



EL CHILE QUE VIENE

CULTURA Y
ENTRETENIMIENTO

Mayo 2022

Metodología

Técnica

Encuesta autoadministrada aplicada a través de entrevistas web al panel Cadem Online.

Universo

Chilenos, hombres y mujeres, de 13 años o más, de todos los niveles socioeconómicos y todas las regiones del país. Se recogió una muestra representativa de 4 generaciones (Z, Millennials, X, y Baby Boomers).

Trabajo de campo

El estudio se realizó entre el martes 19 y el viernes 22 de abril del 2022.

Muestra

Se realizaron 2.495 entrevistas.

Muestreo

Muestreo estratificado a través de cuotas. El muestreo es una aproximación al método probabilístico, ya que toma una muestra aleatoria del panel. Referencialmente, si la muestra fuera probabilística, el error muestral sería de $\pm 2,0$ puntos en total muestra, bajo supuesto de varianza máxima y un 95% de confianza.

Los datos fueron ponderados a nivel de sujetos por GSE, Zona, Sexo y Edad, obteniendo una muestra de representación nacional para el universo en estudio.

¿Qué es el Chile que viene?

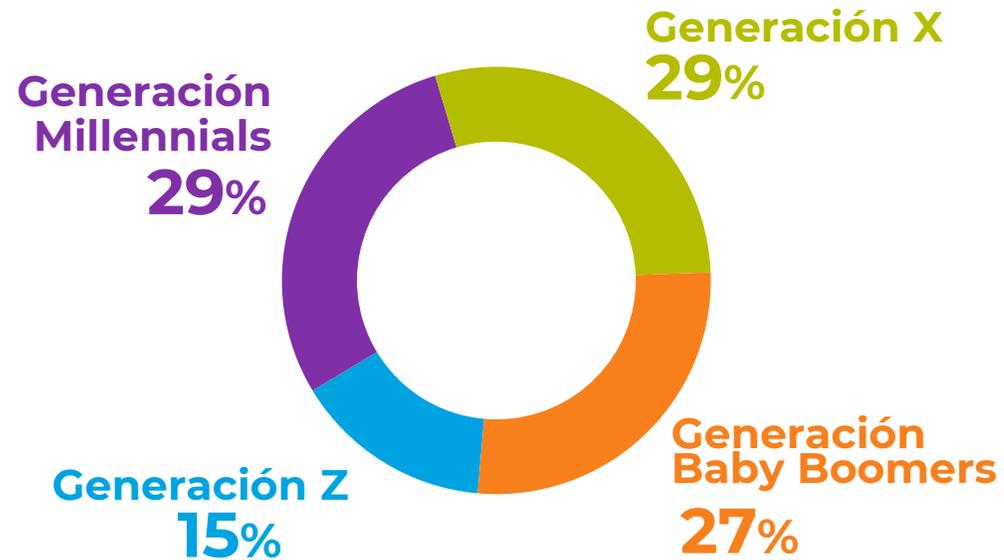
Con el fin de comprender el **constante cambio** que está viviendo Chile, Cadem ha desarrollado un trabajo de aproximación al consumidor a través de la mirada generacional, para reflejar a través de los distintos grupos, cómo se manifiesta esta revolución.

“El **Chile que viene**” busca conocer cómo los consumidores de diferentes generaciones miran y viven el mundo, tanto desde sus sueños, anhelos, valores y motivaciones, como desde su relación con diferentes categorías, marcas, canales de compra y medios de comunicación.

Las diferencias entre generaciones, y especialmente lo que diferencia a las generaciones más jóvenes (Generación Z y Millennials) de las generaciones mayores (Generación X y Baby Boomers) nos permitirá identificar tendencias y latencias desde diferentes miradas.



Estructura de las generaciones en Chile consideradas en el estudio



Generación Z

Personas entre 13 y 21 años.
Es la generación de las APP´s, nativos digitales.

Generación Millennials

Entre 22 y 35 años.
Es la generación de los "90". La revolución tecnológica, redes sociales, globalización.

Generación X

Tienen entre 36 y 51 años.
Es la generación de los "80". La transición a la democracia, la democratización del consumo.

Generación Baby Boomers

Tienen entre 52 y 71 años.
Es la generación de los "70". La guerra fría, el mundo Hippie, La revolución del 68, la polarización política.

Principales resultados

La música y el baile son las actividades culturales preferidas de los chilenos, seguidas de las películas y series; mientras que jóvenes prefieren los videojuegos.

- Sin diferencias entre generaciones, 82% escucha música todos los días y 98% al menos una vez por semana, siendo la actividad de ocio y entretenimiento más realizada por los chilenos. Además, 54% declara que ha bailado en los últimos 6 meses.
- Por otro lado, 35% ve series, películas o documentales todos los días, y 89% lo hace al menos una vez a la semana.
- Donde se observan diferencias importantes son en los videojuegos, actividad que 79% de los menores de 21 años (Generación Z) y 53% de los Millennials realizan al menos una vez a la semana.
- Respecto a actividades menos masivas, cabe resaltar que 52% declara ir parques nacionales al menos una vez al año. De hecho, 33% afirma haber comprado una entrada en los últimos 6 meses.
- También, 37% señala que lee comics, novelas gráficas o manga al menos una vez al mes. Quienes más lo hacen son las generaciones Z y Millennial.

Spotify y YouTube se imponen como radiodifusoras; Netflix y TV Cable mantienen sus audiencias.

- Digitalización de las audiencias se muestra en que Spotify (62%) y YouTube (60%) son por lejos las plataformas más utilizadas para escuchar música, a distancia significativa de las radios. Estas últimas siguen siendo muy escuchadas por Baby Boomers (57%).
- Por su parte, Netflix (71%) y TV Cable (64%) son las plataformas multimedia más contratadas. Nuevamente, Baby Boomers son quienes más utilizan plataformas tradicionales (74% TV Cable).

Compartir cuentas de streaming es una práctica ampliamente difundida.

- 61% declara que ha utilizado la cuenta de un familiar, amigo o conocido para acceder a alguna plataforma de películas o series.
- De manera congruente, 56% declara que ha compartido su cuenta con familiares o amigos.
- Esta práctica es especialmente utilizada por las generaciones más jóvenes (Z y Millennial).

Principales resultados

Industria cultural nacional: literatura, música y teatro las mejor evaluadas.

- Quienes mejor evalúan son los Baby Boomers.
- En tanto, el cine chileno es el peor evaluado, con 40% de nota negativa.

Lollapalooza es el evento más conocido de forma transversal entre todos los segmentos.

- 97% conoce o ha escuchado hablar de Lollapalooza. Otros muy conocidos son Santiago a Mil (83%), FILSA (81%), y el Festival Santiago en 100 palabras (71%).
- Quienes más conocen estas eventos y actividades son adultos de la Generación X y Baby Boomers.

La lectura sigue siendo fundamentalmente en papel y en la casa

- 68% prefiere leer en papel, 6% en libro digital, y 26% en ambas.
- A su vez, 47% lee por entretenimiento, 17% por estudios, y 36% por ambos motivos.
- Leer en casa es la práctica más común (95%), y muy por detrás aparecen otros espacios como al aire libre (22%), en el transporte (19%), en el trabajo (13%) y en última instancia en bibliotecas (10%).

Metaverso: un espacio aun poco explorado

- Entre gamers, 38% declara que ha hecho amigos que luego continúan fuera del ciberespacio.
- Respecto al metaverso, 40% sabe lo que es (60% Z, 46% Millennial).
- No obstante, sólo 32% declara tener mucho o bastante interés en participar de él.



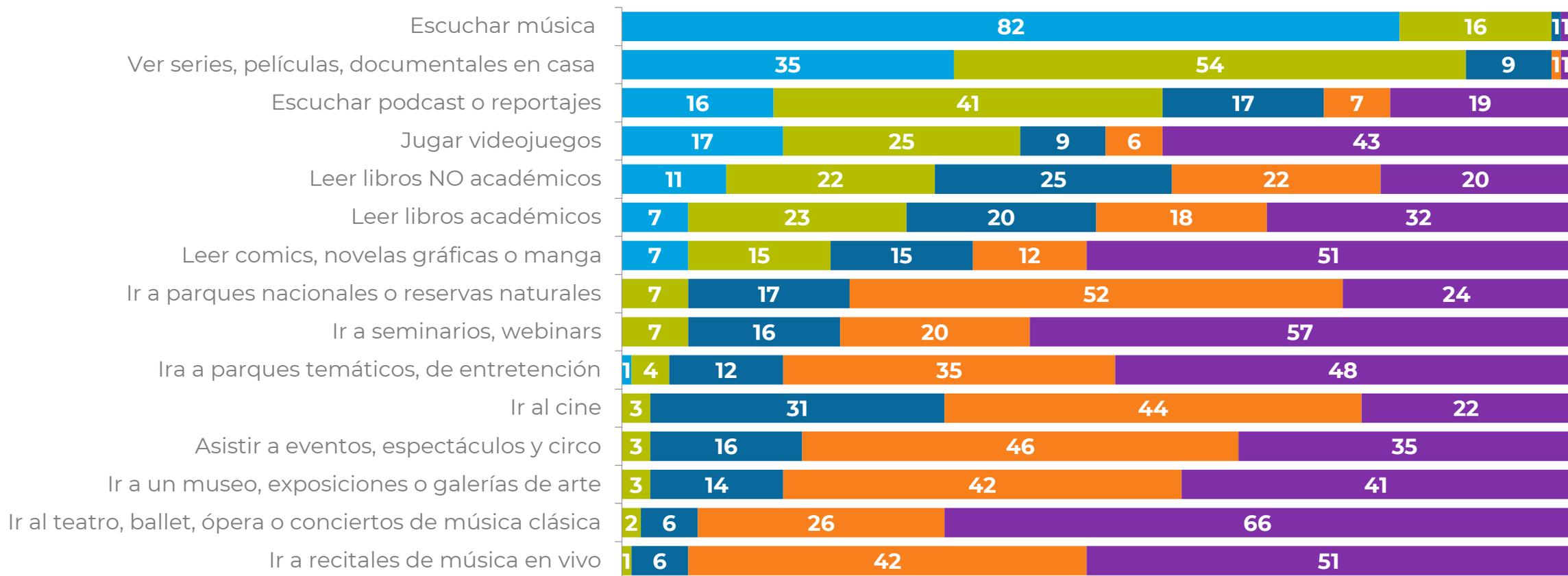
Actividades culturales y entretención

Realización de actividades culturales y de entretenimiento

¿Con qué frecuencia realizas las siguientes actividades?

%

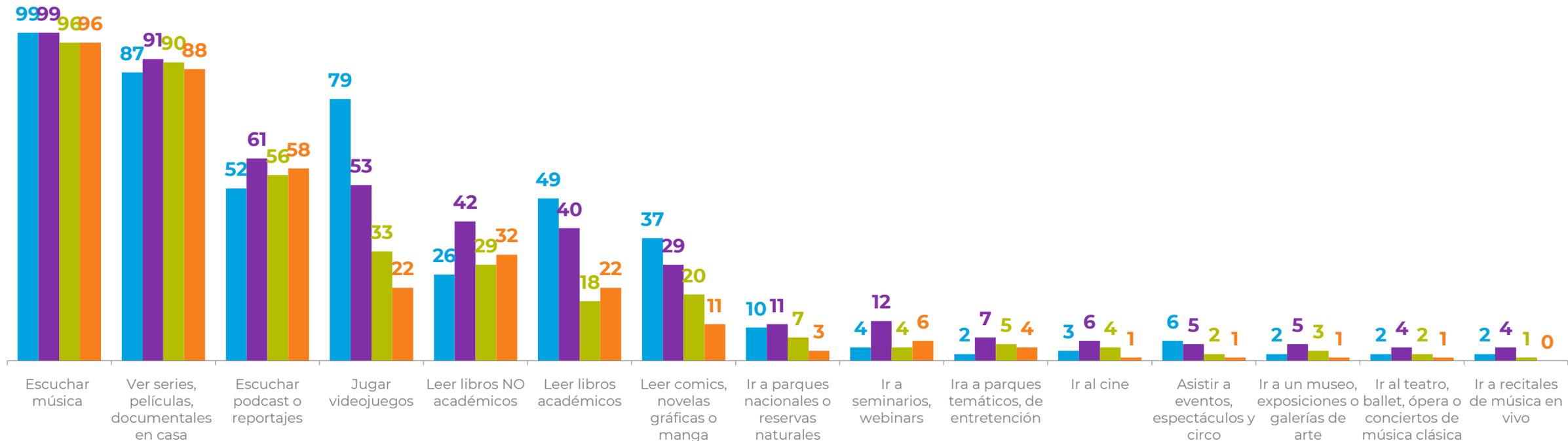
■ Todos los días ■ Al menos una vez a la semana ■ Una vez al mes ■ Una vez al año ■ Nunca



Realización de actividades culturales y de entretenimiento

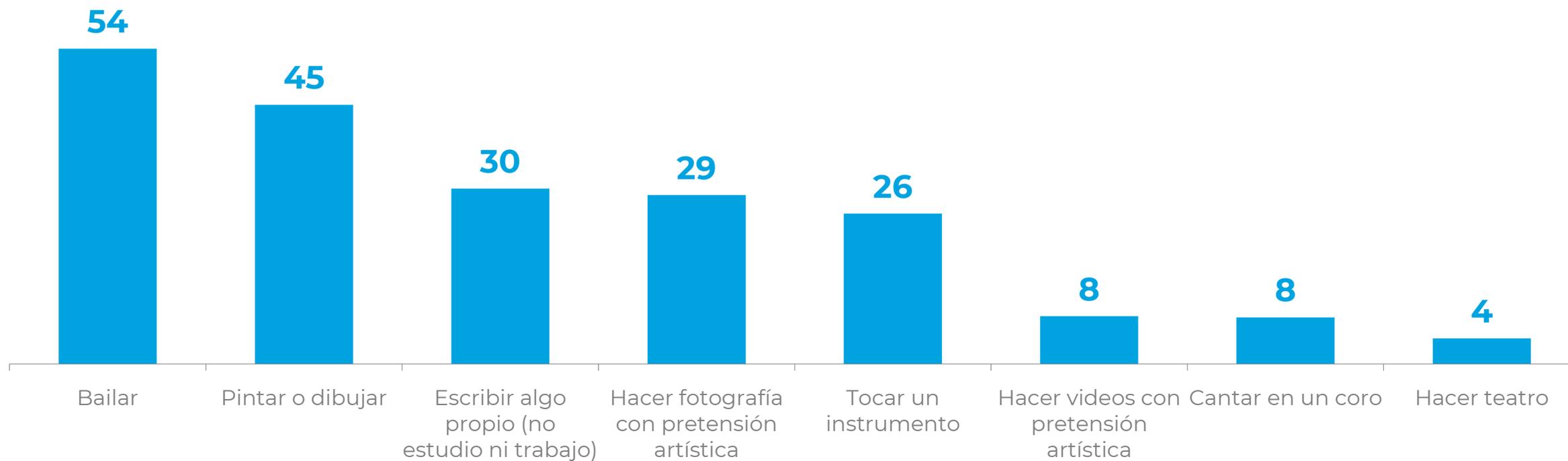
¿Con qué frecuencia realizas las siguientes actividades?
% Al menos una vez a la semana

