

ESTUDIO GENERACIONES DE CHILENOS

Nuestro ADN Histórico



AUSPICIADORES DEL ESTUDIO



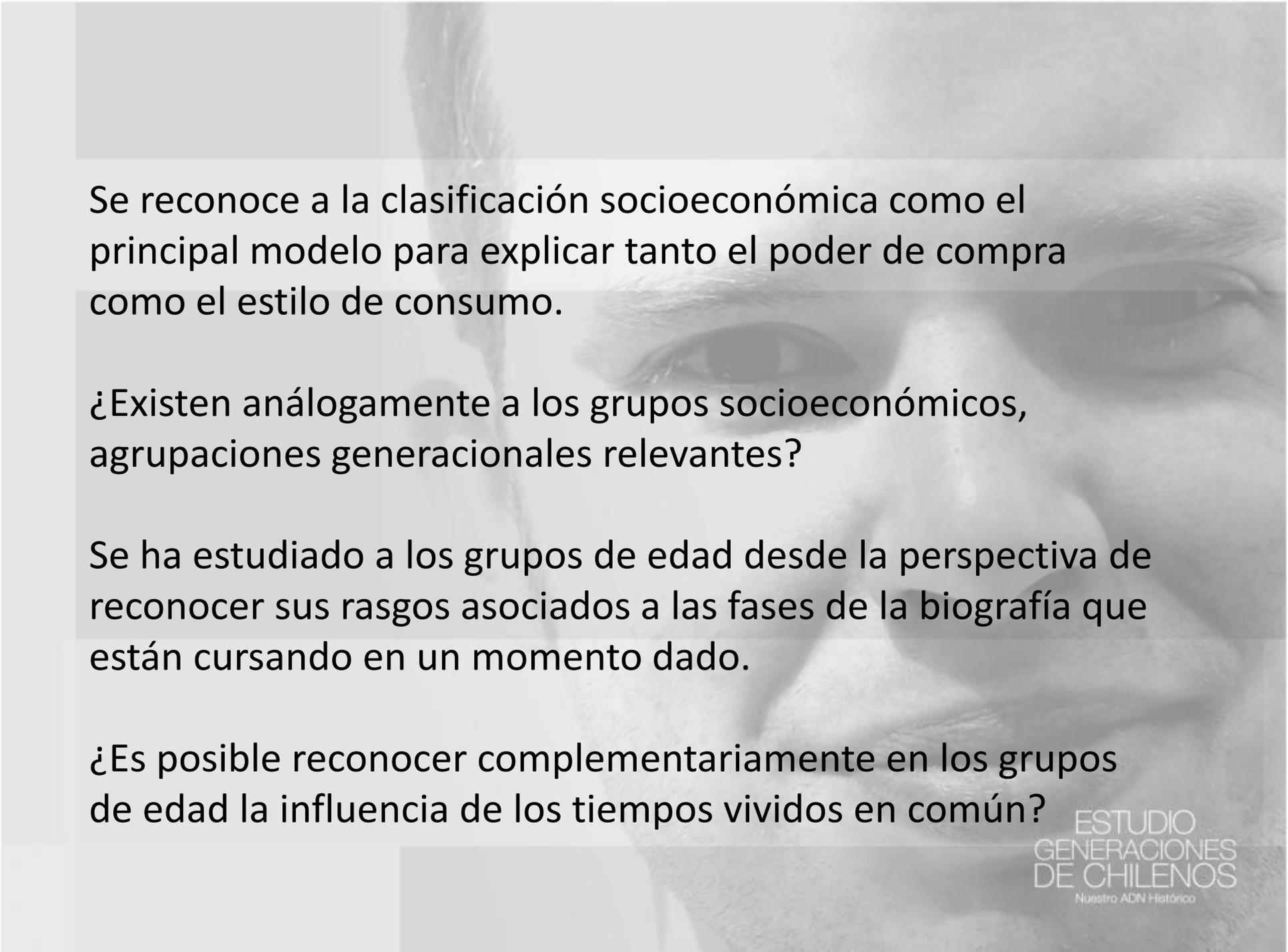
BancoEstado

ESTUDIO
GENERACIONES
DE CHILENOS
Nuestro ADN Histórico



PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO

ESTUDIO
GENERACIONES
DE CHILENOS
Nuestro ADN Histórico



Se reconoce a la clasificación socioeconómica como el principal modelo para explicar tanto el poder de compra como el estilo de consumo.

¿Existen análogamente a los grupos socioeconómicos, agrupaciones generacionales relevantes?

Se ha estudiado a los grupos de edad desde la perspectiva de reconocer sus rasgos asociados a las fases de la biografía que están cursando en un momento dado.

¿Es posible reconocer complementariamente en los grupos de edad la influencia de los tiempos vividos en común?

Objetivos

1. ¿Cuál es nuestra visión generacional?
2. ¿Qué dimensiones y épocas nos influyen generacionalmente?
3. ¿Qué grupos generacionales existen?
4. ¿Estos grupos generacionales son segmentos de mercados o audiencias relevantes?

Metodología

- Fueron entrevistados en sus hogares un total de 1.500 personas de 15 a 80 años, pertenecientes a Santiago y las 11 principales ciudades del país, de nivel socioeconómicos ABC1, C2, C3 y D.
- El error muestral a nivel total es de +/- 2,5%, bajo supuesto de varianza máxima y un 95% de confianza.
- La fecha del trabajo de campo fue en Junio y Julio del 2011.

Instrumento

- Para medir el efecto de la “influencia epocal” en cada individuo, construimos un instrumento que puede describirse como una paleta de 24 imágenes de época (textos que hacen el boceto verbal de una fase social, en cada una de las dimensiones definidas).
- Para seguir al tiempo, distinguimos principalmente 3 fases y 10 dimensiones o ámbitos de la vida social.

Épocas y dimensiones evaluadas

- 3 épocas evaluadas:
 - los años 50-60, los años 70-80 y los años 90-2000.
- 10 dimensiones de la vida social evaluadas:
 - tecnología cotidiana, vida familiar, economía y consumo familiar, religión, sexualidad, política, trabajo y empleo, sucesos en el mundo, música y bailes.



¿CUÁL ES NUESTRA VISIÓN GENERACIONAL?

ESTUDIO
GENERACIONES
DE CHILENOS
Nuestro ADN Histórico

Lo que el tiempo se llevó

Del siguiente listado, según su opinión, ¿Cuál ha sido la principal pérdida que ha traído la modernidad?



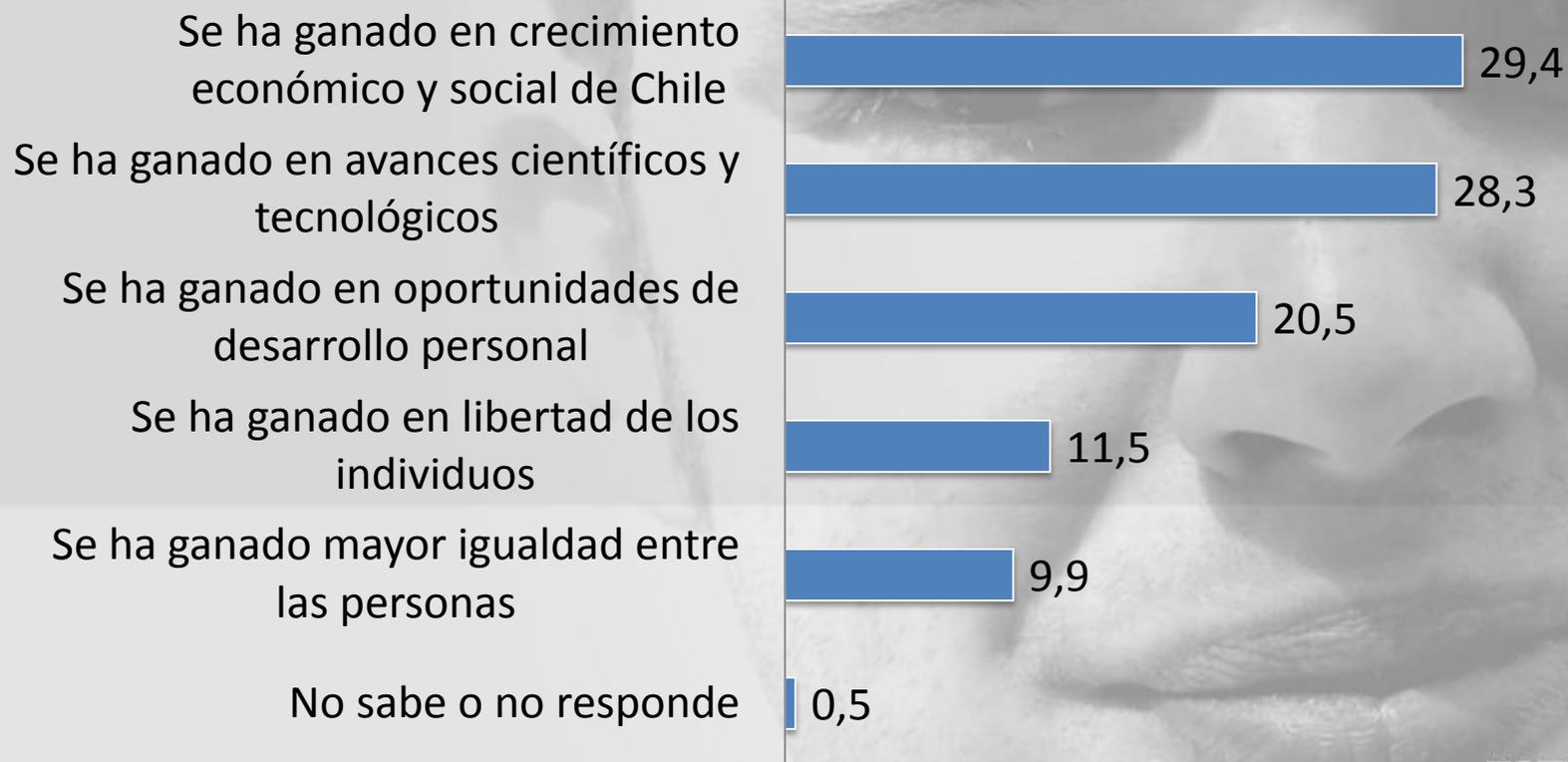
Lo que el tiempo se llevó

¿Cuál ha sido la principal pérdida que ha traído la modernidad?

