



# ESTUDIO SER HOMBRE EN CHILE HOY

# Metodología

# ¿Cómo lo hicimos?

## Grupo Objetivo

Hombres entre 18 y 35 años de los estratos socioeconómicos ABC1, C2, C3 D de todo Chile.

## Técnica

Estudio Cuantitativo con encuestas online.

## Tamaño de muestra

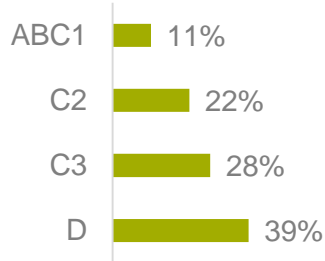
203 casos totales, ponderados por edad y GSE.

¿A quiénes entrevistamos?

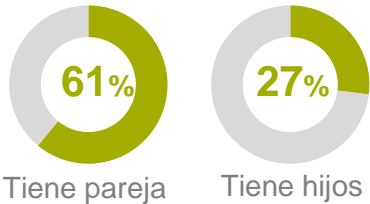
# Descripción de los encuestados ponderados



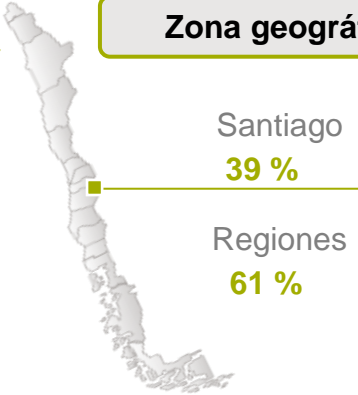
## Nivel socioeconómico



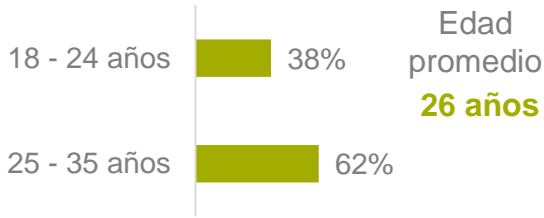
## Familia



## Zona geográfica



## Edad



# Resultados

# Concepto masculinidad

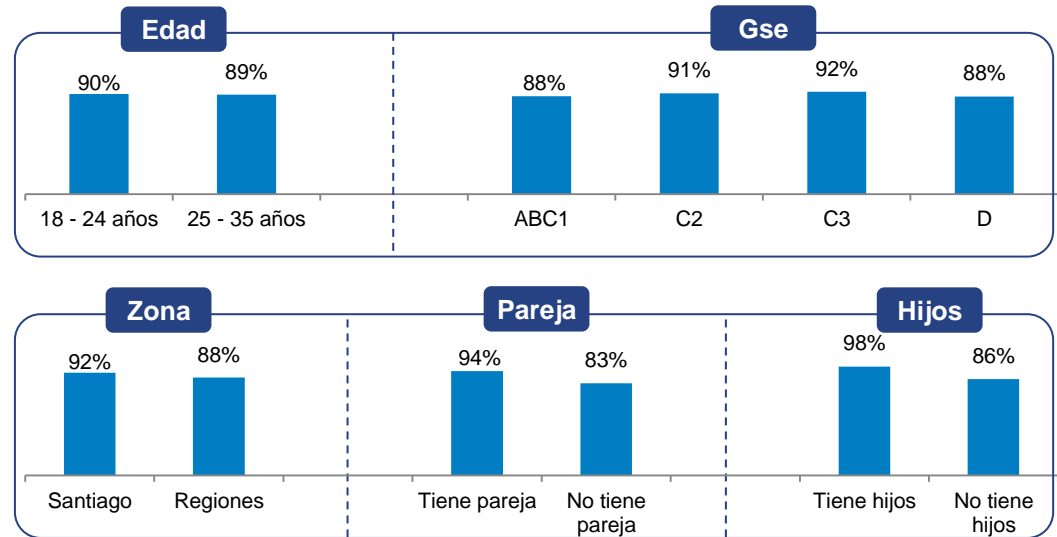
¿Consideras que el concepto de masculinidad ha cambiado en la última década?



**90%**

cree que ha  
cambiado el  
concepto

La gran mayoría de los hombres creen que el concepto de masculinidad ha cambiado en la última década, en especial aquellos que tienen hijos y los que tienen pareja.



