

RADIOGRAFÍA DIGITAL

-  
**Redes  
Sociales**

**y el compartimiento  
de los chilenos.**

Qué vemos, cómo las usamos y  
cuánto tiempo pasamos conectados

A woman with long dark hair, wearing a blue hoodie and blue sunglasses, is smiling and holding a blue smartphone to take a selfie. The background is a dark gradient with a large, bright yellow starburst graphic on the right side.

**OVERVIEW**

## Es así. Vivimos en digital y **sumergidos en redes sociales.**

El 62% de los chilenos está dedicando hoy entre 2 a 5 horas diarias al uso de alguna red social y el 51,1% se informa ahí.

Instagram, Facebook, Youtube y TikTok son las más usadas por el público en general pero si le preguntamos por sus plataformas favoritas a los que tienen entre 18 y 35 años, la pelea se da entre Instagram y TikTok.

El 52,3% de los chilenos dice que se divierte más en TikTok. Y mientras eso pasa, Instagram es esencial, porque es la plataforma donde pasa todo. Donde hablan del trabajo, de la pareja, familia, la vida, los viajes, lo que se compran y lo que les gustaría comprar. El 79% usa Instagram todos los días y Stories (68,8%) es el formato más usado.



Estos son algunos de los hallazgos.  
**Pase y lea con calma.**



# Los chilenos y las redes sociales



**62%** de  
**los chilenos**  
dedican de 2 a  
5 horas diarias a  
ver redes sociales

	TOTAL
1 hora	21,7%
Entre 2 y 3 horas	39,8%
Entre 3 y 5 horas	22%
Más de 5 horas	16,5%

P1. Actualmente,  
¿Cuántas horas usas las redes sociales cada día?

	TOTAL
Facebook	68,1%
Instagram	83,5%
X (ex Twitter)	20,5%
TikTok	83,5%
Snapchat	2,2%
Pinterest	12,1%
Youtube	57,5%
Linkedin	7,2%
Otra	3,7%

P2. ¿Cuáles son las redes sociales que más usas hoy? (Marcar un máximo de cuatro)

# Instagram, TikTok, Facebook y YouTube

Son las principales redes sociales que usan hoy los chilenos.

Y entre los 18 y 35 años, el reinado se divide entre Instagram y TikTok

Cabe destacar que los mayores de 35 usan más Youtube y LinkedIn que los más jóvenes.

# TikTok

es donde más se divierten los chilenos

Y por esto es que las marcas deben entender la naturaleza de esta plataforma, no tener miedo y hablar el lenguaje que aquí se utiliza, soltando lo perfecto e ir buscando la forma de conectar de verdad con esas audiencias.

Le siguen Instagram, Facebook y YouTube.

	TOTAL
Facebook	10,8%
Instagram	23,7%
X (ex Twitter)	2,2%
TikTok	52,3%
Snapchat	1%
Pinterest	0,2%
Youtube	9,6%
Linkedin	0,2%

P3. ¿En qué red social te diviertes más?

# Humor y memes, tips y consejos y los tutoriales

Este es el top 3 de contenidos favoritos de las personas en redes sociales.

	TOTAL
Bailes	40%
Challenges	23%
Humor y memes	75,3%
Storytime	34,6%
Tutoriales	60%
Tips y consejos	68,4%
Videos ultra producidos	18,3%
Noticias	48,6%
Fotos y/o videos de mis amigos	30,4%

P4. A la hora de consumir contenido en redes sociales, ¿Qué tipo de contenido prefieres?

# Entre 20 a 40 minutos de scrollear sin parar

Más de un tercio de los chilenos dedica esa cantidad de minutos promedio al día para navegar en la plataforma. Hay una tendencia de que los más jóvenes pasan más tiempo en TikTok, esto porque el contenido es

**divertido y creativo.**

	TOTAL
Entre 5 y 10 minutos	7,7%
Entre 10 y 20 minutos	16,3%
Entre 20 y 30 minutos	19,3%
Entre 30 y 40 minutos	17%
Entre 40 y 50 minutos	11%
Más de 50 minutos	11,9%
Más de una hora	11,6%
Más de dos horas	5,2%

P5. ¿Cuántos minutos al día usas, en promedio, TikTok sin parar?

	TOTAL
Divertido	84%
Creativo	65,9%
Relajado	37,5%
Informativo	27,4%
Inspirador	11,1%
Útil	24,2%
Marca tendencia	10,6%

P6. ¿Te gusta ver TikTok porque su contenido es: (Puedes marcar hasta 3)

La mayoría prefiere **consumir** contenido antes que compartir

	TOTAL
Subo contenido	20,2%
Prefiero ver contenido de otros	79,8%

P7. ¿Subes contenidos a TikTok o solo ves contenido de otros/as?

