

# HAVAS



## NUESTRA MIRADA FEDERAL SOBRE PERSONAS, MARCAS Y MEDIOS

SEPTIEMBRE 2023



# EMF

**NUESTRA  
MIRADA  
FEDERAL  
SOBRE  
CULTURA,  
AUDIENCIAS  
Y MEDIOS**

La población  
argentina  
excluyendo CABA,  
GBA y La Plata

**31,3**

Millones



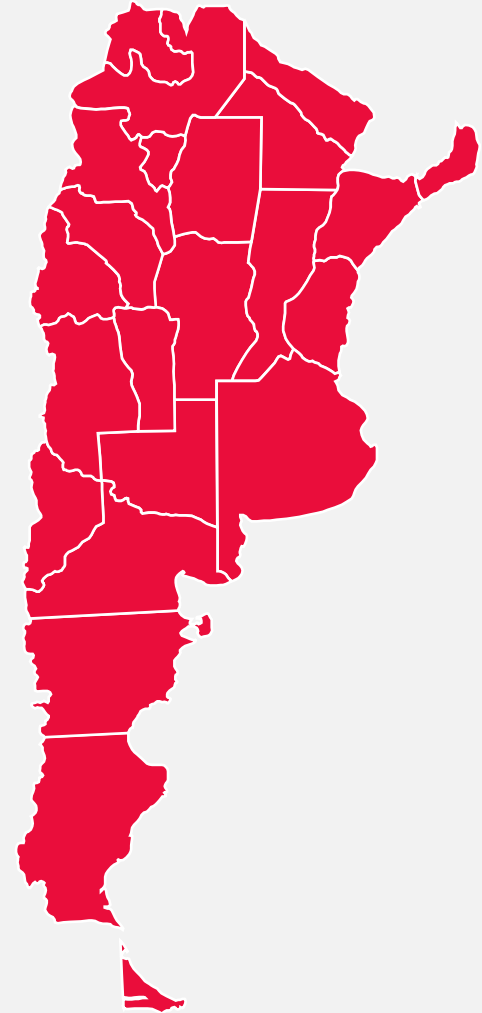
**46,0**  
Millones

La población total  
en Argentina

Centramos nuestro análisis  
en el 68% de la población

**NOS PROPUSIMOS  
RESOLVER UNA  
DIFICULTAD:  
LOGRAR CONECTAR  
CON LAS  
AUDIENCIAS DE  
TODO NUESTRO  
PAÍS**

- **3.760 entrevistas con apertura y análisis** en TODAS las provincias de Argentina excluyendo el AMBA para:
- Indagar cuáles son los medios relevantes en cada una de las plazas.
- Conocer a nivel de detalle por sistema cuáles son en cada medio los preferidos por las audiencias.
- Evaluar, en cada provincia y segmento, contenidos de interés más relevantes en Redes Sociales y cuáles son los Influencers más valorados en cada una de las plazas.
- Entender sobre estilos de vida y preferencias de las audiencias.



## ***EQUIDAD***

Indagamos acerca de Discriminación y los principales motivos que perciben las personas que ocasionan esa segregación.

## ***CONSUMOS***

Nos interiorizamos sobre modos de compra, cadenas de retails preferidas, formas de pago, movilidad y otros indicadores de consumo de bienes y servicios.

## ***MEDIOS***

Exploramos la penetración de medios tanto digital como offline al mayor nivel de detalle posible.

## ***PLAZAS***

Análisis discriminado de los indicadores en cada una de las provincias argentinas.



**EQUIDAD**

# AÚN HAY MUCHO CAMINO POR RECORRER EN LO QUE REFIERE A IGUALDAD Y RESPETO EN NUESTRO PAÍS

**1**

de cada

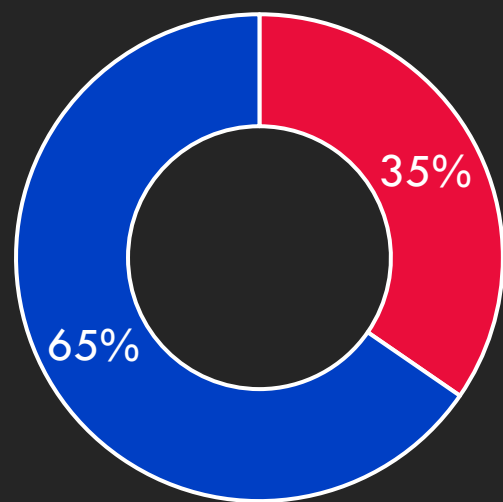
**3**

argentinos residentes fuera del  
AMBA se han sentido  
discriminados en el último tiempo

Fuente: Havas Intelligence, EMF Argentina, 2023

# TOTAL EMF

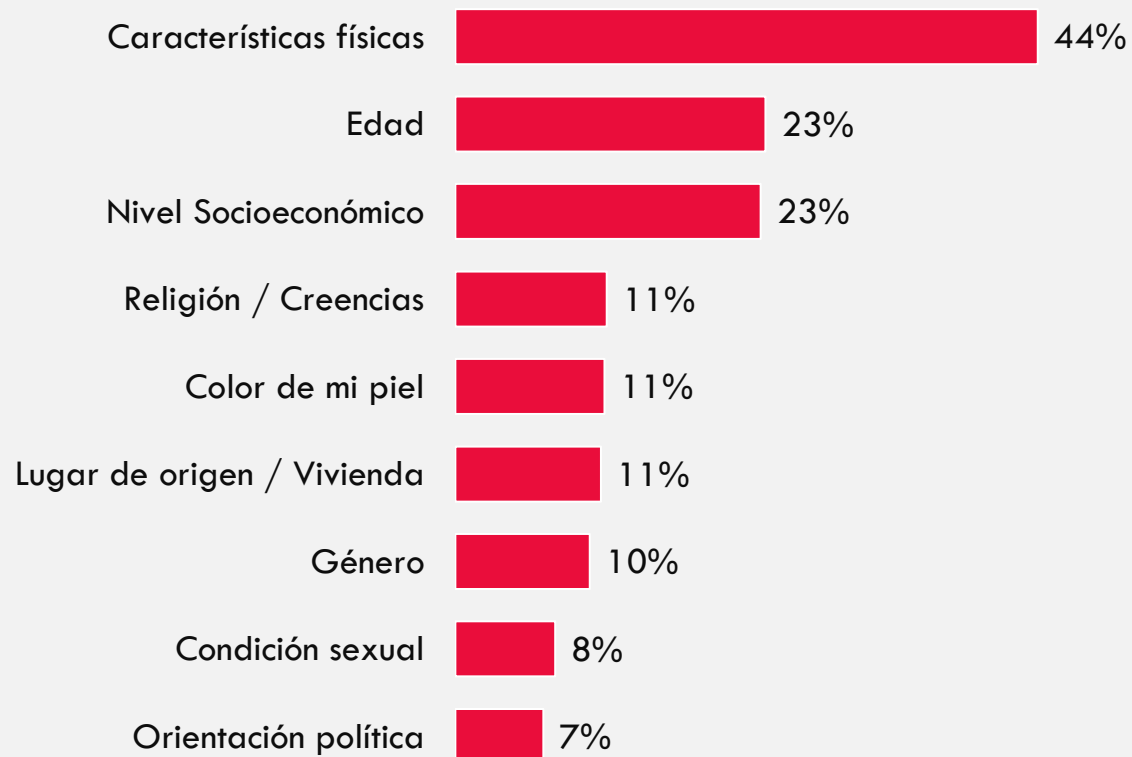
¿Has sentido algún tipo de discriminación, aunque sea levemente hacia vos en el último tiempo?



■ Si, me han discriminado

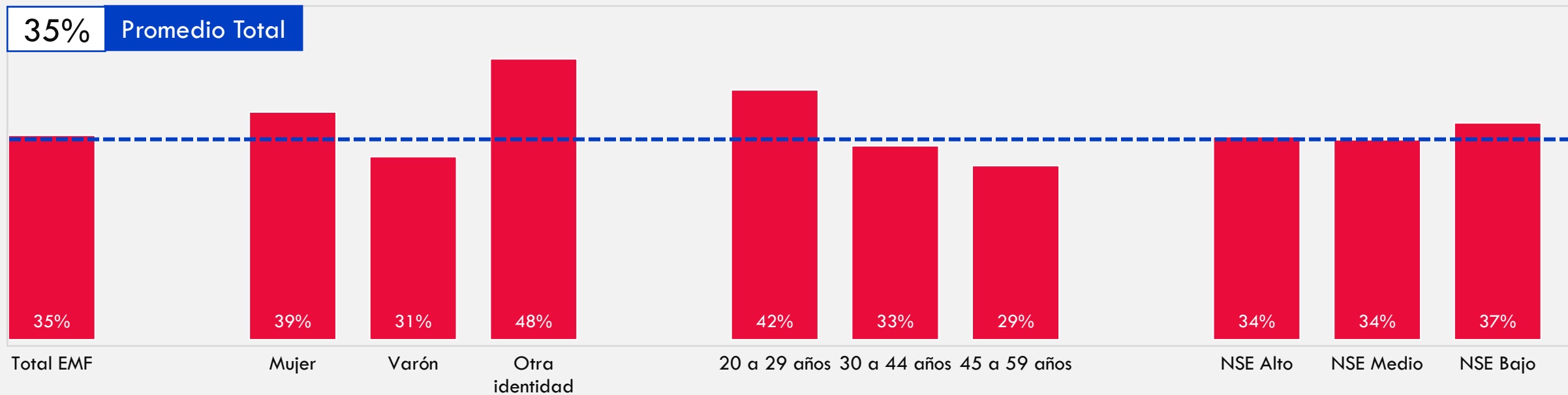
■ No, no he sentido discriminación

¿Por qué motivos has sentido discriminación en los últimos tiempos?



