

A young family consisting of a man, a woman, and a baby. The man is on the left, wearing a light blue polo shirt, looking down at the baby with a smile. The woman is on the right, wearing a blue top, looking at the baby with a joyful expression. The baby is in the center, wearing a striped shirt, looking directly at the camera. The background is a plain, light-colored wall.

LOS MILLENNIALS Y LA PATERNIDAD

JUNIO 2017/ IGNIS VIEW N°109

Una publicación de:



A close-up photograph of a man with short blonde hair and a beard, wearing a dark green t-shirt, holding a baby in a carrier. The baby is wearing a blue cap with white floral patterns. The scene is set outdoors during sunset, with warm, golden light illuminating the man's face and the background. The background is blurred, showing trees and foliage.

NUEVAS FAMILIAS

 **IGNIS**
MEDIA AGENCY

Los Millennials y la paternidad

Actualmente, muchos de los Millennials ya son o están próximos a ser padres. En esta oportunidad, se buscó indagar acerca de cuáles son las características de los Millennials una vez que arriban a la paternidad.

Si bien estas personas son consideradas como egocéntricas y narcisistas, al convertirse en padres los valores familiares y el bienestar de sus hijos son lo más relevante para ellos.

El ser un padre perfecto, pasar tiempo con los hijos y anteponer las necesidades de la familia por encima de las propias son alguna de las características de los Millennials como padres.

Tanto ellas como madres y ellos como padres tienen características propias: qué cantidad de tiempo dedican a sus hijos, cuáles son sus aspiraciones, qué esperan de las marcas y compañías y quiénes son sus referentes son algunos de los interrogantes que se tratará de dar respuesta en esta oportunidad.

A su vez, cómo las marcas y las empresas pueden comunicarse mejor con estos consumidores conociendo un poco más acerca de sus características.



¿Quiénes son los Millennials?



Nacidos entre 1982-1995. Hoy en día tienen entre 20 y 35 años.



Usan Internet y tecnología para todo



Son muy emocionales y les importa sentir que son relevantes



Buscan el equilibrio entre su vida personal y su trabajo, siempre buscando un sentido en ello



Se preocupan por estar saludables y por su bienestar



El celular es su pantalla preferida y la usan todo el tiempo



Son usuarios y consumidores exigentes. Les gusta sentirse escuchados por las marcas



Les encanta compartir sus experiencias y opiniones en redes sociales

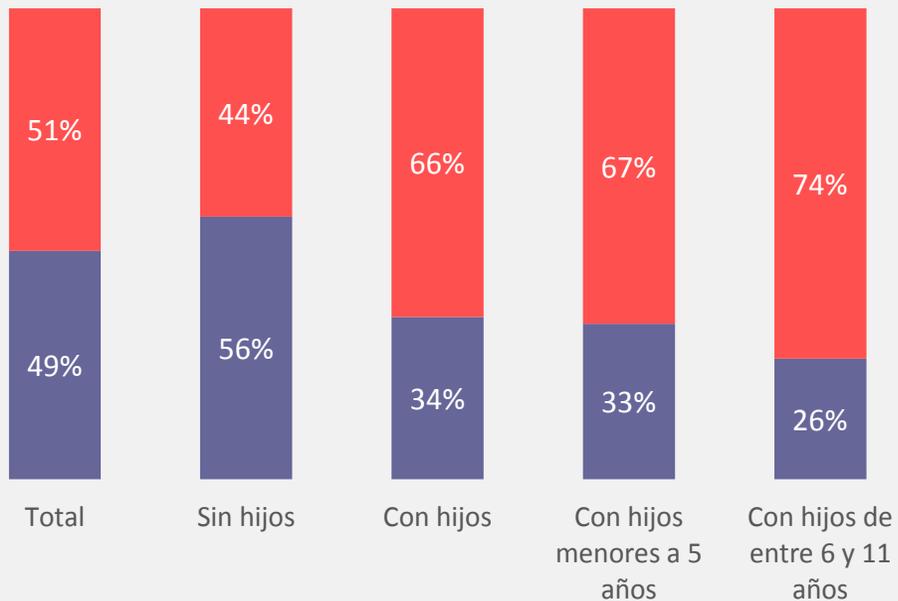


¿Quiénes son los Millennials?