Base: Total entrevistados

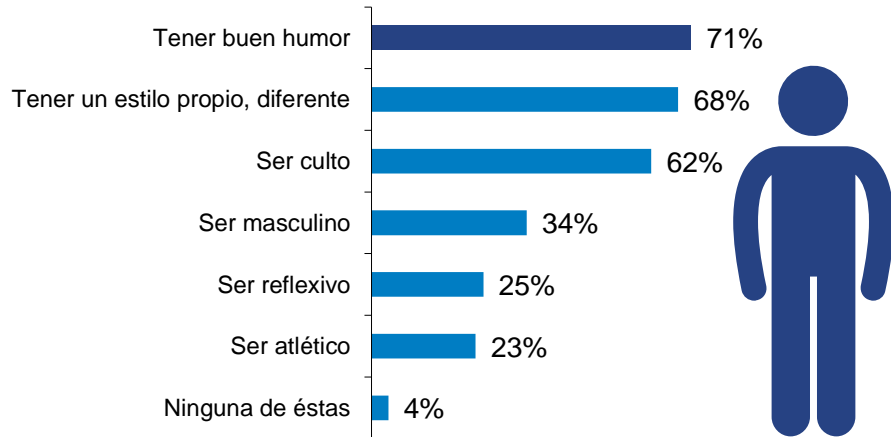
© GfK August 1, 2017 | ESTUDIO SER HOMBRE EN CHILE HOY 2017

# Cambio en el ser atractivo de un hombre

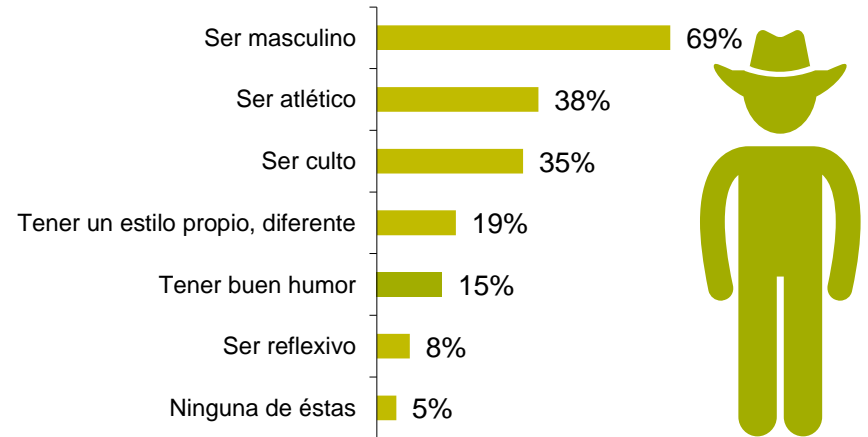
¿Qué crees que hace atractivo a un hombre? ¿Y hace 20 años?



## ¿Que hace a un hombre atractivo hoy?



## ¿Que hacía atractivo a un hombre hace 20 años?



Se invierten los atributos que definen a un hombre atractivo de hoy con los de 20 años atrás.

Base: Total entrevistados

© GfK August 1, 2017 | ESTUDIO SER HOMBRE EN CHILE HOY 2017



# Atractivo / Juzgado

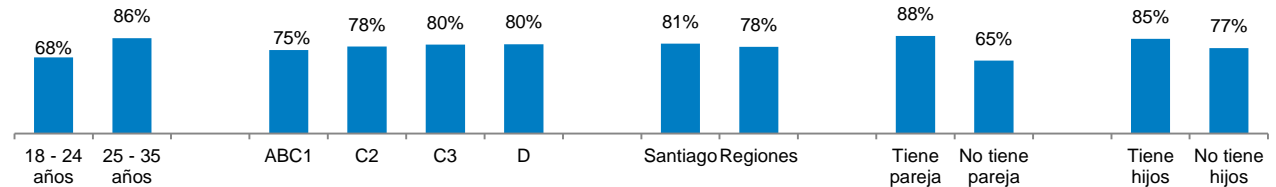
¿Te sientes un hombre atractivo? ¿Te sientes juzgado cuando tienes un look diferente o inusual?



## 79%

Se siente atractivo

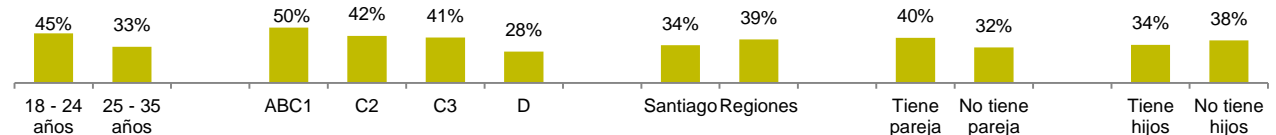
8 de cada 10 hombres se sienten atractivos en especial los que tienen entre 25-35 años, los con pareja y los con hijos.



