

# Los jóvenes, un público exigente

Nº 24. Noviembre 2017



CONSULTAS O SUGERENCIAS  
[a.insights@anunciar.com](mailto:a.insights@anunciar.com)



ANUNCIAR

# Aumentan las responsabilidades en los jóvenes

2017 vs 2010

ANUNCIAR



Son  
**3.569.502**  
entre 20 y  
**25 años**

8% de la población

## Mayor compromiso

76% Solteros (-4%)  
15% En pareja  
6% Casados (+39%)  
3% Otros

## Menor participación en actividades

45% Actividades de entretenimiento (-7%)  
23% Actividades culturales (-25%)  
19% Actividades deportivas (-24%)

## Se invierte la relación desde 2010 Hoy son más estudiantes que trabajadores

16% Estudia y trabaja  
52% Estudia (+7%).  
35% Sólo estudia (+10%)  
51% Trabaja (-4%)  
34% Sólo trabaja (-5%)

## Mayor independencia

13% Viven solos (+98%)  
25% Tienen tarjeta de crédito(+12%)

# La vida social capta mayor interés entre los jóvenes

Nivel de interés en jóvenes (20 a 25 años) vs nivel de interés en adultos (35 años y más)

## Cuidado del medio ambiente 60%

- Uso responsable de recursos naturales: agua/gas/electricidad
- Importancia de reciclado

**IGUAL IMPORTANCIA EN ADULTOS**

## Independencia/equidad 56%

- Respeto a la diversidad sexual
- Equidad sexual en las tareas domésticas
- No juzgar las elecciones personales

**52% DE IMPORTANCIA EN ADULTOS**

## Viajes 52%

- Interés en viajes al exterior
- Preferencia por lugares exóticos
- Importancia en conocer diversas culturas

**48% DE IMPORTANCIA EN ADULTOS**

## Responsabilidad social y empresarial 54%

- Disposición a ser voluntario
- Preferencia por empresas que utilizan productos de materiales reciclados
- Importancia de certificaciones de calidad
- Prioridad de elección de empresas que se comprometen con la desigualdad social

**49% DE IMPORTANCIA EN ADULTOS**

## Vida social 54%

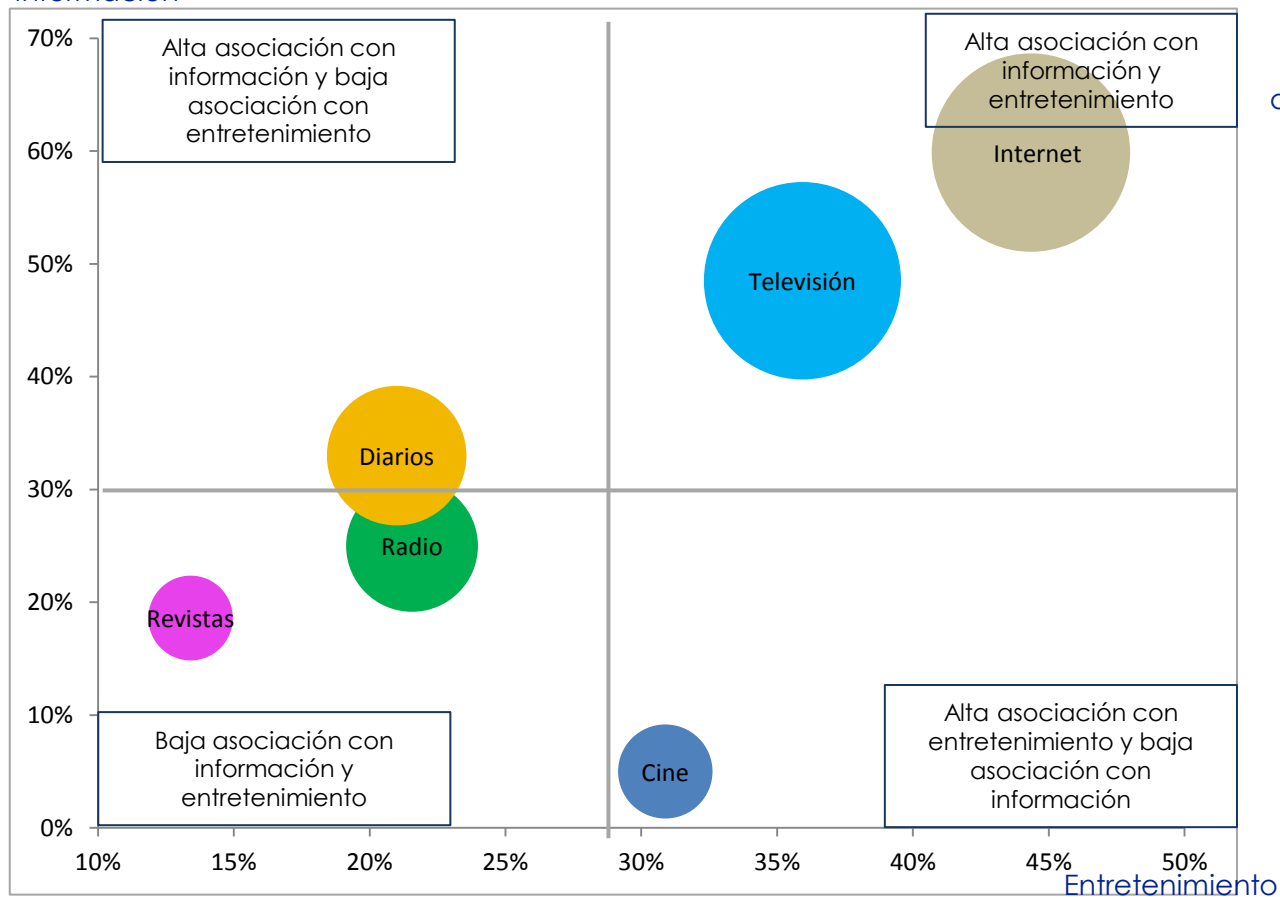
- Importancia de la amistad
- Recibir visitas/organizar festejos
- Utilización de redes para comunicarse con amigos
- Preferencia de trabajo en equipo

