EL CHILE QUE VIENE

SMARTPHONES Y REDES SOCIALES

Mayo 2022

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Metodología

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

Universo
Chilenos, hombres y mujeres, de entre 13 y 71 años, de todos los niveles socioeconómicos y todas las regiones del país. Se recogió una muestra representativa de 4 generaciones: **Generación Z, Millennials, Generación X y Baby Boomers**.

Trabajo de campo
El estudio se realizó entre el miércoles 18 y el viernes 20 de mayo del 2022.

Muestra
Se realizaron 1.655 entrevistas.

Muestreo
Muestreo estratificado a través de cuotas. Referencialmente, si la muestra fuera probabilística, el error muestral sería de ±2.2 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.

CADEM
RESEARCH
& ESTRATEGIA

¿Qué es el Chile que viene?

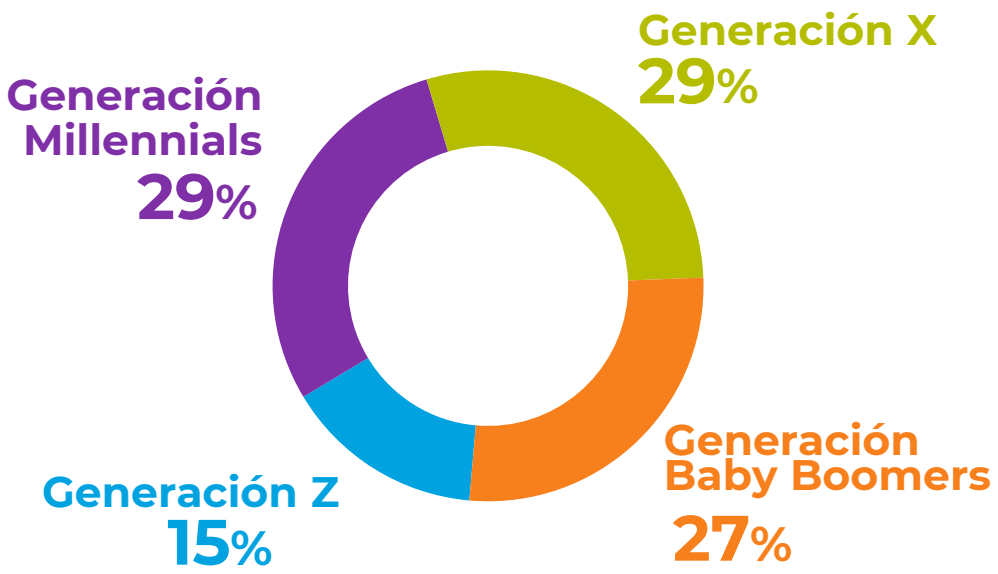
Con el fin de comprender el cambio que está viviendo Chile, Cadem ha desarrollado un trabajo de aproximación al consumidor a través de la mirada generacional, para reflejar a través de los distintos grupos, cómo se manifiestan estas transformaciones.

“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.

CADEM
RESEARCH
& ESTRATEGIA

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.

Fuente: Proyecciones INE para el año 2022

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Principales resultados

Casi la mitad de los chilenos realiza compras a través de internet y aplicaciones de forma frecuente. Quienes más compran por este canal son los Millennials y la Generación X.

- Este porcentaje (48%) aumentó de forma importante respecto a la medición de 2018 (29%). En promedio, cada persona es usuaria de 4,7 canales de venta online.
- Mercado Libre es actualmente el canal líder en ventas, seguido por Falabella y Líder.
- Un 59% de los encuestados declara comprar debido a la publicidad en internet, las personas más jóvenes y de los segmentos C3 y D/E son más receptivas a ella.

Los niveles de penetración del smartphone se mantienen muy altos. La mitad de los chilenos se declara adicto a su teléfono.

- Hábitos como el no poder salir sin él y dormir junto al teléfono continúan presentando muy altos niveles entre la población de forma transversal.
- Casi la totalidad de los entrevistados considera que los chilenos son adictos al smartphone.
- En promedio, los personas declaran que el 62% del tiempo al teléfono es para uso persona, mientras que un 38% lo hace con actividades relacionada a lo laboral.
- Las aplicaciones de mensajería y las redes sociales son las actividades para las que se usa el teléfono de forma más frecuente.
- Mientras que la Generación Z utiliza más su tiempo en pantalla con fines recreativos, las generaciones mayores –especialmente Millennials y Generación X- la utilizan como medio de información y para comprar.

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Principales resultados

WhatsApp sigue liderando en mensajería, Instagram lo hace entre las redes sociales.

- Desde 2018, podemos ver como Instagram reemplazó a Fecebook como las red social más utilizada en el país.
- Mientras la penetración de WhatsApp es alta y transversal entre generaciones, Instagram se ha instalado en los sectores más jóvenes (Gen Z y Millennials) mientras que Facebook actualmente es más utilizado por la Gen X y los Baby Boomers.
- Tiktok , que está entre las más usadas, se apalanca fuertemente entre Gen Z y Millennials.
- También podemos observar que, respecto a 2018, Instagram arrebató el lugar a Facebook como la segunda aplicación favorita de los chilenos detrás de WhatsApp. Esto, como podemos ver, está muy asociado al alto uso que se le da transversalmente a Instagram.

Se observa entre los entrevistados una perspectiva crítica respecto al uso de las redes sociales.

- Un 80% está de acuerdo en que las RRSS exponen demasiado a las personas y un 67% concuerda con que en estas las personas se muestran de una manera no real. Estas críticas se ven de forma transversal.
- Aunque también se reconocen aspectos positivos como que los smartphones y redes sociales nos hacen la vida más fácil (74% de acuerdo) y que nos permiten conocer gente nueva (58% de acuerdo). Estas perspectivas son más fuerte entre lo jóvenes.
- No existe mayor acuerdo en que las redes sociales sean dañinas a la democracia o sean responsables de la polarización política, aunque estás opiniones son más fuertes entre los Baby Boomers.

Principales resultados

En general estamos muy expuestos a publicidad en redes sociales.

- Un 86% de los usuarios recuerda haber visto publicidad de alguna marca en redes sociales. En comparación a 2018, estamos menos dispuestos a verla atentamente y a hacer clic en ella.
- Las marcas más presentes con publicidad en redes sociales son Falabella y WOM, llegando de forma transversal a las distintas edades. En ambos casos, han aumentado su presencia respecto al año 2018.
- Otras marcas relevantes como Samsung y Nike han sido más percibidas entre la Gen Z y Millennials, mientras que Movistar destaca entre la Gen X y Baby Boomers.

Sólo un 31% de los entrevistados cree que la información que tienen las redes sociales de ellos es privada.

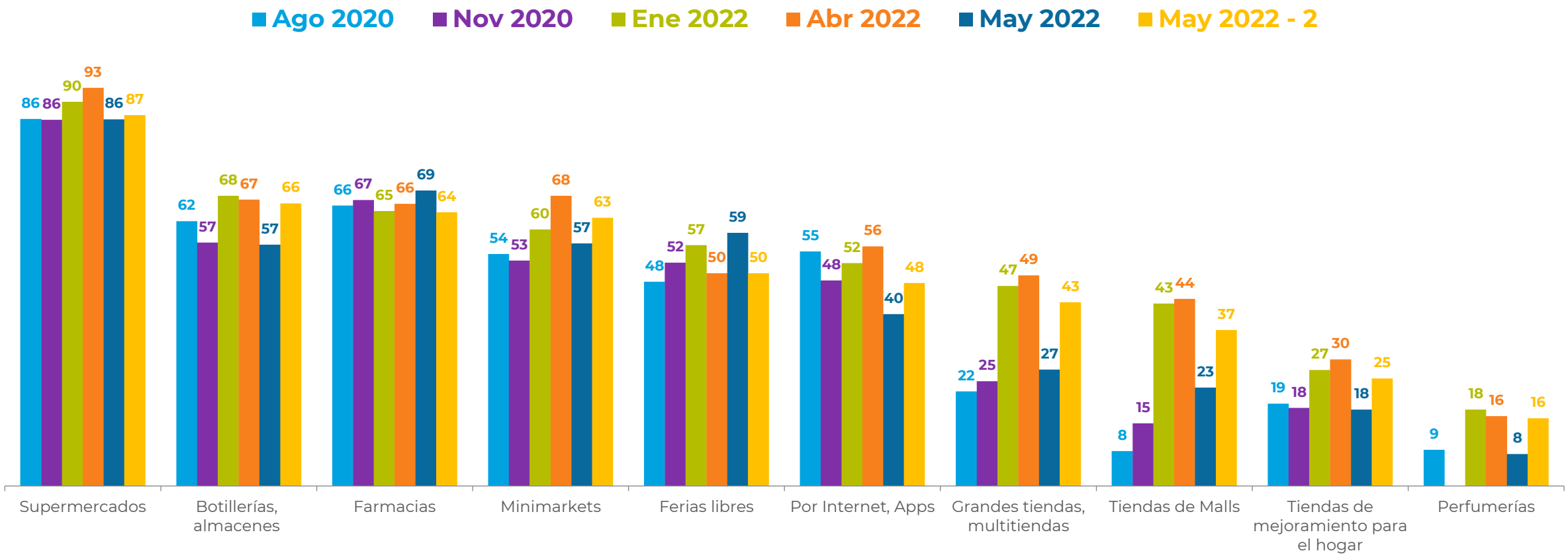
- Mientras en redes como Instagram o Facebook los entrevistados tienden a configurar sus cuentas de forma privada, en otras redes como Twitter y LinkedIn prefieren un perfil más público.
- LinkedIn y WhatApp (41% y 37% de mucha o bastante confianza, respectivamente) son las redes que más confianza generan, espacialmente en las generaciones X, y Baby Boomers respectivamente.
- Pese a su mayor uso, Instagram (28%) y Facebook (21%) no generan tanta confianza y se encuentran entre las peores evaluadas en este ámbito, estando solamente por sobre Tiktok (13% de mucha o bastante confianza)

Hábitos de compra

Evolutivo: Lugares de compra según canal

En los últimos 7 días, ¿ Compraste algo en...?

