

## **El consumo de contenidos en streaming se incrementa en 2016**

**Un año más el consumo de contenidos online aumenta y le come terreno a los sistemas tradicionales de radio y TV. Según la encuesta realizada por USAstreams para el mercado latino, más de la mitad de los usuarios de radio lo hacen por streaming y el 70% de los menores de 30 años en Estados Unidos solo consumen contenidos por streaming**

Un estudio realizado por USAstreams.com, sobre una base de 5090 personas con edades comprendidas entre 16 y 65 años, y con los datos facilitados por las principales empresas proveedoras de servicios de streaming hosting de radio y hosting television confirma que un año más el consumo de contenidos online aumenta y le come terreno a los sistemas tradicionales de radio y TV.

Según los resultados de la encuesta para el mercado latino (2016), más de la mitad de los usuarios de radio lo hacen por streaming y el 70% de los menores de 30 años latino solo consumen contenidos por la vía de streaming en YouTube, Netflix, spotify, Pandora y las distintas plataformas online. Su crecimiento es de un 15% con respecto al año pasado. Entre la población mayor de 50 años no se aprecia un aumento significativo y solamente un 40% consume contenidos por streaming regularmente.

La principal novedad con respecto al año pasado es el aumento de consumo en los dispositivos móviles: el teléfono y la tablet consumen el 80% de los contenidos y el PC pasa del 15% del año 2015 al 10% en 2016. Otros dispositivos como las televisiones inteligentes y streamingbox como roku se abren un hueco en el mercado. AppleTV no despega y su presencia en el mercado es poco significativa.

En Latinoamérica, el consumo de vídeo por demanda supera ampliamente de las preferencias de la televisión abierta, lo que refleja que las personas están cada vez más interesadas por elegir lo que quieren ver. Las principales cadenas de televisión se suman a ofrecer contenidos en streaming. El 90% de las cadenas de televisión ofrecen su programación también online, y el 55% de estas ofrecen contenidos bajo demanda.

Porcentaje total de consumo de contenidos de streaming por país:

Italia: 75%

España: 72%

EEUU: 66%

Brasil: 65%

Chile: 63%

Argentina: 60%

Perú: 60%  
Mexico: 59%  
Colombia: 53%  
Ecuador: 52%  
Venezuela: 45%

Dispositivos usados:

Teléfono: 50%  
Tablet: 30%  
PC: 10%  
Otros: 10%

Como novedad a destacar, este año el estudio señala que el teléfono es el dispositivo que más se usa para consumir contenidos online con una considerable subida anual, seguido de la tablet y por último el PC que pierde posiciones.

Lugar:

Casa: 80%  
Otros: 20%

Tiempo promedio diario:

Más de 60 Minutos: 30%  
De 30 a 60 Minutos: 40%  
Menos de 30 minutos: 30%

En el apartado de proveedores de contenidos audiovisuales, Youtube sigue siendo el líder indiscutible con un 70% de preferencias, seguido de Netflix creciendo con respecto a los años anteriores, con una cuota de mercado del 20% y Amazon que se posiciona como una alternativa a Netflix. De acuerdo con los resultados de la encuesta de Consumo de Contenidos Audiovisuales, los vídeos musicales son el tipo de contenido más vistos, seguido de las series y películas.

En el apartado de música Spotify es la plataforma preferida por los usuarios seguida por itunes y youtube red que a pesar de la impunidad legal de sus audios y la inversión no logra posicionarse en el apartado de música, si bien cada año se posiciona mejor, por ahora los números indican que la batalla por ser líder en contenidos musicales no está definida.

El 40% de los encuestados consumen contenidos ilegales sin que les suponga un problema, y solo un 15% usan servicios de pago.

**Datos de contacto:**

Jose Gomez  
CEO usastreams.com  
638911629

Nota de prensa publicada en: [28001](#)

Categorías: [Imágen y sonido](#) [Telecomunicaciones](#) [Televisión y Radio](#) [Entretenimiento](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>