

DOBLE TAP

LOS CHILENOS E INSTAGRAM

Overview 🙌

Instagram -con más de 1.000 millones de usuarios en el mundo y más de 9 millones en Chile- **anunció que ya no es una aplicación para compartir fotos** y es que la plataforma está inclinándose hacia el entretenimiento, los videos y las compras.

Pero, **¿cómo, cuándo y para qué ocupamos Instagram los chilenos?** La mayor cantidad de gente usa Instagram a partir de las 8 de la noche y un 33% le dedica 1 a 2 horas diarias. Además, un 64% dice no importarle la cantidad de likes en sus publicaciones.

Las fotos y los memes son los contenidos favoritos para compartir, mientras que **las historias** son el contenido preferido de ver con un **34%**. **Entretenerse (88%) e informarse de la actualidad (60%)** son las principales razones por las que las personas ocupan esta red social.

¿Influencia en la compra? El 53,3% ha usado Instagram para realizar una compra y el 81% usa esa red social para vitrinear.

Esta es solo una parte de la radiografía que hicimos en Jelly sobre Instagram y los hábitos de consumo de los chilenos.

Al final del día:

39%

de las personas prefiere usar Instagram a partir de las 8 de la noche.

1. ¿En qué horario prefieres usar Instagram?

Entre 00:00 y 3:59 5,7%

Entre 4:00 y 7:59 5,2%

Entre 8:00 y 11:59 12,8%

Entre 12:00 y 15:59 17,8%

Entre 16:00 y 19:59 19,5%

Entre 20:00 y 23:59 39%

2. ¿Cuánto tiempo dedicas a Instagram todos los días?

1 a 2 horas 33%

2 a 3 horas 18%

3 a 4 horas 15,5%

Más de 4 horas al día 14,2%

7 horas al día o más 6,8%

No lo sé 12,5%

Un tercio dedica

1 a 2

horas diarias

a Instagram. Y un
21% le dedica más de
4 horas al día.

Navegar por el inicio y ver historias: las dos primeras cosas que hacen las personas apenas abren la aplicación.

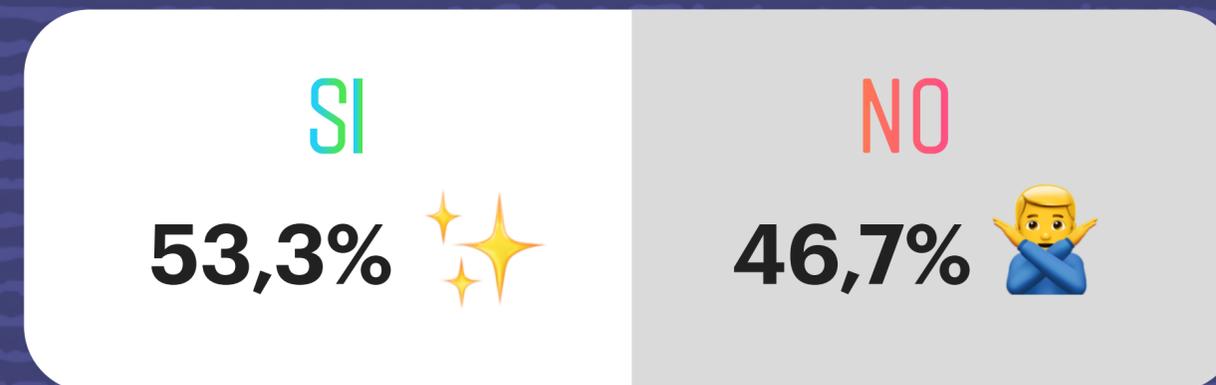
3. ¿Qué es lo primero que haces al abrir Instagram?



El 50% de la Gen Z prefiere ver las historias, mientras que el 45% de los Millennials lo primero que hace es revisar el inicio.

53,3% dice haber usado Instagram para realizar una compra.