Una tendencia que vemos que se ha repetido en los últimos estudios que hemos realizado, es que casi el 80% prefiere ver videos, en vez de crearlos. Ver es el nuevo engagement. Más que dar likes o bajar y re compartir, el view es cada vez máspreciado.

El 84% de las mujeres prefiere ver contenidos, y es que a medida que pasan los años, ellas se van volviendo cada vez más espectadoras que protagonistas de TikTok, mientras que en el caso de los hombres lo ven como un lugar para divertirse, reír y encontrar cosas insólitas.

“Al principio como que era la reina, me la creía... pero después te dedicas a mirar más que a hacer cosas. Aprendes y participas por ahí.”

**Alejandra. Arquitecto independiente. 31 años.**

“Cualquier cosa que no puedes ver en ninguna otra parte, para eso también sirve mucho. Es divertido, te encuentras con cosas que nunca pensaste ni que podían hacerse o existir.”

**Ricardo. Ingeniero comercial. 33 años.**

**Y es aquí donde  
está la riqueza  
y oportunidad  
para sumergirse  
en TikTok**





# Es una plataforma variable y versátil

que se va adecuando a las  
edades e intereses de sus audiencias

# Historias, memes, bailes, viajes y experiencias

son los contenidos más populares que se suben a TikTok

	TOTAL
Belleza	22%
Cocina	19,5%
Bailes	32,9%
Memes	39%
Historias	53,7%
Unboxing	11%
Viajes y experiencias	30,5%
Mi día a día	22%

P8. ¿Qué tipo de contenido subes habitualmente a TikTok?  
(puedes marcar más de uno)

TikTok se configura como una herramienta de identidad, de mostrarle al mundo quién soy, cómo soy y qué hago. Dado su funcionamiento, esta plataforma es una vía muy potente y rápida (y natural) para hacerlo.

"Bailo, sobre todo. Es lo que más hago. Pases de baile, imitando famosas. En TT se ve mucho más claro si lo sabes hacer bien. Y si lo haces bien, como que eres esa artista"

**Odette. Educación Media. 17 años.**

# Pero hay diferencias importantes

entre hombres y mujeres.  
Al igual que en la  
psicología básica humana.

Los hombres por un lado asocian TikTok con aventuras y con una identidad que ya tiene y que quieren imponer, mientras que las mujeres van por el camino de crear una identidad, compartirla abiertamente y formar nuevos lazos.

"Es que mira, uno ya sabe lo que puede hacer... lo que se busca es que lo sepan los demás, evidentemente."

**Carlos. Estudiante de Derecho. 31 años.**

"Vas descubriendo, vas haciéndolo con amigas, al principio puede que te salga mal, pero lo vas perfeccionando."

**Carla. Estudiante de Agronomía. 20 años.**

Más del 70%  
asegura haber  
visto contenido  
de alguna  
marca

Donde la mayoría asegura que ese  
**contenido compartido les gustó.**

	TOTAL
Sí	74,3%
No	25,7%

P9. ¿Viste algún contenido de alguna  
marca en TikTok en los últimos 5 meses?

	TOTAL
Sí	80,4%
No	19,6%

P10. ¿Te gustó ese contenido de marca?

# Cuando se trata de **publicidad**

los chilenos dicen que les molesta menos verla en Instagram, seguido de TikTok

	TOTAL
TikTok	25,7%
Instagram	30,9%
Facebook	19,8%
X (ex Twitter)	10,6%
Youtube	13%

P11. Con respecto a la publicidad, ¿en cuál red te molesta menos?

# Instagram es la plataforma para todo

hablas de tu trabajo, tu pareja, tu familia,  
tu vida, tus viajes, lo que te compras  
o te gustaría comprarte

"Si alguien se perdiera en una montaña o naufragara...  
si encuentran su Instagram sin su nombre, pueden ver  
toda la vida de esa persona. Está todo."

**Andrea. Secretaria multinacional. 36 años.**



# Entonces no extraña

que el 79% de los encuestados usa Instagram todos los días.

Y el 50% de ellos navega en promedio de 20 a 50 minutos en esa **plataforma sin parar.**

