

Back Stage

De la televisión al móvil: las ‘apps’ pisan los talones a la pequeña pantalla

En el primer trimestre del año, se ha reducido el consumo de televisión en Estados Unidos, aunque se mantiene como la primera forma de entretenimiento. El uso de aplicaciones e Internet en móviles y *tablets* ha aumentado en el periodo.

Modaes
19 jul 2017 - 11:03

De la televisión al móvil: las ‘apps’ pisan los talones a la pequeña pantalla

El móvil acorta distancias con la televisión. El consumo de televisión, que continúa siendo el primer formato de entretenimiento entre la población estadounidense, ha disminuido, mientras la utilización de aplicaciones no para de crecer, según el informe *Total Audience Report* de Nielsen.

Los estadounidenses vieron, de media, 31 horas semanales de televisión en el primer trimestre del año. Las aplicaciones y las páginas web fueron la segunda forma de entretenimiento, con un consumo de dieciséis horas y seis minutos de media a la semana. Aunque no superen a la televisión, la utilización de aplicaciones e Internet ya está por encima de las consolas.

El entretenimiento a través de móviles y tablets es dispar entre las distintas generaciones estadounidenses. Mientras los *baby boomers* han incrementado su visualización diaria de aplicaciones de una hora y veinte minutos el año pasado a dos horas y media en 2017; los *millennials* han pasado de utilizar aplicaciones durante dos horas y un minuto a dos horas y 51 minutos.

Compañías como **Burberry**, **Footlocker** o **Pike Performance** fueron los pioneros en la utilización de redes sociales como Instagram, Snapchat o Whatsapp para comunicarse con sus clientes y lanzar nuevas campañas.