

Estudio

5

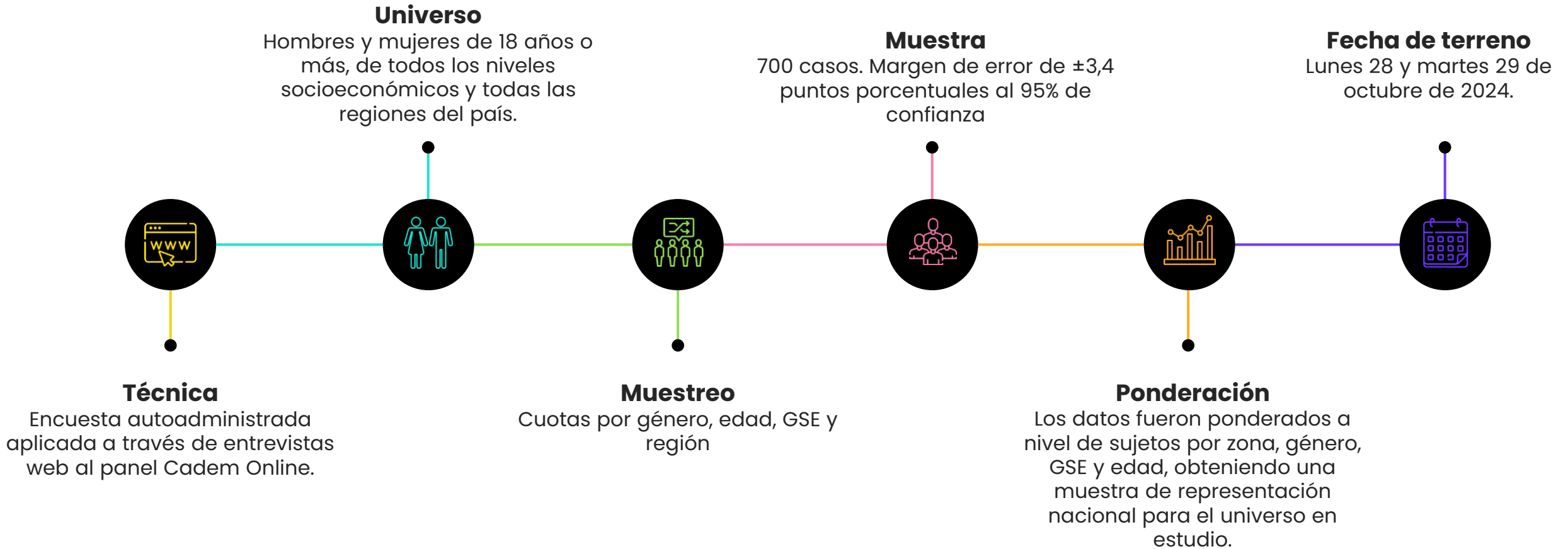


CADEM



×
CONEXIÓN
CONSUMO
CLIENTES
COMUNICACIÓN
COYUNTURA

Metodología



Conexión

01

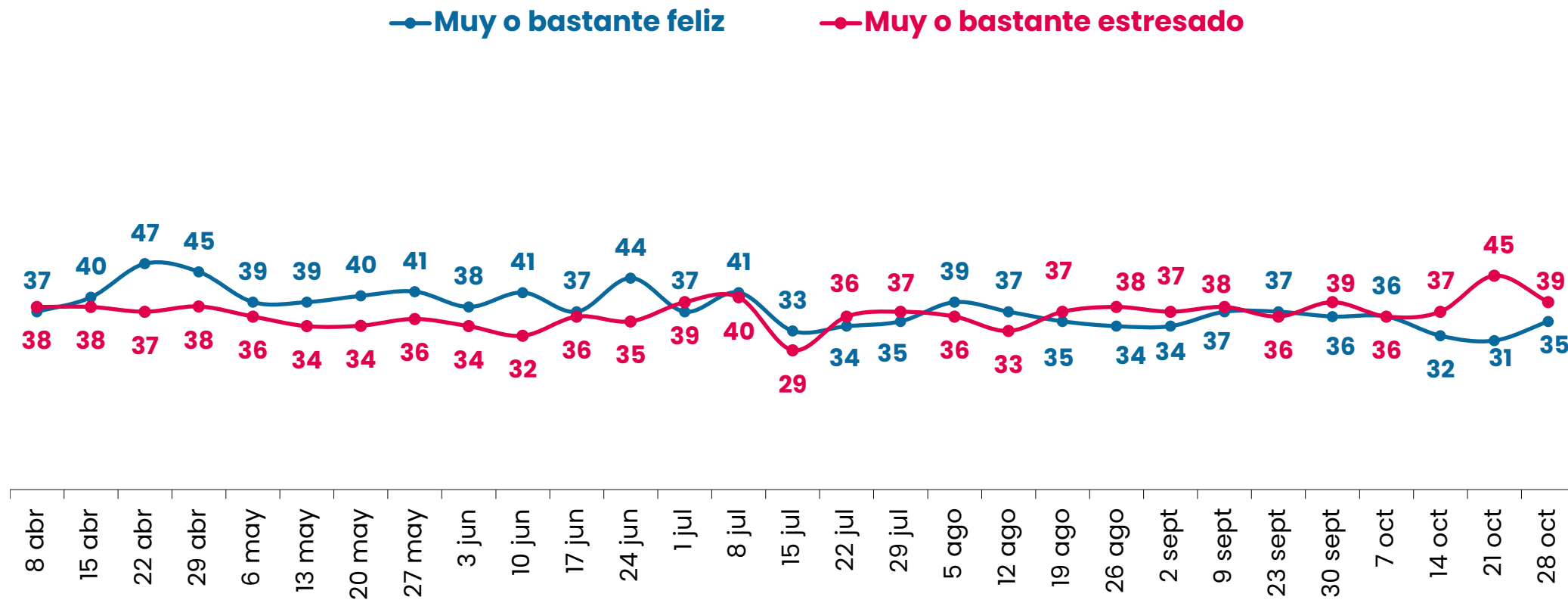


Jorge Valdivia es el personaje de la semana, con un **20%** de las menciones espontáneas