	Se ha perdido la tranquilidad y la vida segura	Se ha perdido la vida comunitaria	Se ha perdido la identidad y el cariño a la patria	Se ha perdido el contacto con la naturaleza	Se ha perdido el contacto con Dios	No sabe o no responde
TOTAL	44,6	22,0	15,4	10,7	6,8	0,6
SEXO						
Hombre	42,1	23,2	16,9	11,8	5,5	0,5
Mujer	46,9	20,9	13,9	9,7	8,0	0,6
EDAD						
15-24 años	45,9	16,3	15,8	13,5	7,9	0,6
25-34 años	48,5	17,7	15,2	14,6	3,1	0,8
35-44 años	49,4	21,2	14,0	9,3	5,7	0,4
45-54 años	44,8	23,9	16,3	8,7	5,0	1,3
55-64 años	34,9	29,5	18,0	4,9	12,8	0,0
65-80 años	38,6	30,8	12,9	9,9	7,8	0,0

Lo logrado o los progresos

¿Y cuál ha sido la principal ganancia que ha traído la modernidad?



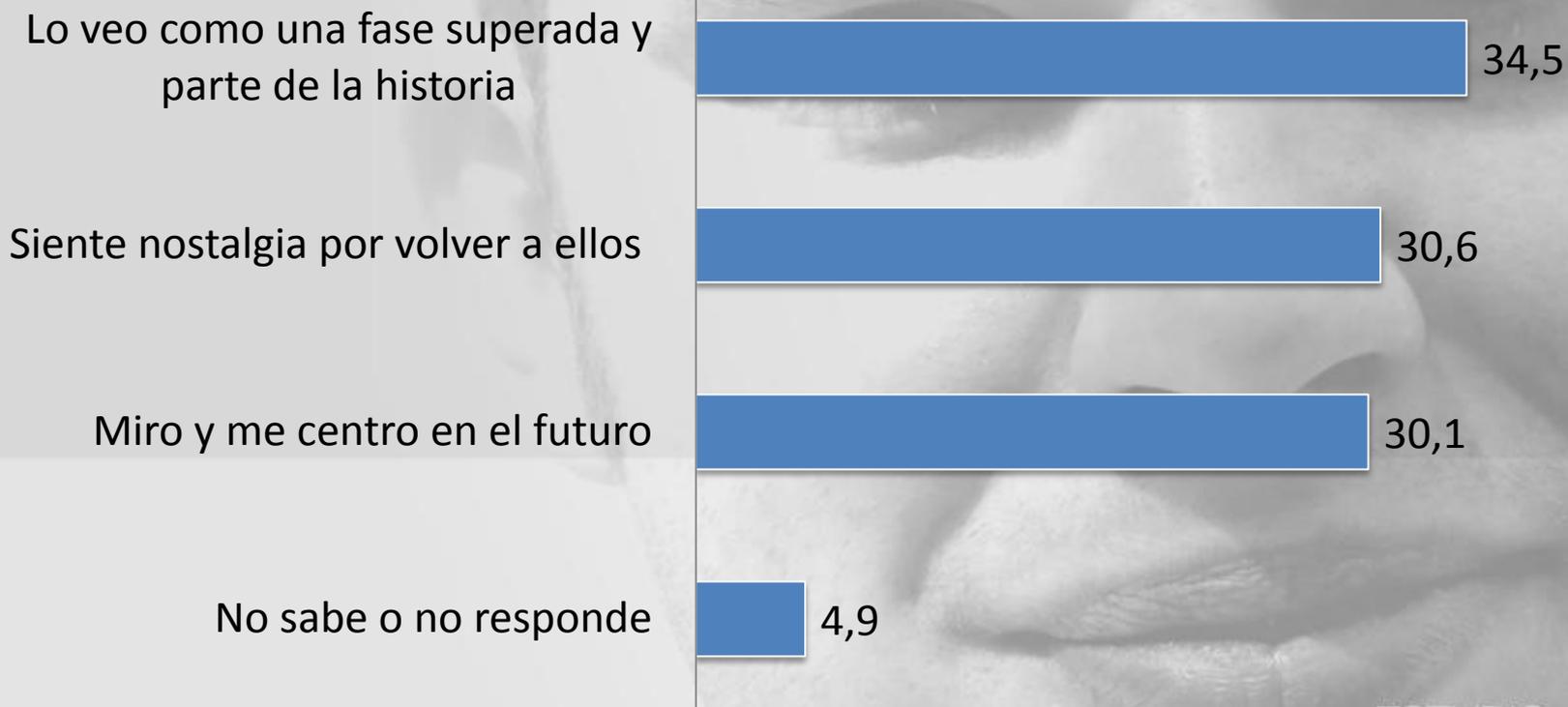
Lo logrado o los progresos

¿Y cuál ha sido la principal ganancia que ha traído la modernidad?

	Se ha ganado en crecimiento económico y social de Chile	Se ha ganado en avances científicos y tecnológicos	Se ha ganado en oportunidades de desarrollo personal	Se ha ganado en libertad de los individuos	Se ha ganado mayor igualdad entre las personas	No sabe o no responde
TOTAL	29,4	28,3	20,5	11,5	9,9	0,5
SEXO						
Hombre	31,9	26,9	19,0	12,0	9,8	0,4
Mujer	27,0	29,6	21,9	11,0	10,0	0,5
EDAD						
15-24 años	23,6	31,0	21,0	10,9	13,0	0,6
25-34 años	28,5	31,4	22,2	10,9	5,7	1,3
35-44 años	31,2	24,6	20,6	12,9	10,2	0,4
45-54 años	34,0	29,2	17,3	12,4	7,0	0,1
55-64 años	37,0	22,2	19,5	11,9	9,4	0,0
65-80 años	26,3	28,1	21,6	10,1	13,9	0,0

Mirando hacia el pasado

Y en general, respecto de los tiempos o la vida pasada, Ud. diría que...



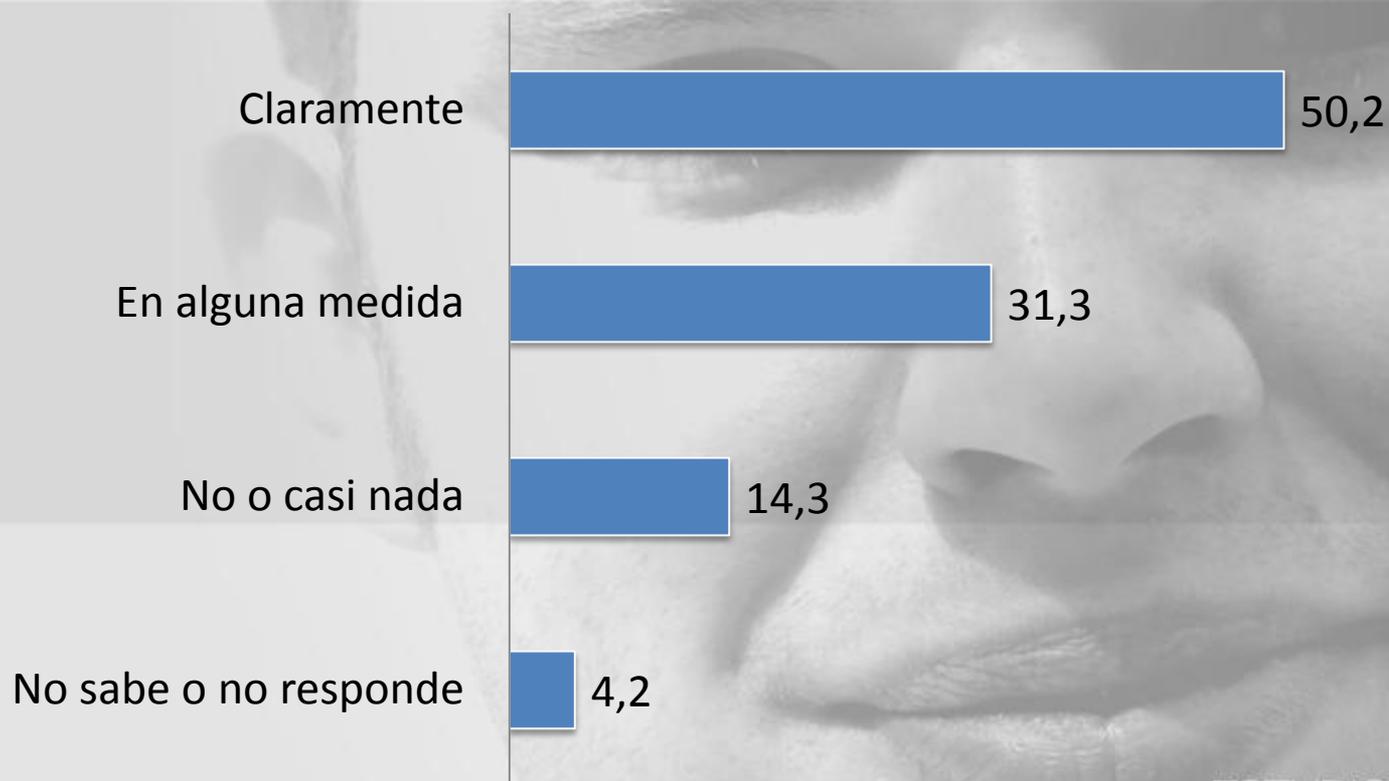
Mirando hacia el pasado

Y en general, respecto de los tiempos o la vida pasada, Ud. diría que...

