

# CUARENTENA

ESTUDIO DEL CONSUMO  
DE JUEGOS MÓVILES Y CÓMO  
SE COMPORTA EL USUARIO.





## Justmob

Somos la empresa líder en marketing móvil, orientada 100% a resultados para lograr los objetivos de marca a través de un solo canal. Mediante el desarrollo de tecnología y nuestro equipo de expertos móviles, podemos aplicar diferentes técnicas en el transcurso de las campañas para llegar a los resultados objetivos, logrando así la satisfacción de nuestros clientes y los mejores resultados para su campaña.



Unity, es la plataforma líder de creación, administración, y monetización de contenido 3D. Más del 50% de los nuevos juegos en móvil son hechos con Unity, y la plataforma es usada por más de 74,000 desarrolladores en Latinoamérica



Brandwatch es la empresa líder a nivel mundial en social intelligence. Nuestros equipos crean soluciones inteligentes de software para satisfacer las necesidades de más de 1200 negocios vanguardistas. Brandwatch- Qriously es una compañía de tecnología publicitaria con sede en Londres, propiedad de Brandwatch, que se encarga de medir en tiempo real el comportamiento de dos mil millones de usuarios alrededor del mundo a través de encuestas realizadas con smartphones en tiempo real.



## ▼ ▼ ▼ **OBJETIVOS DEL ESTUDIO**

---

- Comprender los hábitos de consumo de los usuarios de juegos móviles a partir del impacto de la cuarentena.
- Analizar el rol que desempeñan las marcas y los anunciantes y cómo son percibidos por la audiencia en tiempos de crisis.

Para llevar a cabo la investigación, se tomaron **700 casos** de una serie de encuestas realizadas por internet para Bolivia, desde el **15 de junio al 22 de junio de 2020.**

## CONSUMO POR GÉNERO

49%  
MUJERES

51%  
HOMBRES

## CONSUMO POR EDAD

9%  
+65

10%  
55-64

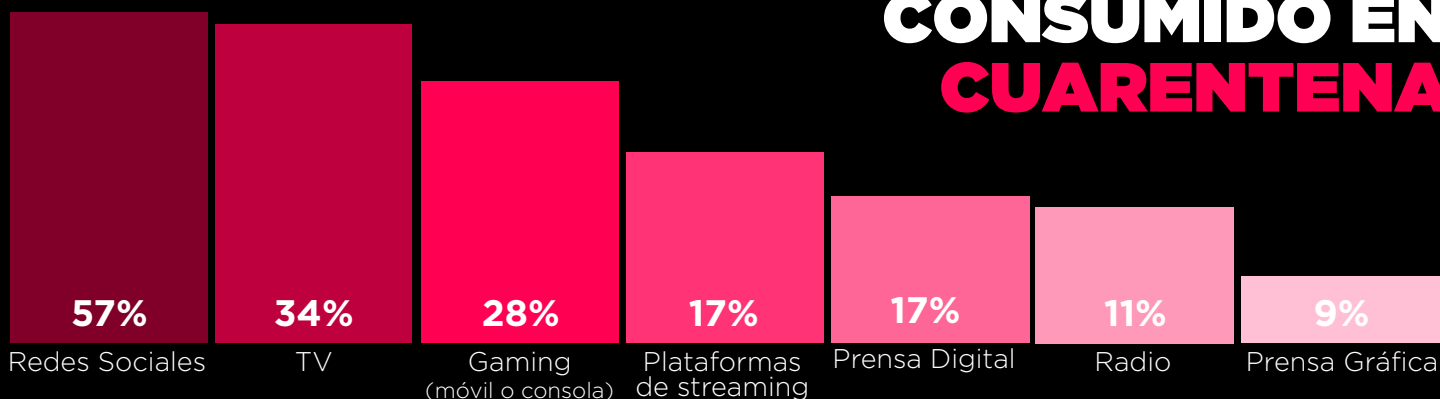
14%  
45-54

21%  
35-44

27%  
25-34

21%  
18-24

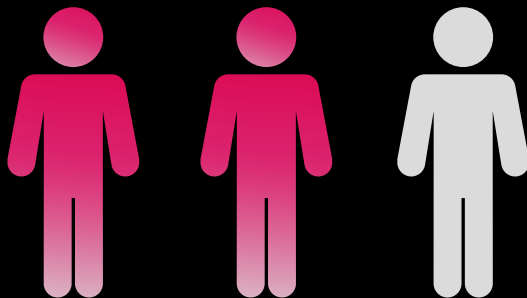
## CONTENIDO MÁS CONSUMIDO EN CUARENTENA







