

The Human Trace © INDEX

Marzo 2021.

¿Cómo ha cambiado la manera en la que los usuarios invierten su tiempo en apps y webs en la nueva normalidad?

En dentsu hemos analizado datos de **The Human Trace©** –nuestra plataforma tecnológica de observación del comportamiento online a nivel de persona–, haciendo una comparación entre febrero 2021 y el mismo mes del año pasado, antes del inicio de la pandemia.

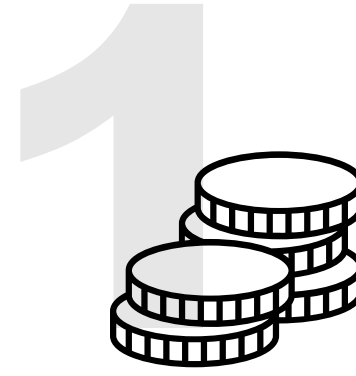
Variación del tiempo medio de consumo de apps y webs por categoría.

Febrero 2021 vs Febrero 2020, ordenado de mayor a menor variación

Rank.	Categoría	Var.
1	 Juego y apuestas online	▲▲
2	 TV bajo demanda	▲▲
3	 Moda	▲▲
4	 Salud	▲▲
5	 Citas	▲▲
6	 Radio digital	▲▲
7	 Redes sociales	▲▲
8	 Banca	▲▲
9	 Búsqueda de empleo	▲▲
10	 Mensajes instantáneos	▲▲
11	 Educación	▲▲
12	 Deporte	▲▲
13	 Vídeo online	▲
14	 Hogar	▲
15	 Videollamadas	▲
16	 Comida a domicilio	▲
17	 e-commerce	▲
18	 Supermercados	▲
19	 Compra/alquiler vivienda	▲
20	 Electricidad y gas	▲
21	 Telecomunicaciones	▬
22	 Prensa digital	▬
23	 Viajes	▬
24	 Videojuegos	▬
25	 OTTs	▬
26	 Música	▼
27	 Movilidad	▼
28	 Belleza y cuidado personal	▼

Cinco tendencias: a salud, dinero y amor se suma entretenimiento bajo demanda.

Dinero y empleo, lo primero



Entre las apps y webs que más crecen en minutos de consumo se encuentran las de **banca (+41%)** y **búsqueda de empleo (+35%)**, así como las de apuestas y juego online.

Salud en tiempos de pandemia



Los minutos de consumo de apps y webs de salud se han incrementado un **+53%**, impulsados por aquellas dedicadas a la **monitorización** y a las de **aseguradoras**.

Entretenernos bajo demanda



Aumenta el tiempo de uso de los medios digitales como fuente de entretenimiento, con un repunte de la **TV bajo demanda (+66%)** y la **radio digital (+44%)**.

Relacionarnos (a pesar de todo)



Se han disparado los minutos de consumo de las apps y webs de **citas (+49%)**, **RRSS (+42%)** y **mensajes (+33%)**, especialmente **TikTok (+79%)** y **Telegram (+41%)**.

San Valentín: en casa, pero guap@s



La mayor variación la han experimentado las apps y webs de **belleza y cuidado personal**, cuyo **tiempo de uso se ha multiplicado x5**. En las de **comida a domicilio** ha crecido un **+18%**.

[Informe Completo](#)

dentsu



www.dentsu.com/es/es



dentsucomunicacion@dentsu.com



[@dentsuESP](https://twitter.com/dentsuESP)