

# Experience Sessions

## Roomies



Una iniciativa de  
Starcom España  
para no dejar de  
aprender y mejorar



**Starcom**  
**HXLAB** ©



**Starcom**  
**HXLAB**

**EXPERIENCE SESSIONS**

## QUÉ ES

Charlas informales, conversaciones y debate

## OBJETIVO

Recopilar insights y claves inspiradoras

## PARTICIPANTES

Perfiles concretos seleccionados en cada sesión

## CONTENIDO

Temáticas específicas elegidas por su relevancia, actualidad o porque no exista suficiente investigación relacionada



Starcom  
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

# Roomies

Juntos pero no revueltos



# Roomie:

*(También “roommate” o “flatmate”)*

*Término de origen estadounidense. Inicialmente usado para denominar a los compañeros de habitación de los colegios mayores universitarios, en la actualidad describe, por extensión, a cualquier persona que comparta un determinado espacio con otra/s durante un periodo de tiempo.*

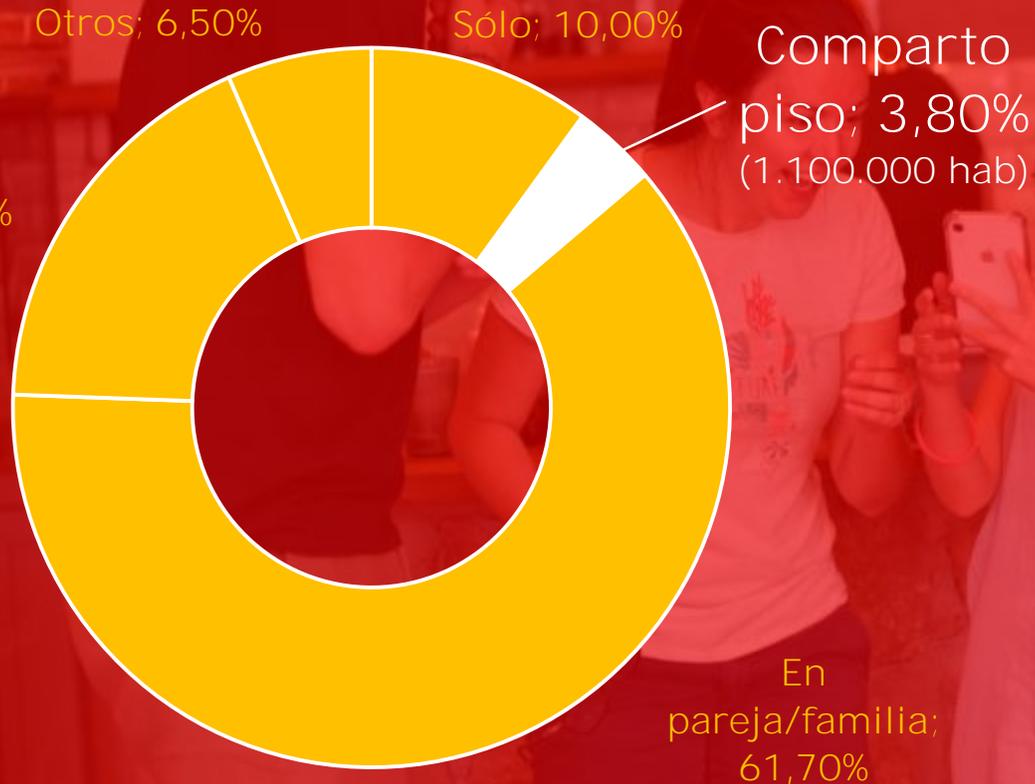


EXPERIENCE SESSIONS

Roomies

Algunos datos

## ¿Con quién vives?



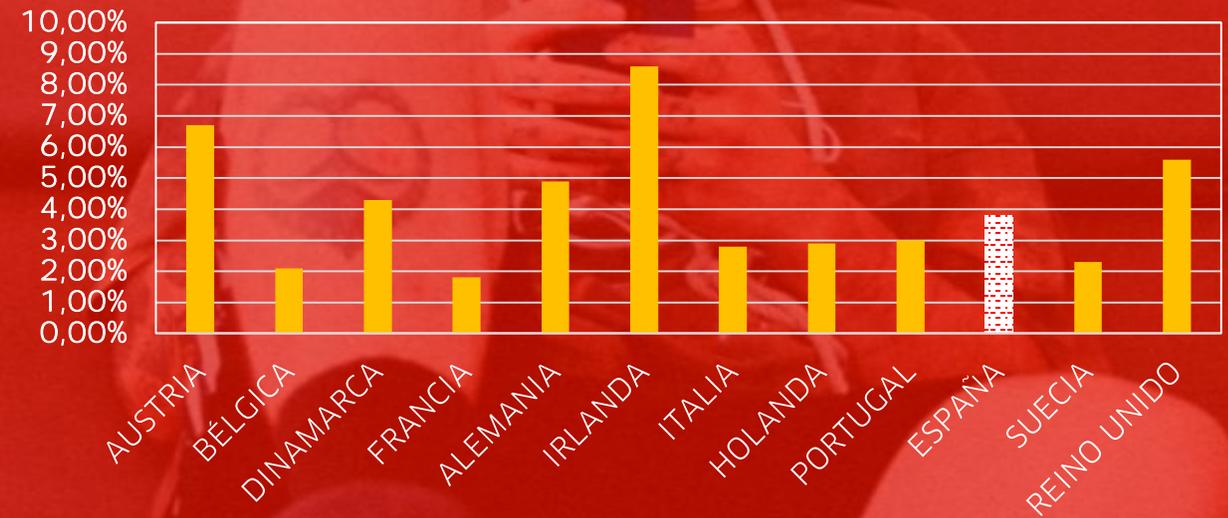
Compañeros de piso que comparten mucho más que un espacio: experiencias vitales, responsabilidades y también decisiones de compra y recomendación.

## Evolución Roomies en España

Vivo con amigos/compañeros de piso (%)



