



ESTUDIO CHILENIDAD 2016

Metodología

¿Cómo lo hicimos?

Grupo Objetivo

Hombres y mujeres, mayores de 15 años de edad, de los GSE C1, C2, C3 y D, de todo el país.

Técnica

Estudio Cuantitativo con encuestas web aplicadas entre el 5 y 8 de septiembre.

Cuestionario estructurado de 7 minutos de aplicación aprox.

Tamaño de muestra

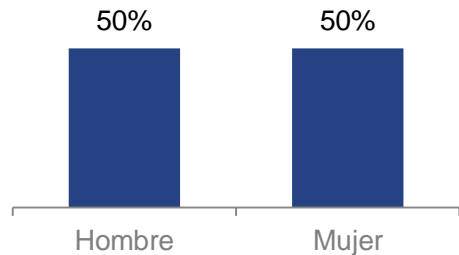
1.303 casos totales.

La muestra fue ponderada de acuerdo las variables edad, GSE y sexo.

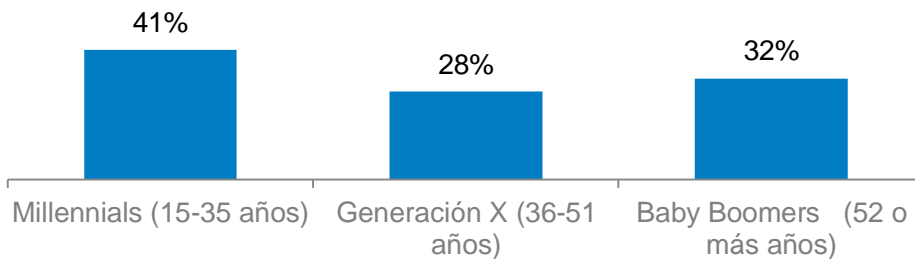
¿A quiénes entrevistamos?

Descripción de los encuestados ponderados

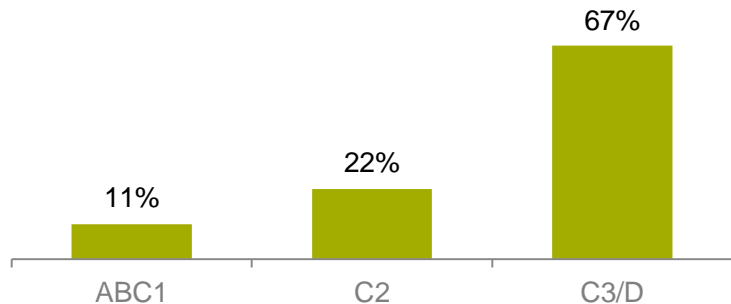
Sexo



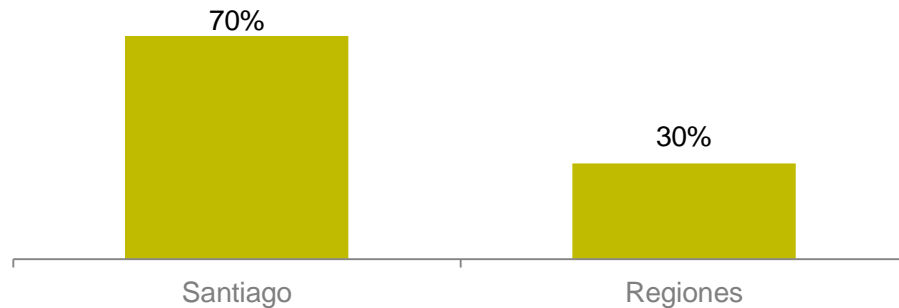
Edad



GSE



Zona



Resultados

Tradiciones Chilenas

¿Cuál de estas tradiciones crees que identifican más a los chilenos? Elige 3

Principales menciones



75%

Fondas y ramadas

Mucho más cercanas a las mujeres que a los hombres (80% vs 69%).



65%

La cueca

Los Millennials se identifican más con la cueca que las otras generaciones (74% vs 67% Generación X y 54% Baby Boomers).