	Lo veo como una fase superada y parte de la historia	Siente nostalgia por volver a ellos	Miro y me centro en el futuro	No sabe o no responde
TOTAL	34,5	30,6	30,1	4,9
SEXO				
Hombre	33,1	29,2	33,0	4,6
Mujer	35,7	31,9	27,2	5,2
EDAD				
15-24 años	35,9	13,1	41,6	9,3
25-34 años	34,5	23,5	38,2	3,7
35-44 años	42,6	26,4	28,0	3,0
45-54 años	31,7	40,9	23,8	3,7
55-64 años	31,4	41,5	25,0	2,1
65-80 años	27,1	57,2	11,0	4,7

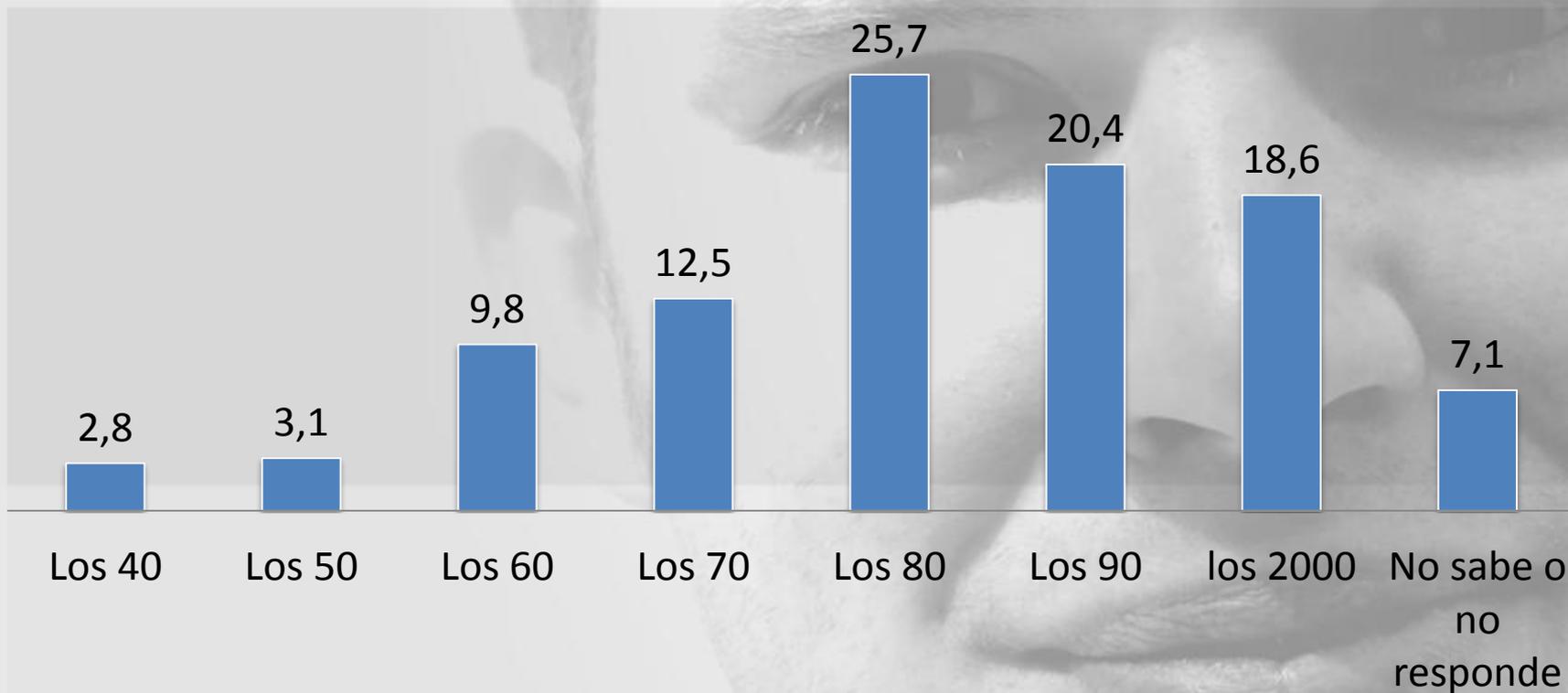
Pertenencia generacional

¿Usted se siente parte de una generación?



Décadas de cada quien

Y si tuviera que definirse de una generación, ¿Cuál sería?





¿QUÉ DIMENSIONES Y ÉPOCAS
NOS DETERMINAN
GENERACIONALMENTE?

ESTUDIO
GENERACIONES
DE CHILENOS
Nuestro ADN Histórico

Ejemplo de ítems y categorías de respuestas utilizadas

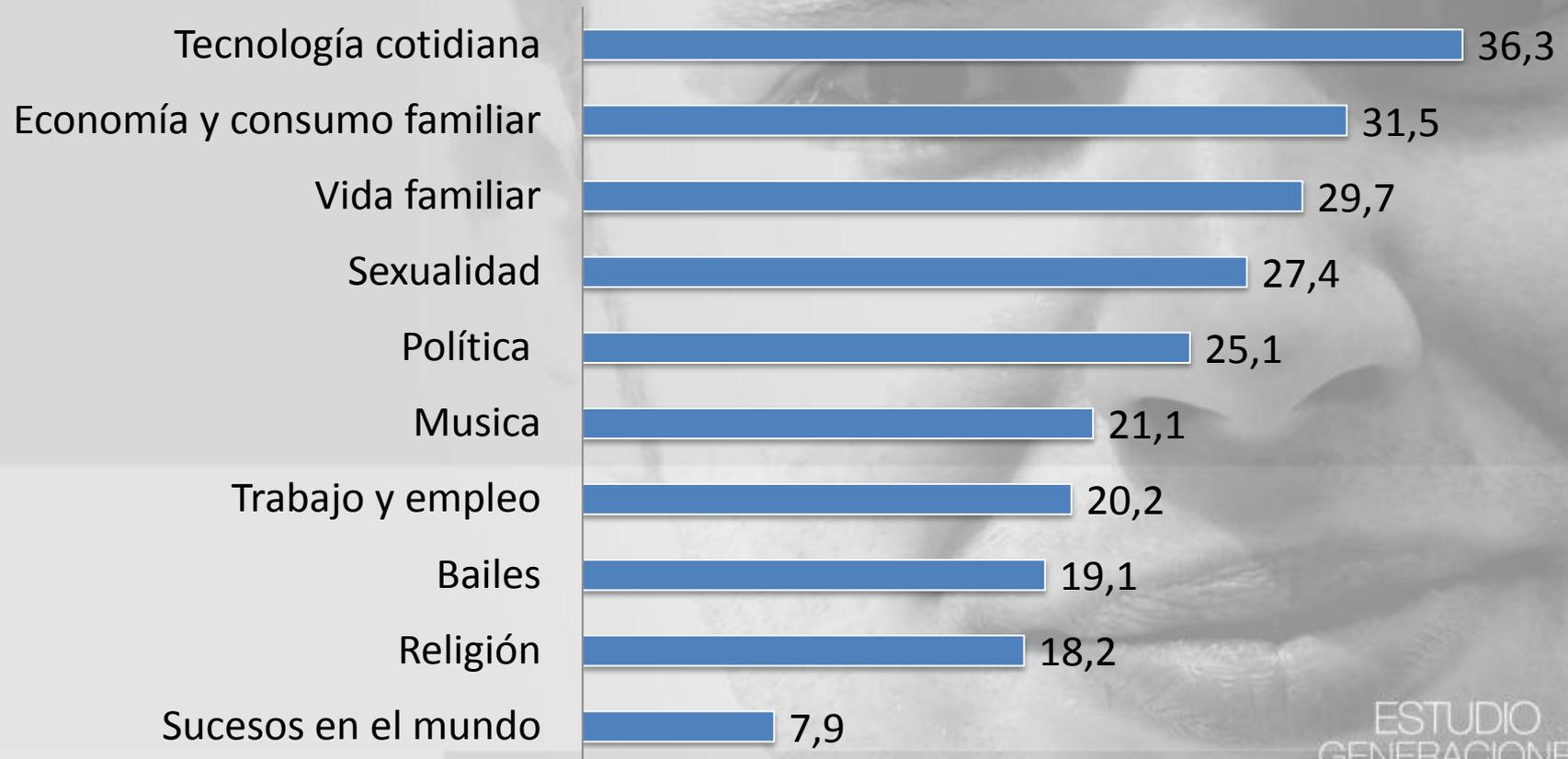
7.EL TRABAJO Y EMPLEO	P1 - ¿Conoció, conoce o ha escuchado de esta época?			P2 – (SI CONTESTA SI EN PRIMERA PREGUNTA DE ESTA SECCIÓN) ¿Cuánto cree que esta época influyó en su vida?			
	Si	No	NS/NR	Nada	Poco	Mucho	NS/NR
1) La época donde la gente trabajaba en el campo, como inquilinos todavía, o venían llegando de la pampa o de las minas, casi no había trabajos en fábricas o industrias, no había previsión para la mayoría.	1	2	99	1	2	3	99
2) La época donde el modo era trabajar toda la vida en la misma empresa o fabrica, ojala una industria, y pensionarse por el INP y atenderse por la salud pública o en el SERMENA.	1	2	99	1	2	3	99
3) La época de la movilidad laboral, la capacitación continua, la posibilidad de múltiples trabajos en múltiples empresas, en la previsión lo que rige ahora es la jubilación con las AFP y la salud con las ISAPRES.	1	2	99	1	2	3	99

CATEGORIZACIÓN DE RESPUESTAS

- DESCONOCIMIENTO: No conoce la época de la dimensión
- REFERENCIA: Conoce la época de la dimensión y le influyó nada o poco
- IMPACTO: Conoce la época de la dimensión y le influyó mucho