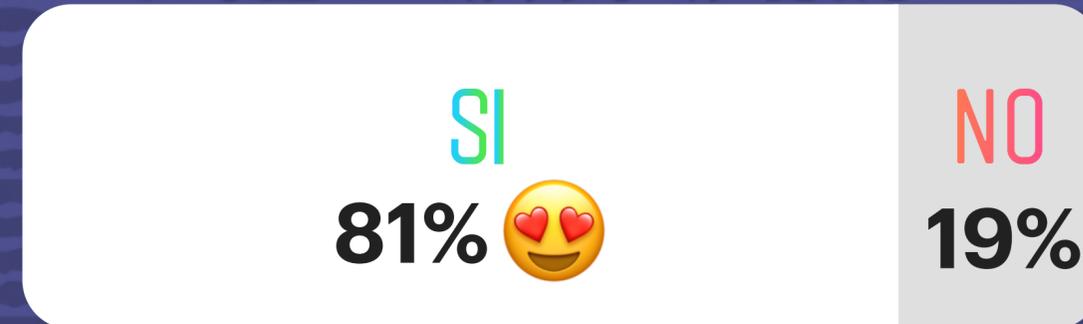
4. ¿Has comprado a través de Instagram?



El 61% de los Millennials sí ha comprado a través de Instagram, versus un 54% de la Gen Z.

Mientras que el 81% dice usar Instagram para vitrinear.

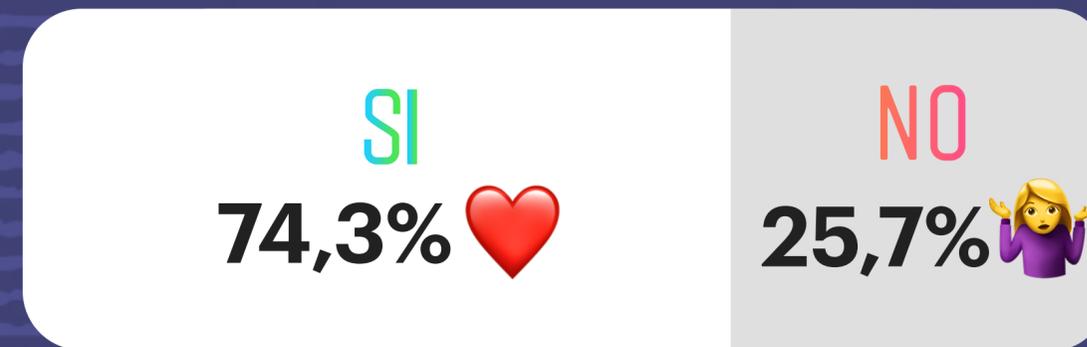
5. ¿Usas Instagram para vitrinear sobre productos o servicios?



Con un 87%, los Millennials son los que más vitrinean en esta plataforma.

74,3% de los chilenos siguen cuentas de influencers.

6. ¿Sigues a influenciadores en Instagram?



El 87% de la Gen Z señala seguir influencers en Instagram.
Por su parte, los Millennials llegan al 78%.

Estilo de vida, cocina y famosos son el top 3 de las categorías de influencers que los chilenos siguen en Instagram.

7. ¿Los influenciadores que sigues, en su mayoría, a qué categoría pertenecen?



Pese a que la mayoría sigue influencers, solo el 39% dice haber comprado algo recomendado por uno de ellos.

8. ¿Has comprado algo por recomendación de un influenciador de Instagram?

SI
39,2% 🤔

NO
60,8% 🙅

Ver productos y servicios de marcas e interactuar con amigos y familiares son las principales actividades de los chilenos en Instagram.

9. ¿Cuáles de estas actividades realizas en Instagram?