■ Generación Z ■ Millennials ■ Generación X ■ Baby Boomers



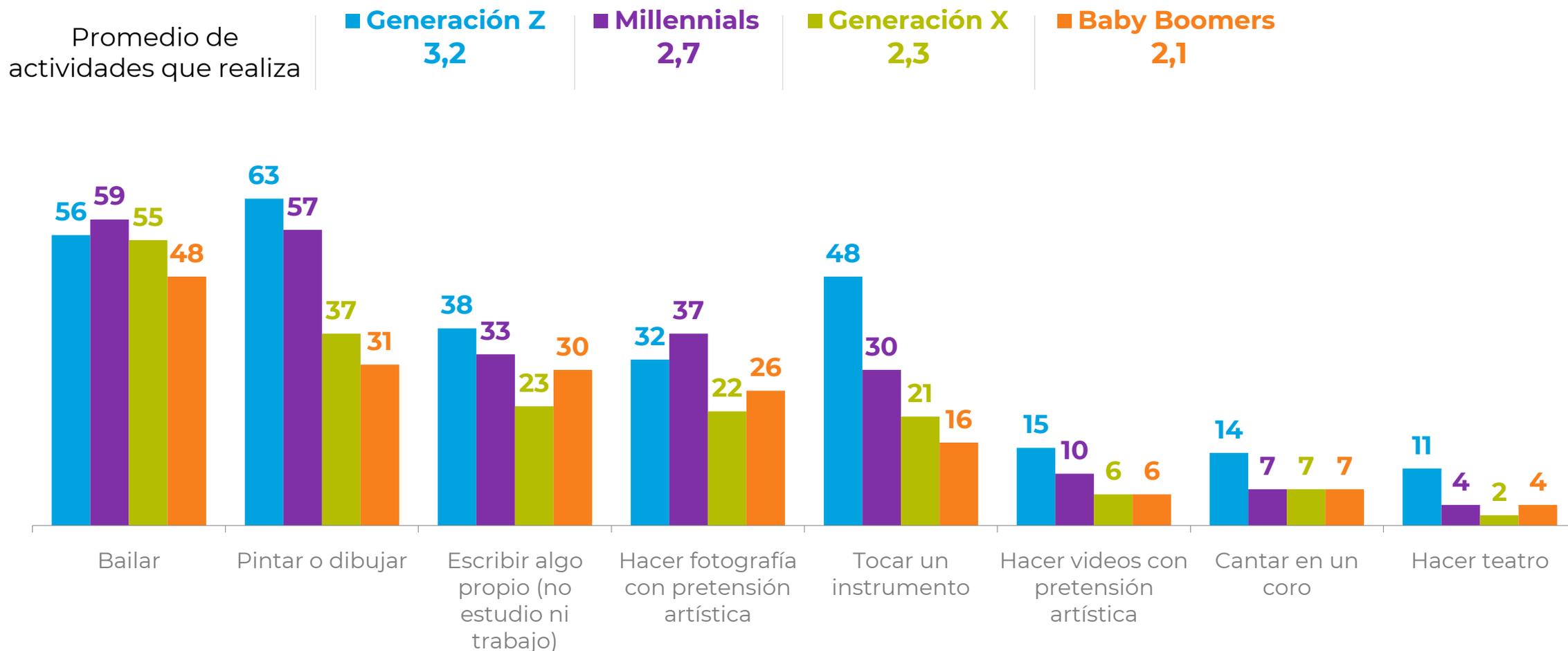
Realizar actividades culturales

Personalmente, ¿Has realizado alguna de las siguientes actividades en los últimos 6 meses?
% Sí la ha realizado



Realizar actividades culturales

Personalmente, ¿Has realizado alguna de las siguientes actividades en los últimos 6 meses?
% Sí la ha realizado



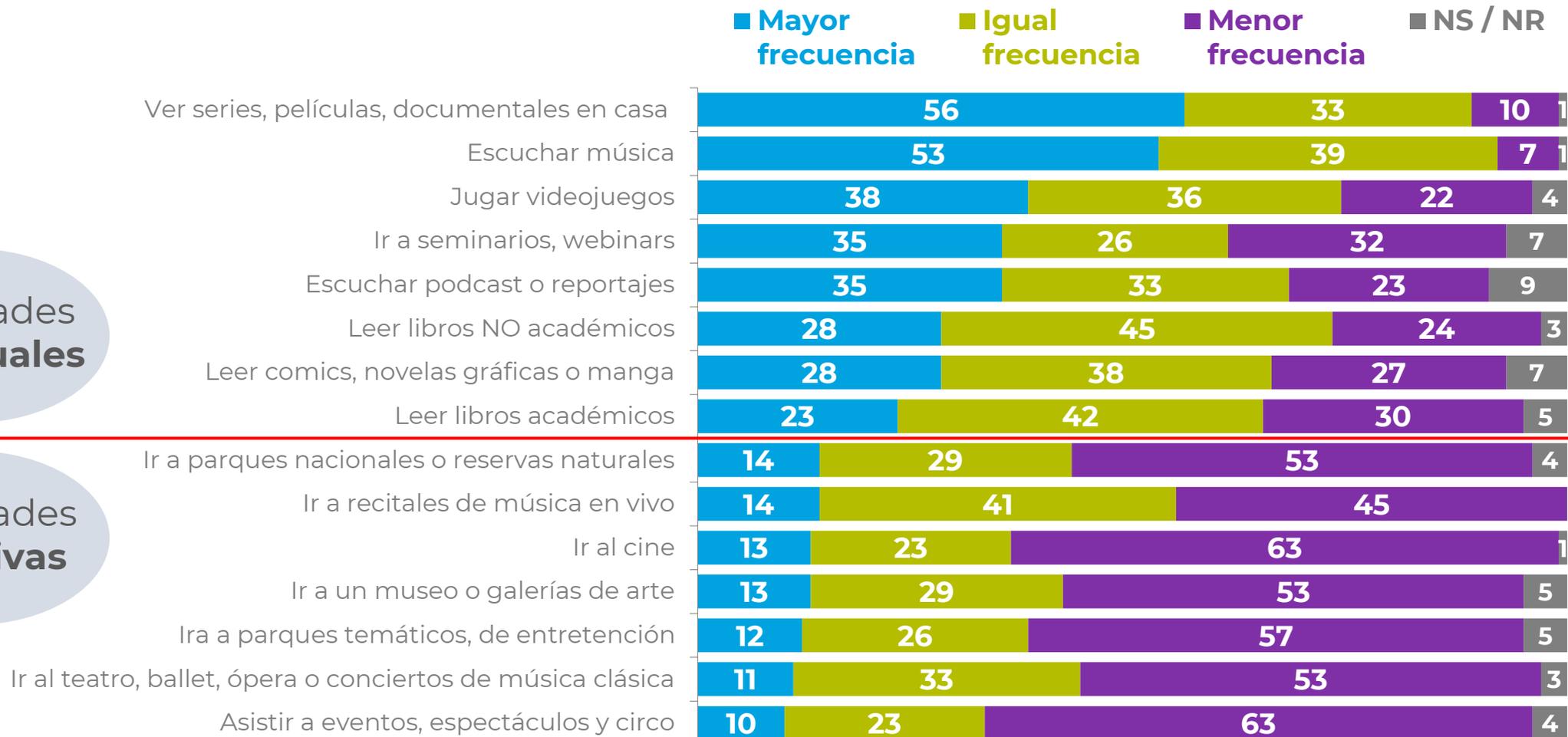
Tiempo libre antes de la pandemia

¿Estas actividades las realizas con mayor, igual, o con menor frecuencia que antes de la pandemia?

%

Actividades individuales

Actividades colectivas

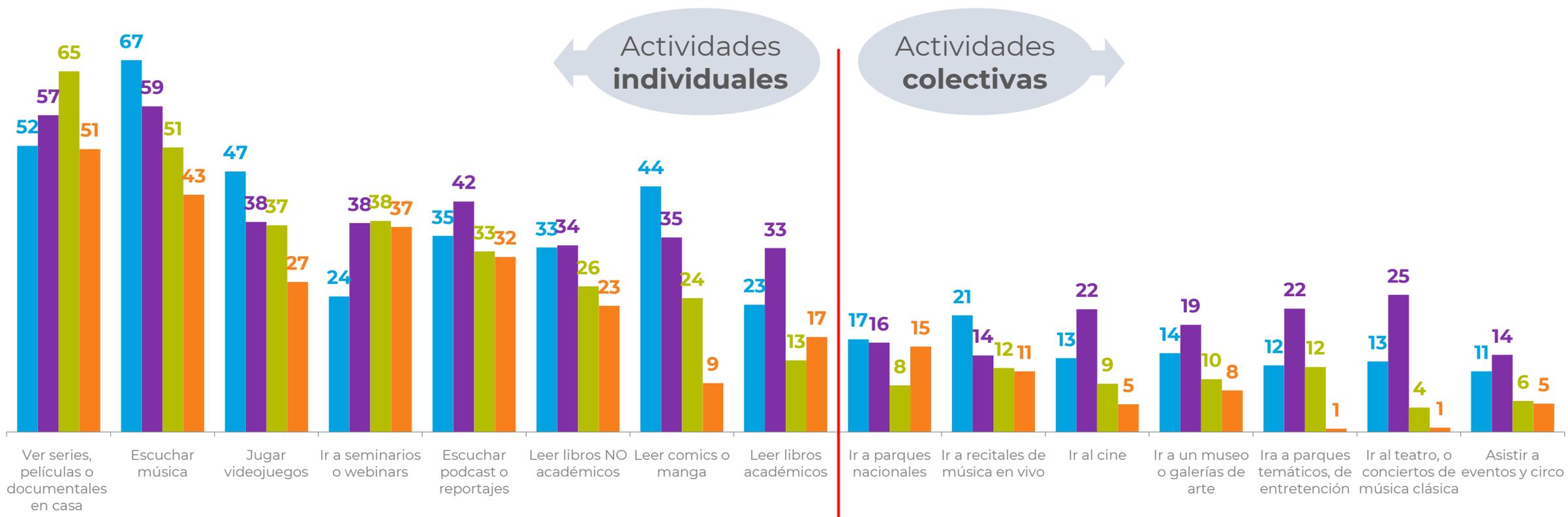


Casos: Entre quienes realizan cada actividad al menos una vez al mes.

Tiempo libre antes de la pandemia

¿Estas actividades las realizas con mayor, igual, o con menor frecuencia que antes de la pandemia?
% Lo realiza con mayor frecuencia

■ Generación Z ■ Millennials ■ Generación X ■ Baby Boomers



Casos: Entre quienes realizan actividades al menos, una vez al mes

Compra de artículos o servicios culturales/entretención

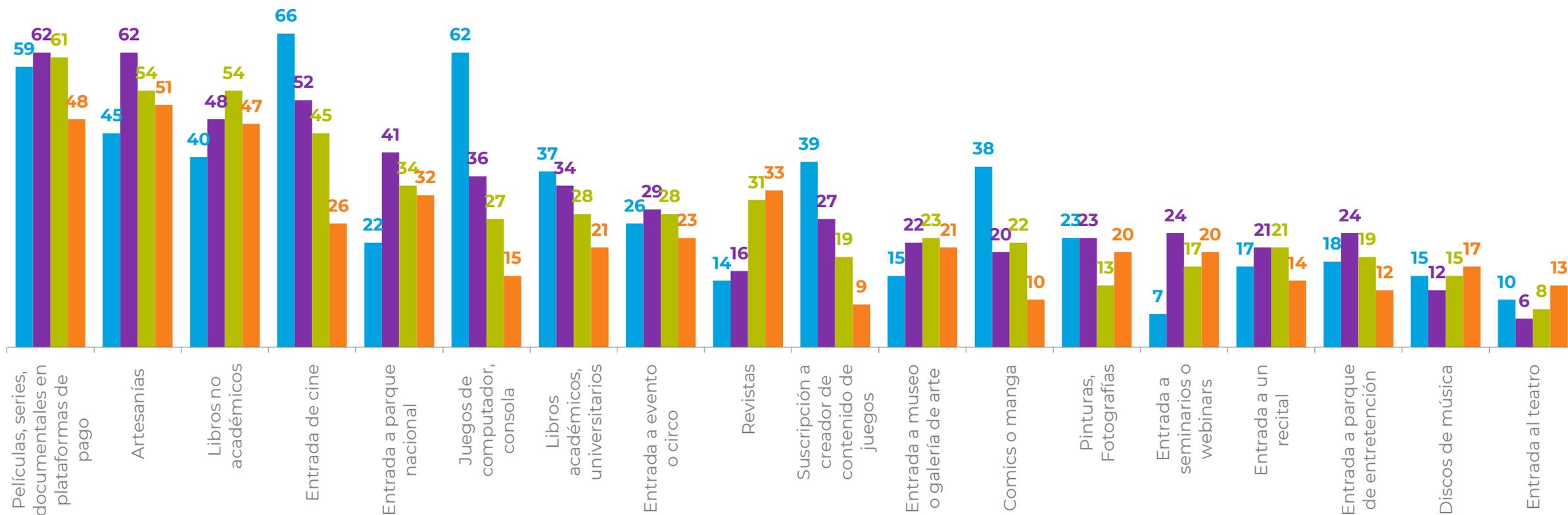
Durante los últimos 6 meses, ¿Has comprado alguno de los siguientes artículos o servicios?
% Sí ha comprado



Compra de artículos o servicios culturales/entretención

Durante los últimos 6 meses, ¿Has comprado alguno de los siguientes artículos o servicios?
% Sí ha comprado

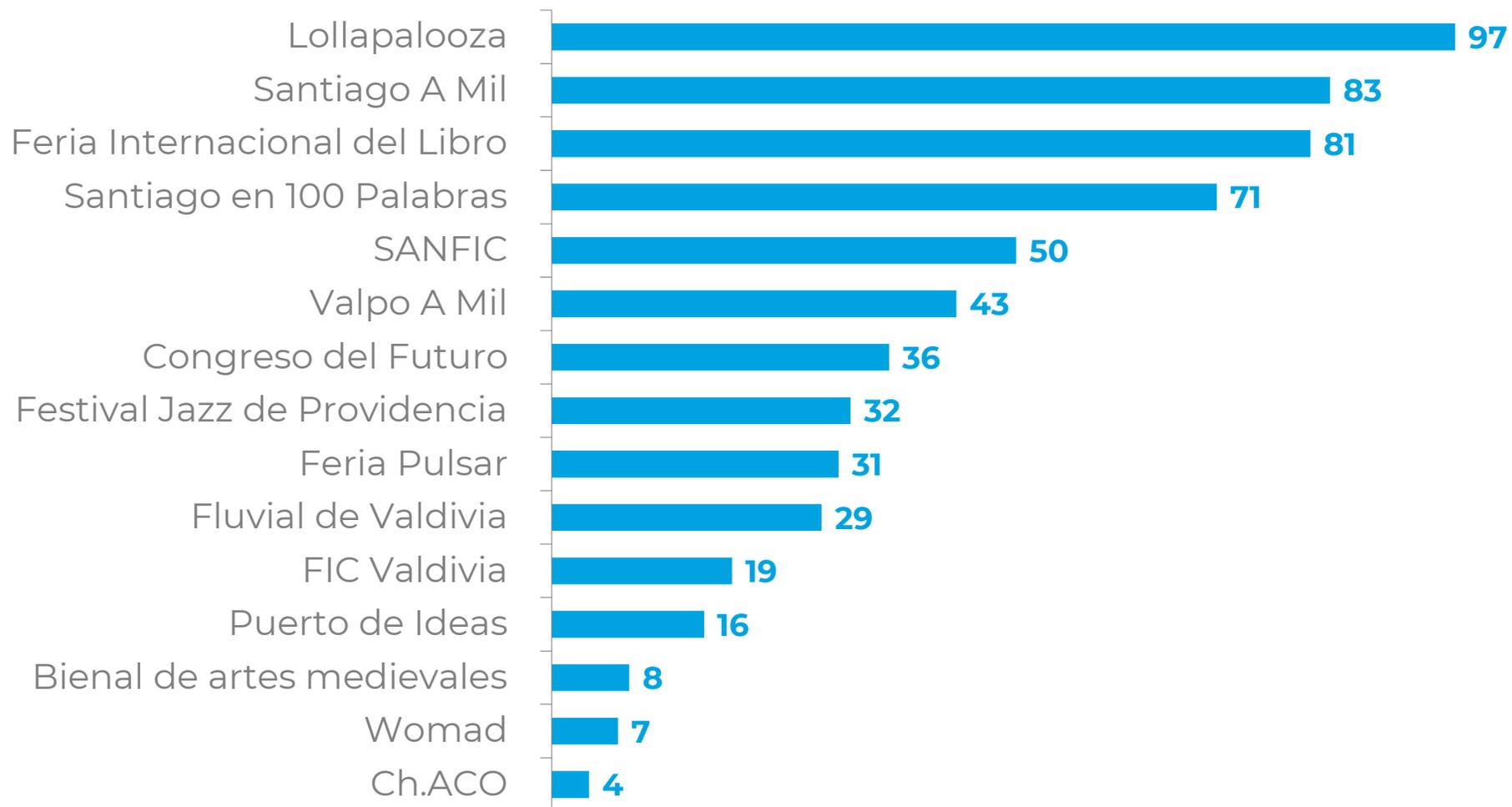
■ Generación Z ■ Millennials ■ Generación X ■ Baby Boomers



Conocimiento de actividades culturales

¿Conoces o has escuchado hablar de...?