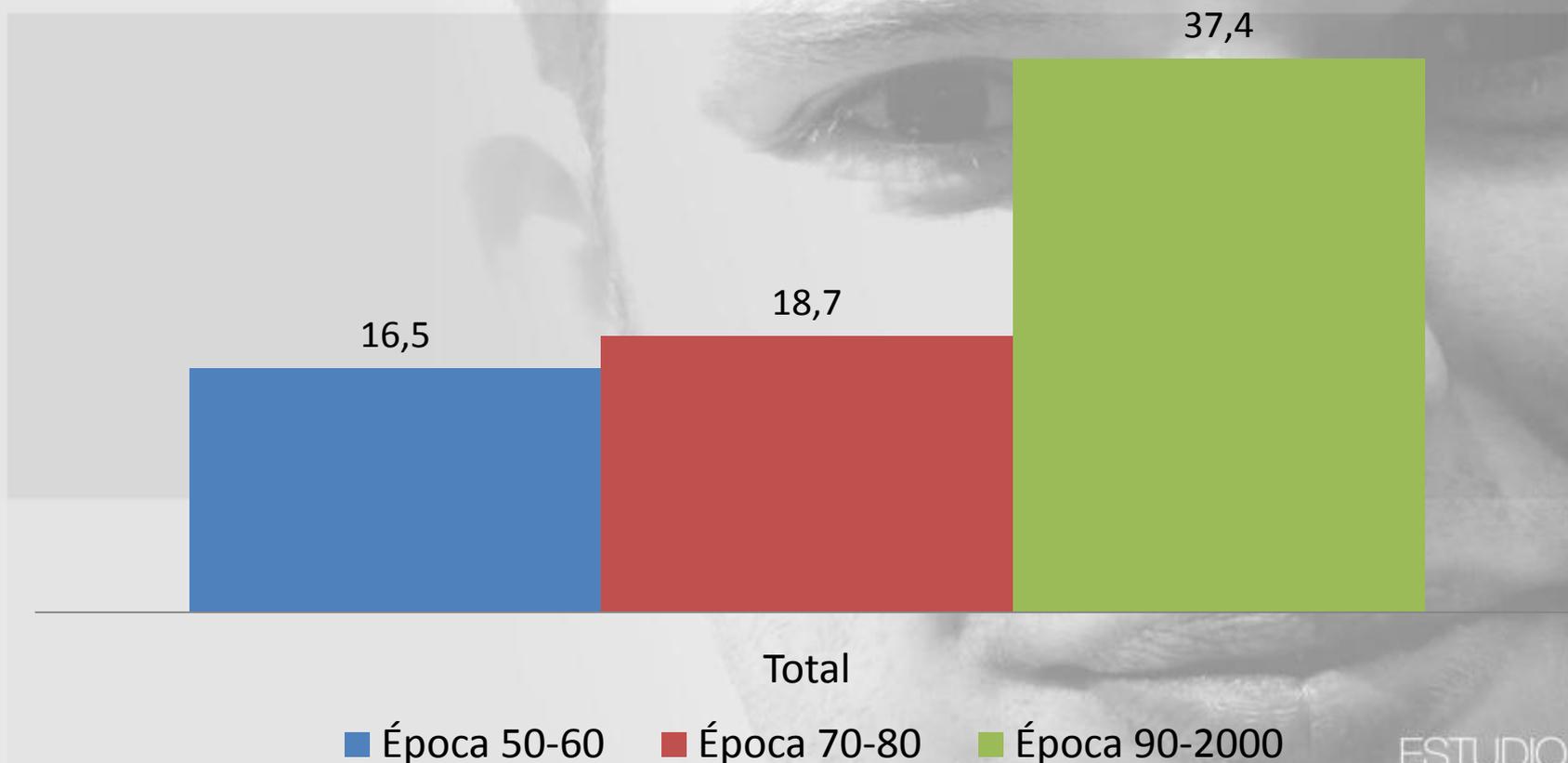
La fuerza con la que marcan generacionalmente las distintas dimensiones evaluadas

% IMPACTO (% promedio que conoce y le influyó mucho)



La influencia de las épocas a nivel general

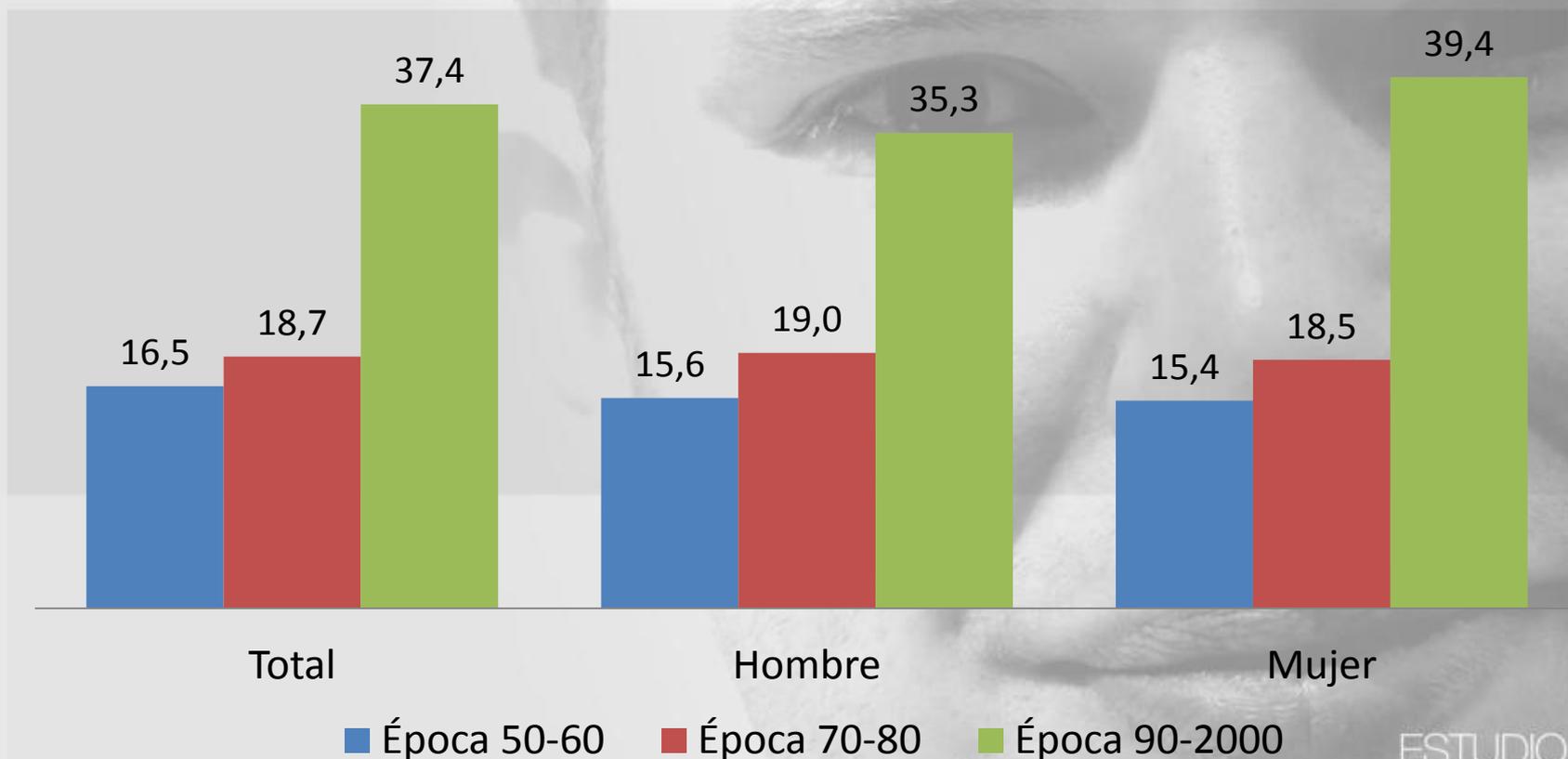
% IMPACTO (% promedio que conoce y le influyó mucho)



*No se incluye dimensión "música" ni "bailes" por tener una estructura de ítems diferentes.

La influencia de las épocas según sexo

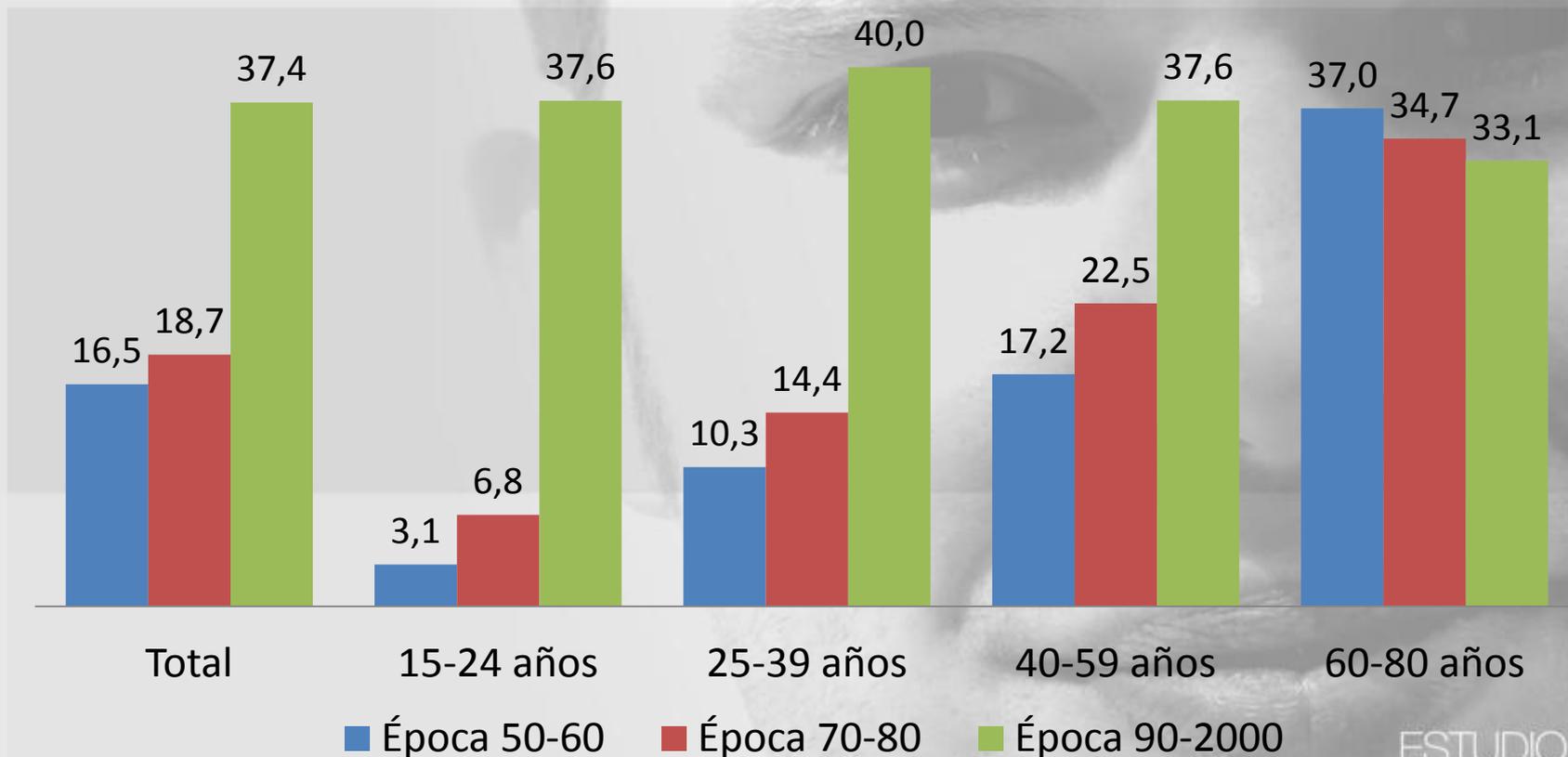
% IMPACTO (% promedio que conoce y le influyó mucho)



*No se incluye dimensión "música" ni "bailes" por tener una estructura de ítems diferentes.