Puedes marcar más de una alternativa

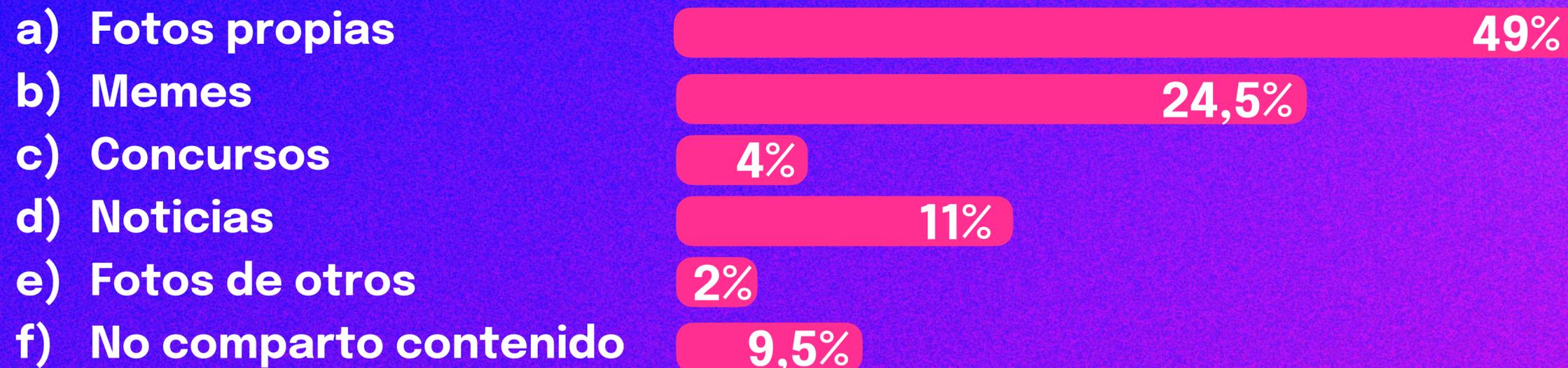


Si bien Gen Z y Millennials coinciden con las actividades principales, tienen diferentes prioridades:

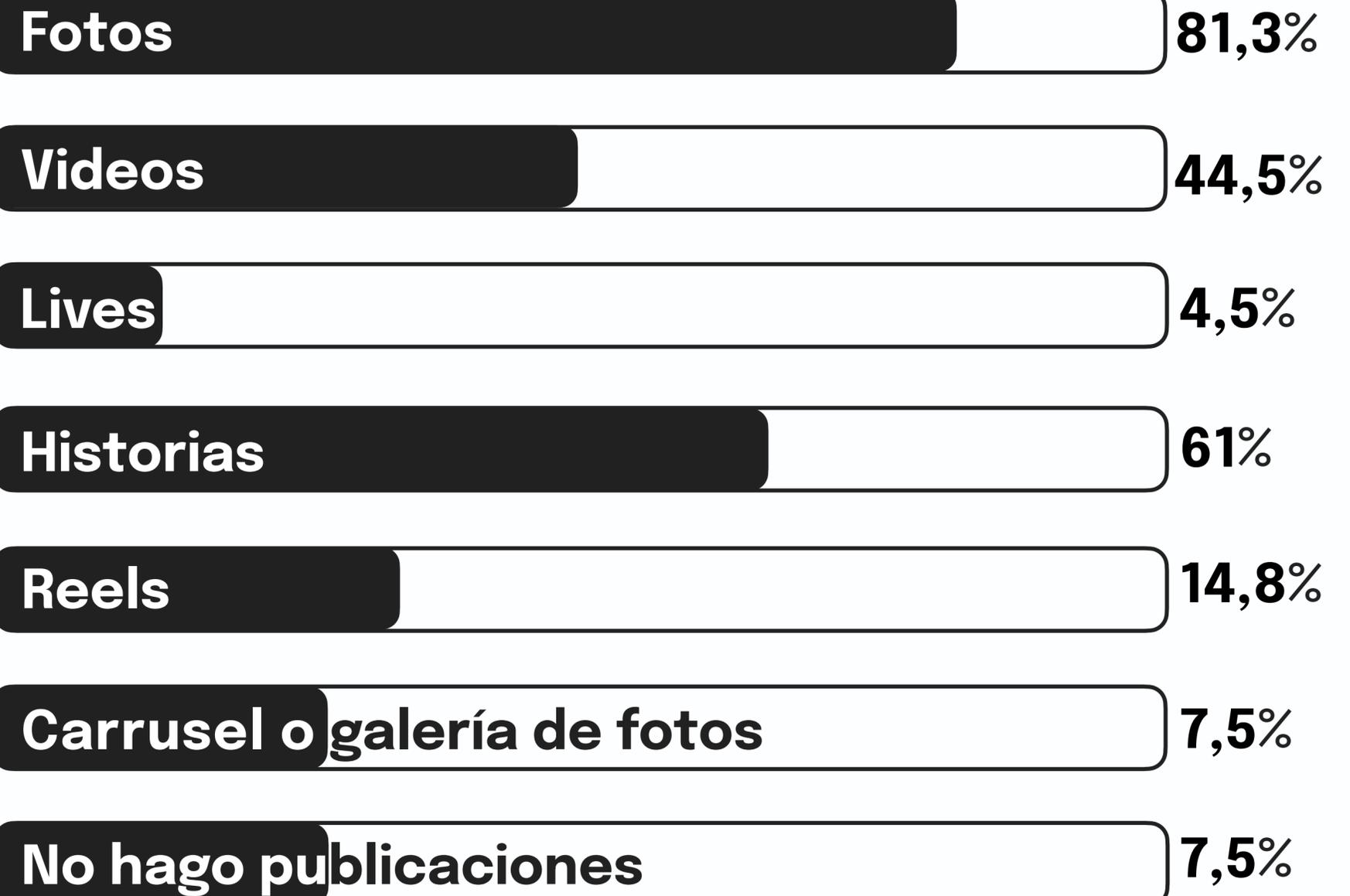
Para la Gen Z primero está la familia y amigos (63%), y luego ver productos y servicios, mientras que para los Millennials es a la inversa: 67% de las preferencias apunta a ver productos.