	TOTAL
Sí	79,3%
No	20,7%

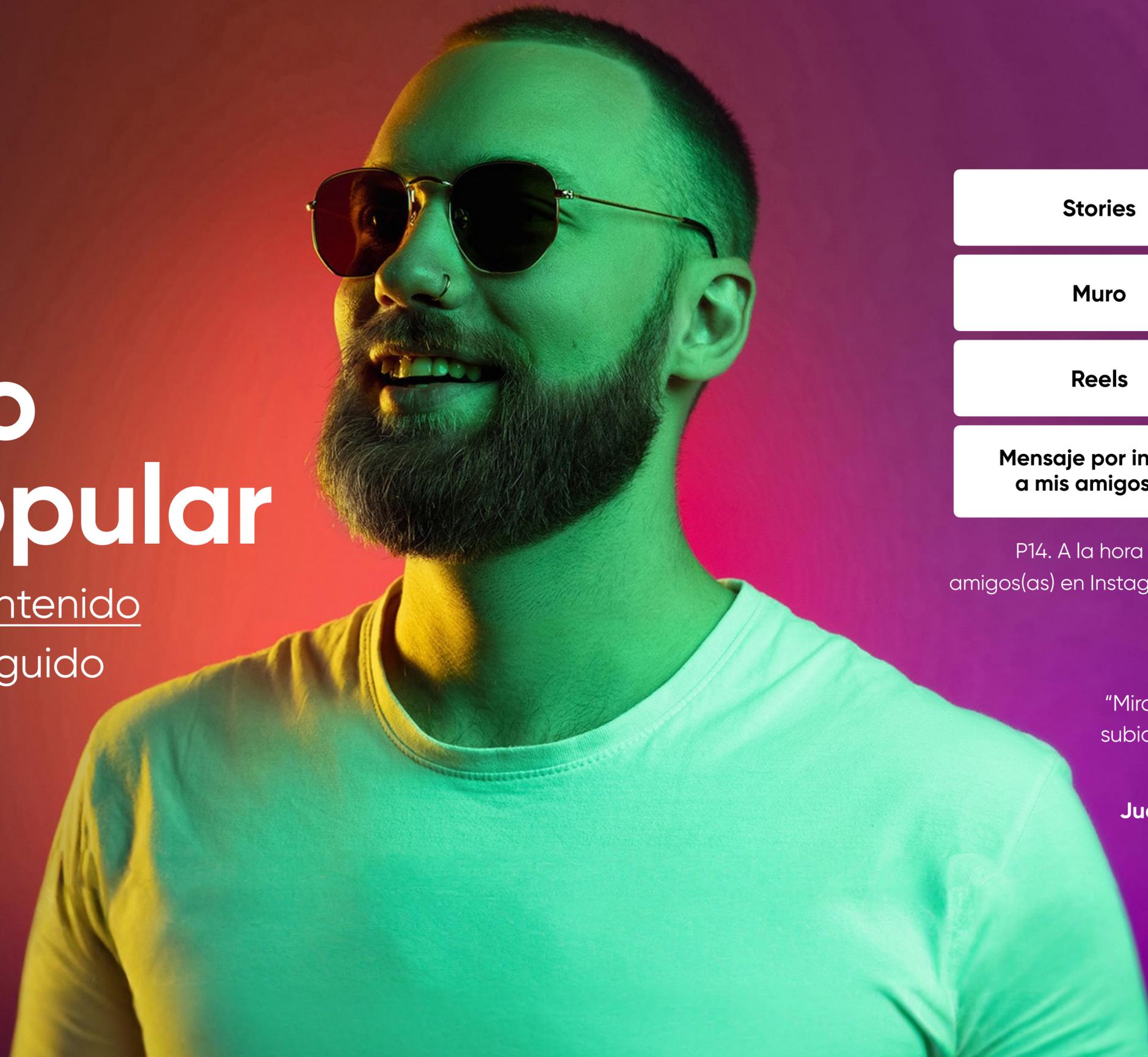
P12. ¿Usas Instagram todos los días? Los que responden que no saltan a la pregunta 18)

	TOTAL
Entre 5 y 10 minutos	5%
Entre 10 y 20 minutos	14,6%
Entre 20 y 30 minutos	19,3%
Entre 30 y 40 minutos	17,8%
Entre 40 y 50 minutos	13,2%
Más de 50 minutos	11,8%
Más de una hora	11,8%
Más de dos horas	6,5%

P13. ¿Cuántos minutos al día usas, en promedio, Instagram (ya sea reels, contenido de muro o stories) sin parar?

# Stories es el formato más popular

para compartir contenido con los amigos, seguido de los reels.



	TOTAL
Stories	68,8%
Muro	38,6%
Reels	48,6%
Mensaje por interno a mis amigos(as)	35,8%

P14. A la hora de compartir contenido con tus amigos(as) en Instagram, ¿qué modalidad prefieres? (puedes marcar más de uno)

"Miro lo que he subido, o lo que han subido amigos, y veo entera mi vida y la de ellos."

**Juan. Educación Media. 16 años.**

# Meta, TikTok y YouTube

son las plataformas favoritas de los chilenos para descubrir productos/servicios.

Si bien para los mayores de 35 Facebook es el lugar preferido con un 65%, destacamos el alza de YouTube en este segmento con un 40%. Por otra parte, los más jóvenes recurren a Instagram, Facebook y TikTok.

