



Foto por [Austin Distel](#) en [Unsplash](#)

UADE

Encuesta sobre consumo de medios y tecnología en AMBA

*Resultados de
investigación*

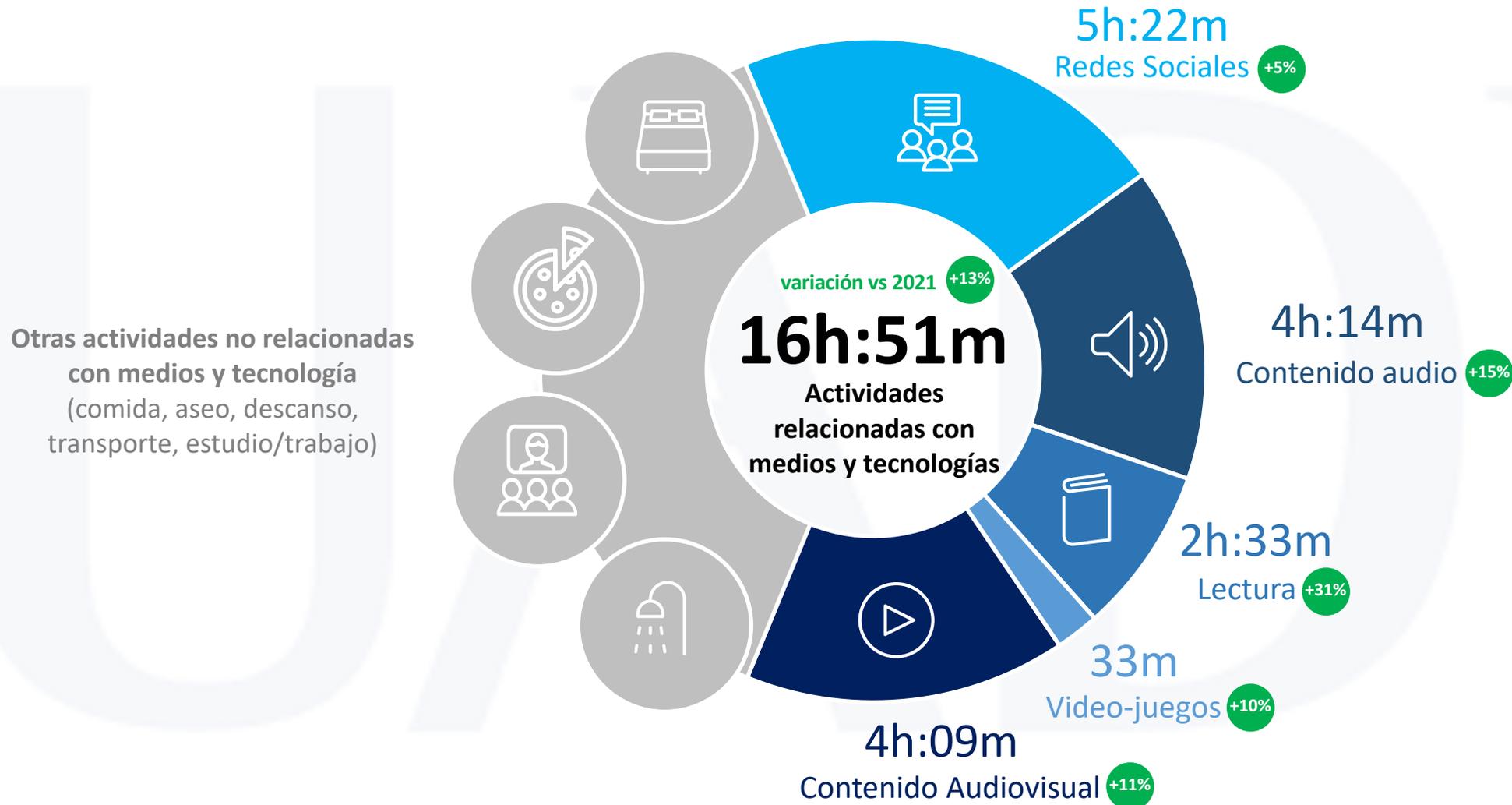
Observatorio de Medios & Entretenimiento

3a Edición - Año 2023

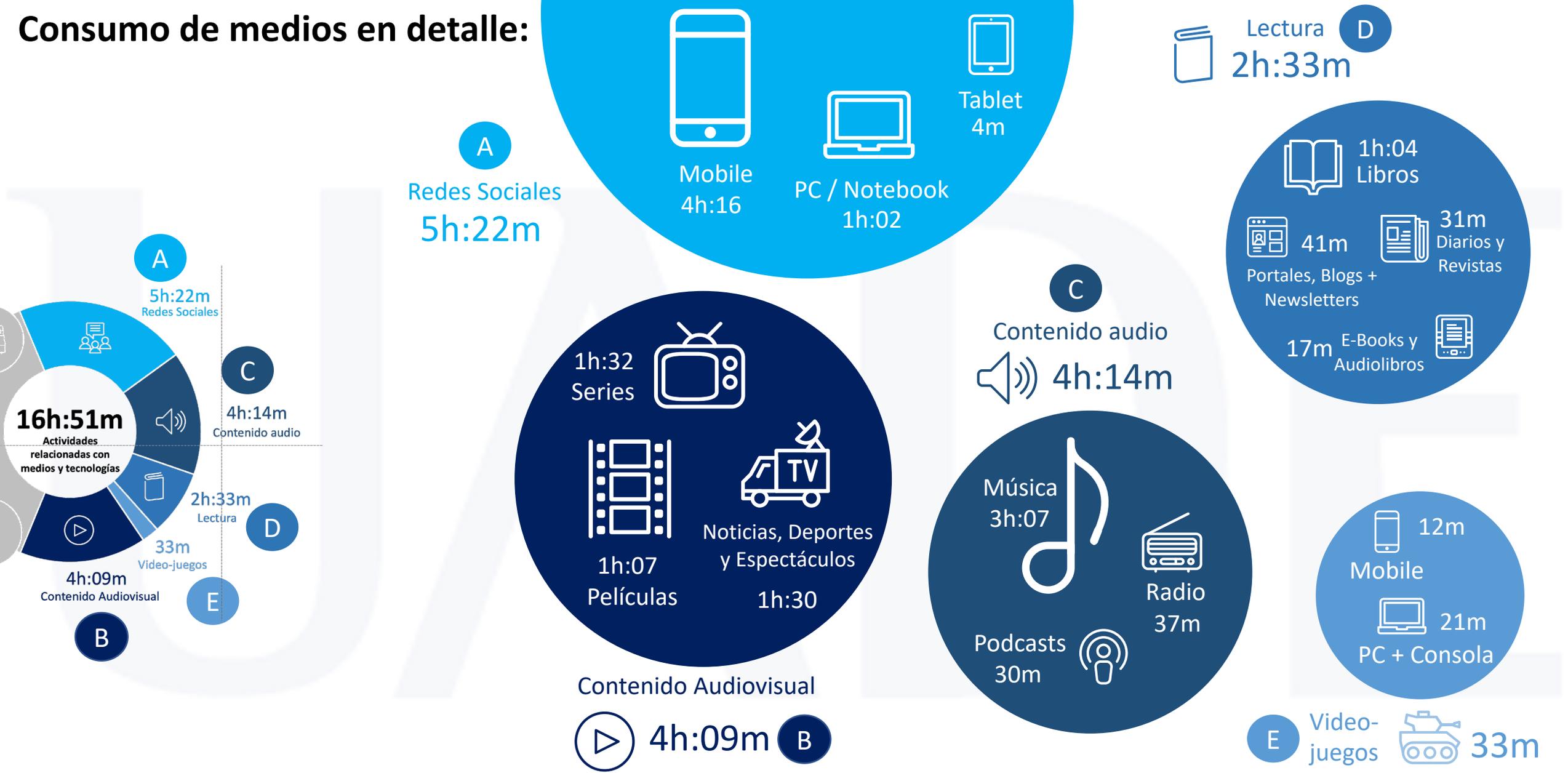
Generalidades



El consumo de medios suman casi 17 horas en el día; redes sociales cuenta con más de 5 horas de uso mientras que lectura se expande más del 30%.

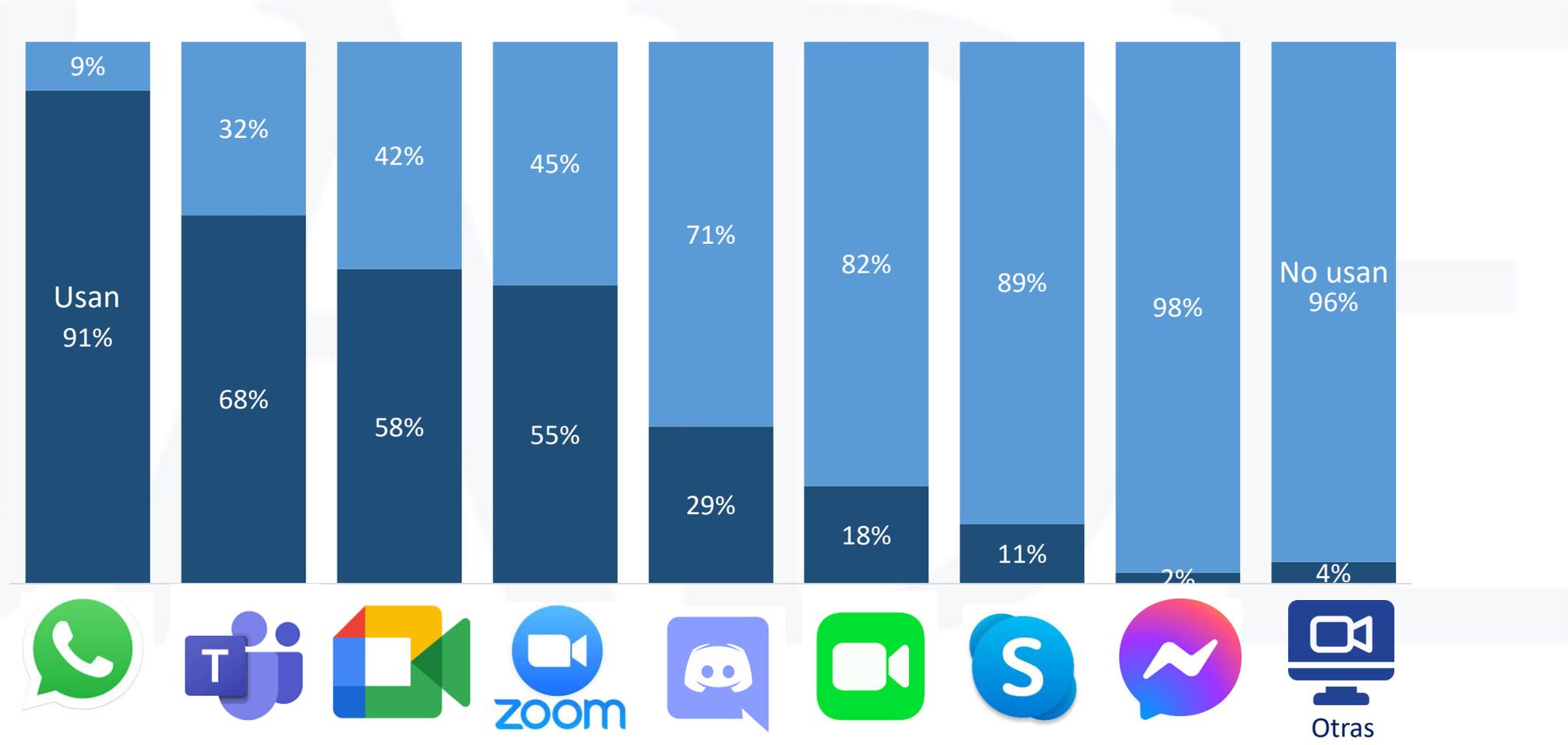


Consumo de medios en detalle:

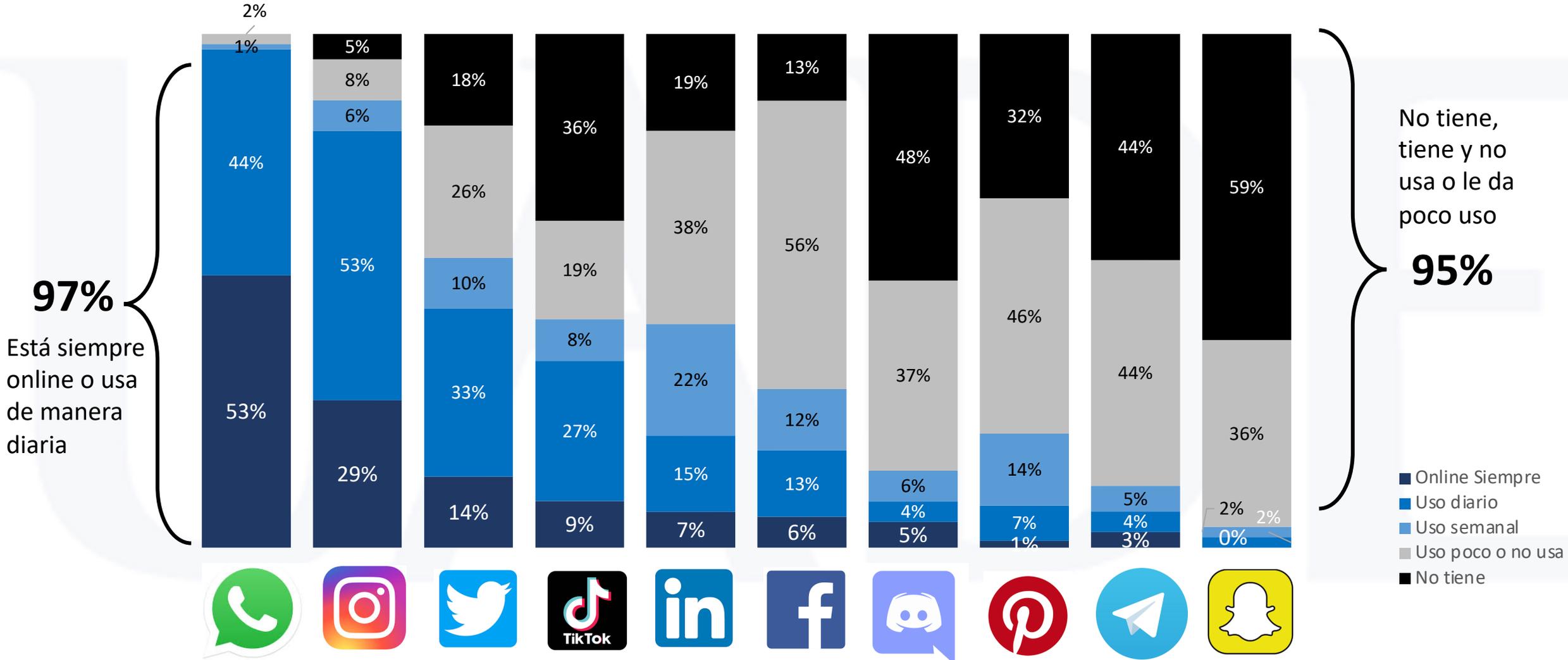


Encuesta sobre Consumo de Medios y Tecnología UADE 2022 - Pregunta - ¿Cuántas horas diarias dedicás a consumir contenido audiovisual / audio / juegos / lectura? Con rangos de horas posibles y tipos de medio para cada categoría. Las categorías de consumo de medios pueden solaparse con las actividades no relacionadas con medios y tecnología, p.e.: escuchar música o mirar TV mientras desayuno.

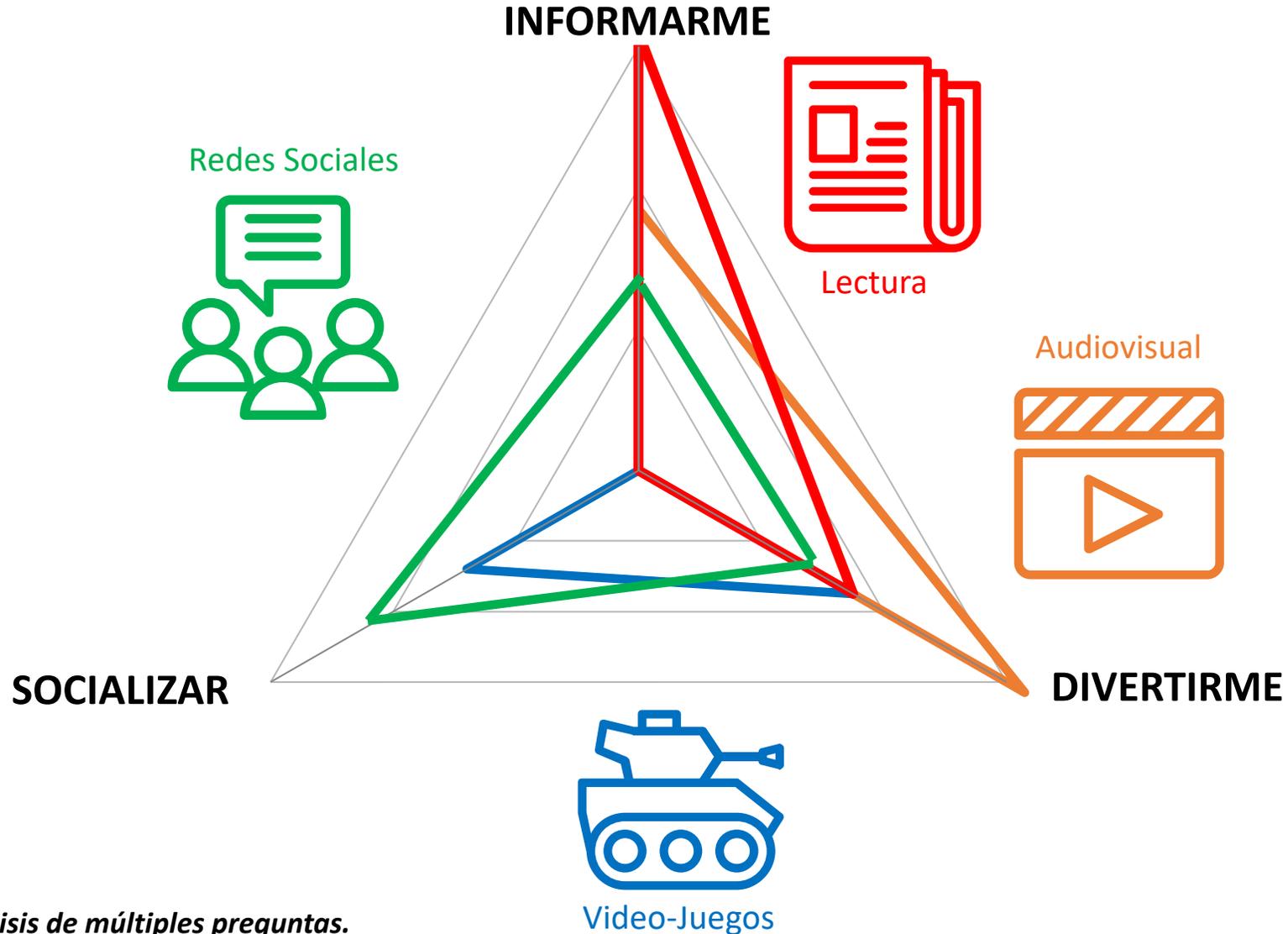
Más del 90% de los encuestados usa WhatsApp para hacer video-llamadas, completando el podio Teams y Google. Pierde peso Zoom y crece Discord (gamers) con un 29% de penetración (más que FaceTime de Apple, Skype de Microsoft y Facebook Messenger).



Casi todos usan diariamente WhatsApp, seguido por Instagram, Twitter y Tik-Tok. LinkedIn y Facebook, presentes pero con poco uso. Crece Discord pero sigue siendo de nicho.



Consumimos medios por diversos motivos; leemos para informarnos, miramos videos para divertirnos y usamos redes sociales y video-juegos para socializar.

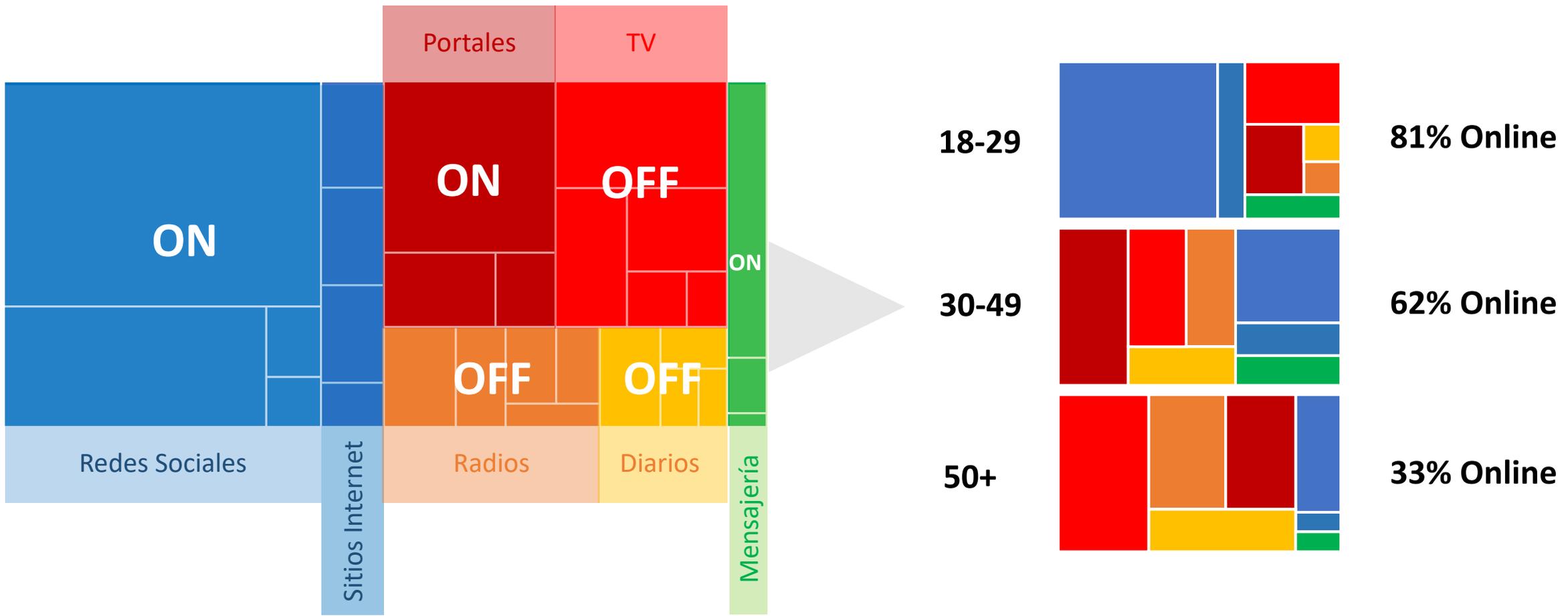


La mitad de los encuestados se informa principalmente por Internet mientras que el resto menciona medios tradicionales y portales (45%) y mensajería instantánea (5%).