% Sí conoce



Conocimiento de actividades culturales

¿Conoces o has escuchado hablar de...?

% Sí conoce

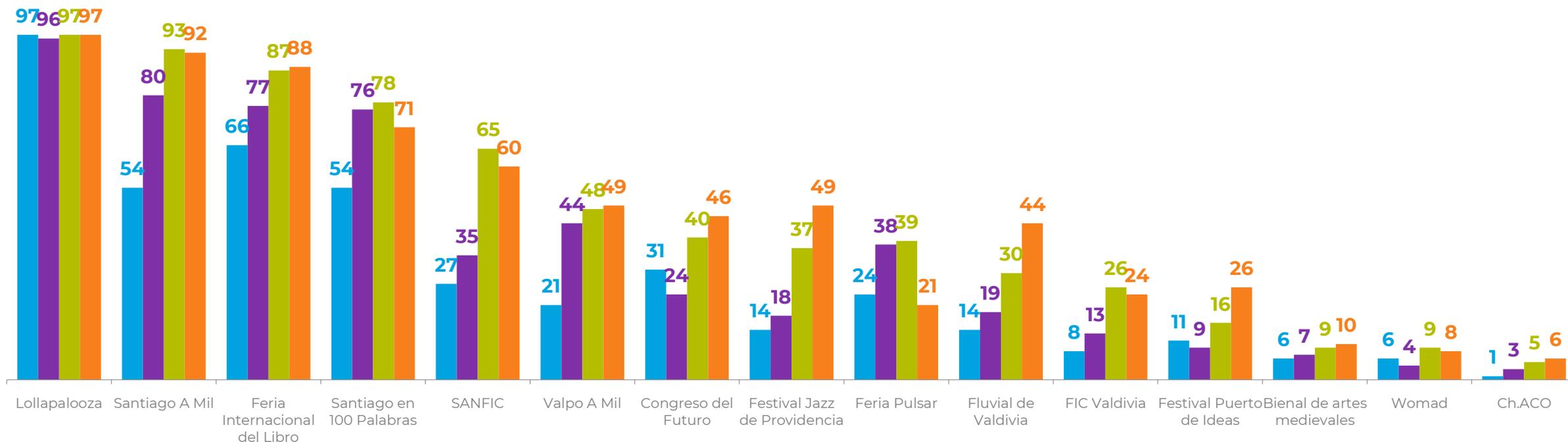
Promedio cantidad que conoce

■ Generación Z
4,3

■ Millennials
5,6

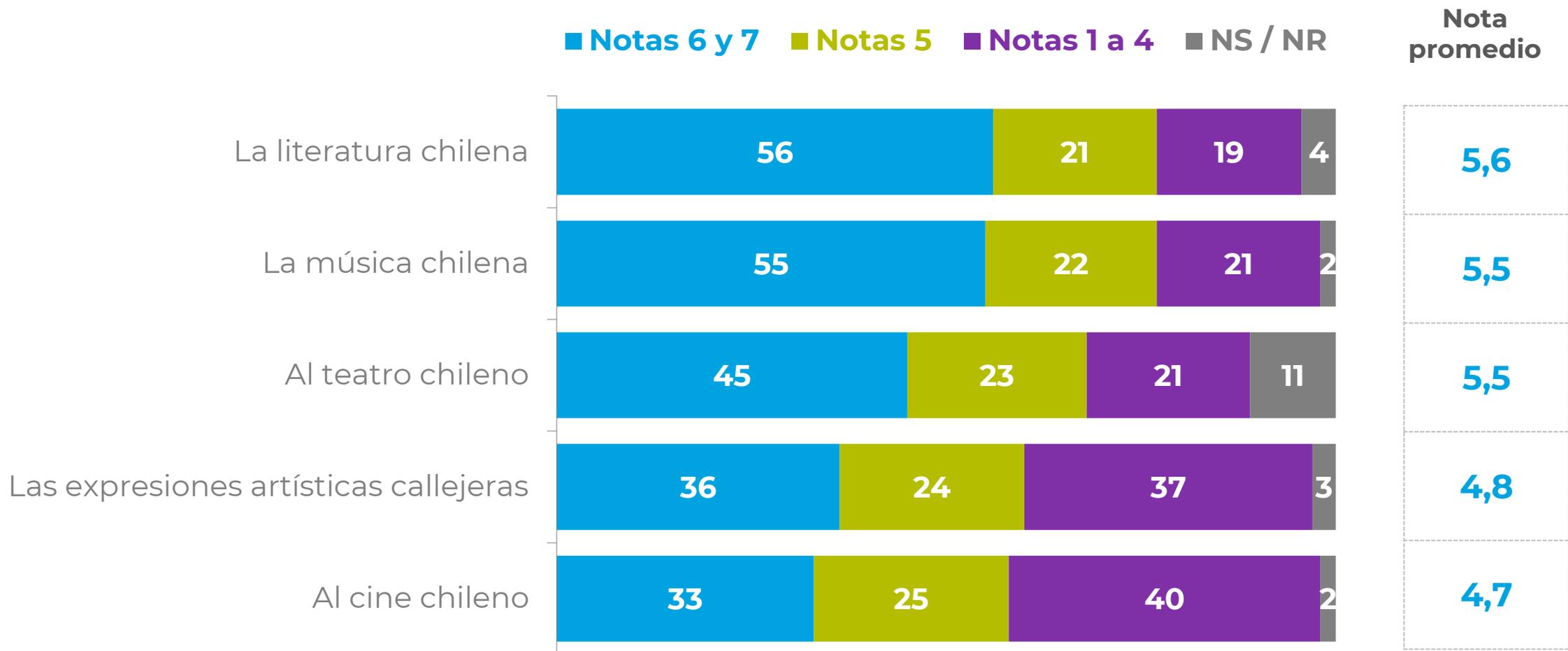
■ Generación X
6,8

■ Baby Boomers
7,0



Evaluación de la industria cultural

Utilizando una escala de 1 a 7 como en el colegio, ¿Qué nota le pones...?
%

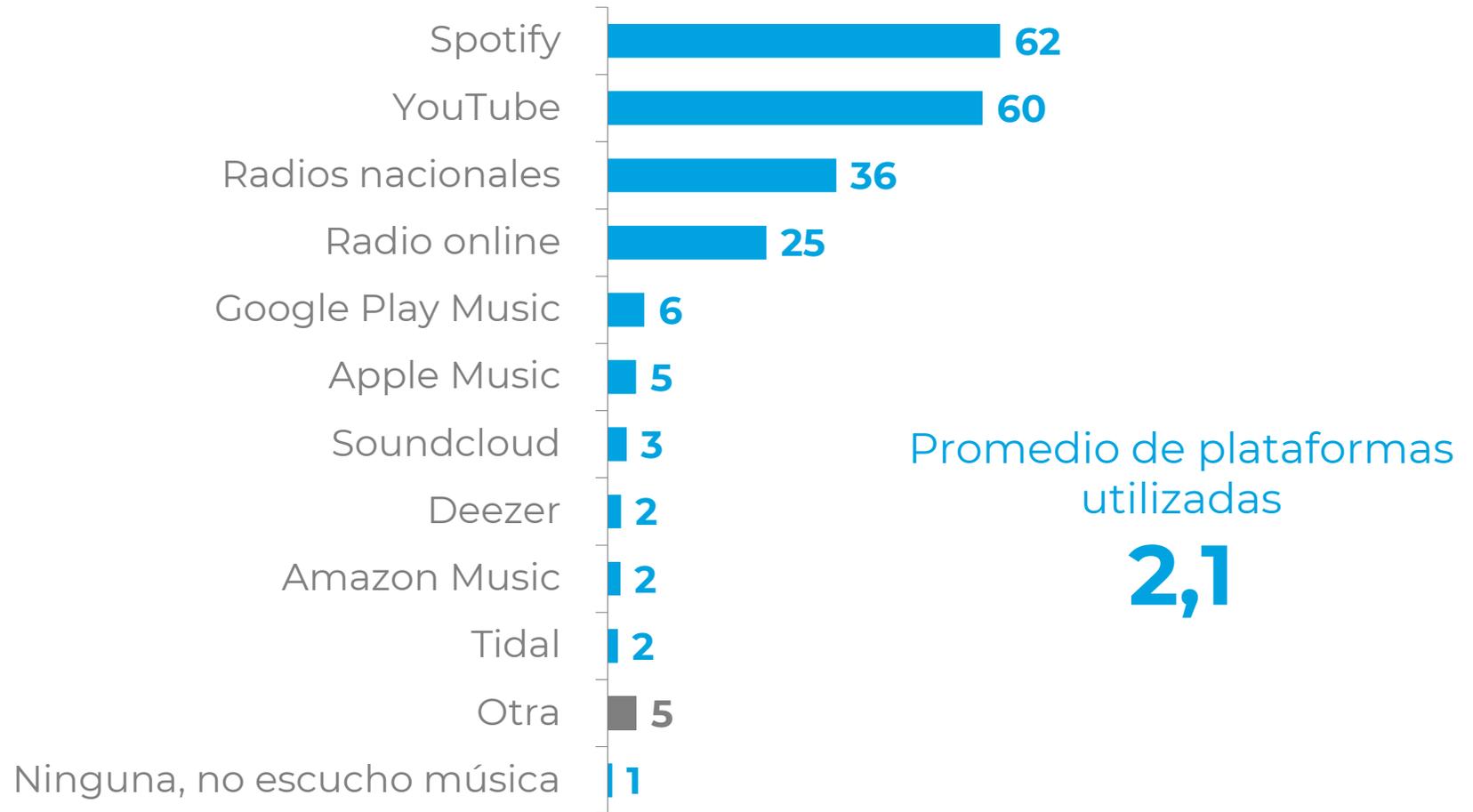




Música y plataformas de Streaming

Plataformas para escuchar música

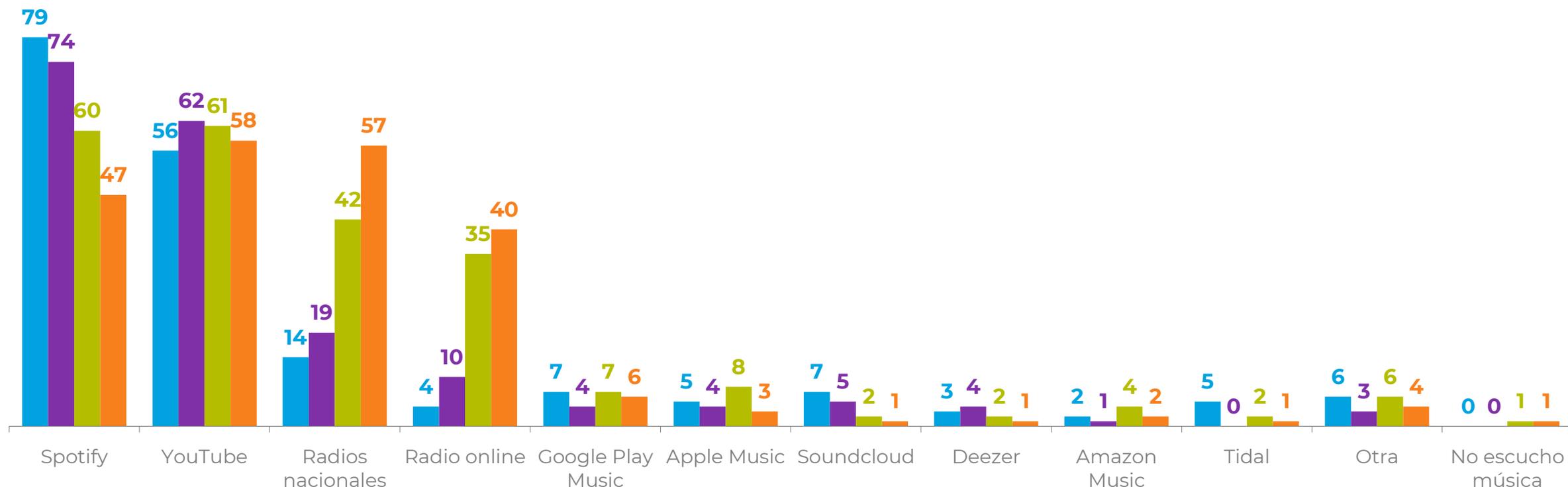
¿Qué plataformas usas para escuchar música?
Alternativas dadas. Respuesta múltiple. %



Plataformas para escuchar música

¿Qué plataformas usas para escuchar música?
Alternativas dadas. Respuesta múltiple. %

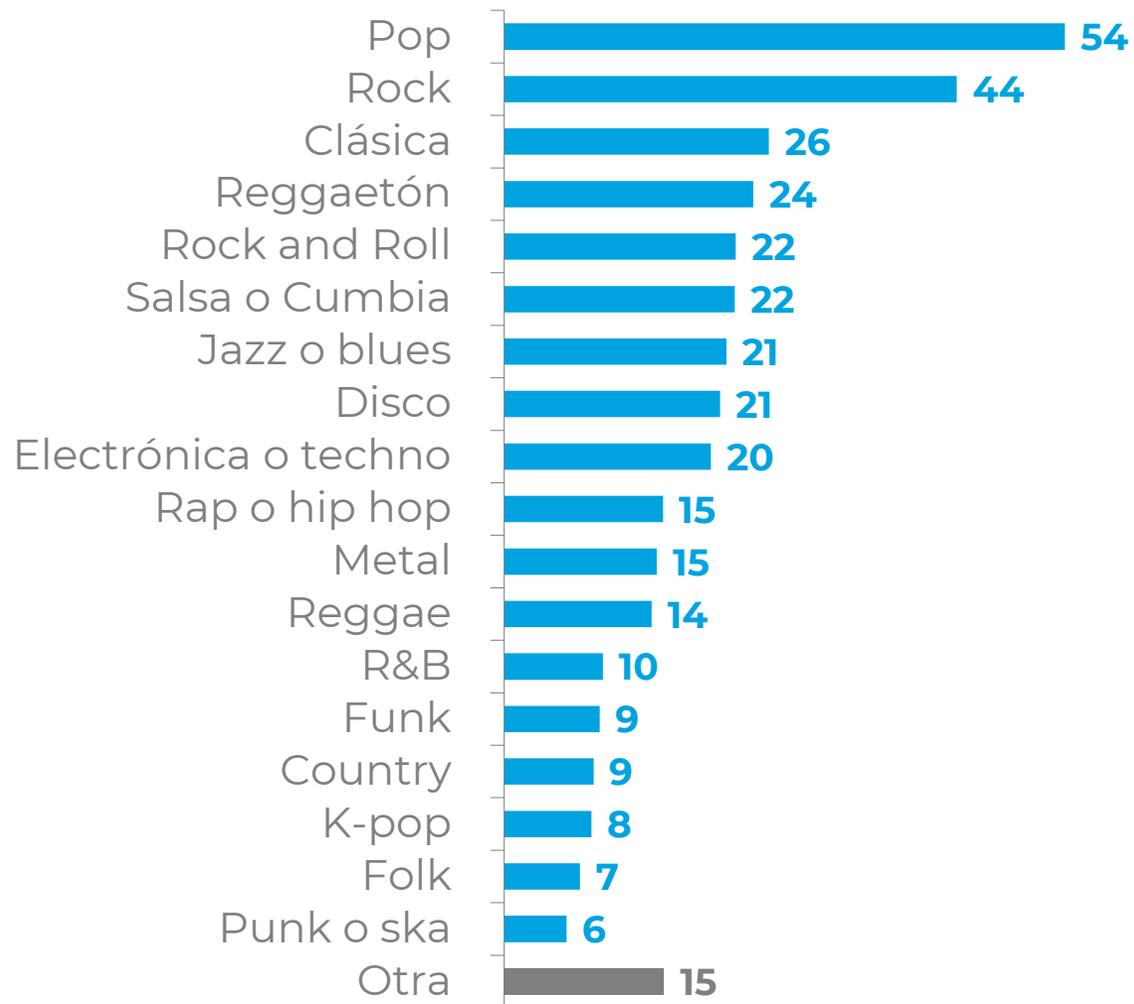
■ Generación Z ■ Millennials ■ Generación X ■ Baby Boomers



Género musical favorito

¿Cuál es tu género favorito de música?

