



Insights

Tendencias de medios

Especial mujer

Los medios y las redes como lugares de distracción e interacción para sentirse mejor.

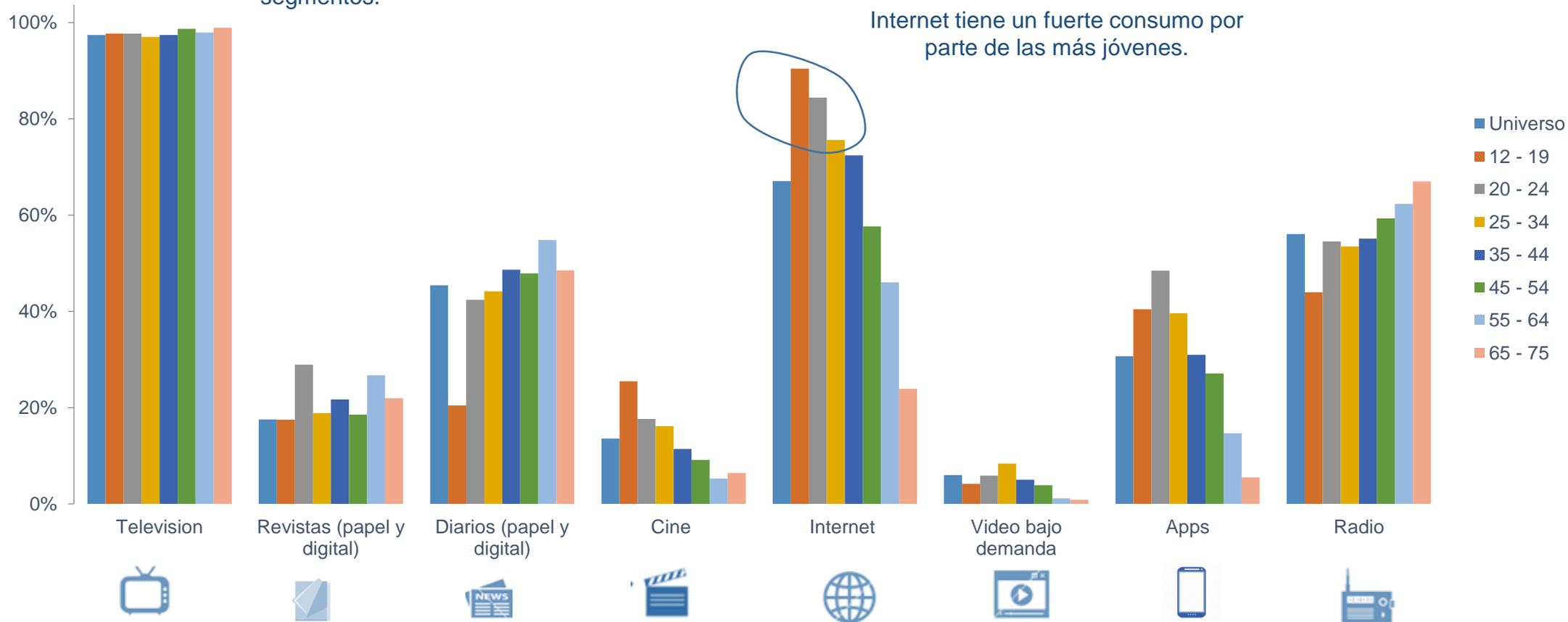
N° 6 - Febrero 2016

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

¿Qué medios consumen las mujeres en las distintas etapas?

La TV es un medio que tiene masividad de consumo en todos los segmentos.

Internet tiene un fuerte consumo por parte de las más jóvenes.