**47% DE IMPORTANCIA EN ADULTOS**

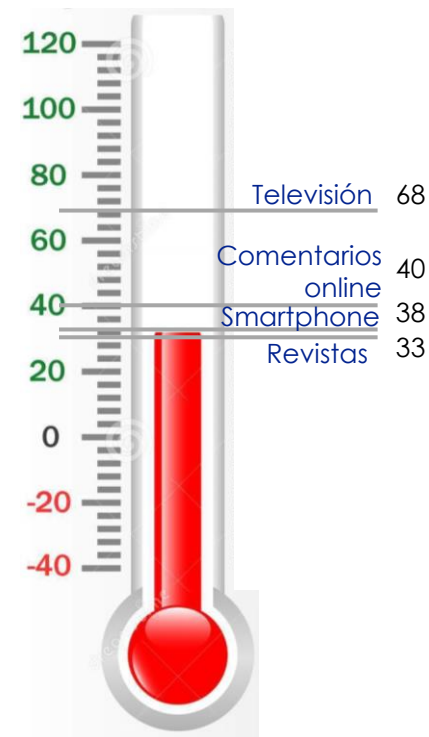
# Los usos de internet y televisión son indistintos en los jóvenes

El impacto publicitario es más fuerte en la TV

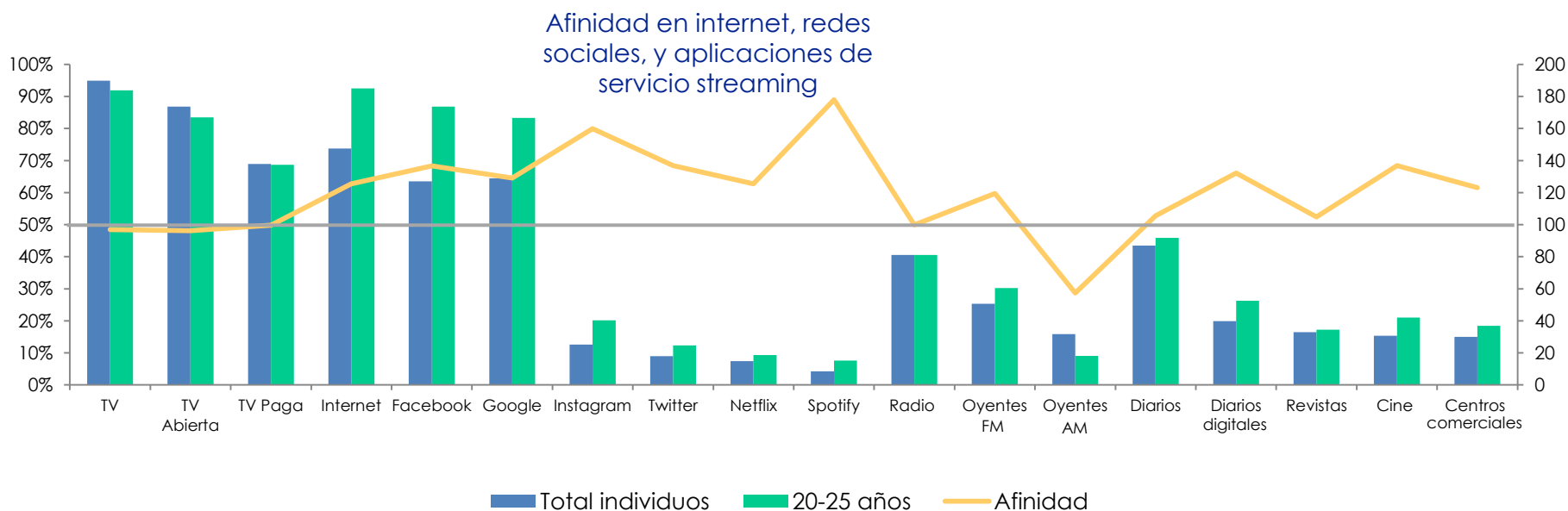
Información



Me interesa la publicidad/me dejo influenciar por la publicidad



# Internet y Televisión, los medios que más consumen los jóvenes.