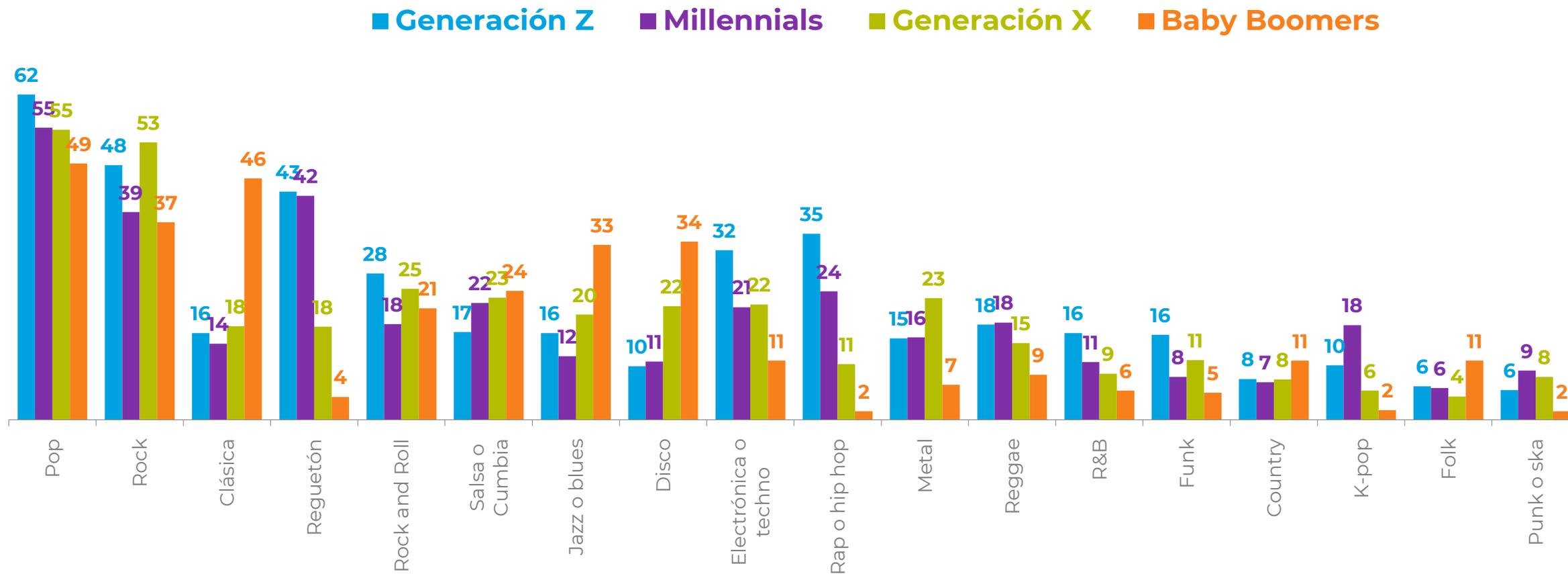
Alternativas dadas. Respuesta múltiple. %



Casos: Entre quienes utilizan alguna plataforma para escuchar música (N=2.474)

Género musical favorito

¿Cuál es tu género favorito de música?
 Alternativas dadas. Respuesta múltiple. %

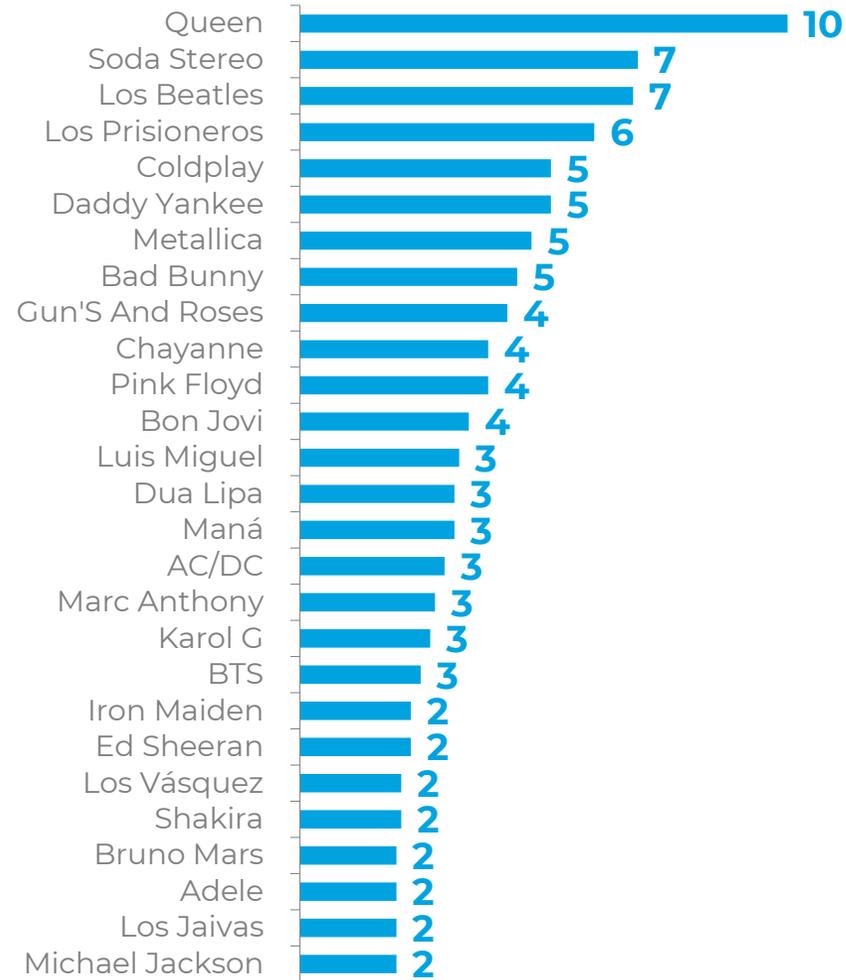


Casos: Entre quienes utilizan alguna plataforma para escuchar música (N=2.474)

Bandas o cantantes favoritos

¿Cuáles son tus bandas o cantantes favoritos?

Espontánea. %



Casos: Entre quienes utilizan alguna plataforma para escuchar música (N=2.474).
Se grafican menciones con 2% o más.

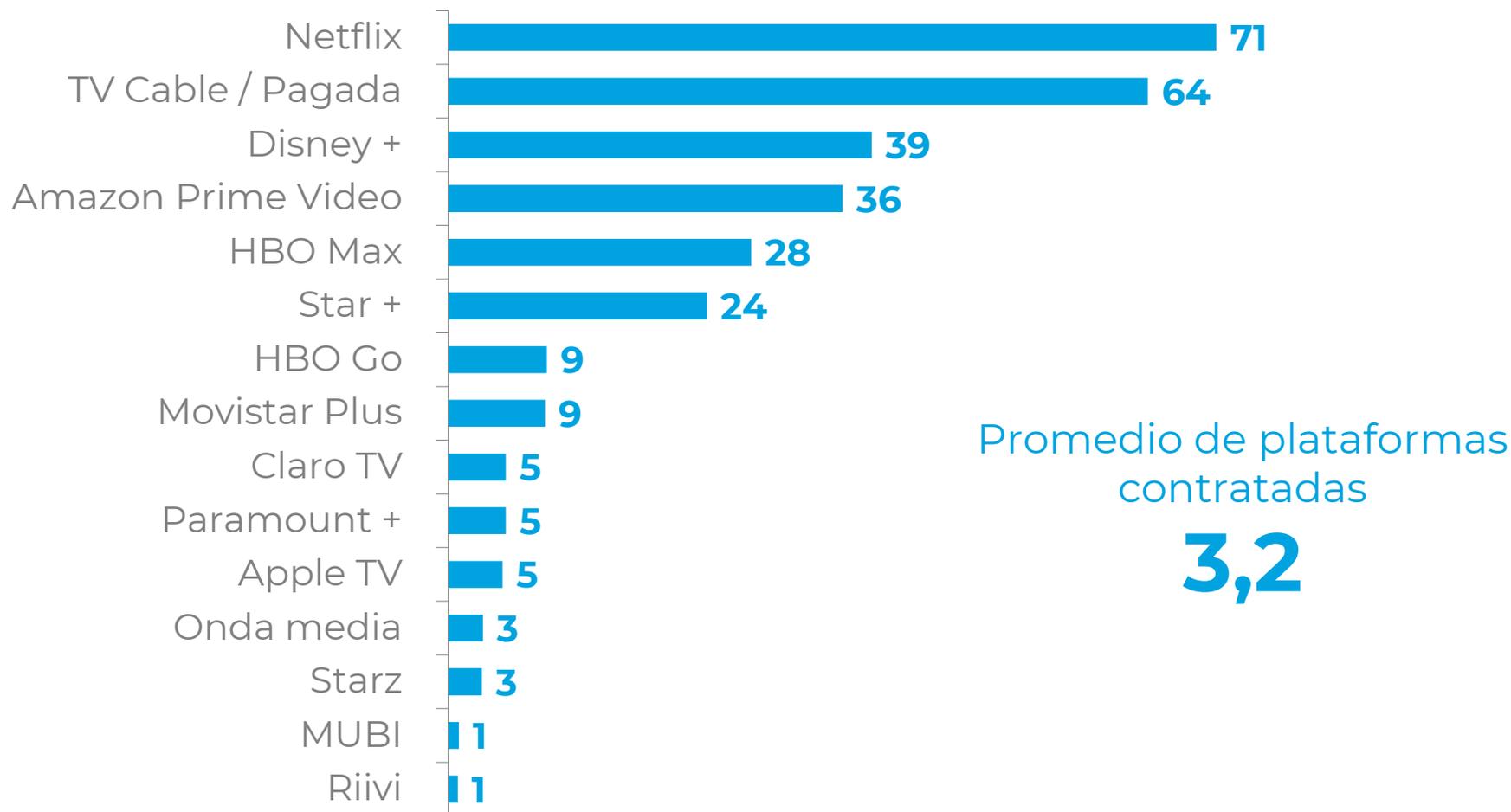


Cine y Streaming

Plataformas contratadas

¿Cuál de las siguientes plataformas tienes contratada?

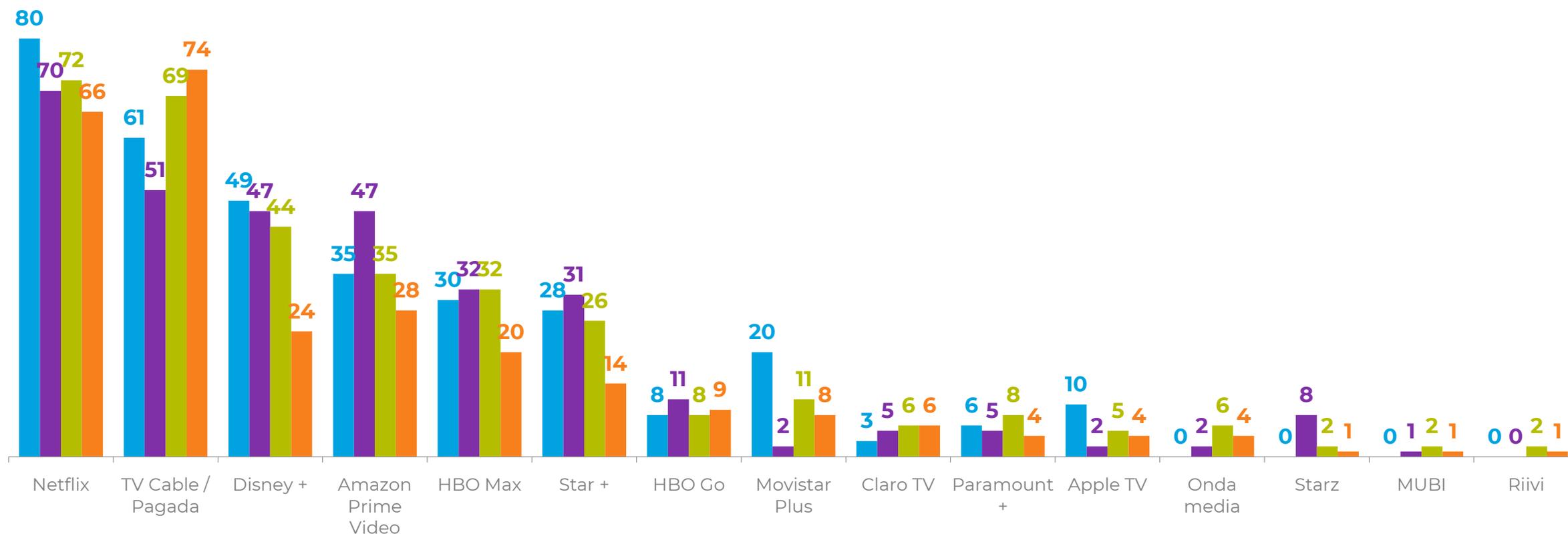
% Sí la tiene contratada



Plataformas contratadas

¿Cuál de las siguientes plataformas tienes contratada?
% Sí la tiene contratada

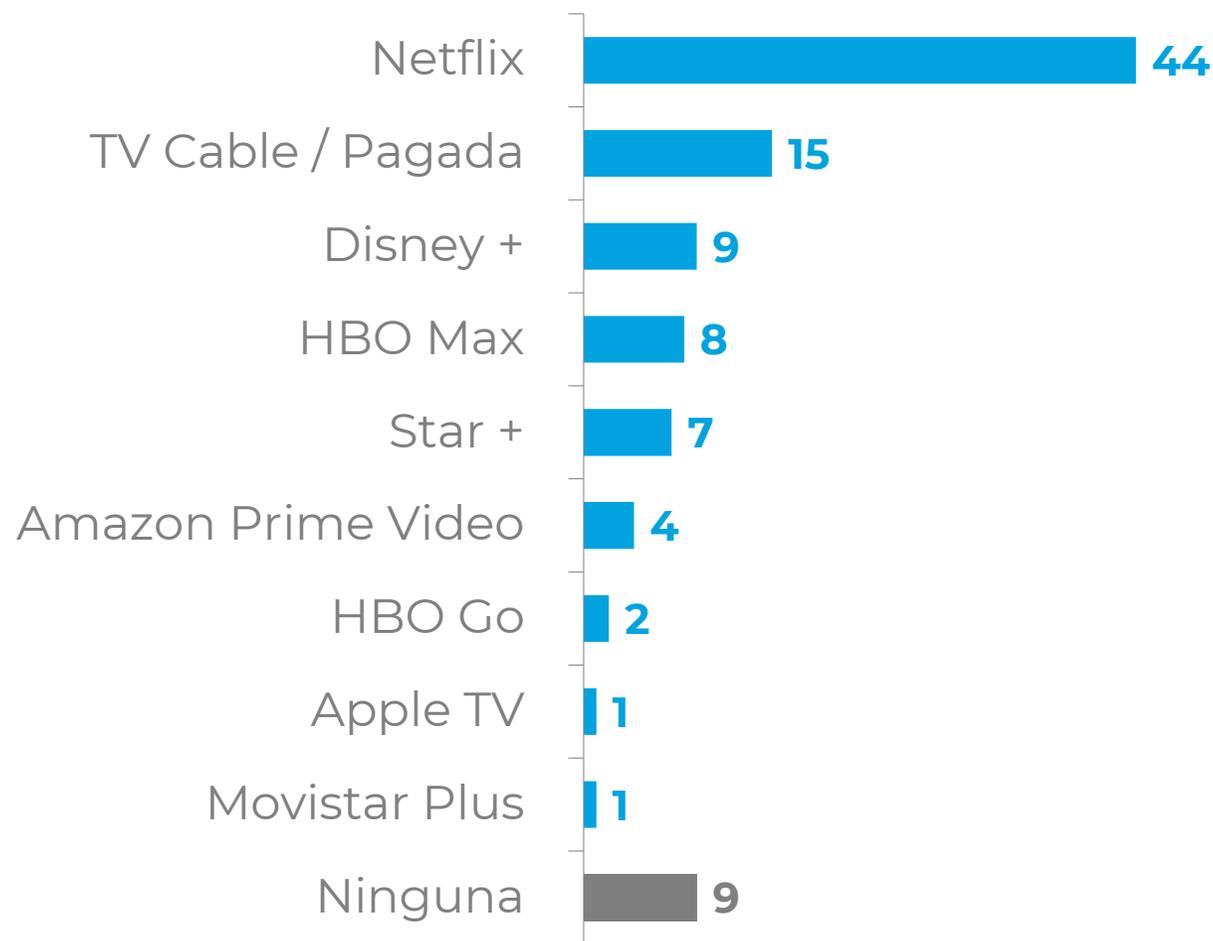
■ Generación Z ■ Millennials ■ Generación X ■ Baby Boomers



Plataforma preferida

¿Y cuál es tu plataforma favorita?