La influencia de las épocas según edad

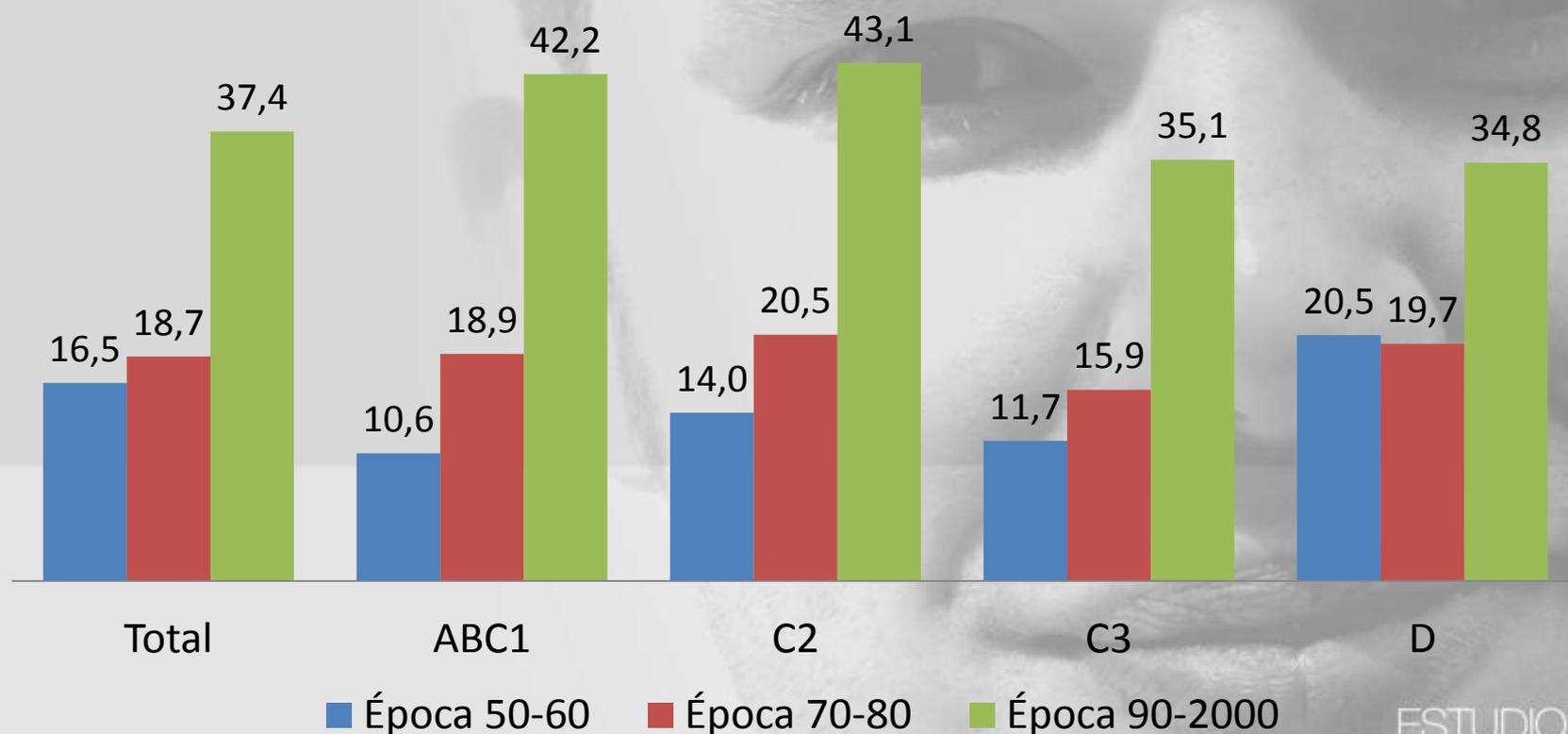
% IMPACTO (% promedio que conoce y le influyó mucho)



*No se incluye dimensión “música” ni “bailes” por tener una estructura de ítems diferentes.

La influencia de las épocas según GSE

% IMPACTO (% promedio que conoce y le influyó mucho)



*No se incluye dimensión "música" ni "bailes" por tener una estructura de ítems diferentes.

Algunos principios I

- Lo que más nos marca generacionalmente son los cambios epocales experimentados en el *espacio privado*.
- Lo que menos nos marca son los cambios epocales en *ámbitos generales* o foráneos a la realidad del país.
- La época que marca al mayor conjunto es *la actual*, y la que menos, la más antigua.
- Solo la *edad* tiene respecto a la variable epocal una relación consistente y fuerte, además de ordenada.
- En general, a mayor edad, *mayor sensibilidad* al conjunto de indicadores de pertenencia de época utilizados.



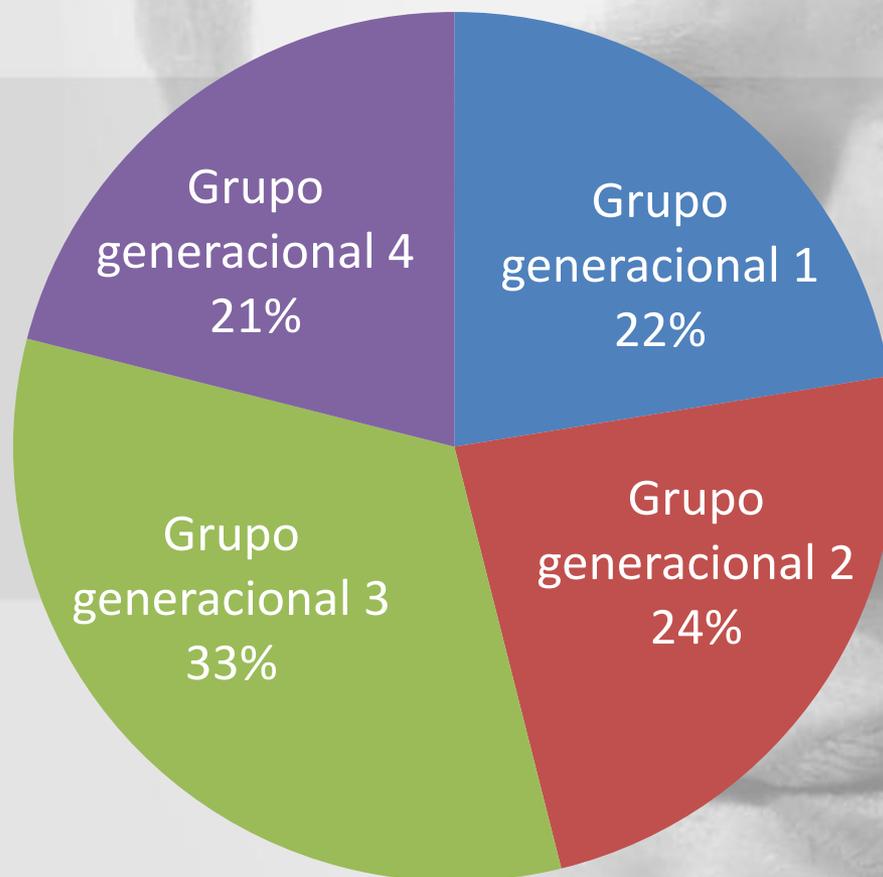
¿QUÉ GRUPOS GENERACIONALES EXISTEN?

ESTUDIO
GENERACIONES
DE CHILENOS
Nuestro ADN Histórico

Análisis de agrupamiento generacional

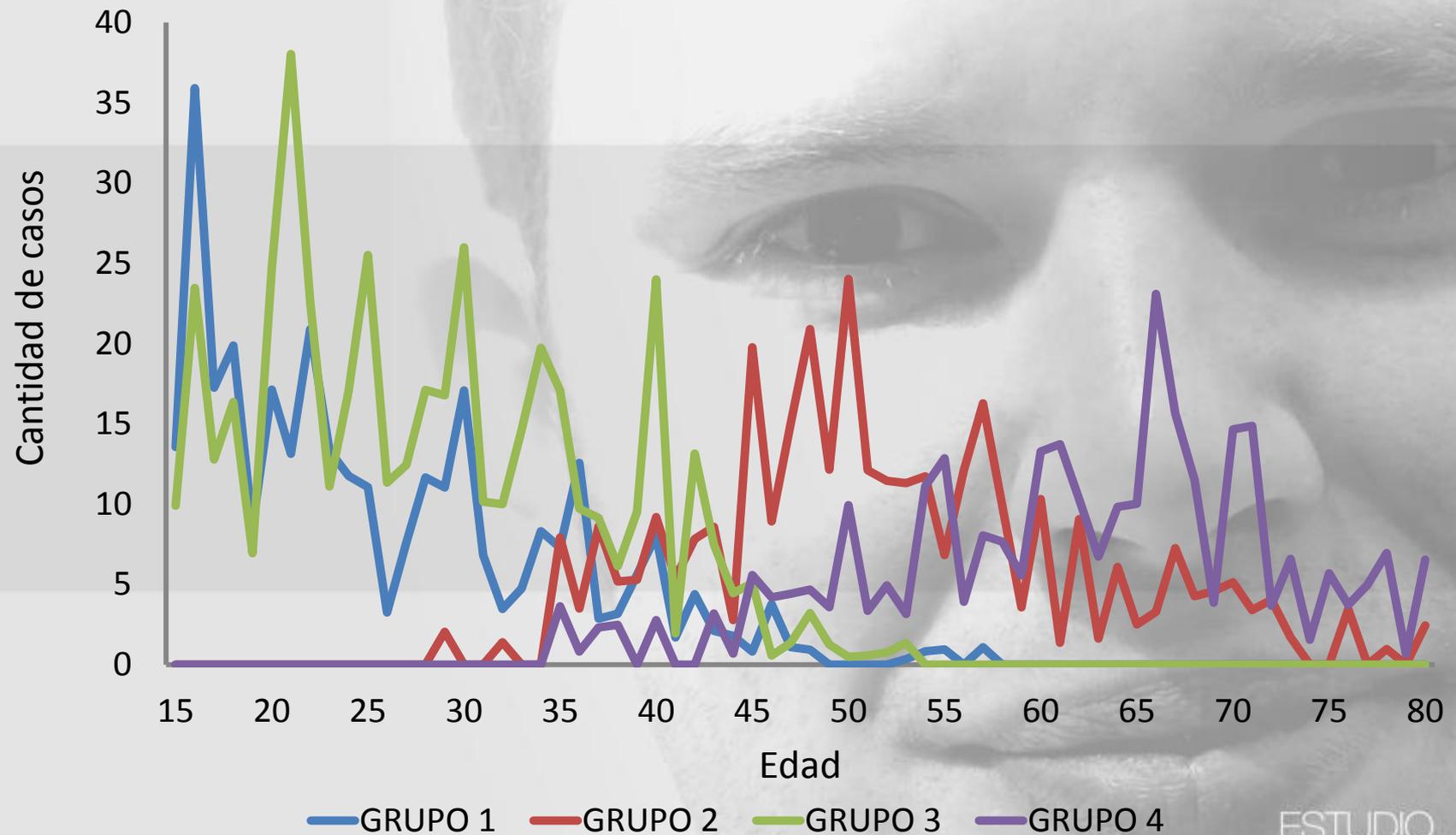
- En base a las respuestas de impacto en cada una de las épocas de las 10 dimensiones evaluadas, se determinaron los clústers naturales de personas o grupos generacionales existentes.
- En este sentido, un grupo generacional puede definirse como un conjunto de individuos que se reconocen como marcados o influidos por unos mismas fases en las distintas dimensiones de la vida social del país.