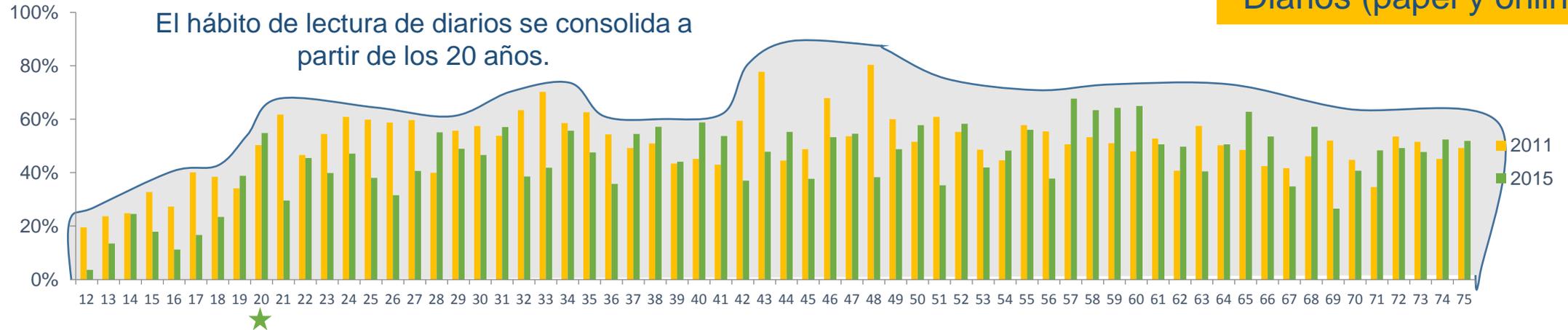


Fuente: TGI -Kantar Ibope
Periodo: 2015

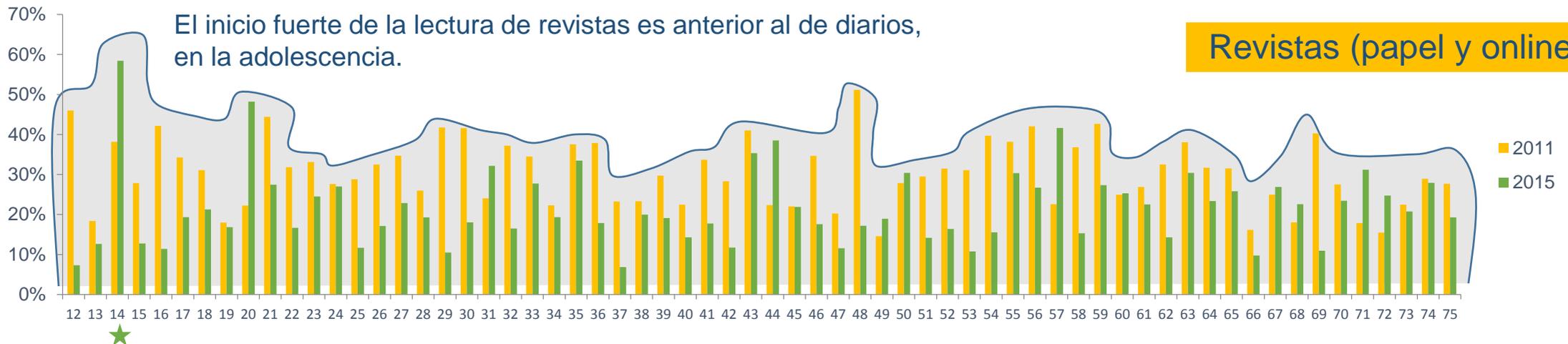
Base: Universo: 21059 - Mujeres 12-19: 1795 ('000). Mujeres 20-24: 1224 ('000). Mujeres 25-34: 2386 ('000). Mujeres 35-44: 1743 ('000). Mujeres 45-54: 1443 ('000). Mujeres 55-64: 1347 ('000). Mujeres 65-75: 971 ('000).

¿A qué edad comienzan a consumir los medios?

Diarios (papel y online)



Revistas (papel y online)

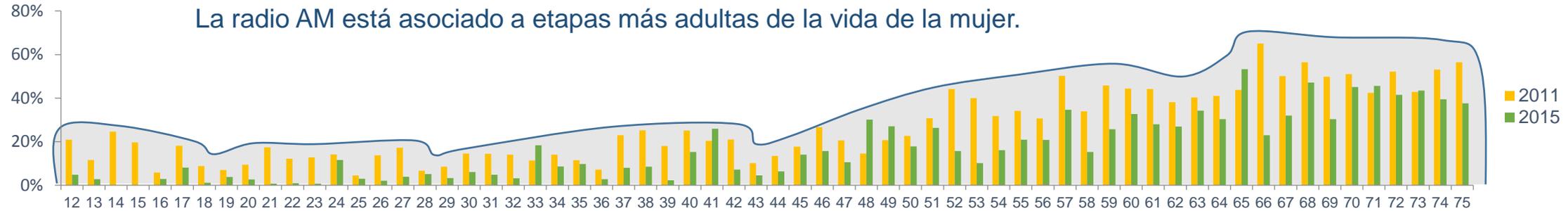


Fuente: TGI -Kantar Ibope
Periodo: 2015

¿A qué edad comienzan a consumir los medios?

