

# Mediabits Junio 2018

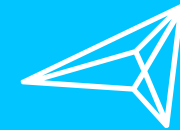
*N° 385*

*La audiencia de la Copa del Mundo*



*Reporte realizado por el departamento de Research de ZenithOptimedia Argentina.*

# La audiencia de la Copa del Mundo de Argentina prefiere la TV.



## DISPOSITIVOS



**68%**

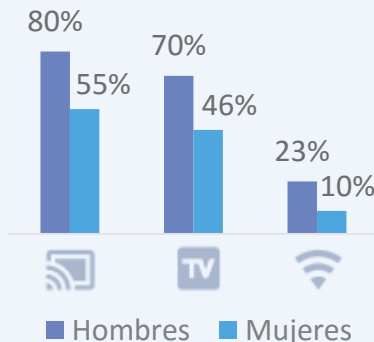
de los usuarios de Internet de Argentina miran la Copa del Mundo por TV o Internet.

**58%**

**17%**

- En TV o Internet
- En TV
- Internet

% de usuarios que miran la Copa del Mundo



**23%**

Miro la cobertura de un deporte o mejores jugadas en su celular en el último mes.

% de usuarios que miran

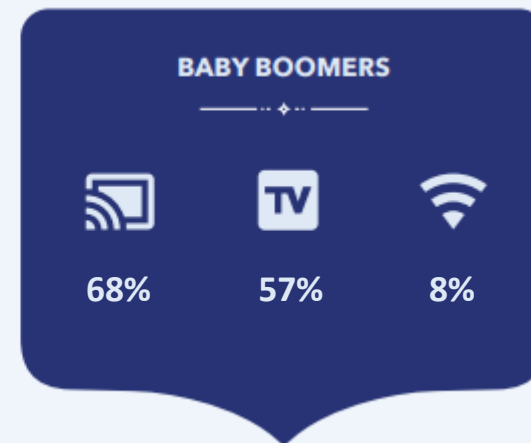
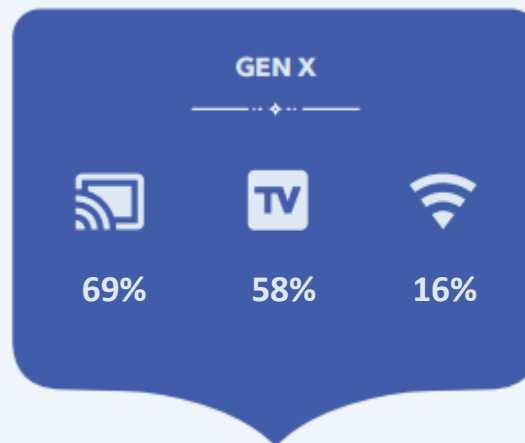
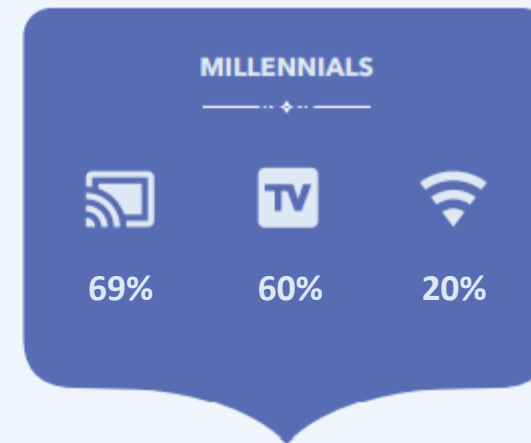
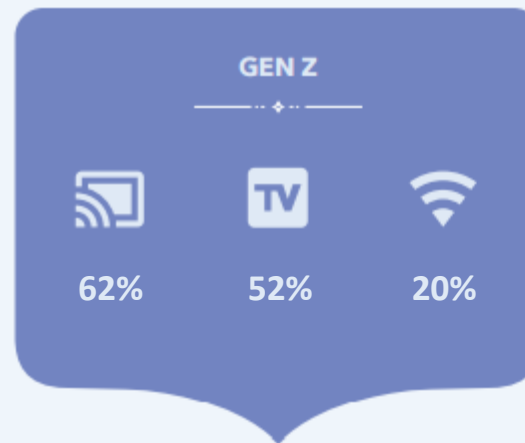
- TV en vivo
- Programa grabado / On-demand
- Servicio por suscripción (ej. Netflix)

	TV Sets	PC/Laptop	Mobile
TV en vivo	59%	33%	40%
Programa grabado / On-demand	15%	17%	33%
Servicio por suscripción (ej. Netflix)	10%	11%	22%

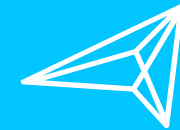
## REDES SOCIALES

% de usuarios que miran la Copa del Mundo que usan las redes sociales para mirar /seguir deportes.