## Roomies en Europa



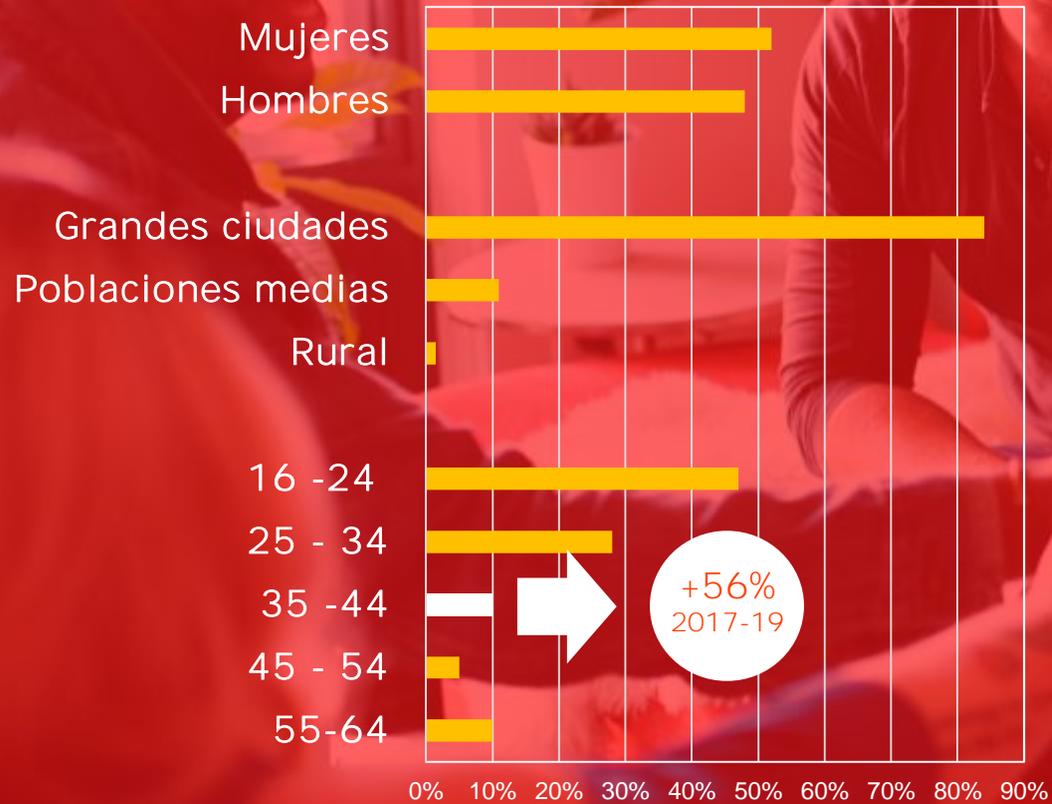
+1.1MM  
Comparten  
casa

+65%  
Últimos  
10 años

5,6%  
Media  
europea

+47%  
Vs  
España

## Perfil sociodemográfico de los Roomies en España



## Actitudes y autopercepción



## Los roomies y las compras

### EXPERIENCE SESSIONS





Starcom  
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

Roomies

La sesión



EXPERIENCE SESSIONS

# Roomies Participantes



Pilar  
24 años  
Prácticas y  
estudiando  
máster

Diana  
30 años  
Prácticas y  
estudiando  
máster

Adrián  
24 años  
Prácticas y  
estudiando  
máster

Esther  
29 años  
Prácticas y  
estudiando  
máster

Ana Belén  
23 años  
Estudiando  
máster

Ana Mar  
24 años  
Estudiando  
grado  
superior

Jonay  
24 años  
Farmacéutico  
y doctorando



Roomies

EXPERIENCE SESSIONS



Dynamic  
Relentless  
Switched On  
Tribal Fearless  
Human  
Streetwise  
Formational

Los medios



“

*Ahora apenas vemos la TV juntos. El dueño de la tele de casa decide lo que se ve. Cada uno ve sus contenidos preferidos en el PC.*

”

Ana Belén



Starcom  
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

# Roomies

La TV

“

*Me cansé de no poder ver lo que quería y me compré una tele para mí. No tiene ni antena. Sólo veo OTTs como Netflix y sólo por la noche, que es cuando tengo tiempo.*

”

