Insights

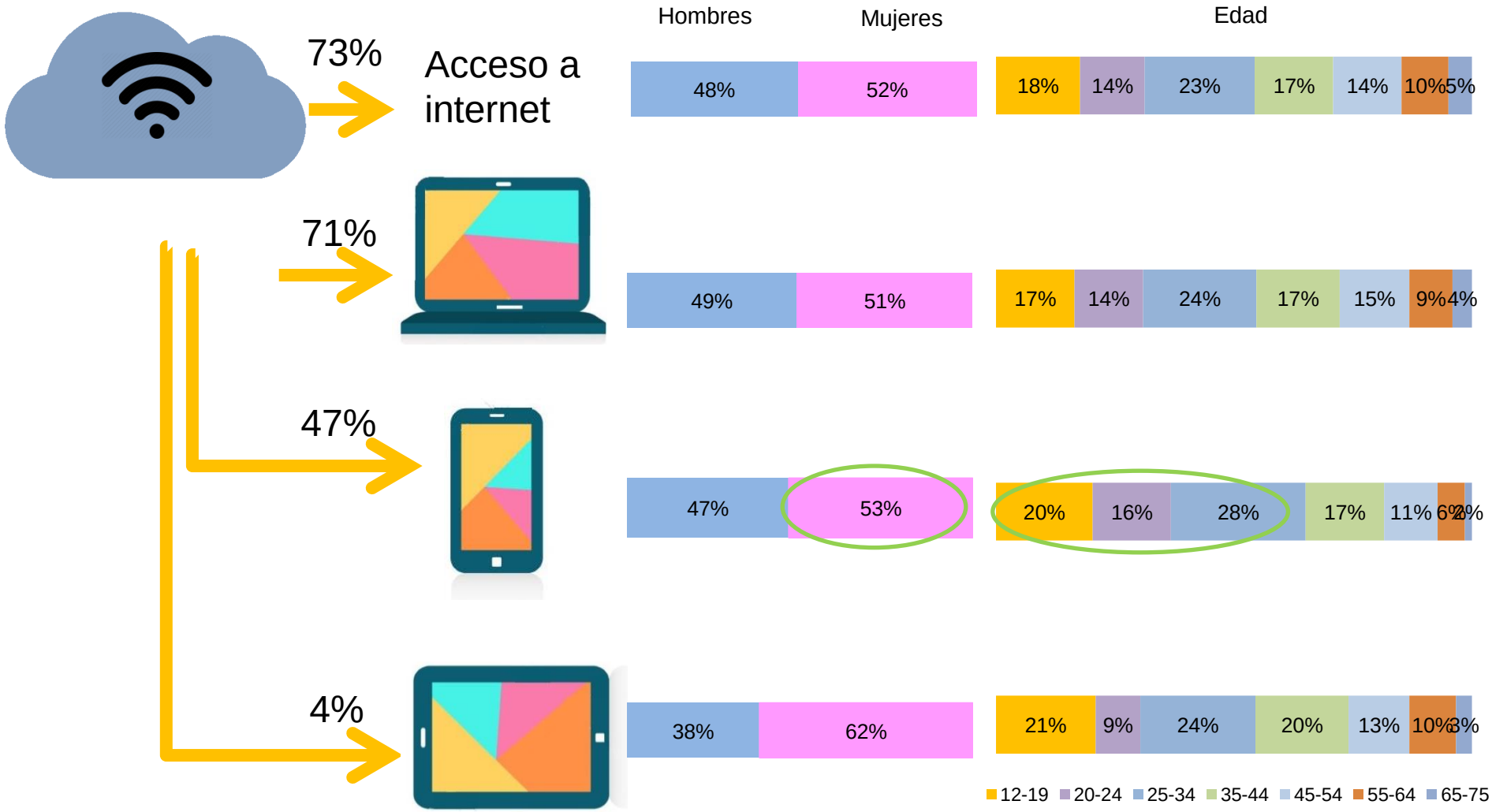
Tendencias de medios

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?

