



Insights

Tendencias de medios

Mundo virtual:

Las mujeres a la delantera en las redes sociales

N° 17 - Marzo 2017

Realizado por el Departamento de Research de Anunciar
Consultas o sugerencias: a.insights@anunciar.com

¿Desde dónde nos conectamos?



73%

Acceso a internet

71%



47%



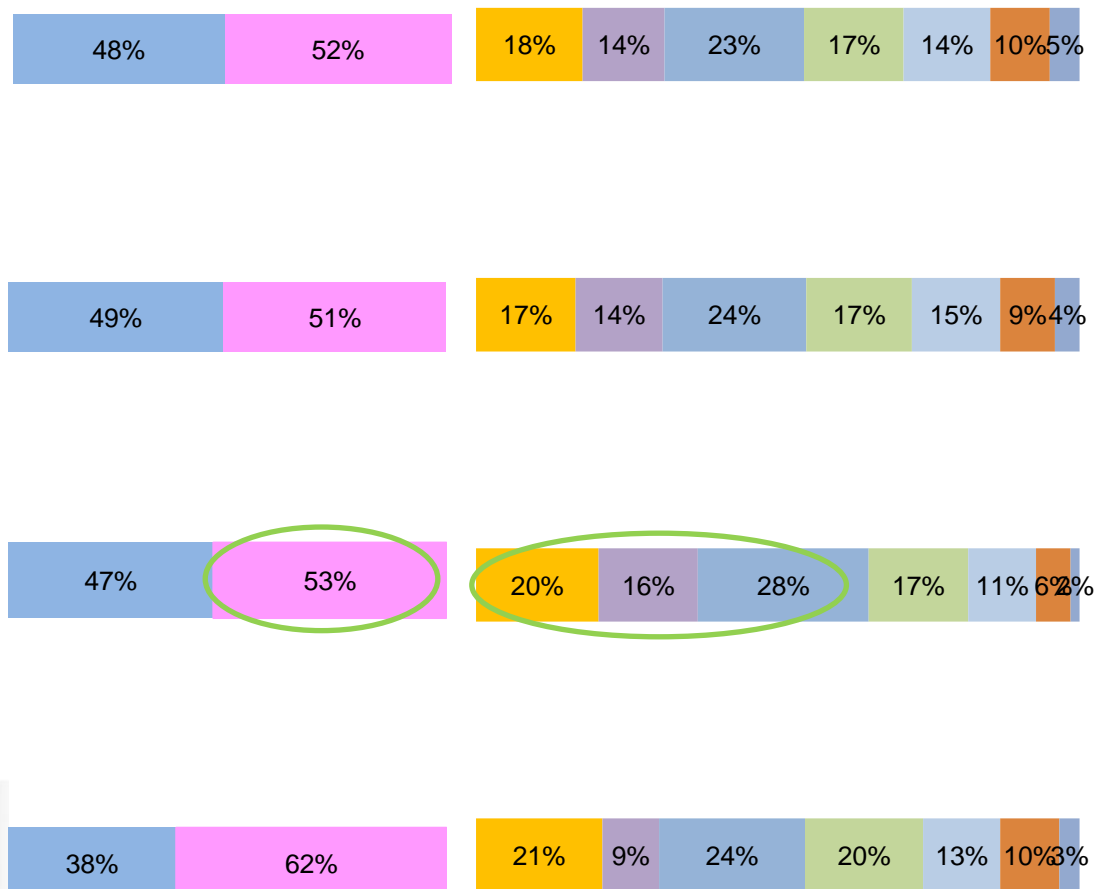
4%



Hombres

Mujeres

Edad



■ 12-19 ■ 20-24 ■ 25-34 ■ 35-44 ■ 45-54 ■ 55-64 ■ 65-75

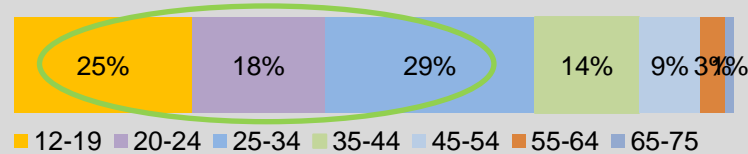
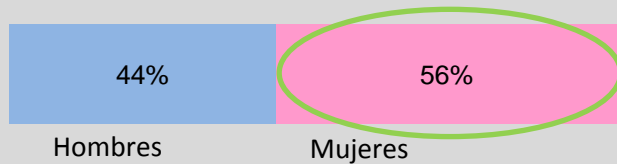
Fuente: TGI - Kantar Ibope . Período Octubre 2015 – Octubre 2016 . Total individuos: 21.323 . Individuos con acceso a internet en el hogar: 15.237