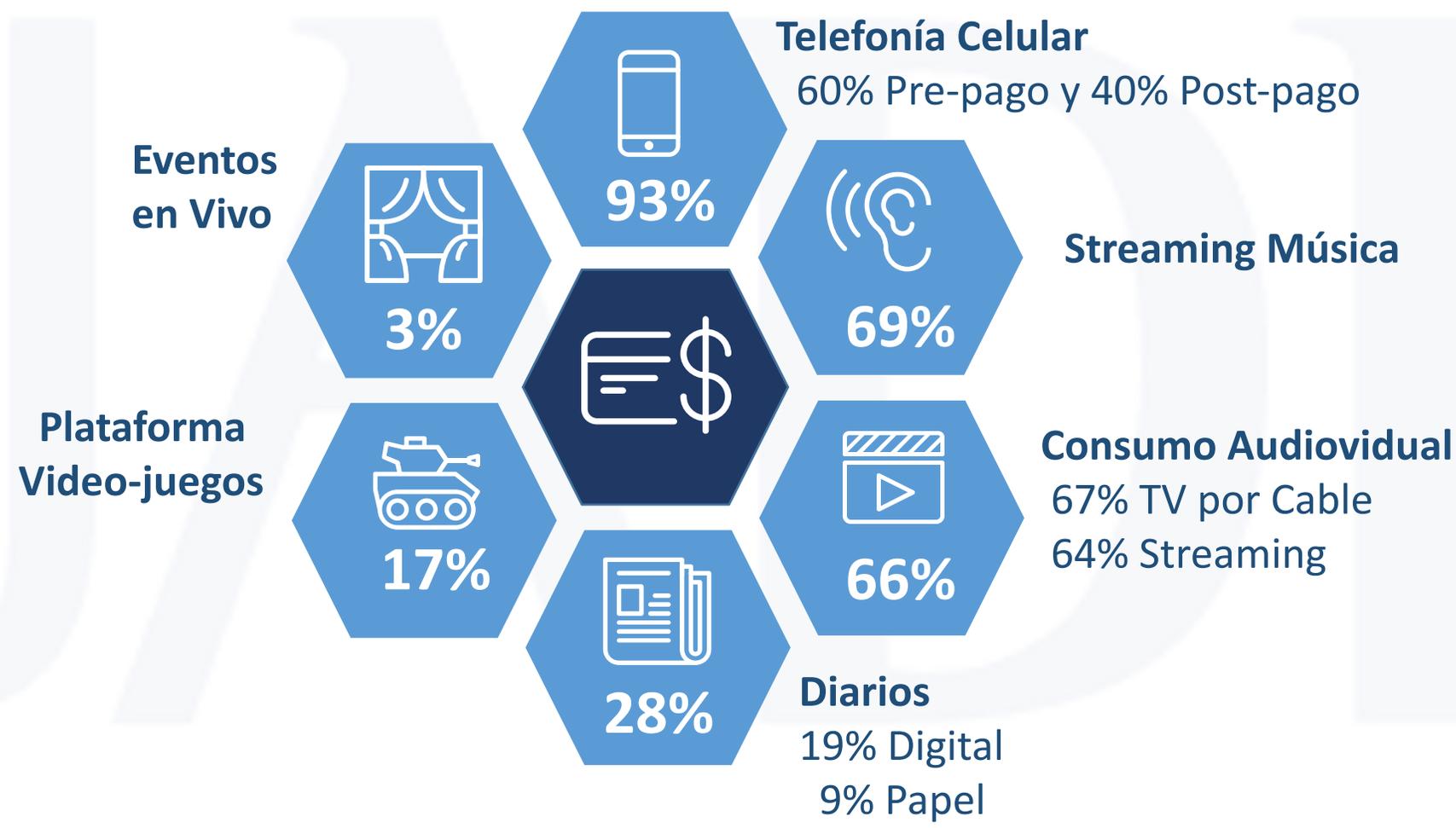
■ Internet ■ Medios ■ Mensajes



Por grupo etario, vemos que el comportamiento de los encuestados es muy dispar, con los medios online representando 81% para los 18-29, 62% para los 30-49 y 1/3 para los mayores de 50.



Alta penetración de suscripciones a medios y tecnología. Telefonía celular al 93%, Internet fijo al 89% y servicios de streaming, cerca del 70%. Diarios, video-juegos y eventos en vivo con menos del 30% de penetración.



Perfiles de Usuarios

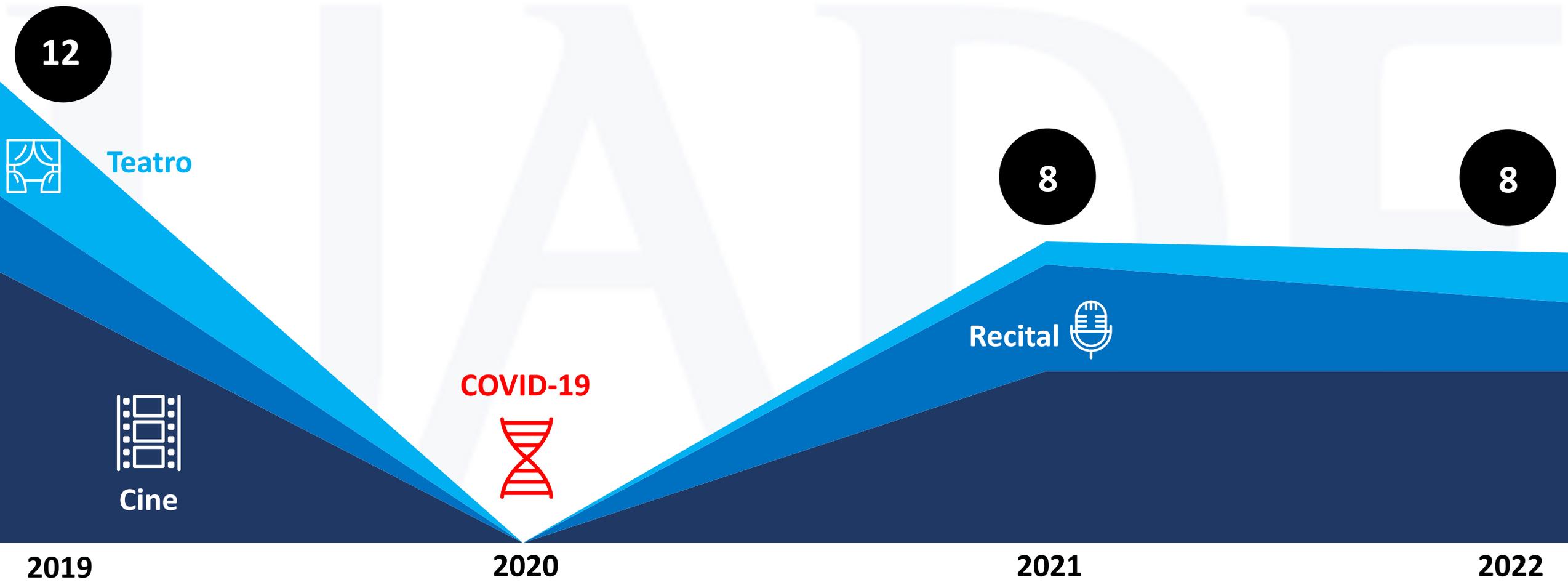


Nuestro encuestado promedio vive inmerso en un mundo digital, alterna entre 5 dispositivos, comunicándose con 4 apps y usando 7 redes para abrirse al mundo. Además, paga más de 4 abonos de *streaming*. A pesar del fin de la pandemia, seguimos *hiperconectados*.



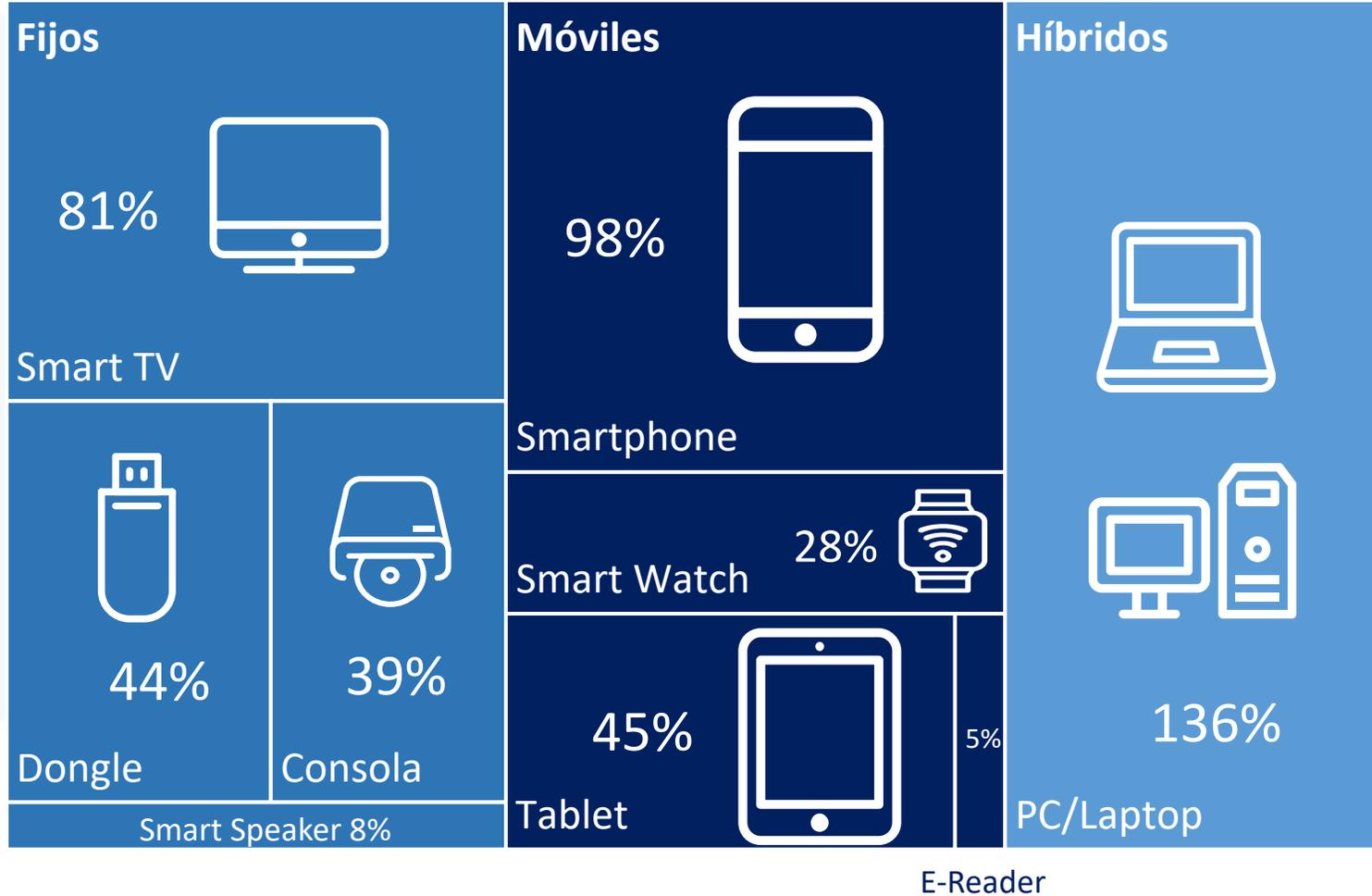
Promedios por persona.

Nuestros encuestados han vuelto a asistir a espectáculos masivos con asiduidad, ya sea al cine como a recitales y al teatro, aunque no recuperando aún los niveles pre-pandemia. Las experiencias personales siguen teniendo un rol relevante en el consumo de medios.



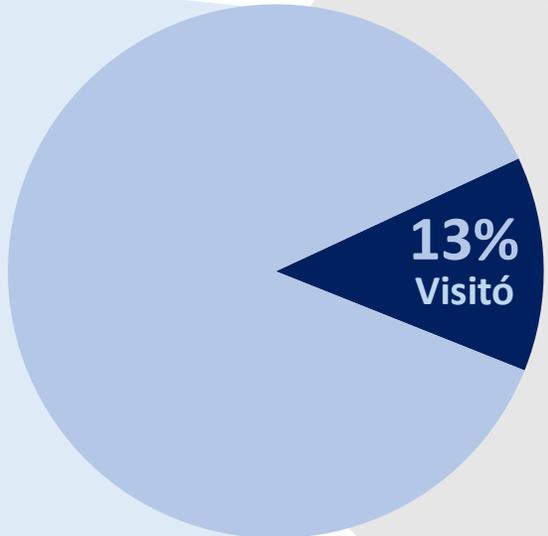
Del promedio de 5 dispositivos por persona; el más mencionado es la PC/Notebook (1.4 por hogar), seguida por el Smartphone (98%), la Smart TV (81%) y la Tablet (45%). Dongles al 44%, Consolas 39% y Smartwatch trepa fuerte con un 28% de penetración.