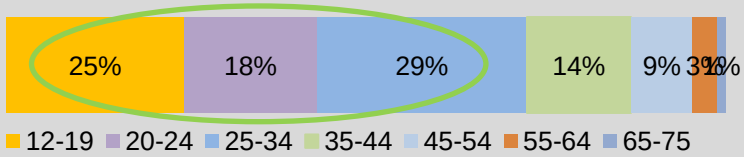


Fuente: TGI - Kantar Ibope . Período Octubre 2015 – Octubre 2016. . Total individuos: 21.323. Individuos con acceso a internet en el hogar: 15.237

¿Desde dónde nos conectamos? Consumos exclusivos

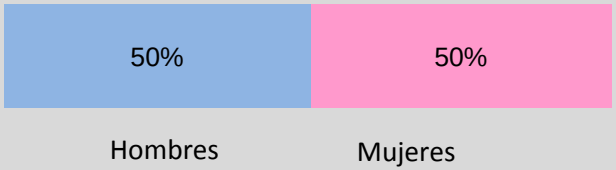
14% Acceden a internet sólo desde un dispositivo móvil

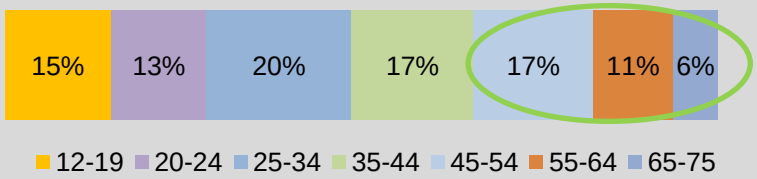
El 49% de los usuarios de Facebook ingresa sólo desde un dispositivo móvil. Mientras que sólo el 9% lo hace exclusivamente desde una PC.



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.