**HA JUGADO ALGÚN  
JUEGO MÓVIL EN  
LOS ÚLTIMOS 6 MESES**



# ACTIVIDADES QUE SE REALIZAN MIENTRAS SE JUEGAN JUEGOS MÓVILES

34%

Escuchando música

33%

Mirando TV

33%

Sólo jugando

16%

Mandando mensajes

10%

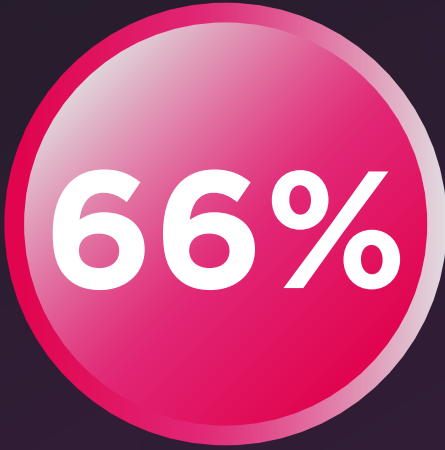
Comiendo

10%

Trabajando

8%

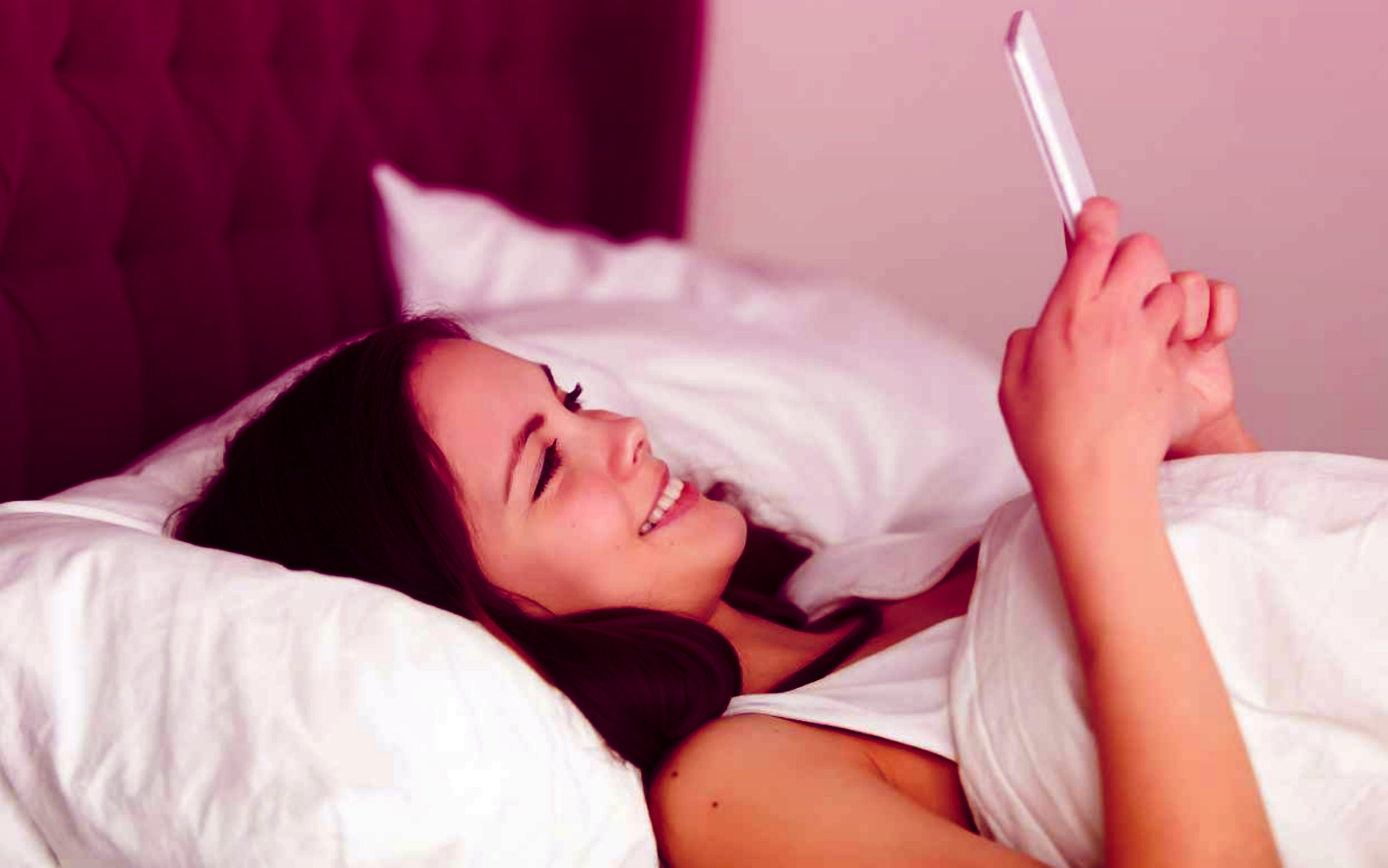
Estudiando



**ESTÁ DISPUESTO  
A VER UN VIDEO  
PARA OBTENER  
UNA RECOMPENSA  
DURANTE EL JUEGO**







## COMPORTAMIENTO DURANTE LA CUARENTENA

### CONSUMO DE JUEGOS

36%  
Aumentó

36%  
Sigue igual

### IMPORTANCIA DE JUEGOS EN LA NUEVA NORMALIDAD

Muy importante	13%
Importante	15%
Neutral	37%
Poco importante	19%
Nada importante	15%