61%

Las empanadas

Más relevante para los Millennials y Generación X que para los Baby Boomers (69%, 64% y 49% respectivamente).



25%

La parada militar

Los Baby Boomers se identifican más que las otras generaciones (36% vs 22% Generación X y 19% Millennials).

Tradiciones Chilenas

¿Cuál de estas tradiciones crees que identifican más a los chilenos? Elige 3

Principales menciones



	Las fondas y ramadas	La cueca	Las empanadas	La parada militar	La chicha	El rodeo	La Tirana	La vendimia	El circo
Total	75%	65%	61%	25%	14%	13%	8%	7%	5%
Hombre	69%	70%	57%	26%	17%	15%	9%	8%	7%
Mujer	80%	61%	66%	24%	11%	11%	7%	7%	4%
Millennials	75%	74%	69%	19%	15%	9%	9%	10%	3%
Generación X	76%	67%	64%	22%	17%	14%	10%	6%	6%
Baby Boomers	72%	54%	49%	36%	10%	17%	5%	5%	7%

Elementos geográficos Chilenos

¿Cuáles de estos elementos geográficos crees que caracterizan más a nuestro país? Elige 3 Principales menciones



62%

Cordillera de los Andes

Por lejos, la Cordillera de los Andes es el elemento geográfico que más nos caracteriza como país (sin que se observen grandes diferencias por segmentos).



39%

Isla de Pascua



37%

Valparaíso



37%

Torres del Paine

Elementos geográficos Chilenos

¿Cuáles de estos elementos geográficos crees que caracterizan más a nuestro país? Elige 3 Principales menciones



	Cordillera de los Andes	Isla de Pascua	Valparaíso	Las Torres del Paine	Desierto de Atacama	Chiloé	Los lagos del sur	San Pedro de Atacama	Las viñas de la zona central	Laguna San Rafael
Total	62%	39%	37%	37%	24%	24%	21%	20%	12%	3%
Hombre	63%	35%	33%	40%	29%	28%	21%	18%	10%	4%
Mujer	61%	43%	42%	34%	20%	21%	22%	23%	13%	2%
Millennials	62%	47%	32%	42%	23%	27%	17%	24%	14%	2%
Generación X	59%	39%	48%	38%	21%	29%	18%	18%	13%	3%
Baby Boomers	65%	29%	34%	30%	29%	16%	30%	17%	7%	5%

Logros chilenos

¿Qué logros de chilenos te han generado más orgullo?

Principales menciones



30%

Copa América
2015

Levemente, los hombres se sienten más orgullosos de este logro que las mujeres (33% vs 27%).

Los Millennials y Generación X se enorgullecen más que los Baby Boomers (38%, 34% y 16% respectivamente).



30%

El premio nobel de
Gabriela Mistral y Pablo
Neruda

Para las mujeres, éste es el logro que más las enorgullece (33% vs 26% de los hombres).

Los Baby Boomers se enorgullecen más que las otras generaciones (38% vs 32% Generación X y 22% Millennials).

Logros chilenos

¿Qué logros de chilenos te han generado más orgullo?

Principales menciones



	La Copa América 2015	El Premio Nobel de Gabriela Mistral y Pablo Neruda	Las medallas de Oro y Bronce de Nicolás Massú y Fernando González en JJOO	Ninguno de éstos	El plebiscito de 1988	Cecilia Bolocco elegida Miss Universo
Total	30%	30%	17%	10%	9%	3%
Hombre	33%	26%	18%	9%	11%	3%
Mujer	27%	33%	17%	11%	8%	4%
Millennials	38%	22%	19%	16%	4%	1%
Generación X	34%	32%	15%	9%	10%	%
Baby Boomers	16%	38%	18%	4%	16%	9%

Modismos chilenos

¿Cuál de estos modismos chilenos usas más? Elige 3 Principales menciones



Los Baby Boomers y Generación X lo utilizan en igual medida y mucho más que los Millennials (54% vs 30%).