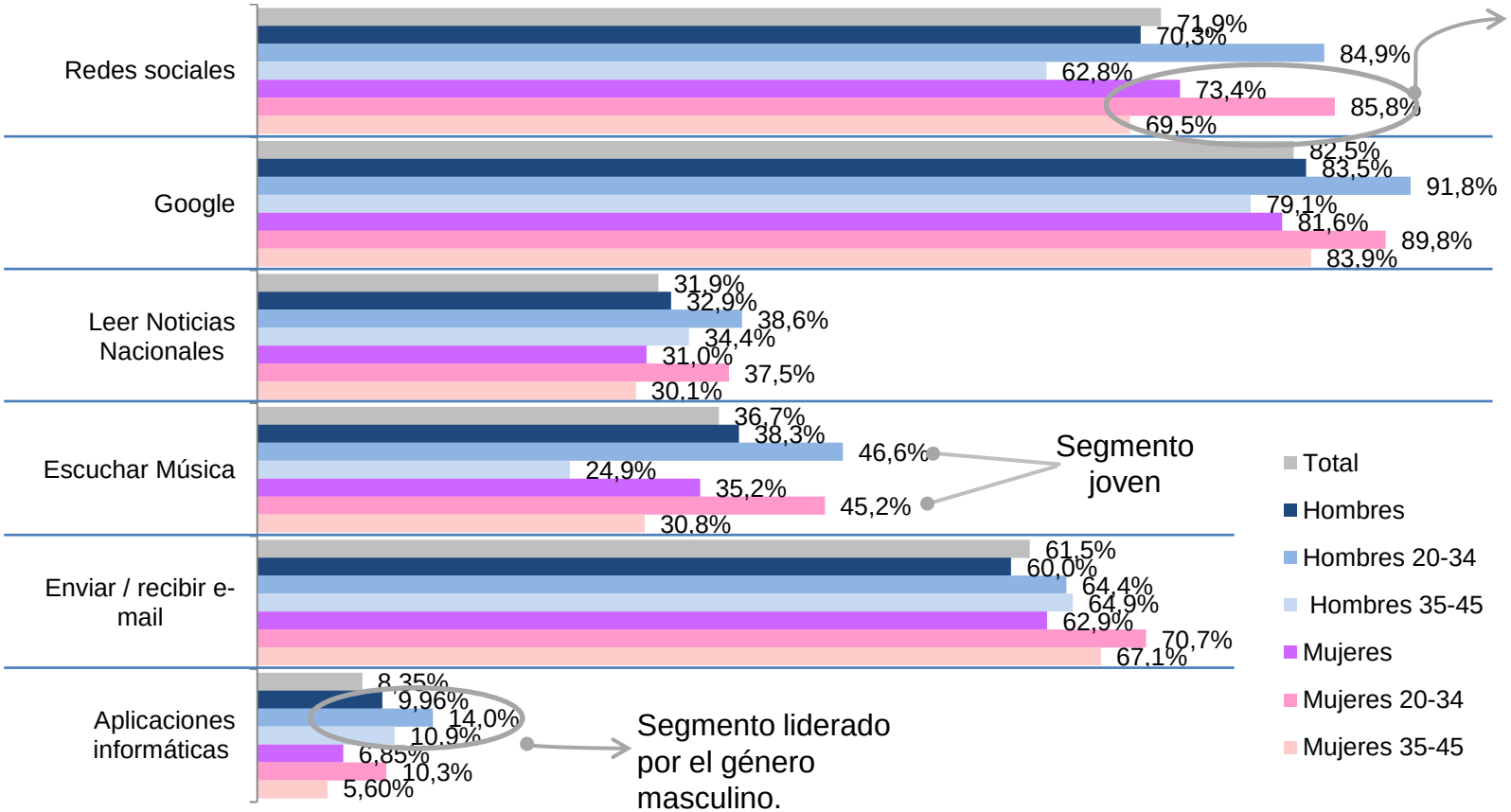




Fuente: TGI - Kantar Ibope . Período Octubre 2015 – Octubre 2016. Individuos con acceso a internet en el hogar: 15.237 Facebook.

¿Qué hacemos en intenet?

Individuos con acceso a internet



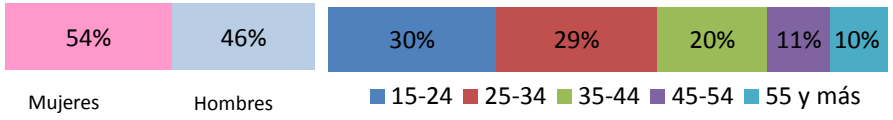
Fuente: TGI - Kantar Ibope . Período Octubre 2015 – Octubre 2016. Individuos con acceso a internet en el hogar: 15.237