 5%
 Casco de Realidad Virtual

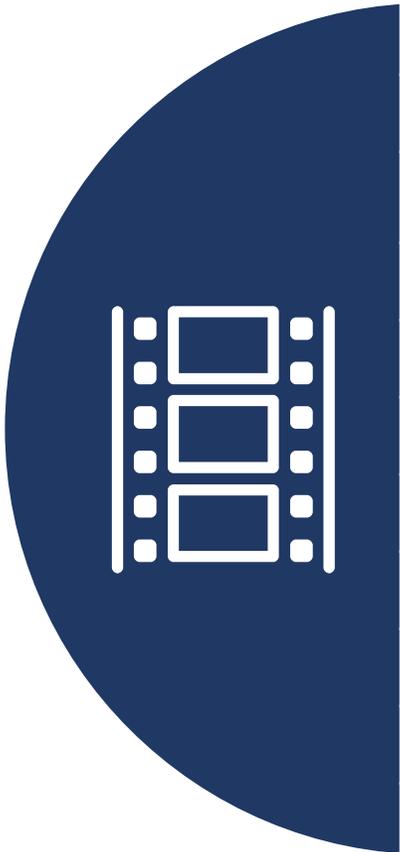


El Metaverso fue uno de los términos más utilizados en medios digitales en 2022. Sin embargo, a pesar de que el 70% de los encuestados manifiesta saber qué es, de ellos, sólo el 13% ha visitado alguna versión del mismo ...

Metaverso



Los encuestados concentraron el 61% de sus votos en 10 películas y prefirieron Argentina 1985 por sobre el resto, seguida por Maverick y Doctor Strange, entre 100 distintas.



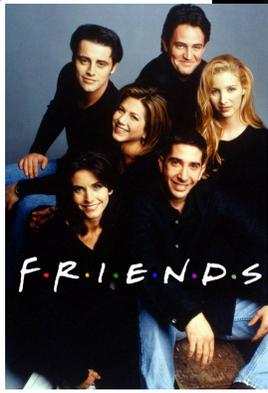
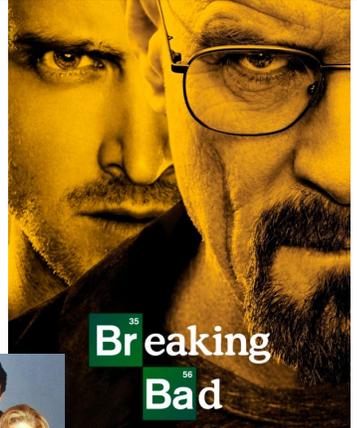
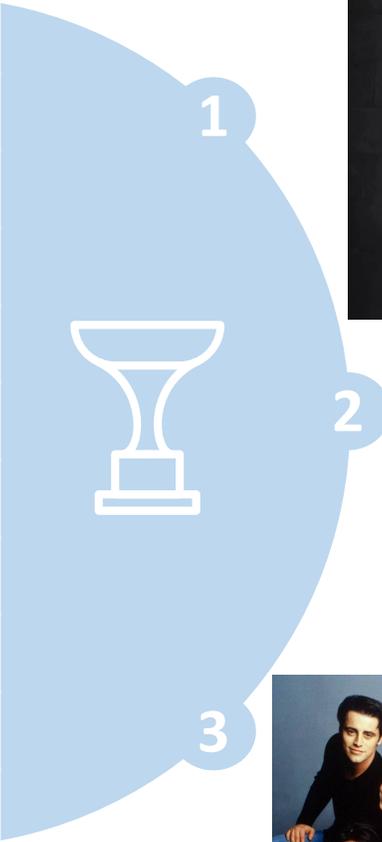
#	Película	%
1	Argentina 1985	23%
2	Top Gun Maverick	11%
3	Doctor Strange in the Multiverse of Madness	7%
4	The Batman	4%
5	Spiderman No Way Home	4%
6	Elvis	3%
7	Don't Worry Darling	3%
8	Thor Love and Thunder	2%
9	Animales Fantásticos	2%
10	Minions	2%
	11-100	39%
	359 Respuestas	100%



Los encuestados concentraron el 33% de sus votos en 10 series, prefiriendo Game of Thrones, Breaking Bad y Friends. Con alta tasa de respuesta se mencionaron 205 series distintas.



#	Serie	%
1	Game of Thrones	6%
2	Breaking Bad	5%
3	Friends	4%
4	Grey's Anatomy	4%
5	Better Call Saul	3%
6	The Crown	3%
7	Peaky Blinders	2%
8	Dark	2%
9	This Is Us	2%
10	Gossip Girl	2%
	11-205	67%
	469 Respuestas	100%



Los encuestados concentraron el 39% de sus votos en 10 bandas, prefiriendo a Coldplay, Taylor Swift y Migue Granados (podcast), entre 198 artistas.

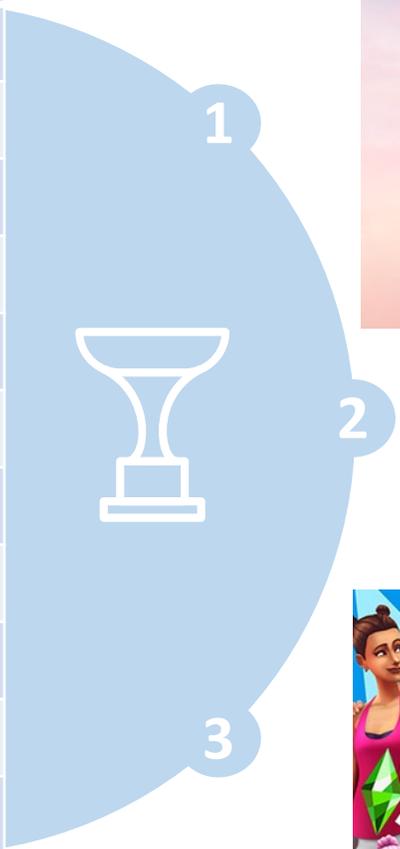
#	Banda Musical o Podcast	%
1	Coldplay	18%
2	Taylor Swift	5%
3	Migue Granados	4%
4	Duki	3%
5	Bad Bunny	2%
6	Babasónicos	2%
7	WOS	2%
8	BTS	2%
9	Tini	2%
10	Miley Cyrus	1%
	11-198	61%
	393 Respuestas	100%



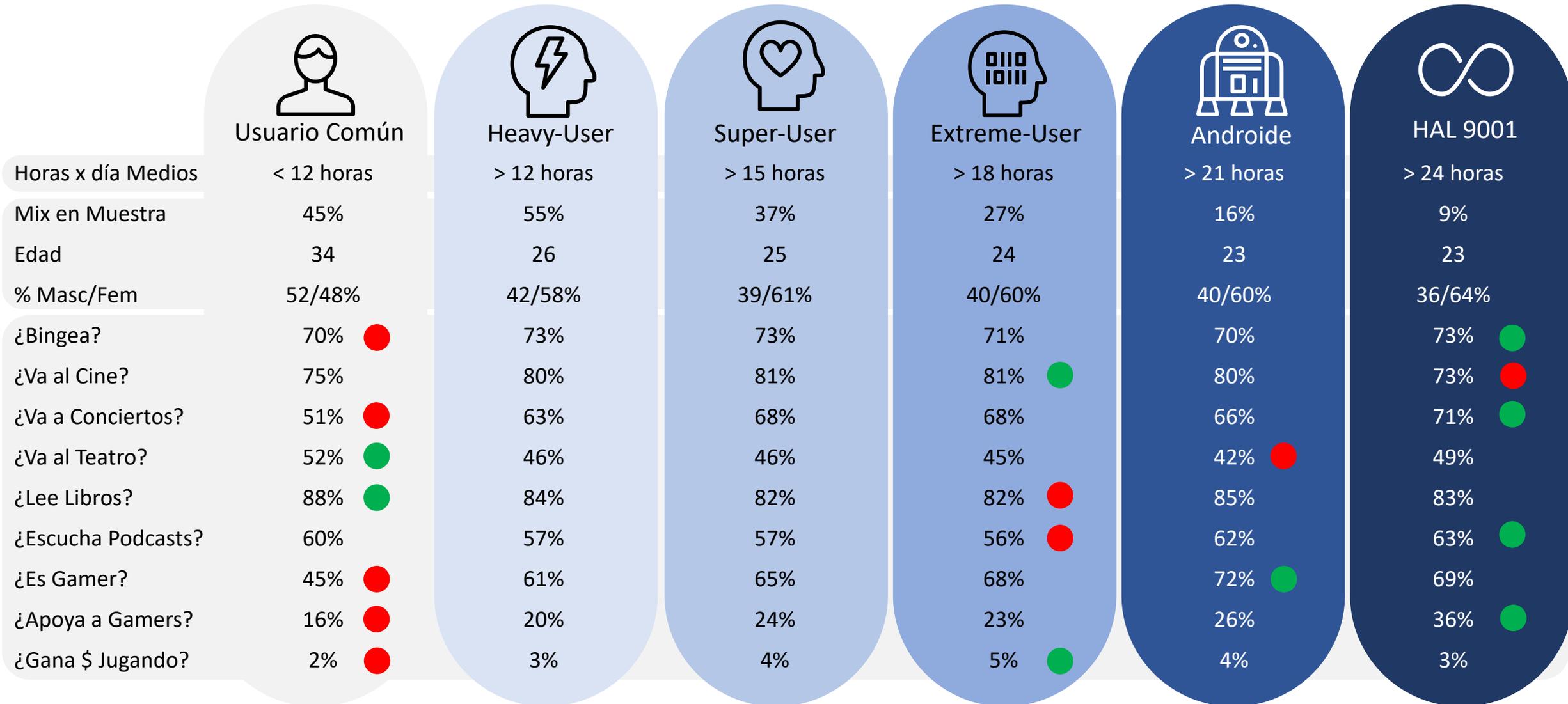
Los encuestados concentraron el 34% de sus votos en 10 video-juegos, prefiriendo FIFA, Counter Strike y The Sims 4. Se mencionaron 117 juegos distintos.