44%
Altiro

38%
Pucha

Más usado en mujeres que hombres (51% vs 24%).

Más usado en mujeres que hombres (56% vs 39%).
Los Millennials lo utilizan más (51% vs 44% Generación X y 35% Baby Boomers).

47%
Sipo

33%
Cachai

Los Millennials y Generación X lo utilizan más que los Baby Boomers (42% ,44% y12% respectivamente).

Más usado en hombres que mujeres (65% vs 38%).
Los Millennials lo utilizan más (61% vs 53% Generación X y 37% Baby Boomers).

51%
Weón

19%
Bacán

Más cercano a los Millennials que a las otras generaciones (33% vs 14% Generación X y 3% Baby Boomers).

Modismos chilenos

¿Cuál de estos modismos chilenos usas más? *Elige 3 Principales menciones*



	Weón	Sipo	Altiro	Pucha	Cachai	Bacán	Filo	No uso ninguno de éstos	Choro
Total	51%	47%	44%	38%	33%	19%	8%	7%	4%
Hombre	65%	39%	42%	24%	31%	22%	5%	10%	5%
Mujer	38%	56%	46%	51%	36%	15%	10%	5%	3%
Millennials	61%	59%	30%	34%	42%	33%	11%	1%	2%
Generación X	53%	44%	54%	38%	44%	14%	7%	4%	1%
Baby Boomers	37%	35%	54%	42%	12%	3%	4%	18%	8%

Platos típicos

¿Cuáles de estos platos sientes que es más propio de los chilenos? Elige 3

Principales menciones



43%

La Cazuela



41%

Las empanadas



32%

Porotos



30%

Mote con huesillos



26%

Pastel de choclo



18%

Humitas



14%

El asado



14%

Sopaipillas

No hay mayores diferencias entre segmentos.

Platos típicos

¿Cuáles de estos platos sientes que es más propio de los chilenos? Elige 3

Principales menciones



	Cazuela	Empanadas	Porotos	Mote con huesillo	Pastel de choclo	Humitas	Asado	Sopaipillas	Pebre	Curanto	Completo	El mariscal	Tortillas de rescoldo	Chanchito en piedra	Arollado de huaso	Choripán	Anticuchos
Total	43%	41%	32%	30%	26%	18%	14%	14%	13%	13%	8%	7%	7%	6%	5%	5%	3%
Hombre	49%	37%	36%	25%	28%	19%	12%	13%	9%	13%	8%	8%	5%	5%	5%	3%	4%
Mujer	37%	46%	28%	35%	24%	18%	17%	16%	17%	13%	8%	5%	8%	8%	4%	6%	2%
Millennials	42%	41%	27%	29%	30%	22%	17%	16%	13%	18%	9%	5%	7%	7%	3%	5%	%
Generación X	42%	39%	33%	25%	28%	12%	15%	15%	19%	12%	6%	12%	7%	7%	6%	6%	4%
Baby Boomers	45%	42%	37%	35%	20%	19%	10%	12%	8%	8%	9%	4%	6%	5%	6%	2%	4%

Tragos típicos

¿Cuáles de estos tragos identifican mejor a los chilenos? Elige 3

Principales menciones



70%
Terremoto

Mayor identificación en mujeres que hombres (74% vs 66%).

Mayor en los Millennials que en el resto de las generaciones (80% vs 72% Generación X y 54% Baby Boomers).

También mayor en Santiago que en regiones (76% vs 56%).