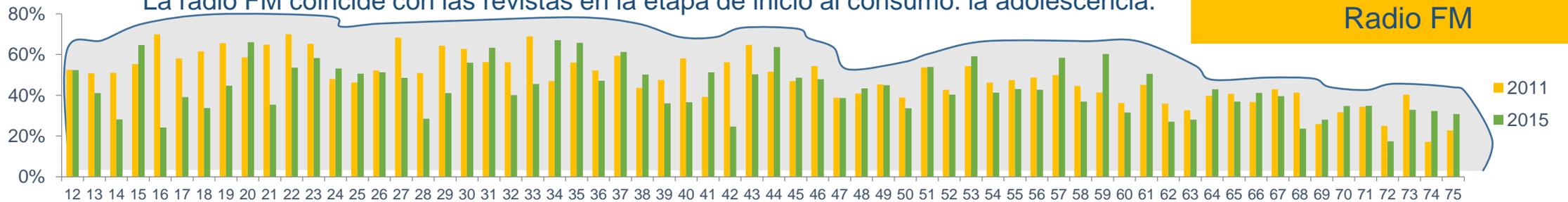
Radio AM

La radio AM está asociado a etapas más adultas de la vida de la mujer.



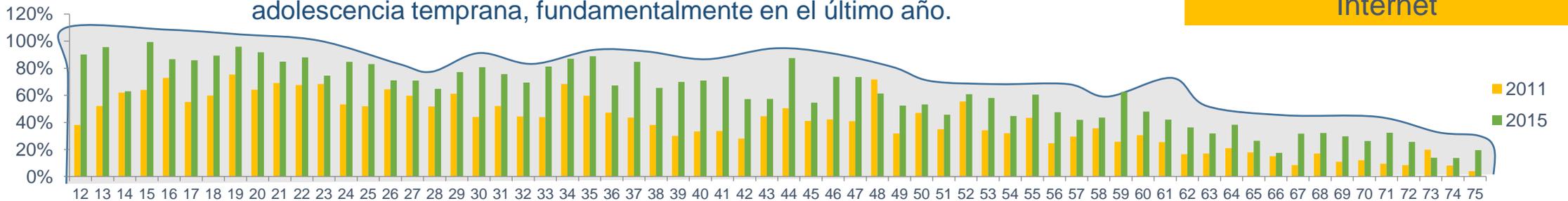
La radio FM coincide con las revistas en la etapa de inicio al consumo: la adolescencia.

Radio FM



Internet es otro de los sistemas cuyo inicio fuerte al consumo coincide también con la adolescencia temprana, fundamentalmente en el último año.

Internet

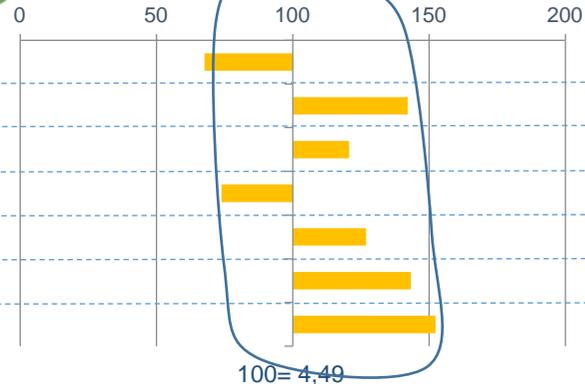


Fuente: TGI -Kantar Ibope
Periodo: 2015

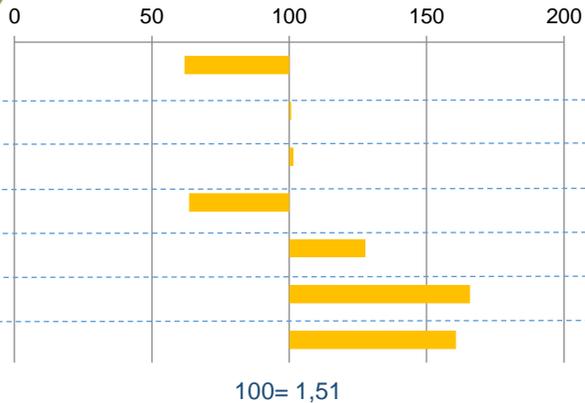
TV: La comedia y las telenovelas son los géneros de mayor afinidad femenina.