#	Juego	%
1	FIFA	8%
2	Counter Strike	5%
3	The Sims 4	4%
4	Valorant	3%
5	Elden Ring	3%
6	Call of Duty	2%
7	Clash Royale	2%
8	League of Legends	2%
9	Candy crush	2%
10	Minecraft	2%
	11-117	66%
	208 Respuestas	100%



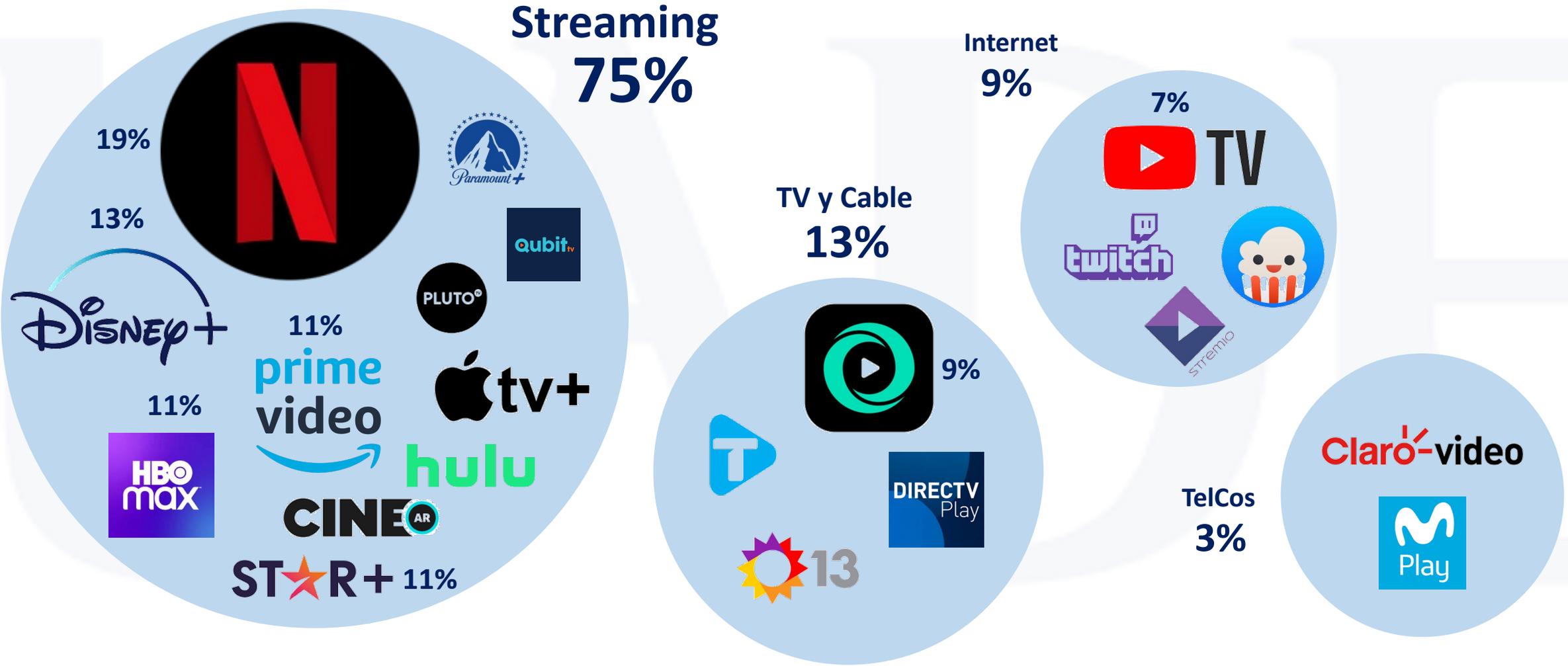
Existen distintos perfiles de usuarios en base a la cantidad de horas de dieta tecnológica y mediática diaria (sumatoria de todos los formatos). Ustedes, ¿En qué grupo están?



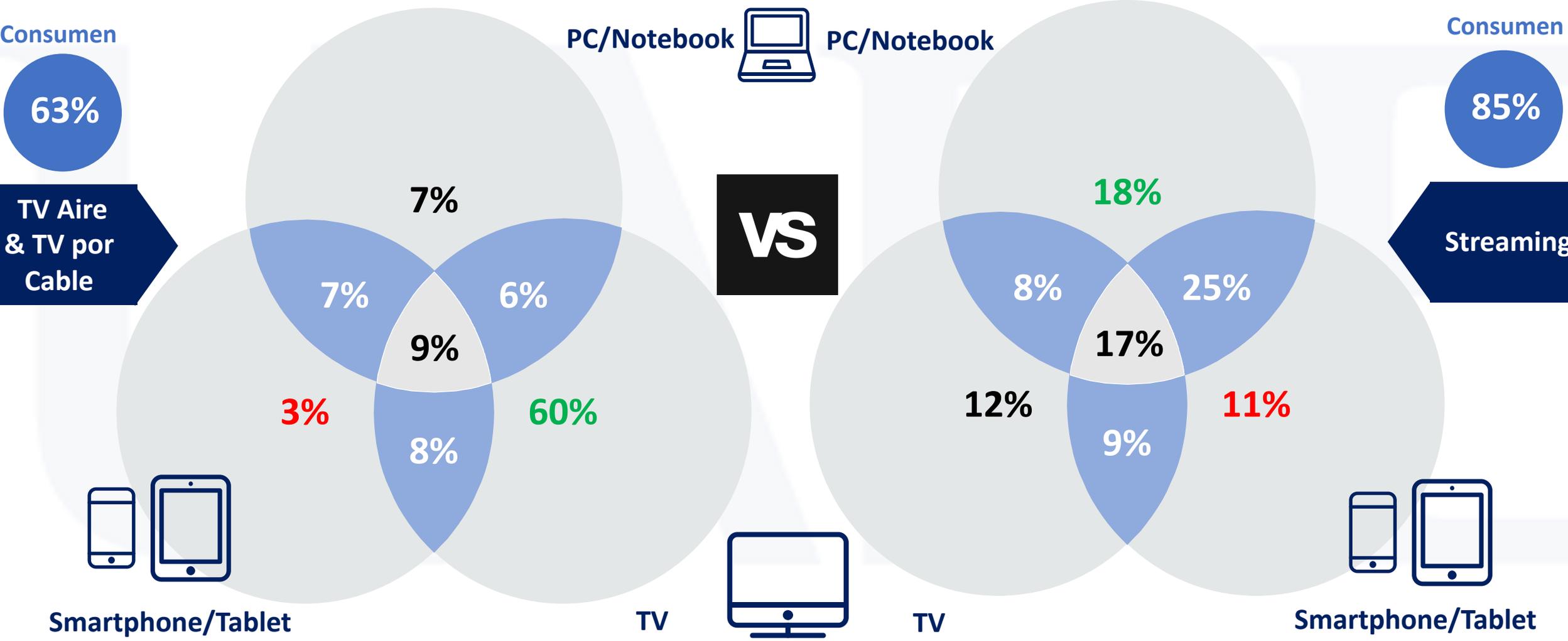
Medios Audiovisuales



El consumo de streaming se lleva 70% de las menciones, seguido muy de lejos por TV + Cable, Internet y Telcos. El promedio utiliza 4 plataformas audiovisuales para mirar contenido.



El 83% consume TV tradicional en Smart TV versus el 46% en streaming, que se consume principalmente en PC/Notebook (68% de menciones) y Smartphones/Tablets (62%).



Audio y Música

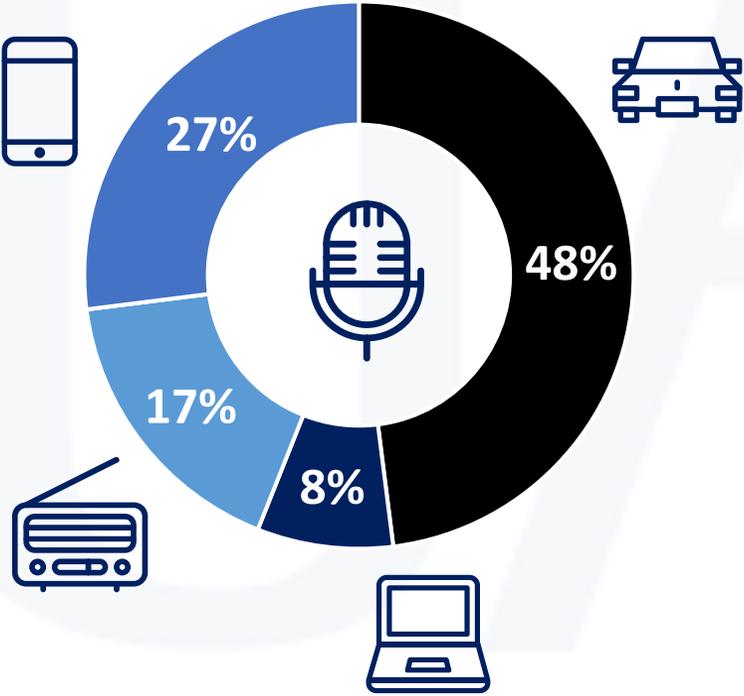


En el *discovery* de nueva música o podcasts se destacan las redes sociales (28%), recomendaciones de amigos (25%) y sugerencias de la misma plataforma (22%).

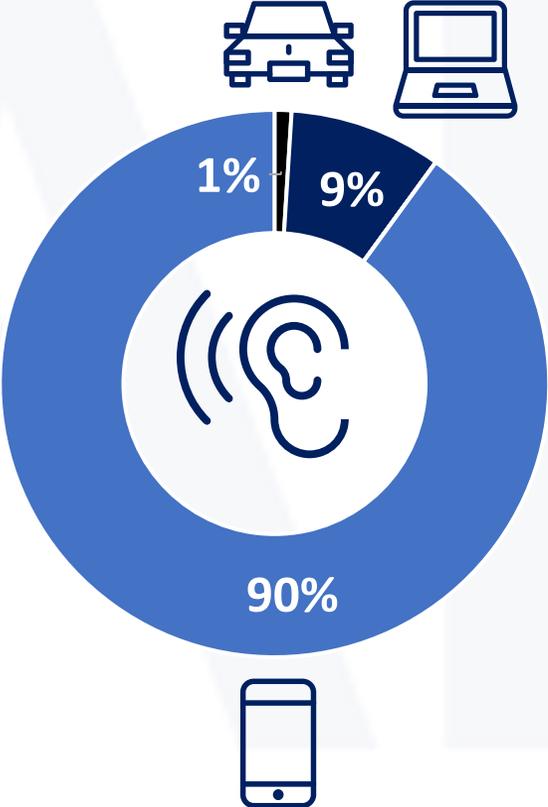


La radio se escucha principalmente en el auto; streaming en el Smartphone y discos (físicos) en reproductores dedicados.