- Niveles de estrés y felicidad vuelven a acercarse a los niveles promedio. La felicidad alcanza un 35% de notas 6 y 7, mientras que el estrés un 39%.
- La esperanza es nuevamente el principal estado de ánimo de los chilenos (22%). Esta semana, los sentimientos positivos vuelven a predominar en el estado de ánimo de los chilenos, acrecentando su brecha con las emociones negativas (15 puntos).

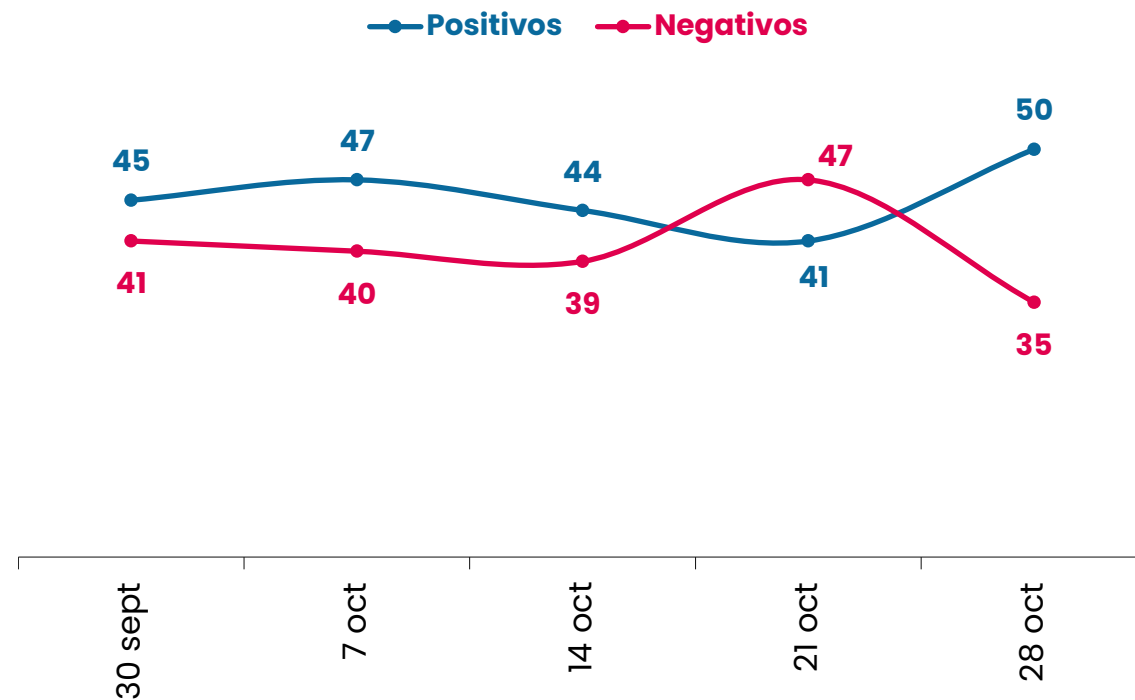
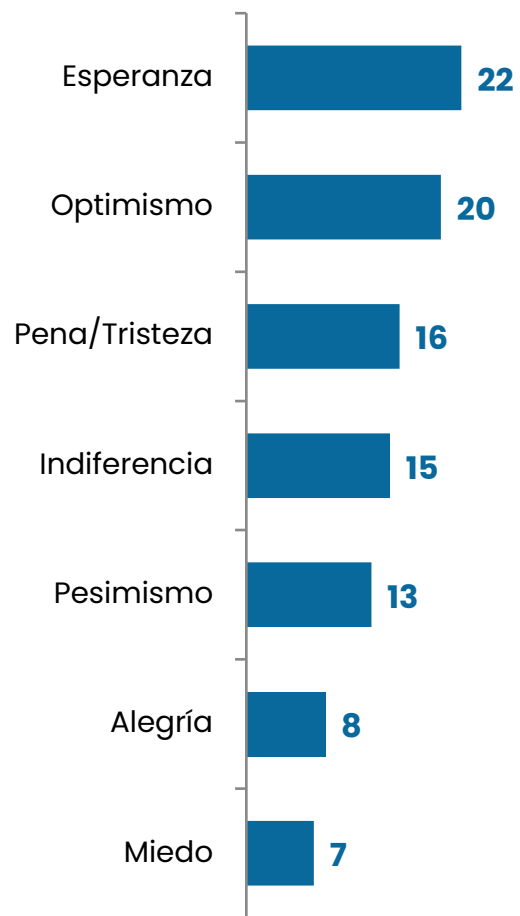
ESTADO DE ÁNIMO DE LOS CHILENOS

En una escala de 1 a 7, donde 1 es "nada de feliz" y 7 es "muy feliz", ¿cómo calificarías tu **estado de ánimo actual**?
 En una escala... ¿cómo calificarías tu **nivel de estrés**? % 6 + 7



