

Comportamiento en línea en Cono Sur: 9 de cada 10 personas han utilizado un servicio de streaming o de suscripción en el último mes

Un estudio de Comscore que abarca los países de Paraguay, Uruguay, Argentina, Chile y Ecuador destaca que más del 70% de los entrevistados posee un televisor conectado a Internet o un dispositivo de streaming. Acceda a más

información: <https://www.comscore.com/lat/Insights/Press-Releases/2022/3/Comportamiento-en-linea-en-Cono-Sur-9-de-cada-10-personas-han-utilizado-un-servicio-de-streaming-o-de-suscripcion-en-el-ultimo-mes>

Buenos Aires, 3 de marzo de 2022. – Comscore (NASDAQ: SCOR) lanzó su estudio sobre los usuarios de internet en América del Sur que entrega información sobre el consumo, el comportamiento y la participación de los medios en línea a través de los distintos dispositivos. Abarcando datos sobre consumo de medios, uso web y de aplicaciones, percepción hacia la publicidad digital, consumo por contenido en retail y servicios de streaming, entre otras cosas.

Entre los principales hallazgos se destaca el crecimiento exponencial en el consumo de contenido de video a través de plataformas de *streaming* y de dispositivos como televisión conectada, smartphones y consolas de videojuegos. Indicando que nueve de cada diez encuestados han utilizado un servicio de *streaming* o de suscripción en el último mes siendo YouTube, Netflix, Flow y Amazon Prime Video los servicios más utilizados. Aproximadamente uno de cada cinco encuestados pasa 14 horas o más a la semana viendo TV lineal y cerca de una cuarta parte pasa más de 14 horas semanales viendo contenidos de *streaming*.

Otro hábito de consumo que se destaca por sobre el resto es el incremento en el consumo de *podcasts* en la región, donde la mitad de los encuestados sostiene escuchar podcasts y una proporción similar dedica al menos tres horas a la semana a escucharlos. Siendo los temas de podcast más elegidos aquellos sobre música, educación, televisión y cine, y tecnología.

“Es indispensable que las marcas reaccionen de manera proactiva a estas tendencias para entregar contenido de valor a sus consumidores a través de los formatos más utilizados. Este tipo de estudios nos permiten comprender los

hábitos cambiantes de los usuarios para tomar decisiones acertadas que entreguen resultados oportunos; es un verdadero valor agregado conocer la participación y comportamiento en línea en países donde no solemos tener acceso a este tipo de información”, definió **Leónidas Rojas, Senior Sales Director en Comscore para Cono Sur.**

La penetración de los dispositivos en línea es incremental y exponencial, el 90% de los habitantes del Cono Sur -Paraguay, Uruguay, Argentina, Chile y Ecuador- que se conectan a Internet poseen un smartphone y casi la misma cantidad posee un ordenador o *laptop*. El reciente estudio indica que más del 70% de los encuestados posee un televisor conectado a Internet, un tercio posee una tableta y el 35% una consola de videojuegos. Lo que presenta un consumidor omnicanal y multi-pantalla que pretende y puede ser impactado de manera simultánea.

No obstante, si bien el consumo de *streaming* es una de las principales tendencias del estudio, a la mayoría de los encuestados les molesta la publicidad mientras ven vídeos de un servicio de *streaming* o de suscripción, lo que abre la puerta para nuevos formatos publicitarios como el *Branded Content*. Determinando que durante una hora de ver servicios de streaming o de suscripción, los anuncios de más de 3-5 minutos se consideran "demasiado" y que los anuncios largos que pueden saltarse después de 5 segundos son el tipo de publicidad de preferencia.

La información de este estudio se obtiene mediante nuestra solución [Comscore Consumer Journey™](#), que ofrece perspectivas profundas y personalizables sobre el proceso de estudio de mercado en una amplia gama de industrias. Si está interesado en el estudio o requiere conocer más detalles acerca del mismo, por favor contáctenos. Se pueden adquirir los estudios por país y el agregado de América del Sur.

Acceda a más información en [este link](#).

Acerca de Comscore

Comscore (NASDAQ:SCOR) ayuda a los especialistas en marketing y a las empresas de medios en cada etapa del ciclo publicitario, en todas las plataformas. Con datos que combinan la inteligencia digital, TV en vivo, espectadores de cine y OTT con insights avanzados de audiencia, Comscore permite a compradores y vendedores de medios cuantificar el comportamiento multipantalla y tomar decisiones comerciales con confianza. Es líder comprobado en la medición de audiencias digitales, audiencias set-top box y publicidad a escala, Comscore es una fuente de tercero independiente, confiable y exhaustiva para la medición cross-platform. Para obtener más información acerca de Comscore, visite www.comscore.com

Comscore LATAM

Rodrigo Ceron
Marketing Director LATAM

Comscore, Inc.+52(55)8525-0703

prensa@comscore.com