

**DATOS ABIERTOS Y ANÁLISIS
CUANTITATIVO PARA HUMANISTAS**

Análisis del perfil cultural en Chile y Perú: un estudio comparativo de hábitos y participación.

**Jose Carlos Contreras
Cristina Fernández de
Córdova
Abel Ramírez
Santiago del Valle**



Fotografía propiedad del Museo
Nacional de Bellas Artes, Santiago-Chile

INTRODUCCIÓN

Hábitos culturales: Chile y Perú



Fotografías de Pexels, libres de derechos

El proyecto: comparativa regional

Análisis estadístico de encuestas culturales en Chile y Perú (2023-2025) para identificar patrones de consumo y contrastes entre ambos países.

Importancia: cultura y sociedad

Vínculo estrecho de la cultura con el desarrollo socioeconómico, la calidad de vida y el fortalecimiento del tejido social.

Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS)

Meta 8.9 : rol de la cultura en el crecimiento económico y la generación de empleo,
Meta 12.b: diseño informado y con mecanismos de seguimiento técnico.

Caracterización: ¿Por qué Chile y Perú?

Países vecinos con contextos culturales y territoriales afines y selección basada en la disponibilidad de portales de datos abiertos.

INTRODUCCIÓN

Objetivos

General

Conocer los hábitos de participación cultural en cine, museos y ferias artesanales, para aportar al diseño de estrategias adecuadas orientadas a la difusión de la cultura y superación de brechas de acceso.

Específicos

1

Identificar el perfil sociodemográfico de la muestra.

2

Identificar brechas de género o de nivel socioeconómico en la participación cultural, especialmente en cine, museos y ferias artesanales.