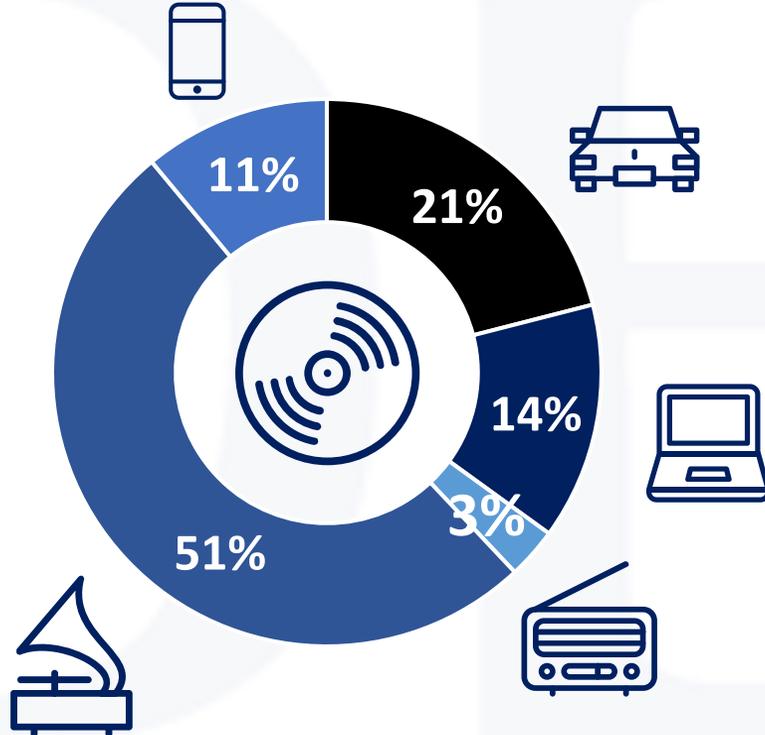
Radio AM/FM



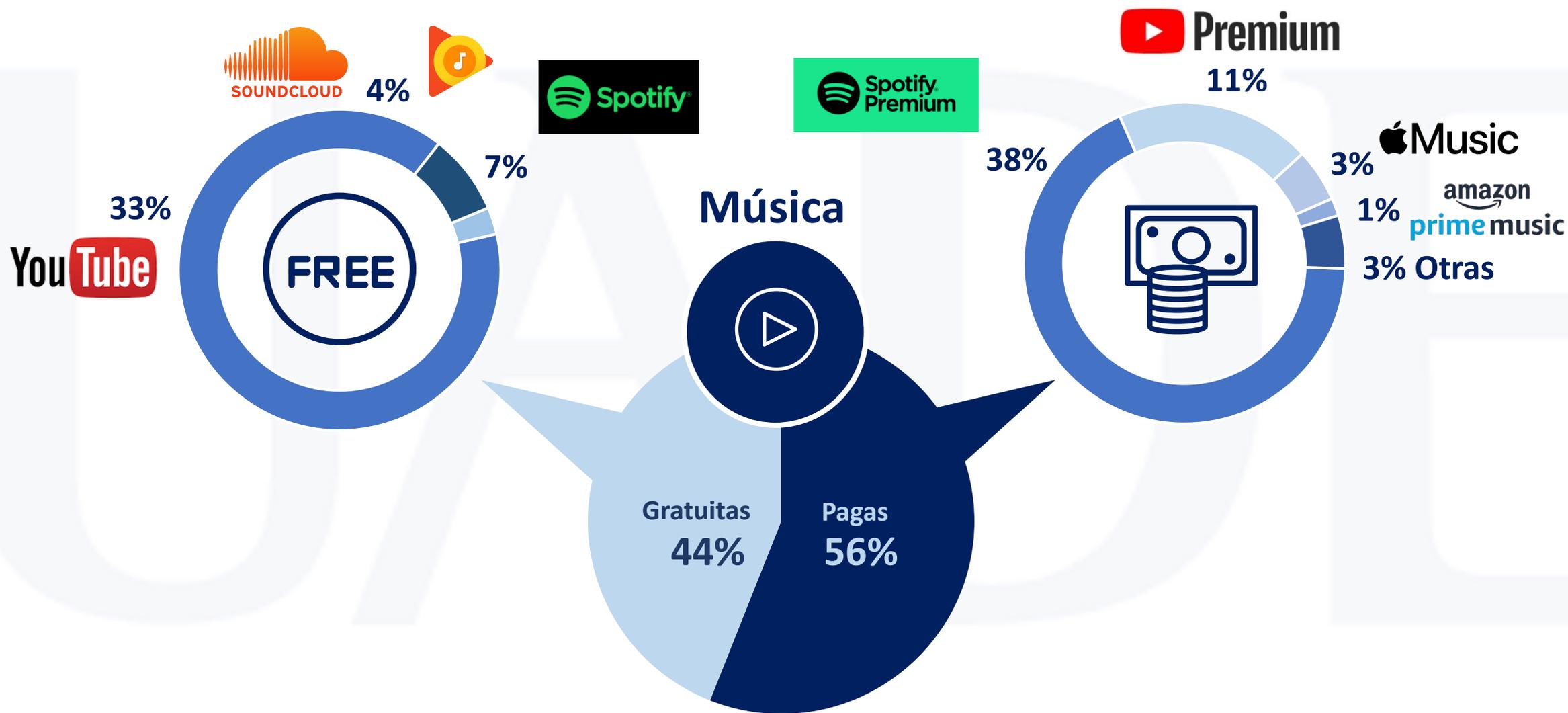
Streaming



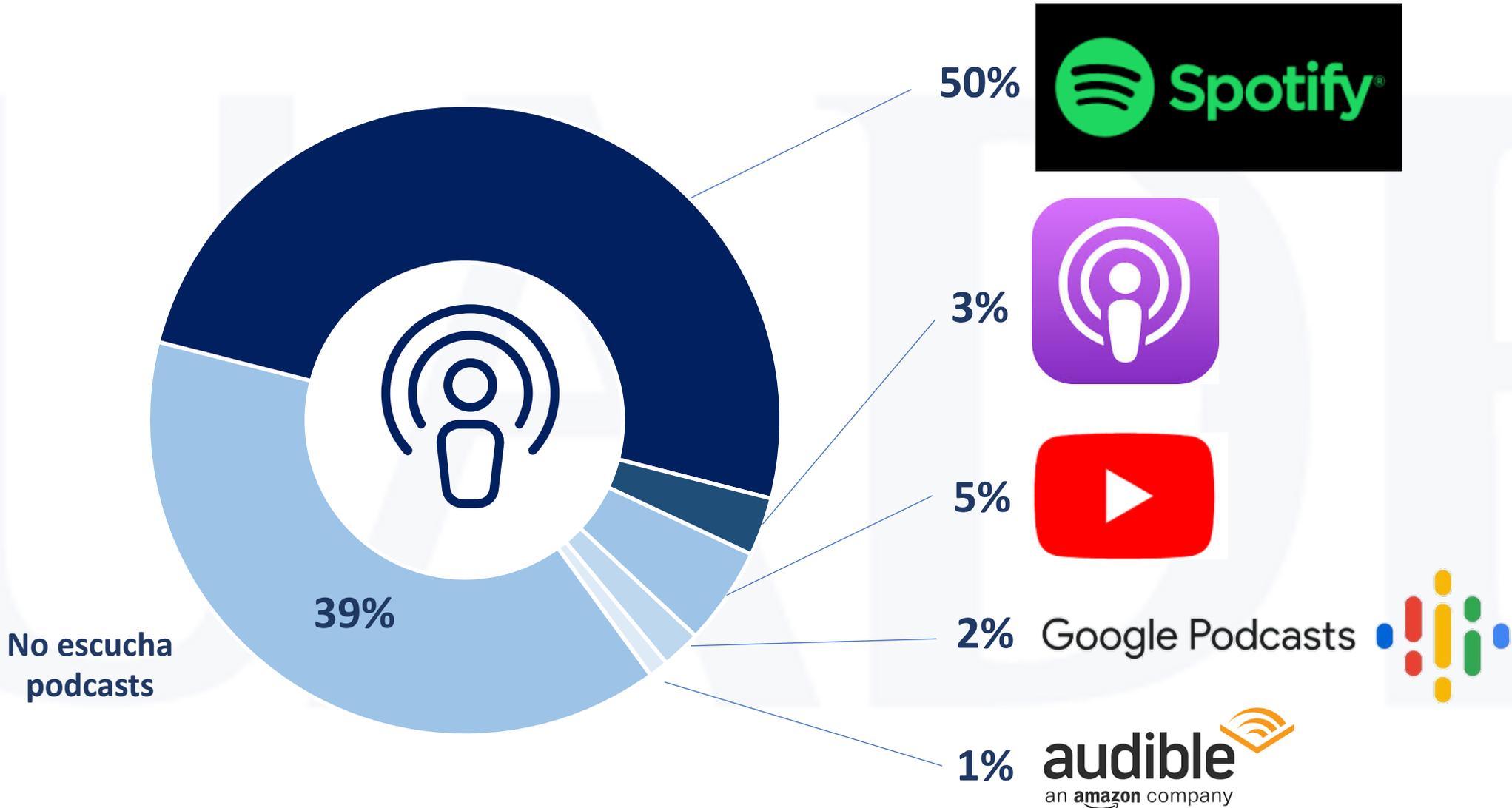
CD/Vinilos/DVD



Virtual empate entre aplicaciones pagas y gratuitas; Spotify lidera las pagas y YouTube las gratuitas. Es destacable que la más popular de todas es YouTube, que no es nativa musical.



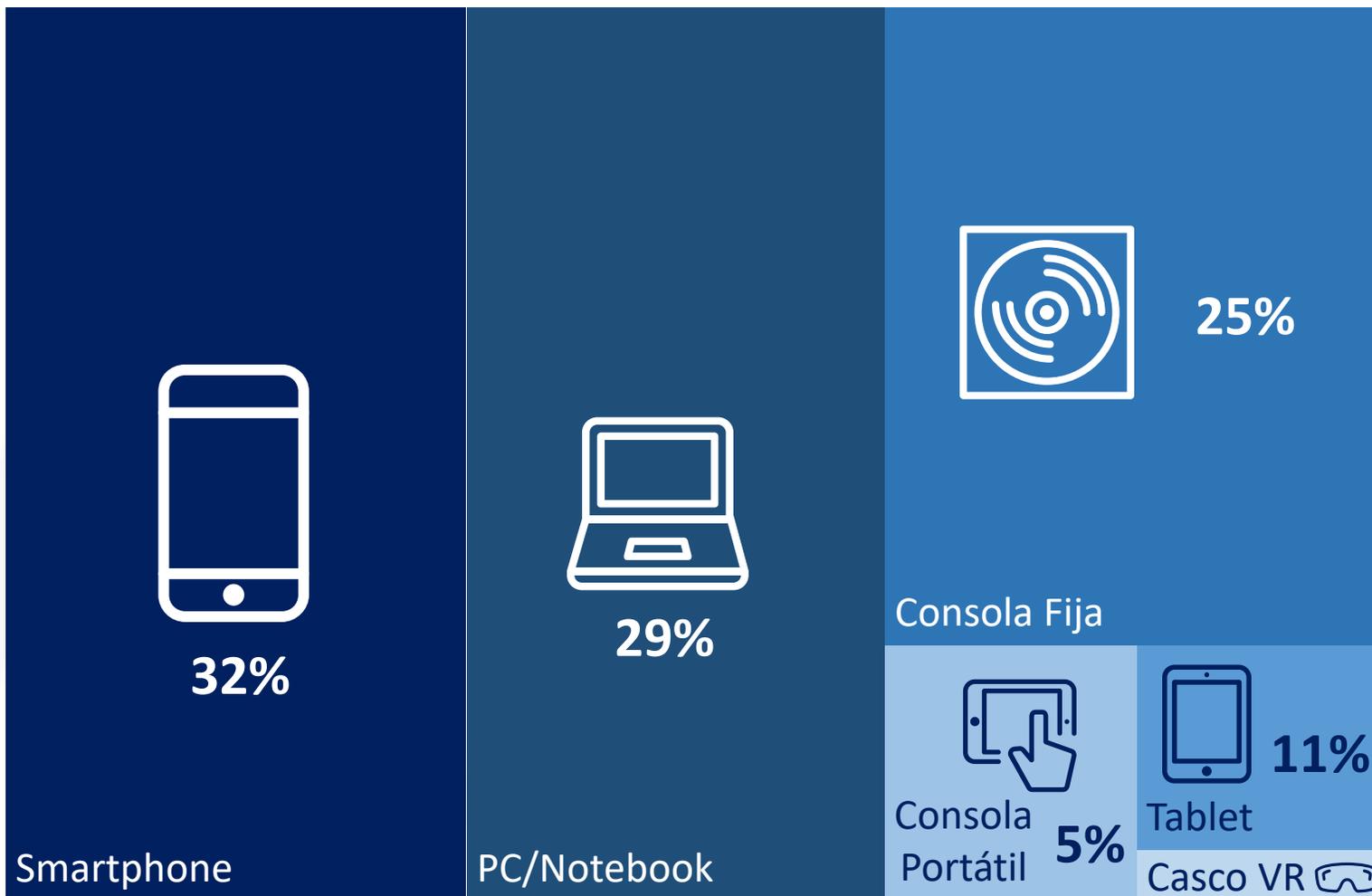
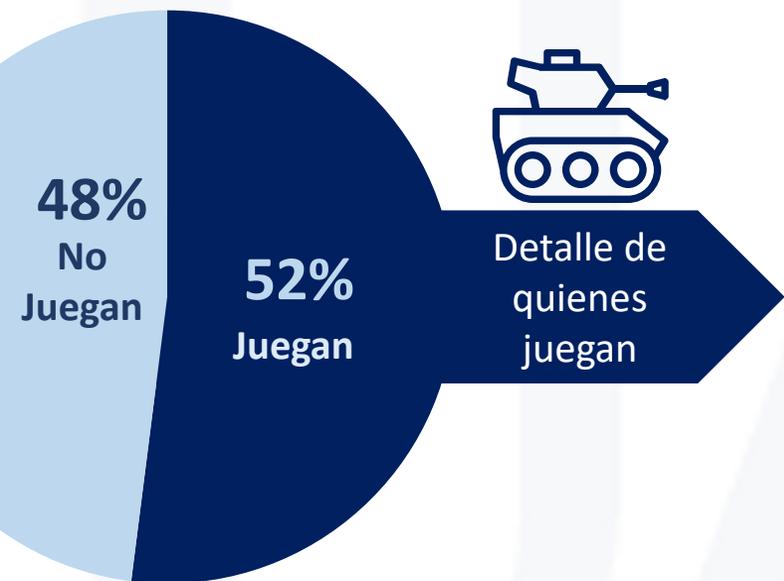
Más de la mitad de los encuestados consume podcasts (61%), principalmente a través de Spotify (50%), seguido de YouTube (5%), Apple Podcasts (3%) y Google Podcasts (2%).