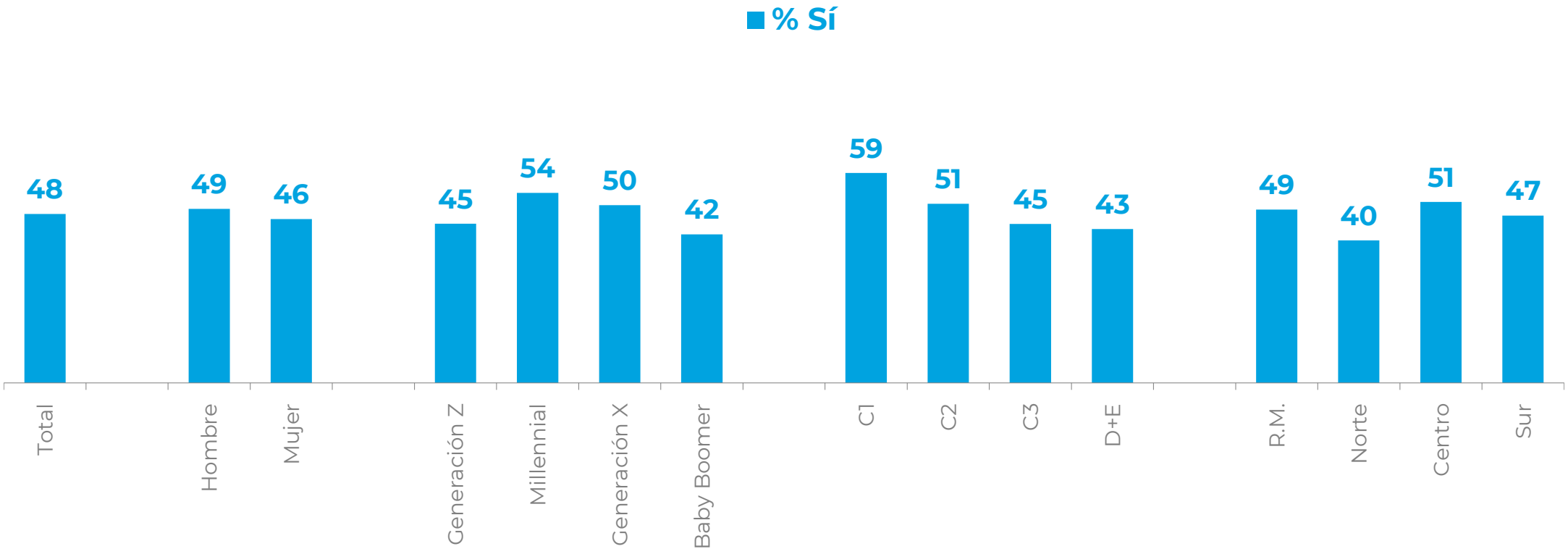
% Sí



CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Compra en internet

En los últimos 7 días, ¿ Compraste algo en...?
% Sí - Internet



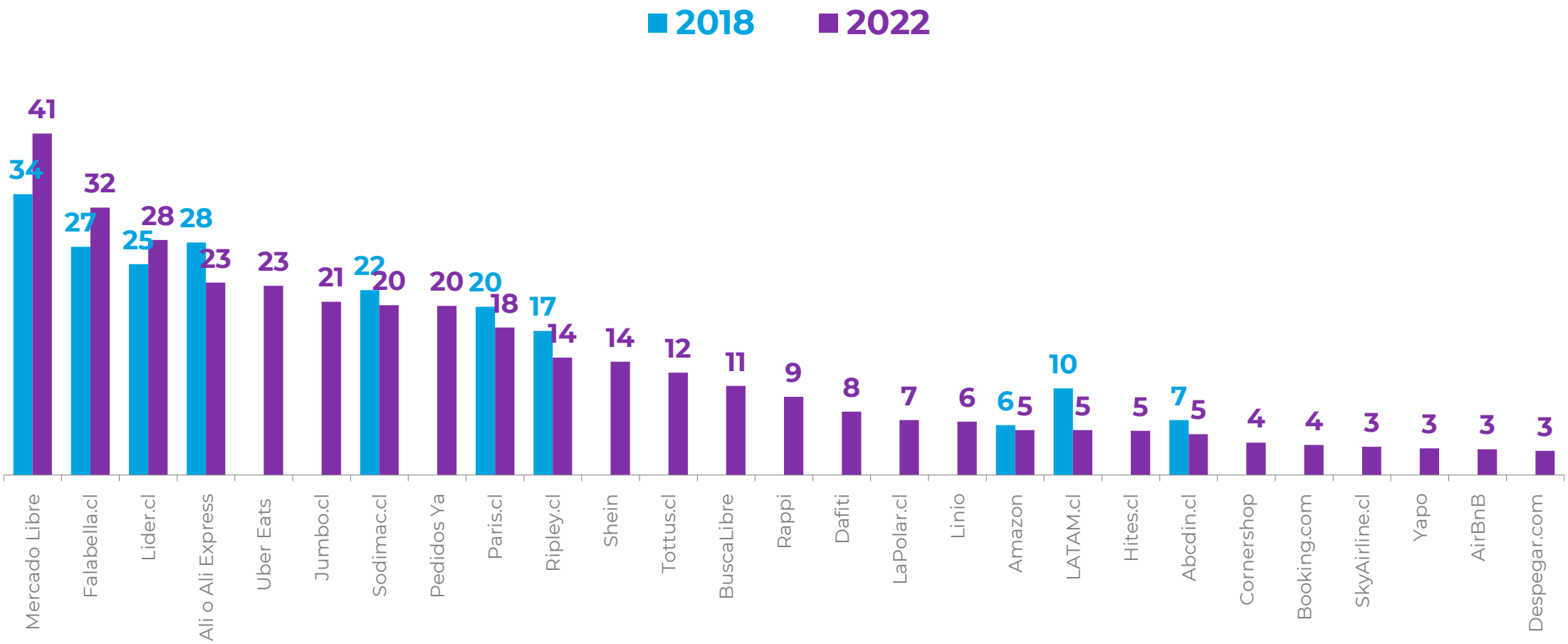
Casos: Entre quienes compraron por internet en los últimos 7 días (N=857).

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Compra en internet

En los últimos 30 días ¿Compraste algo en...?

% Sí



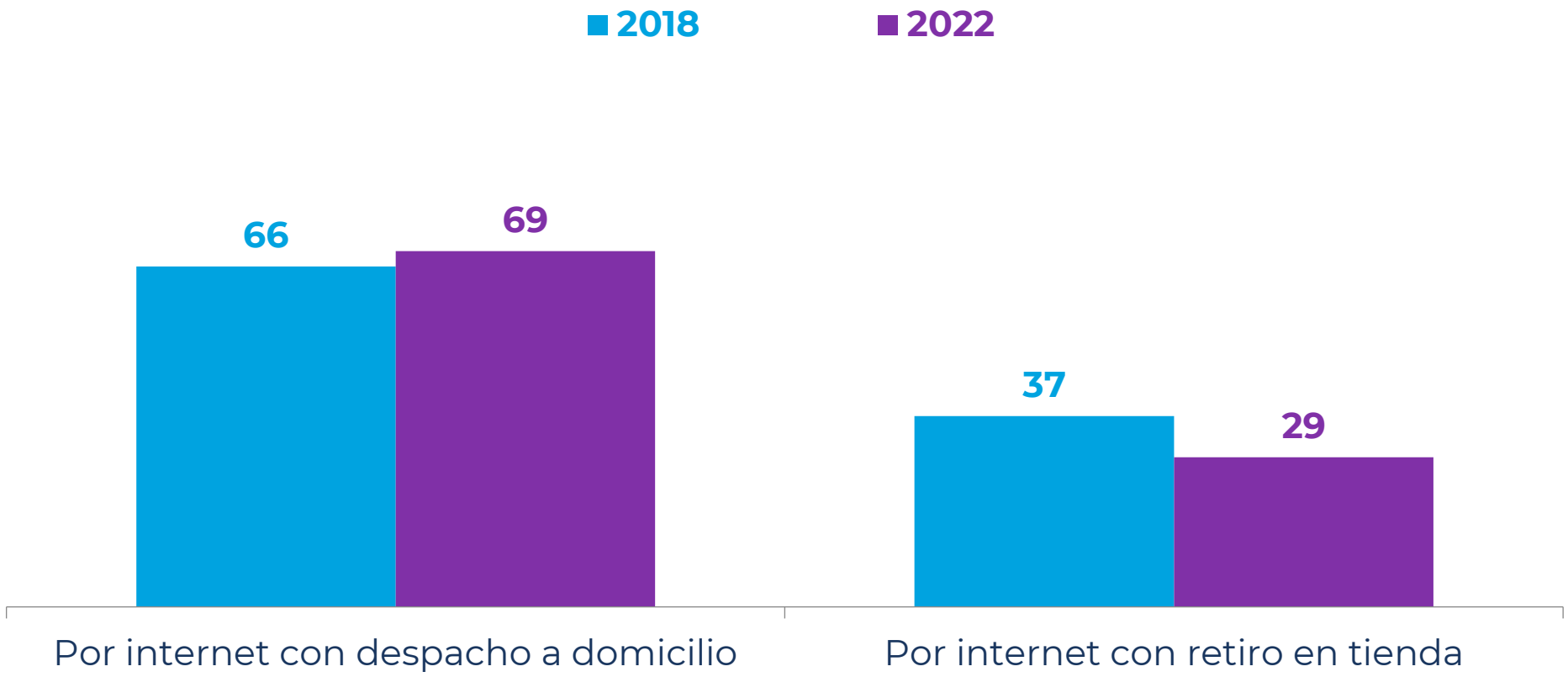
Casos: Entre quienes compraron por internet en los últimos 7 días (N=857).

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Compra en internet

En los últimos 30 días ¿Compraste algo en...?

% Sí



Casos: Total muestra 2018 N=1.597 / 2022 N=1.655.

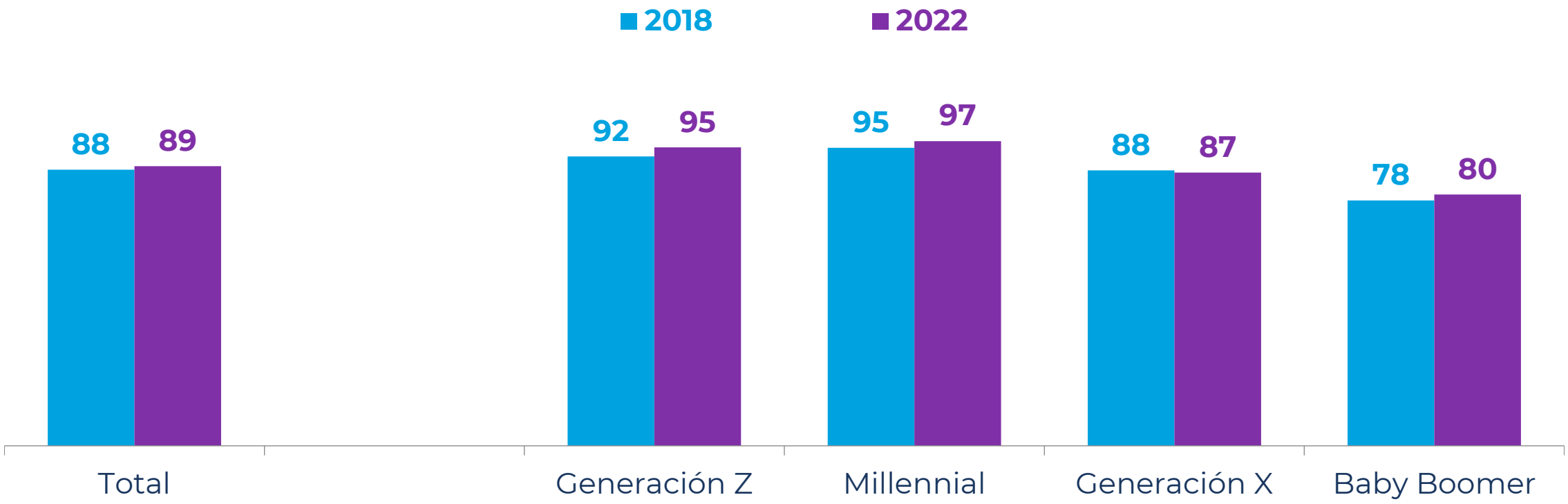
CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Uso de smartphone

Tenencia smartphone

¿Tienes celular Smartphone?

% Sí



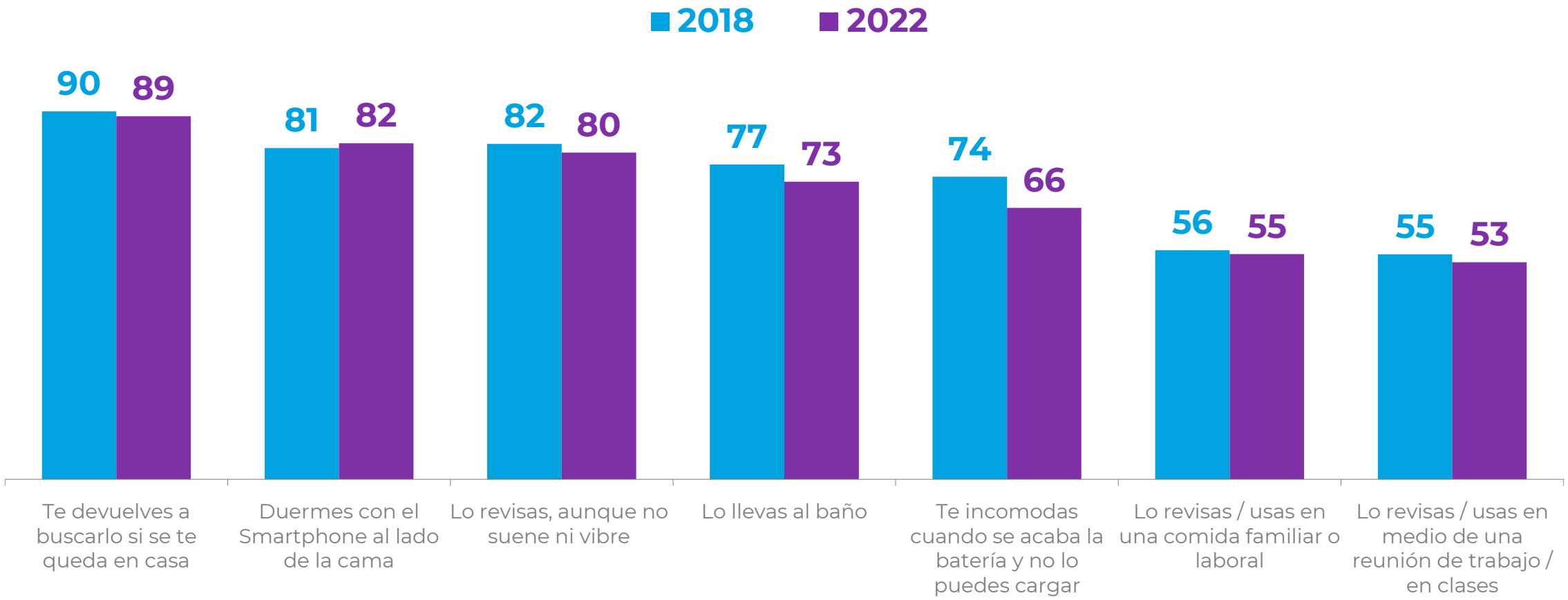
Casos: Total muestra 2018 N=1.597 / 2022 N=1.655.