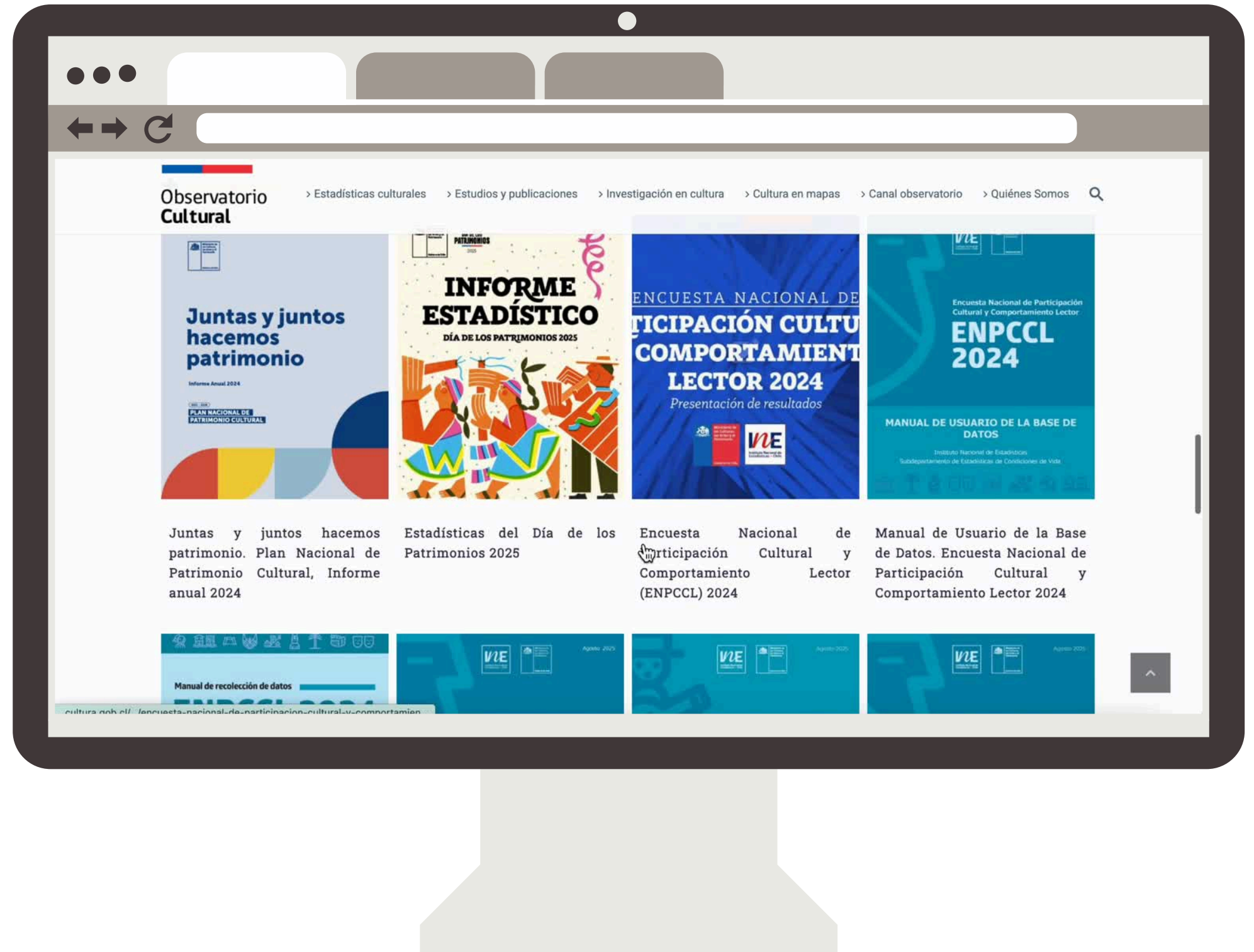
3

Comparar grupos de edades en la participación cultural en cine, museos y ferias artesanales.

Metodología

Criterios de selección:

- **Búsqueda:** Revisión de portales estatales de cultura y ocio en Chile y Perú.
- **Filtro:** Identificación exclusiva de repositorios de datos abiertos.
- **Requisito:** Bases de datos con variables numéricas y categóricas (encuestas/censos).
- **Muestra:**
 - Perú: N= 39.984
 - Chile: N= 34.787



Metodología



Fuentes de datos:

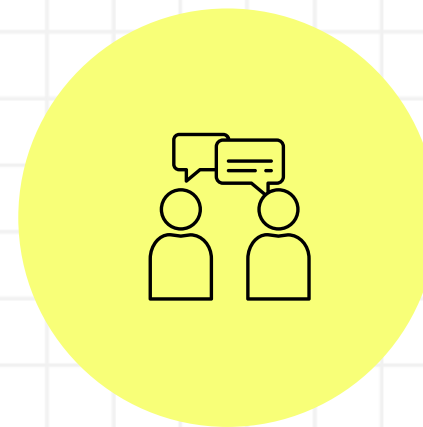
Chile: Observatorio de Políticas Culturales (OPC)

Perú: Plataforma Nacional de Datos Abiertos



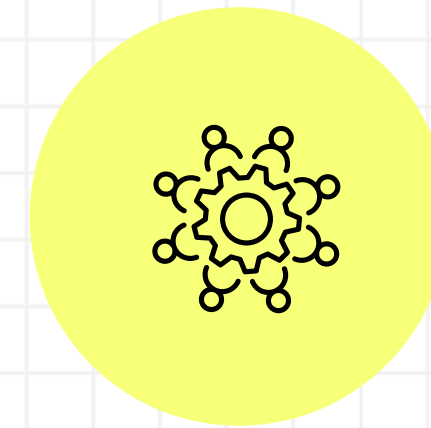
Encuestas

Uso de la ENPCCL (Chile) y ENAPRES-Cultura (Perú) con datos de 2023 a 2025.



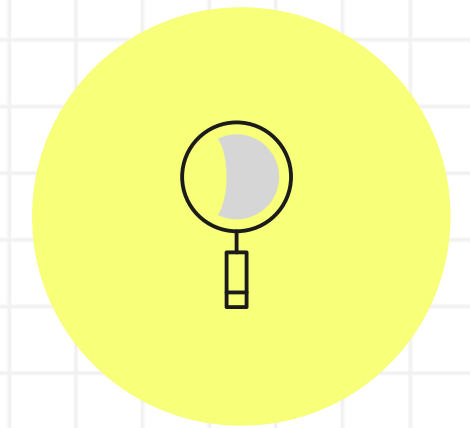
Variables sociodemográficas

- Grupos de edades
- Género
- Nivel socioeconómico



Variables de hábitos culturales

Medición de asistencia y frecuencia en cine, museos y ferias artesanales.
Precios de las actividades culturales



Análisis

Descriptivo bivariado y pruebas de independencia Chi-cuadrado para validar la relación entre NSE/Edad y frecuencia de asistencia.