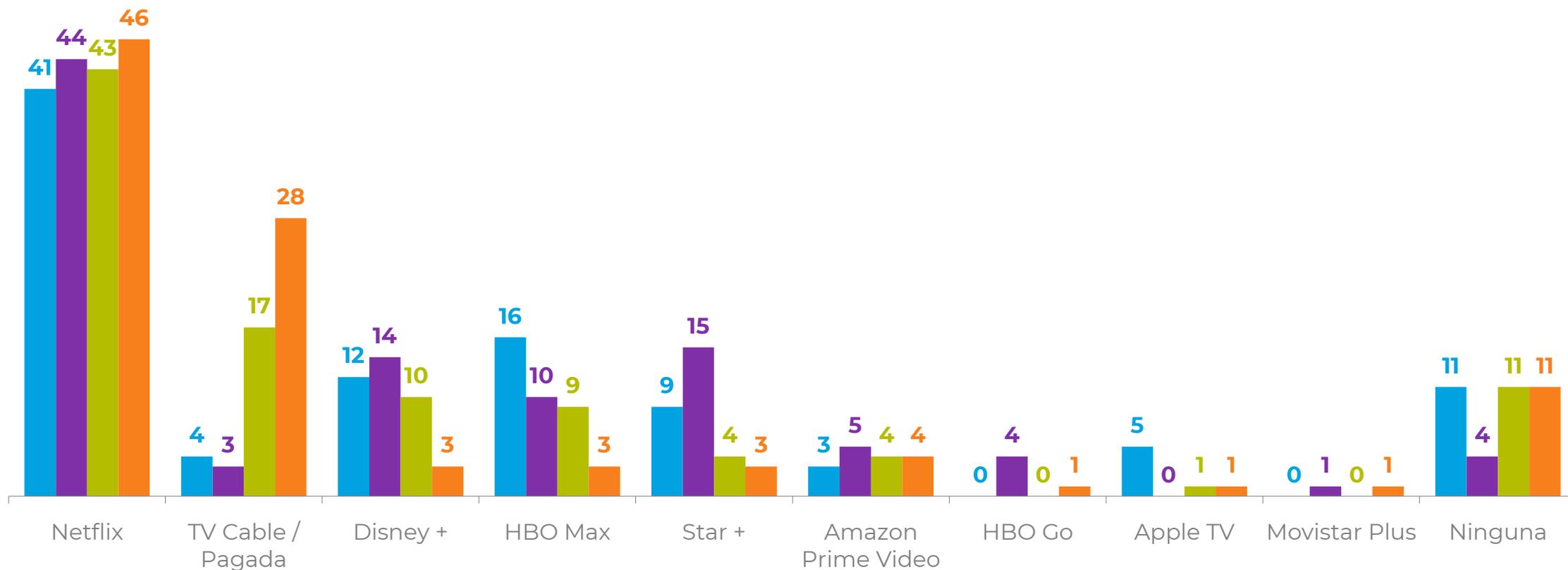
Alternativas dadas. %



Plataforma preferida

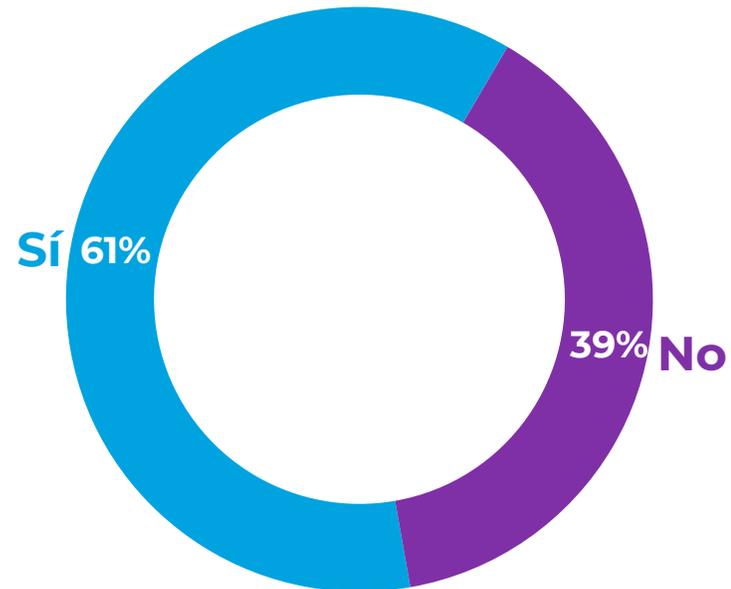
¿Y cuál es tu plataforma favorita?
Alternativas dadas. %

■ Generación Z ■ Millennials ■ Generación X ■ Baby Boomers

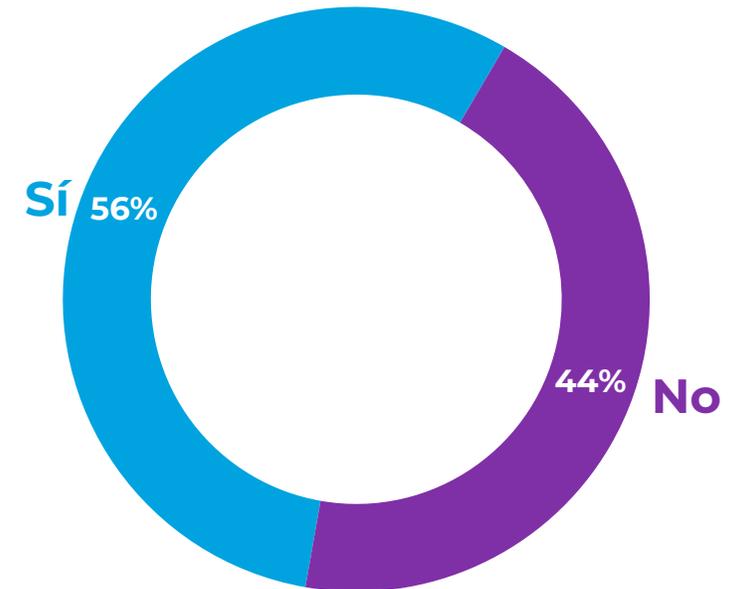


Cuentas compartidas

¿Has **utilizado la cuenta** de un familiar, amigo o conocido para acceder a alguna plataforma de películas y series?
%



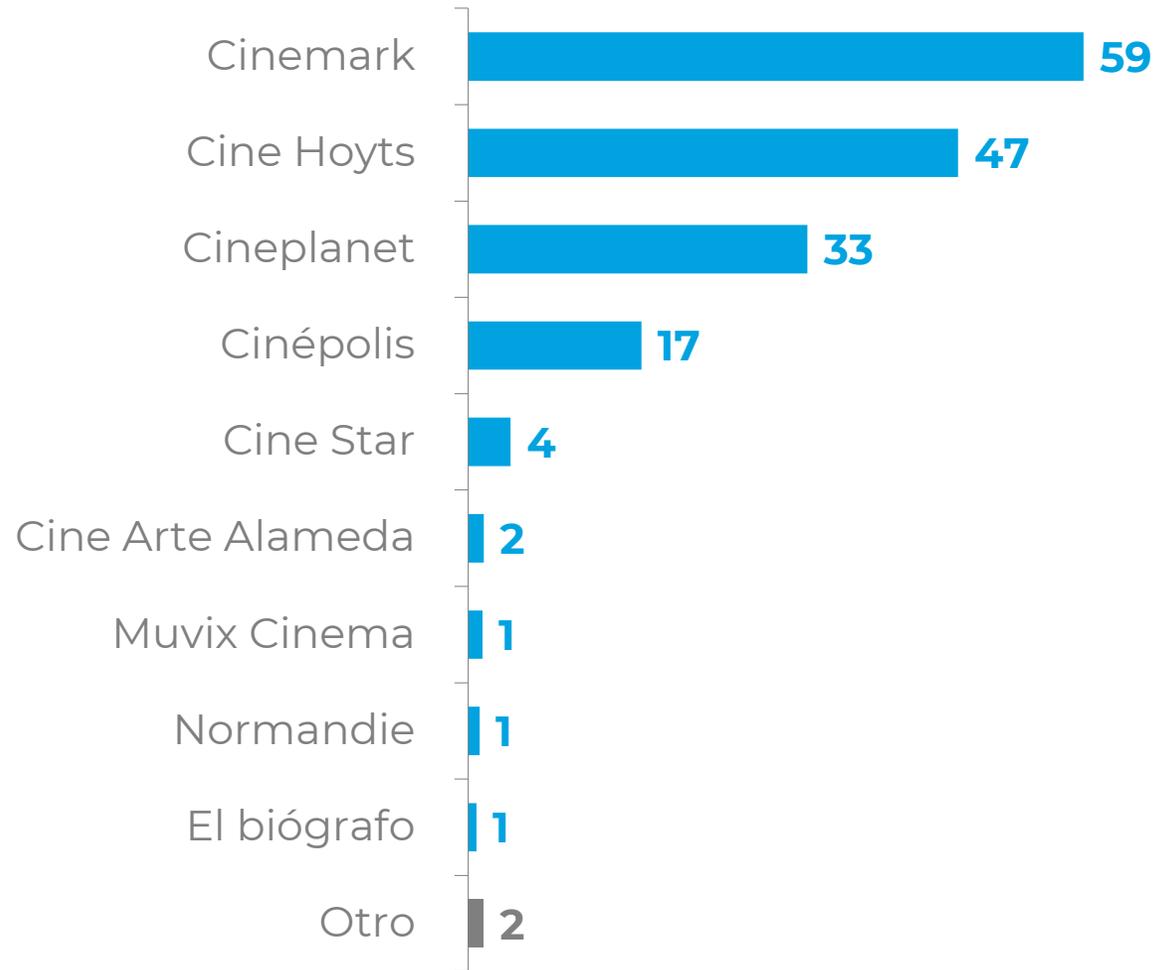
¿Y has **compartido tu contraseña** a algún familiar, amigo o conocido para que acceda a alguna plataforma de películas y series?
%



Cine favorito

¿A qué cines sueles ir?

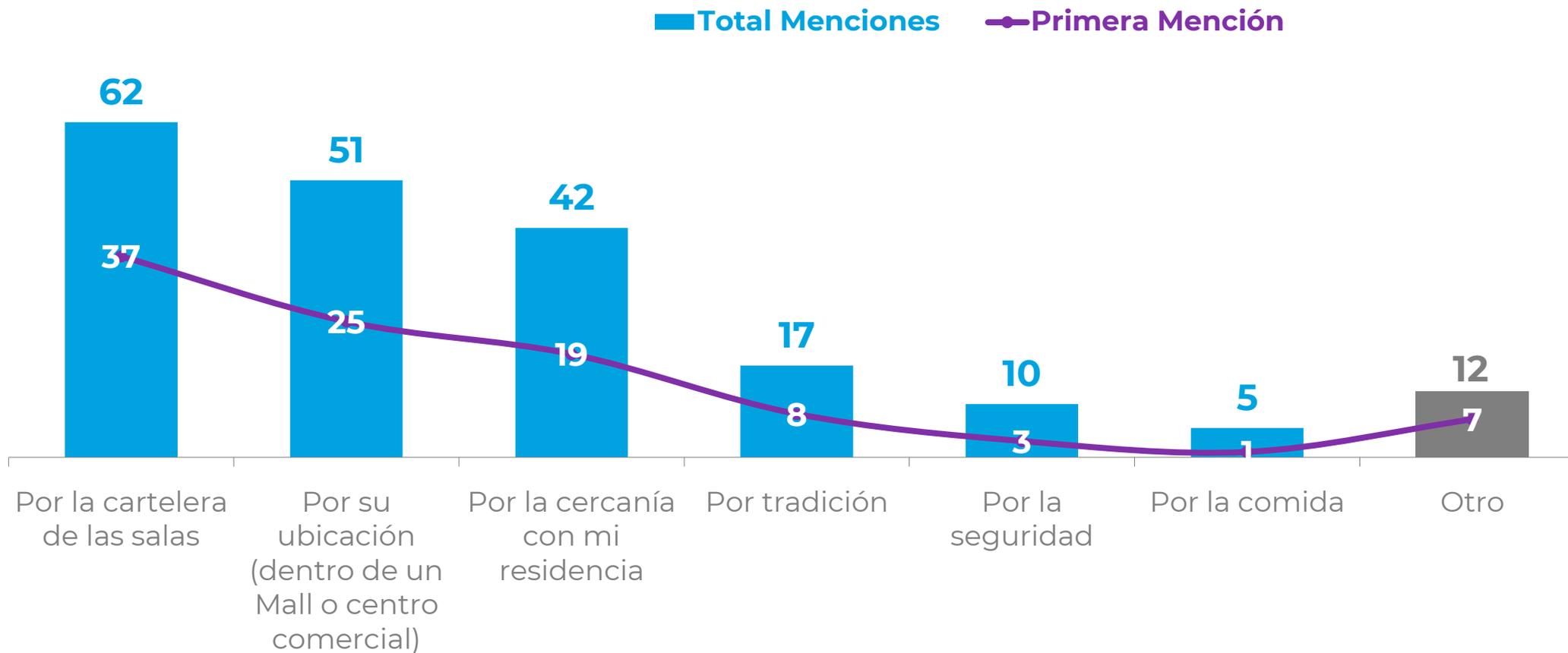
Alternativas dadas. Respuesta múltiple %



Casos: Entre quienes van al cine al menos una vez al mes (N=929)

Motivos para escoger un cine

¿Cuál es la principal razón por la que escoges ir a un cine?
Alternativas dadas. Respuesta múltiple. %



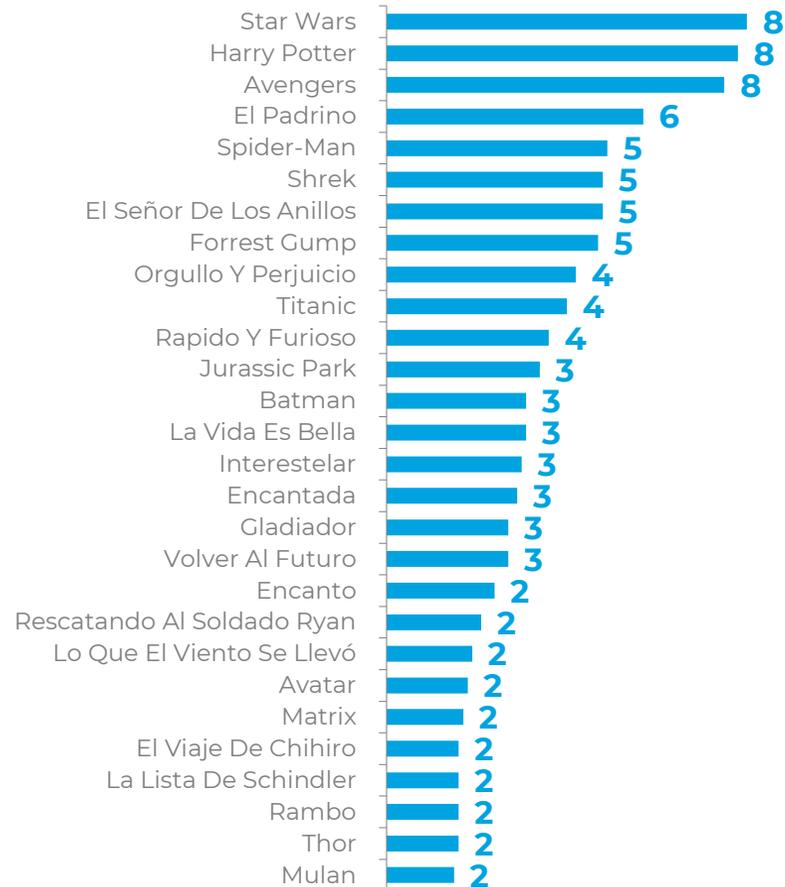
Casos: Entre quienes van al cine al menos una vez al mes (N=929)