Los Millennials sin hijos tienen una mayor presencia de hombres y de personas más jóvenes: **4 de cada 10 Millennials sin hijos tienen entre 20-24 años.**

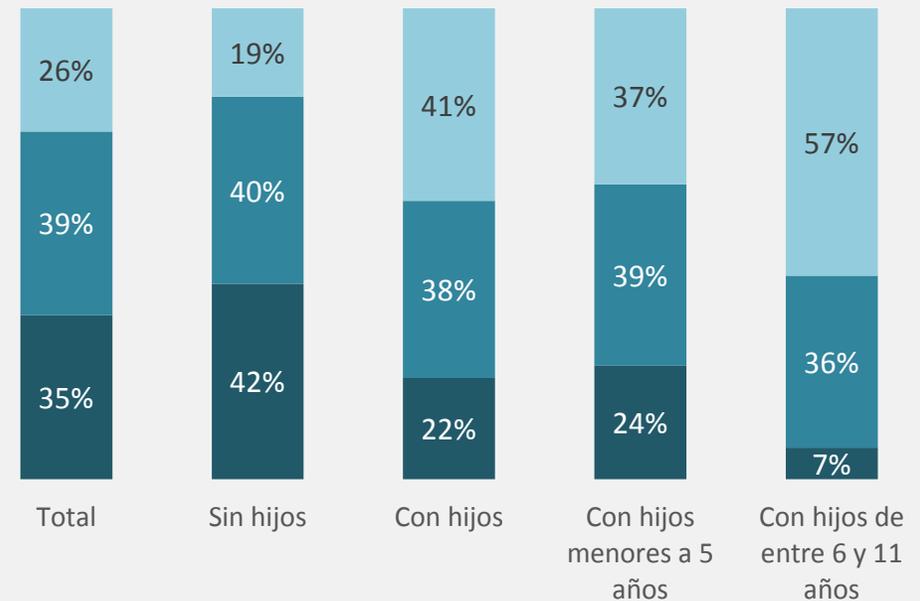
Género

■ Masculino ■ Femenino



Edades

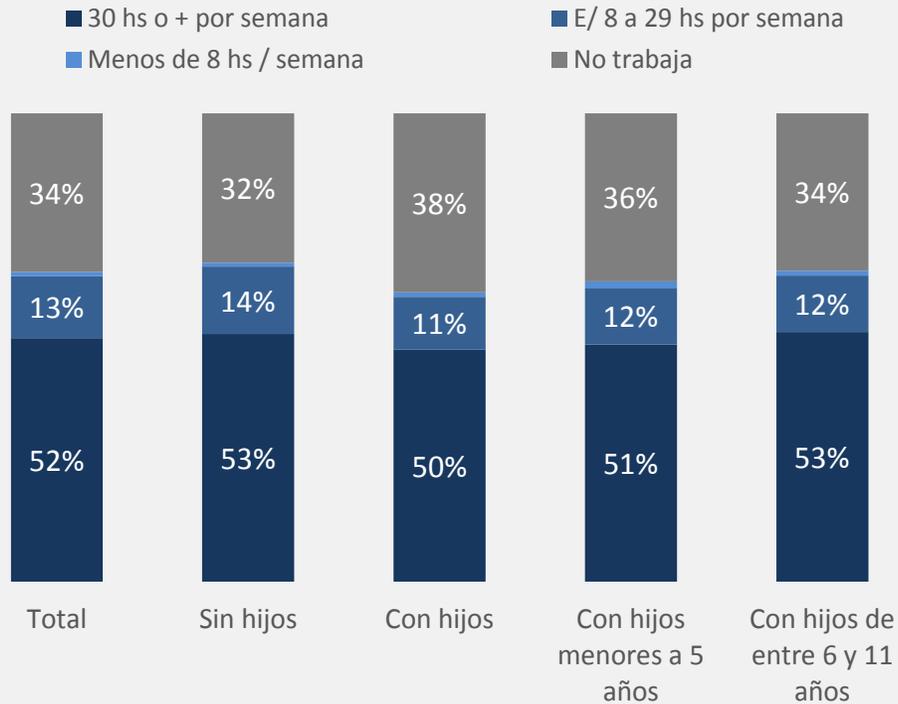
■ 20 - 24 ■ 25 - 30 ■ 31 - 35



