

## **El Mercado de Niños y Pre-adolescentes**

*Una colección accesible de hechos y números acerca de un grupo de oyentes fundamental*

Informe realizado por la Radio Advertising Bureau de Estados Unidos

[www.rab.com](http://www.rab.com)

Traducido por el Comité de Radio

[www.comitederadio.com.pe](http://www.comitederadio.com.pe)

El informe en lugar de centrarse en una categoría de anunciantes, dará una mirada a un grupo de oyentes que es vital para el futuro de la radio: los niños y los preadolescentes (pre-adolescentes se refiere a todos los niños que tienen menos de 13 años de edad).

El mercado preadolescente en los Estados Unidos es ciertamente uno de los que está en crecimiento. Según el censo del 2000, existen aproximadamente 41 millones de chicos entre los 5 y 14 años en los Estados Unidos: más del doble de los 17 millones registrados por el censo de 1990. Y estos chicos tienen dinero para gastar.

Las investigaciones estiman que los niños de 12 y menos años gastan más de 35 billones de dólares de su propio dinero cada año. Además, influencia en el gasto de más de 500 billones de dólares al año. El gasto de los niños se ha duplicado aproximadamente cada 10 años durante las últimas tres décadas.

No es necesario decir que este aluvión de ingresos disponibles no se pierde para los vendedores de marketing. Un informe de la Universidad de Nueva York calcula que las industrias de alimentos y bebidas gastan más de 13 billones de dólares al año en dirigir el marketing a los niños norteamericanos. La publicidad de alimentos corresponde al 50% de toda la publicidad que se dirige a los niños.

### **El Mercado de los Niños y Adolescentes: ¿Quién compra?**

- A partir de un estudio realizado por McNeal & Consultores de Marketing para Niños, se sabe que las unidades domésticas con presencia de niños en edad escolar gastan al menos un tercio más que aquellas que carecen de niños.
- A partir de una encuesta realizada en el 2002, se conoce que más del 80% de los chicos entre 8 y 12 años de edad afirman influenciar en la compra de ropa, artículos para la casa, películas, discos compactos, libros y revistas en sus hogares.

### **El Mercado de los Niños y Adolescentes: ¿Cuándo compran?**

- Según McNeal & Consultores de Marketing para Niños, estos comienzan a observar el mercado desde los dos meses de edad y comienzan a pedir productos a los dos años. A los 3 años y medio, los niños ya eligen productos y a los 8 años realizan sus compras de manera independiente.

### **El Mercado de los Niños y adolescentes: ¿Porqué compran?**

- Una encuesta de NeoPets realizada en el 2002 preguntaba a los preadolescentes (entre 8 y 12 años) que identifiquen el propósito de la publicidad. Casi tres cuartos (el 72 por ciento) afirmó que su propósito era lograr que las personas compren cosas. La encuesta realizó también la misma pregunta a los niños de 7 y menos años de edad; el 32 por ciento dijo que el objetivo de la publicidad era lograr que las personas compren cosas.
- De acuerdo a una encuesta realizada en el 2002 por encargo de la revista *Advertising Age*, el 59 por ciento de los niños de 7 o menos años de edad y el 62%

de aquellos entre 8 y 12 años creen que la publicidad puede afectar las opiniones de los niños con mayor facilidad que las de los adultos.

- Alrededor del 90 por ciento de los productos que los niños compran por sí mismos o que piden a sus padres se los compren, son elegidos a partir de la marca o la envoltura.

### **El Mercado de Niños y Preadolescentes: ¿Cómo compran?**

- Un estudio realizado por McNeal & Kids estima que el promedio de ingresos de los preadolescentes (entre 9 y 14 años en este estudio) era de \$22.68 durante la semana en el año 2000, mientras que una década atrás el monto era \$6 menos. En ese mismo año, el 43 por ciento del ingreso total provenía de las mesadas, el 21 por ciento venía de propinas de los padres y abuelos, el 11 por ciento era ganado realizando trabajos fuera de casa, y el 25 por ciento provenía del pago por realizar las tareas domésticas.

### **El Mercado de los Niños y Preadolescentes: ¿Qué es lo que compran?**

- En qué gastan los preadolescentes su dinero (era posible elegir más de una respuesta): el 47% en discos compactos y cintas grabadas; el 25% en bocadillos; el 25% en dulces, el 16% en el cine, y el 15% se destina a los ahorros.
- Cuatro de cada cinco padres ( el 82%) con niños por debajo de los cinco años afirma que la familia come fuera de casa o recibe comidas por delivery en casa al menos algunas veces durante el mes. Los dos quintos de ellos dicen que realizan estas actividades algunas veces durante la semana.

## **El Mercado de Niños y Preadolescentes: ¿Dónde compran?**

- De acuerdo con MarketResearch.com, en el año 2002, aproximadamente el 49 por ciento de los preadolescentes vive en hogares con acceso a Internet. Se proyecta que este porcentaje crecerá hasta el 75 por ciento en el año 2005.
- A diferencia de los adolescentes que tienden a ser más conscientes en relación a las marcas y el estilo personal, los preadolescentes se inclinan más a comprar en lugares de venta masiva como Wal-Mart o K Mart.