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Hábitos con el smartphone

Con respecto al uso de tu Smartphone, ¿Nos podrías decir si tú...?

% Sí



Casos: Entre quienes tienen smartphone 2018 N=1.461 / 2022 N=1.505.

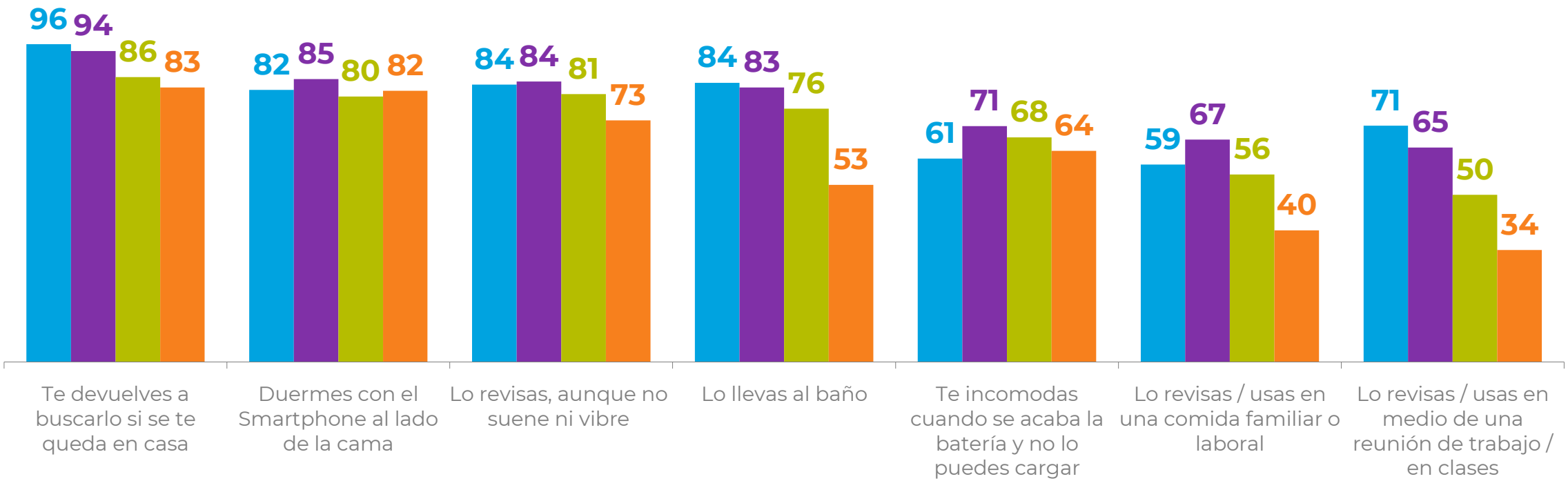
CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Hábitos con el smartphone

Con respecto al uso de tu Smartphone, ¿Nos podrías decir si tú...?

% Sí

Promedio de acciones que realiza	Generación Z	Millennials	Generación X	Baby Boomers
	5,4	5,5	5,1	4,3

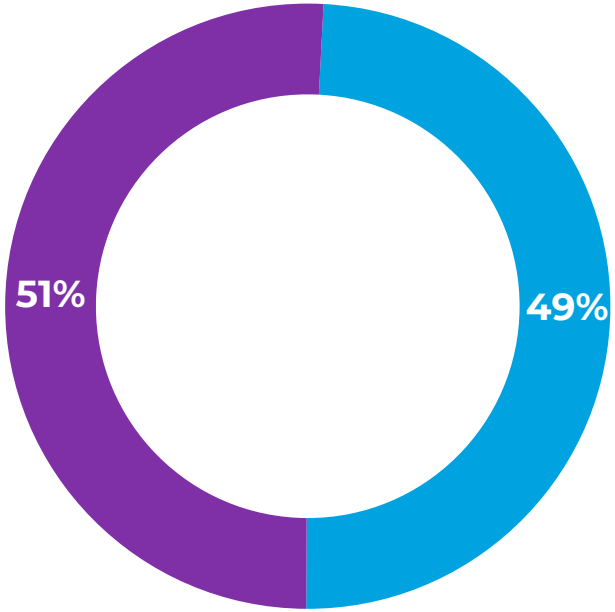


Casos: Entre quienes tienen smartphone N=1.505.

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

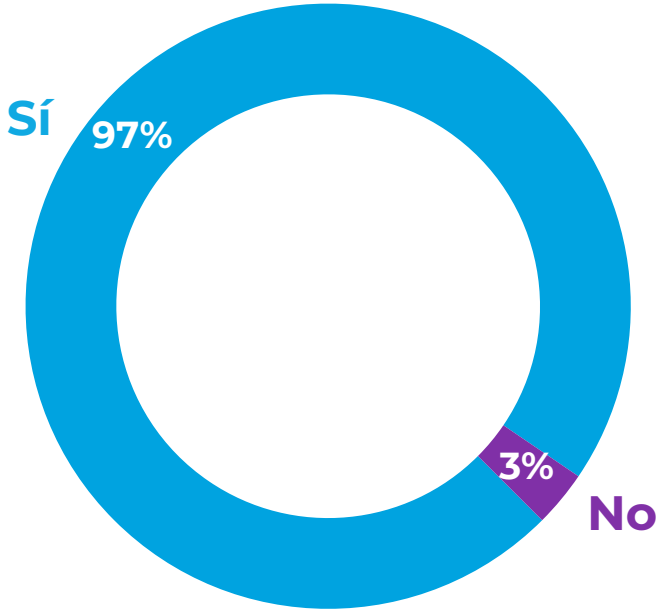
Adicción personal al smartphone

¿Te definirías como adicto a tu Smartphone?



Casos: quienes tienen un Smartphone

¿Crees que los chilenos son adictos a su Smartphone?



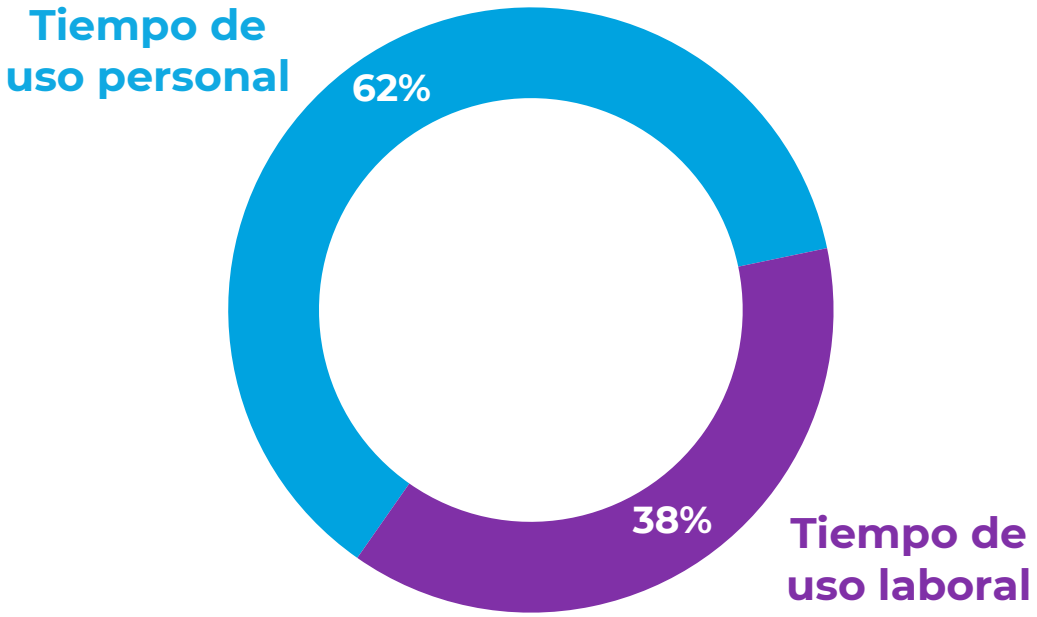
Casos: total muestra

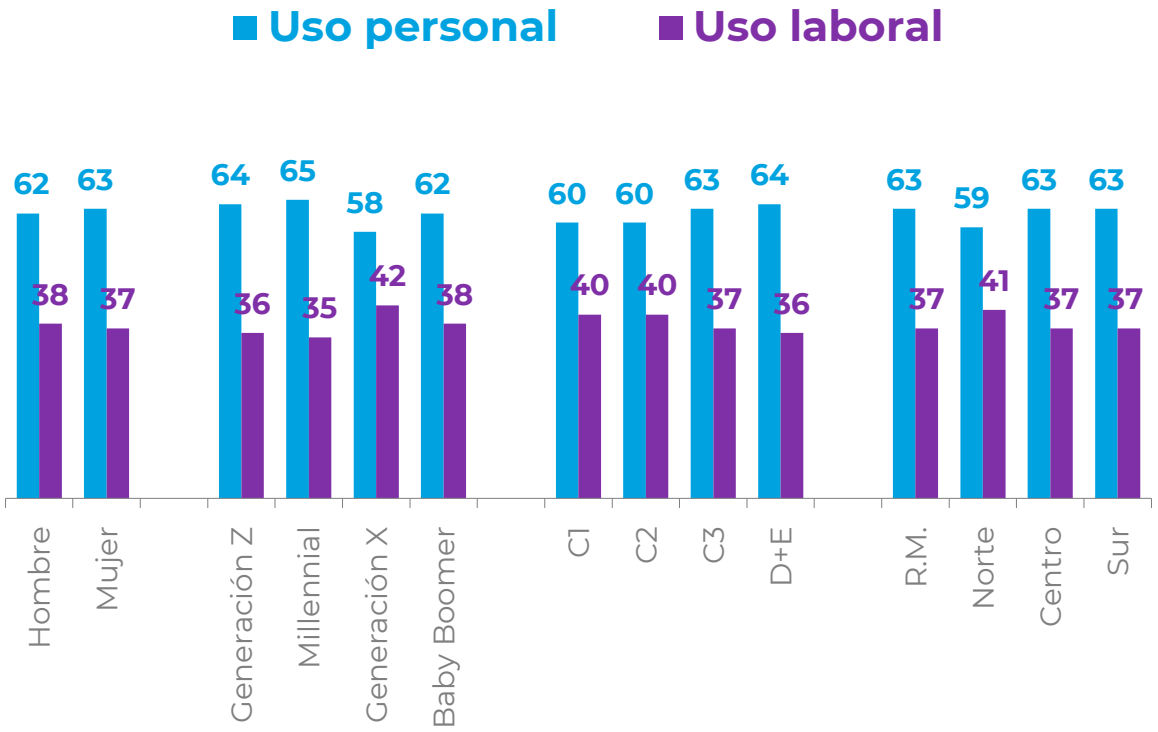
CADEM
RESEARCH
& ESTRATEGIA

Tipo de uso smartphone

¿Qué porcentaje del tiempo usas tu Smartphone para materias laborales y para asuntos personales?

