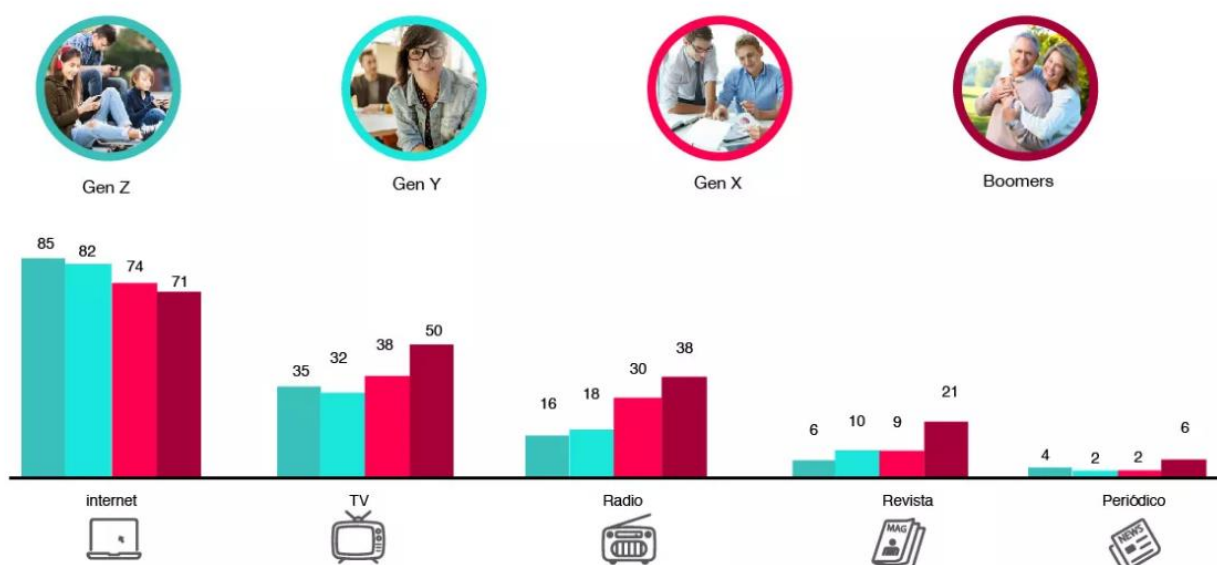


## MMA MOBILE REPORT

El estudio analiza al consumidor argentino y su interacción con su teléfono móvil. Se estudiaron en profundidad la Generación Z, Y, X y Boomers.

Los *insights* logrados ayudan a las agencias y anunciantes a planificar mejor sus campañas para la plataforma *mobile*. Vemos que año a año todas las generaciones utilizan más su celular teniendo un uso más completo y sofisticado.

### Los medios y su relación según la generación



En 2017 aumentó la cantidad de personas que accedieron a sus celulares durante todo el día (*always on*). Esto crea oportunidades únicas para las marcas para conectarse con sus consumidores en los momentos y lugares más relevantes. Por otro lado, utilizaron su celular para acceder a Internet en promedio casi tres horas y media por día, una hora más que en 2016

**Son los más grandes los que van a aumentar significativamente ese consumo igualando su tiempo respecto a los más chicos. Es decir, están migrando su consumo desde la PC al *mobile*. Internet sigue siendo el medio más utilizado por todos los segmentos y el más relevante, aún más que la televisión. De hecho, en 2017 año disminuyó un 8% su consumo entre los más chicos.**

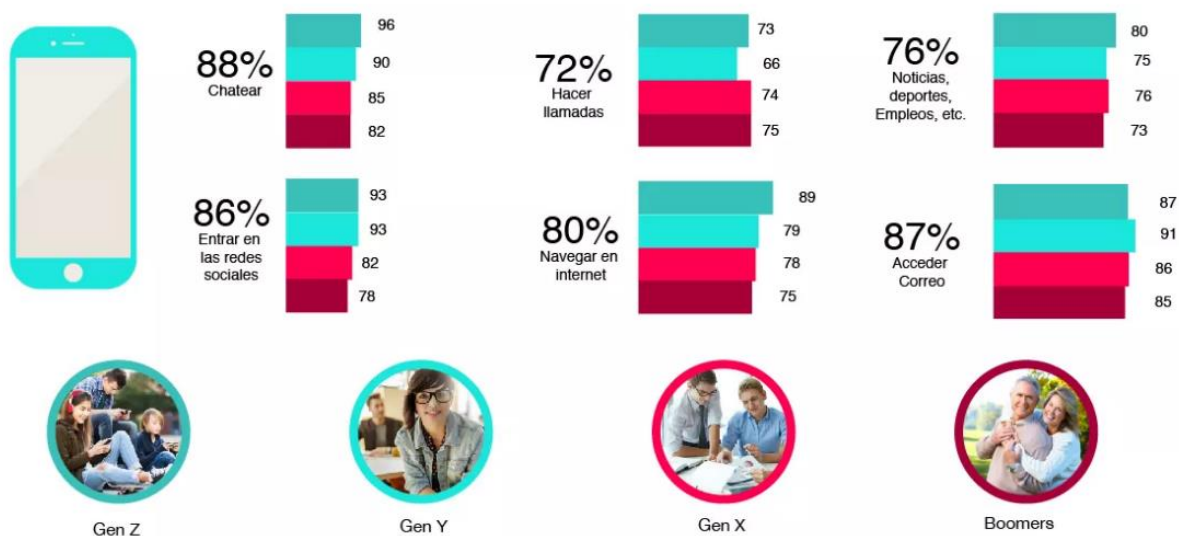
Por otro lado, Internet es el único medio que les da el control sobre lo que ven, leen o escuchan lo cual es clave para evitar el rechazo a la publicidad. Es muy difícil llamar la atención de la gente cuando está utilizando su teléfono. De todas formas, la mitad de los usuarios, sin importar la edad, está abierto a que le pasemos un mensaje.