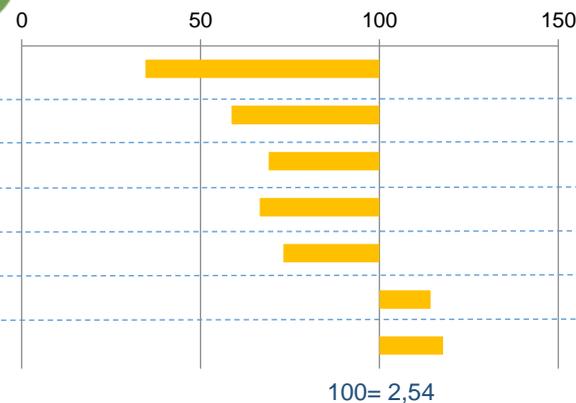
Comedia



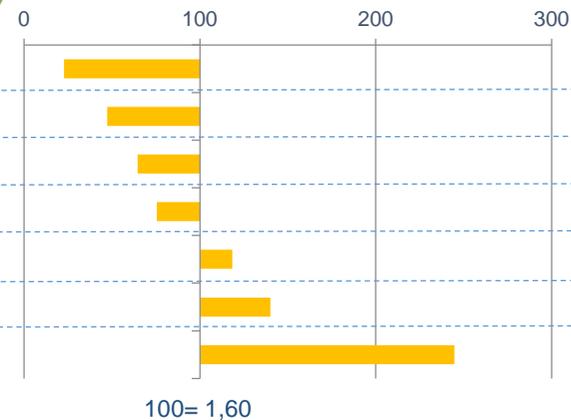
Films



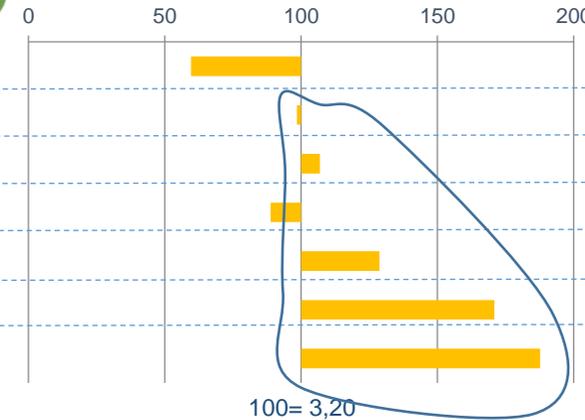
Deportivo



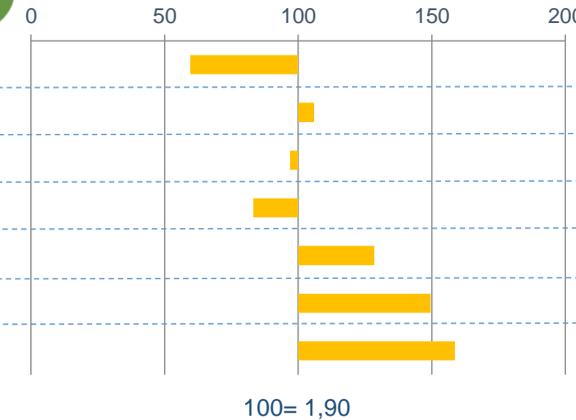
Periodístico



Telenovela



Musical



Índice de afinidad construido a partir del rating promedio en total individuos.

Fuente: Kantar Ibope

Base: Universos GBA Mujeres 4-12: 379,4 ('000). Mujeres 13-19: 424,0 ('000). Mujeres 20-24: 448,5 ('000). Mujeres 25-34: 1014,6 ('000). Mujeres 35-44: 770,0 ('000). Mujeres 45-54: 691,3 ('000). Mujeres 55+: 1447,6 ('000)

¿A qué sitios entran en la web?



Moda / belleza	27%
Alimentación	13%
Religión y espiritualidad	10%
Hogar	6%
Ecología	4%
Mascotas	3%

El tamaño de las palabras corresponde a la cantidad de usuarios únicos de cada categoría.