Películas y series favoritas

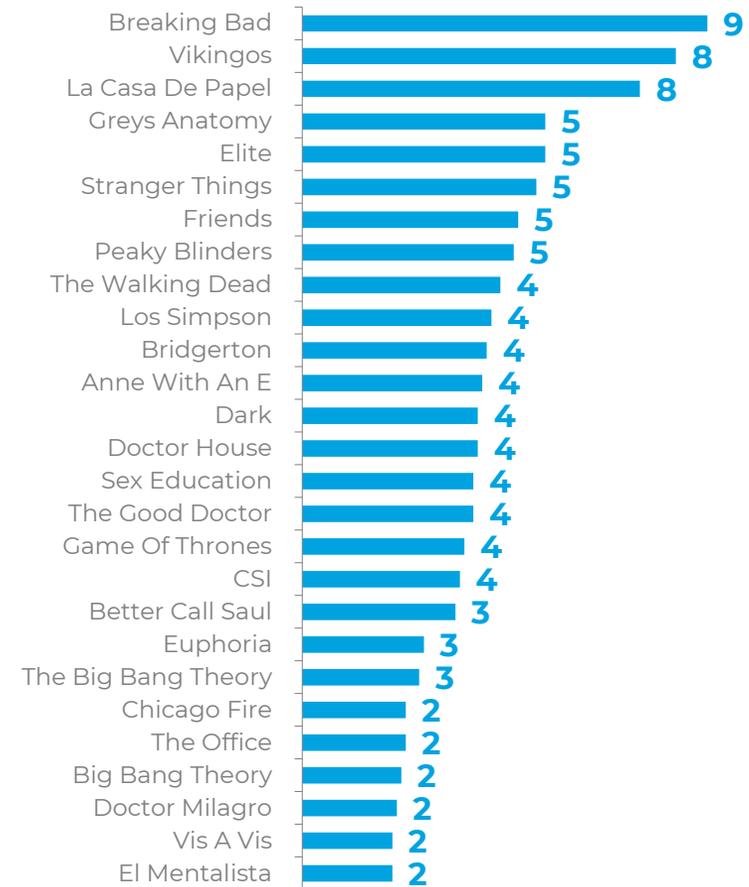
¿Cuáles son tus películas / series favoritas?

Espontánea. %

Películas



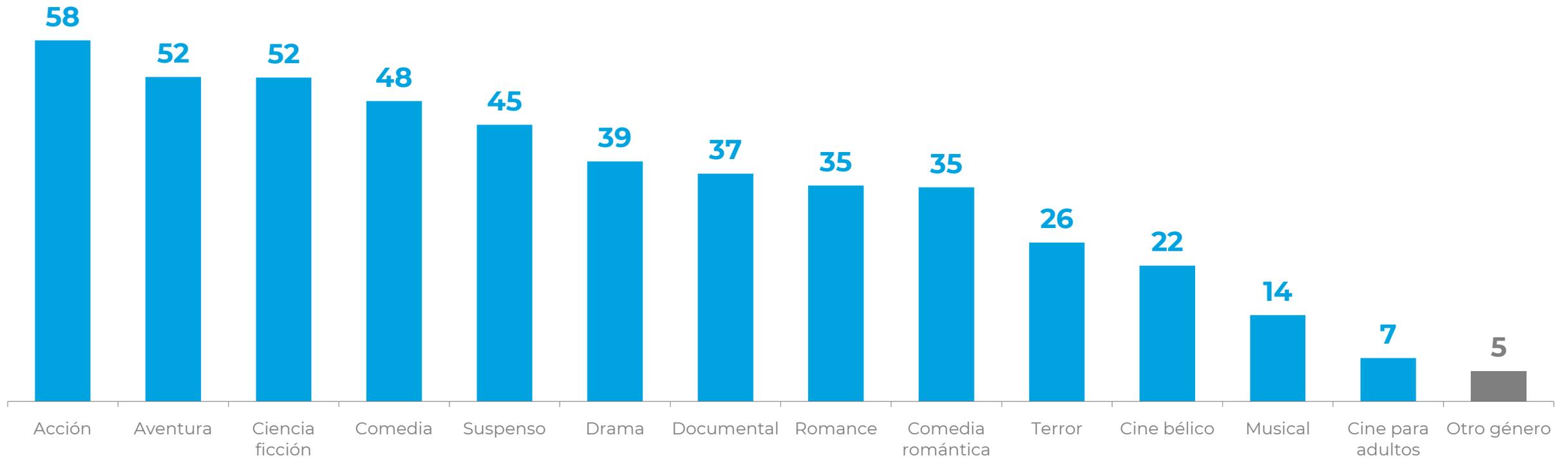
Series



Casos: Entre quienes ven series, películas o documentales en casa, al menos una vez al mes.

Género cinematográfico favorito

¿Cuál es tu género favorito de películas?
Alternativas dadas. Respuesta múltiple. %

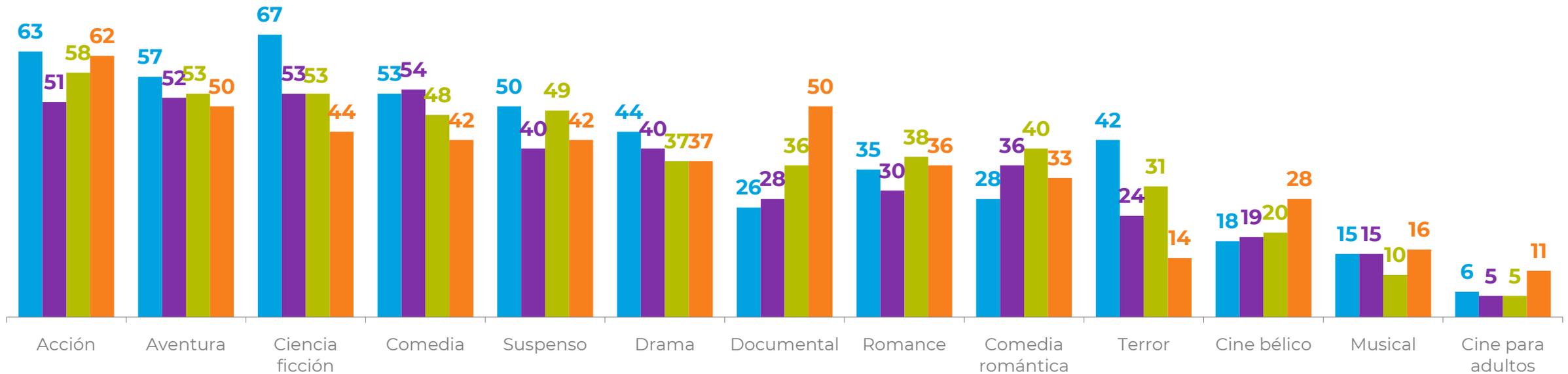


Casos: 2.495

Género cinematográfico favorito

¿Cuál es tu género favorito de películas?
Alternativas dadas. Respuesta múltiple. %

■ Generación Z ■ Millennials ■ Generación X ■ Baby Boomers

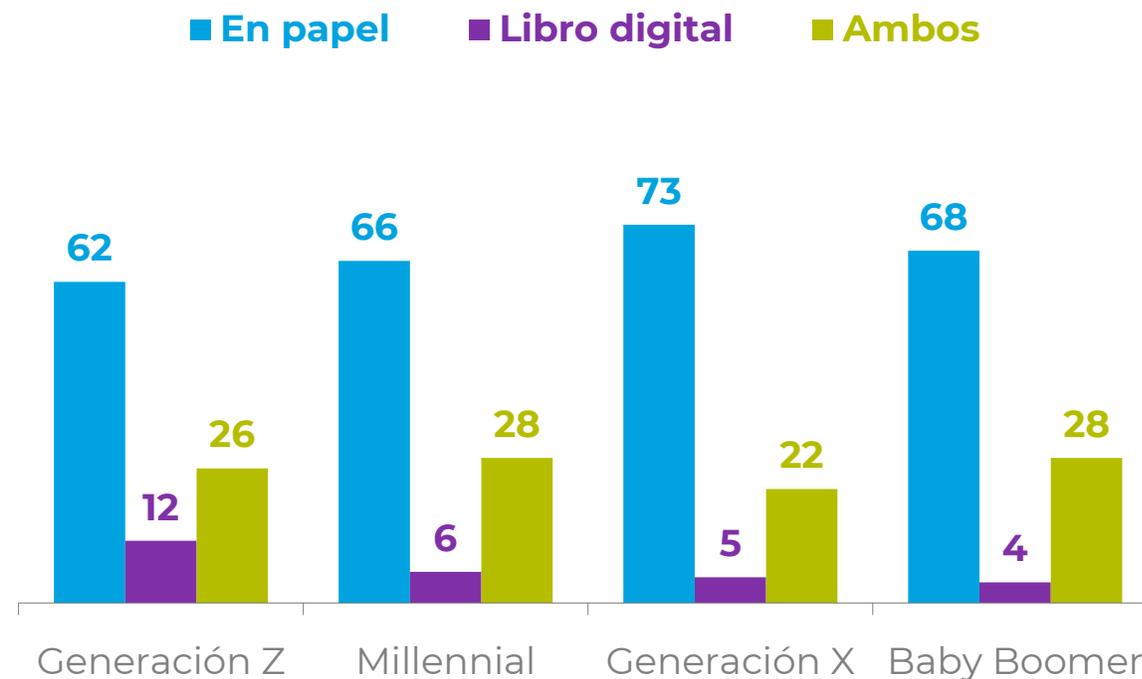
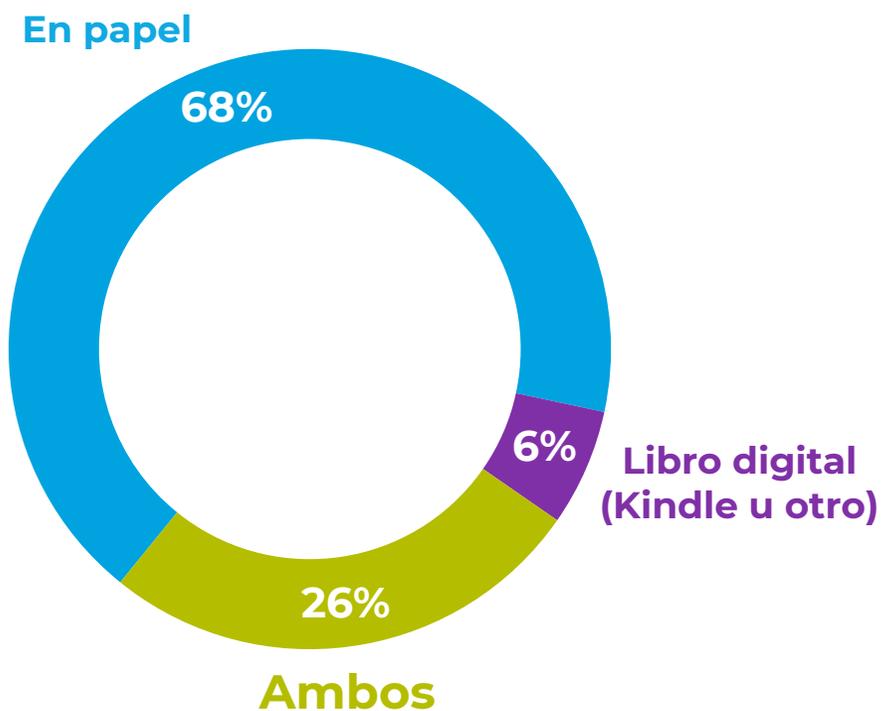




Hábitos de lectura

Medio preferido para leer

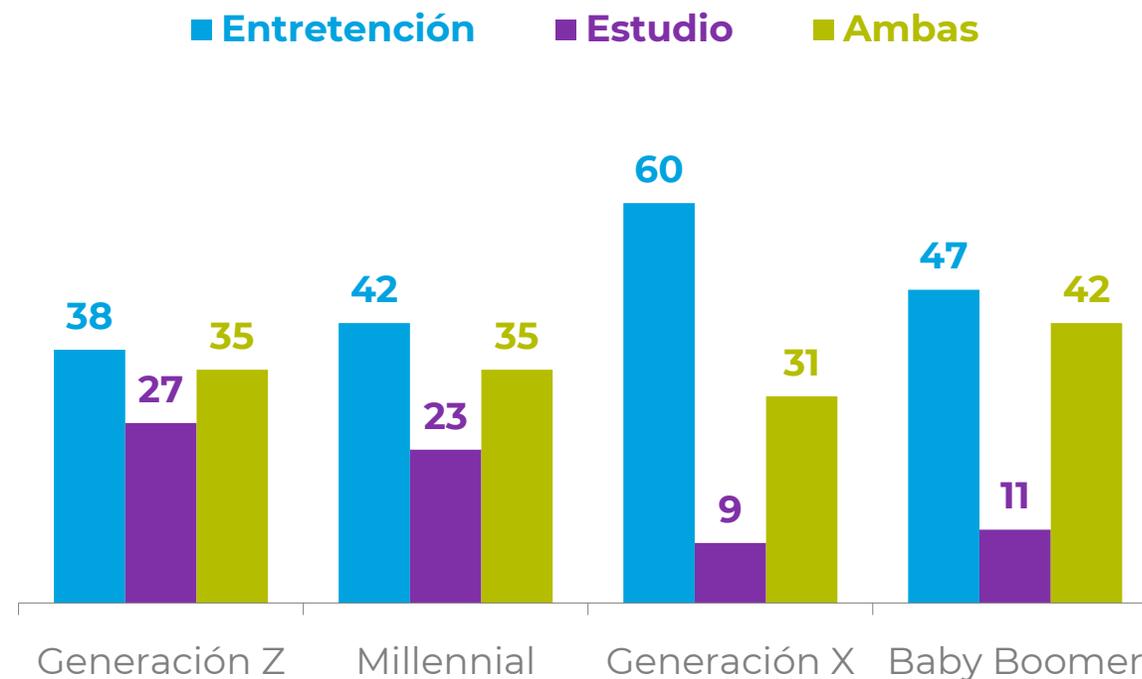
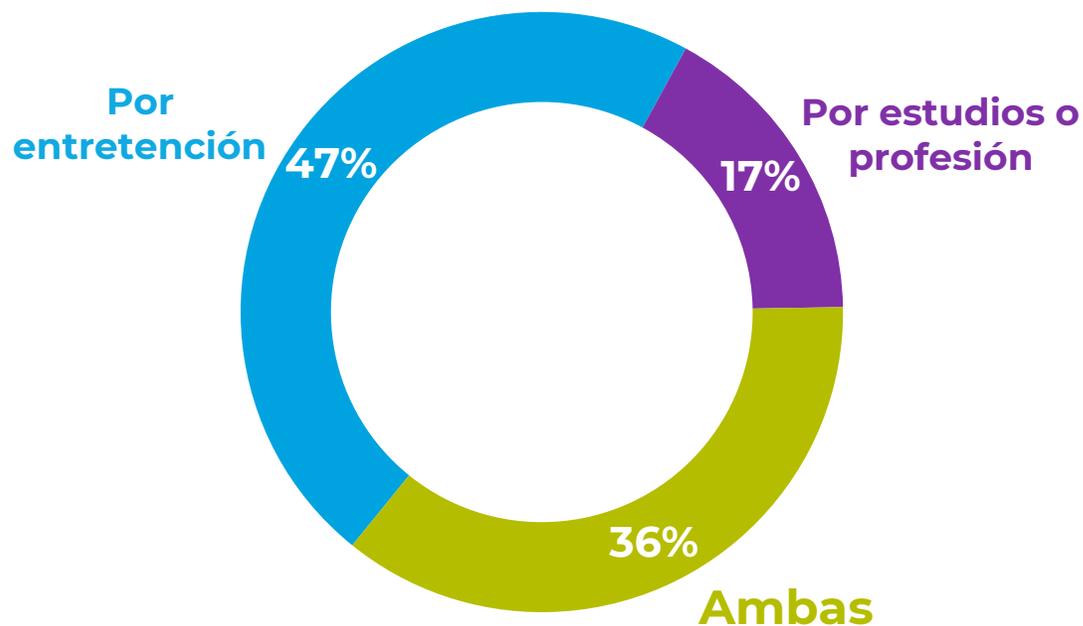
¿Prefieres leer en papel o libro digital?
%