Fuente: Havas Intelligence, EMF Argentina, 2023

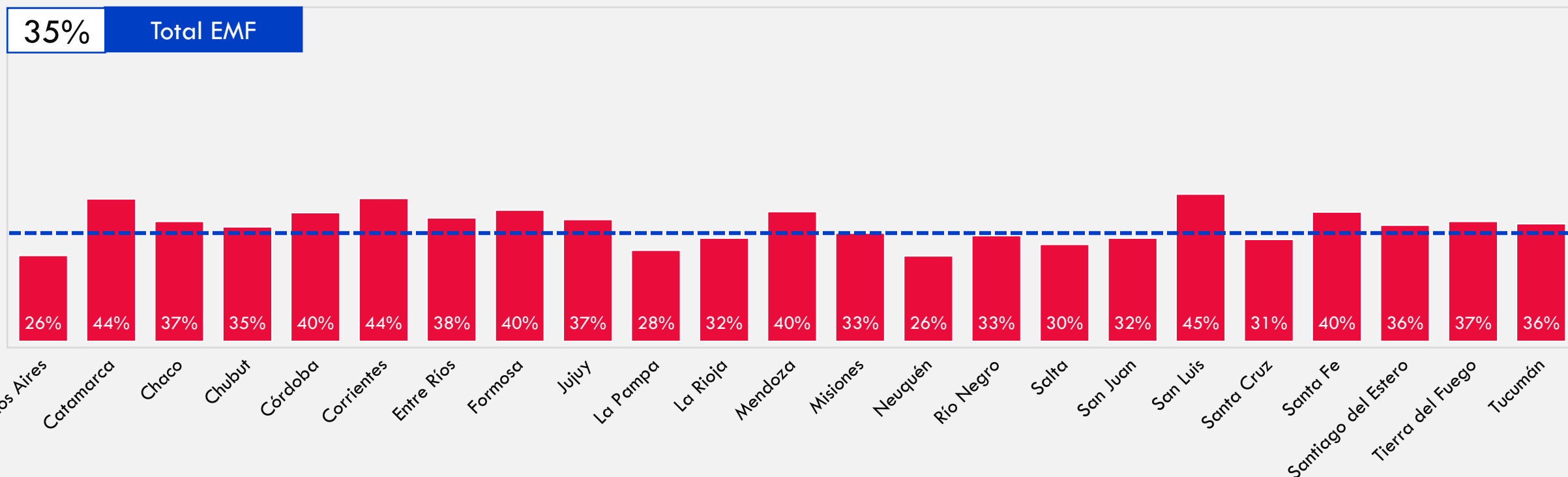
## ¿Has sentido algún tipo de discriminación, aunque sea levemente hacia vos en el último tiempo?



Fuente: Havas Intelligence, EMF Argentina, 2023



## ¿Has sentido algún tipo de discriminación, aunque sea levemente hacia vos en el último tiempo?



Fuente: Havas Intelligence, EMF Argentina, 2023

**35%** Si, me dan discriminado

¿Por qué motivos has sentido discriminación en los últimos tiempos?

## TOTAL EMF

	Total	Identidad			Edad			Nivel Socioeconómico		
		Mujer	Varón	Otra	20 a 29	30 a 44	45 a 59	Alto	Medio	Bajo
Características físicas	45%	49%	39%	74%	50%	48%	30%	44%	43%	48%
Nivel Socioeconómico	25%	22%	28%	3%	23%	27%	24%	14%	25%	29%
Edad	22%	22%	22%	4%	13%	18%	44%	27%	25%	16%
Color de mi piel	13%	11%	15%	7%	16%	13%	8%	9%	14%	13%
Religión / Creencias	12%	11%	14%	16%	12%	13%	11%	7%	14%	11%
Lugar de origen / Vivienda	12%	11%	12%	18%	15%	11%	7%	12%	12%	11%
Identidad	10%	13%	7%	7%	12%	10%	7%	19%	11%	5%
Condición sexual	7%	5%	10%	55%	10%	7%	3%	15%	7%	4%
Orientación política	7%	6%	7%	0%	7%	7%	7%	7%	6%	7%

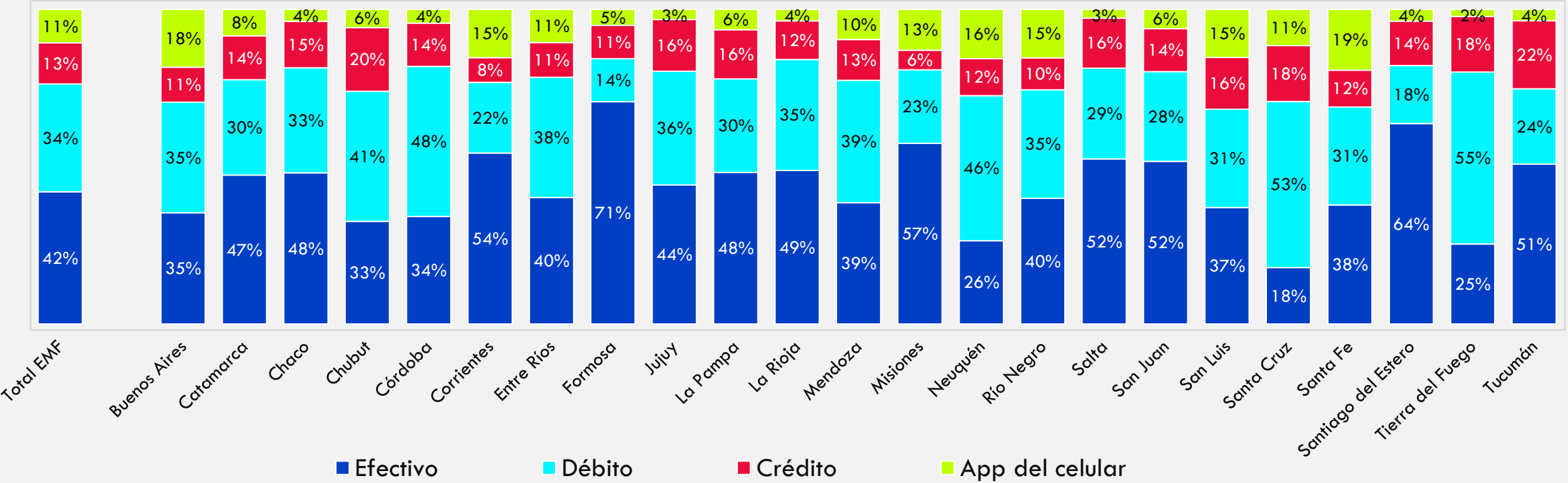
Fuente: Havas Intelligence, EMF Argentina, 2023



# COMPRAS & ESTILO DE VIDA

# PRINCIPAL MEDIO DE PAGO UTILIZADO EN SUPERMERCADOS

¿Cuál es el principal medio de pago que usas en Supermercados?



Fuente: Havas Intelligence, EMF Argentina, 2023

¿Cuál es el principal medio de pago que usas en Supermercados?