Fuente: Comscore – Febrero 2016

Base Mujeres 15 y más: 9945 ('000)

Redes sociales y mujeres.

Modelos y actrices, las más seguidas en Twitter.

39% De los 200 twitteros argentinos con más seguidores son mujeres

44%
38%
4%
8%
4%
3%

modelos o mediáticas
actrices o conductoras de Tv
músicas o cantantes
periodistas
políticas
otras profesiones



Pinterest, la red femenina por excelencia.

65% De los usuarios son mujeres

55% Fue el crecimiento en el último año



Fitness y alimentos, los temas que generan más interacción en Facebook.

Páginas a las que dieron "me gusta"



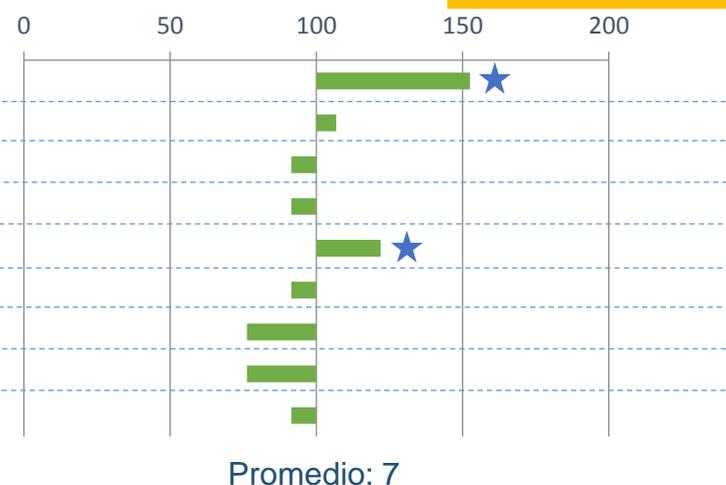
Páginas más comentadas



"me gusta" a publicaciones / posteos



Publicaciones más compartidas



Fuente: Facebook
Target: Mujeres 18+

Algunos datos sobre la situación de las mujeres en Argentina.

Durante el mes de enero hubo **600** denuncias al día por violencia familiar.



Solo el **18%** de los puestos directivos están ocupados por mujeres.

