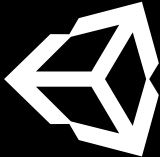


Justmob
&  unity

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 **2.800 casos** de una serie de encuestas realizadas por internet en Centroamérica: Honduras, Nicaragua, Guatemala y El Salvador, desde el **15 de junio al 22 de junio de 2020.**

CONSUMO POR GÉNERO

52%
MUJERES

48%
HOMBRES

CONSUMO POR EDAD

9%
+65

14%
45-54

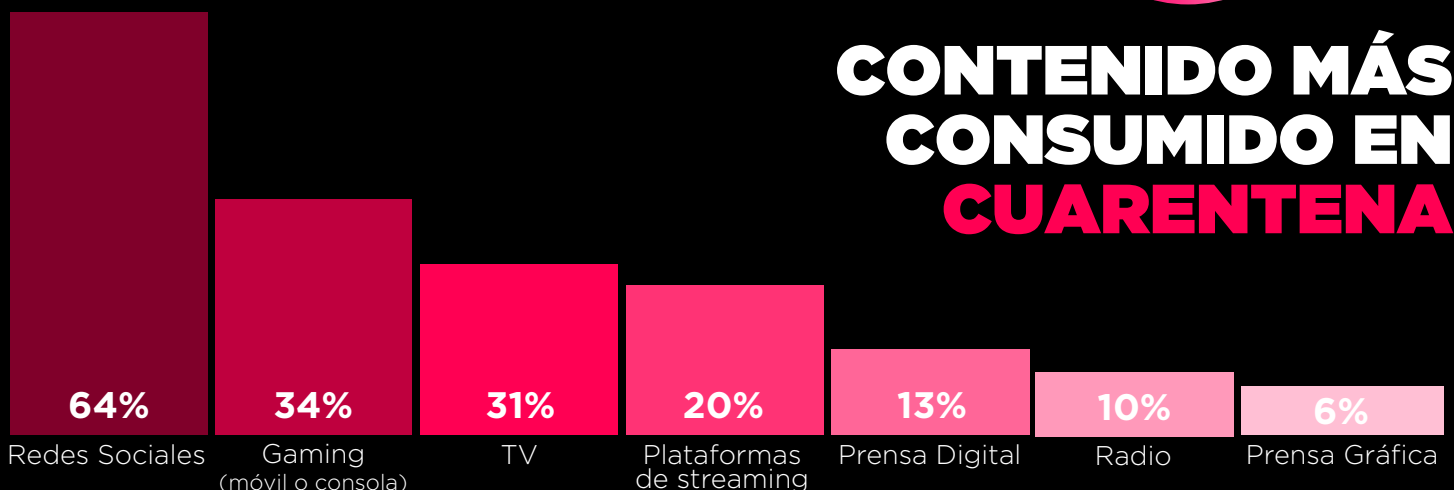
26%
25-34

20%
35-44

9%
55-64

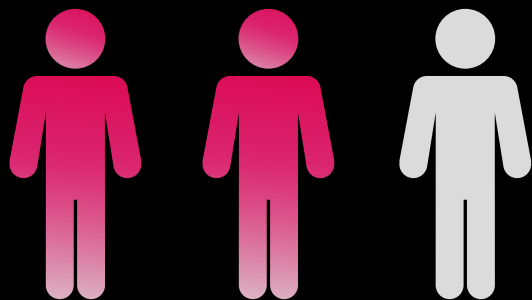
21%
18-24

CONTENIDO MÁS CONSUMIDO EN CUARENTENA