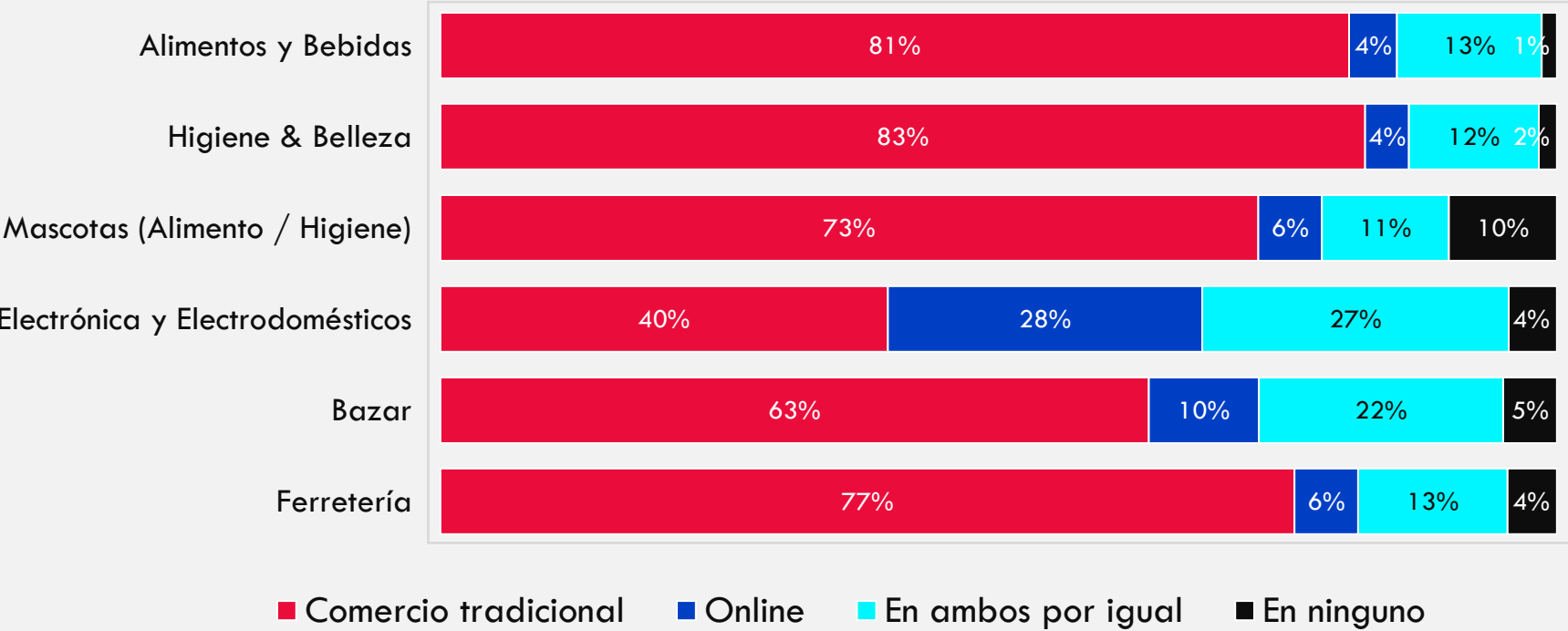
## TOTAL EMF

	Total	Identidad			Edad			Nivel Socioeconómico		
		Mujer	Varón	Otra	20 a 29	30 a 44	45 a 59	Alto	Medio	Bajo
Efectivo	42%	40%	44%	64%	55%	38%	34%	28%	36%	60%
Débito	34%	35%	34%	28%	27%	36%	40%	46%	39%	21%
Crédito	13%	14%	12%	5%	7%	15%	16%	16%	14%	9%
App del celular	11%	11%	10%	3%	11%	11%	10%	10%	11%	10%

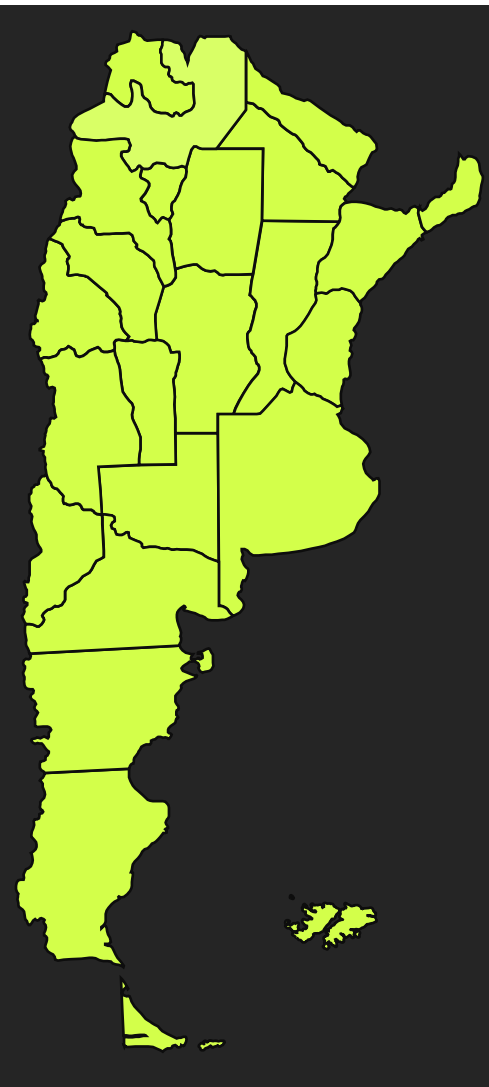
Fuente: Havas Intelligence, EMF Argentina, 2023

# TOTAL EMF

Para cada uno de los siguientes rubros ¿En dónde compras más? ¿En comercios tradicionales o por internet?

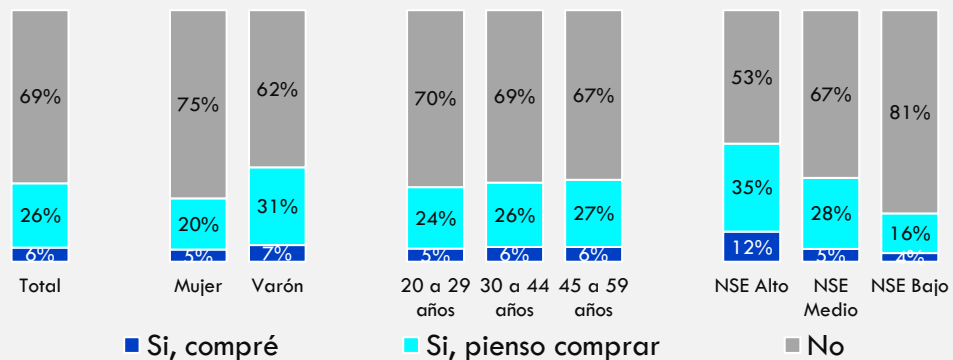


Fuente: Havas Intelligence, EMF Argentina, 2023

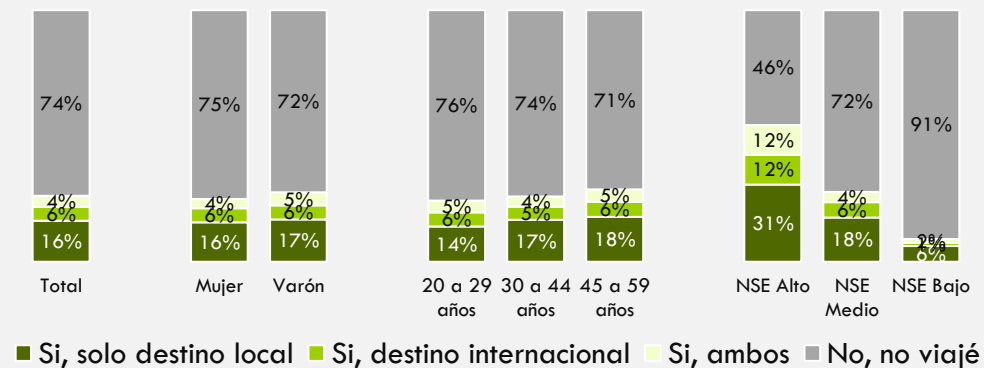


# TOTAL EMF

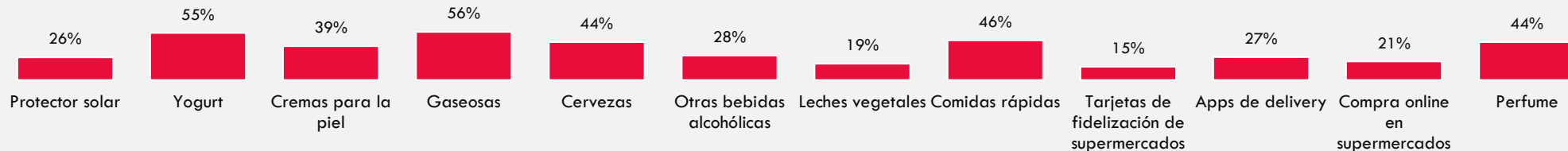
¿Compraste en el último año o pensás comprar un auto Okm en los próximos 12 meses?



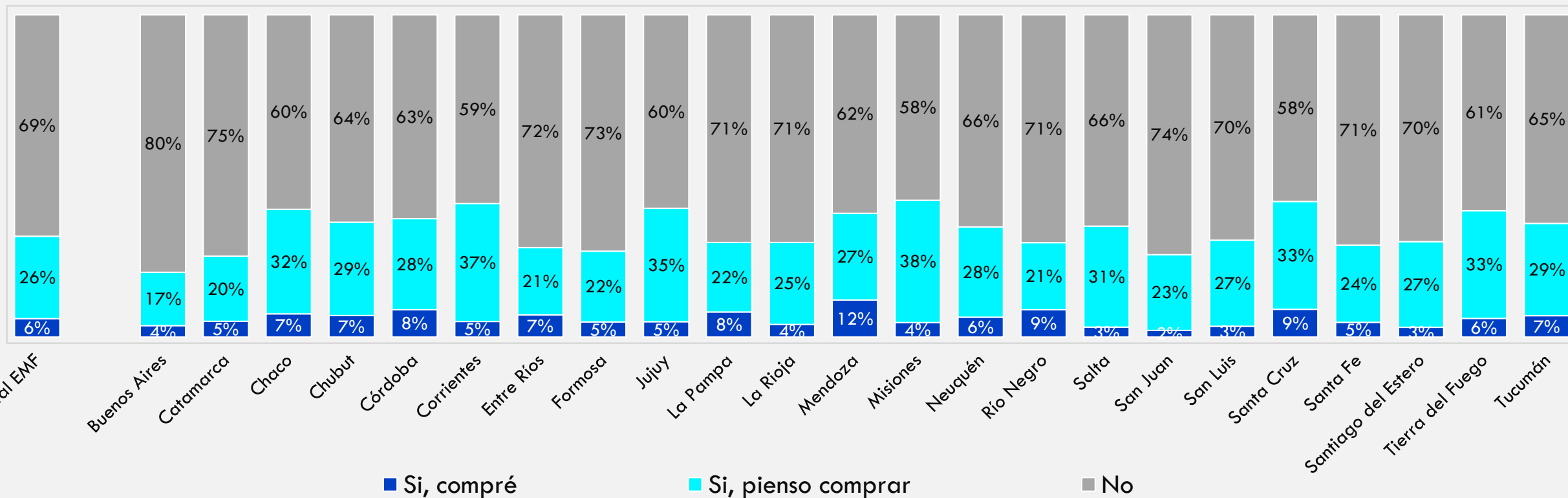
¿Viajaste en avión en el último año?



