivos.

Para obtener más información, descarga el informe complementario aquí.

###

Metodología

Para ayudar a los profesionales del marketing a entender mejor el mercado del streaming móvil, este informe utiliza las investigaciones de consumo realizadas con 7000 participantes de los Estados Unidos, el Reino Unido, Alemania, Turquía, Japón, Singapur, Corea y China.

Acerca de Adjust

Adjust es una plataforma global de analytics para el marketing de aplicaciones, y tiene el compromiso de utilizar los estándares más estrictos de privacidad y rendimiento. Las soluciones de Adjust incluyen herramientas de atribución, medición, prevención de fraudes, seguridad informática y automatización. La misión de la empresa es convertir el marketing en un proceso más simple, inteligente y seguro para las más de 40 000 aplicaciones que trabajan con Adjust.

Contactos de medios:

Joshua Grandy
Gerente de comunicaciones en los Estados Unidos
pr@adjust.com