Adrián



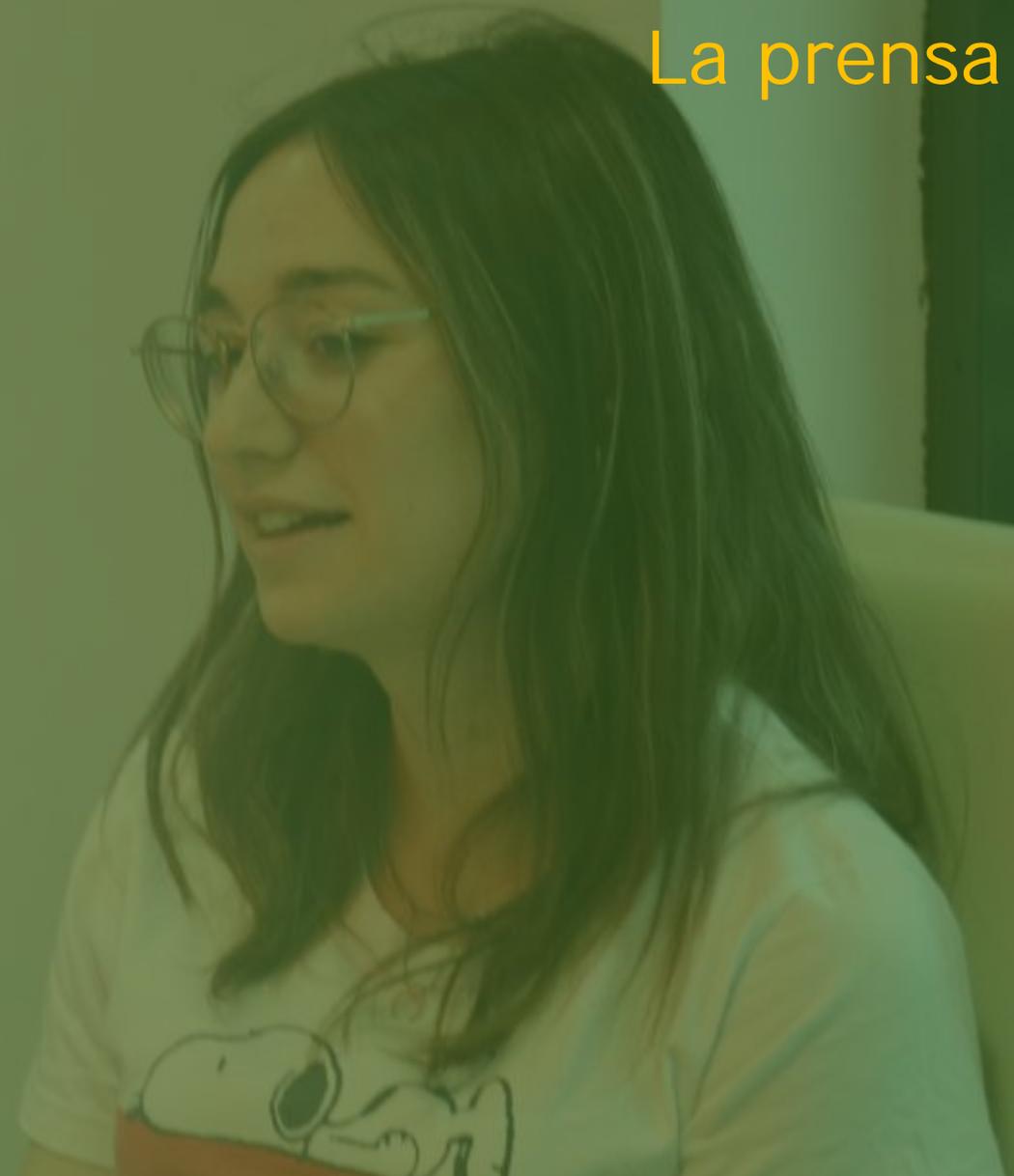
EXPERIENCE SESSIONS

# Roomies

## La prensa

*Hace mucho que no me compro un periódico de papel. Prefiero leerlos por internet. Las noticias están más actualizadas y puedo consultar más de uno.*

Esther





EXPERIENCE SESSIONS

# Roomies

## La Radio

“

*Me he pasado a los podcast. Me encantan. Los escucho tanto en casa como desplazándome. Me permiten estar al día de los temas que más me gustan en un formato muy cómodo.*

”

Diana



Roomies

EXPERIENCE SESSIONS



Dynamic  
Relentless  
Switched On  
Tribal Fearless  
Human  
Streetwise  
Formational

La publicidad



EXPERIENCE SESSIONS

# Roomies

## La publicidad

“

*Me hice de Spotify Premium porque no podía soportar los anuncios. En radio me pasa lo mismo. Son muy intrusivos.*

Ana Mar

”

“

*Aunque a ratos me da un poco de miedo, si la publicidad es relevante para mí, no me molesta. Un único spot antes de una serie tampoco me parece excesivo.*

”

Jonay



Starcom  
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

# Roomies

## La publicidad

“

*No tengo nada en contra de la publicidad pero no la aguanto en sitios en los que pago, como por ejemplo el cine. Cada vez hay más anuncios y no de otras películas.*

Adrián

”



Roomies

EXPERIENCE SESSIONS



Dynamic  
Relentless  
Switched On  
Tribal Fearless  
Human  
Streetwise  
Formational

El recuerdo publicitario

# Roomies

## Recuerdo publicitario

*En redes sociales, sin duda.  