%





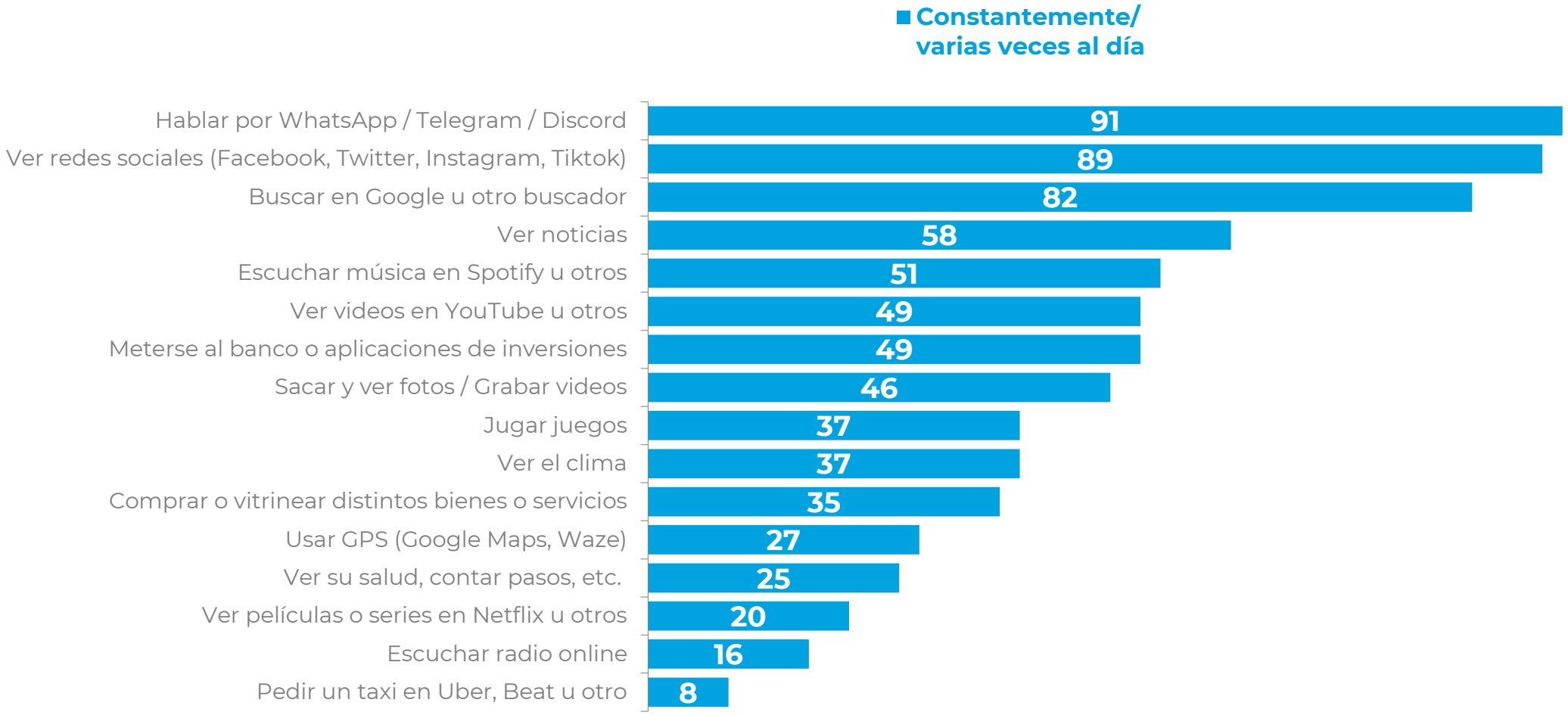
Casos: Entre quienes tienen smartphone N=1.505.

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Frecuencia uso smartphone

Pensando en un día normal, ¿Con cuánta frecuencia usas tu smartphone para...?

%



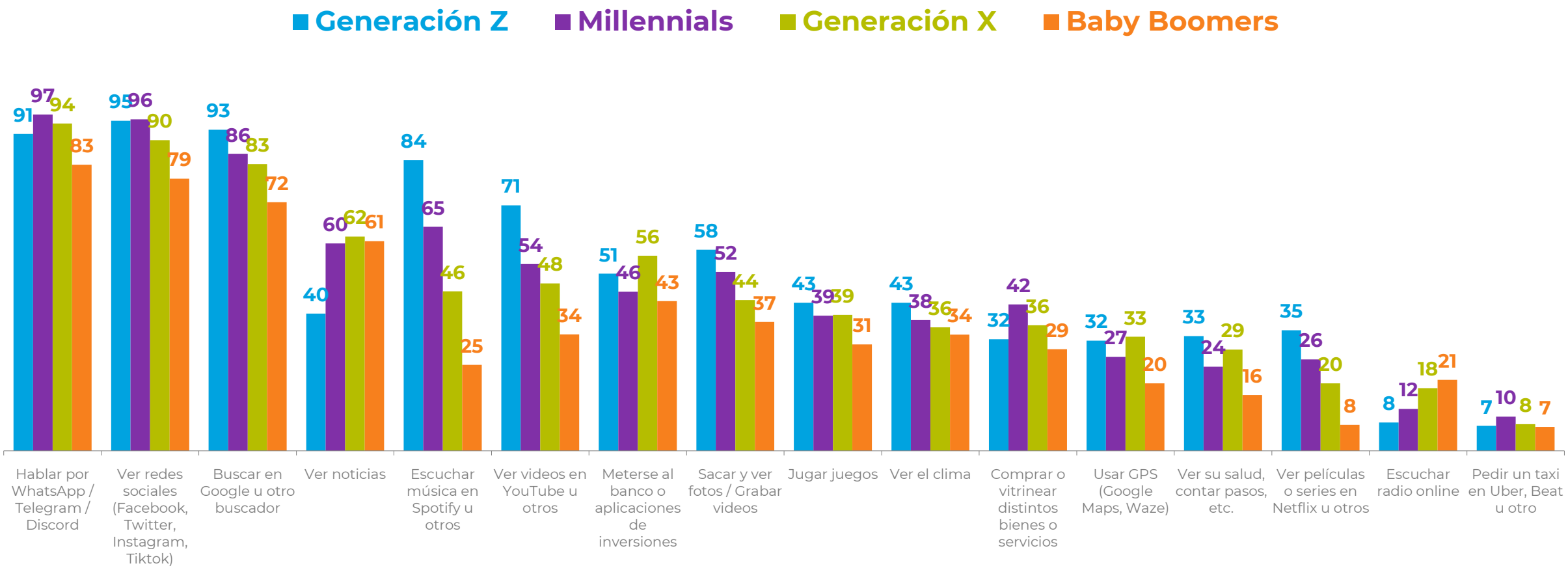
Casos: Entre quienes tienen smartphone N=1.505.

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Frecuencia uso smartphone

Pensando en un día normal, ¿Con cuánta frecuencia usas tu smartphone para...?

% Constantemente + Un par de veces al día



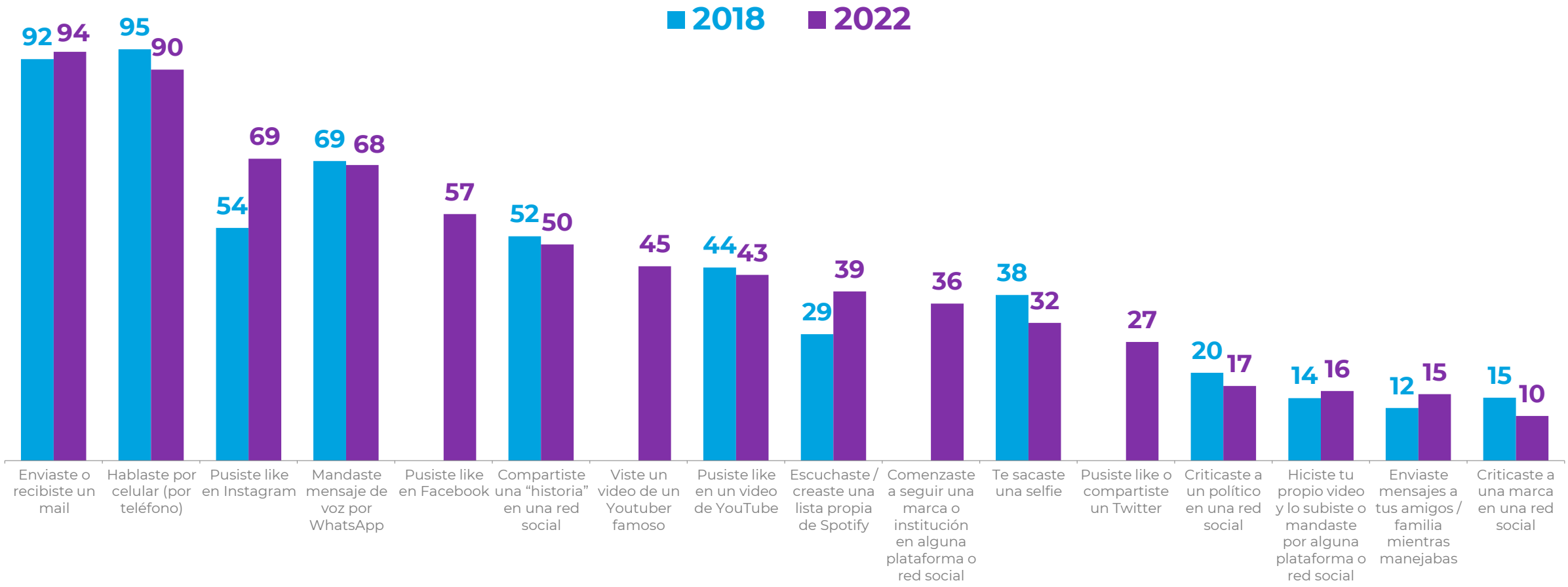
Casos: Entre quienes tienen smartphone N=1.505.

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Acciones en smartphone

¿En las últimas 24 realizaste alguna de estas acciones desde tu smartphone?