Fotos y memes son los contenidos más compartidos por los usuarios de Instagram.

10. ¿Qué tipo de contenido compartes generalmente?



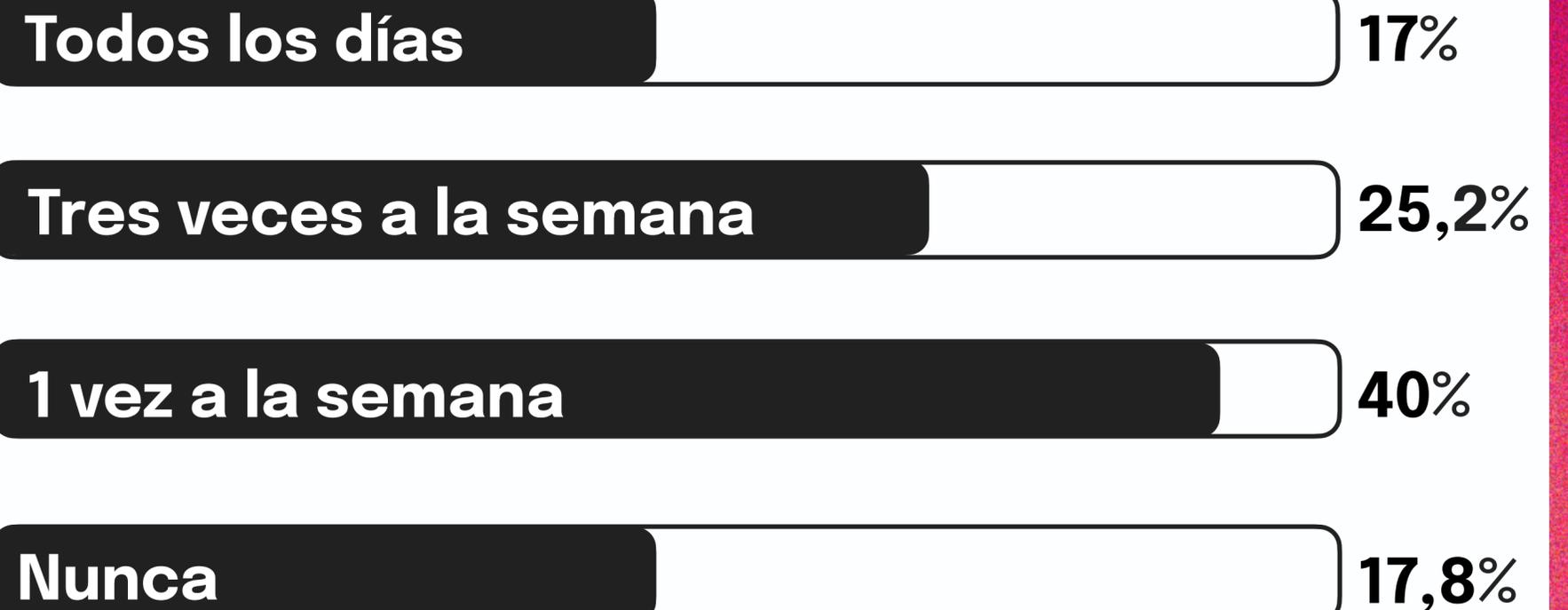
11. Respecto de lo que publicas, ¿qué formato ocupas?
Puedes marcar hasta 4 alternativas



Con el **81%** de las preferencias, las fotos son el formato preferido para compartir en Instagram, seguido de los videos con un **45%**.