Productos que consume o utiliza habitualmente



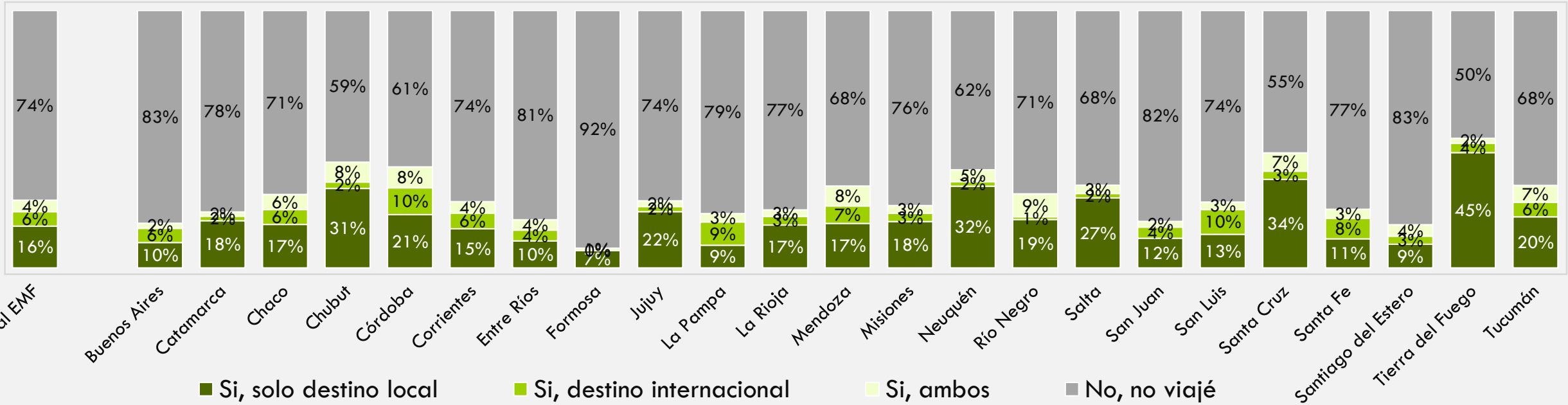
## ¿Compraste en el último año o pensás comprar un auto 0km en los próximos 12 meses?



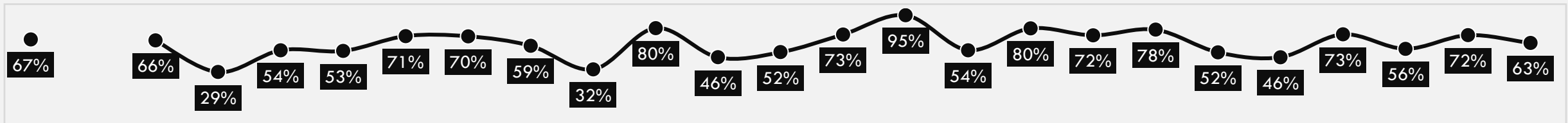
Fuente: Havas Intelligence, EMF Argentina, 2023



## ¿Viajaste en avión en el último año?



## Uso de línea aérea low cost (entre aquellos que viajaron en avión en el último año)



Fuente: Havas Intelligence, EMF Argentina, 2023

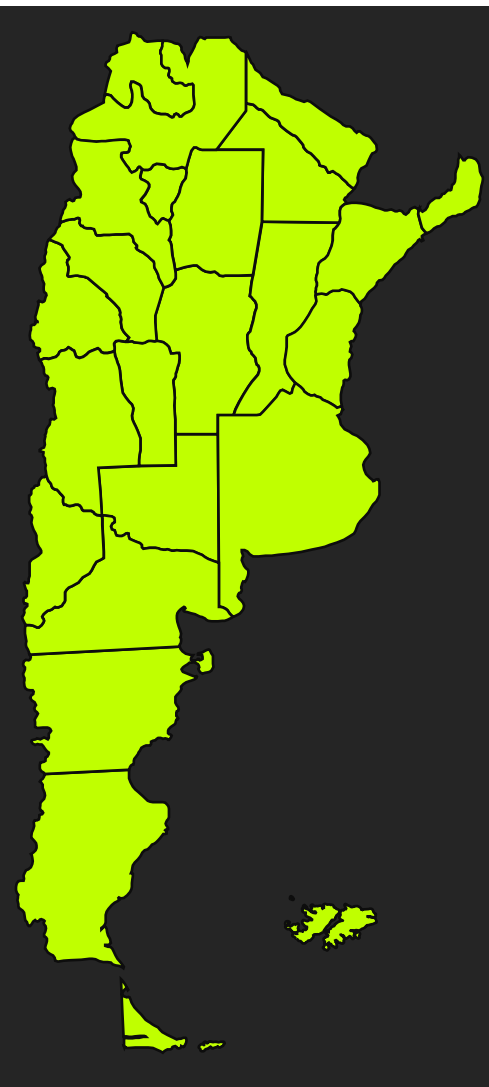
## TOTAL EMF - PRODUCTOS QUE CONSUME O UTILIZA HABITUALMENTE

	Total	Identidad			Edad			Nivel Socioeconómico		
		Mujer	Varón	Otra	20 a 29	30 a 44	45 a 59	Alto	Medio	Bajo
Protector solar	26%	38%	14%	32%	25%	25%	29%	40%	27%	19%
Yogurt	55%	58%	51%	55%	57%	54%	54%	56%	56%	52%
Cremas para la piel	39%	59%	19%	30%	37%	39%	42%	45%	41%	34%
Gaseosas	56%	52%	60%	42%	58%	56%	54%	58%	58%	51%
Cervezas	44%	37%	51%	23%	37%	47%	47%	53%	47%	33%
Otras bebidas alcohólicas	28%	26%	31%	25%	27%	28%	29%	43%	29%	19%
Leches vegetales	19%	19%	19%	8%	18%	19%	21%	22%	18%	19%
Comidas rápidas	46%	44%	48%	43%	53%	48%	37%	53%	47%	41%
Tarjetas de supermercados	15%	16%	14%	18%	10%	16%	20%	19%	19%	7%
Apps de delivery	27%	27%	26%	22%	32%	27%	21%	39%	29%	15%
Compra online en supermercados	21%	21%	22%	30%	20%	23%	21%	31%	24%	11%

Fuente: Havas Intelligence, EMF Argentina, 2023

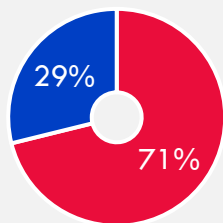
# MEDIA





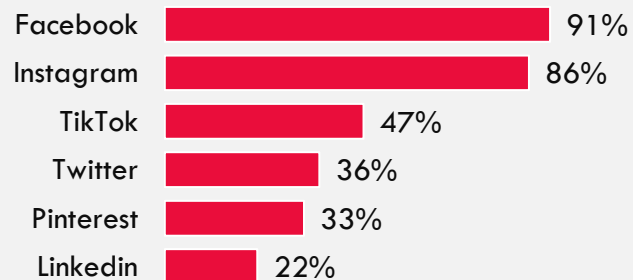
# TOTAL EMF

Dispositivo de Conexión

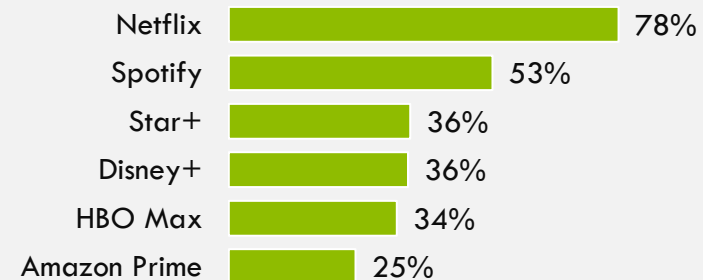


■ Mobile ■ Desktop

RRSS - Consumo - Últimos 7 días

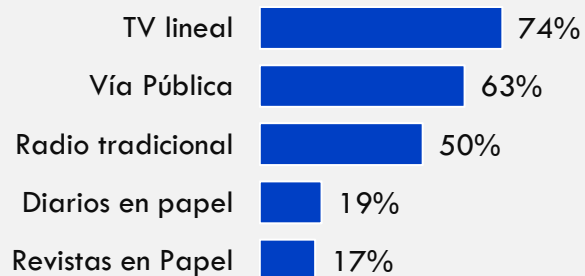


OTTs - Consumo - Últimos 7 días



Top 10

Medios Off - Consumo - Últimos 7 días



Canales TV	Radios	Diarios
Telefé	La 100	Clarín
El Trece	Radio Mitre	La Nación
TV Pública	Cadena 3	Infobae
América TV	Radio Disney	Diario Olé
ESPN	Los 40 Principales	Página 12
TyC Sports	Aspen	La Voz del Interior
TN	Vorterix	La Gaceta
Star	Urbana Play	El Tribuno
Canal 9	La Red	Diario Uno
TNT	Rock & Pop	Crónica