¿Desde dónde nos conectamos? Consumos exclusivos



14% Acceden a internet sólo desde un dispositivo móvil

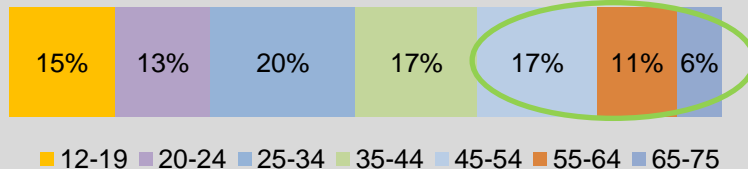
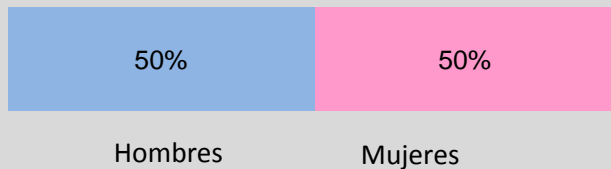
El 49% de los usuarios de Facebook ingresa sólo desde un dispositivo móvil. Mientras que sólo el 9% lo hace exclusivamente desde una PC.



El acceso exclusivo desde el celular es liderado por género femenino (56%). Este consumo alcanza al 72% en los jóvenes de entre 12 y 34 años. En las mujeres que no trabajan, el consumo exclusivo tiende a ser más alto.



37% Acceden a internet sólo desde una PC.