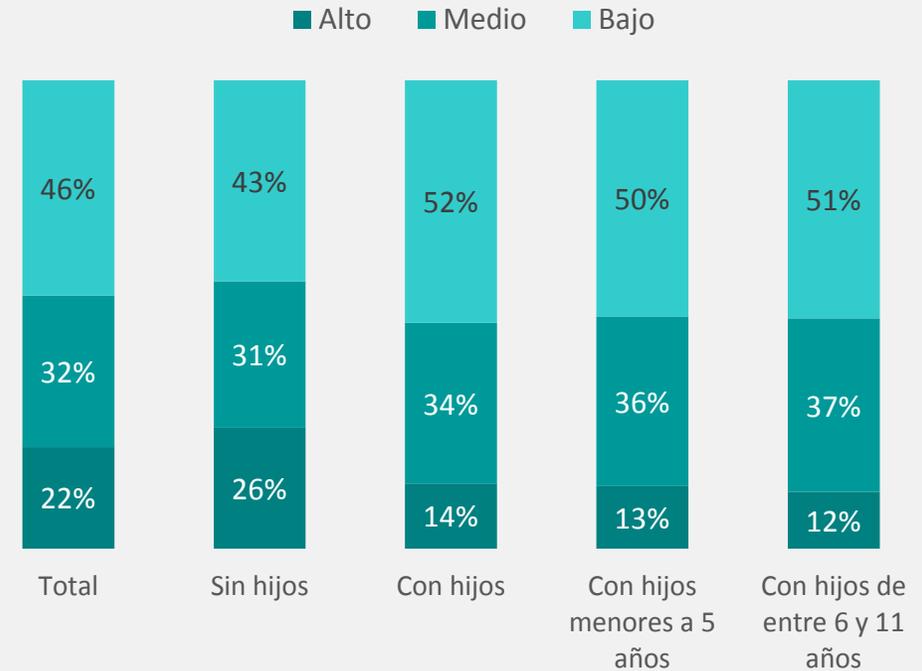
¿Quiénes son los Millennials?

En relación al trabajo, los Millennials con y sin hijos son bastante similares entre sí: **50% trabaja 30 hs o más por semana** y más del 30% se encuentra buscando trabajo. En términos de NSE, los Millennials sin hijos son de nivel medio-alto.