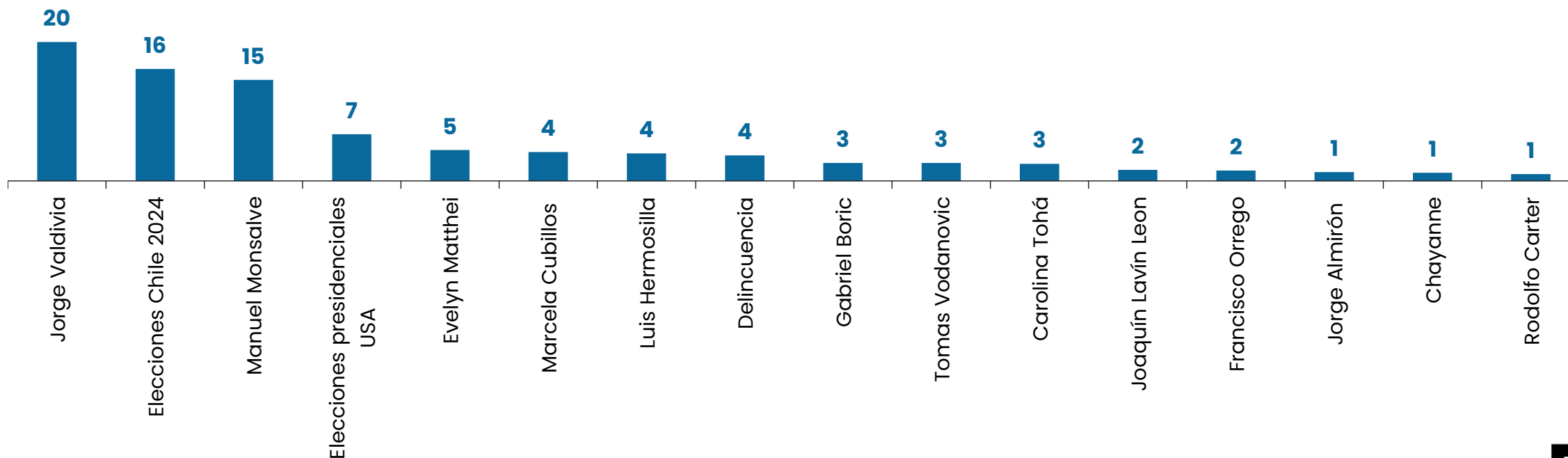
SENTIMIENTO PREDOMINANTE

¿Qué sentimiento describe mejor tu estado de ánimo hoy? %



PERSONAJE/TEMA DE LA SEMANA

Sin considerar al presidente Boric, otros políticos o candidatos presidenciales, ¿cuál fue para ti el principal personaje, tema o noticia de la semana?
% Espontáneo



Casos: 700

*100% se completa con alternativas menores a 1% , "Nadie" y "No sé, prefiero no responder"

PERSONAJE/TEMA DE LA SEMANA

Sin considerar al presidente Boric, otros políticos o candidatos presidenciales, ¿cuál fue para ti el principal personaje, tema o noticia de la semana?
 % Espontáneo