## Afinidad de consumo según actividades de preferencia

**Actividades de entretenimiento**

- Centros comerciales
- Cine
- Revistas

**Actividades culturales**

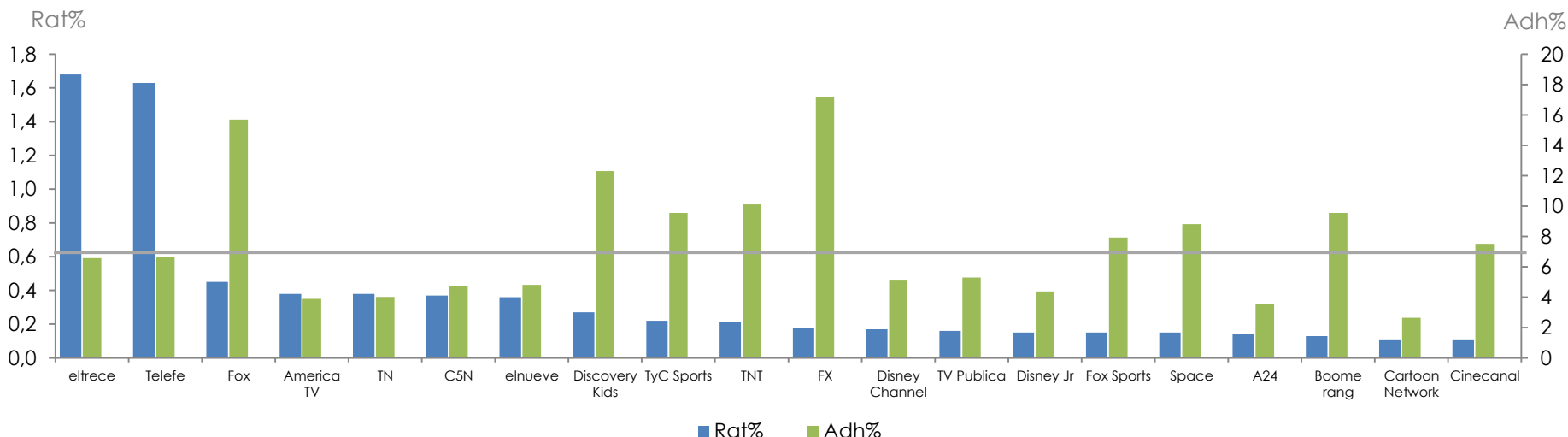
- Radios FM
- Diarios digitales
- Netflix

**Actividades deportivas**

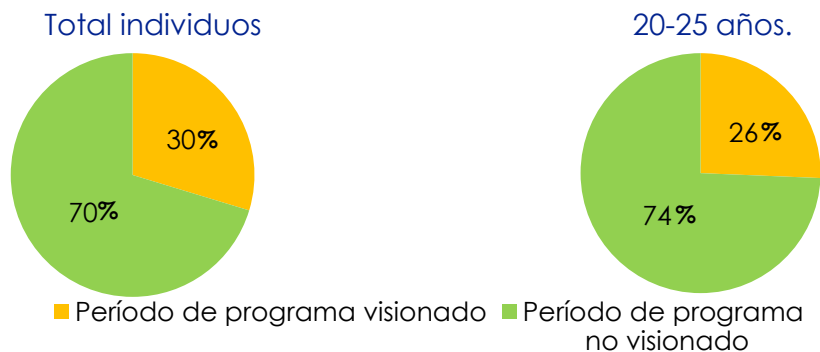
- Tv Abierta
- TV Paga
- Diarios
- Spotify