**51%**

**JUEGAN Y NO  
POSEEN UNA  
CONSOLA/PC**

## **FRECUENCIA DE CONSUMOS DE JUEGOS MÓVILES**

**24%**

cinco veces  
por día o más

**21%**

tres veces  
por día

**16%**

Algunas veces  
a la semana

**16%**

Una vez  
por día

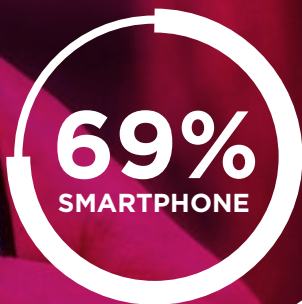
**15%**

Dos veces  
por día

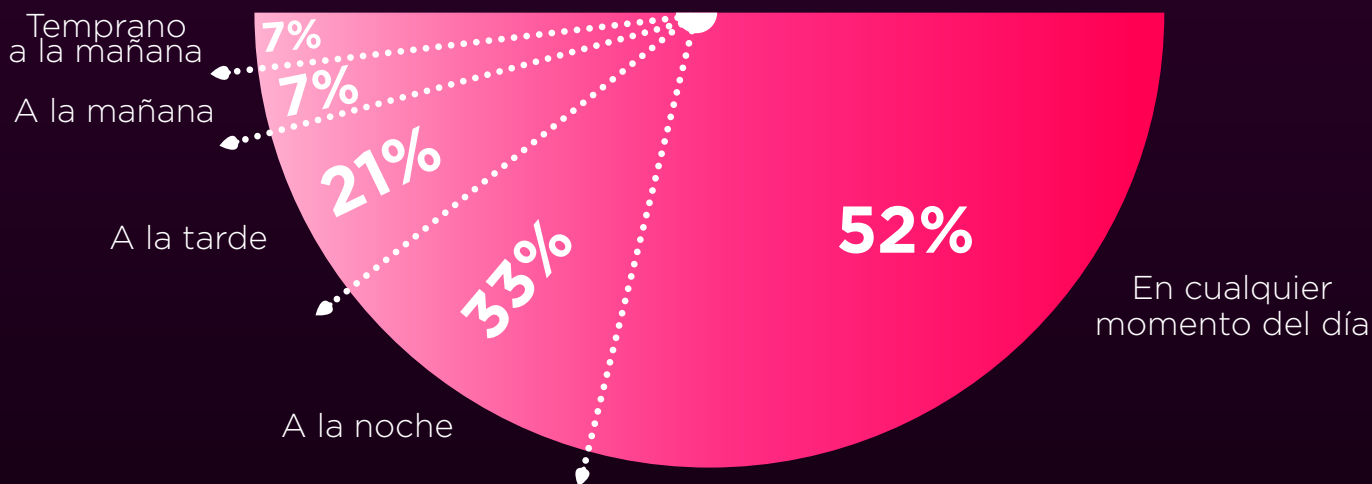
**9%**

Una vez a la  
semana o menos