Casos: Entre quienes leen libros (académicos o no) al menos una vez al mes (N=1.814)

Razones para leer

¿Cuál es el motivo principal por el que lees libros?
%

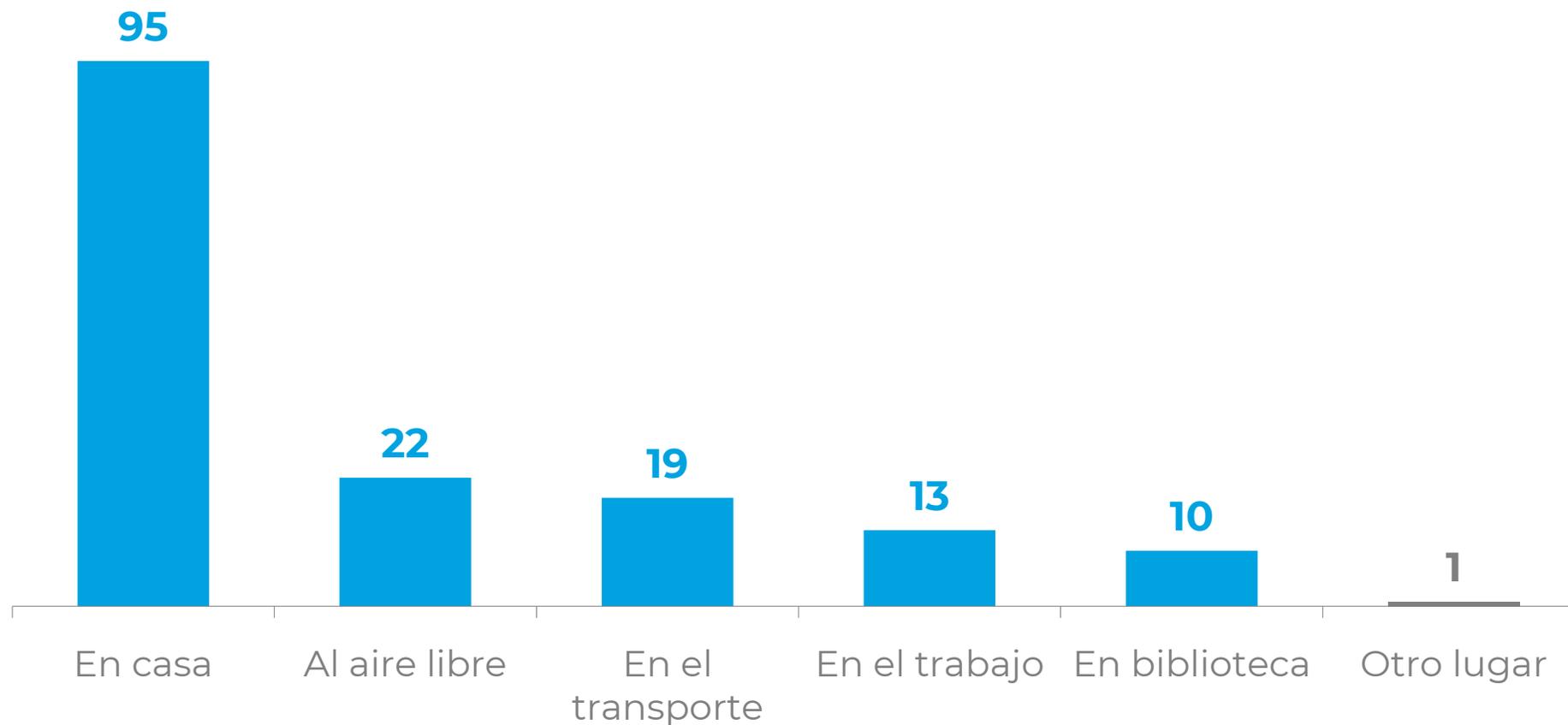


Casos: Entre quienes leen libros (académicos o no) al menos una vez al mes (N=1.814)

Espacios de lectura

¿Dónde sueles leer...?

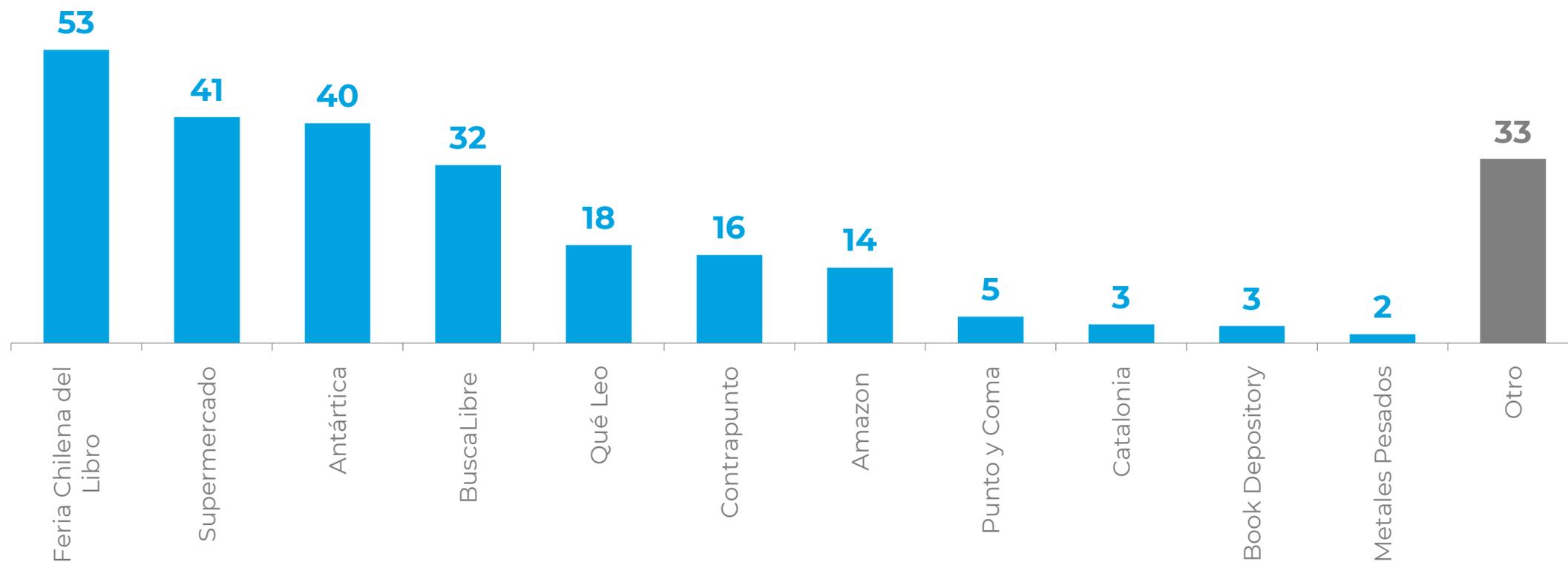
Alternativas dadas. Respuesta múltiple. %



Casos: Entre quienes leen libros (académicos o no) al menos una vez al mes (N=1.814)

Tiendas de libros

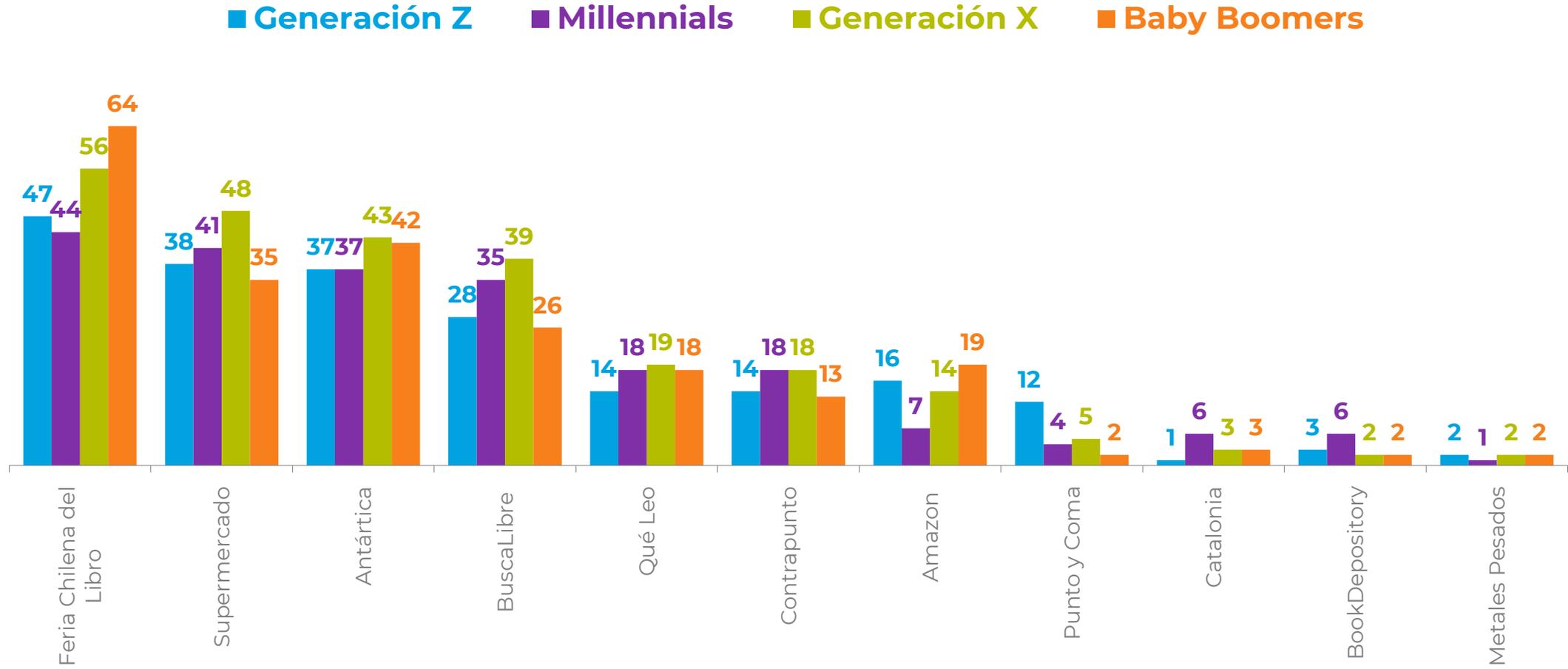
¿Has comprado libros en...?
% Sí ha comprado



Casos: Entre quienes leen libros (académicos o no) al menos una vez al mes (N=1.814)

Tiendas de libros

¿Has comprado libros en...?
% Sí ha comprado

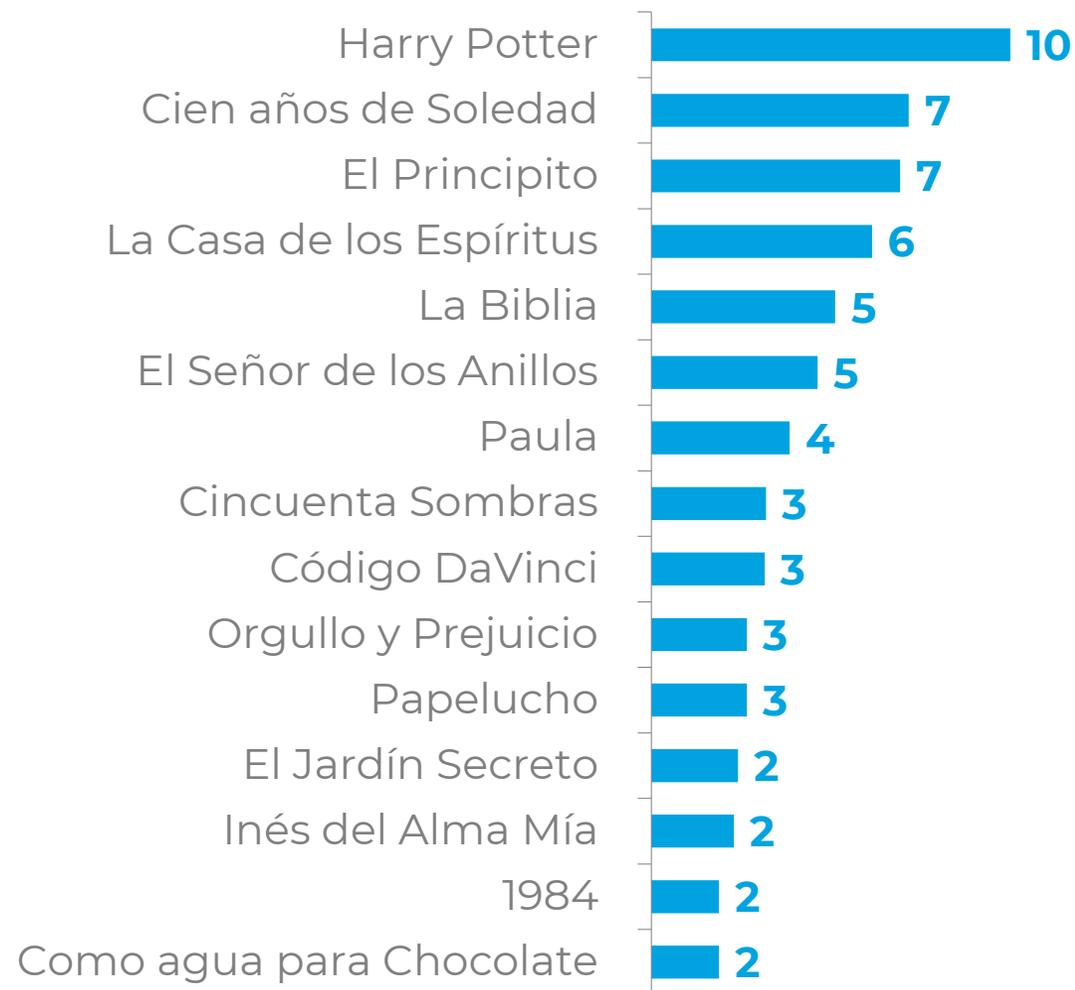


Casos: Entre quienes leen libros (académicos o no) al menos una vez al mes (N=1.814)

Libros favoritos

¿Cuáles son tus 5 libros favoritos?

Espontánea %



Casos: 2.495. Se grafican libros con 2% o más de mención.