Gaming



Un tercio de quienes usan video-juegos lo hace principalmente en sus smartphones, un 30% en PC/Laptop y otro tanto, en consolas (fijas 25% + portátiles 5%).



Un poco menos de la mitad de los encuestados se declara jugador (48%); de éstos, la mitad son jugadores "casuales" (1-2 veces por semana) y 19% juega todos los días. El tiempo de juego promedio diario es de 1h 37 minutos en quienes se declaran jugadores.

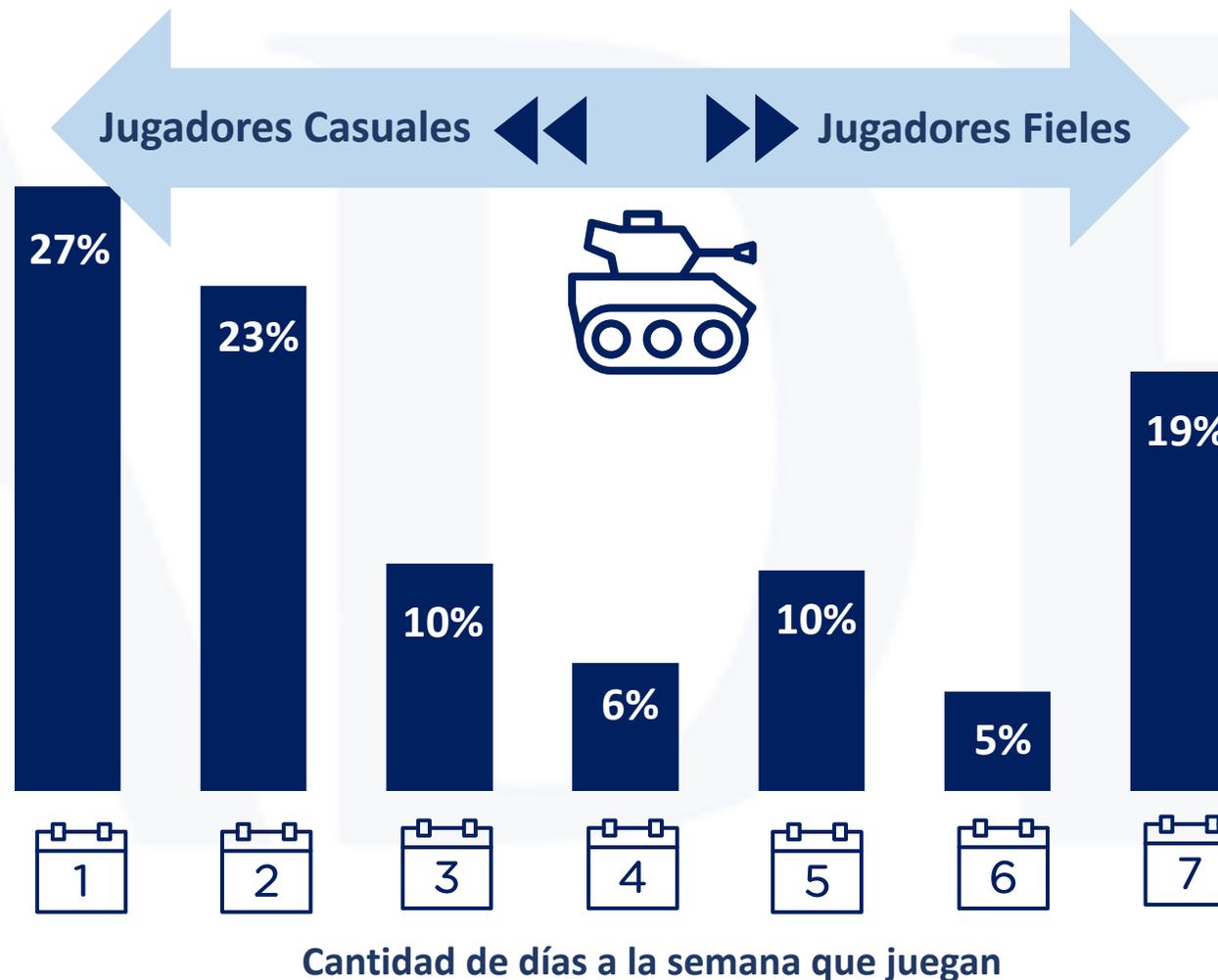
Tiempo diario de juego



Promedio general
33 minutos

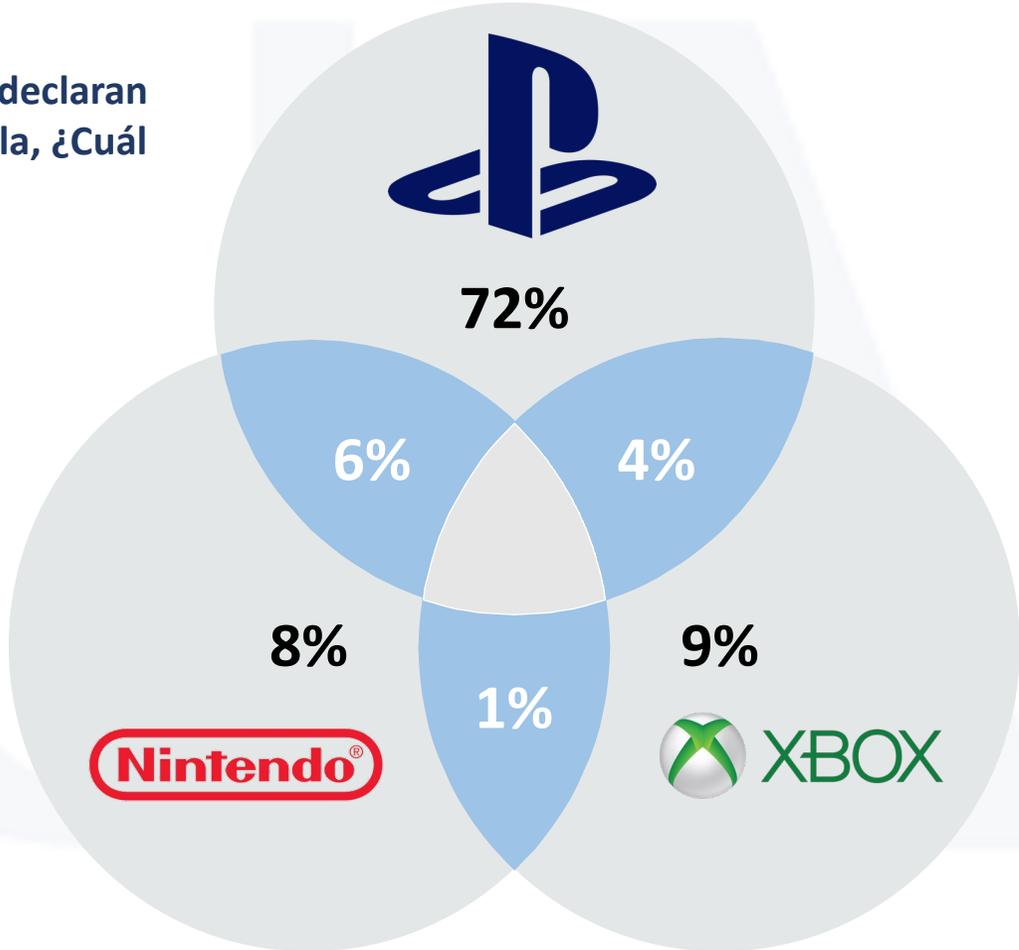


Sólo quienes juegan
1h:37 minutos



El 45% de los encuestados declara tener una consola de video-juegos en el hogar (siendo la PlayStation de Sony la gran ganadora); mientras que 1/5 está abonado a un servicio online. El 19% declara tener más de una consola, generalmente una fija y una portátil.

De quienes declaran tener consola, ¿Cuál (es) tienen?

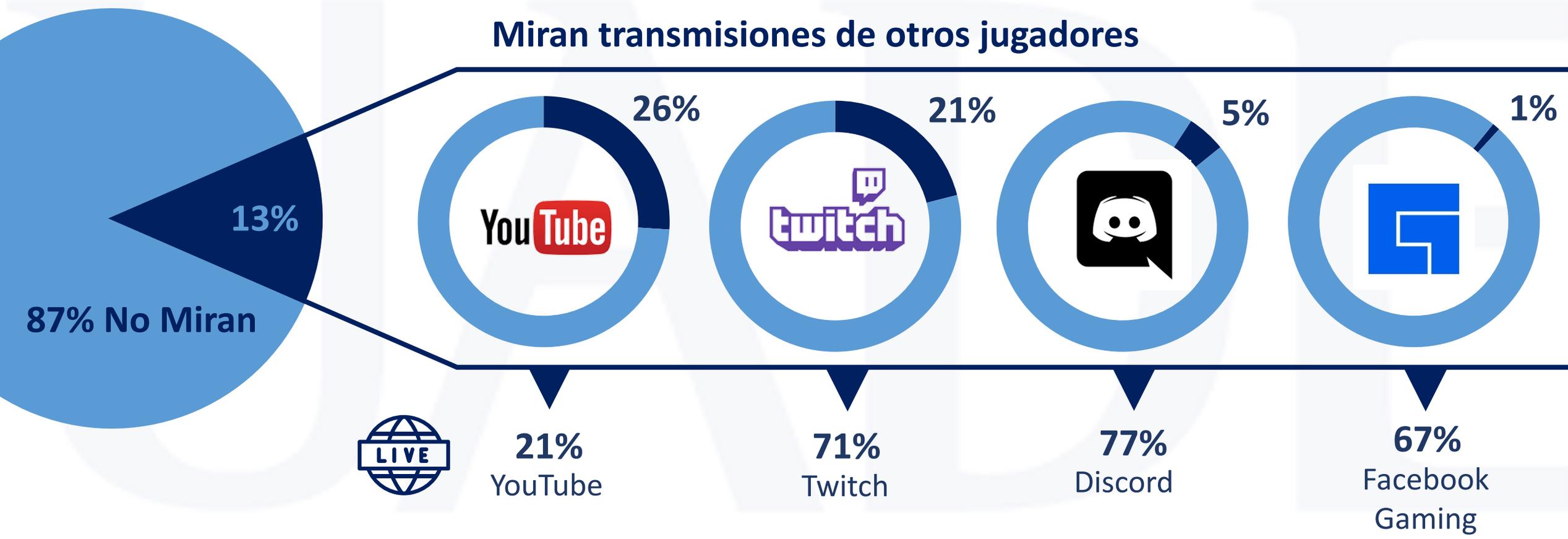


De quienes declaran tener consola, ¿A qué plataforma están suscriptos?



* % sobre quienes tienen cada consola; p.e. 27% de quienes tienen una PS, están abonados a PS Plus.

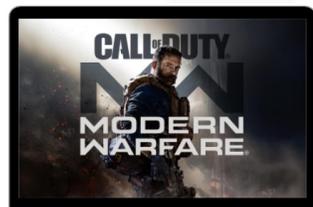
La mayoría de los encuestados no mira transmisiones de otras personas jugando; los que lo hacen, suelen hacerlo por YouTube para ver en diferido y por Twitch o Discord para ver en vivo.



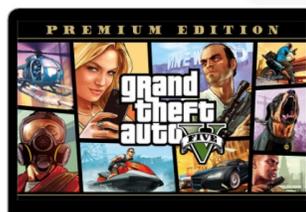
En el top 10 de juegos más mencionados, se entremezclan los tradicionales de consola/PC (FIFA, CoD, GTA, Sims4) con hits *mobile* (Among Us, Candy Crush).