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



ACTIVIDADES QUE SE REALIZAN MIENTRAS SE JUEGAN JUEGOS MÓVILES

44% Sólo jugando

29% Mirando TV

28% Escuchando música

21% Enviando mensajes

14% Comiendo

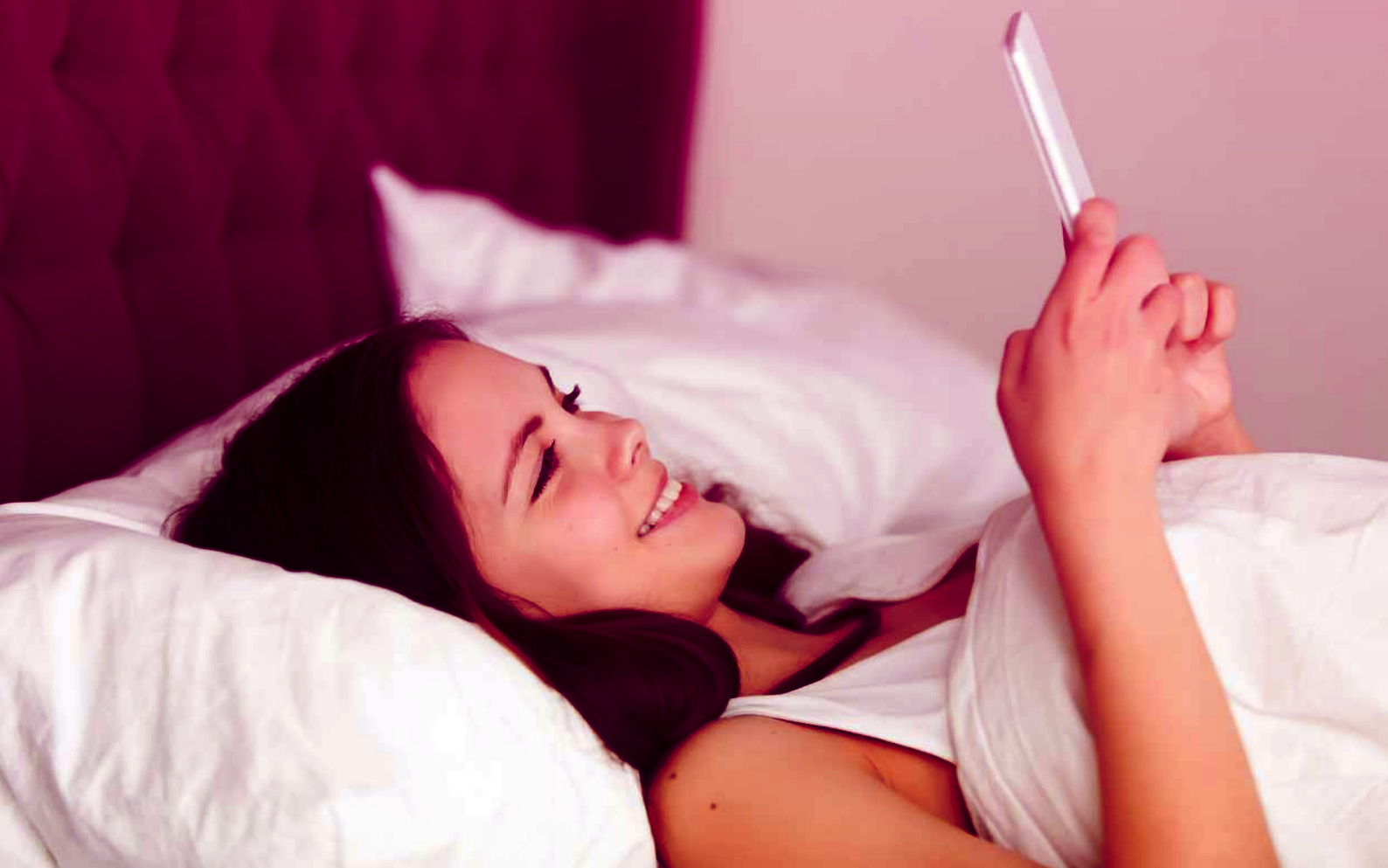
12% Trabajando

6% Estudiando



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





COMPORTAMIENTO DURANTE LA CUARENTENA

CONSUMO DE **JUEGOS**

••• **38%**
Aumentó

••• **42%**
Siguió igual

IMPORTANCIA DE JUEGOS EN LA NUEVA NORMALIDAD

Muy importante	16%
Importante	19%
Neutral	34%
Poco importante	16%
Nada importante	14%