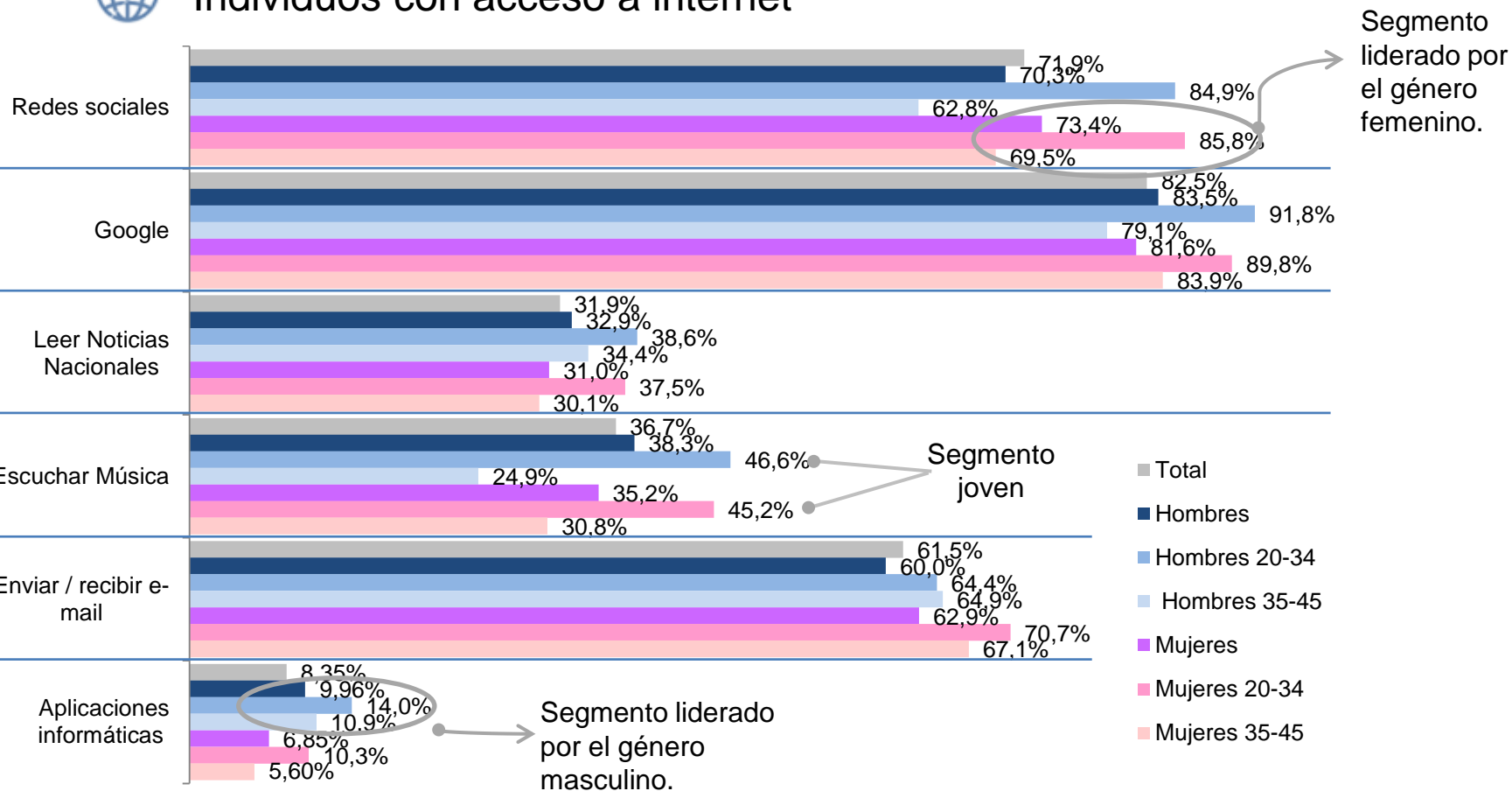


Fuente: TGI - Kantar Ibope . Período Octubre 2015 – Octubre 2016. Individuos con acceso a internet en el hogar: 15.237 Facebook.

¿Qué hacemos en internet?



Individuos con acceso a internet



Fuente: TGI - Kantar Ibope . Período Octubre 2015 – Octubre 2016. Individuos con acceso a internet en el hogar: 15.237

Perfiles de las redes sociales



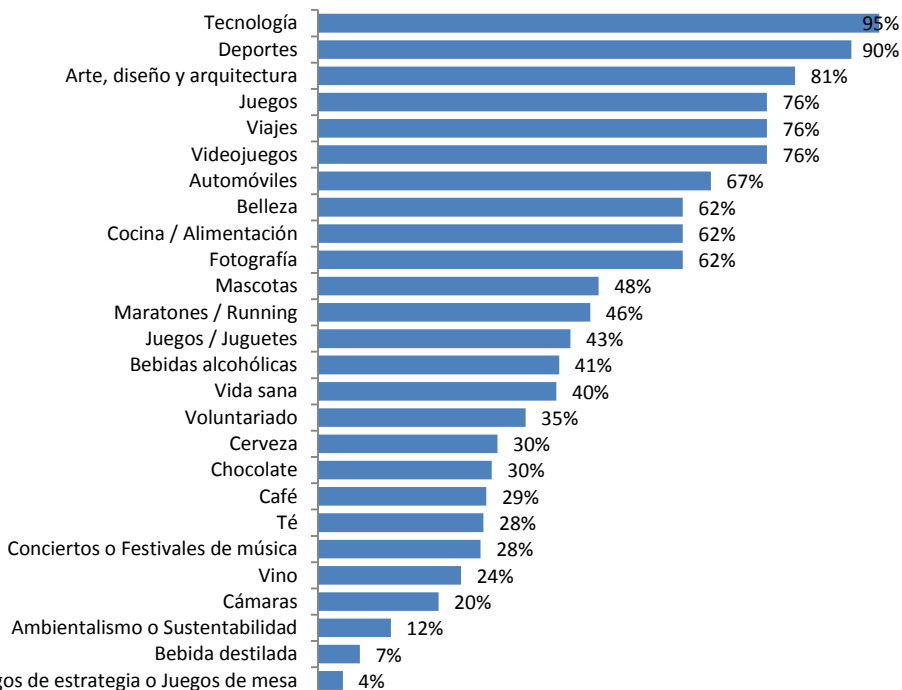
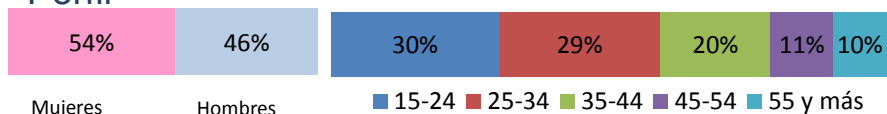
Usuarios únicos