Grupos generacionales identificados y su proporción en la muestra del estudio*



*88 casos de la muestra no fueron clasificables, total muestra válida: 1.412

Perfil de edades de cada grupo generacional identificado

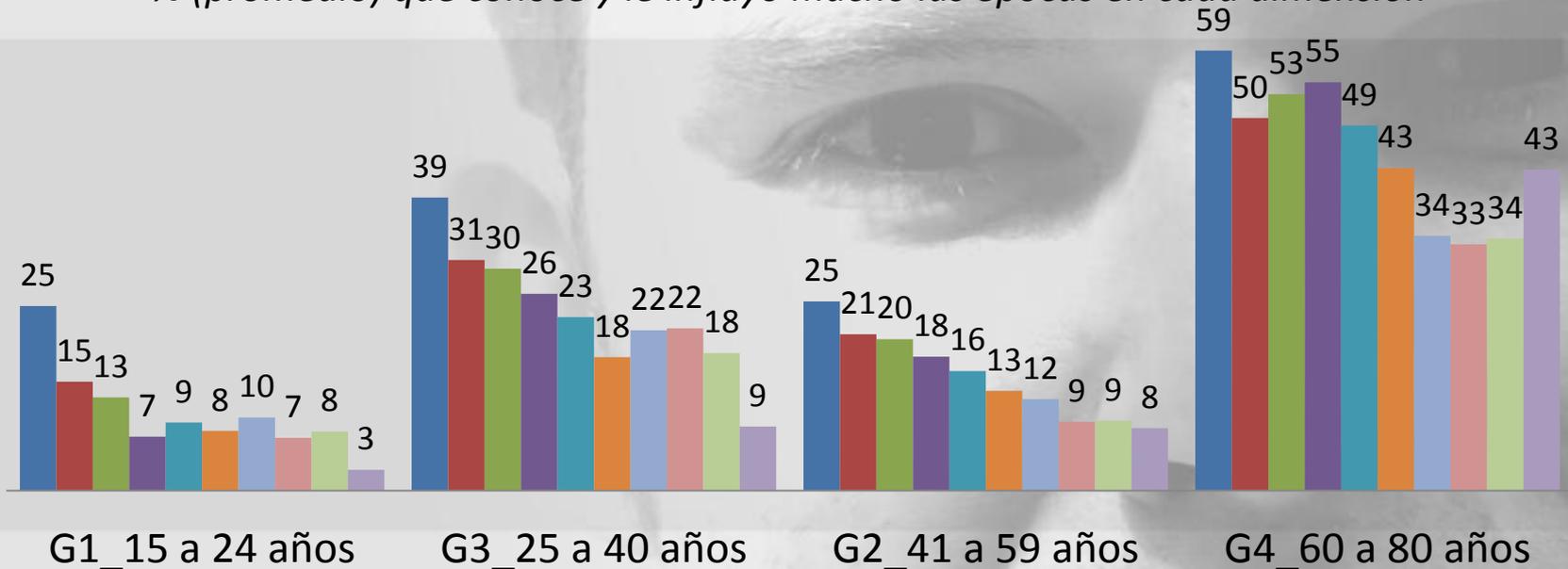


Grupos generacionales identificados por rango de fechas de nacimiento e ingreso a la adultez

	G1_15 a 24 años	G3_25 a 40 años	G2_41 a 59 años	G4_60 a 80 años
Año de nacimiento:	1987 a 1996	1971 a 1986	1952 a 1970	1931 a 1951
Año en que cumplen 18 años:	2005 a 2014	2004 a 1989	1988 a 1970	1969 a 1949

El impacto de las distintas dimensiones en los grupos generacionales identificados

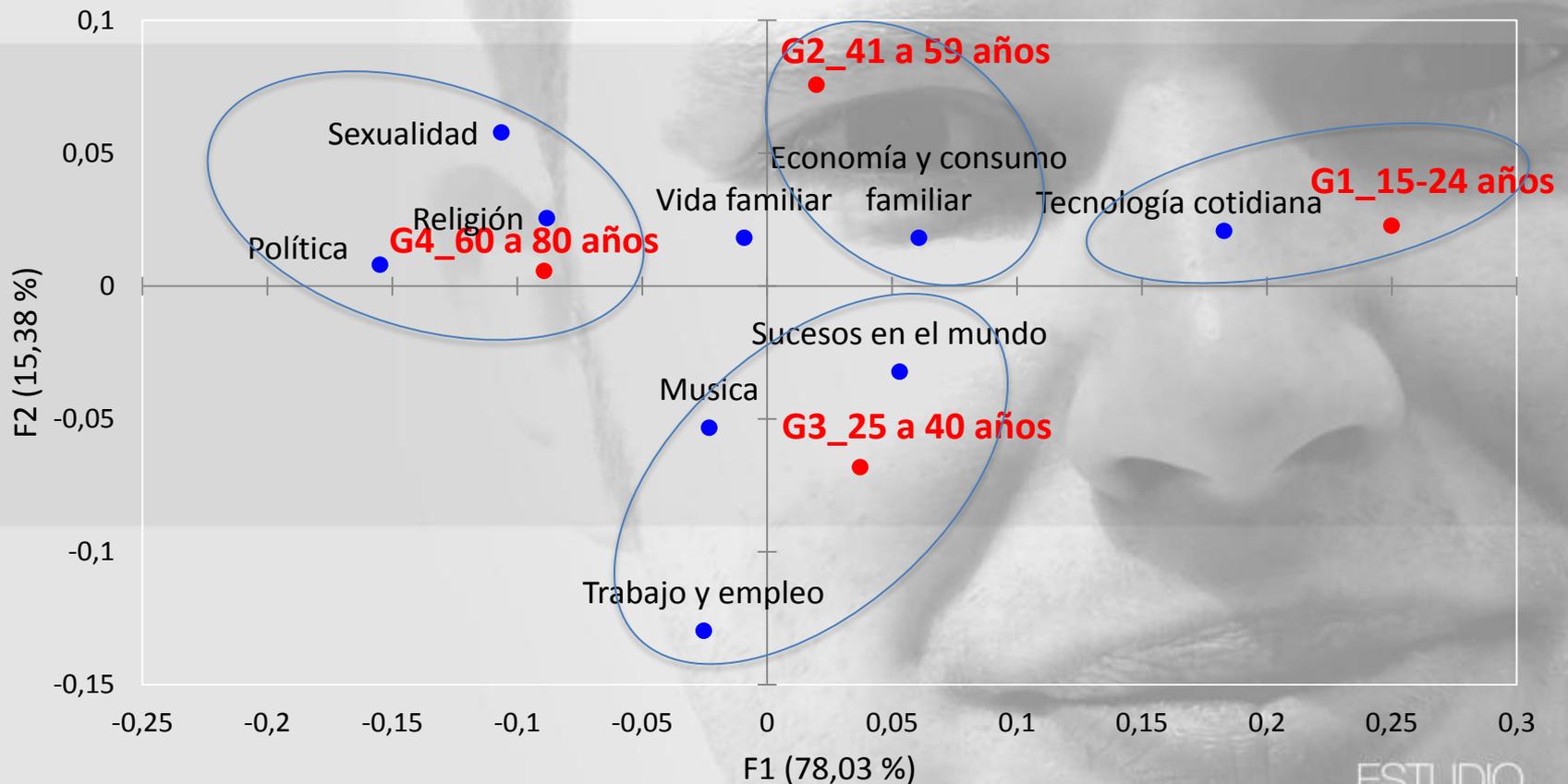
% (promedio) que conoce y le influyó mucho las épocas en cada dimensión



- Tecnología cotidiana
- Economía y consumo familiar
- Vida familiar
- Política
- Religión
- Sexualidad
- Sucesos en el mundo
- Trabajo y empleo
- Música
- Bailes