1 12%



2 8%



3 7%



4 6.5%



5 6%



6 5.9%



7 5.5%



8 3.1%



9 2.8%

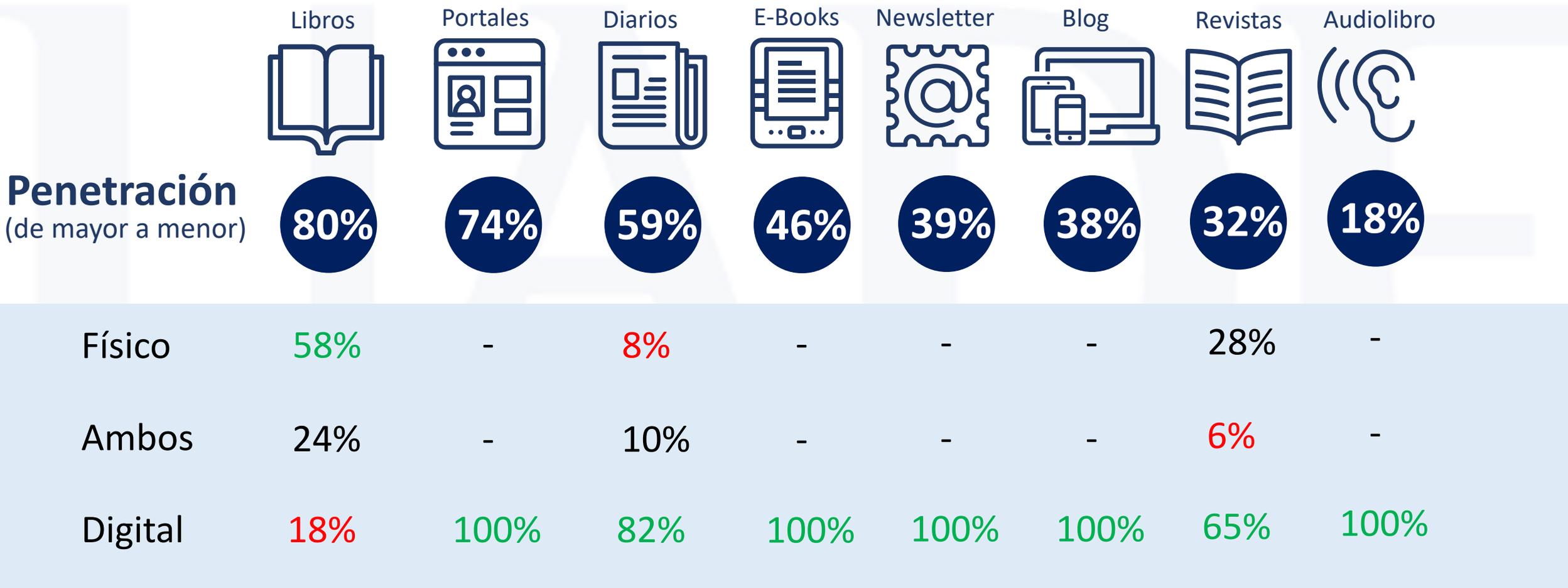


9 2.8%

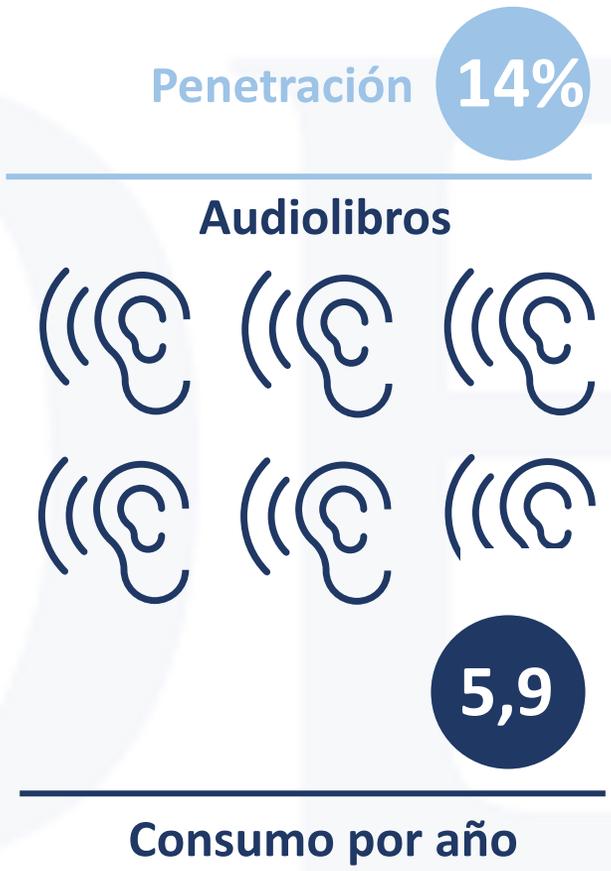
Lectura



Los libros en formato físico dan pelea a todos los formatos digitales: es el producto editorial con mayor penetración y con mayor mix de consumo en papel. Diarios y revistas se convierten al formato digital.

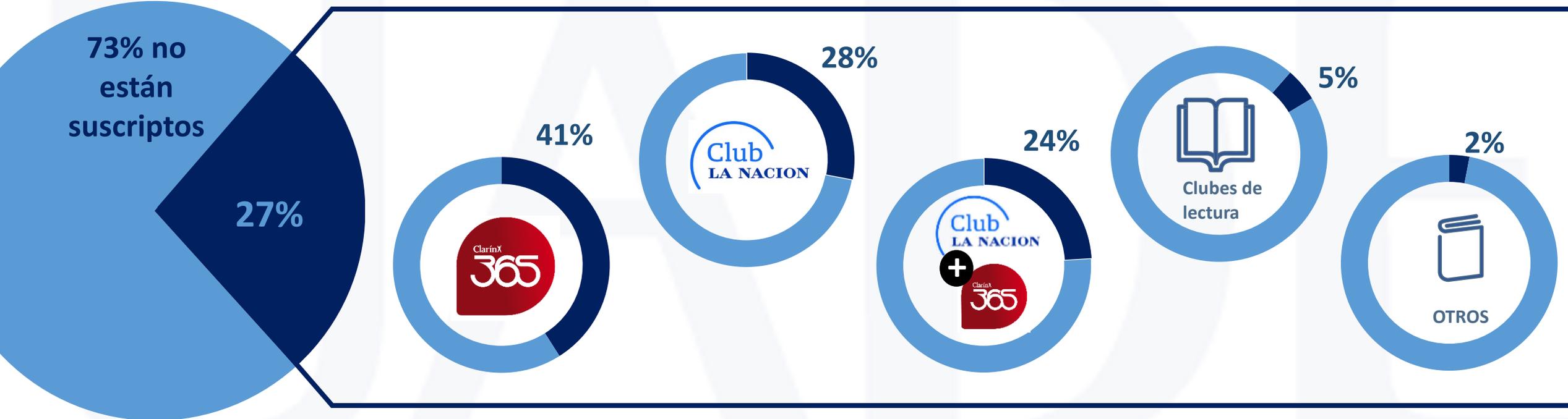


Los libros impresos siguen siendo los más consumidos en términos de penetración, sin embargo quienes leen e-Books, consumen más cantidad de libros por año.



Más de 1/4 de los encuestados está suscripto a algún programa de beneficios o club de lectura. El más popular es Clarín (41%), La Nación (28%) y ambos (24%). Los clubes de lectura alcanzan apenas un 5%.

Están suscriptos a un programa de beneficios o club de lectura

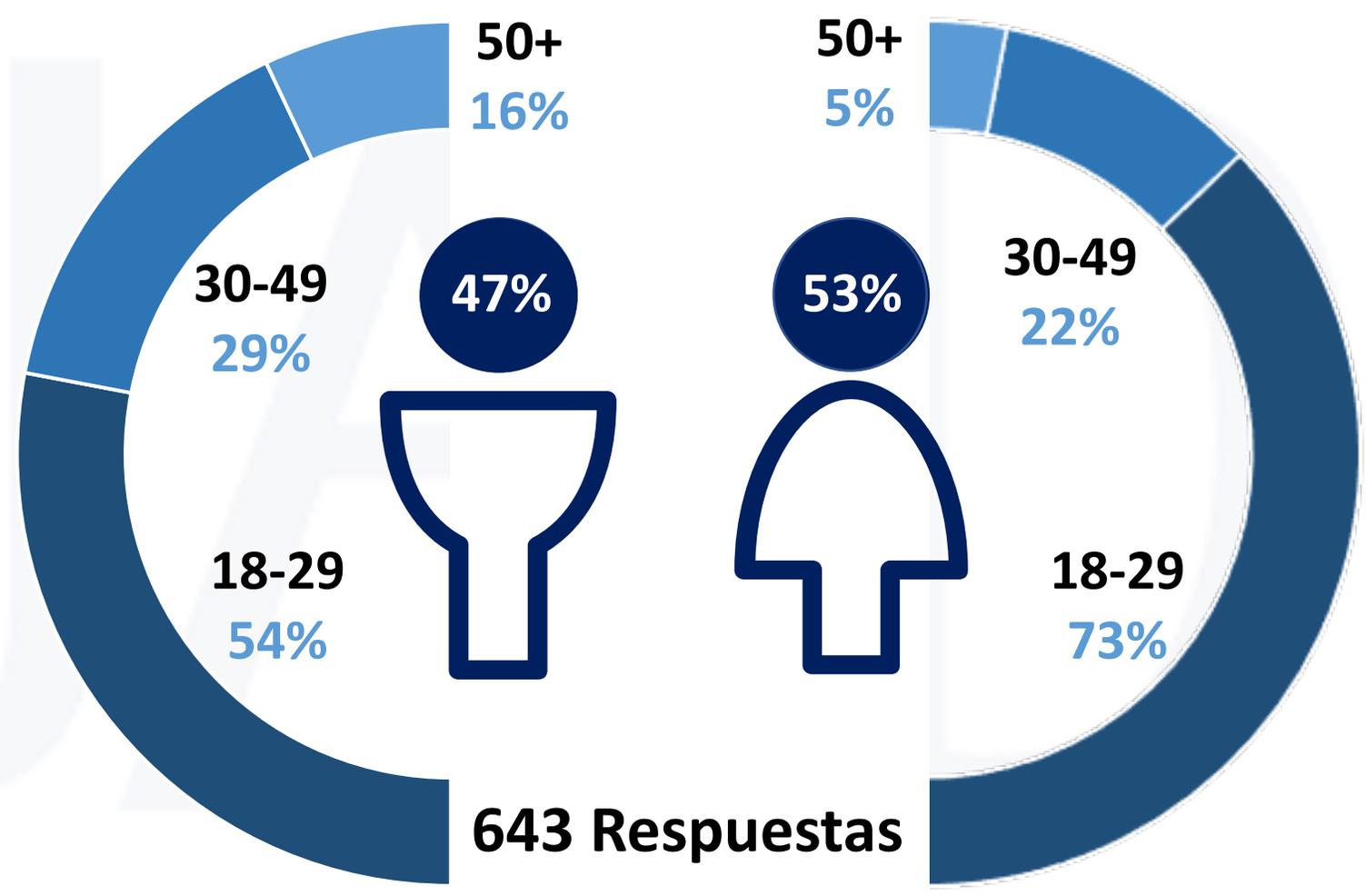


Ficha Técnica

Foto por [Pavel Neznanov](#) en [Unsplash](#)



Más del 60% de los encuestados son *millennials* y 53% son mujeres. La edad promedio: 30 años.



Ficha Técnica

Características de la muestra: Orientada a un sector socio-demográfico alto y medio alto del AMBA.

Casos: 643

Fecha de Realización: entre el 25/10/2022 y el 06/12/2022

Edad promedio del encuestado: 30 años

Realización de la Encuesta y Armado de los resultados:
Patricio **O'GORMAN** (Coordinación Académica)

Colaboración en la investigación:
Juan Pablo **PAOLUCCI**
Carolina **GIORGI**

Para conocer más sobre este informe de investigación elaborado por el Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas Projectuales (INSOD) de UADE: investigacion@uade.edu.ar
Acceda a nuestros otros informes de investigación : <https://www.uade.edu.ar/investigacion/>