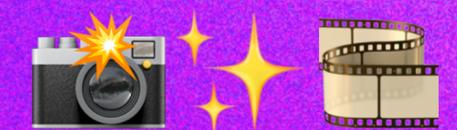
Sobre las historias,
el 40% dice subir
contenido 1 vez
a la semana.

12. ¿Cuántas veces a la semana subes historias?



Sobre el contenido que se comparte en el perfil, el 32% señala que lo hace cada varios meses. Mientras que hay un 17% que nunca sube nada.

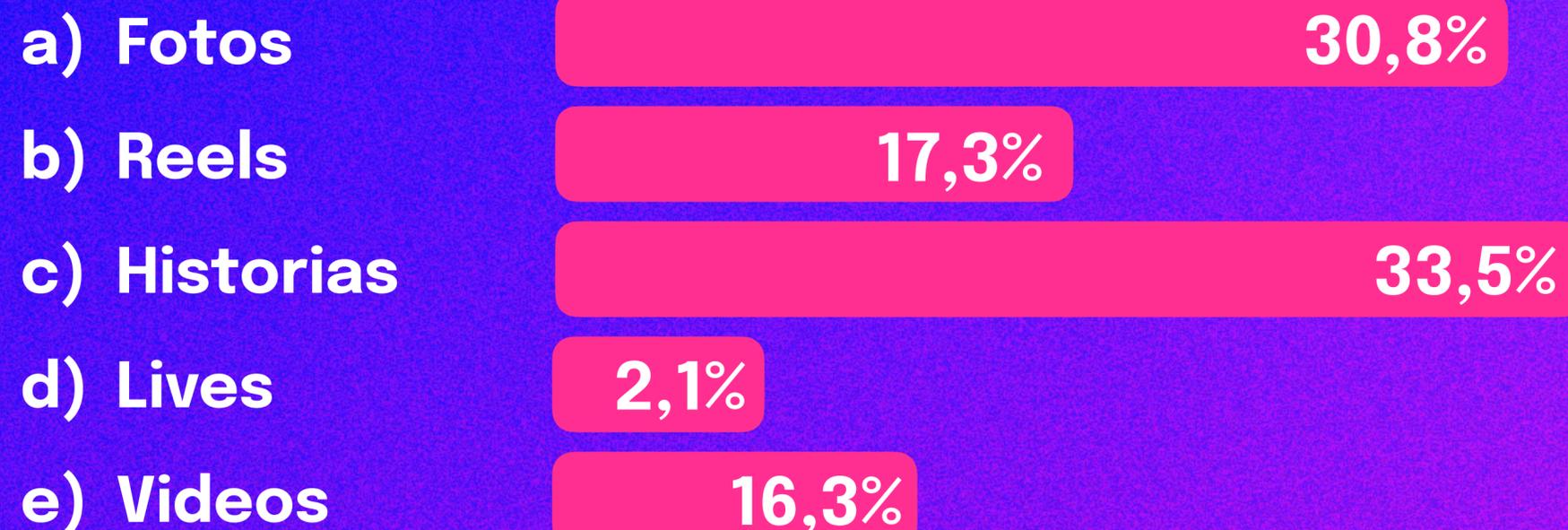
13. ¿Qué tan frecuentemente subes contenido a tu feed / perfil?



La Gen Z es de los que prefieren subir contenido cada varios meses a su feed, mientras que los Millennials comparten contenido varias veces en el mes.

Las historias son el formato preferido de ver con el 34% de las preferencias, seguido de las fotografías con un 31%.

14. ¿Qué tipo de contenido prefieres ver?



El 40% de la Gen Z prefiere subir historias, mientras que los Millennials están empatados en subir historias y fotos.

66% prefiere las fotos naturales, sin edición.

15. Cuando ves Instagram, ¿te gustan más las fotos con muchos filtros o edición o las fotos naturales sin tanto filtro?

a) Prefiero una buena edición y uso de filtros

34%

b) Me gustan las fotos tal como se tomaron

66%

Cuando se trata de noticias, el 83% chequea la confiabilidad de la fuente antes de compartir.