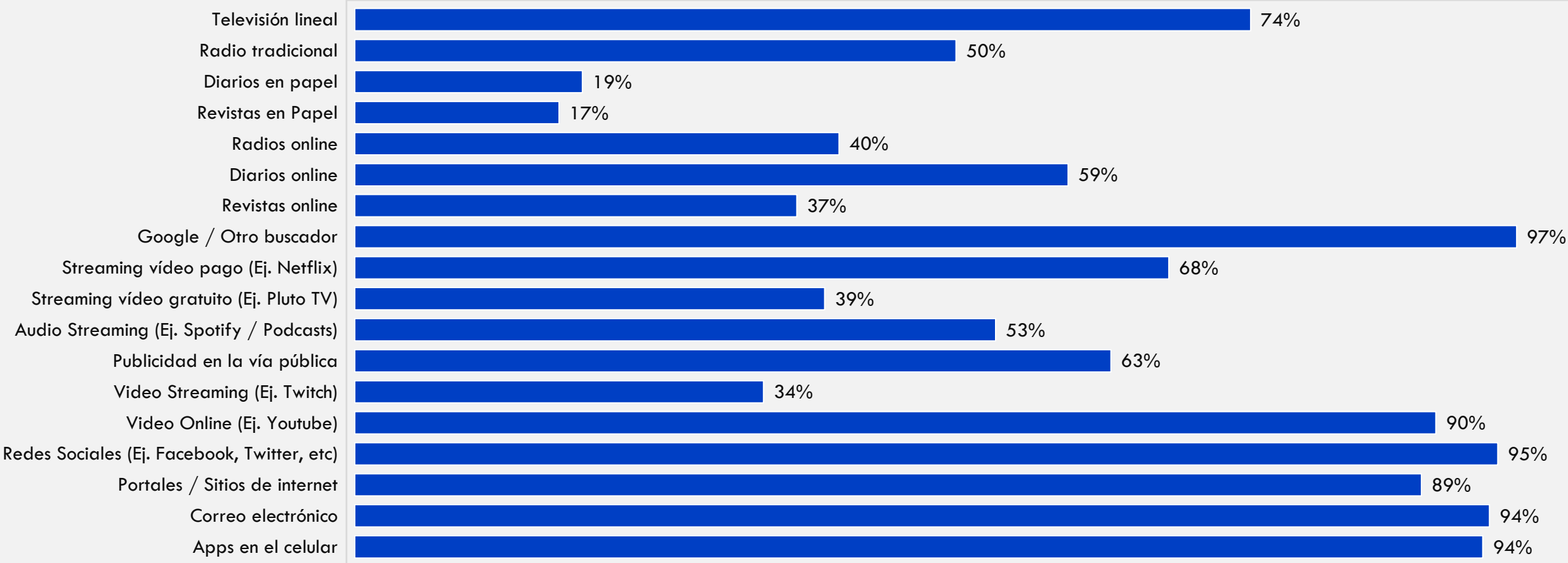
Medio en el que más confía

Respuesta única

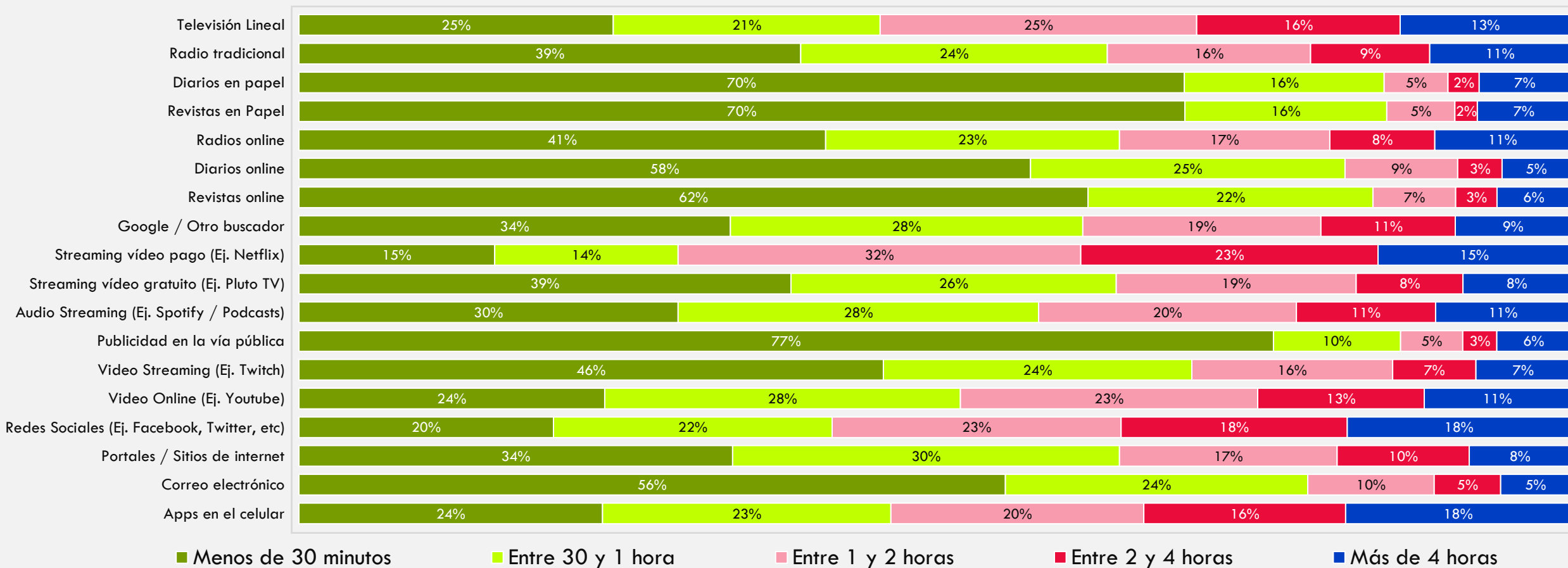


Fuente: Havas Intelligence, EMF Argentina, 2023

# TOTAL EMF - CONSUMO DE MEDIOS - ÚLTIMOS 7 DÍAS

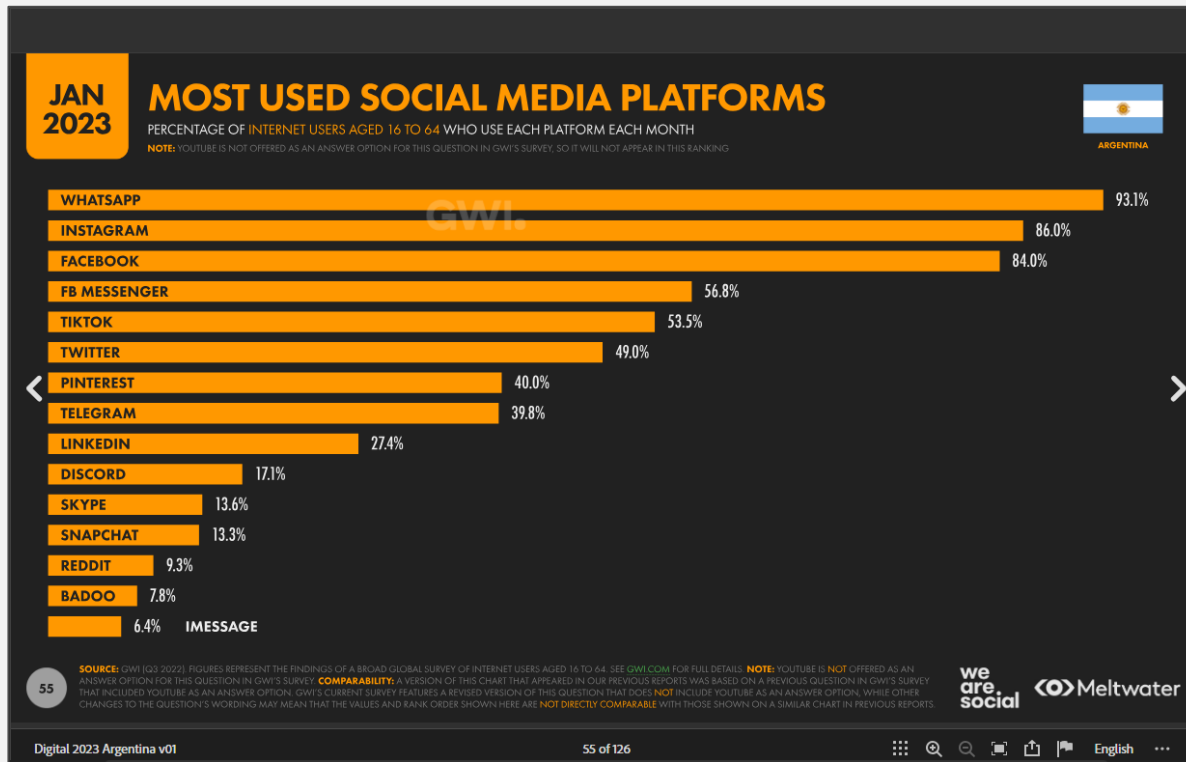


# TOTAL EMF - CONSUMO DE MEDIOS - TIEMPO DE CONSUMO



Fuente: Havas Intelligence, EMF Argentina, 2023

# RRSS EN ARGENTINA - OTRAS FUENTES



Fuente: We Are Social - Datareportal, Digital, Argentina, enero 2023

## Social Network Users, by Platform Argentina, 2023

Millions

Facebook



Instagram



Twitter



Snapchat



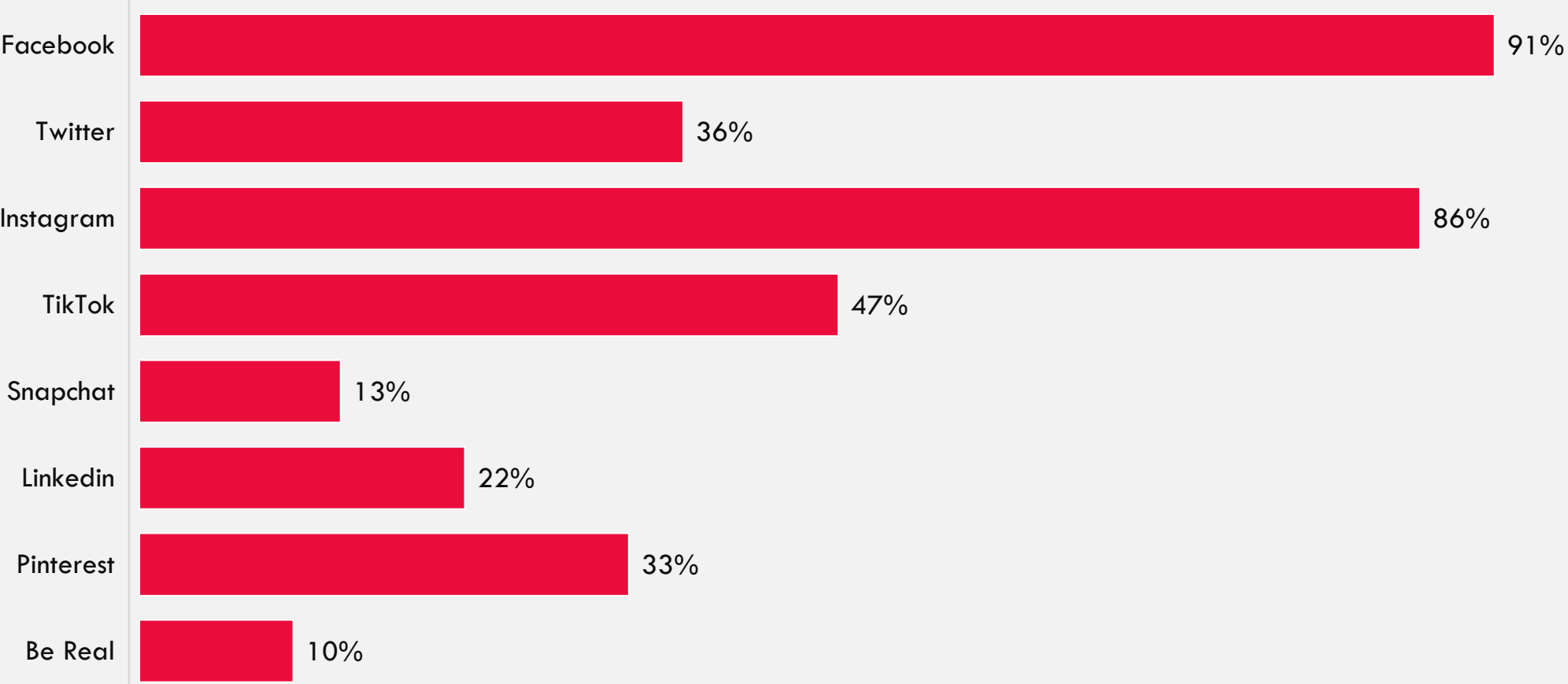
Note: internet users of any age who use social networks via any device at least once per month

Source: Insider Intelligence | eMarketer, May 2023

Insider Intelligence | eMarketer

Fuente: Insider Intelligence, eMarketer, Social Network Argentina, mayo 2023

# TOTAL EMF - CONSUMO DE RRSS - ÚLTIMOS 7 DÍAS



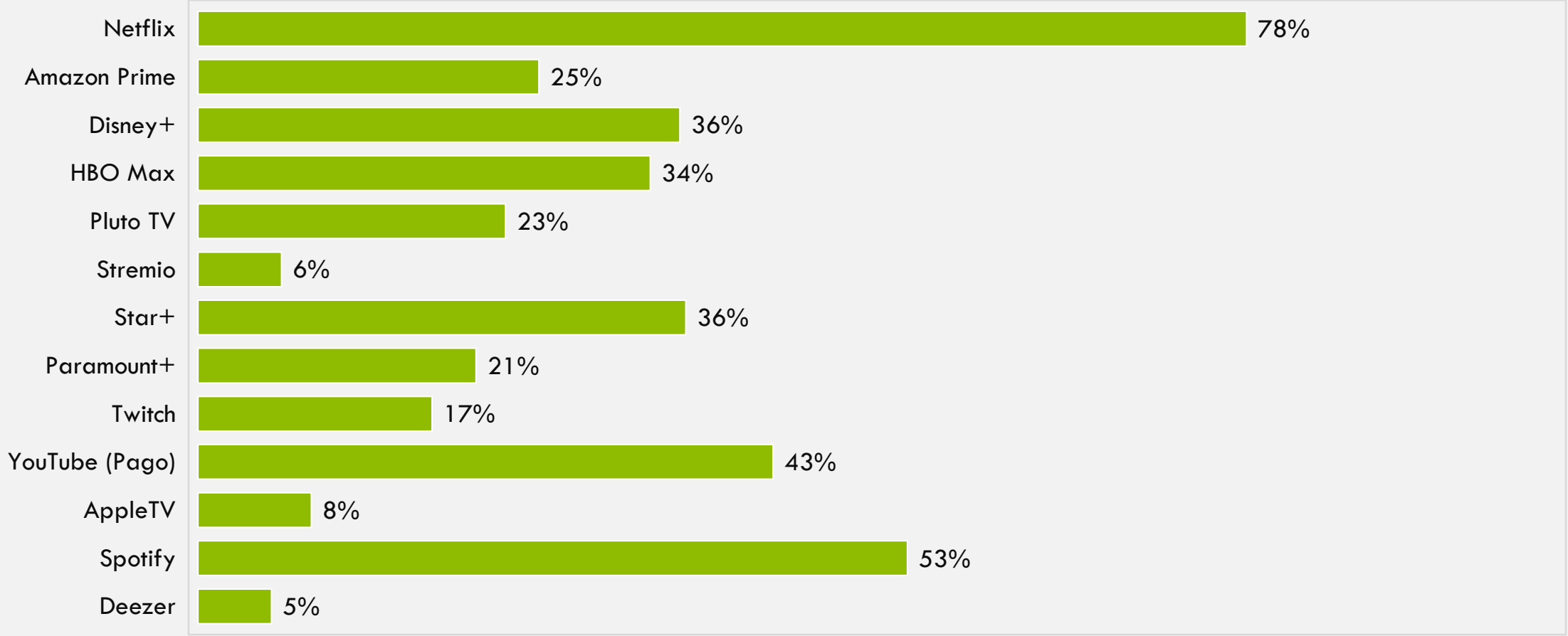


## TOTAL EMF - CONSUMO DE RRSS - ÚLTIMOS 7 DÍAS

	Total	Identidad		Edad			Nivel Socioeconómico		
		Mujer	Varón	20 a 29	30 a 44	45 a 59	Alto	Medio	Bajo
Facebook	91%	92%	90%	85%	94%	92%	89%	91%	91%
Twitter	36%	32%	41%	49%	31%	31%	47%	38%	27%
Instagram	86%	89%	82%	91%	87%	80%	89%	86%	83%