52%
Pisco



52%
Chicha

Tragos típicos

¿Cuáles de estos tragos identifican mejor a los chilenos? Elige 3

Principales menciones



	Terremoto	Piscola	Chicha	Pisco sour	Jote	Vino pipeño	Navegado	Ponche a la romana (champaña + helado de piña)	Chocoron
Total	70%	52%	52%	31%	30%	23%	17%	7%	1%
Hombre	66%	53%	53%	29%	34%	23%	13%	6%	1%
Mujer	74%	51%	50%	33%	27%	24%	22%	8%	%
Millennials	80%	56%	43%	21%	40%	18%	18%	8%	1%
Generación X	72%	52%	58%	22%	37%	24%	20%	8%	%
Baby Boomers	54%	48%	57%	51%	12%	29%	15%	5%	%

Juegos o deportes típicos

¿Por cuál de los siguientes juegos o deportes típicos sientes más simpatía? Elige 3

Principales menciones



67%

Volantín

Existe mayor simpatía por este juego en regiones que en Santiago (76% vs 63%).



37%

Rayuela

Mayor simpatía en los hombres que en las mujeres (43% vs 31%) y en los Baby Boomers que en las otras generaciones (48% vs 34% Generación X y 30% Millennials).



32%

Trompo

Más en los hombres que en las mujeres (40% vs 24%).



22%

Carrera de sacos

Más en nlass mujeres que en los hombres (29% vs 16%).



22%

Cachipún

Más cercano a los Millennials que a las otras generaciones (32% vs 23% Generación X y 7% Baby Boomers).

Juegos o deportes típicos

¿Por cuál de los siguientes juegos o deportes típicos sientes más simpatía? Elige 3

Principales menciones



	Volantín	Rayuela	Trompo	Carrera de sacos	Cachipún	Emboque	Luche	Caballito de bronce	Rodeo	Palo ensebado	Hoyito patá	Payaya	Rana o sapo
Total	67%	37%	32%	22%	22%	18%	16%	14%	14%	12%	11%	10%	5%
Hombre	71%	43%	40%	16%	19%	15%	3%	19%	14%	9%	18%	6%	6%
Mujer	64%	31%	24%	29%	25%	21%	29%	9%	13%	14%	4%	13%	4%
Millennials	63%	30%	29%	28%	32%	23%	18%	13%	7%	15%	18%	12%	3%
Generación X	67%	34%	29%	20%	23%	16%	22%	20%	15%	11%	14%	9%	4%
Baby Boomers	72%	48%	37%	18%	7%	13%	9%	11%	22%	8%	%	8%	8%

Figuras mitológicas

¿Cuáles de las siguientes figuras mitológicas nos identifican más como chilenos?

Elige 3 Principales menciones



77%
El trauco

Levemente más cercano a las mujeres que los hombres (81% vs 73%).



70%
El Caleuche

Los Millennials y la Generación X se identifican más que los Baby Boomers (72%, 75% y 61% respectivamente).

Figuras mitológicas

¿Cuáles de las siguientes figuras mitológicas nos identifican más como chilenos?