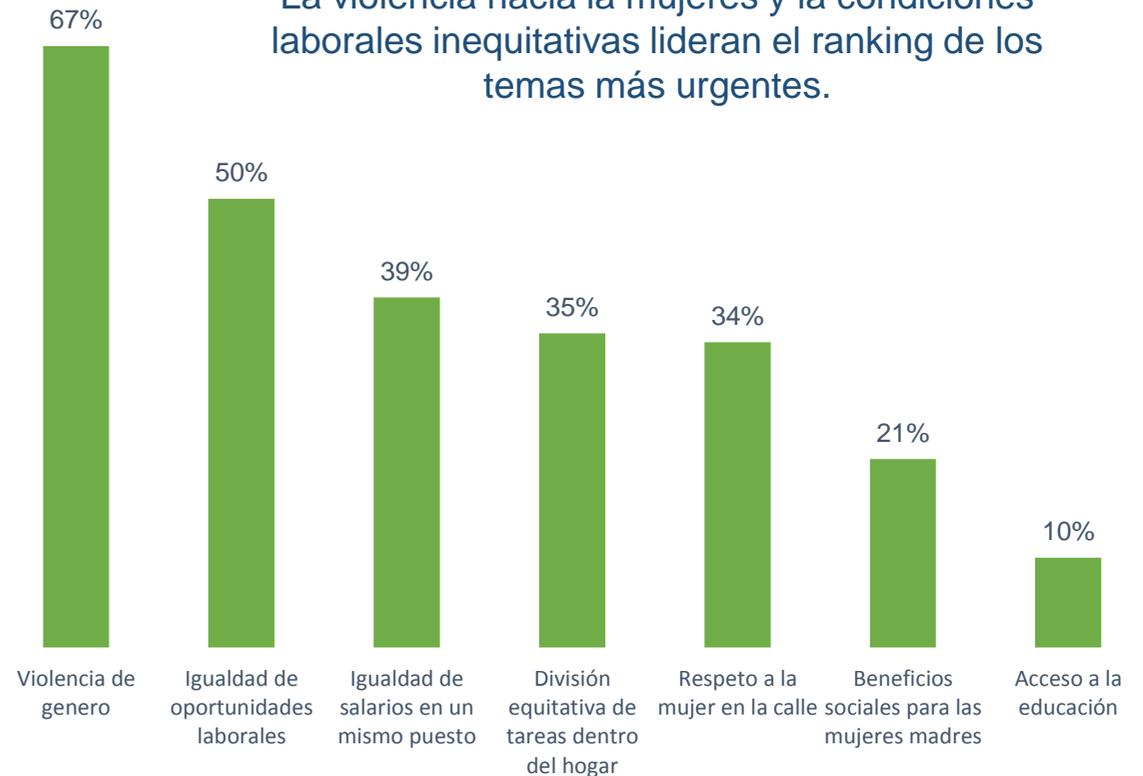


Solo el **10%** de los estudiantes de carreras de computación son mujeres.



¿Qué temas preocupan a la sociedad en relación a la mujer?

La violencia hacia las mujeres y las condiciones laborales inequitativas lideran el ranking de los temas más urgentes.



Lo más popular del mes en televisión

¿Qué programas vimos en la Tv Abierta?

	Programa	Canal	Días	Inicio	Final	Emissiones	Mujeres Rat%	Individuos Rat%
1	PERIODISMO PARA TODOS	El Trece	D	22:11	23:52	1	10,80	9,10
2	MOISES Y LOS 10 MANDAMIENTOS	Telefe	L	22:15	23:08	1	10,00	7,01
3	QUE CULPA TIENE FATMAGUL	Telefe	LMWJV	21:27	22:48	19	9,25	5,87
4	LOS RICOS NO PIDEN PERMISO	El Trece	LMWJ	22:53	00:08	16	8,42	5,65
5	LA NOCHE DE MIRTHA	El Trece	S	22:02	00:17	3	8,31	5,35
6	TORNEO 1ERA DIV	Telefe	D	19:53	21:59	2	7,24	8,25
7	ELIM 2018 CHI ARG	TV Publica	J	20:14	22:40	1	7,23	8,54
8	TORNEO 1ERA DIV	El Trece	D	17:08	19:23	2	7,12	7,41
9	LA LEONA	Telefe	LMWJ	22:56	00:03	16	6,94	4,60
10	COMO ANILLO AL DEDO ESPECIAL	El Trece	M	21:19	22:53	4	6,85	5,15

Los canales de TV Paga más vistos

	Canal	Mujeres Rat%	Individuos Rat%
1	TN	0,89	0,80
2	C5N	0,59	0,57
3	Disney Channel	0,58	0,45
4	Fox	0,37	0,36
5	A24	0,36	0,35
6	Disney Jr	0,33	0,29
7	Cartoon Network	0,31	0,38
8	Cronica TV	0,25	0,26
9	Canal 26	0,25	0,23
10	Discovery Kids.	0,21	0,20

TN, C5N y Disney Channel se mantienen en los primeros puestos.

La pantalla de Tv Abierta apuesta fuertemente a la ficción y el entretenimiento, lo que funciona muy bien en el target de mujeres.

Lo más popular del mes en radio y google

¿Cuáles fueron las emisoras más escuchadas?

	Emisora	Mujeres	Individuos
1	Mitre	2,59	2,42
2	Radio Disney	1,42	1,03
3	LA 100	1,39	1,21
4	Pop Radio 101.5	0,95	1,36
5	Vale 97.5	0,85	0,65
6	Radio 10	0,78	0,72
7	Los 40 Principales	0,76	0,73
8	Aspen	0,75	0,93
9	Mega 98.3	0,65	0,99
10	Radio One 103.7	0,46	0,41



Google. Las noticias más buscadas

Ivana Nadal
Obama
Indio Solari
Tandil
Batman
Dengue
Donald Trump
El día

El recital del Indio Solari en Tandil y Batman fueron de los temas de entretenimiento más buscados. La política internacional también se destacó con la visita de Obama al país.

Fuente: Kantar Ibope Media y Google Trends
Periodo medición radio: Diciembre 2015 -Febrero 2016. Lunes a Domingo. Horario de 04 a 04 hs.
Base Capital y GBA Mujeres: 4.852.556. Individuos: 9.372.307