55%

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

FRECUENCIA DE CONSUMOS DE JUEGOS MÓVILES

30%

Cinco veces
por día o más

19%

Tres veces
por día

16%

Dos veces
por día

15%

Una vez
por día

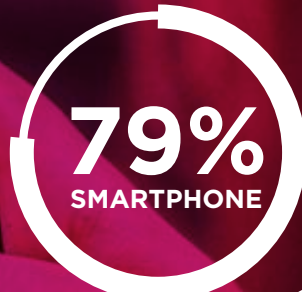
12%

Algunas veces
a la semana

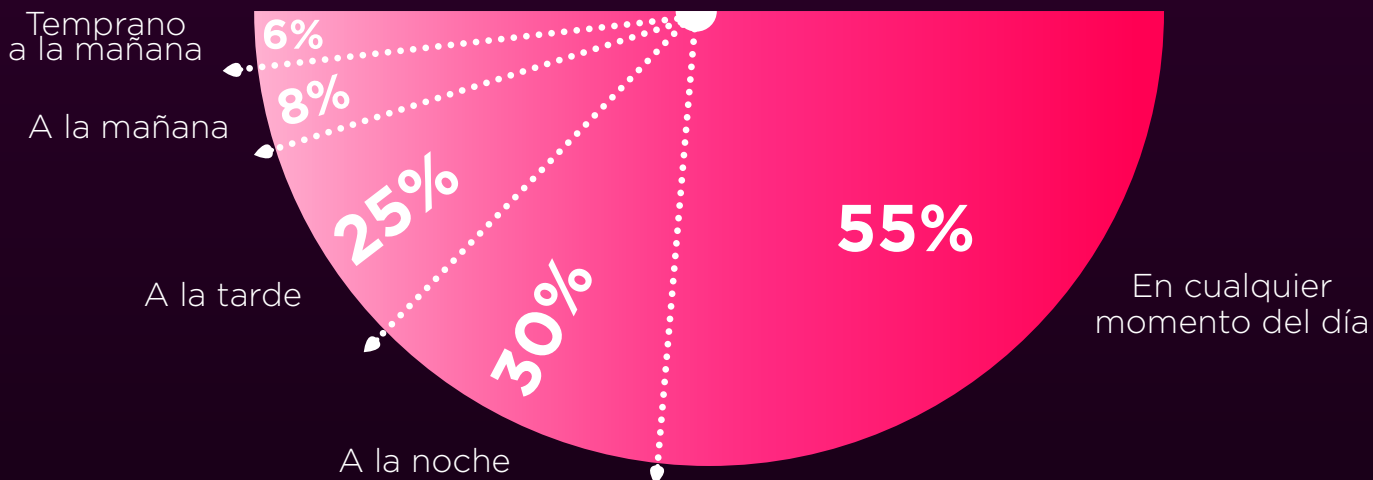
8%

Una vez a la
semana o menos

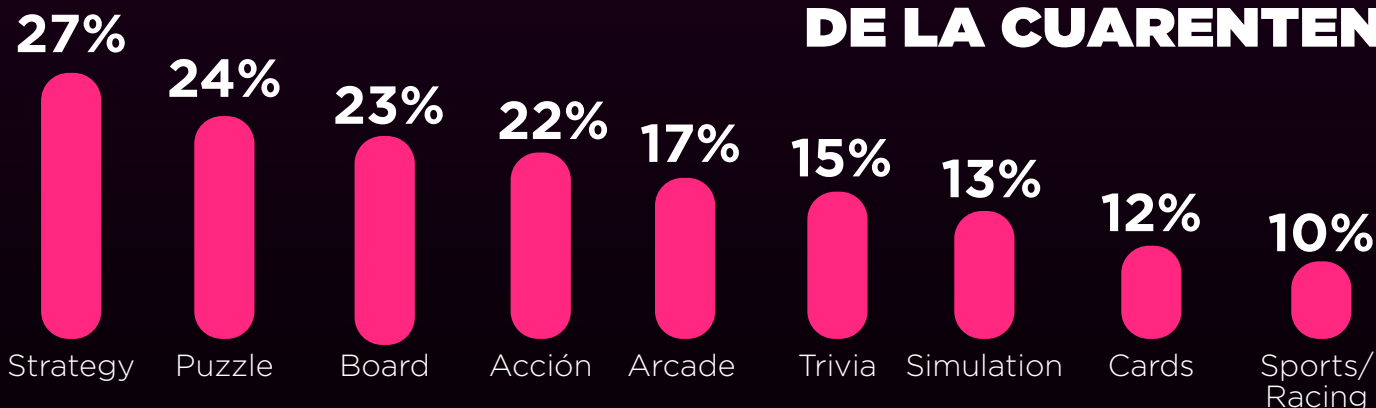
CONSUMO POR DISPOSITIVO