21MM

Penetración

64%

Perfil



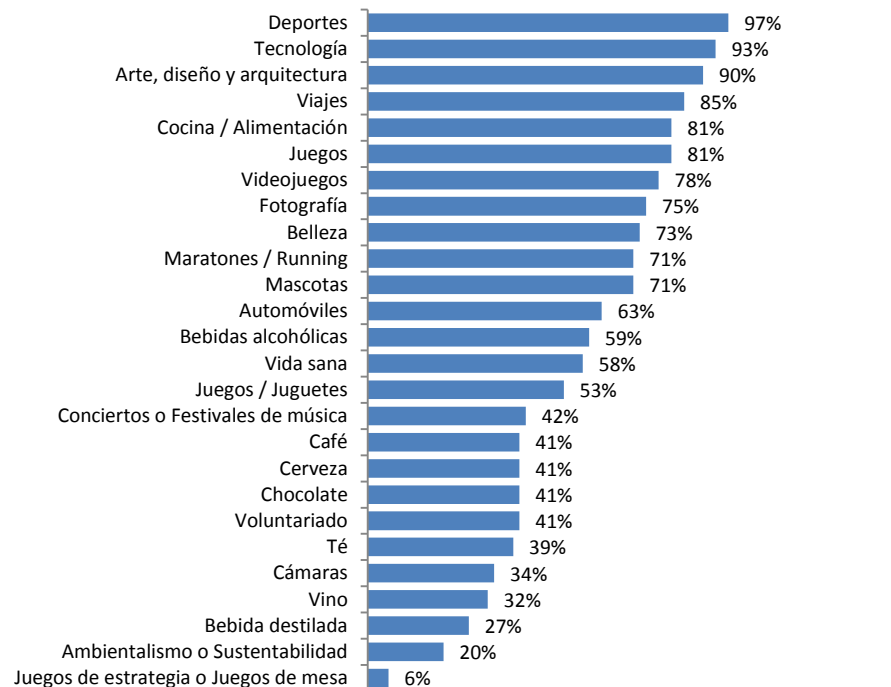
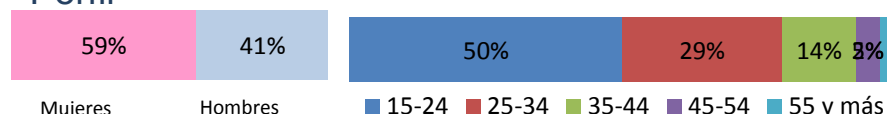
Usuarios únicos

5,9 MM

Penetración

17%

Perfil



Fuente: Facebook / Elaboración propia.

Consultas o sugerencias: a.insights@anunciar.com

ANUNCIAR

Facebook. Las mujeres: usuarias con mayor actividad en las redes sociales.