Resultados

1. Variables sociodemográficas
2. Variables de hábitos culturales
3. Resultados de dos variables

The screenshot displays a Google Sheets spreadsheet with the following data:

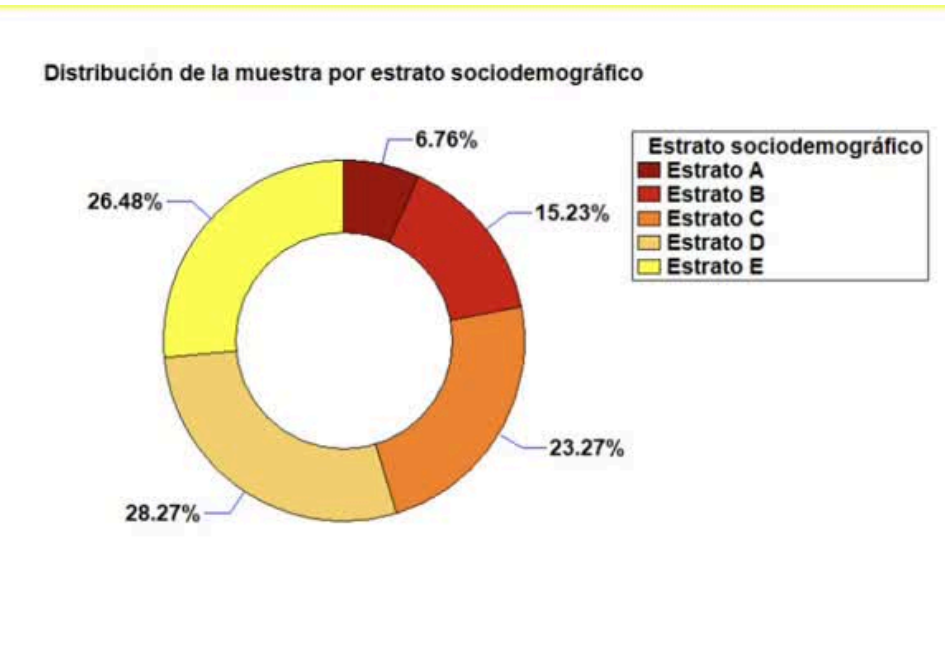
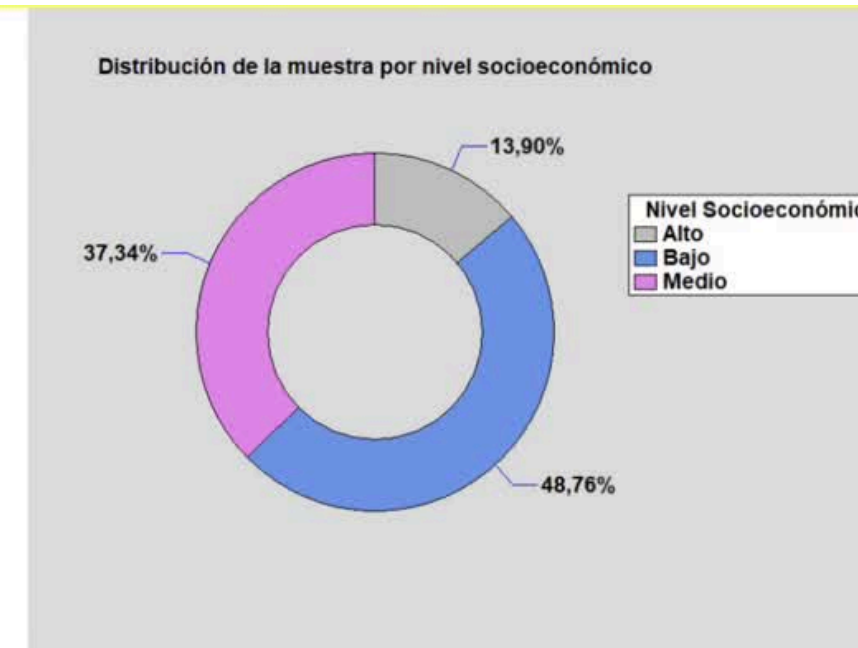
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
171	169	265015.0	265015-1	265015-1	Los Lagos	Bajo	Ocupados	Mujer	40 a 49 años	30 a 64 (Personas Adultas)	Femenino	Chilena
172	170	265015.0	265015-2	265015-1	Los Lagos	Bajo	Ocupados	Hombre	20 a 29 años	15 a 29 (Jóvenes)	Masculino	Chilena
173	171	265015.0	265015-3	265015-1	Los Lagos	Bajo		Hombre	6 a 14 años		Masculino	Chilena
174	172	265015.0	265015-4	265015-1	Los Lagos	Bajo		Mujer	Menor a 5 años			Chilena
175	173	259943.0	259943-1	259943-1	Los Lagos	Bajo	Ocupados	Mujer	40 a 49 años	30 a 64 (Personas Adultas)	Femenino	Chilena
176	174	259943.0	259943-2	259943-1	Los Lagos	Bajo	Desocupados	Hombre	20 a 29 años	15 a 29 (Jóvenes)	Masculino	Chilena
177	175	259943.0	259943-3	259943-1	Los Lagos	Bajo		Mujer	6 a 14 años		Femenino	Chilena
178	176	259943.0	259943-4	259943-1	Los Lagos	Bajo	Ocupados	Hombre	40 a 49 años	30 a 64 (Personas Adultas)	Masculino	Chilena
179	177	264516.0	264516-1	264516-1	Los Lagos	Medio	Ocupados	Mujer	60 a 69 años	30 a 64 (Personas Adultas)	Femenino	Chilena
180	178	264516.0	264516-2	264516-1	Los Lagos	Medio	Ocupados	Mujer	20 a 29 años	15 a 29 (Jóvenes)	Femenino	Chilena
181	179	264516.0	264516-3	264516-1	Los Lagos	Medio	Ocupados	Hombre	20 a 29 años	15 a 29 (Jóvenes)	Masculino	Chilena
182	180	264516.0	264516-4	264516-1	Los Lagos	Medio		Mujer	Menor a 5 años			Chilena
183	181	258827.0	258827-1	258827-1	Antofagasta	Alto	Ocupados	Mujer	30 a 39 años	30 a 64 (Personas Adultas)	Femenino	Chilena