MOMENTOS DE CONSUMO DEL DÍA



LOS MÁS JUGADOS DE LA CUARENTENA



PUBLICIDAD DIGITAL DURANTE LA CUARENTENA SEGÚN EL CONSUMIDOR



32%

Más importante

48%

Igual de importante

19%

Menos importante

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

44%

De acuerdo

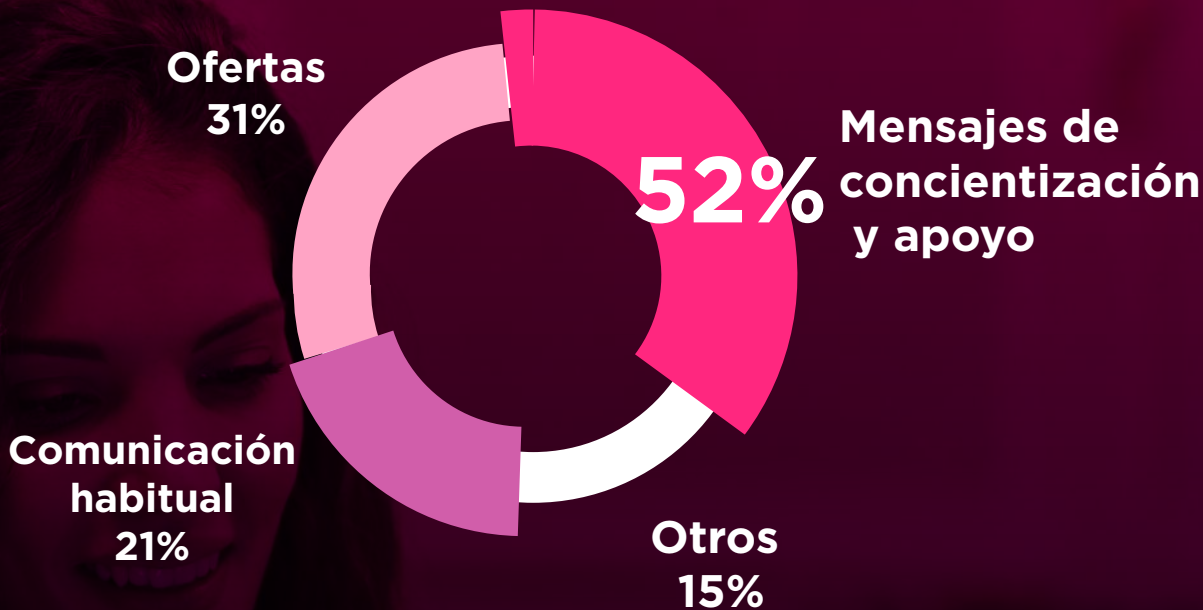
37%

Neutral

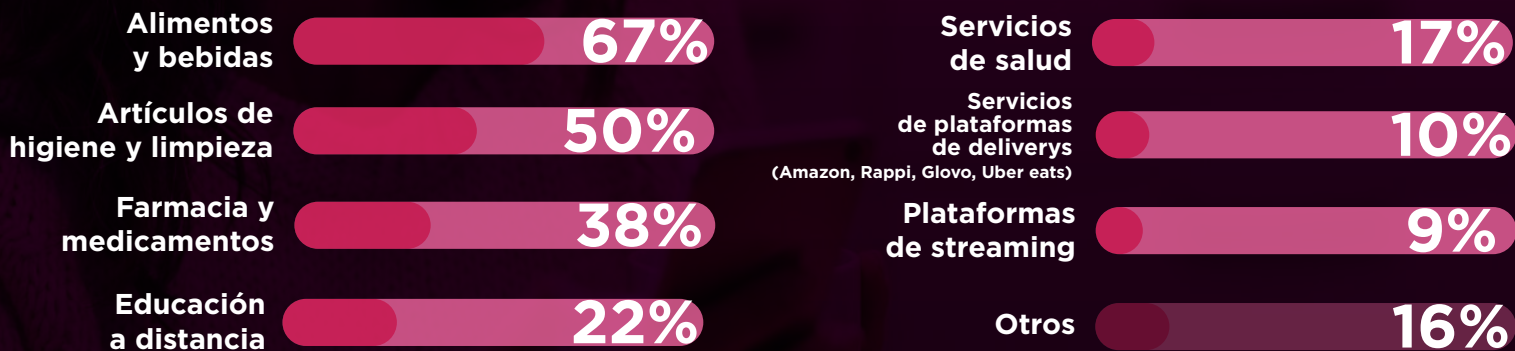
19%

En desacuerdo

¿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