## 37%

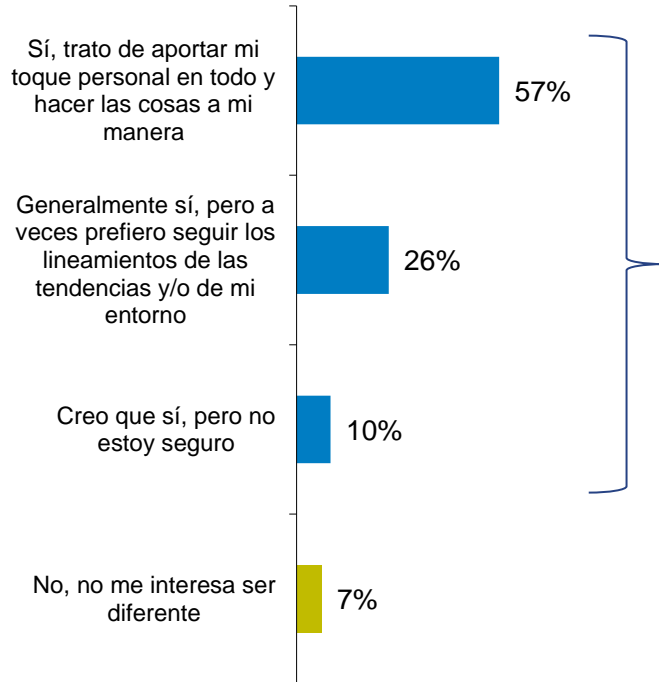
Se siente juzgado cuando tiene un look diferente

Los hombres entre 18-24 años, de segmentos altos y los que tienen pareja se sienten más juzgados cuando tienen un look diferente.



# Único

¿Te sientes único, diferente al resto?



93%

De los hombres se siente en algún grado único

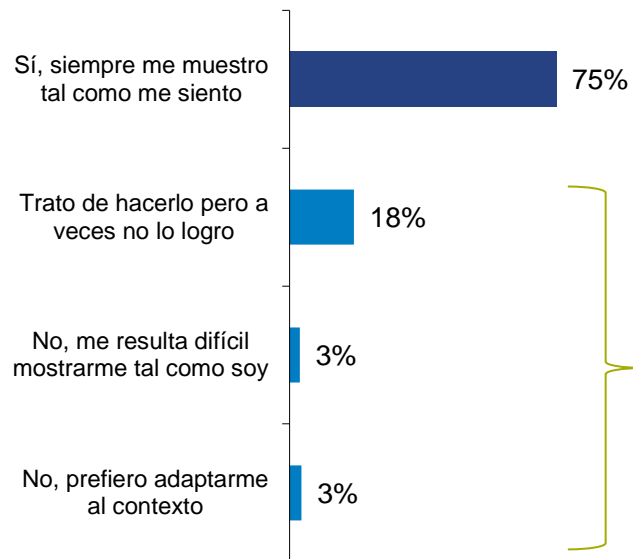


Los hombres entre 25-35 años, los del grupo socioeconómico C1, los de regiones y los que tienen pareja son los que más tratan de aportar su toque personal en todo.

A los que no les interesa ser diferentes, son principalmente los hombres del grupo socioeconómico C3 y los de regiones.

# Autenticidad

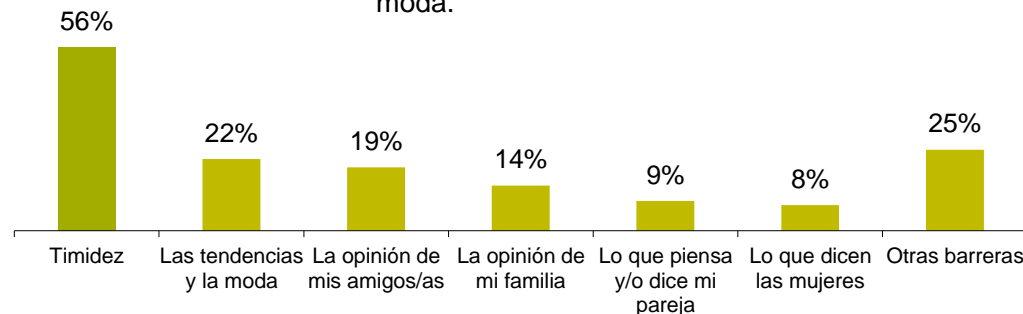
¿Te muestras tal cuál eres? ¿Cuáles de estas barreras hacen que a veces sea más difícil para ti mostrarte de forma auténtica?