Tik Tok	47%	50%	43%	57%	44%	40%	45%	45%	52%
Snapchat	13%	13%	14%	20%	13%	8%	15%	13%	14%
Linkedin	22%	18%	26%	23%	23%	19%	32%	24%	13%
Pinterest	33%	42%	23%	38%	31%	30%	38%	32%	31%
Be Real	10%	9%	12%	14%	9%	8%	12%	10%	11%

Fuente: Havas Intelligence, EMF Argentina, 2023

# TOTAL EMF - CONSUMO DE STREAMING - ÚLTIMOS 7 DÍAS



## TOTAL EMF - CONSUMO DE STREAMING - ÚLTIMOS 7 DÍAS

	Total	Identidad		Edad			Nivel Socioeconómico		
		Mujer	Varón	20 a 29	30 a 44	45 a 59	Alto	Medio	Bajo
Netflix	78%	79%	77%	75%	81%	76%	83%	78%	74%
Amazon Prime	25%	22%	29%	24%	26%	26%	31%	27%	18%
Disney+	36%	34%	38%	36%	38%	32%	40%	38%	28%
HBO Max	34%	36%	31%	36%	33%	32%	40%	35%	26%
Pluto TV	23%	20%	26%	24%	23%	21%	26%	23%	21%
Stremio	6%	4%	8%	8%	6%	4%	8%	6%	5%
Star+	36%	31%	41%	37%	37%	34%	40%	39%	29%
Paramount+	21%	19%	22%	21%	20%	22%	25%	23%	14%
Twitch	17%	11%	24%	29%	16%	8%	21%	19%	13%
YouTube (Pago)	43%	43%	42%	48%	43%	36%	42%	42%	44%
AppleTV	8%	7%	10%	10%	9%	6%	11%	8%	7%
Spotify	53%	53%	53%	62%	52%	44%	66%	54%	42%
Deezer	5%	4%	7%	8%	5%	4%	8%	6%	3%

Fuente: Havas Intelligence, EMF Argentina, 2023

## TOTAL EMF - CONSUMO DE MEDIOS

	Ayer	Últimos 7 días	Últimos 30 días
Facebook	83%	91%	96%
Instagram	80%	86%	90%
TikTok	39%	47%	55%
Twitter	30%	36%	46%
Pinterest	22%	33%	51%