184	182	258827.0	258827-2	258827-1	Antofagasta	Alto	Inactivos	Mujer	50 a 59 años	30 a 64 (Personas Adultas)	Femenino	Chilena
185	183	258827.0	258827-3	258827-1	Antofagasta	Alto	Ocupados	Hombre	30 a 39 años	30 a 64 (Personas Adultas)	Masculino	Chilena
186	184	261622.0	261622-1	261622-1	Los Lagos	Bajo	Ocupados	Hombre	40 a 49 años	30 a 64 (Personas Adultas)	Masculino	Chilena
187	185	261622.0	261622-2	261622-1	Los Lagos	Bajo	Ocupados	Mujer	40 a 49 años	30 a 64 (Personas Adultas)	Femenino	Chilena
188	186	261622.0	261622-3	261622-1	Los Lagos	Bajo		Mujer	6 a 14 años		Femenino	Chilena
189	187	261622.0	261622-4	261622-1	Los Lagos	Bajo		Hombre	6 a 14 años		Masculino	Chilena
190	188	265467.0	265467-1	265467-1	Los Lagos	Bajo	Inactivos	Mujer	50 a 59 años	30 a 64 (Personas Adultas)	Femenino	Chilena
191	189	265467.0	265467-2	265467-1	Los Lagos	Bajo	Inactivos	Mujer	15 a 19 años	15 a 29 (Jóvenes)	Femenino	Chilena
192	190	265141.0	265141-2	265141-1	Los Lagos	Medio	Ocupados	Mujer	40 a 49 años	30 a 64 (Personas Adultas)	Femenino	Chilena
193	191	265141.0	265141-3	265141-1	Los Lagos	Medio	Ocupados	Hombre	40 a 49 años	30 a 64 (Personas Adultas)	Masculino	Chilena
194	192	265141.0	265141-4	265141-1	Los Lagos	Medio		Hombre	6 a 14 años		Masculino	Chilena
195	193	264879.0	264879-1	264879-1	Los Lagos	Bajo	Ocupados	Mujer	40 a 49 años	30 a 64 (Personas Adultas)	Femenino	Chilena
196	194	264879.0	264879-2	264879-1	Los Lagos	Bajo	Inactivos	Mujer	20 a 29 años	15 a 29 (Jóvenes)	Femenino	Chilena
197	195	265098.0	265098-1	265098-1	Los Lagos	Bajo	Ocupados	Hombre	20 a 29 años	15 a 29 (Jóvenes)	Masculino	Chilena
198	196	265098.0	265098-2	265098-1	Los Lagos	Bajo	Inactivos	Mujer	15 a 19 años	15 a 29 (Jóvenes)	Femenino	Chilena
199	197	255384.0	255384-1	255384-1	Los Lagos	Bajo	Ocupados	Hombre	60 a 69 años	30 a 64 (Personas Adultas)	Masculino	Chilena