Semana 30_septiembre

Marcela Cubillos

34%

Semana 7_octubre

Luis Herмосilla

27%



Semana 14_octubre

Delincuencia

18%

Semana 21_octubre

Manuel Monsalve

27%



Semana 28_octubre

Jorge Valdivia

20%



Consumo

02

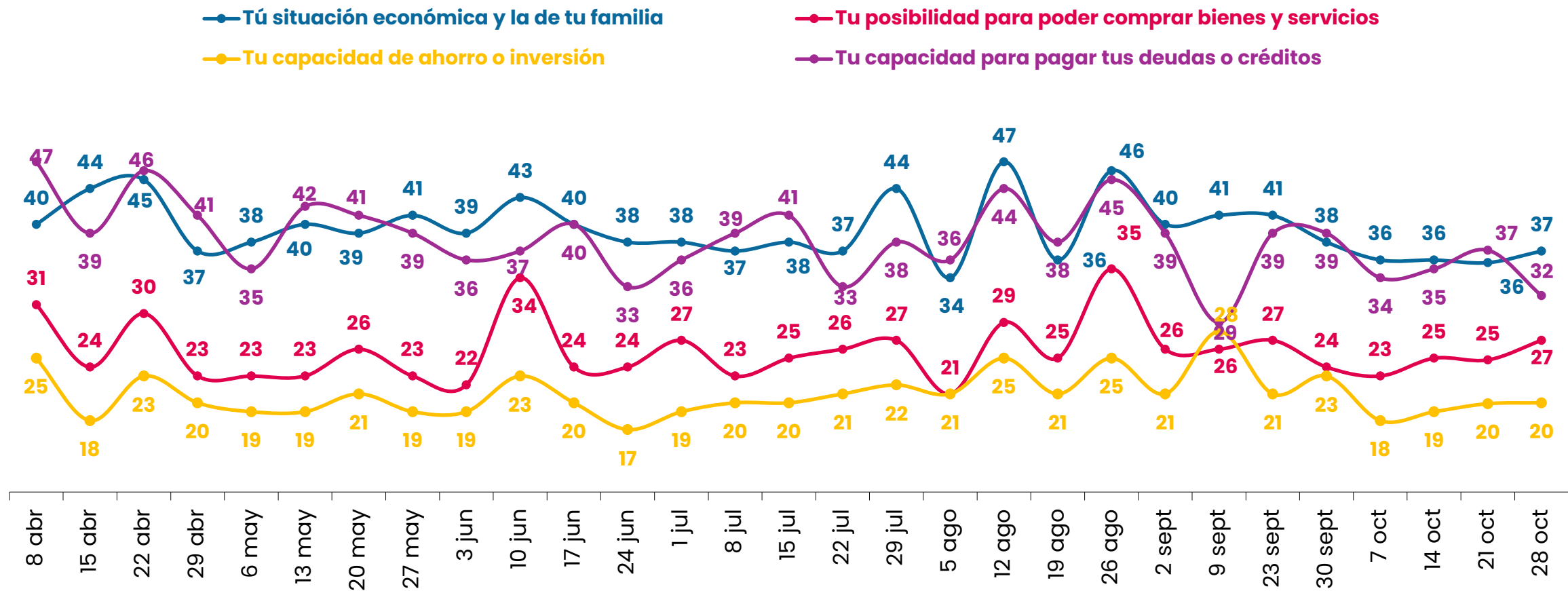


34% declara haber gastado más esta semana en compra de carnes y cecinas

- De los cuatro indicadores de evaluación económica personal, la posibilidad de pagar deudas o créditos es la única que experimenta cambios significativos, con una baja de 5 puntos respecto de la semana anterior.

EVALUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL

En una escala de 1 a 7, ¿cómo calificarías la situación...? % Notas 5 a 7

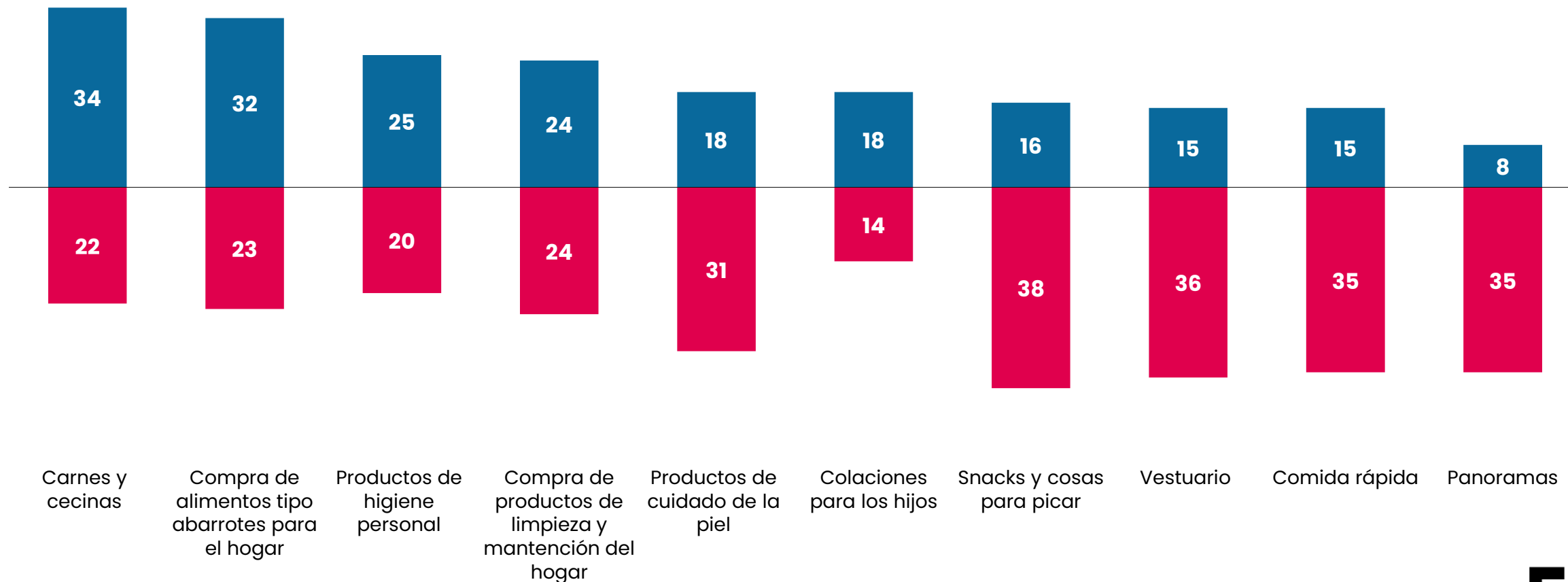


VARIACIÓN SEMANAL DE CONSUMO

A continuación, te mostraremos una serie de categorías y productos que usualmente consumen las personas. Pensando en tus gastos de la semana que recién terminó, ¿dirías que gastaste más o menos que hace un mes atrás?