Cantidad de horas que trabajan

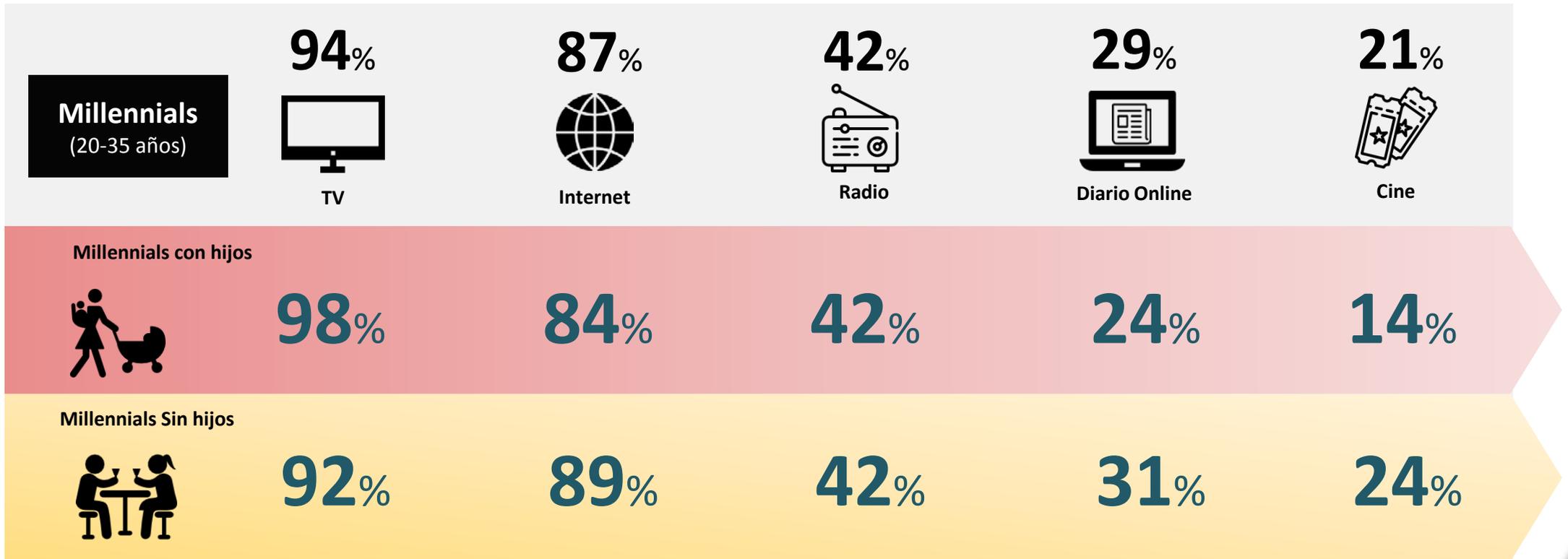


Nivel Socioeconómico



Los Millennials y los medios

Los Millennials son grandes consumidores de TV, Internet y Radio. Entre los Millennials con hijos incrementa la presencia de TV, mientras que entre los que no tienen hijos, es superior el consumo de otros medios como Internet, cine y Diarios Online



Cuáles son sus creencias

Informados, actualizados y optimistas con el futuro y las oportunidades.

Finanzas

No les gusta tener deudas, aunque encuentran muy difícil ahorrar



Creencias

Seguir aprendiendo e intentando. Aprovechar las oportunidades



Medio ambiente

Consideran que reciclar es el deber de todas las personas



Salud

Son anti-cigarrillo
Les gusta darse gustos con la comida



Compras

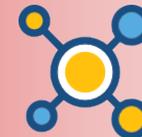
Buscan ofertas y descuentos.
Realizan compras por necesidad



MILLENNIALS

Medios

Internet es el principal medio que usan para todo



Tecnología

Buscadores de información antes de comprar objetos tecnológicos

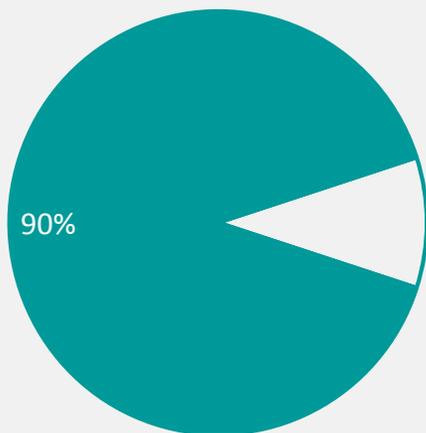


¿Cómo se relacionan con las marcas?

El **canal Online** es obligatorio para comunicarse con los Millennials. La calidad se encuentra por encima del precio en el camino hacia la lealtad hacia una marca.