Los anuncios son muy  
personalizados y no molestan.  
Además, suelen ser muy  
creativos.*

Esther



# Roomies

## Recuerdo publicitario

*Quizá recuerdo más los anuncios con imágenes, que son los que suelo ver en el móvil, pero la verdad es que no me fijo en la publicidad hasta que no he decidido primero comprarme algo.*

Pilar



EXPERIENCE SESSIONS

# Roomies

## Recuerdo publicitario



*Me gusta la publicidad exterior. Me fijo mucho. Los montajes del metro o las estaciones de tren me parecen espectaculares.*

Diana





Roomies

EXPERIENCE SESSIONS



Dynamic  
Relentless  
Switched On  
Tribal Fearless  
Human  
Streetwise  
Formational

Las marcas





EXPERIENCE SESSIONS

# Roomies

## Las marcas

*No hay nada peor que una marca que dice ser una cosa y luego hace otra. Tampoco me gustan las que alardean demasiado de lo responsables que son. Demuestran que realmente no les importa nada más que vender.*

Jonay



Starcom  
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

# Roomies

## Las marcas

“

*Las marcas responsables me gustan.  
Ya que compro, procuro elegir a  
marcas concienciadas.*

Adrián

”



EXPERIENCE SESSIONS

# Roomies

## Las marcas

“

*Soy de marcas y hablo de ellas con conocidos, aunque reconozco que también compro algunas de las que me avergüenzo un poco y de éstas no digo nada.*

”

Diana



Roomies

EXPERIENCE SESSIONS



El móvil

Dynamic  
Relentless  
Switched On  
Tribal Fearless  
Human  
Streetwise  
Formational