% Sí



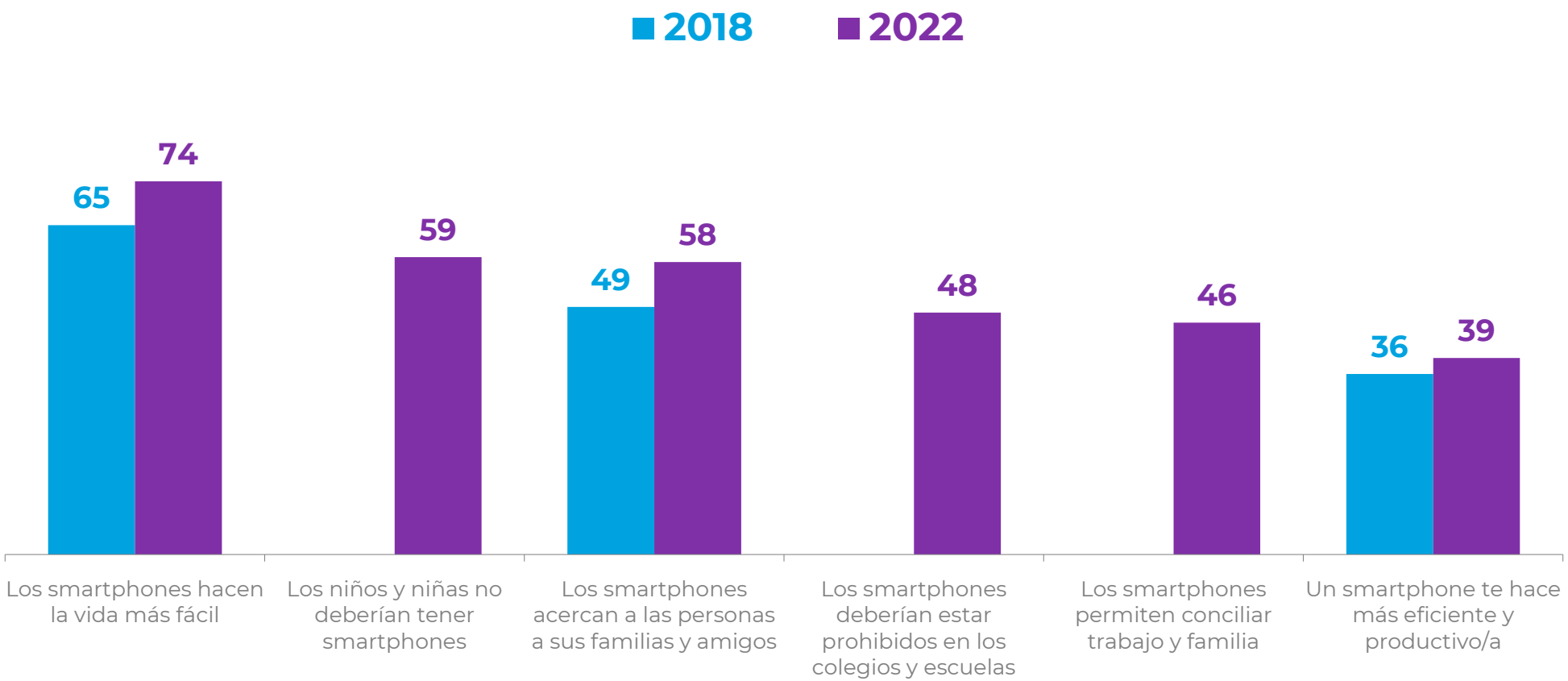
Casos: Entre quienes tienen smartphone, 2018= 1.461 y 2022=1.505

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Percepciones sobre los smartphones

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con las siguientes afirmaciones sobre las Redes Sociales y los Smartphones?

% Muy de acuerdo + De acuerdo



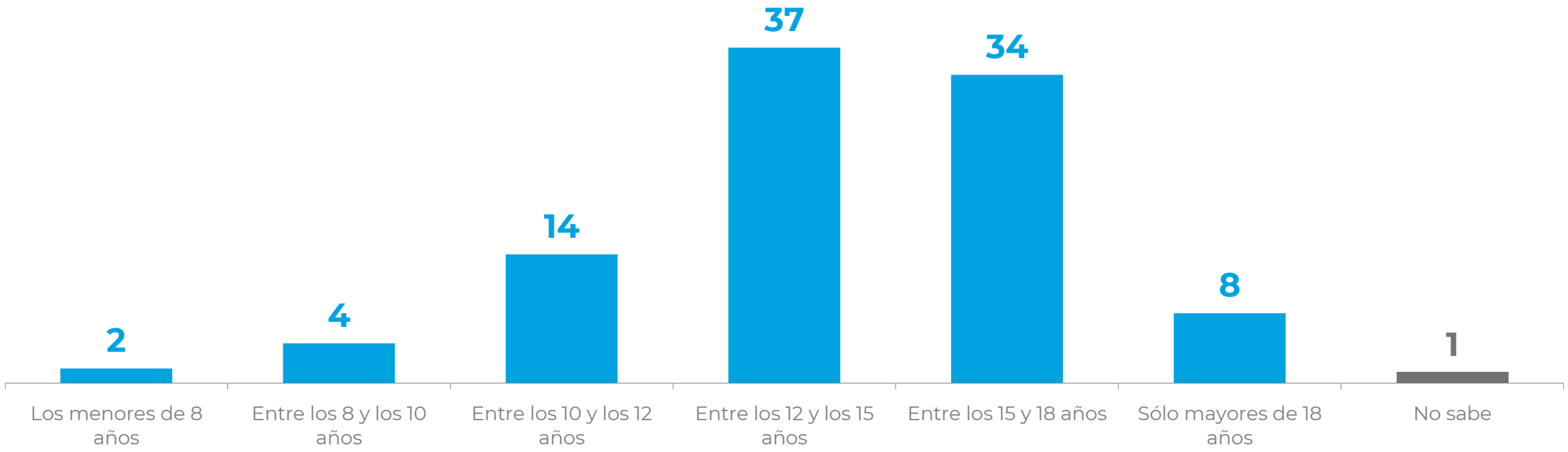
Casos: Total muestra 2018 N=1.597 / 2022 N=1.655.

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Edad de acceso al smartphone

¿A qué edad crees que un menor de 18 años debería tener acceso a un smartphone?

%



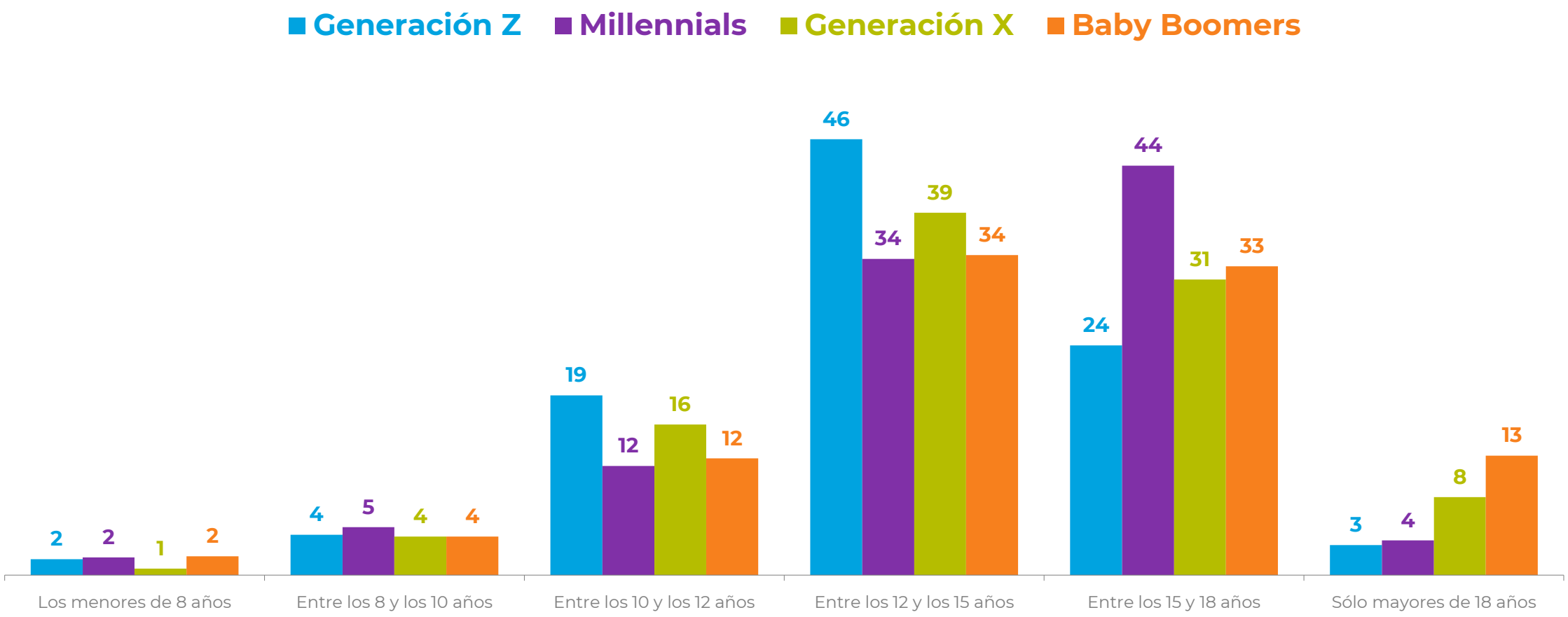
Casos: 1.655

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Edad de acceso al smartphone

¿A qué edad crees que un menor de 18 años debería tener acceso a un smartphone?

%

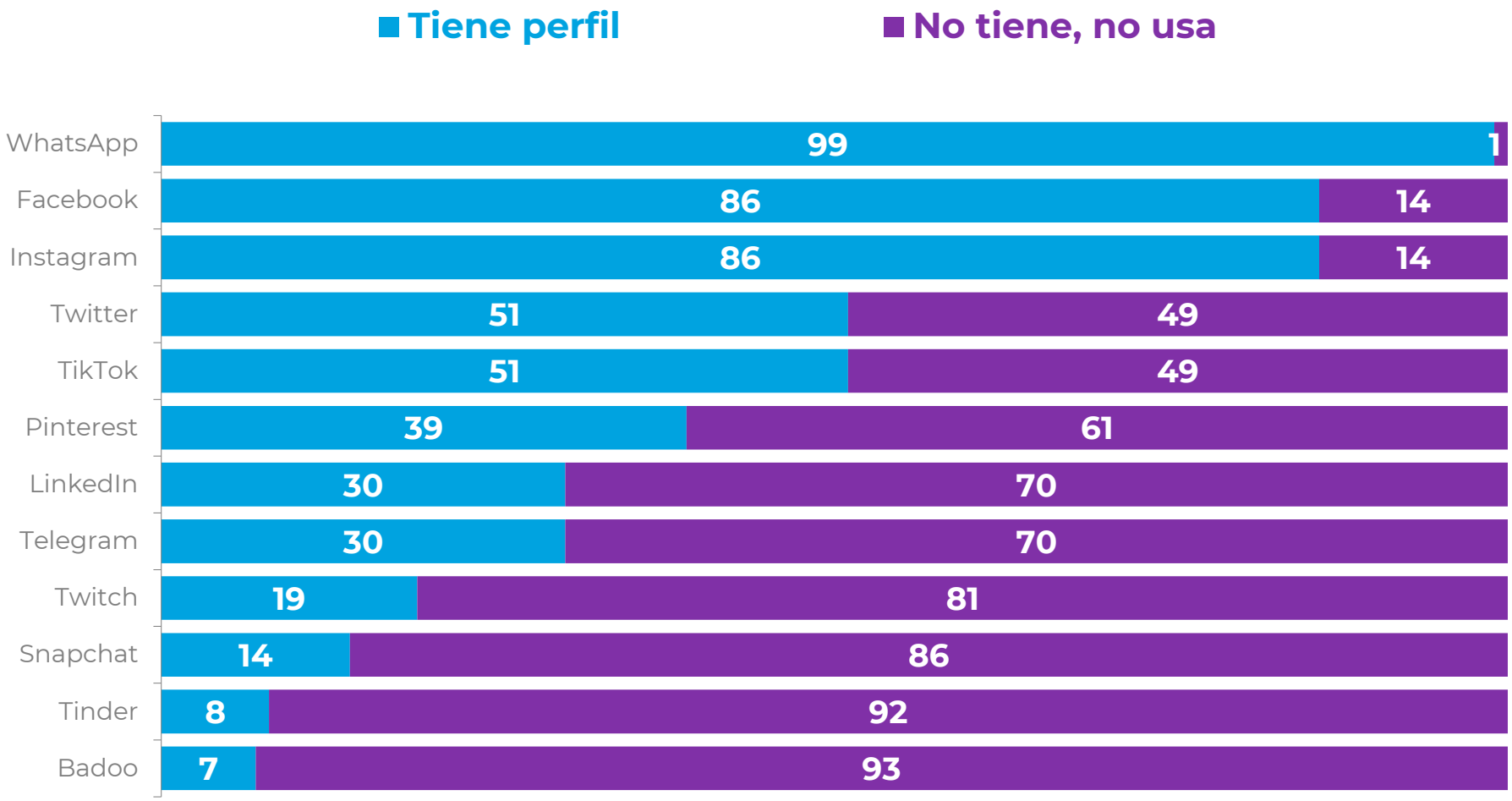


Casos: 1.655. El 100% de cada generación se completa con los “no sabe”.