Elige 3 Principales menciones



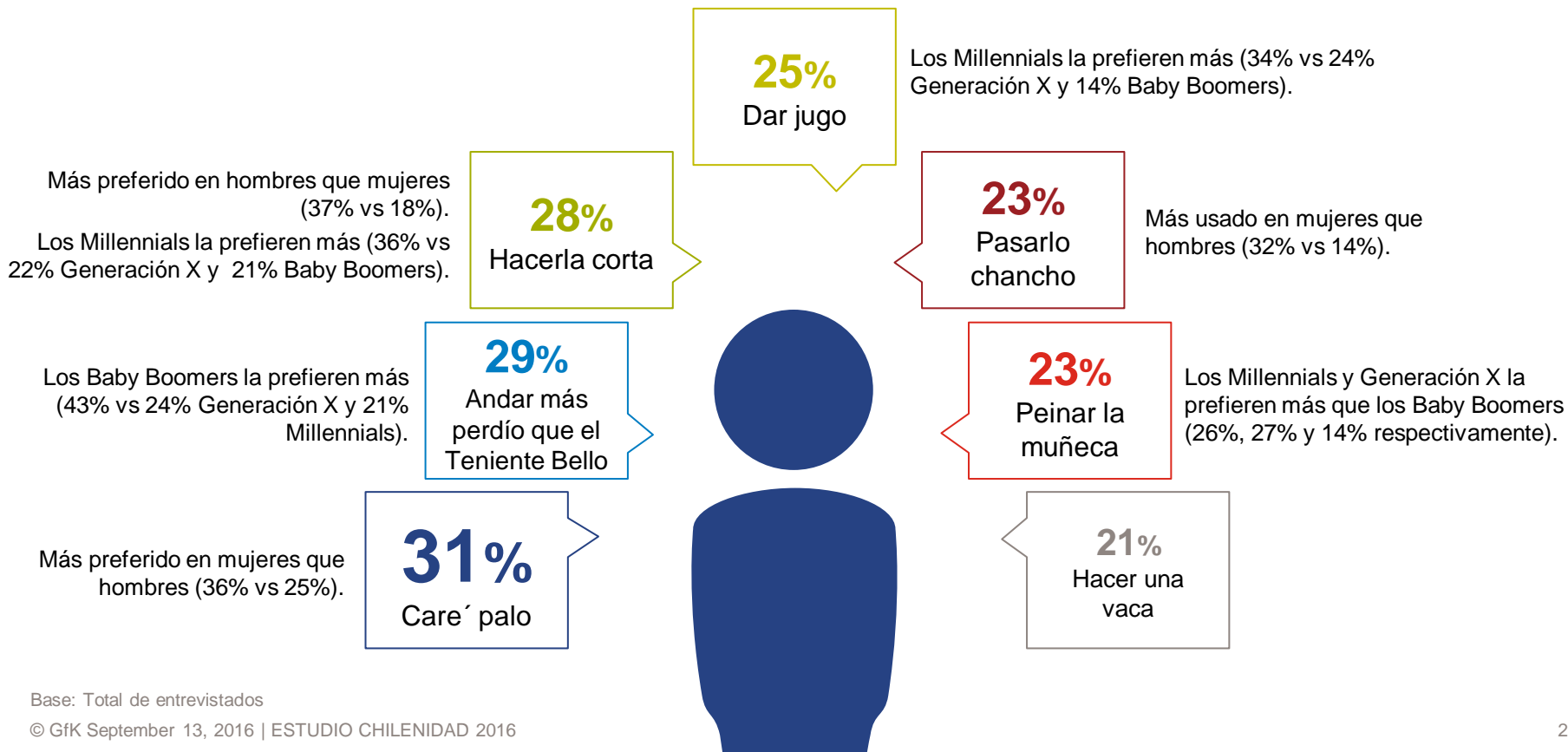
	El Trauco	El Caleuche	La Pincoya	La Tiirana	El tuetue o chonchon	El Chupacabra
Total	77%	70%	38%	38%	22%	18%
Hombre	73%	71%	37%	36%	25%	17%
Mujer	81%	68%	40%	41%	19%	19%
Millennials	81%	72%	33%	34%	29%	23%
Generación X	74%	75%	52%	33%	24%	13%
Baby Boomers	75%	61%	33%	48%	12%	16%