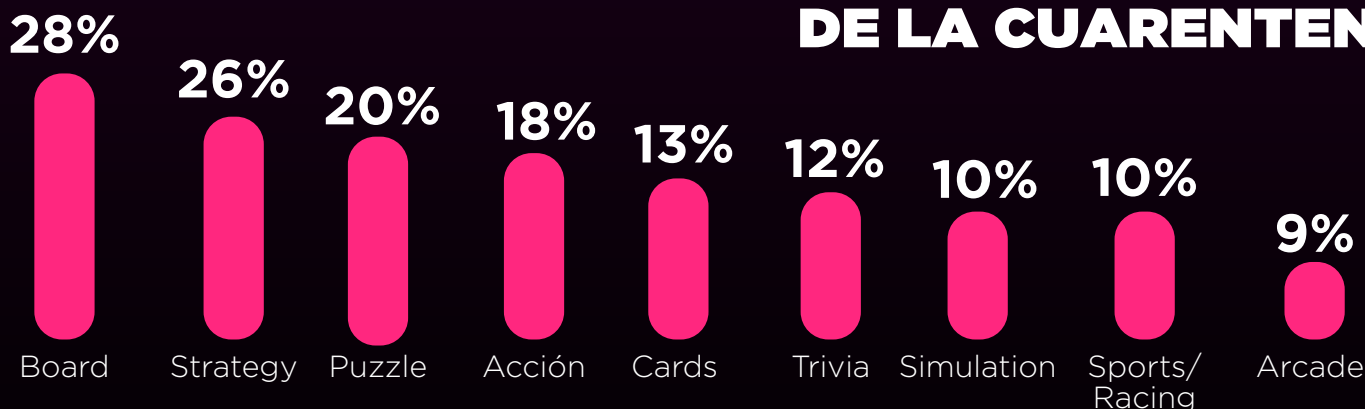
# CONSUMO POR DISPOSITIVO



# MOMENTOS DE CONSUMO DEL DÍA



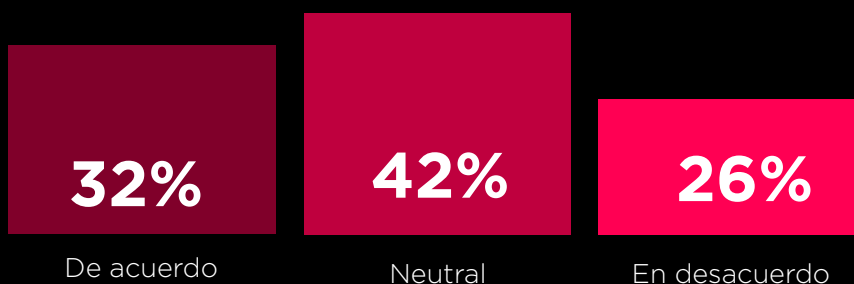
# LOS MÁS JUGADOS DE LA CUARENTENA



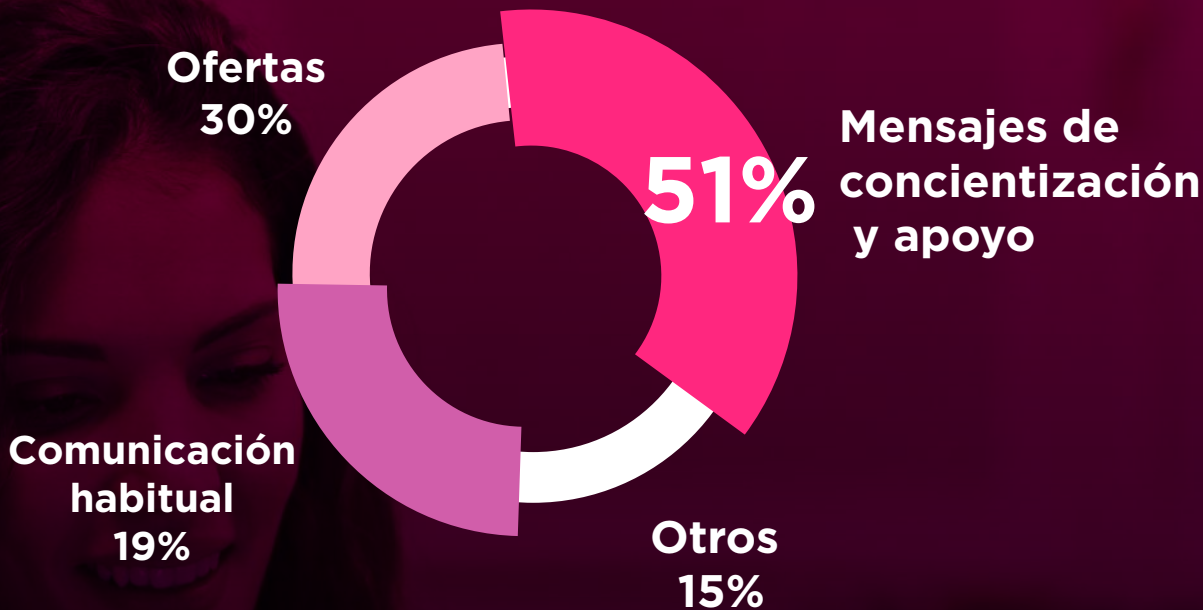
# PUBLICIDAD DIGITAL DURANTE LA CUARENTENA SEGÚN EL CONSUMIDOR



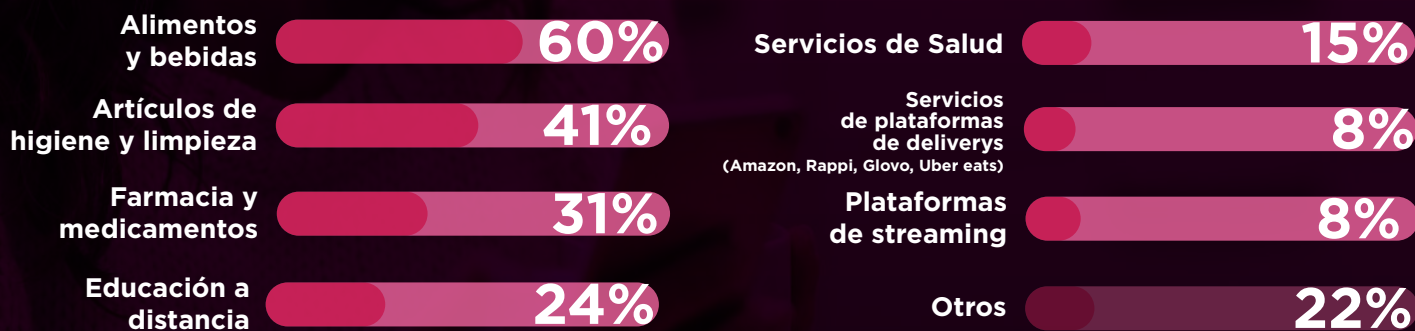