GEN Z	34%
MILLENNIALS	33%
GEN X	36%
BABY BOOMERS	24%

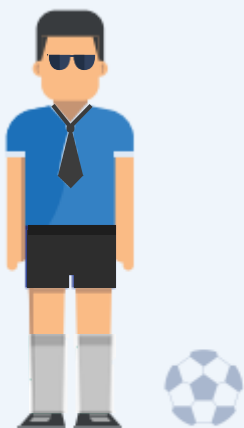


# El perfil del fanático Argentino de la Copa del Mundo es similar al fanático global.



## ACTITUDES

% de usuarios que miran la Copa del Mundo por segmentos de actitud.



### Cosmopolitas

**76%**  
**112 IDX**

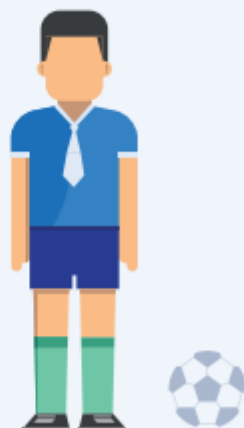
Se interesan por otras culturas, quieren explorar el mundo. Vivirían y trabajarían en el extranjero.



### Aspiracionales

**72%**  
**106 IDX**

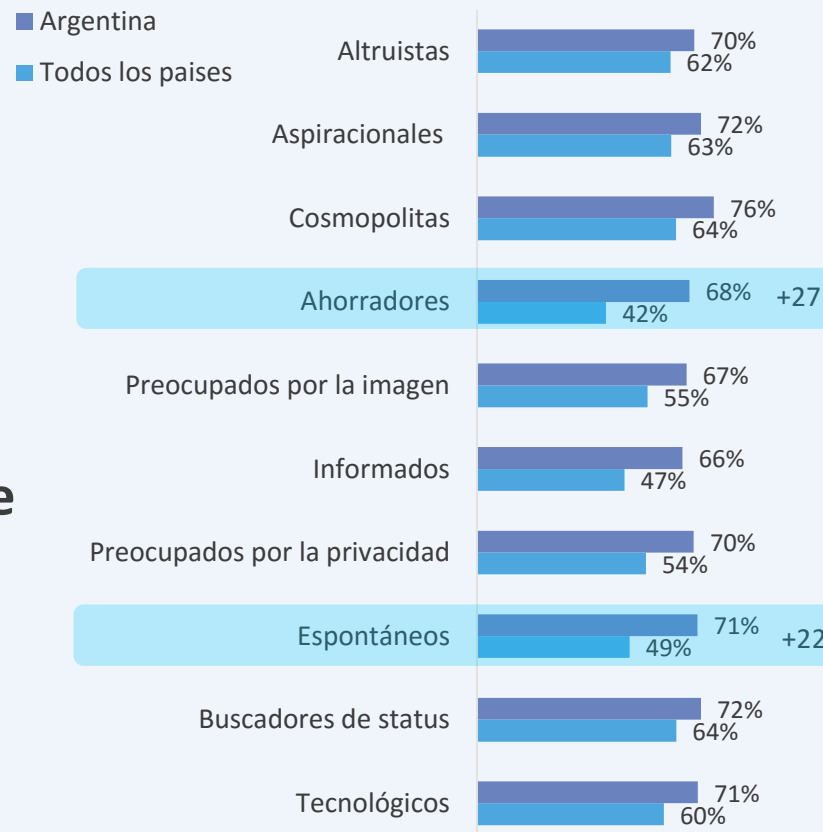
Están muy orientados a su carrera y quieren lograr más en la vida. Creen que el dinero es la mejor medida del éxito.



### Buscadores de status

**72%**  
**106 IDX**

Compran las versiones Premium de los productos. Consideran que ganan más dinero que la media de las personas.



Lo que diferencia al fanático argentino:

Creen que el precio es más importante que la que marca. Siempre buscan los precios más bajos.

Asumen riesgos, les gustan los desafíos y aventuras. Toman decisiones por instinto.