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Redes sociales

Uso de redes sociales



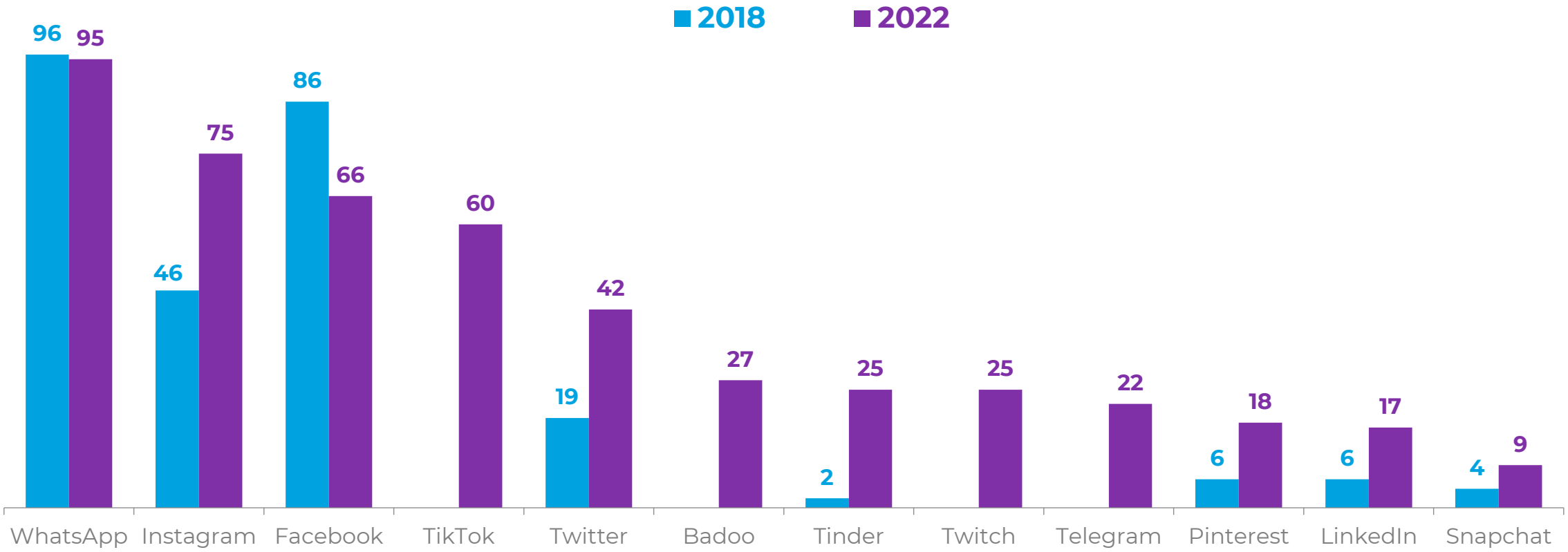
Casos: 1.655

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Frecuencia de uso de redes sociales

Pensando en los últimos 7 días, ¿Con cuánta frecuencia usaste las siguientes redes sociales y plataformas?

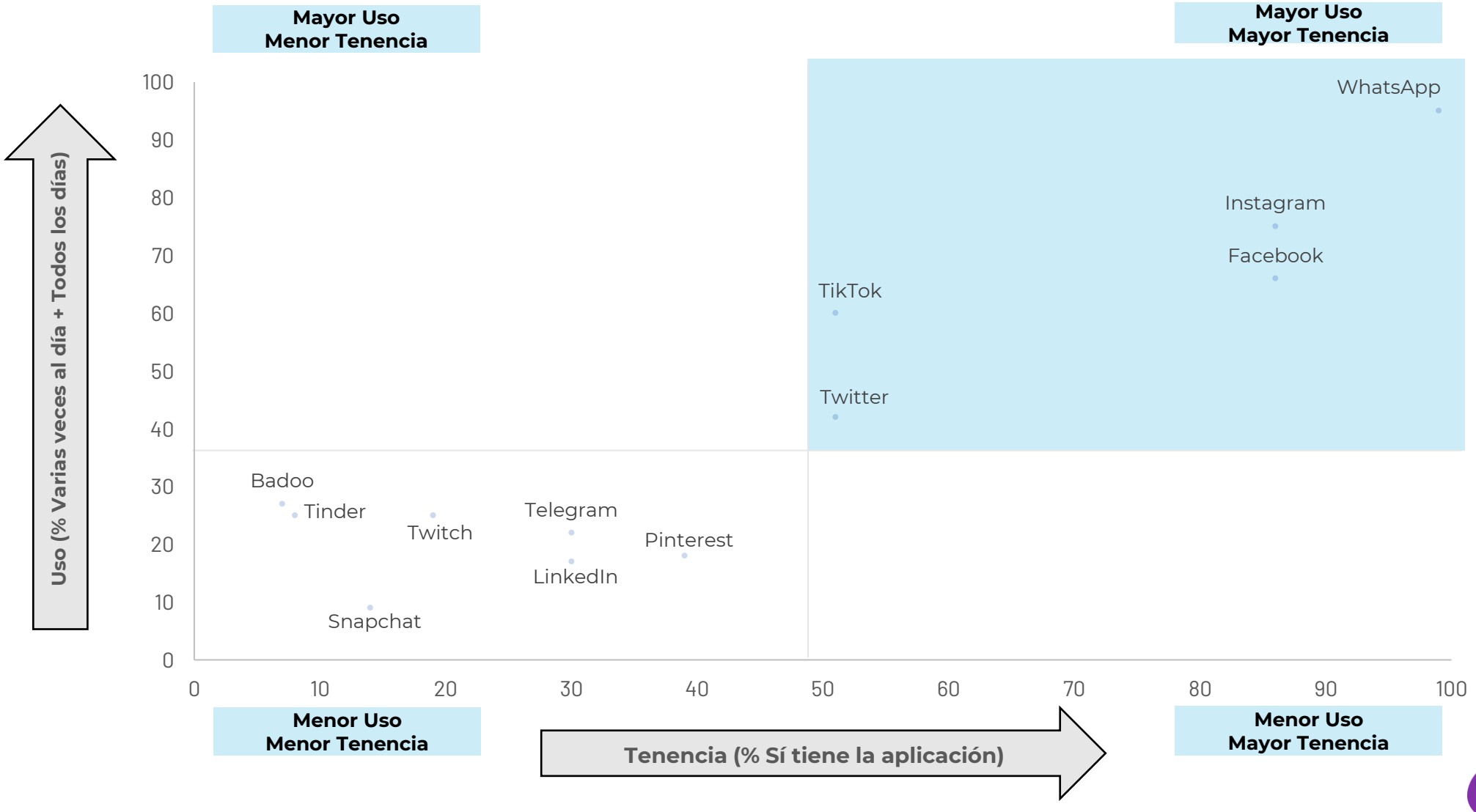
% Varias veces al día + Todos los días



Casos: Entre quienes utilizan cada red o plataforma.

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Tenencia y Uso de las aplicaciones



*Las líneas de corte de cada eje corresponden al promedio de valores en cada uno de ellos.

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Mejor red social por ámbitos

¿Cuál es la mejor Red Social y/o App para...?

%

	Total	Gen Z	Millennials	Gen X	Baby Boomers
Ver fotos	Instagram	Instagram	Instagram	Instagram, Facebook	Instagram, Facebook
Compartir fotos	Instagram	Instagram	Instagram	Instagram, Facebook	WhatsApp
Compartir videos	Instagram, WhatsApp	Instagram	Instagram	Facebook, WhatsApp	WhatsApp
Comunicarme con mis amigos	WhatsApp	WhatsApp, Instagram	WhatsApp	WhatsApp	WhatsApp
Comunicarme con mi familia	WhatsApp	WhatsApp	WhatsApp	WhatsApp	WhatsApp
Comunicarme para trabajar / estudiar	WhatsApp	WhatsApp	WhatsApp	WhatsApp	WhatsApp
Conocer a una pareja	Tinder	Tinder, Instagram	Tinder	Ninguna	Ninguna
Hacer un reclamo	Twitter, Facebook	Twitter	Twitter	Twitter, Facebook	Facebook, Twitter
Opinar	Twitter, Facebook	Twitter	Twitter	Facebook, Twitter	Facebook, Twitter
Entretenerme	YouTube, Instagram	Instagram, YouTube	Instagram, YouTube	Facebook, Instagram	YouTube, Facebook
Mantenerme informado / seguir noticias	Facebook, Twitter	Twitter, Instagram	Twitter, Facebook	Facebook, Twitter	Facebook, Twitter
Seguir marcas	Instagram	Instagram	Instagram	Instagram	Instagram
Seguir a políticos	Twitter	Twitter	Twitter	Twitter	Twitter
Seguir a famosos	Instagram	Instagram	Instagram	Instagram	Instagram
Compartir mis viajes	Instagram	Instagram	Instagram	Instagram, Facebook	Facebook
Buscar destinos / ideas para viajes	Instagram	Instagram	Instagram	Instagram, Facebook	Facebook
Ver tutoriales, sacar ideas (cocina, decoración, etc.)	YouTube	YouTube	YouTube	YouTube	YouTube
Organizar una fiesta/celebración	WhatsApp	WhatsApp	WhatsApp	WhatsApp	WhatsApp
Buscar trabajo	LinkedIn	Facebook, LinkedIn	LinkedIn	LinkedIn, Facebook	LinkedIn
Seguir nuevas tendencias	Instagram	Instagram	Instagram	Instagram	Instagram

Casos: 1.655

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Mejor red social por ámbitos

¿Cuál es la mejor Red Social y/o App para...?

%

	Facebook	Twitter	WhatsApp	YouTube	Instagram	Pinterest	Snapchat	LinkedIn	Tinder	Ninguna
Ver fotos	24	1	7	1	55	7	1	0	0	4
Compartir fotos	20	1	24	0	49	1	0	0	1	4
Compartir videos	20	1	29	15	31	0	0	0	0	4
Comunicarme con mis amigos	8	1	78	0	12	0	0	0	0	1
Comunicarme con mi familia	4	0	93	0	1	0	0	0	0	2
Comunicarme para trabajar / estudiar	4	1	80	2	2	0	0	4	0	7
Conocer a una pareja	11	1	4	0	12	0	0	0	38	34
Hacer un reclamo	26	29	8	1	6	0	0	2	0	28
Opinar	31	39	7	1	12	0	0	1	0	9
Entretenerme	22	3	4	32	29	3	1	0	0	6
Mantenerme informado / seguir noticias	32	32	2	6	17	0	0	0	0	11
Seguir marcas	18	4	2	2	59	1	0	0	0	14
Seguir a políticos	10	44	1	2	16	0	0	0	0	27
Seguir a famosos	8	8	2	1	66	0	0	0	0	15
Compartir mis viajes	23	1	12	1	51	0	0	0	0	12
Buscar destinos / ideas para viajes	22	1	1	14	31	6	0	0	0	25
Ver tutoriales, sacar ideas (cocina, decoración, etc.)	11	0	1	63	11	11	0	0	0	3
Organizar una fiesta/celebración	13	1	65	1	10	1	0	0	0	9
Buscar trabajo	30	1	2	1	3	0	0	41	0	22
Seguir nuevas tendencias	12	7	3	3	51	11	1	0	0	12