## ¿QUÉ PIENSA EL CONSUMIDOR CON RESPECTO A QUE LAS MARCAS ACERQUEN SUS PRODUCTOS A TRAVÉS DE LA PUBLICIDAD?



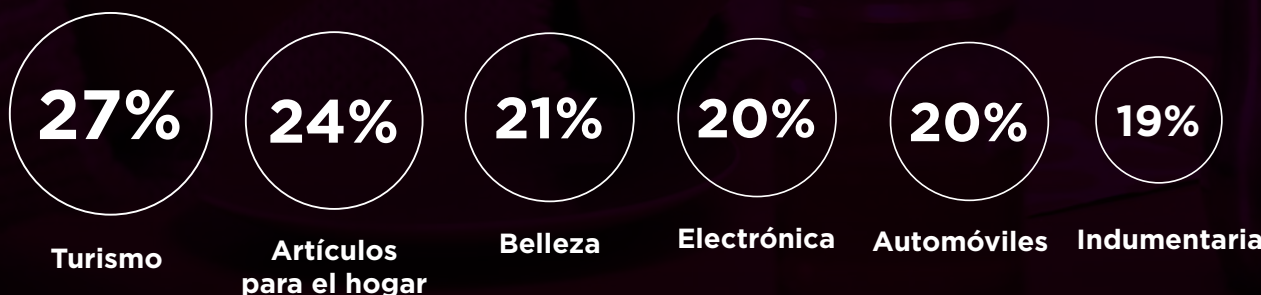
# ¿QUÉ DEBERÍAN COMUNICAR LAS MARCAS FRENTE A ESTA SITUACIÓN?



## PRODUCTOS O SERVICIOS CONSUMIDOS DURANTE LA CUARENTENA



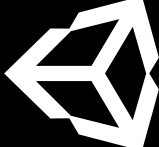
## ¿QUÉ PRODUCTO O SERVICIO POSPUSO COMPRAR DURANTE LA CUARENTENA?







**¡MUCHAS  
GRACIAS!**

Justmob  
&  unity