“me gusta” a páginas



“me gusta” a publicaciones



Comentarios a publicaciones



Publicaciones compartidas



Clics a anuncios

Individuos

2

10

16

3

15



20-34

3

23

15

4

20



35-45

3

22

17

6

21



20-34

2

15

7

2

12



35-45

2

12

6

2

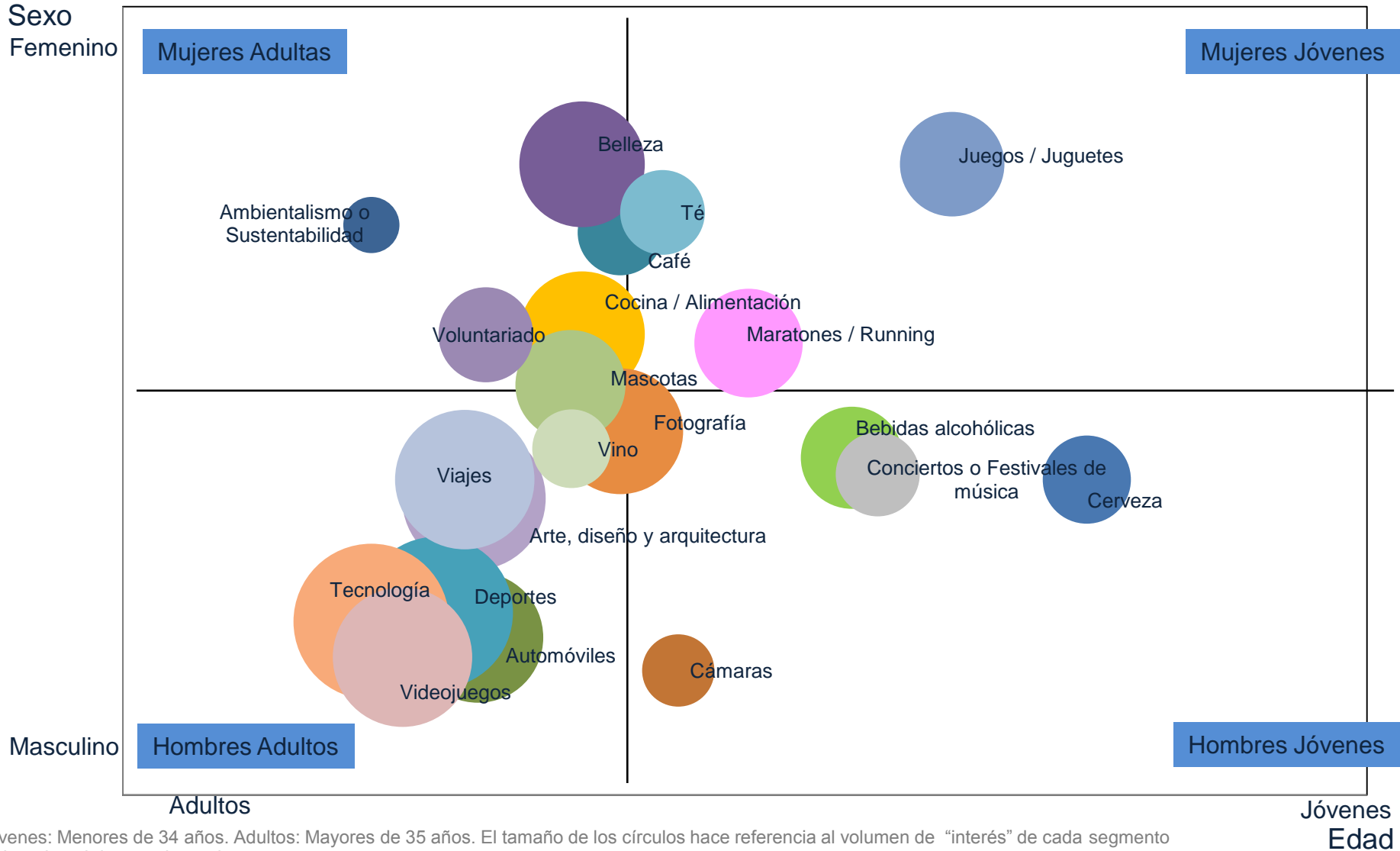
12

Fuente: Facebook / Elaboración propia. Datos mensuales.

Consultas o sugerencias: a.insights@anunciar.com

ANUNCIAR

Usuarios activos en Facebook según temáticas y perfiles



Jóvenes: Menores de 34 años. Adultos: Mayores de 35 años. El tamaño de los círculos hace referencia al volumen de "interés" de cada segmento sobre el total de usuarios activos.

Base: Total personas activas en Facebook 13 años y más, 21MM. Fuente: Facebook. En base al universo de personas activas por interés.

¿Qué dicen las mujeres de la web?

“Sigo a una chica que hace cocina mas naturista, recetas veggis”.

Moda

“Mi hija que es fanática de “47” me manda quiero esto, esto y por ahí terminamos en el shopping, es como que por ahí en vez de hacer vidriera...hacemos vidriera por ahí”.

“Yo sigo todas las marcas que consumo”.

Comidas

“Los pasajes siempre on- line. A “Despegar” entro todos los días”.

Viajes

“Yo en cambio sigo más a showrooms o marcas no tan conocidas que no tengo en el shopping, que no tienen local a la calle”.

“Yo Instagram y Facebook para boludear...ocio, mirar lo hace la gente, stalkear...de repente me meto en la página de Lali Esposito y veo toda la vida de Lali”.

Fuente: Focus Group. Elaboración propia.

Consultas o sugerencias: a.insights@anunciar.com

ANUNCIAR

Conclusión

- ✓ El 73% de los individuos tienen acceso a internet.
- ✓ Mas del 70 por ciento accede a través de una PC. Los celulares alcanzan al 47%
- ✓ Se registra un aumento de los individuos que sólo acceden a través de celular. El segmento joven lidera el proceso, también hay una gran participación de las mujeres no trabajadoras.
- ✓ Las mujeres son las que tienen mayor participación en las redes sociales.
- ✓ Facebook es la red social con mayor cantidad de usuarios activos, con un alcance del 64% en Argentina.
- ✓ En Instagram se concentran en mayor porcentaje el público femenino, principalmente joven (15-34 años).
- ✓ Los segmentos de mayor interés en las redes sociales son los deportes y la tecnología.
- ✓ Las redes sociales son nombradas por las mujeres como la nueva vidriera para el consumo e Instagram resulta más atractiva para este fin. A través de imágenes permite actualizar las tendencias en moda, los lugares para ir a comer y destinos turísticos. Además indican a las “it girls” como las impulsoras de esta tendencia.