El impacto distintivo de las distintas dimensiones en los grupos generacionales

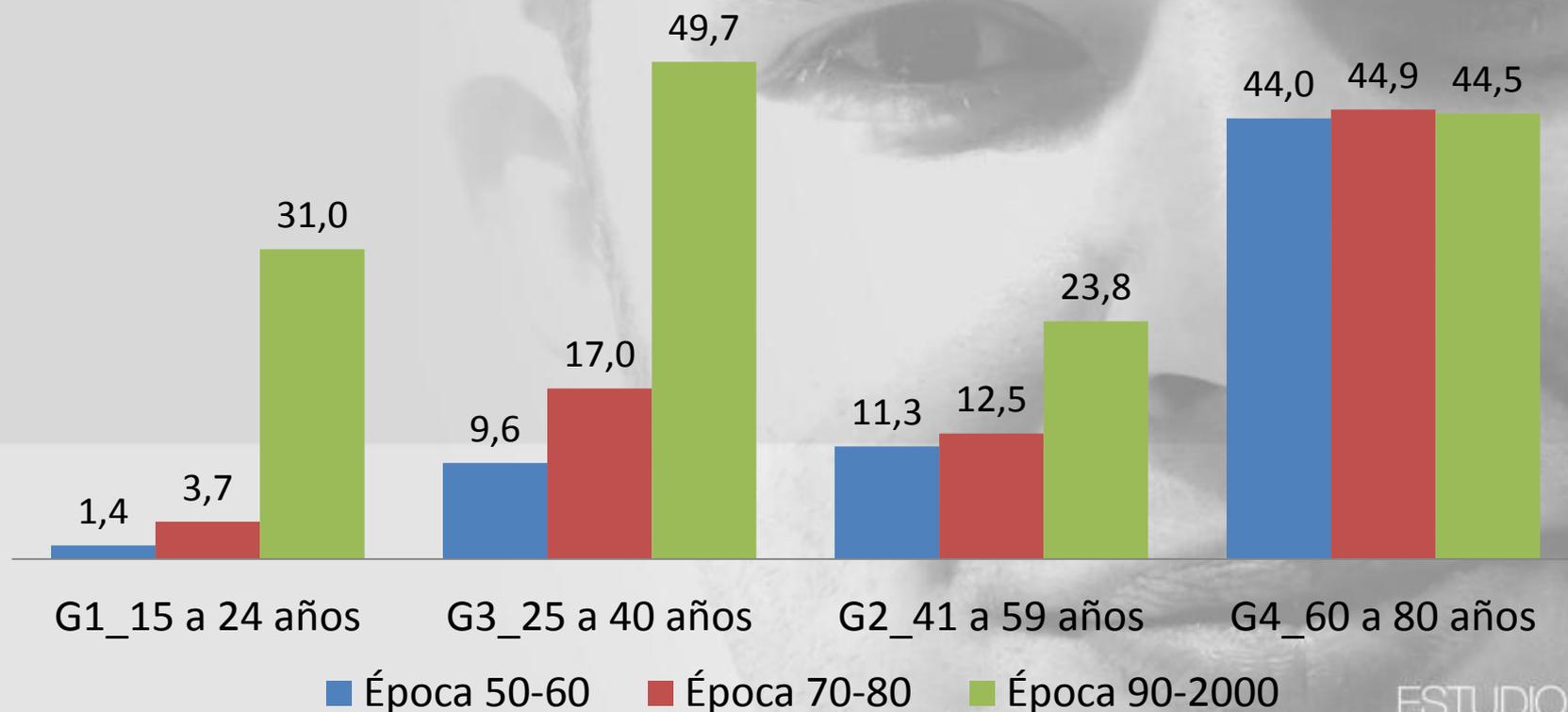
Gráfico simétrico
(ejes F1 y F2: 93,41 %)



*No se incluye dimensión "bailes" por su bajo impacto relativo.

El impacto de las distintas épocas en los grupos generacionales identificados

% IMPACTO (% promedio que conoce y le influyó mucho)



Algunos principios II

- Se reconocen 4 agrupaciones generacionales naturales, ordenados alrededor de la variable edad.
- La *generación joven (15-24 años)* es una en desarrollo, al ser los menos marcados en general, sólo influenciado por la época actual (90 y 2000) y desde la tecnología cotidiana.
- La *generación mayor (60-80 años)*, por el contrario, es la más marcada en general, por las distintas épocas y dimensiones, particularmente de las más generales de la vida social (política, religión y sexualidad).

Algunos principios II, continuación

- La *generación adulto joven (25-40 años)*, es la más marcada por la época actual, demostrando acoplamiento con el tiempo actual, y muestra una particular influencia de los cambios en el ámbito del trabajo, música y los sucesos mundiales.
- La *generación adulta (41-59 años)*, es la menos marcada en general después de los jóvenes, producto de ser el grupo con menor influencia de la época actual, mostrando una mayor influencia relativa de la evolución en el ámbito de la economía y el consumo familiar.



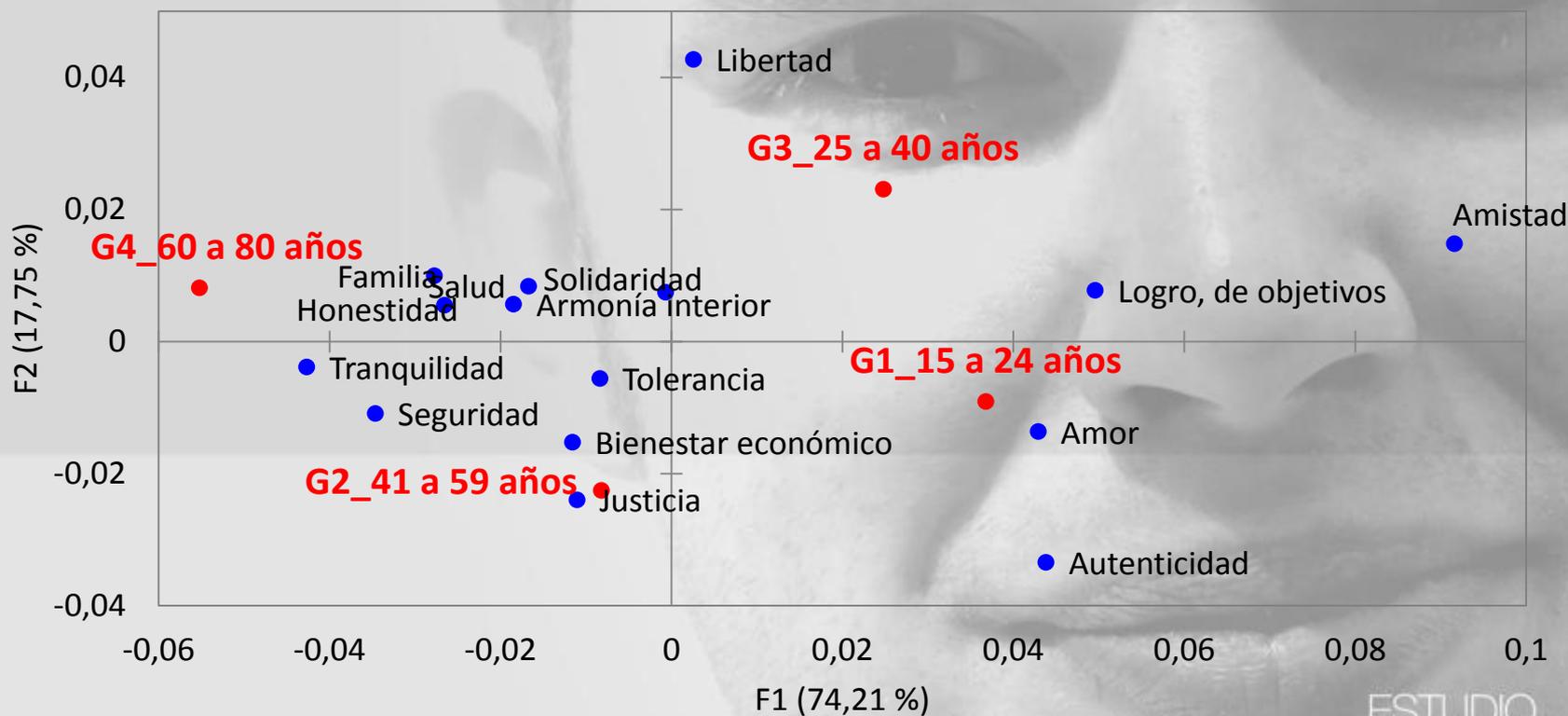
¿LOS GRUPOS GENERACIONALES
SON SEGMENTOS DE MERCADOS
O AUDIENCIAS RELEVANTES?

ESTUDIO
GENERACIONES
DE CHILENOS
Nuestro ADN Histórico

Grupos generacionales y valores de vida

% extremadamente + muy importante cada valor

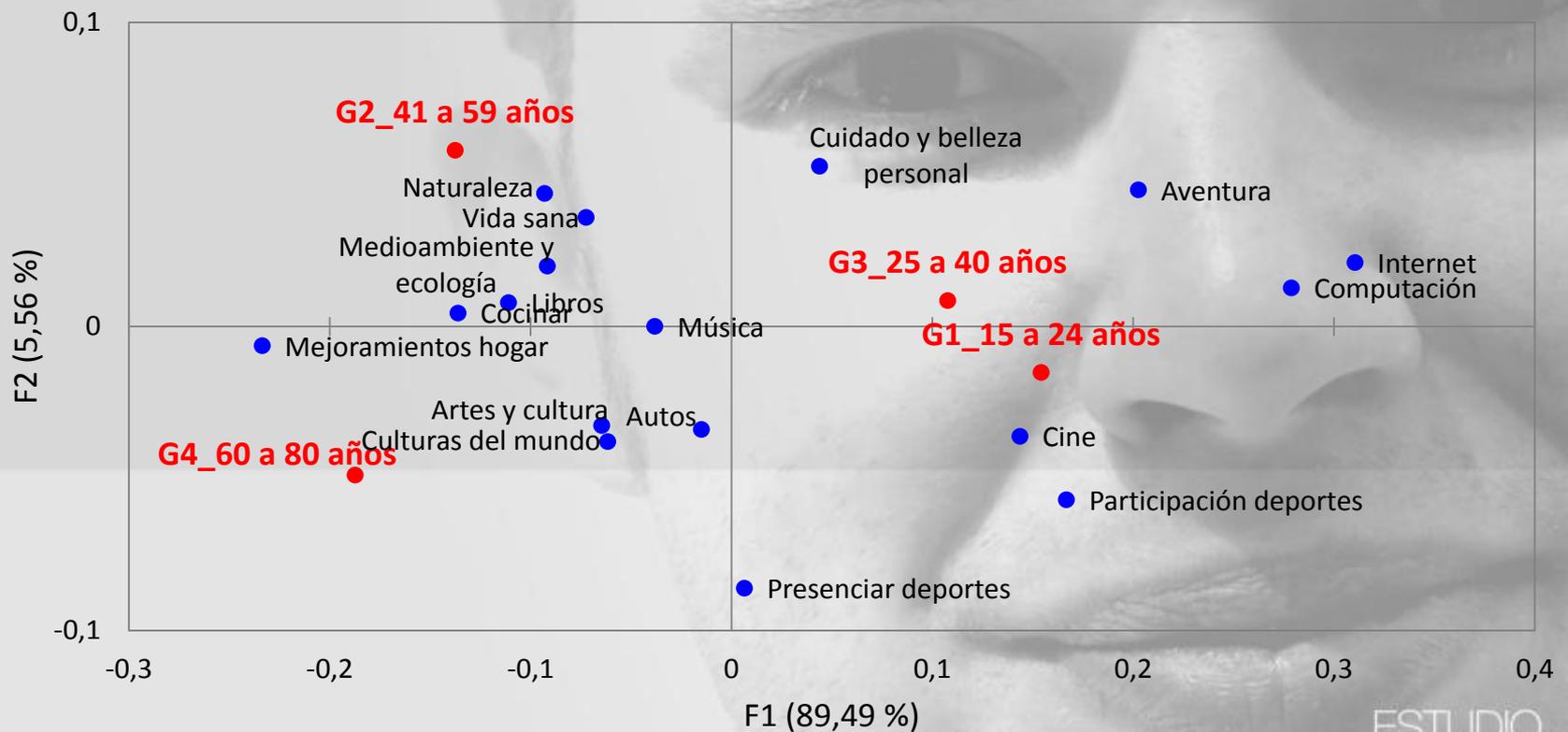
Gráfico simétrico
(ejes F1 y F2: 91,96 %)



