

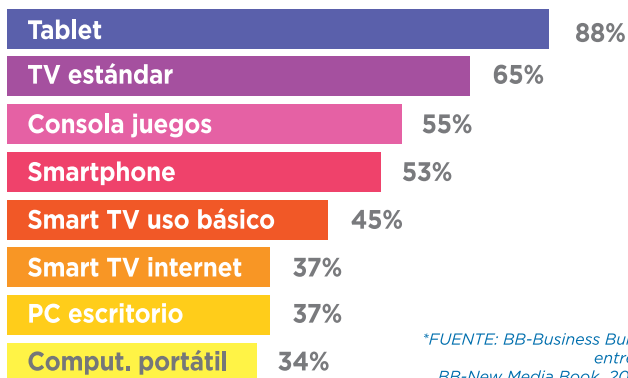
# Tech Kids



Las nuevas generaciones nacen y crecen rodeados de tecnología que incorporan naturalmente cuando aprenden el mundo, adquiriendo así la denominación de nativos digitales. De la multiplicidad de tecnologías con las que los chicos conviven, hoy 88% de los chicos entre 3 a 5 años ya utilizan una tablet por si mismos, gracias a que han aprendido tocando y jugando como funciona el mundo digital.

Pero la tablet y la televisión no son los únicos dispositivos que van incorporando desde temprana edad, en nuestro país los smartphones por su penetración y potencial de crecimiento en la población total podrían incrementar su actual relevancia en esta franja debido a su alcance.

### Uso independiente de dispositivos



\*FUENTE: BB-Business Bureau| Niños entre 3 y 5 años BB-New Media Book 2016 |LATAM

A nivel regional, el promedio de horas diarias que los chicos invierten en cada dispositivo demuestra la relevancia que la televisión (2 horas promedio\*) todavía mantiene sobre otros dispositivos que vienen ganando terreno. Ya en los pre-adolescentes (12-14 años) las horas de visionado de TV bajan debido a las horas dedicadas al uso de smartphones y

computadoras, que utilizan como medio de socialización con otros chicos a través de juegos en Internet, videos o redes sociales.

### Uso de las TIC para relacionarse con otros en la Argentina

1	Juegos en internet	PC de escritorio/portátil	82%
		Dispositivos móviles	61%
2	Mirar TV o videos on line*	Netflix	30%
		You Tube	59%
3	Redes sociales	Facebook	72%
		Actividades en redes sociales:	
		Contacto con amigos	66%
		Juegos en internet	62%
		Información para la escuela	41%

FUENTE: Asociación chicos.net | Niños de 7 a 12 años. Impacto de la Tecnología en niñas y niños de América Latina -15 TGI: Ola Nov'14-Oct'15 | Base: Padres con hijos de 3 a 14 años, decisores de compra | Monitor de Medios Publicitarios.

Conocer cómo los chicos entienden y se desarrollan junto a las nuevas tecnologías permite al mercado adaptarse a las nuevas formas de consumo de medios y vínculos que crean con una generación que se convierte en decisor a la hora de comprar productos desde cada vez mas pequeños.

Según TGI, el 36% de los padres de niños y adolescentes que son decisores de compra y tienen hijos entre 3 y 14 años son influenciados por sus hijos. Dentro de este grupo, el porcentaje se eleva al 38% si tienen hijos de 3 a 5 años, edad en que más buscan complacerlos. En un mercado en el que alrededor del 6% de la comunicación se destina a productos para chicos es esencial conocer cómo llegar a ellos no solo para que ejerzan su influencia en los padres sino para construir vínculos que trasciendan el tiempo con las marcas.