## Barreras

Si bien la gran mayoría de los hombres se muestra tal como se siente, los que no lo hacen es principalmente por su timidez.

La mayor razón por la cual el segmento D no se muestra tal cual es por las tendencias y la moda.



Base: Total entrevistados / total entrevistados que no se muestran tal cual son.

# Nuevas tendencias en productos

¿Te gusta consumir nuevas tendencias en productos de cuidado personal masculino?



81%

De los hombres utiliza en alguna medida productos de cuidado personal masculino

Sí, me interesa conocer y experimentar las novedades y tendencias

30%

Sí, consumo algunos productos más específicos de cuidado personal masculino, pero no suelo hablar de ello

16%

Utilizo lo básico, pero he intentado incorporar alguna novedad de cuidado personal en los últimos tiempos

36%

No, no me interesa considerar esos productos

19%

A los que más les interesa experimentar las novedades son los del grupo ABC1, los que tienen pareja y los que tienen hijos.

Aquellos que utilizan lo básico y han intentado experimentar son los hombres entre 25-35 años, los de regiones, los con pareja y los sin hijos.



# Identificación

¿Con qué te identificas más?



83%

Con lo interior y la fortaleza emocional

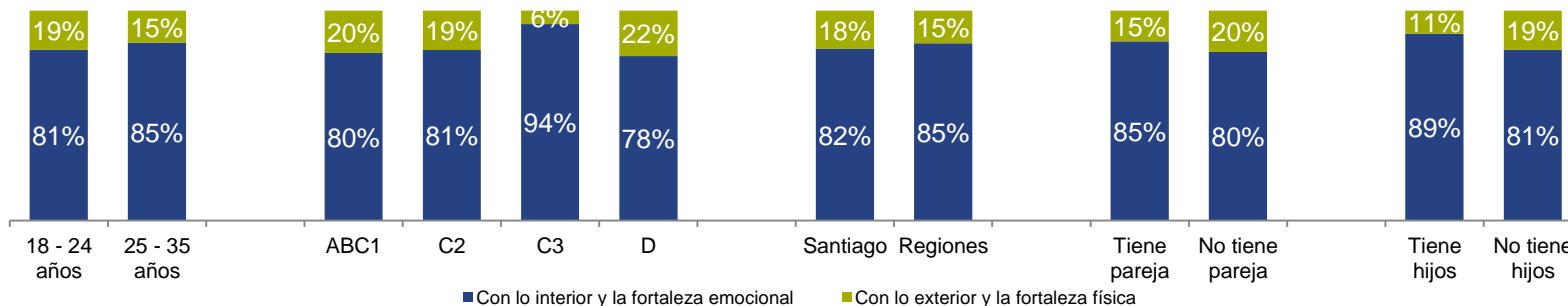
17%

Con lo exterior y la fortaleza física



La identificación con lo interior y la fortaleza emocional es más fuerte en los hombres entre 25 y 35 años, grupo socioeconómico C3, los que tienen pareja y los que tienen hijo.

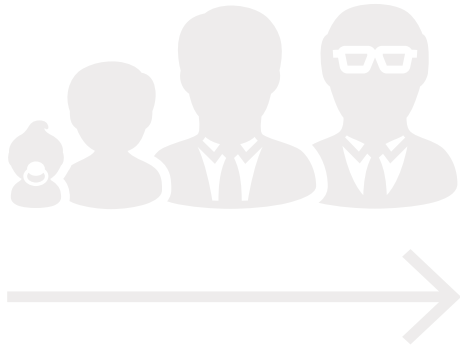
Aquellos que se sienten atractivos, se identifican levemente más con lo exterior que los que no se sienten atractivos (17% vs 14%).



Base: Total entrevistados

# Ejemplo para las próximas generaciones

¿Es importante para ti ser un ejemplo para las próximas generaciones? ¿Por qué?