Grupos generacionales e intereses

% si es de interés personal el tema

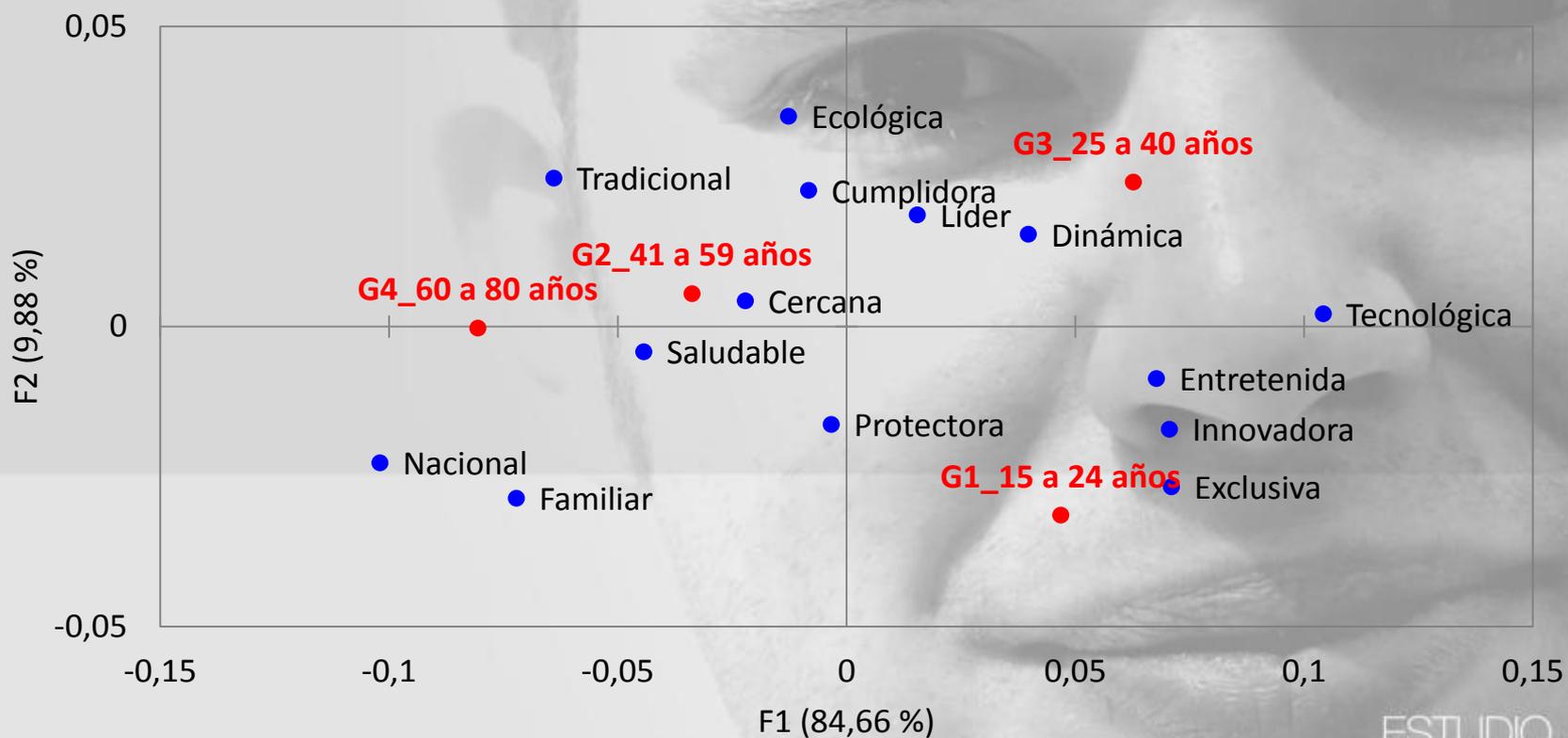
Gráfico simétrico
(ejes F1 y F2: 95,05 %)



Grupos generacionales y atributos de marca

% si es atractivo como atributo de personalidad de marca

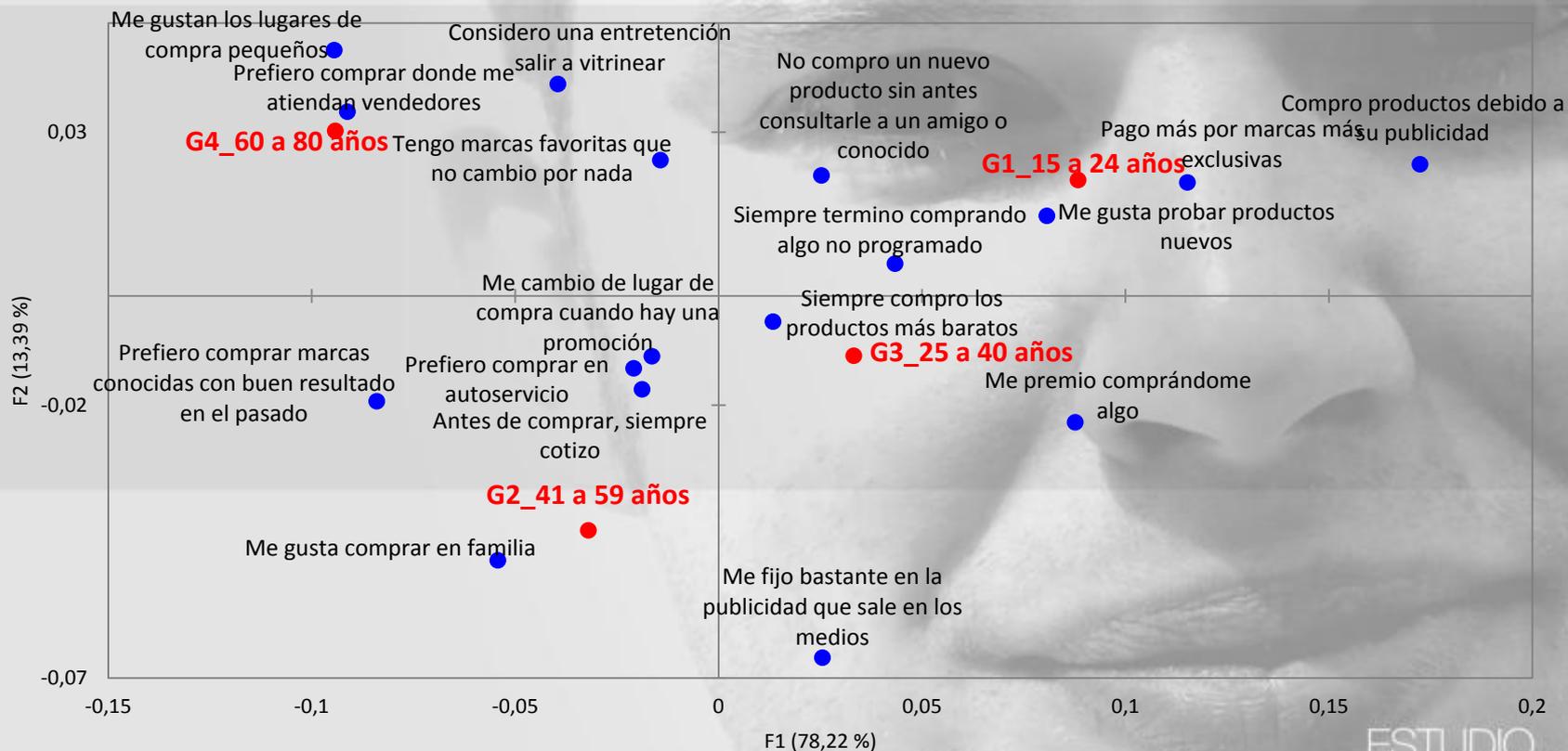
Gráfico simétrico
(ejes F1 y F2: 94,53 %)



Grupos generacionales y actitudes de compra

% muy de acuerdo + de acuerdo con cada afirmación

Gráfico simétrico
(ejes F1 y F2: 91,62 %)



Algunos principios III

- Los grupos generacionales identificados manifiestan características distintivas en sus estilos de vida y actitudes de consumo.
- Constituyen, de esta manera, una clasificación que no sólo es pertinente para la comprensión social-histórica de los individuos, sino que también para abordarlos como segmentos o audiencias relevantes.

REALIZADO POR:



ESTUDIO
GENERACIONES
DE CHILENOS
Nuestro ADN Histórico