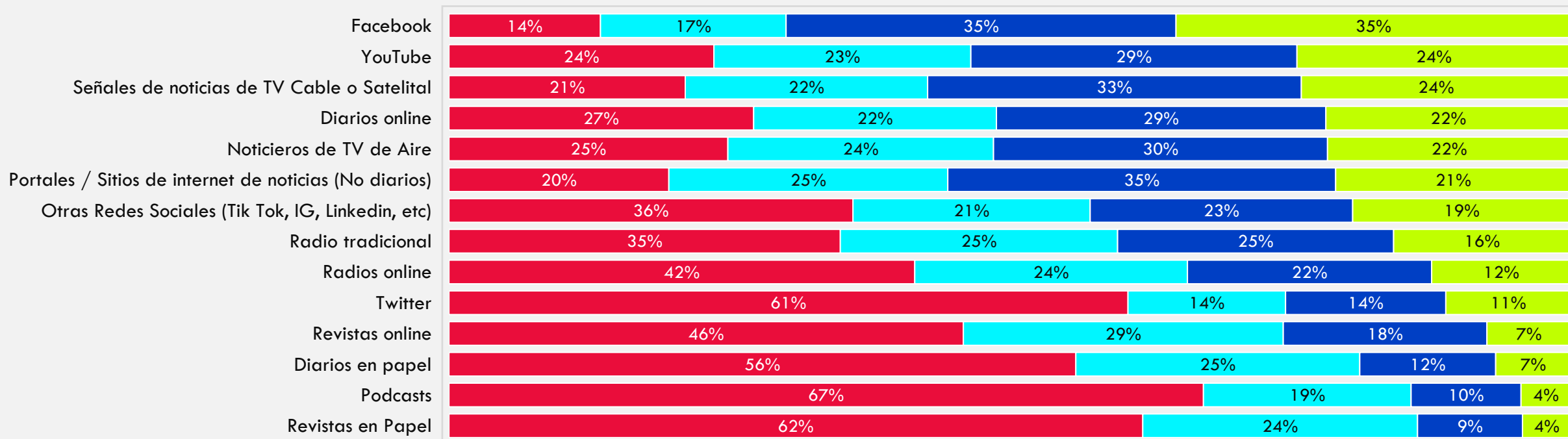
	Ayer	Últimos 7 días	Últimos 30 días
Netflix	62%	78%	88%
Spotify	40%	53%	66%
Star+	24%	36%	51%
Disney+	22%	36%	55%
HBO Max	22%	34%	48%

	Ayer	Últimos 7 días	Últimos 30 días
Tv lineal	64%	74%	90%
Vía Pública	41%	63%	73%
Radio tradicional	36%	50%	59%
Diarios en papel	10%	19%	31%
Revistas en papel	8%	17%	26%

Fuente: Havas Intelligence, EMF Argentina, 2023

# TOTAL EMF

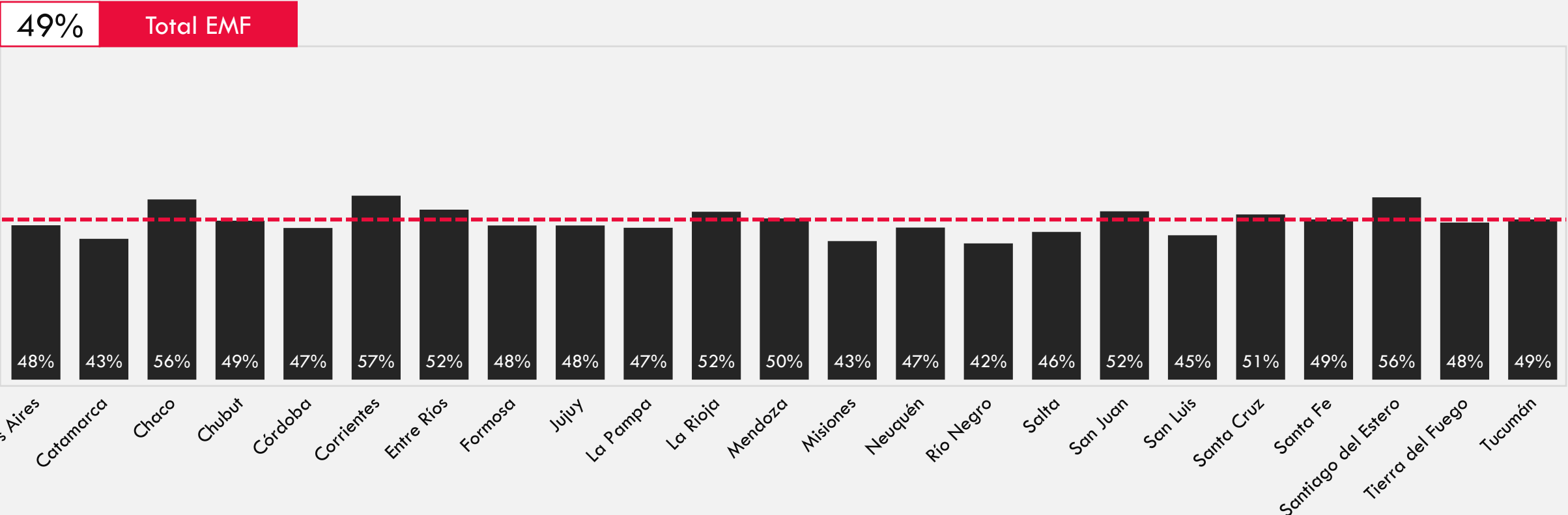
De los siguientes medios de comunicación ¿Cuáles utilizas para informarte de la actualidad?



■ No me informo por este medio   ■ Me informo por ahí esporádicamente   ■ Me informo por ahí con frecuencia   ■ Es mi medio favorito para informarme

Fuente: Havas Intelligence, EMF Argentina, 2023

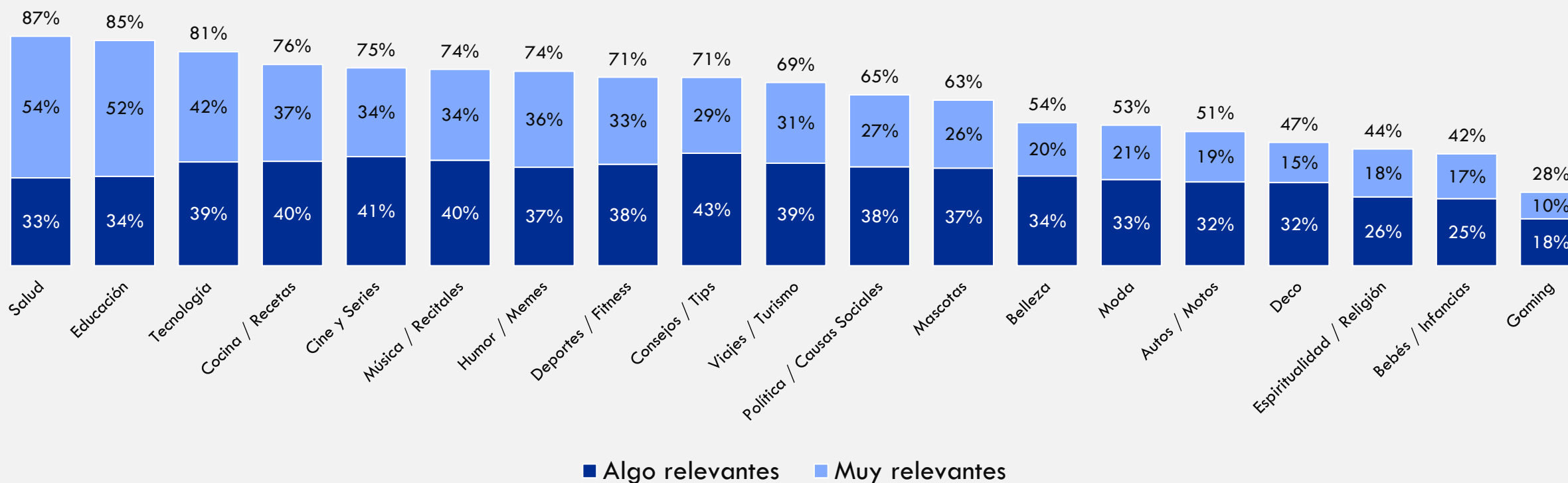
# PERSONAS QUE SIGUEN A INFLUENCERS EN REDES SOCIALES



Fuente: Havas Intelligence, EMF Argentina, 2023

# TOTAL EMF

De los siguientes tipos de contenidos ¿Cuáles son los que consideras más relevantes/interesantes de leer/seguir por redes sociales



Fuente: Havas Intelligence, EMF Argentina, 2023



1 DE 3

## ***EQUIDAD***

argentinos residentes fuera del AMBA se han sentido discriminados en el último tiempo.



42%

## ***CONSUMOS***

de los residentes fuera del AMBA eligen como medio de pago principal el efectivo al realizar sus compras en supermercados. Aun así, al analizar por provincias el comportamiento no es para nada uniforme.



1°

## ***MEDIOS***

Sitios de los medios locales dentro de Facebook aparece como la principal fuente de información. 3 de cada 4 consumieron TV en los últimos 7 días, y la mitad de ellos lo hizo más de 1 hora al día.



2°

## ***PLAZAS***

El análisis dentro de cada región ofrece diferencias notables indispensables para la distribución del presupuesto publicitario. Ej: Mendoza es la provincia con mayor afinidad con la Radio, Neuquén lidera en el uso de LinkedIn.