16. Cuando se trata de noticias, ¿revisas que sea una fuente confiable y que no se trate de fake news?

a) Sí, siempre comparto contenido de fuentes confiables



83,2%

b) No, solo comparto



16,8%

El 64% dice no estar pendiente de la cantidad de likes de sus publicaciones.

17. Cuando publicas algo en Instagram, ¿qué tan importante son los likes para tu sensación de realización personal?

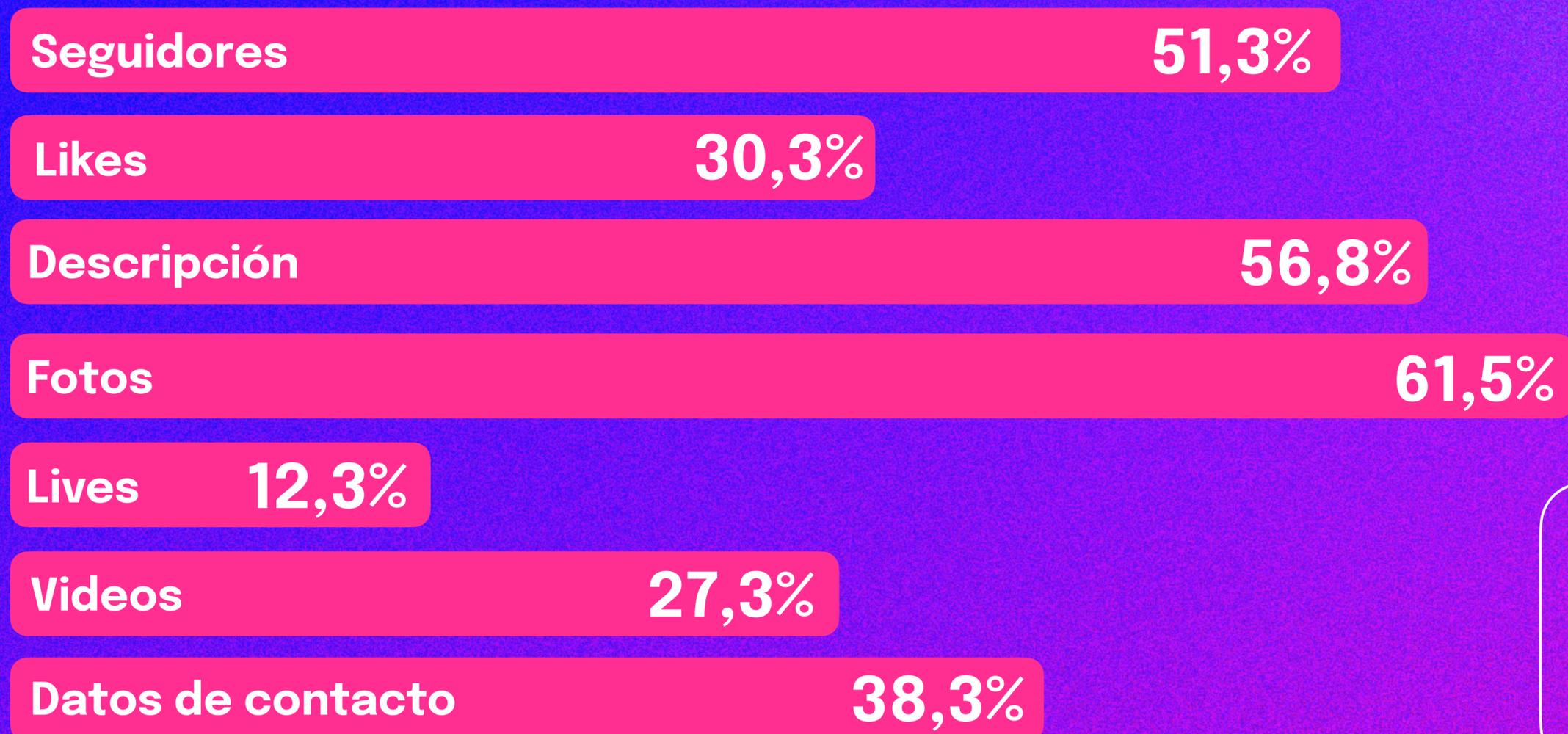
Muy importante 36%

Nada, no me interesan los likes 64%

Las fotos, la descripción y los seguidores, son los tres aspectos de una marca/persona que más confianza generan en los chilenos.