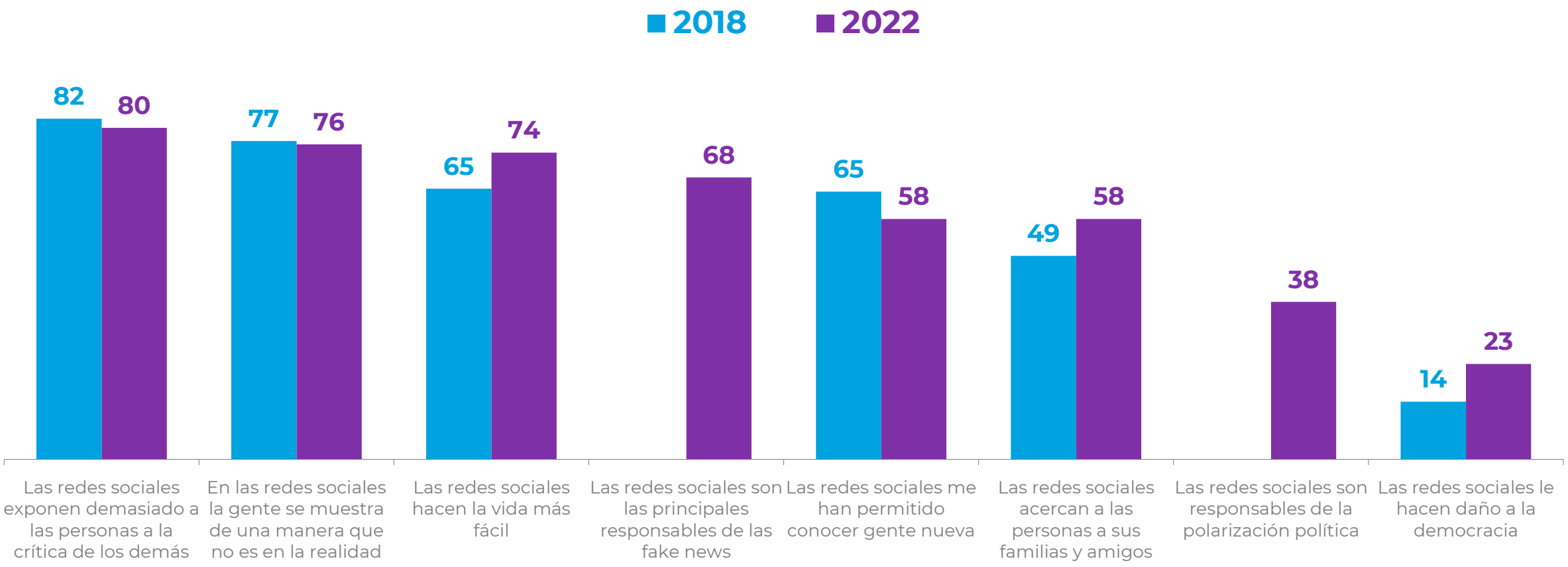
Casos: 1.655

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Percepciones hacia las redes sociales

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con las siguientes afirmaciones sobre las Redes Sociales y los Smartphones?

% Muy de acuerdo + De acuerdo

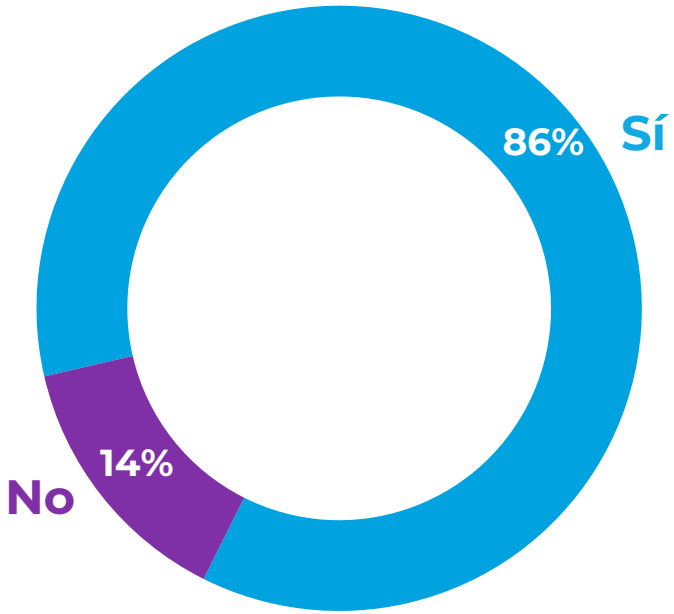


Casos: Total muestra 2018 N=1.597 / 2022 N=1.655.

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

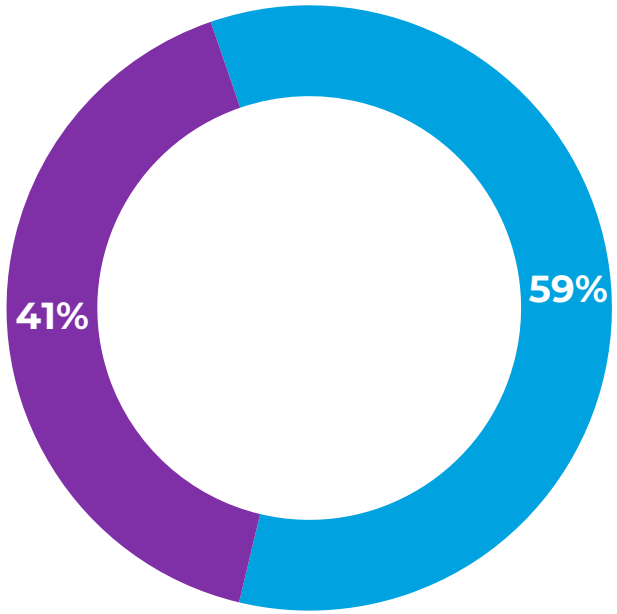
Publicidad en redes sociales

Durante el último mes, ¿Te ha aparecido publicidad de alguna marca en redes sociales?
%



Casos: Entre quienes utilizan alguna red o app N= 1.650.

¿Has comprado alguna vez un producto o servicio porque viste una publicidad en redes sociales?
%



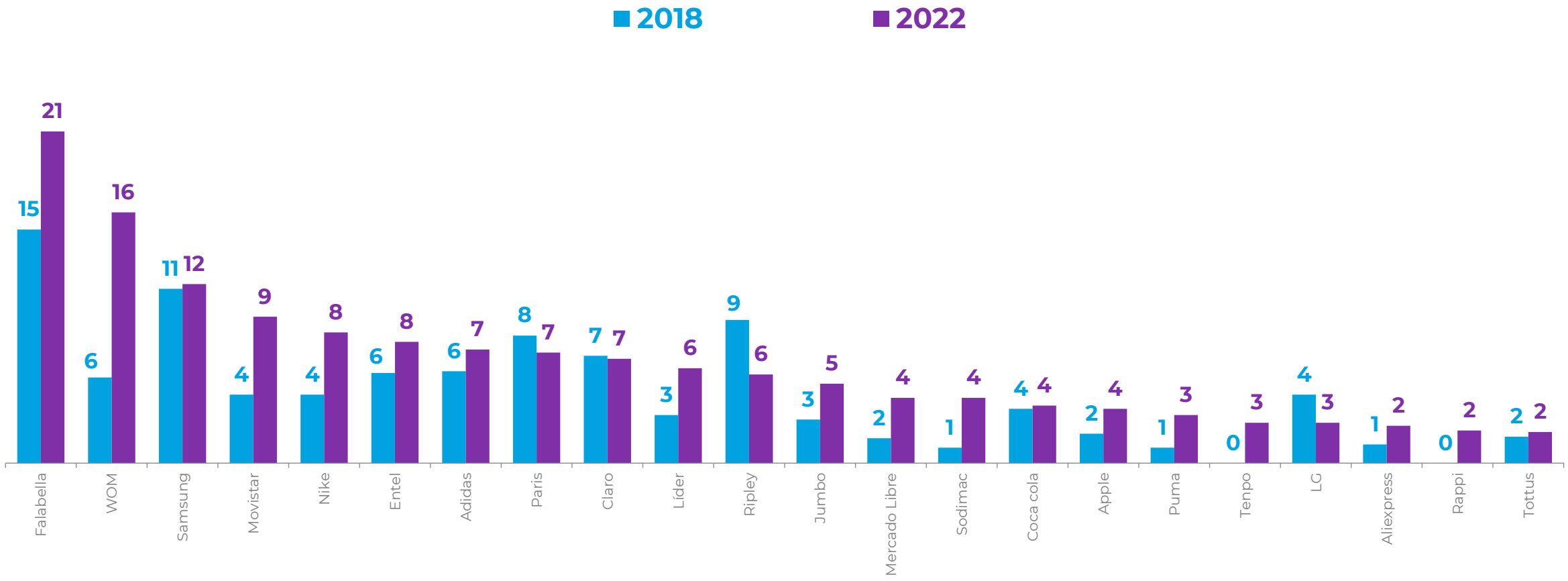
Casos: Entre quienes les ha aparecido publicidad N=1.372

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Publicidad más visible en redes

¿De cuál o cuáles marcas?

% Espontánea



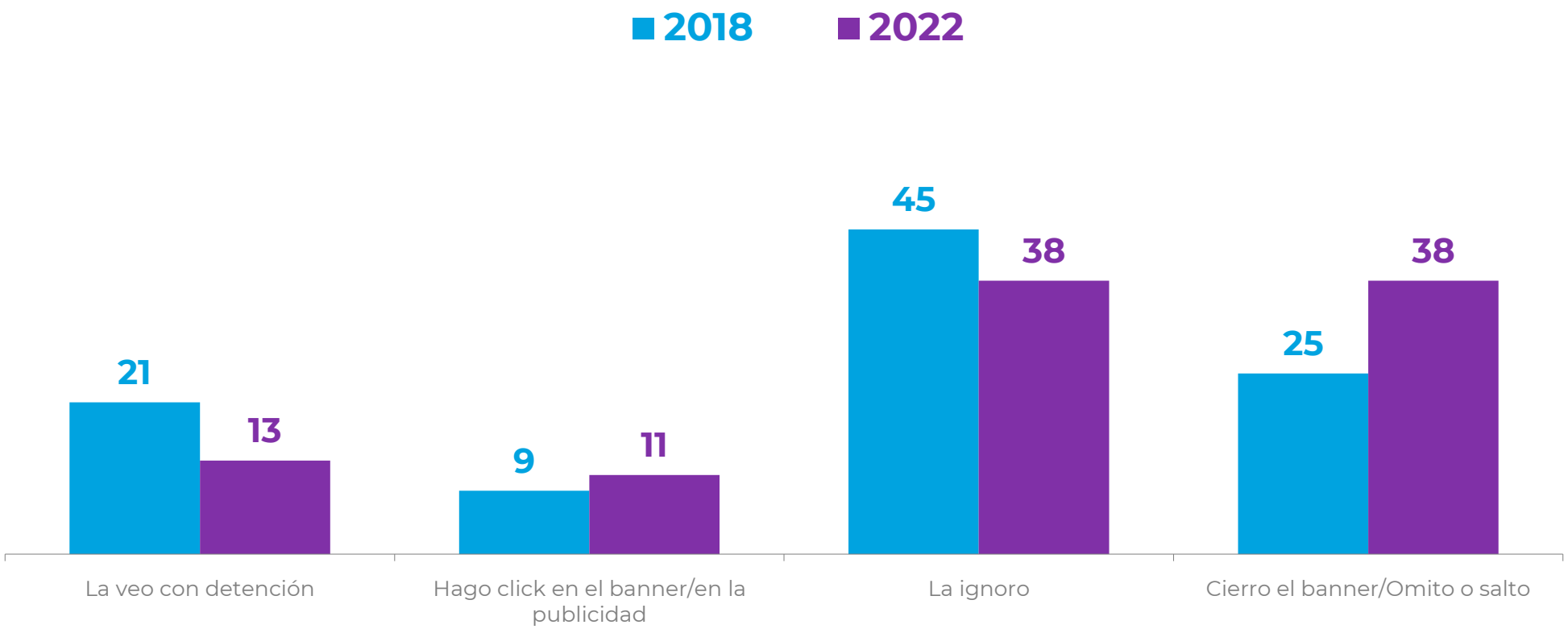
Casos: A quienes les ha aparecido publicidad. Menciones sobre 2%.

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Reacción ante la publicidad

¿Qué haces generalmente cuando te aparece una publicidad en redes sociales?