# PERSPECTIVAS

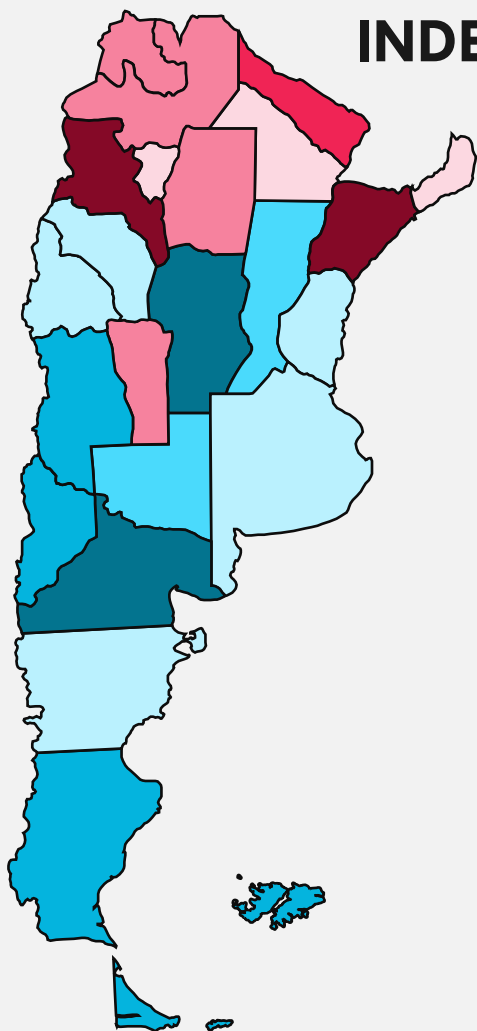
# CONTEXTO

## ELABORAMOS UN **INDEX DE PROSPERIDAD** EN CADA UNA DE LAS PROVINCIAS ARGENTINAS PARA PODER CONTAR CON INFORMACIÓN RELEVANTE EN CASO DE PROPONER LA PRIORIZACIÓN DE UNAS PLAZAS SOBRE OTRAS

Variables que componen el Index de Prosperidad por Provincia

	Fuente de Datos
1. Generación de Divisas a través de Exportaciones	INDEC - Dirección Nacional de Estadísticas del Sector Externo y Cuentas Internacionales - 2022
2. Tasa de Compra de vehículo 0km	Havas EMF - 2023
3. Tasa de Actividad	INDEC - Encuesta Permanente de Hogares - 3er Trimestre 2022
4. Tasa de Desempleo	INDEC - Encuesta Permanente de Hogares - 3er Trimestre 2022
5. Coeficiente Gini	INDEC - Encuesta Permanente de Hogares - 3er Trimestre 2022
6. Índice de Discriminación	HAVAS EMF - 2023
7. Tasa de muertes por accidentes de tránsito	Observatorio de la Agencia Nacional de Seguridad Vial - 2022

# INDEX DE PROSPERIDAD



- Prosperidad

	< 30
	35
	40
	45
	50
	55
	60
	65
	70 >

+ Prosperidad

Córdoba y Río Negro encabezan el Index de Prosperidad lo que las configura como plazas con, además de una calidad de vida en general por encima del promedio, una proyección que permite sostener un mayor desarrollo a futuro.

Mendoza, Neuquén y Santa Cruz se posicionan también en una posición expectante.

## TIER 1

Córdoba  
Río Negro  
Neuquén  
Santa Cruz  
Mendoza

## TIER 2

Tierra del Fuego  
La Pampa  
Santa Fe  
Buenos Aires  
Chubut  
La Rioja  
San Juan  
Entre Ríos

## TIER 3

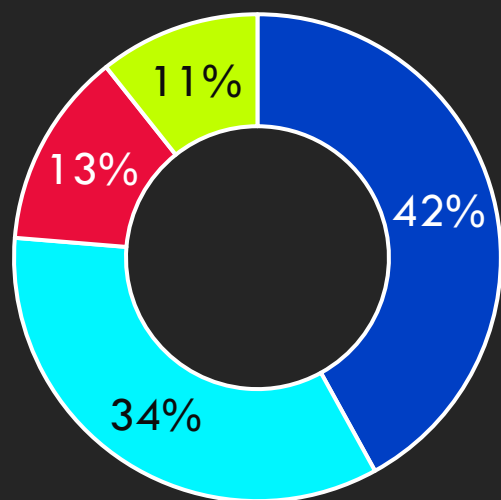
Chaco  
Misiones  
Tucumán  
Jujuy  
San Luis  
Sgo. del Estero  
Salta

## TIER 4

Formosa  
Catamarca  
Corrientes

# TOTAL EMF

¿Cuál es el principal medio de pago que usas en Supermercados?



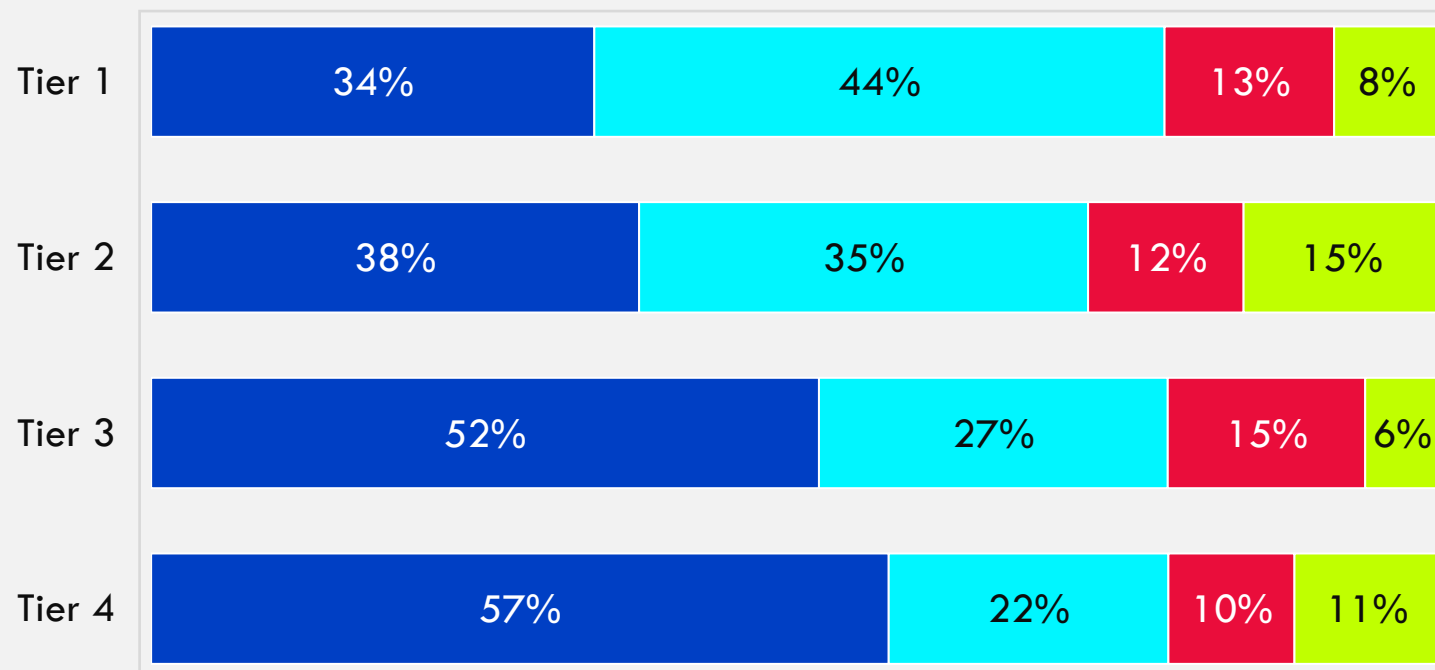
Efectivo

Débito

Crédito

App del Celular

**SE CONFIGURAN DOS MODOS DE COMPORTAMIENTO. TIERS 1 & 2 CON UNA MAYOR BANCARIZACIÓN Y DIGITALIZACIÓN (+ EN BS. AS.) Y TIERS 3 & 4 CON EL PAGO EN EFECTIVO QUE SUPERA A LA MITAD DE LA MUESTRA**



## TIERS - CONSUMO DE RRSS - ÚLTIMOS 7 DÍAS

	Total	Tiers			
		Tier 1	Tier 2	Tier 3	Tier 4
Facebook	91%	88%	91%	92%	95%
Twitter	36%	39%	34%	37%	40%
Instagram	86%	87%	89%	81%	81%
Tik Tok	47%	50%	42%	52%	49%
Snapchat	13%	13%	12%	16%	16%
Linkedin	22%	28%	21%	20%	17%
Pinterest	33%	33%	32%	34%	30%
Be Real	10%	10%	9%	12%	11%

Fuente: Havas Intelligence, EMF Argentina, 2023

**¡MUCHAS  
GRACIAS!**

NOTICE: Proprietary and Confidential  
All the content of this document (text, figures, lists, financial information, graphics, design, diagrams, as well as other graphic elements and/or audio and videos), whichever the format used (paper or electronic), is confidential and proprietary to Havas Media Group. This document includes ideas and information based on the experience, know-how, intellectual/creative effort of Havas Media Group. For these reasons, this material shall not be used, reproduced, copied, disclosed, transmitted, transformed, commercialized or communicated, in whole or in part, neither to third parties nor to the public, without the express and written consent of Havas Media Group.

Havas Media Group © All rights reserved  
This presentation is not a contractual proposal and has no binding effects for any Havas Media Group company until a final and written contract is entered into between the parties.