# Roomies

## El móvil

*Es estupendo para los tiempos muertos y el transporte. Aprovecho para ver cosas que luego termino comprando.*

Ana Belén

# Roomies

## El móvil

*Reconozco que estoy enganchada pero lo he perdido varias veces y me doy cuenta de que no es para tanto. Es complicado vivir sin redes sociales o Whatsapp. Te aísla.*

Ana Mar



Roomies

EXPERIENCE SESSIONS



Dynamic  
Relentless  
Switched On  
Tribal Fearless  
Human  
Streetwise  
Formational

Las compras





Starcom  
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

# Roomies

## Las compras

“

*Sólo compramos en común los artículos “de la casa”. Para lo demás, cada uno se encarga de los suyos.*

”

Adrián



EXPERIENCE SESSIONS

# Roomies

## Las compras

“

*Hay productos intocables y otros en los que puedes ceder. Si no hay acuerdo, cada uno compra lo suyo.*

”

Jonay



EXPERIENCE SESSIONS

# Roomies

## Las compras

“

*Es curioso pero hay productos en los que todos coincidimos y somos capaces de ir a buscarlos a un súper distinto si hace falta.*

Ana Mar

”

# Roomies

## Las compras

“

*En muchas ocasiones, al que le toca comprar esa semana, elige los productos y marcas que más le gustan. Con el tiempo, nos hemos acostumbrado a ir cambiando.*

Pilar

”



EXPERIENCE SESSIONS

# Roomies

## Las compras

“

*Hay que ponerse de acuerdo para las compras comunes y es difícil. Hay peleas incluso por los productos de limpieza porque cada uno tiene sus preferidos.*

”

Diana



Roomies

EXPERIENCE SESSIONS



Dynamic  
Relentless  
Switched On  
Tribal Fearless  
Human  
Streetwise  
Formational

Las compra online

# Roomies

## La compra online

“

*La compra online me parece incómoda. El diseño de las webs hace que sea muy pesado. Prefiero ir al súper. Tardo menos.*

”

Ana Belén



EXPERIENCE SESSIONS

# Roomies

## La compra online

*Compro online sólo cosas no perecederas,  
pero para todo lo demás prefiero ir al  
súper. Me parece más cómodo para  
descubrir productos nuevos.*

Diana



Starcom  
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

# Roomies

## La compra online

“

*Compro todo online menos la comida.  
No me cuadra la forma de entrega.  
Me obliga a estar en casa para recibir  
el pedido.*

Adrián

”



Roomies

EXPERIENCE SESSIONS

Starcom HXLAB  
EXPERIENCE SESSIONS

Dynamic  
Relentless  
Switched On  
Tribal Fearless  
Human  
Streetwise  
Formational

Compartir piso y el futuro





EXPERIENCE SESSIONS

# Roomies

Compartir piso y el futuro

“

*Si no compartiera piso necesitaría, al menos, tener a mis amigos muy cerca. Me gusta llegar a casa y tener compañía.*

”

Diana



Starcom  
HXLAB

EXPERIENCE SESSIONS

# Roomies

Compartir piso y el futuro

“

*Estoy muy cómoda compartiendo piso. Creo que, aunque pudiera, no me iría a vivir sola.*

”

Ana Belén

“

*He tenido buenas y malas experiencias compartiendo. Va a ser difícil cambiar de forma de vida. El trabajo va a peor. Cada vez se paga menos por más horas*

”

Esther



# Roomies

## Conclusiones

- Aunque comparten espacio, sus actividades son, en general, cada vez más individualistas. Desde el consumo de medios hasta las compras.
- Apenas dedican tiempo a la TV en abierto, la prensa o la radio. Las plataformas de video en streaming y el móvil monopolizan su exposición a los medios.
- Aunque no se consideran marquistas y el precio condiciona sus decisiones de compra, hay marcas y productos concretos que consideran insustituibles.
- Los productos del hogar se negocian pero compran la mayoría de los artículos de forma individual.
- Valoran de forma muy positiva la experiencia de compartir, hasta el punto de no considerar cambiar de forma de vida a corto o medio plazo.
- Auguran un futuro aún más complicado que, quizá, les obligue a compartir piso más tiempo del previsto.



¿Más información?

[comunicacion@starcomww.com](mailto:comunicacion@starcomww.com)  
**+34 911872100**