%

■ Gasté menos ■ Gasté más



Casos: 700

Clientes

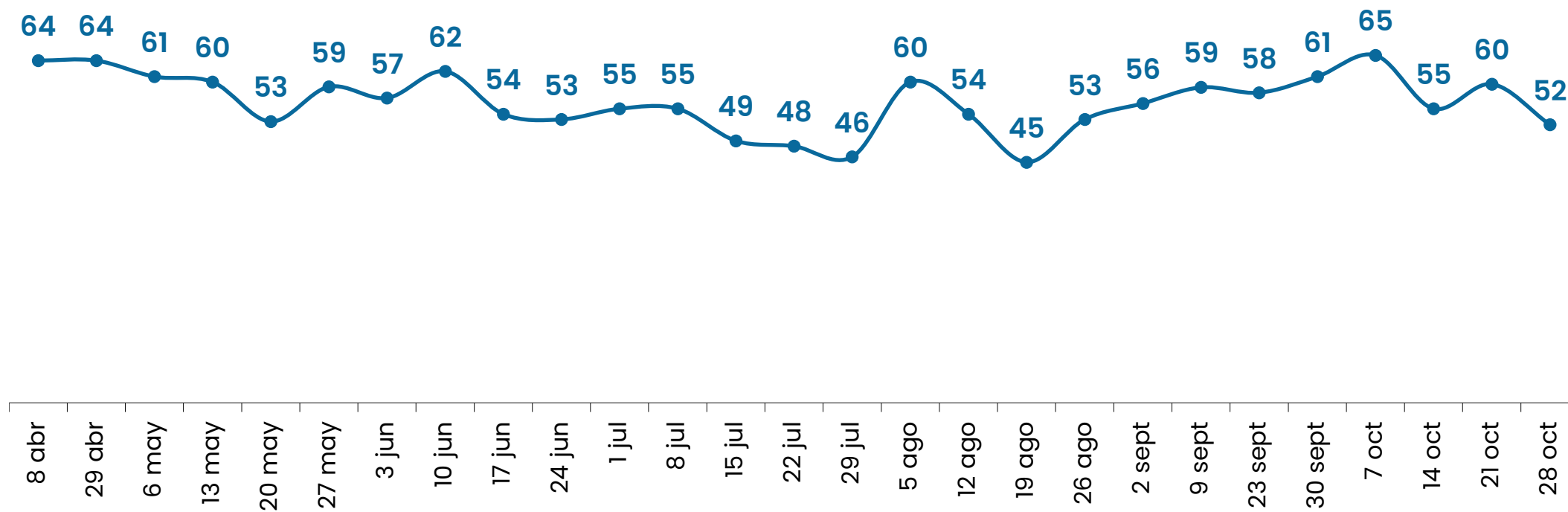
03



Falabella es la **multitienda favorita** con

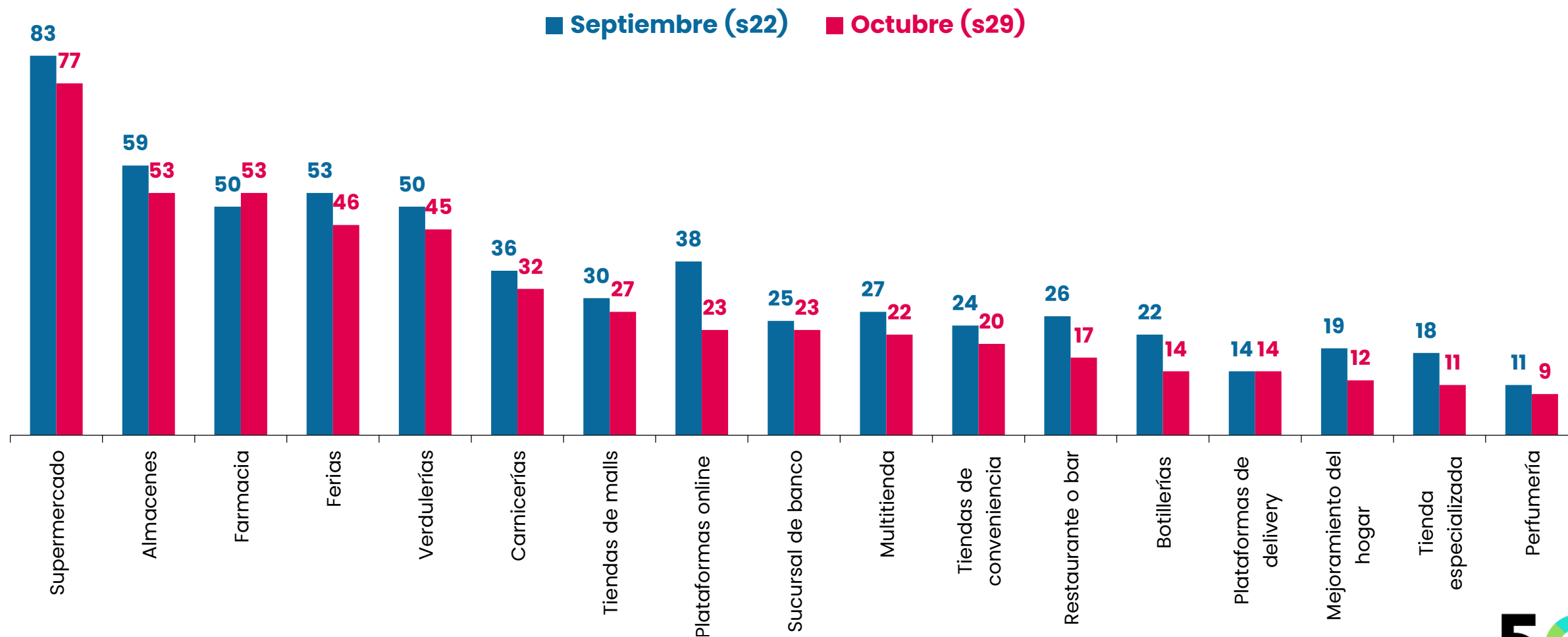
un **41%** de las preferencias

- Preferencia de compra online llega a 28%, el nivel más bajo alcanzado.
- En cuanto a los canales de compra, los supermercados se mantienen en el primer lugar (77%), con más de 20 puntos de diferencia de los almacenes y farmacias, el segundo canal en que más personas han comprado durante esta última semana (53%).
- Las tiendas especializadas son las preferidas para compras online (46%), seguido de las sucursales de banco (37%).