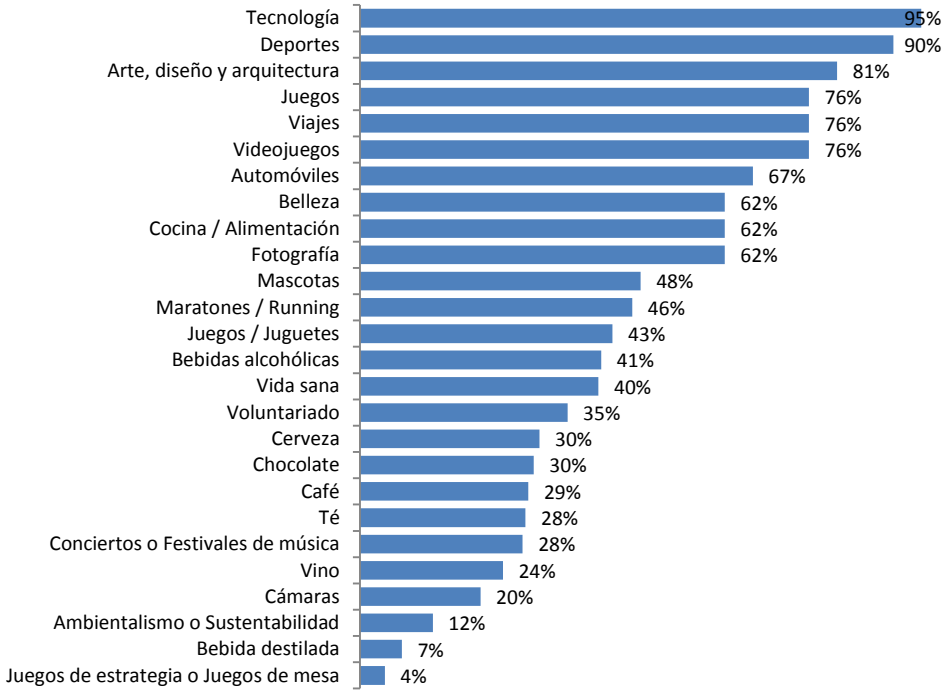
Perfiles de las redes sociales

Facebook

Usuarios únicos	Penetración
21MM	64%

Perfil



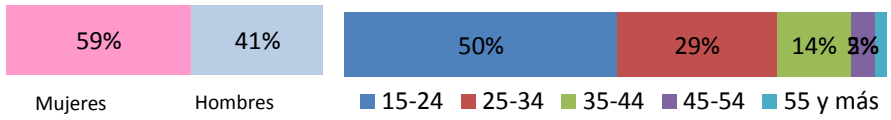


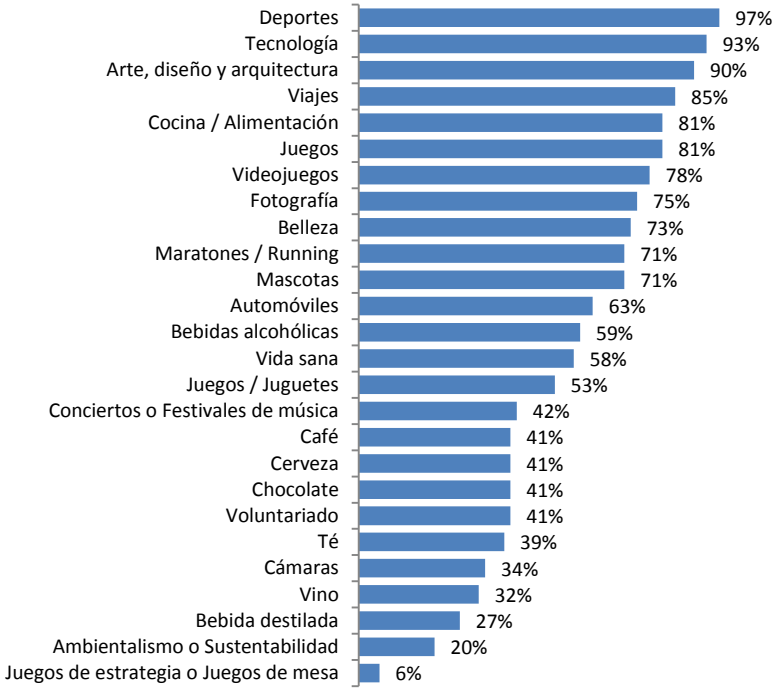
Fuente: Facebook / Elaboración propia.