	TOTAL
Facebook	59,8%
Instagram	66,7%
X (ex Twitter)	10,4%
TikTok	48,1%
Snapchat	3,5%
Pinterest	9,6%
Youtube	32,1%
Linkedin	3,2%

P15. ¿Qué plataformas son el lugar donde descubres productos y servicios que consideras comprar?

\*Puedes marcar todas las alternativas que correspondan.

# Google continúa siendo el favorito a la hora de tener que buscar

Sin embargo, vemos como para los que tienen entre 18 y 35 años, más del 31% usan Instagram y TikTok como formas para buscar. Por eso es que se vuelve fundamental que las marcas estén en redes sociales, con mucho contenido desplegado, enlaces y tips.

	TOTAL
Buscadores (ej. Google)	52,3%
TikTok	8,6%
Instagram	21,2%
Facebook	13,9%
X (ex Twitter)	1,5%
Uso Whatsapp para preguntarle a amigos(as)	2,5%

P16. A la hora de buscar una marca o producto o tienda, ¿qué plataforma usas primeramente para buscar?

# Medios de comunicación y redes sociales

son los principales canales en que la gente cree y confía para informarse.

	TOTAL
Medios de comunicación	53,6%
Redes Sociales	51,1%
Influencers	16,5%
Políticos	5,7%
Ninguno	21,2%

P17. A nivel de credibilidad y confianza a la hora de informarte, ¿en quién confías? (puedes marcar todos los que sean de confianza para ti)

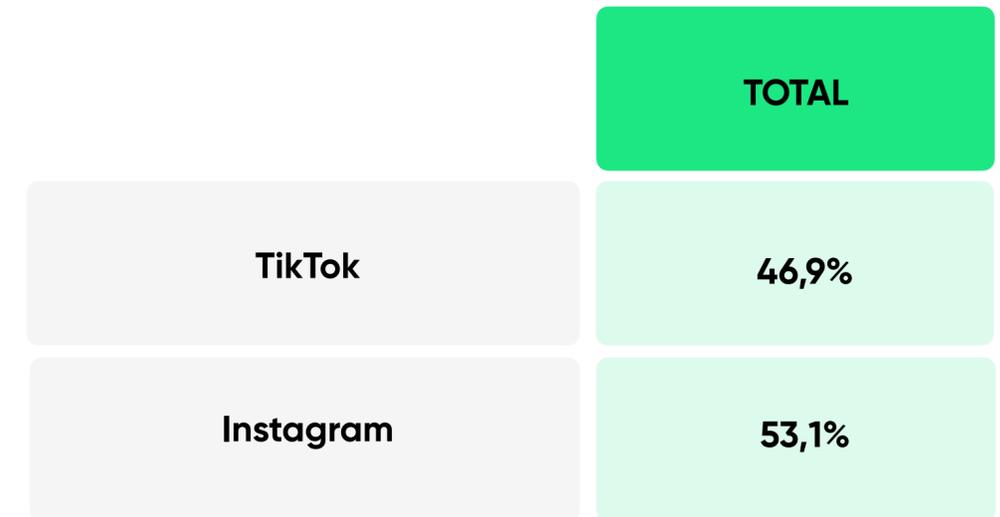
En los menores de 35 años, destacamos que confían más en las redes sociales que en los medios tradicionales, aunque sea por una diferencia mínima. Mientras que los mayores de 35 le creen más a los medios.

Es relevante mencionar que **un 21% no le cree a ninguno.**

# Sobre los influencers y su credibilidad.

Si bien las cifras son bastante parejas, puesto que el grupo entre 18 a 35 años le creen por igual en ambas plataformas, el segmento mayor de 35 les cree más a los influencers que ven en Instagram, con un 56%.

Esto puede deberse a que Instagram es percibida como una plataforma más narrativa y emocional, un verdadero diario de vida digital, donde las audiencias muchas veces conocen a las familias, trabajos, proyectos, viajes, etc. Y además, porque una de las vetas que más ha crecido es el comercio.



P18. ¿Crees que los influencers tienen más credibilidad en qué red social?

"Yo creo que debería ser la única, al menos para mí. Sirve para todo. Es como un comodín ideal para todo, desde aventuras, sentimientos, momentos... hartas cosas, claro."

**Sebastián. Empleado Público. 37 años.**

# METODOLOGÍA

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

El público objetivo fueron personas entre 15 y 55 años, sin límites territoriales en nuestro país. El único filtro para poder ser parte del estudio es usar TikTok e Instagram.

12 entrevistas presenciales en profundidad a 6 hombres y 6 mujeres entre los 16 y 56 años, realizadas por Cristóbal Ruiz-Eskide, Sociólogo de la Universidad de Salamanca y Master en Psicología Social.