Resultados

Variables Sociodemográficas

Perfil sociodemográfico de la muestra

- **Edad:** Chile es mayoritariamente joven (15 a 19 años), mientras que Perú es adulto (30 a 39 años).
- **Género:** muy similar en ambos países existe una ligera mayoría femenina (53%) sobre la masculina (47%).
- **Nivel/ Estrato Socioeconómico:** Más de la mitad de la muestra en ambos países pertenece a sectores de recursos bajos - medios. En Chile predomina el nivel bajo (48,76%) y en Perú los estratos D y E (54,75% sumados).



• Descripción de un factor : anillos (Chile, Perú)

Resultados

Hábitos culturales

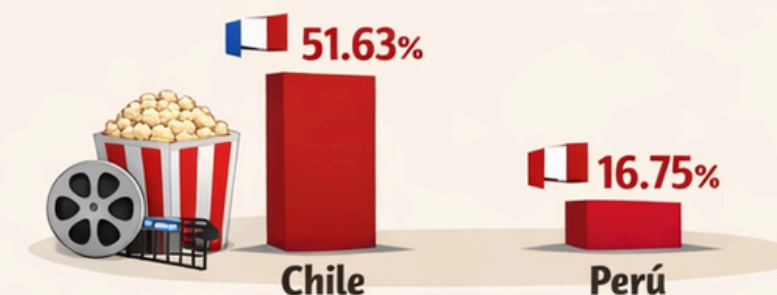
¿A qué asisten?

- **Cine: Chile duplica la asistencia de Perú.** El 51.63% de los chilenos asistió al cine, frente a solo un 16.75% de los peruanos.
- **Museos (El dato más crítico):** Existe una brecha enorme. Mientras que en Chile el 22.71% asistió a museos, en Perú el 91.78% declara NO haber asistido, evidenciando una desconexión profunda con estos espacios.
- **Ferias Artesanales:** Son muy populares en Chile, con un 72.07% de asistencia, mientras que en Perú solo alcanza el 20.96%.
- **Frecuencia:** En Chile la asistencia es más ocasional (pocas veces al año), mientras que en Perú, quienes sí asisten al cine lo hacen con una regularidad más marcada (mensual o trimestral).

HÁBITOS CULTURALES

¿A qué asisten?

Asistencia al Cine



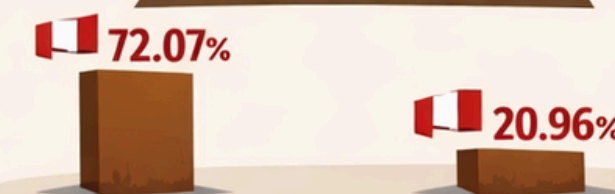
Chile duplica la asistencia al cine vs. Perú

Visitas a Museos



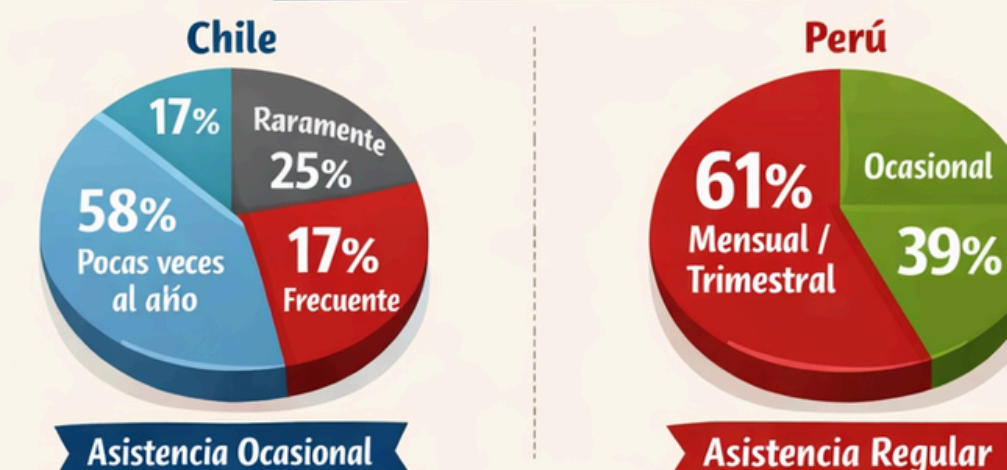
Gran brecha: Perú 91.78% NO asistió a museos