COMPRA ONLINE EN LA ÚLTIMA SEMANAEn los últimos 7 días, ¿compraste o pagaste algo de manera online? % **SÍ**

EVOLUTIVO: CANALES DE COMPRA EN LA ÚLTIMA SEMANA

En los últimos 7 días, ¿compraste, pagaste algo o fuiste a ...? % Sí

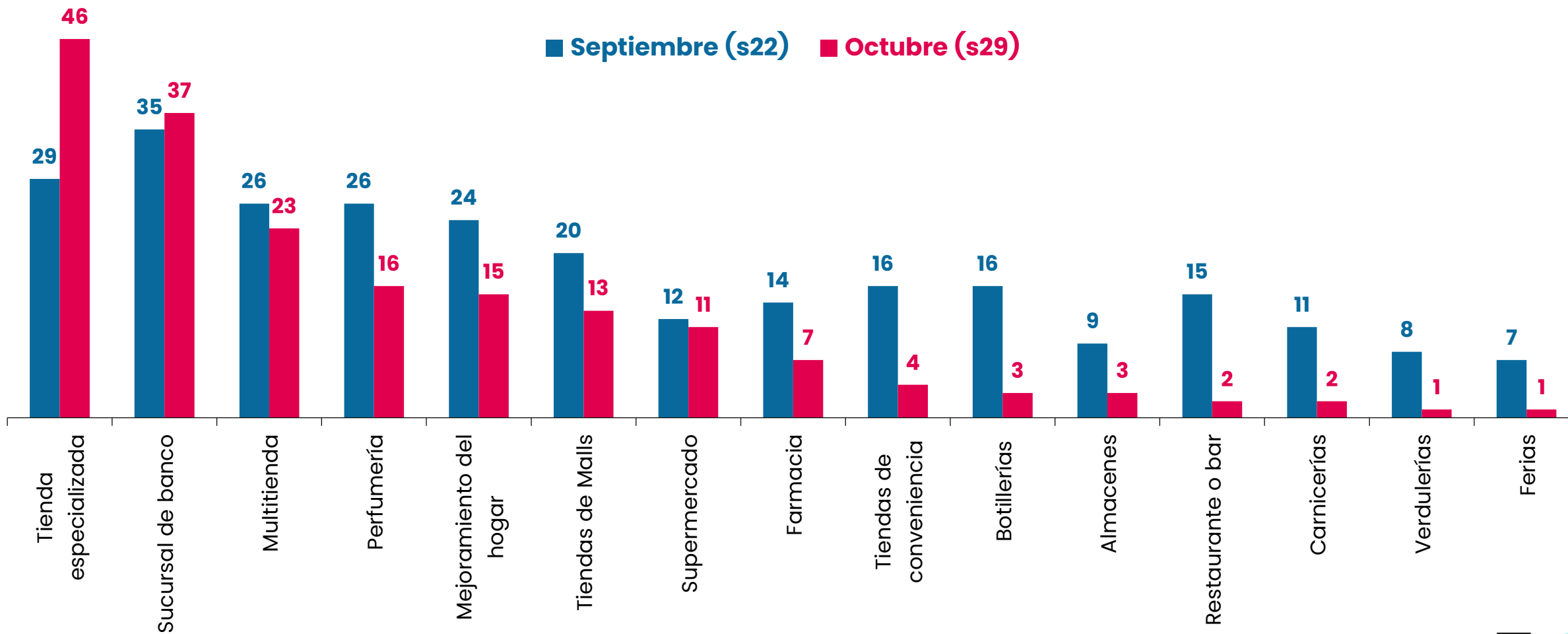


Casos: 700



EVOLUTIVO: COMPRA ONLINE

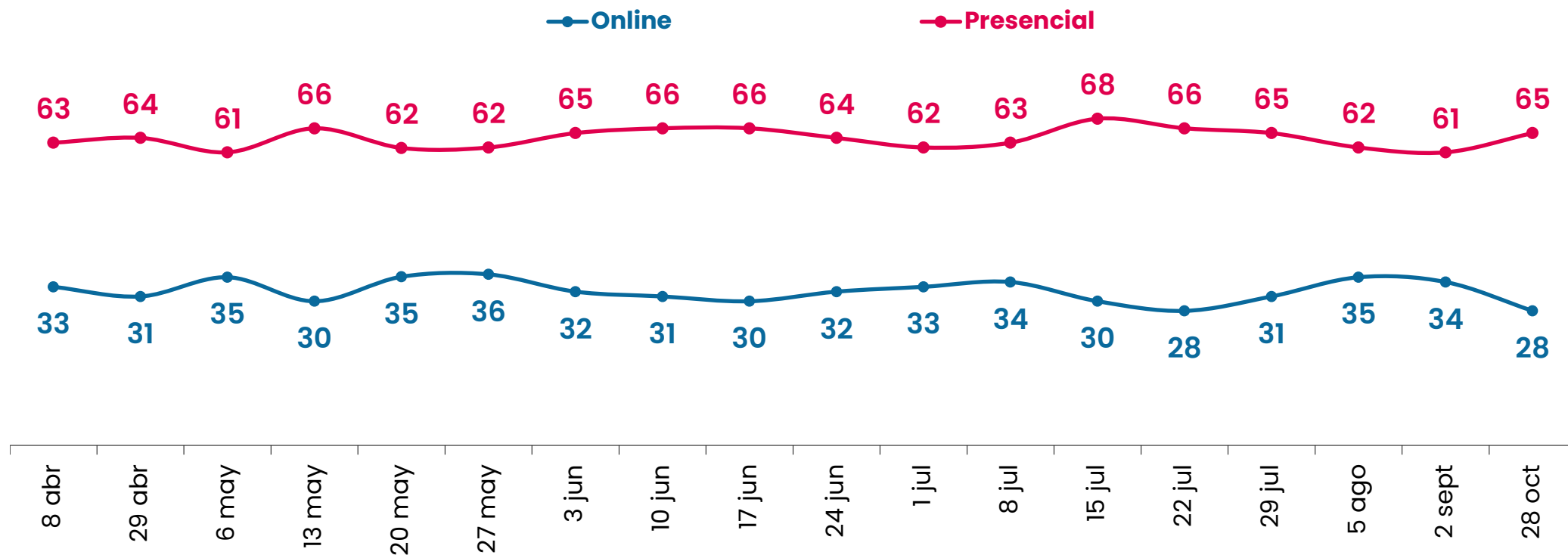
Lo que compraste en (canal de compra), ¿fue de manera online o presencial? % Online