# La TV abierta convoca a más jóvenes.

Mayor adhesión a los canales de "películas y series" y deportes



## Los jóvenes tienen menor fidelidad a la televisión



La fidelidad es mayor en las mujeres jóvenes (representa 27,2%) que en los hombres (24,4%)

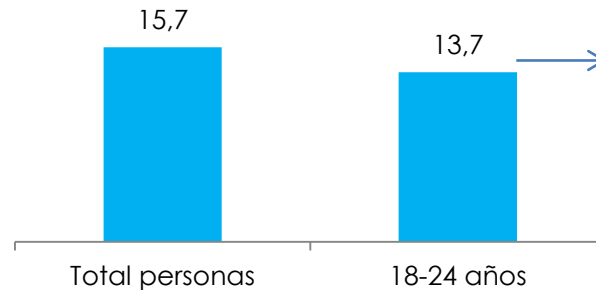
\*Fidelidad: Es el porcentaje medio de un periodo de tiempo/programa que ha visto cada Telespectador.

El valor máximo de Fid% es 100%, lo que significa que todos los Telespectadores estuvieron presentes durante todo el programa/periodo de tiempo.

Fuente: MMW. Individuos 20-25 años. De lunes a domingos. Período 1/7/2017 al 1/11/2017.

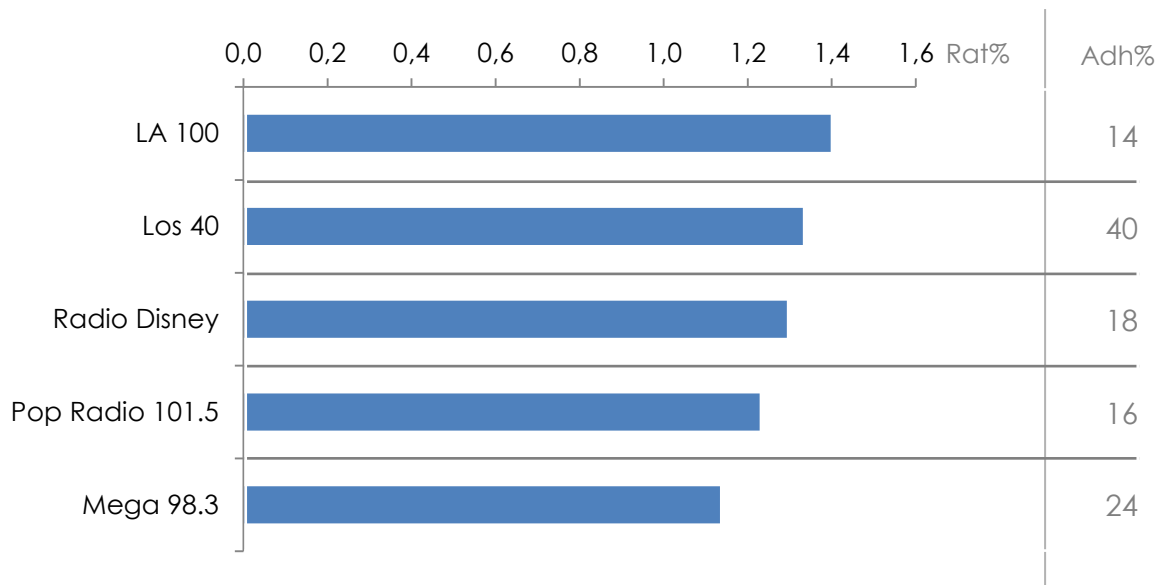
# La música es un factor importante a la hora de elegir una radio

Menor encendido de radio en jóvenes



En los últimos años muestra una tendencia a la baja

## Top 5 de radios



Mayor adhesión a las radios con gran contenido de música.

## En síntesis:

- El cuidado del medio ambiente y la equidad de género son temáticas instaladas en la sociedad y los jóvenes no son ajenos a ellos. Se diferencian en el interés por la vida social.
- Son grandes consumidores de internet y televisión. Y utilizan de manera indistinta estos medios para entretenerse e informarse.
- Tienen alta afinidad a las redes sociales y a los servicios de streaming como Netflix y Spotify.
- Acceden a diarios en busca de información.
- Los jóvenes son influenciados por la publicidad principalmente de televisión y en segundo lugar, por los comentarios online.
- En televisión elijen deportes y señales de películas y series.
- En radio, prefieren las señales con gran contenido de música.





ANUNCIAR

CONSULTAS O SUGERENCIAS  
[a.insights@anunciar.com](mailto:a.insights@anunciar.com)