Ferias Artesanales



Más populares en Chile que en Perú

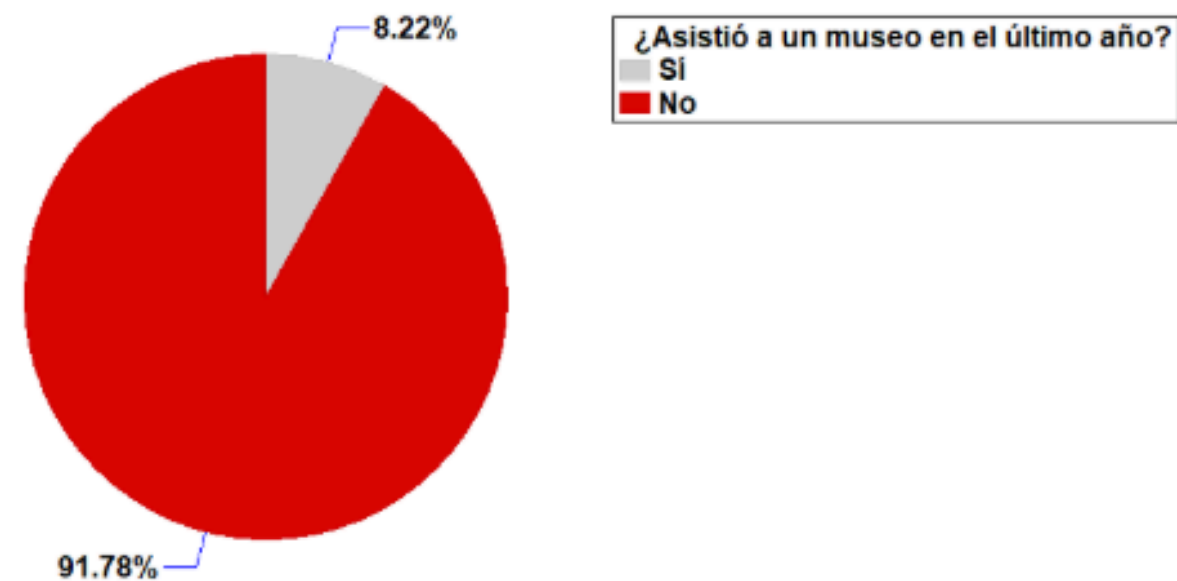
Frecuencia de Asistencia



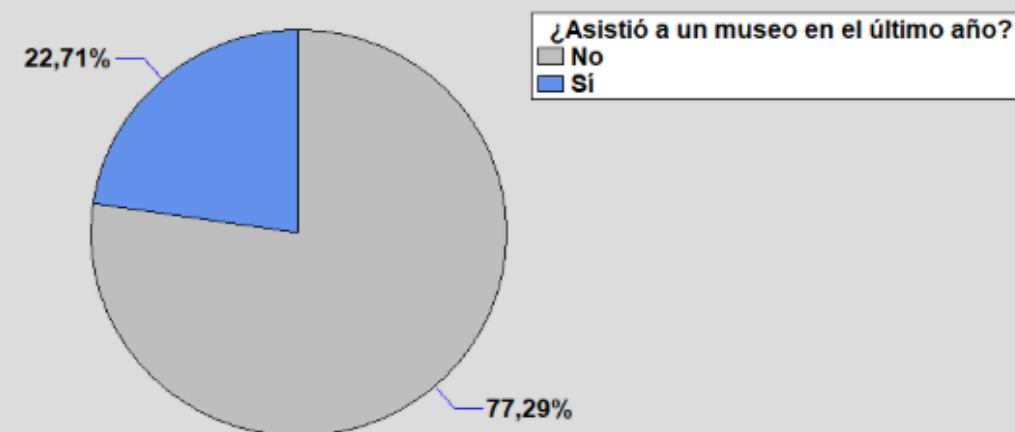
Resultados

Hábitos culturales

Distribución de asistencia a museos



Distribución de asistencia a museos



Punto crítico: Los Museos