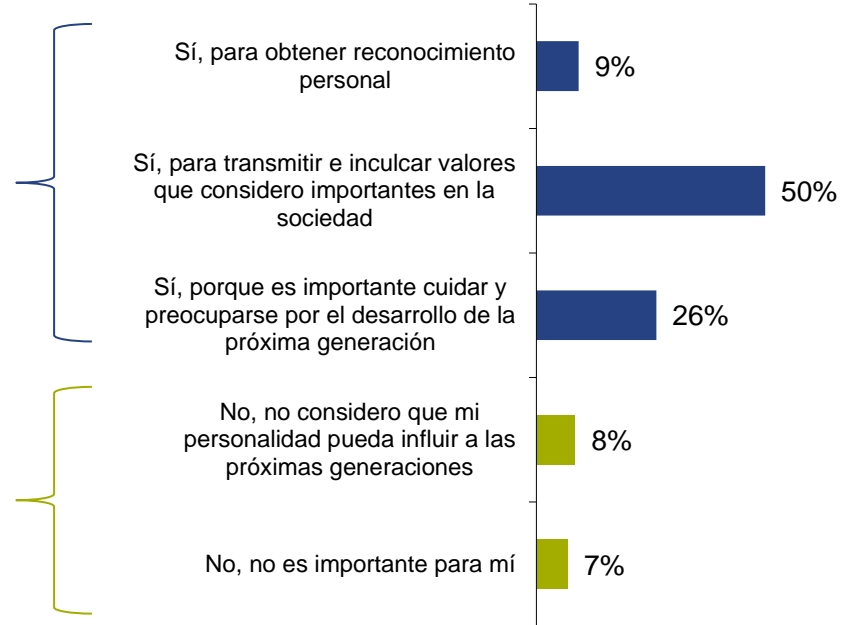


**85%**  
Quiere  
Ser un ejemplo

Los que más quieren ser un ejemplo son los que tienen entre 25-35 años, grupo socioeconómico C3, los que tienen hijos y los de regiones.

El grupo que menos quiere ser un ejemplo son los del segmento D y los de Santiago.

**15%**  
No quiere  
Ser un ejemplo



# Motivo elección de su pareja

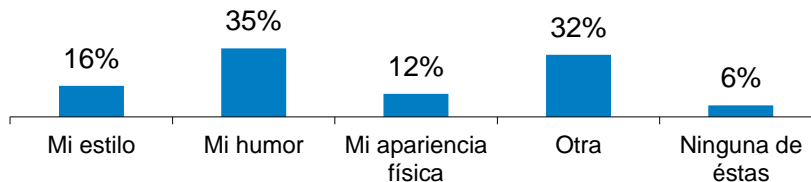
¿Por qué motivo crees que tu pareja eligió estar contigo?, Pensando en tu última pareja ¿Por qué motivo crees que eligió estar contigo?



**61%**  
Tiene pareja



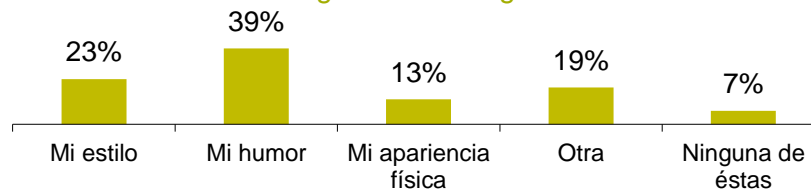
¿Por qué motivo crees que tu pareja eligió estar contigo?



**37%**  
No tiene pareja



Pensando en tu última pareja ¿Por qué motivo crees que eligió estar contigo?



**2%**

Nunca ha tenido pareja

En ambos casos las razones son en ambos casos muy similares. Dentro de las otras opciones están por su personalidad o forma de ser.

# Moda masculina

Elige todas las frases sobre moda masculina actual con las que te sientas identificado



**54%**

Me gusta el uso  
de la barba actual



**41%**

Me gustan los cortes  
De pelo actuales



**32%**

Me gusta el uso  
de tatuajes



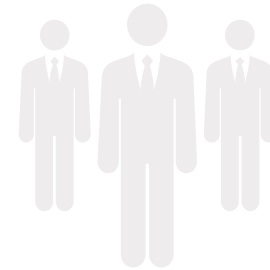
**13%**

Me gusta el uso  
de accesorios



**23%**

No me identifico  
con Ninguna anterior



La primera opción de los hombres entre 18-24 años es el que les gustan los corte de pelos actuales, mientras que a los de 25 – 35 años es el uso de la barba actual.



¡GRACIAS!