%



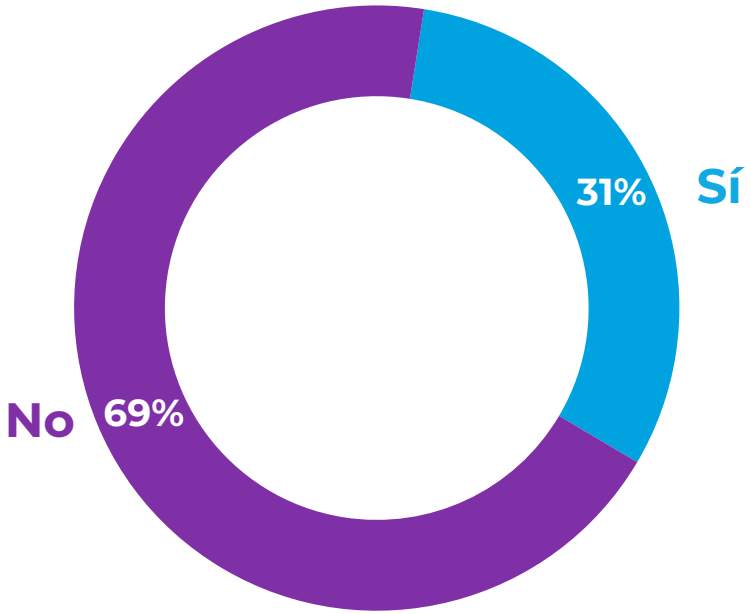
Casos: Total muestra 2018 N=1.597 / 2022 N=1.655.

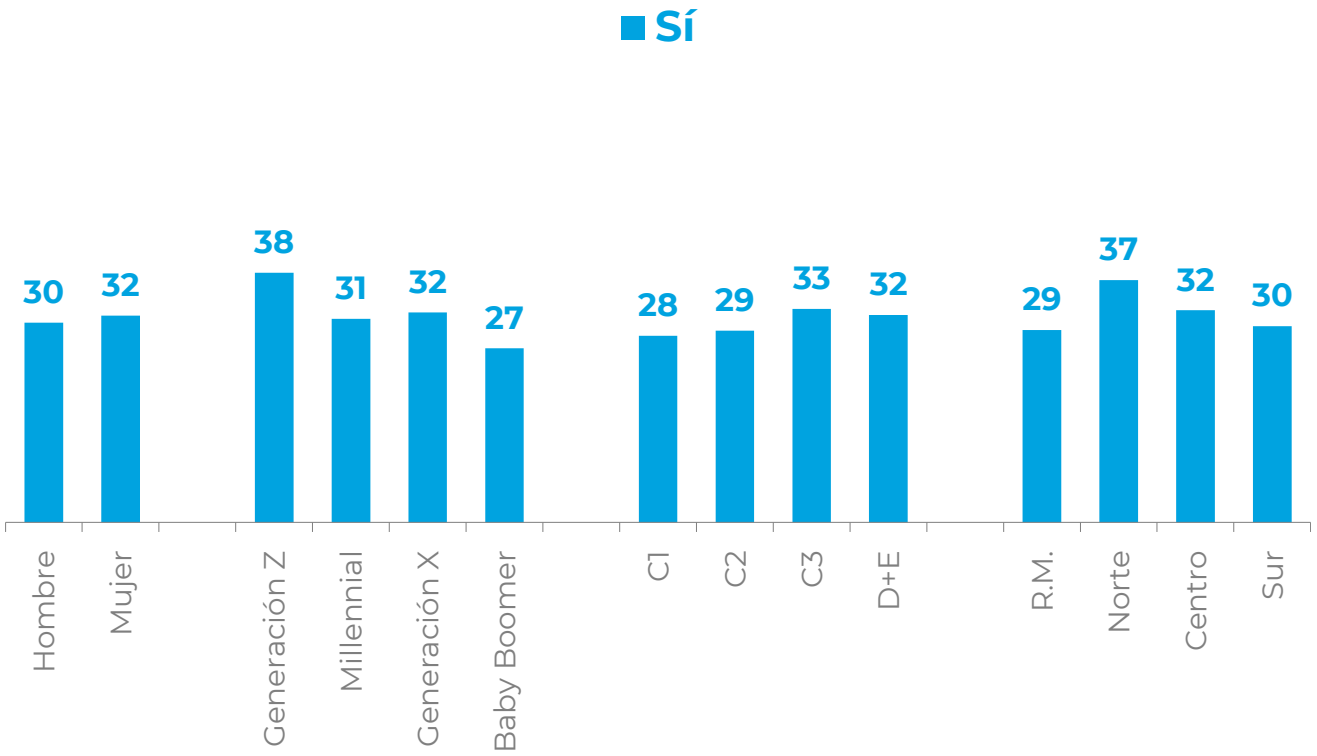
CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Privacidad

¿Crees que los datos que las redes sociales tienen sobre ti son privados?

%





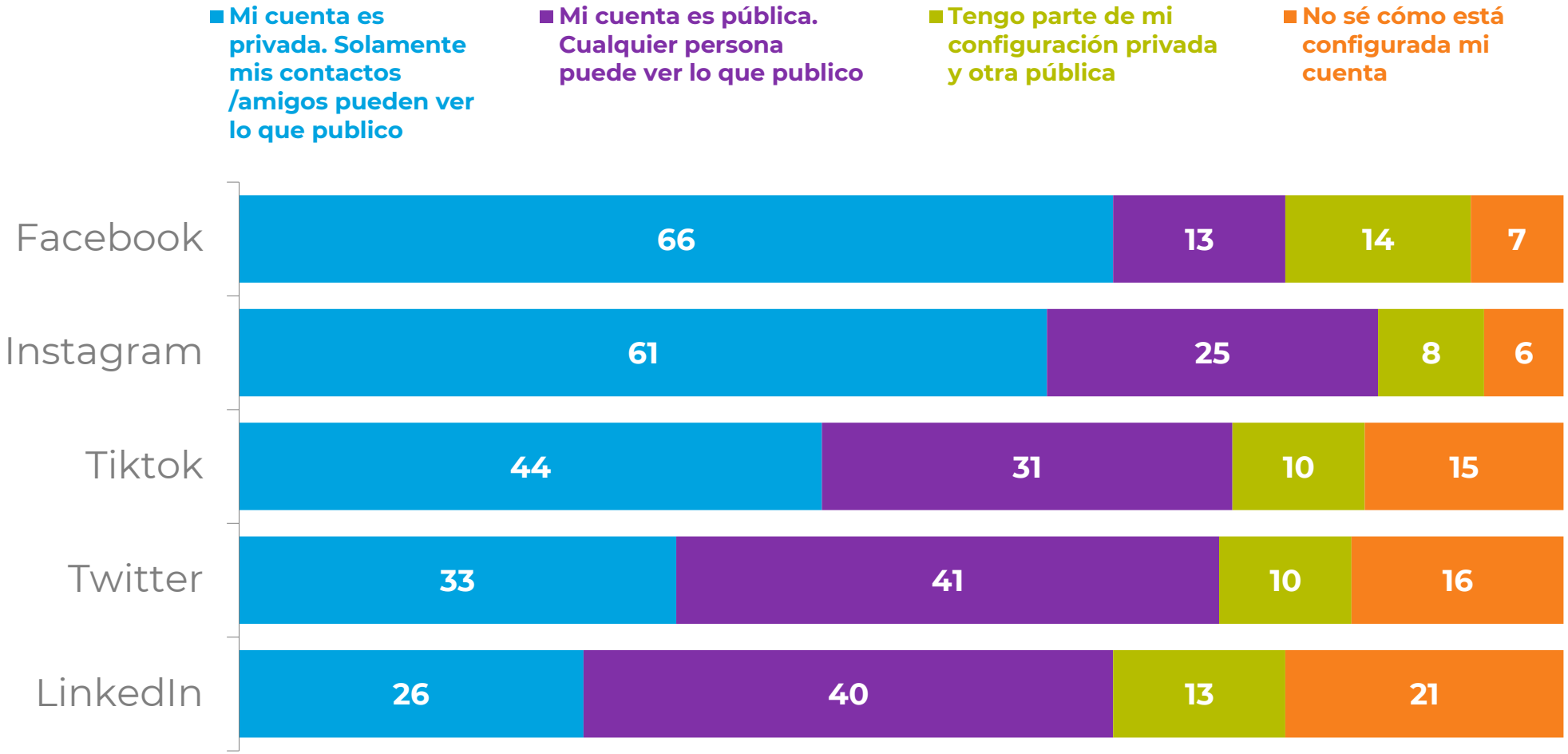
Casos: 1.655

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Privacidad

¿Qué tipo de configuración de seguridad tienes actualmente en tu cuenta de...?

%



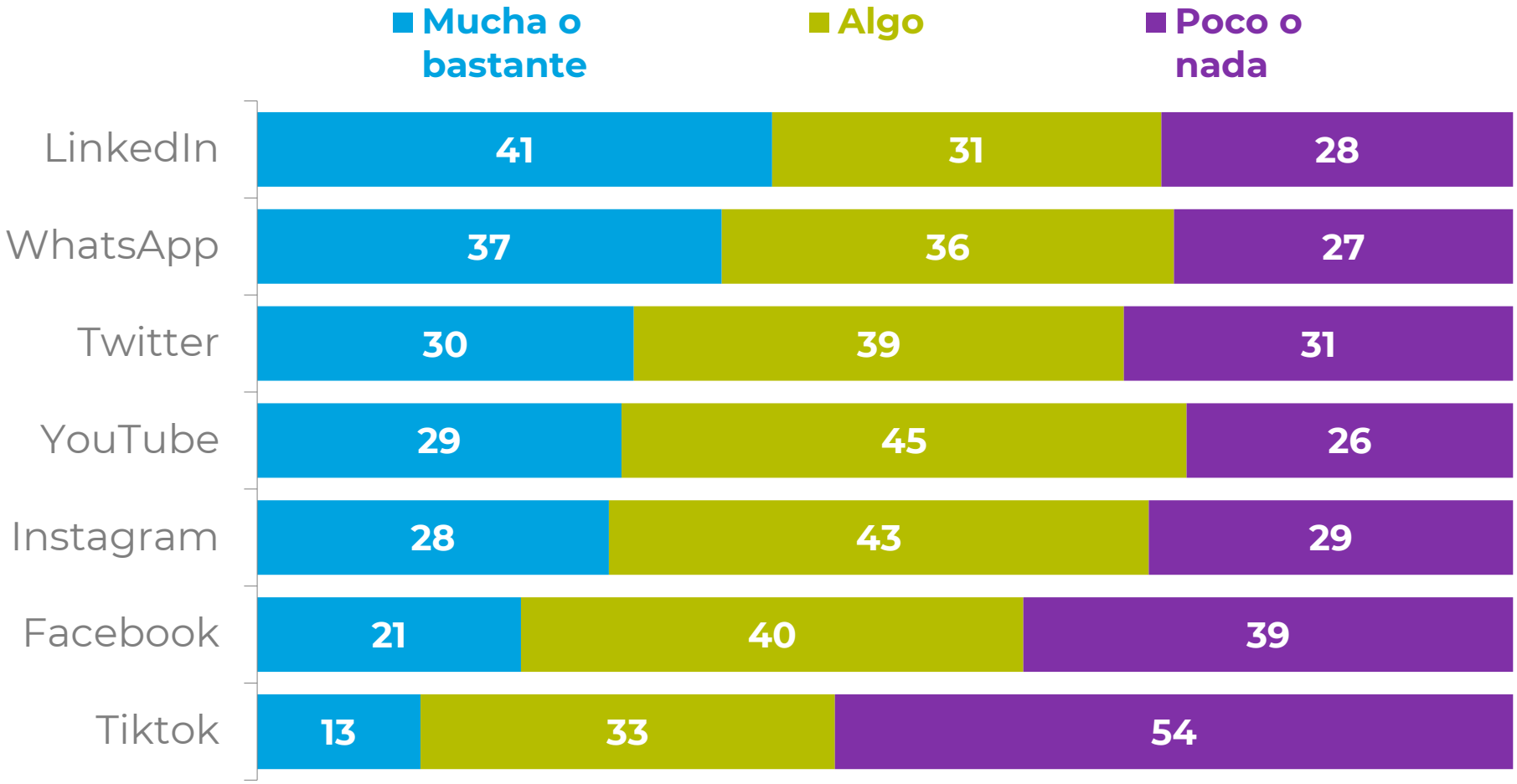
Casos: Entre quienes utilizan cada red o plataforma.

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Confianza en la información

¿Cuánta confianza tienes en la información y noticias que obtienes de...?

%



Casos: Entre quienes utilizan cada red o plataforma.

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

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

www.cadem.cl

CADEM
RESEARCH
& ESTRATEGIA