Base: Total de entrevistados

Dichos chilenos

¿Cuáles de los siguientes dichos chilenos es tu favorito? Elige 3

Principales menciones



Base: Total de entrevistados

© GfK September 13, 2016 | ESTUDIO CHILENIDAD 2016

Dichos chilenos

¿Cuáles de los siguientes dichos chilenos es tu favorito? Elige 3

Principales menciones



	Care' palo	Más perdió que el Teniente Bello	Hacerla corta	Dar jugo	Pasarlo chanco	Peinar la muñeca	Hacer una vaca	Al toque	Sepa moya	Ojo al charqui	Patas negras	Pícao' e la araña	Pasao pa la punta	Hacer perro muerto	Irse pal patio de los callados	Estar pedido	Echar la foca	Tirar a la chuña
Total	31%	29%	28%	25%	23%	23%	21%	16%	12%	12%	11%	11%	7%	7%	6%	6%	5%	5%
Hombre	25%	26%	37%	23%	14%	20%	23%	20%	5%	12%	17%	15%	8%	11%	5%	3%	3%	3%
Mujer	36%	32%	18%	27%	32%	26%	20%	13%	19%	11%	5%	6%	7%	3%	7%	9%	7%	7%
Millennials	29%	21%	36%	34%	19%	26%	21%	25%	7%	8%	9%	7%	6%	7%	4%	8%	8%	4%
Generación X	29%	24%	22%	24%	27%	27%	24%	11%	11%	10%	13%	15%	9%	5%	8%	5%	5%	4%
Baby Boomers	33%	43%	21%	14%	24%	14%	19%	9%	19%	17%	12%	12%	7%	8%	7%	4%	1%	7%

Artesanías chilenas

¿Cuáles de los siguientes tipos de artesanías tienes en tu casa? Elige 3

Principales menciones



34%
Canasto de mimbre

Las mujeres los tienen más en su hogar que los hombres (39% vs 29%).
Los Baby Boomers tienen más esta artesanía que las otras generaciones (44% vs 35% Generación X y 26% Millennials).



27%
Chancho de greda



8%
Indio pícaro



5%
Artesanía de crin

Personaje favorito

¿Cuál de los siguientes personajes chilenos es tu favorito? Principales menciones



67%
Condorito

Levemente los hombres consideran que es su favorito más que las mujeres (72% vs 63%).

Los Baby Boomers y Generación X lo consideran su favorito por igual y más que los Millennials (73%, vs 58% Millennials).



15%
El quiltro chileno

Levemente las mujeres consideran que es su favorito más que los hombres (20% vs 11%).

Por generaciones es transversal su favoritismo.

Personaje favorito

¿Cuál de los siguientes personajes chilenos es tu favorito? Principales menciones



	Condorito	El quiltro chileno	Ninguno de estos	Guatón Loyola	Ogú y Mampato	Garganta de Lata	Pirulete de Barrabases	Teniente Bello
Total	67%	15%	5%	4%	3%	2%	2%	1%
Hombre	72%	11%	3%	4%	3%	4%	3%	1%
Mujer	63%	20%	7%	4%	4%	1%	%	2%
Millennials	58%	19%	10%	5%	2%	2%	3%	1%
Generación X	73%	11%	2%	4%	4%	5%	1%	%
Baby Boomers	73%	14%	2%	3%	5%	1%	%	3%

Base: Total de encuestas

Frases himno nacional

¿Qué frase de nuestro himno identifican más a nuestro país? Principales menciones



32%

Que o la tumba será de los libres o el asilo contra la opresión

Los Baby Boomers identifican más esta frase con Chile que las otras generaciones (43% vs 29% Generación X y 26% Millennials).

21%
Puro Chile

14%
Dulce patria

12%
La copia feliz del Edén

16%
Ninguna de éstas

Los Millennials son los que menos identifican a Chile con estas frases (22% vs 18% Generación X y 7% Baby Boomers).

Frases himno nacional

¿Qué frase de nuestro himno identifican más a nuestro país? Principales menciones



	Que o la tumba será de los libres o el asilo contra la opresión	Puro Chile	Ninguno de éstos	Dulce patria	La copia feliz del Edén	Futuro esplendor
Total	32%	21%	16%	14%	12%	5%
Hombre	35%	19%	14%	11%	13%	7%
Mujer	29%	24%	19%	16%	10%	2%
Millennials	26%	24%	22%	10%	14%	4%
Generación X	29%	20%	18%	13%	15%	6%
Baby Boomers	43%	19%	7%	19%	6%	5%

Base: Total de entrevistados

Definición chilenos

Si tuvieras que definir a los chilenos en una sola palabra ¿Cuál sería?



APERRADOS

Contacto de prensa:

Catalina Correia

Directora de Comunicaciones | GfK Chile |
Avenida Américo Vespucio Sur 100 - Piso 7

Las Condes, Santiago | Chile |

catalina.correia@gfk.com | T. +56 2 24792022

¡GRACIAS!