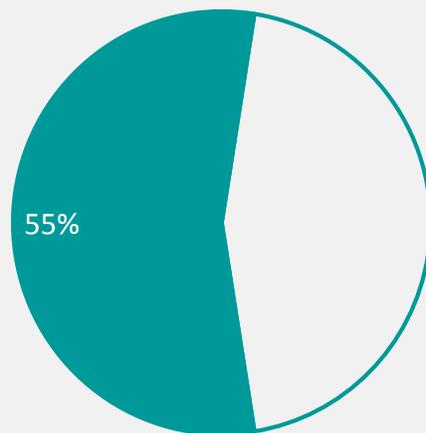


¿Compraste Online en los últimos 12 meses?

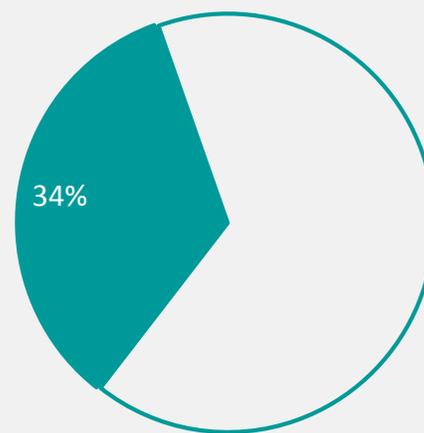


■ Si

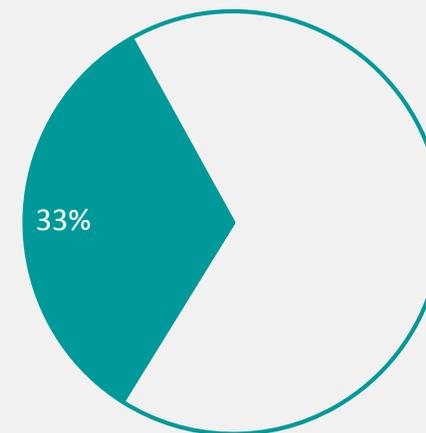
¿Influye la **CALIDAD** en la lealtad hacia una marca?



¿Te agrada más una marca que usa redes sociales?



¿Influye el **PRECIO** en la lealtad hacia una marca?





CÓMO SON COMO PADRES?

El matrimonio y los hijos para ellas

La edad promedio para casarse para las mujeres actualmente está en 30 años. 7 de cada 10 quieren casarse y quieren tener hijos en el futuro. Las Millennials cuando son madres buscan ayuda y consejos para darles a sus hijos la mejor versión de si mismas.



30 años

Edad media de matrimonio en 2010

Edad media de matrimonio en 1970: **23 años**

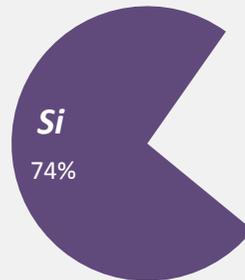
Y en el futuro...



¿Querés casarte?



¿Querés tener hijos?



¿Cómo son como Madres?

Buscan referencias y contención en nuevas y antiguas fuentes.

Grandes usuarias de **Internet**: buscan consejos y claves.

Además aman compartir su experiencia.

Muy **dispuestas** a dedicarles tiempo y energía a sus hijos.



Cómo son ellos como padres

Un cambio en el rol tradicional se da con los padres Millennials: un cambio muy enfocado en lo emocional

6 de cada 10 padres dicen que no hay suficientes contenidos online dirigidos exclusivamente para ellos

Al igual que ellas también quieren ser **padres comprometidos**

No aspiran a seguir un manual o instrucciones, aunque usan **Internet** para consultar y averiguar

Están dispuestos a utilizar **tecnología** y que sus hijos se valgan de ella

Llegan a la **paternidad más tarde** de lo que lo hicieron sus padres, después de completar estudios y viajes.