Instagram

Usuarios únicos	Penetración
5,9 MM	17%

Perfil



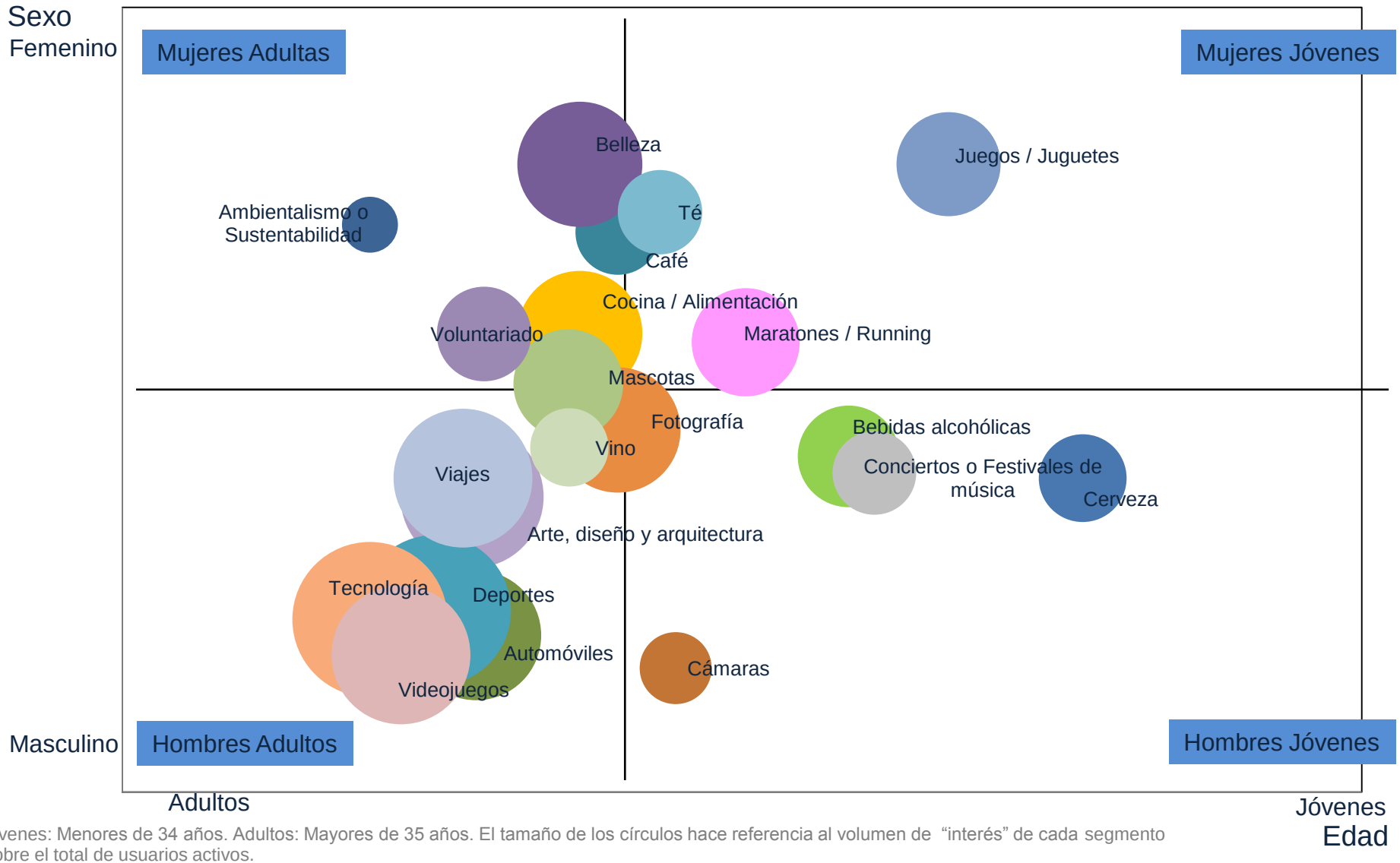


Facebook. Las mujeres: usuarias con mayor actividad en las redes sociales.

	“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.

Usuarios activos en Facebook según temáticas y perfiles



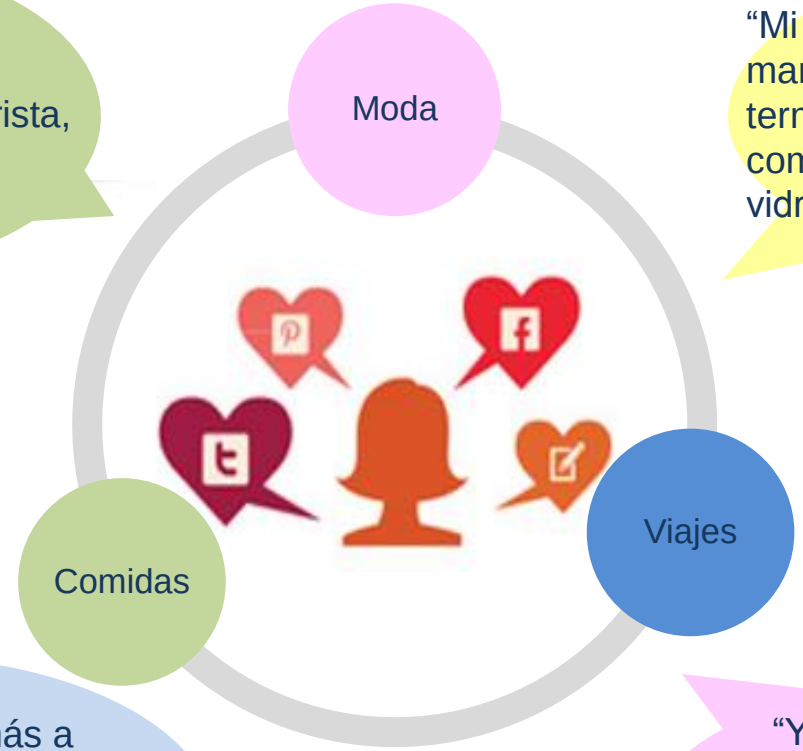
Jóvenes: Menores de 34 años. Adultos: Mayores de 35 años. El tamaño de los círculos hace referencia al volumen de "interés" de cada segmento sobre el total de usuarios activos.

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".

"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".

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

"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.

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.