Esto ha mejorado respecto a años anteriores pasado gracias a un mejor trabajo de ‘targetización’ y desarrollo creativo. Sin embargo, no tenemos que esperar que interactúe con el mensaje, ya

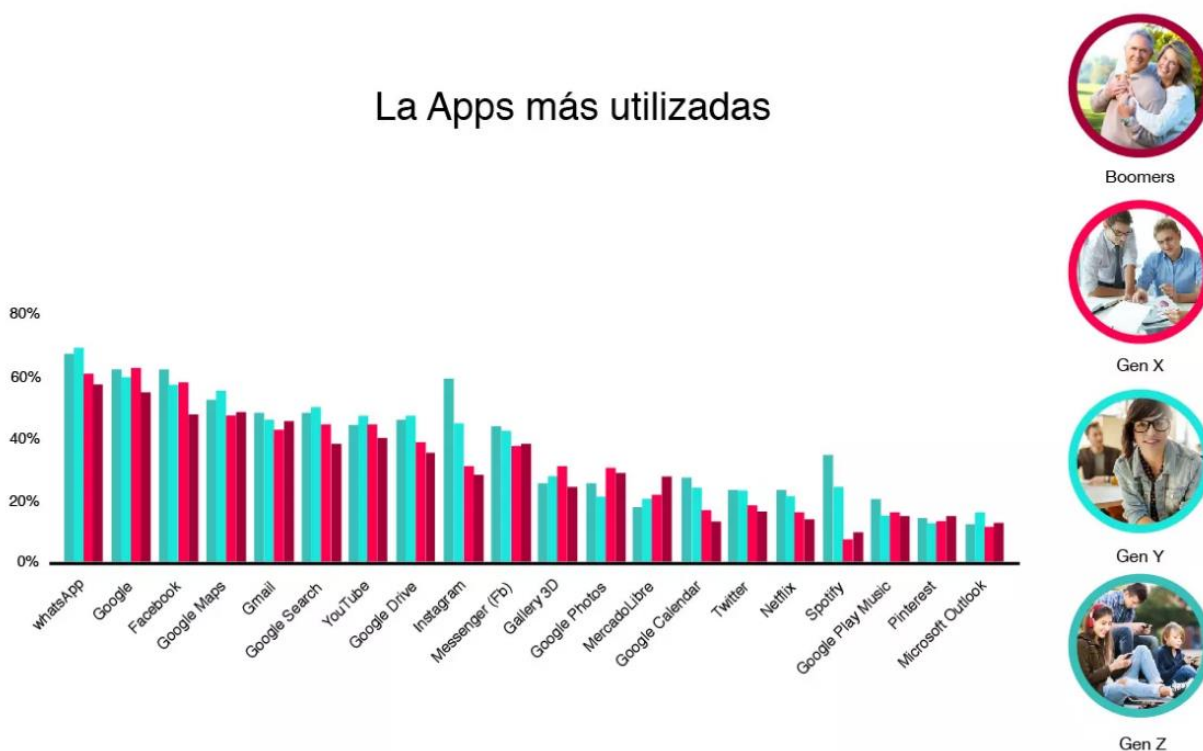
que la mayoría de la gente no interactúa con los formatos publicitarios desde el celular. **¿Qué oportunidades tienen los *publishers* y anunciantes?** Conocer muy bien a nuestra

audiencia *target*, cómo se conecta, desde dónde, entender todos los *touch points* relevantes y cómo se segmenta.

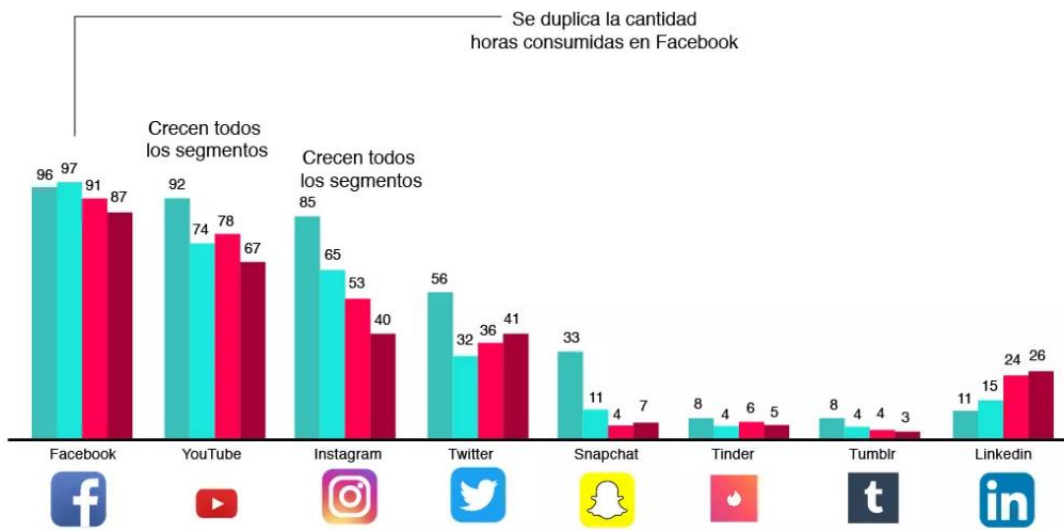
## El uso complejo de mobile



## La Apps más utilizadas



# Redes Sociales más populares en dispositivos móviles



Boomers



Gen X



Gen Y



Gen Z