18. ¿Qué factores te inspiran confianza hacia una persona o marca?

Puedes marcar hasta 4 alternativas



La Gen Z se fija en las fotos y los seguidores, mientras que a los Millennials lo que más les importa es la descripción.

Entretención e información son las principales razones por las que las personas ocupan Instagram.

19. ¿Para qué ocupas Instagram?

Puedes marcar todas las alternativas que te representen

Para conocer personas nuevas

33,3%

Por entretenimiento

87,5%

Por trabajo

16,3%

Por conectarme con seres queridos

42,3%

Para informarme sobre actualidad

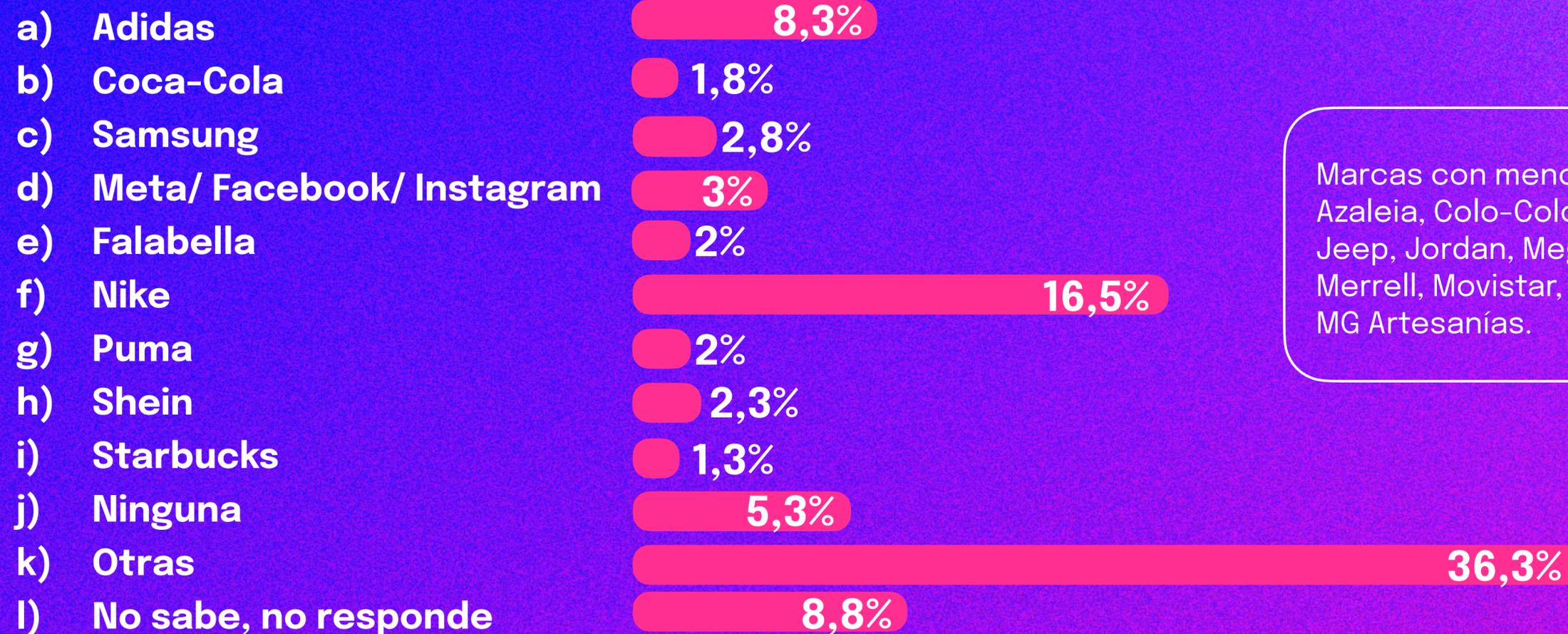
60,3%

Para expresar mis opiniones

27%

Nike y Adidas son las marcas más mencionadas en relación a Instagram.