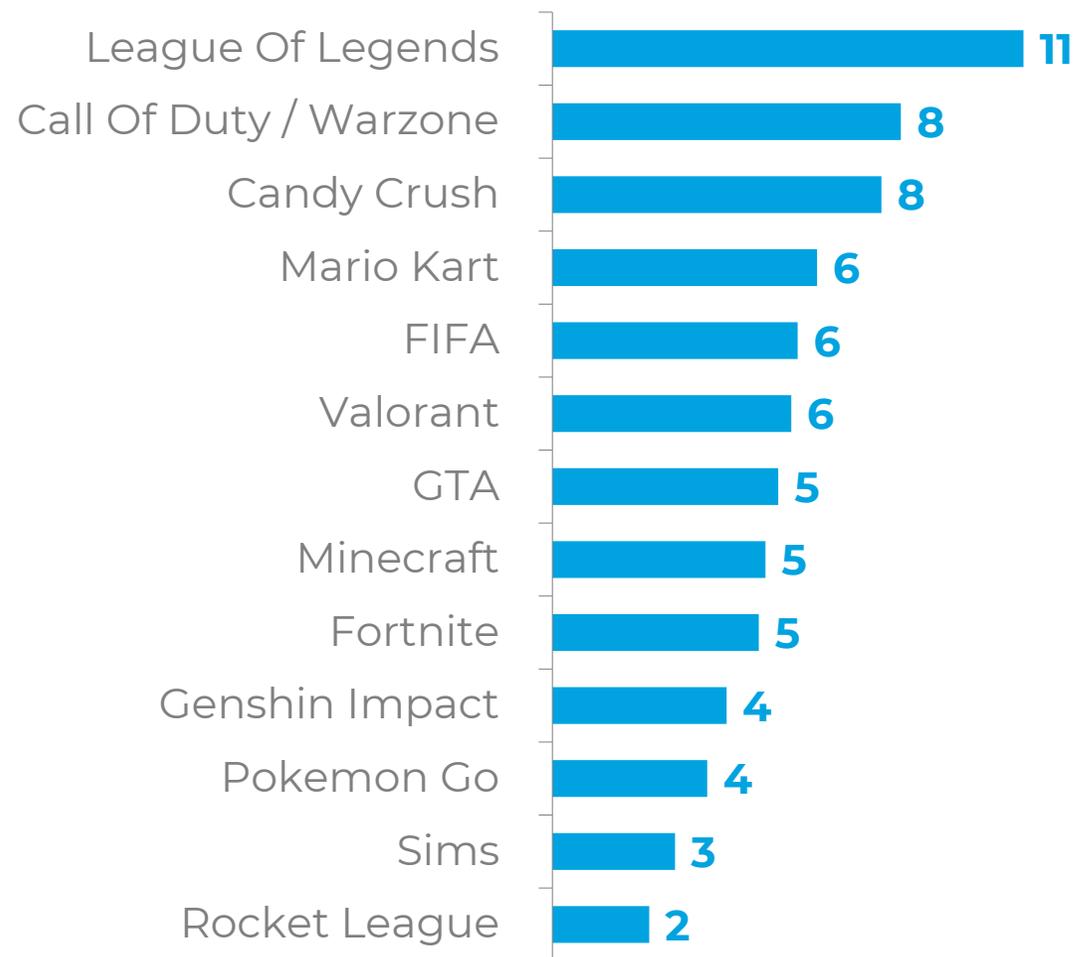


Videojuegos

Videojuegos más populares

¿Qué videojuego juegas con mayor frecuencia?

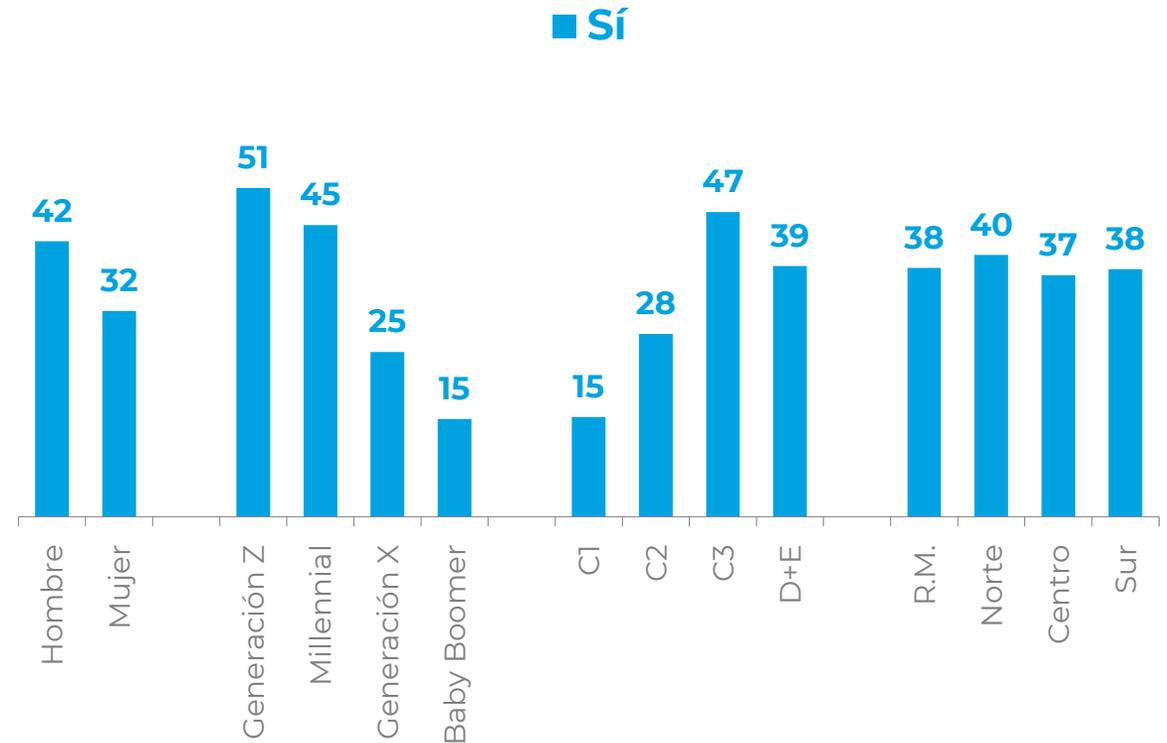
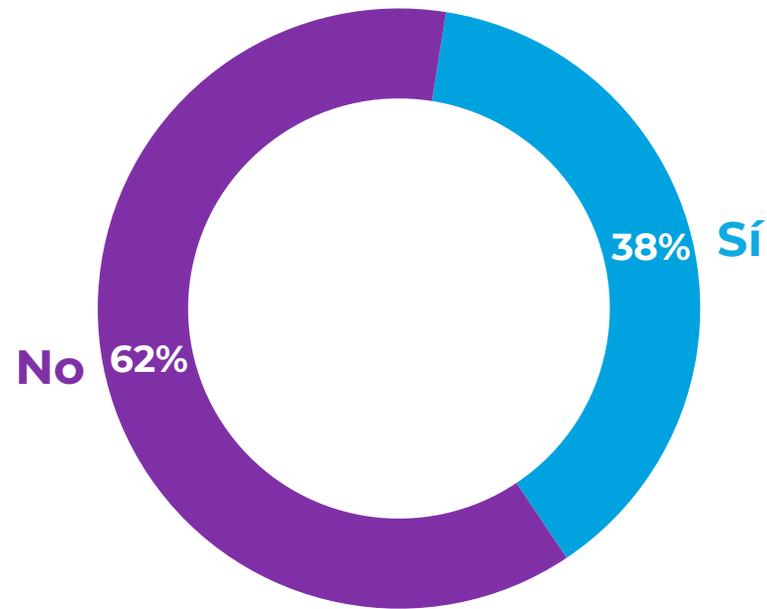
Espontánea. %



Casos: Entre quienes juegan videojuegos al menos una vez al mes (N= 532).
Se grafican menciones con 2% o más.

Interacciones en videojuegos

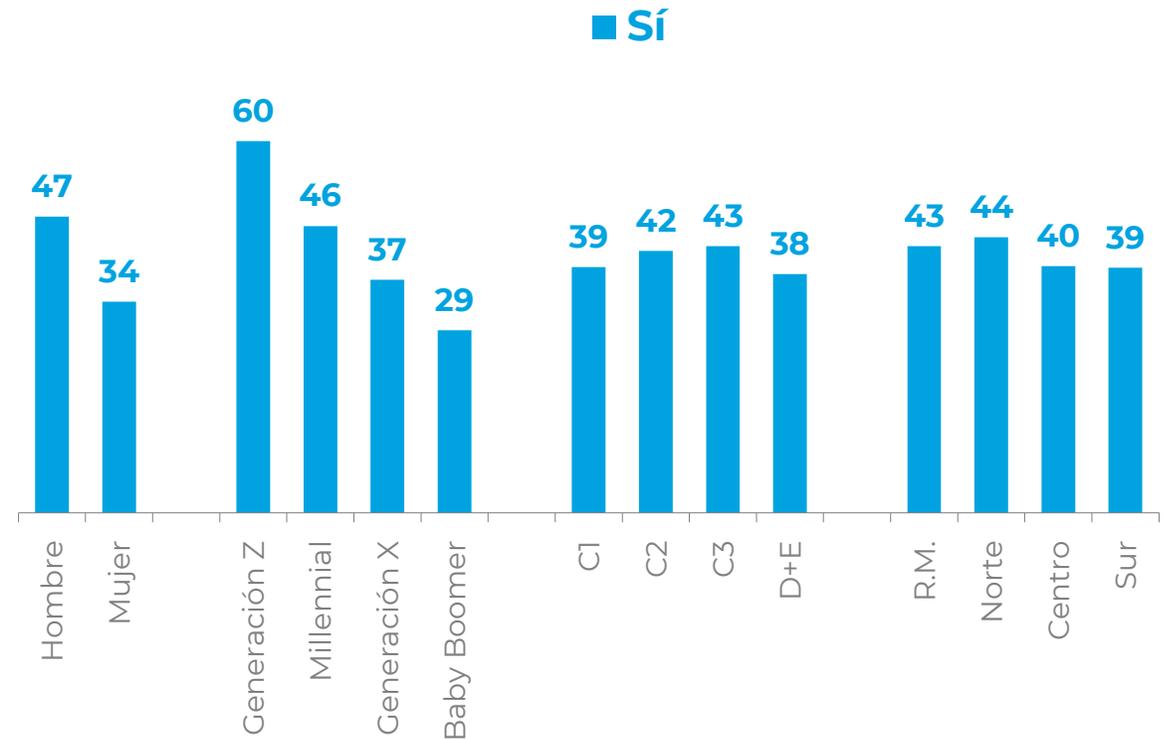
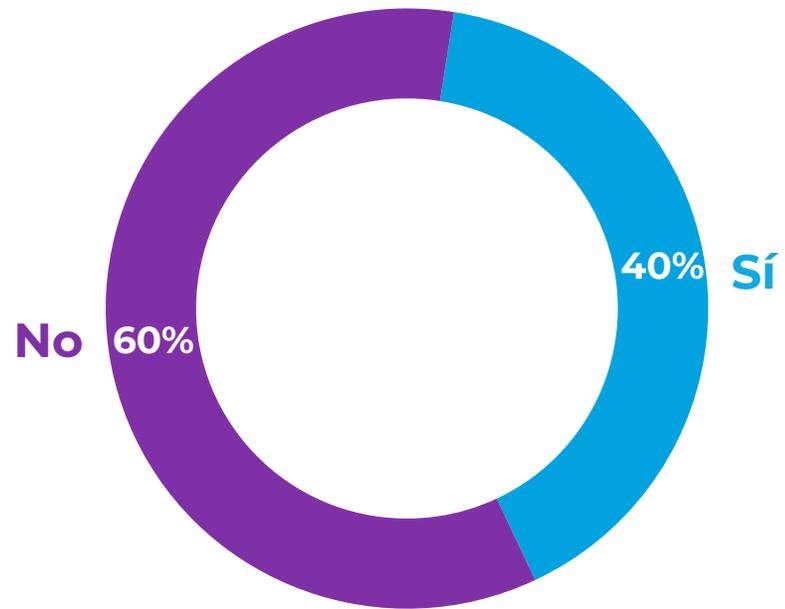
¿Has hecho amistades a través de videojuegos que luego continúan en la vida real?
%



Casos: Entre quienes juegan videojuegos al menos una vez al mes (N=655)

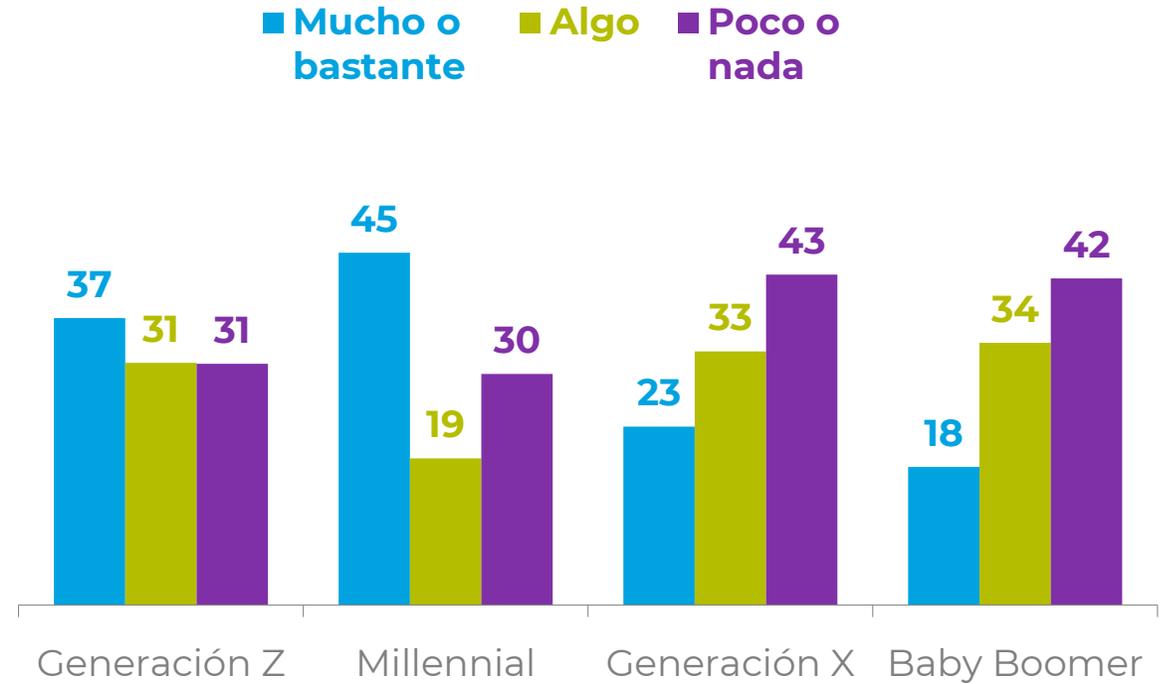
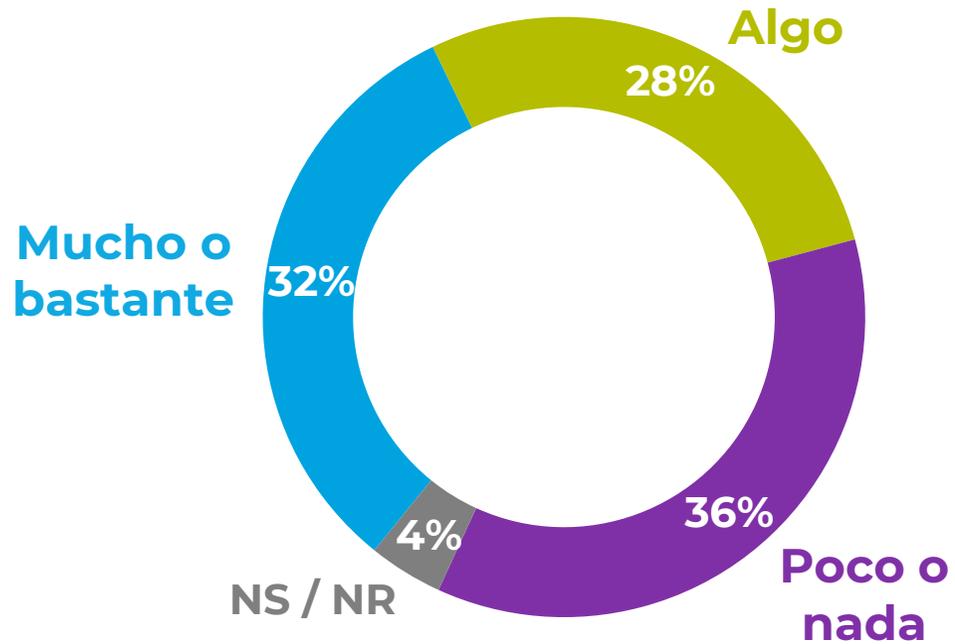
Conocimiento sobre Metaverso

¿Sabes lo que es un metaverso?
%



Interés en Metaverso

¿Cuán interesado estarías en participar en algún metaverso?
%



Casos: Entre quienes conocen lo que es un Metaverso (N=965)

Nueva de Lyon 145 Piso 2,
Providencia Santiago, Chile.
cadem@cadem.cl
+562 2438 6500

www.cadem.cl



CADEM
RESEARCH
& ESTRATEGIA