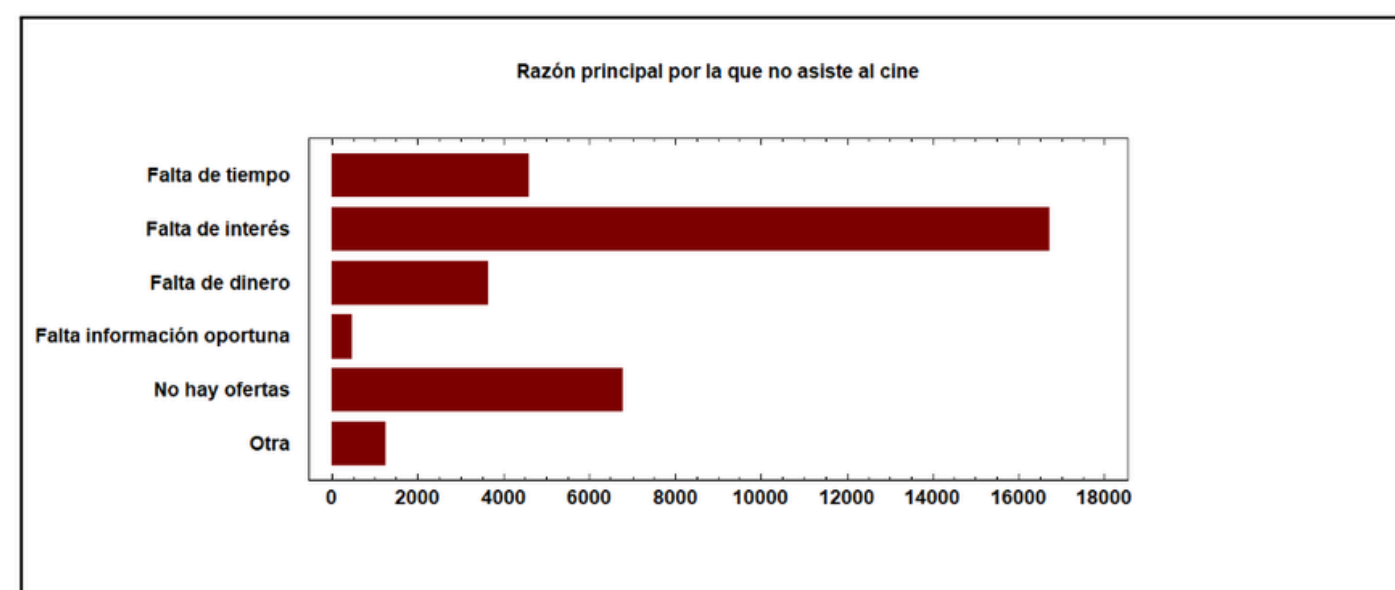
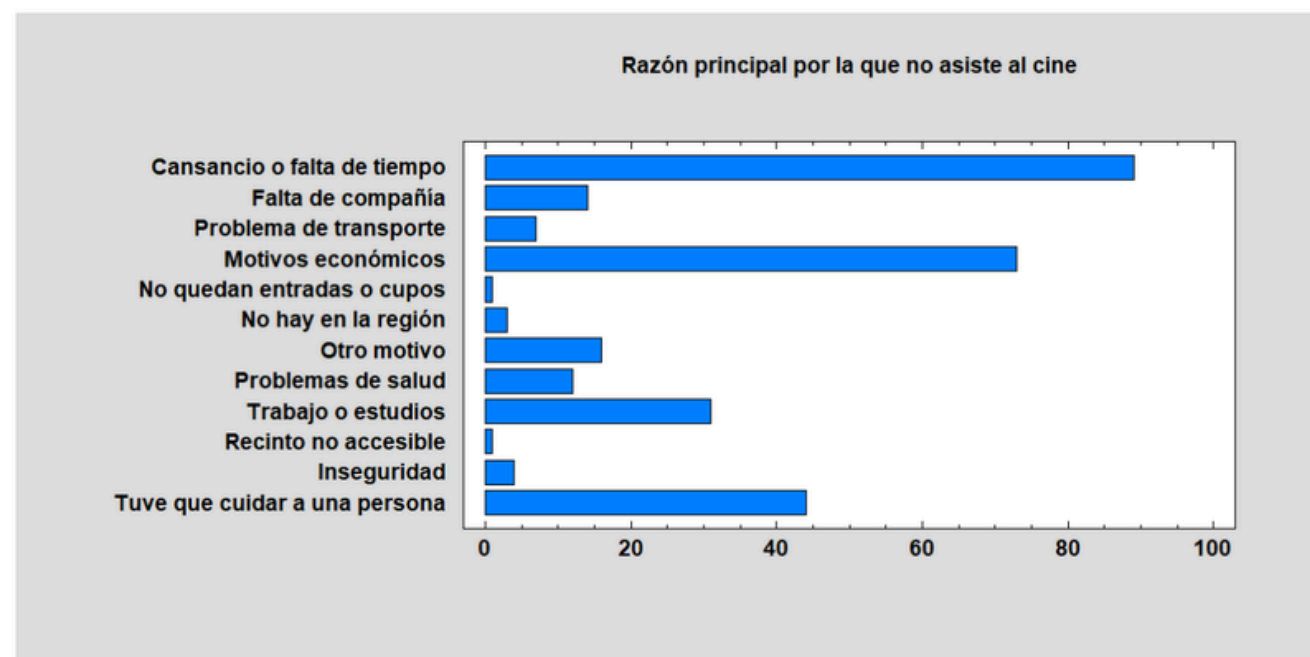
- En Perú, el 91.78% de la población no asiste a museos.
- Aunque en Chile la mayoría tampoco asiste (77%), la brecha respecto a Perú es menor.
- **Interpretación:** Existe una fractura profunda entre el ciudadano peruano y el espacio museístico.