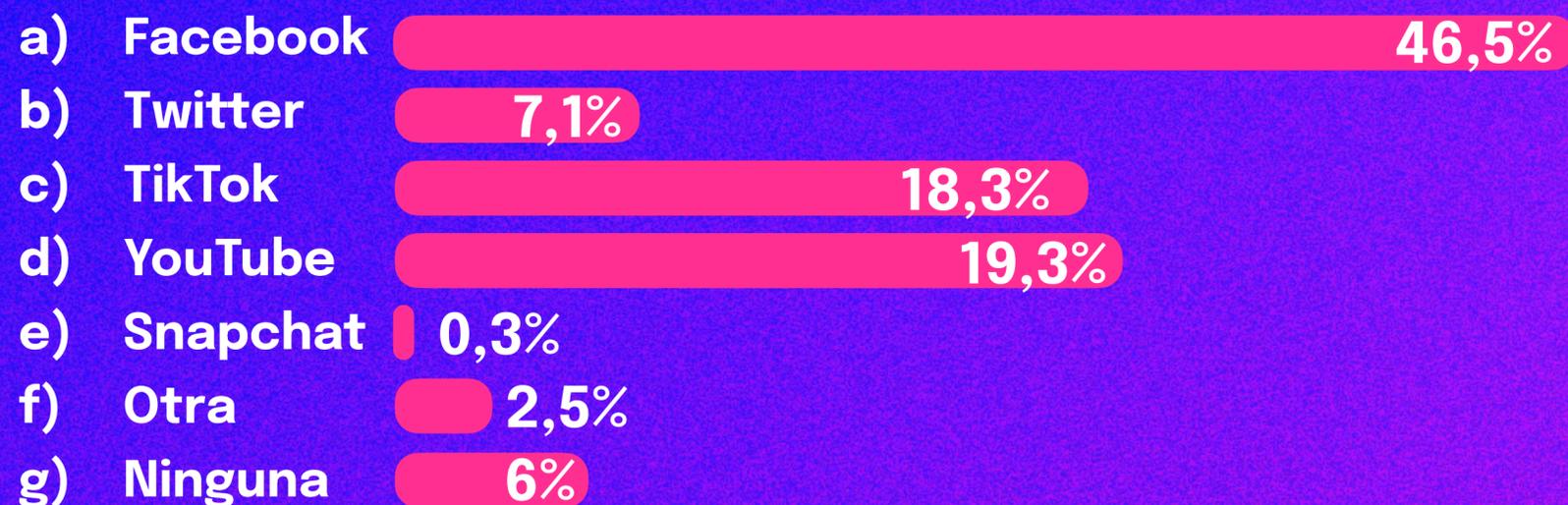
20. Si hablamos de Instagram y te pido que pienses rápido en una marca, ¿cuál es la que primero se te viene a la cabeza? Escribe tu respuesta.



Marcas con menciones iguales o menores a 1%:
Azaleia, Colo-Colo, Doggis, Esika, Gucci, H&M,
Jeep, Jordan, Meganoticias, Mercado Libre
Merrell, Movistar, Paris, Sascha Fitness, Zara,
MG Artesanías.

El 47% considera Facebook tan importante como Instagram.
Le siguen YouTube y TikTok.

21. ¿Qué red social para ti es tan importante como Instagram?



Para el 30% de la Gen Z, TikTok es tan importante como Instagram, mientras que en el caso de los Millennials ese lugar lo ocupa Facebook.

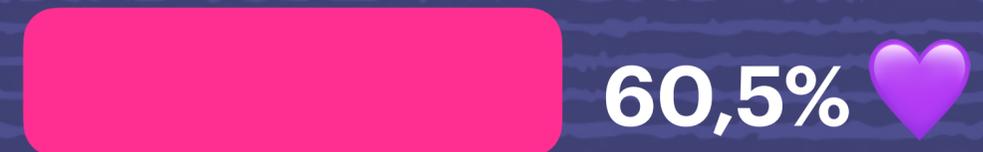
A más del 60% de los chilenos les gusta ver y subir contenido a Instagram.

22. ¿Te gusta solo entrar a Instagram para mirar contenidos o te gusta además publicar y compartir cosas?

a) Entro solo para ver contenidos



b) Me gusta ver contenidos y también subir cosas



Metodología



Jelly realizó, desde el panel online Offerwise, **un estudio cuantitativo consistente en 400 entrevistas** autoaplicadas.



El público objetivo de este estudio **fueron personas entre 15 y 55 años**, sin límites territoriales en nuestro país.



El único filtro para poder ser parte del estudio es usar Instagram todos los días.

HABLEMOS

jelly®