Casos: entre quienes compran en cada canal

PREFERENCIA DE COMPRA ONLINE O PRESENCIAL

Pensando en la mayoría de las cosas que compras o pagas durante una semana, ¿prefieres hacerlo de manera presencial u online? %

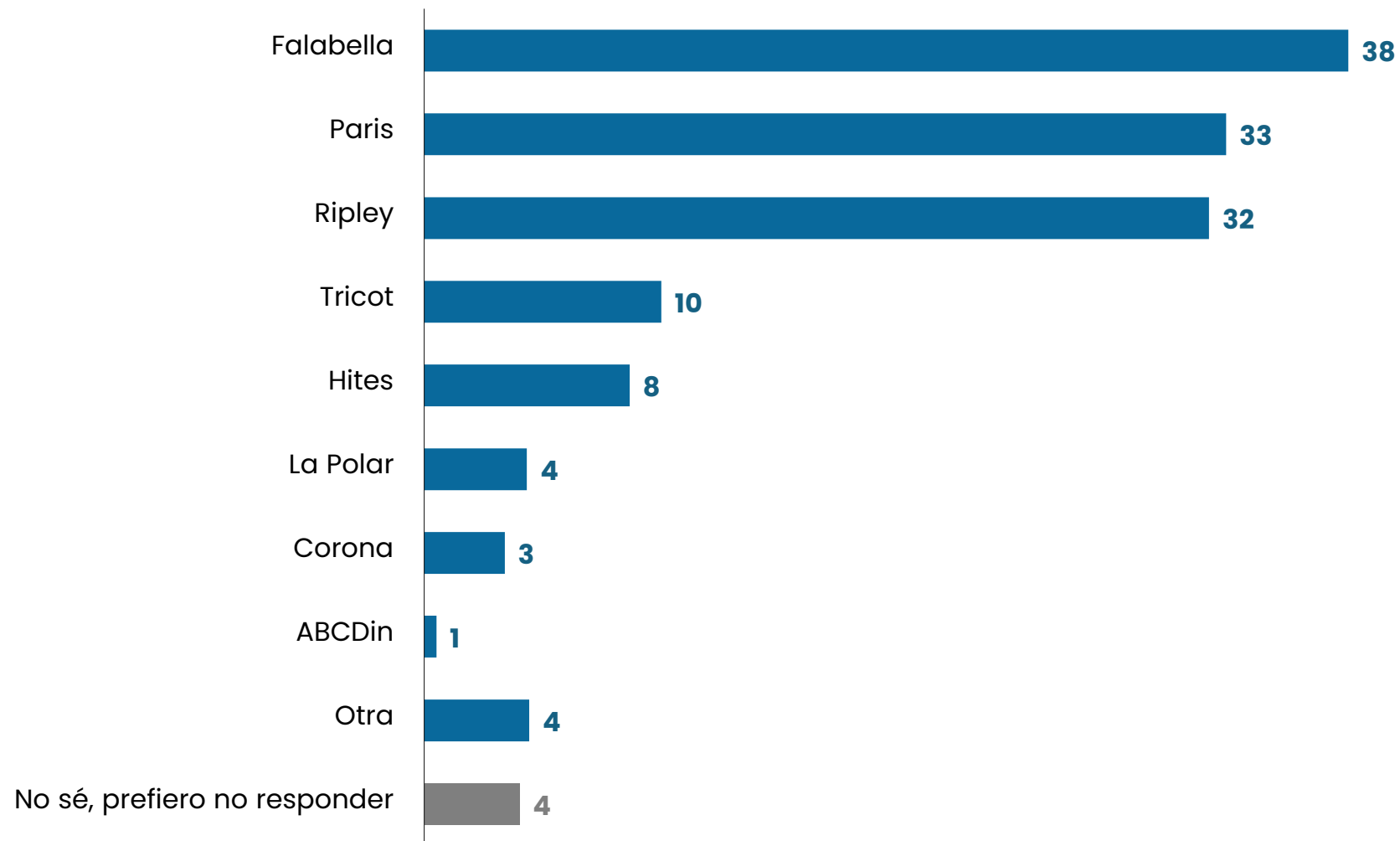


Casos: 700

*100% se completa con alternativa "No sé, prefiero no responder"