Resultados

Hábitos culturales

Barreras y Condiciones (¿Por qué no asisten?)

- **El factor económico:** En ambos países, el acceso es mayoritariamente pagado al cine (más del 97% en cine). El precio es una barrera real: a mayor costo de entrada, menor es la cantidad de asistentes.
- **Motivos de inasistencia:**
 - **Chile:** Las razones son logísticas: cansancio, falta de tiempo y motivos económicos.
 - **Perú:** Las razones son culturales/motivacionales: falta de interés, falta de costumbre y falta de tiempo.



Resultados

Pruebas de independencia



Imagen: Observatorio Cultural, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, Chile.

- Se realizaron pruebas de independencia entre variables sociodemográficas y la frecuencia de asistencia a actividades culturales.
- **La edad y el NSE influyen directamente en qué tan seguido va la gente al cine o a ferias en ambos países.**
- El género tiene un comportamiento curioso:
 - En Perú, el sexo influye en la asistencia al cine, pero no en las ferias.
 - En Chile, el sexo influye en la asistencia a ferias, pero no en el cine.

Discusión

- **Brecha Chile-Perú:** Chile es más activo (Cine 51%, Ferias 72%); Perú presenta crisis en museos (91.8% inasistencia).
- **Barrera económica:** >97% paga por cine. El NSE determina la frecuencia de asistencia según el chi cuadrado.

Diálogo con autores

Habitus (Bourdieu, 2010): La falta de hábito en Perú no es solo falta de dinero, es falta de competencias culturales.

Medina (2022), los hábitos se forman por la proximidad y la educación. "no tiene la costumbre" de ir al museo evidencia una falla en la formación de audiencias de largo plazo.

Motivos de inasistencia:

- **Chile:** Logística (Falta de tiempo/Cansancio).
- **Perú:** Desconexión (Falta de interés/Costumbre).

Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS)

- **Chile:** evitar el abandono del hábito cultural al llegar a la vida adulta mediante programas de mediación cultural y también, flexibilidad horaria o incentivos en los centros de trabajo de adultos.
- **Perú:** Mediación cultural para adultos y "desmitificar" el museo con una oferta que resuene con la identidad local y baje las barreras simbólicas del desinterés.
- **Transversal:** Oferta itinerante (museos móviles) para estratos D y E.
- **Gestión:** Usar datos abiertos para vigilar la inclusión real.

Conclusiones



Fotografía propiedad del Museo Nacional de la Cultura Peruana

Limitaciones del análisis

Los resultados deben interpretarse considerando las limitaciones propias del análisis, como las diferencias en los formatos de medición entre países y la naturaleza autoreportada de los datos.

Datos para la cultura

Caracterizar al público permite políticas dirigidas, no generales.

Asistencia ocasional:

La cultura no es un hábito diario, es un evento esporádico.

Precio excluyente:

El costo sigue siendo el principal filtro social.

Más que infraestructura:

El acceso real exige tiempo, educación y cercanía física.

DATOS ABIERTOS Y ANÁLISIS
CUANTITATIVO PARA HUMANISTAS

GRACIAS



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

Jose Carlos Contreras
Cristina Fernández de Córdoba
Abel Ramírez
Santiago del Valle