

Los consumidores pasarán 800 horas utilizando sus dispositivos de internet móviles este año.

Publicado en: [Digital](#), [Marketing](#), [Perfil del Consumidor](#), [Publicidad](#), [Tecnología](#)

Personas de todo el mundo pasarán una media de 800 horas utilizando internet móvil este año- lo que equivale a 33 días sin dormir o sin parar, según el Media Consumption Forecasts de Zenith, publicado hoy. Para 2021, el total aumentará a 930 horas, ó 39 días completos.

Esta es la quinta edición del Media Consumption Forecasts, que analiza los cambios en los patrones de consumo de medios desde 2011 y pronostica cómo cambiará, entre 2019 y 2021, el tiempo que las personas dedicarán a los diferentes medios. En los 57 países encuestados, la gente pasará un total de 3.8 trillones de horas utilizando internet móvil este año, alcanzando los 4.5 trillones de horas en 2021.

Desde que se publicó la primera edición en 2015, la media de tiempo que las personas de todo el mundo dedican a acceder a Internet móvil ha aumentado de 80 a 130 minutos al día, una media del 13% anual, impulsada por la disponibilidad de smartphones, conexiones más rápidas, mejores pantallas e innovación de las aplicaciones. Sin embargo, ahora, el crecimiento está disminuyendo dado que la mayoría de las personas en el mundo desarrollado que quieren un dispositivo móvil, lo tienen y la propiedad se está volviendo común en los mercados emergentes. Estimamos una media del 8% de crecimiento anual en el tiempo dedicado a los dispositivos de internet móviles entre 2018 y 2021. Esperamos que el uso de internet móvil represente el 31% del consumo global de medios en 2021, con un aumento del 27% este año.

La televisión continúa siendo el medio global más popular

La televisión sigue siendo el medio líder a nivel mundial, con 167 minutos de visionado cada día en 2019. Se prevé que el visionado de televisión disminuya lentamente a 165 minutos al día en 2021. La televisión seguirá siendo el medio favorito a nivel mundial en todas nuestras previsiones, representando el 33% del consumo total de medios en 2021, bajando del 35% en 2019.

Internet móvil ha reducido la cantidad de tiempo que la gente pasa con el resto -aunque no con todos- de algunos medios. Entre 2014 y 2019, la media de tiempo dedicada a leer periódicos se redujo de 17 minutos al día a 11, mientras que el tiempo dedicado a la lectura de revistas disminuyó de 8 a 4 y el tiempo dedicado a ver la televisión se redujo de 171 a 167. El uso de internet a través del ordenador de sobremesa también ha disminuido, de 47 minutos al día a 40. Sin embargo, el «apetito» de los consumidores por la radio y el cine se ha mantenido firme, incrementándose la escucha radiofónica de 53 minutos a 55 y el tiempo dedicado al cine ha aumentado, de media, de 1,8 minutos a 3,0 minutos al día, impulsado por el boom de la asistencia

al cine en China.

Es importante tener en cuenta que, en este informe, el tiempo dedicado a los periódicos y revistas solo incluye el tiempo dedicado a las ediciones impresas de las diferentes publicaciones, y el tiempo dedicado a la televisión y a la radio solo incluye el tiempo dedicado a los canales y emisoras tradicionales. El tiempo dedicado a las plataformas online, propiedad de editoriales o cadenas radiofónicas, se tiene en cuenta como consumo de Internet.

Sin embargo, [algunos estudios](#) ya apuntan a un «sorpaso» o cambio de posiciones entre la televisión e internet. Los datos analizados son sobre una muestra del mercado estadounidense señalan que en 2019 los adultos cerrarán el año habiendo dedicado de media **más tiempo a la pantalla de sus móviles que a ver la tele**. La subida de los tiempos de los móviles y la crisis de la tele convencional explican este cambio. La televisión cerrará el año con 3 horas y 35 minutos al día de visionado de media.

Según eMarketer, los dispositivos móviles en cambio lograrán llegar a las 3 horas y los 43 minutos, lo que supone un crecimiento del 3,7% interanual. De este tiempo, el 70% se irá a la pantalla específica de un smartphone.

El consumo total de medios aumenta a ocho horas al día

Internet móvil ha incrementado el tiempo que la gente pasa consumiendo medios: los consumidores pasarán una media de 479 minutos al día con los medios este año, aumentando de los 420 minutos en 2013. Para 2021, prevemos que el consumidor medio pase 495 minutos al día consumiendo los diferentes medios.

«La tecnología de Internet móvil ha incrementado tanto el tiempo que las personas pasan con los medios como lo que cuenta como medio, propiamente dicho», ha dicho Jonathan Barnard, Head of Forecasting de Zenith. «Los medios ahora significan comparar precios en la calle, compartir chistes con amigos y reservar tus próximas vacaciones, abriendo nuevas oportunidades para que las marcas conecten con los consumidores».

«Para aprovechar esta abundancia de medios, las marcas deben comunicarse con los consumidores en los entornos que mejor se ajustan a sus valores, y en los momentos en los que los consumidores están preparados para avanzar por el proceso de compra», ha dicho Matt James, Global Brand President de Zenith. «Esto requiere invertir en talento y tecnología para desbloquear el valor de los datos y crear experiencias de marca personales».

Fuente: www.puromarketing.com