Dos publicidades con un cambio de los roles tradicionales



Publicidad "Rubén" – Mr Músculo



Publicidad "Cambiadores de Costumbres" – Johnson's Baby

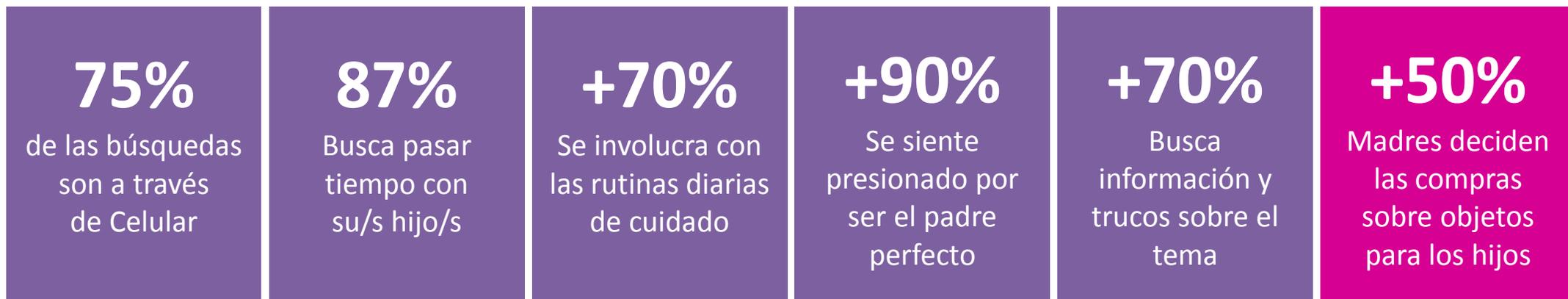




ALGUNAS CLAVES DE LOS MILLENNIALS
COMO PADRES

Cómo son los Millennials como padres

Cada vez están mas involucrados en la crianza y sienten la presión de estar informados y presentes en las vidas de sus hijos. Las madres aún son las que deciden las compras de objetos/ bienes para los hijos.



Videos más buscados sobre temas relacionados a crianza en **You Tube**

43%
Seguridad

31%
Alimentación

31%
Cuidado

28%
Higiene



Cómo son ellos como usuarios y consumidores

Como padres, los Millennials son buscadores de practicidad. Son Usuarios y compradores inteligentes, que buscan activamente información para tomar decisiones y valoran que las marcas les faciliten y los ayude en sus tareas.

PRACTICIDAD

Más influyentes en las decisiones de compra de sus hijos.

Buscan garantizar la utilidad y seguridad de los que los niños usan

SÚPER-INFORMADOS

Usan el canal online para informarse, buscar recomendaciones y aportar su opinión y experiencia

CERCANÍA

Valoran que las marcas los ayuden a comprar y elegir el mejor producto para el nuevo integrante de la familia

DISPONIBILIDAD

9 de cada 10 padres buscan información en su celular en el momento que están realizando una actividad relacionada a sus hijos



Nico Braun
@nicobrauno



Tips y videos sobre paternidad y crianza desde la experiencia personal de un comediante/ actor.
Todas las semanas un video nuevo.



Algunas claves para comunicar con Ellos



Quieren ser la mejor versión de si mismos y esperan que las marcas / empresas los ayuden a alcanzar la mejor versión de si mismos.



Son padres involucrados, presentes y que esperan poder mantener el equilibrio en todos los aspectos de su vida.



La simplicidad, practicidad y disponibilidad son características muy importantes para ellos



Si bien las madres siguen siendo las que toman las decisiones sobre los hijos en su mayoría, esta situación está cambiando y pronto ellos tomarán más decisiones

Comunicar directa y abiertamente a ellos en exclusiva, encontrará recepción de parte de los papas millennials



Algunas claves para comunicar con Ellas



Ellas también quieren ser la mejor versión de si mismas pero el foco está más en torno al bienestar familiar



Ellas están muy involucradas y presentes, recortando tiempo personal para hacer todas las tareas



Buscan mucha información y recomendación acerca de la paternidad y crianza. Internet y las mamás expertas son el principal aliado



La simplicidad, practicidad y disponibilidad también son características muy importantes para ellas

Comunicar directa y abiertamente hacia los papas millennials también puede ser muy bien recibido por las mamás millennials.



¡MUCHAS GRACIAS!



▶ A Partner of  localplanet