COMPRA EN MULTITIENDA

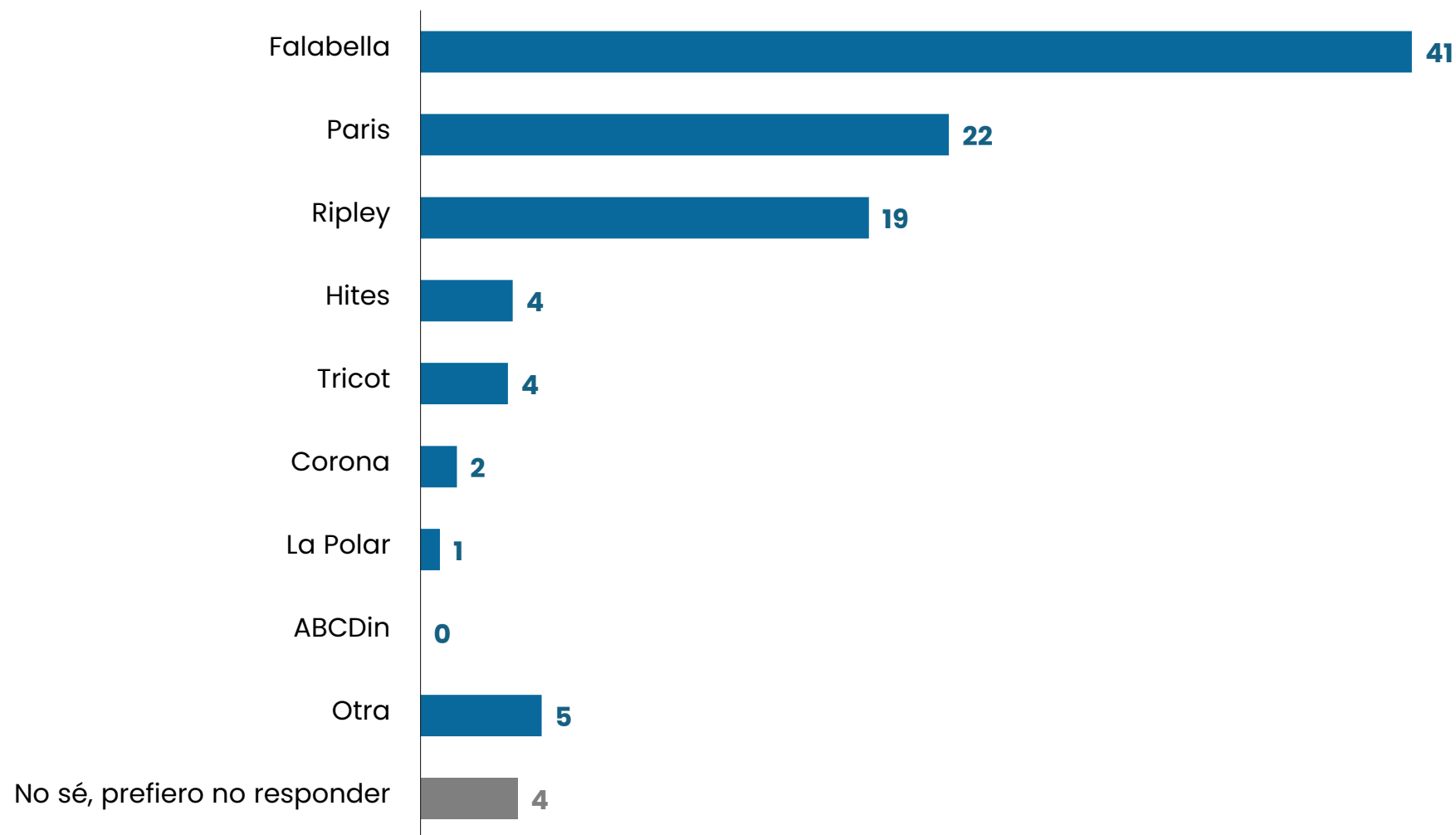
¿En qué multitienda o gran tienda compraste de manera presencial? % **Múltiple**



Casos: entre quienes
compraron en alguna
multitienda N=180

MULTITIENDA FAVORITA

Y ¿cuál es tu multitienda favorita para comprar de manera presencial? %



Casos: entre quienes
compraron en alguna
multitienda N=180

Comunicación



04

WOM y **Lider** son las marcas con mayor

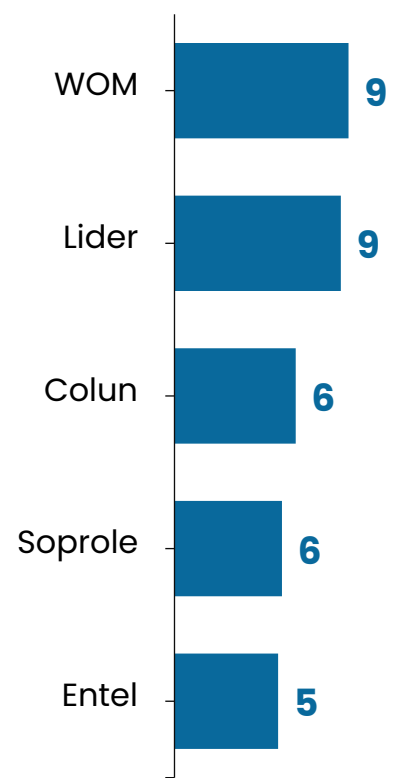
recuerdo publicitario con un **9%** de las

menciones espontáneas

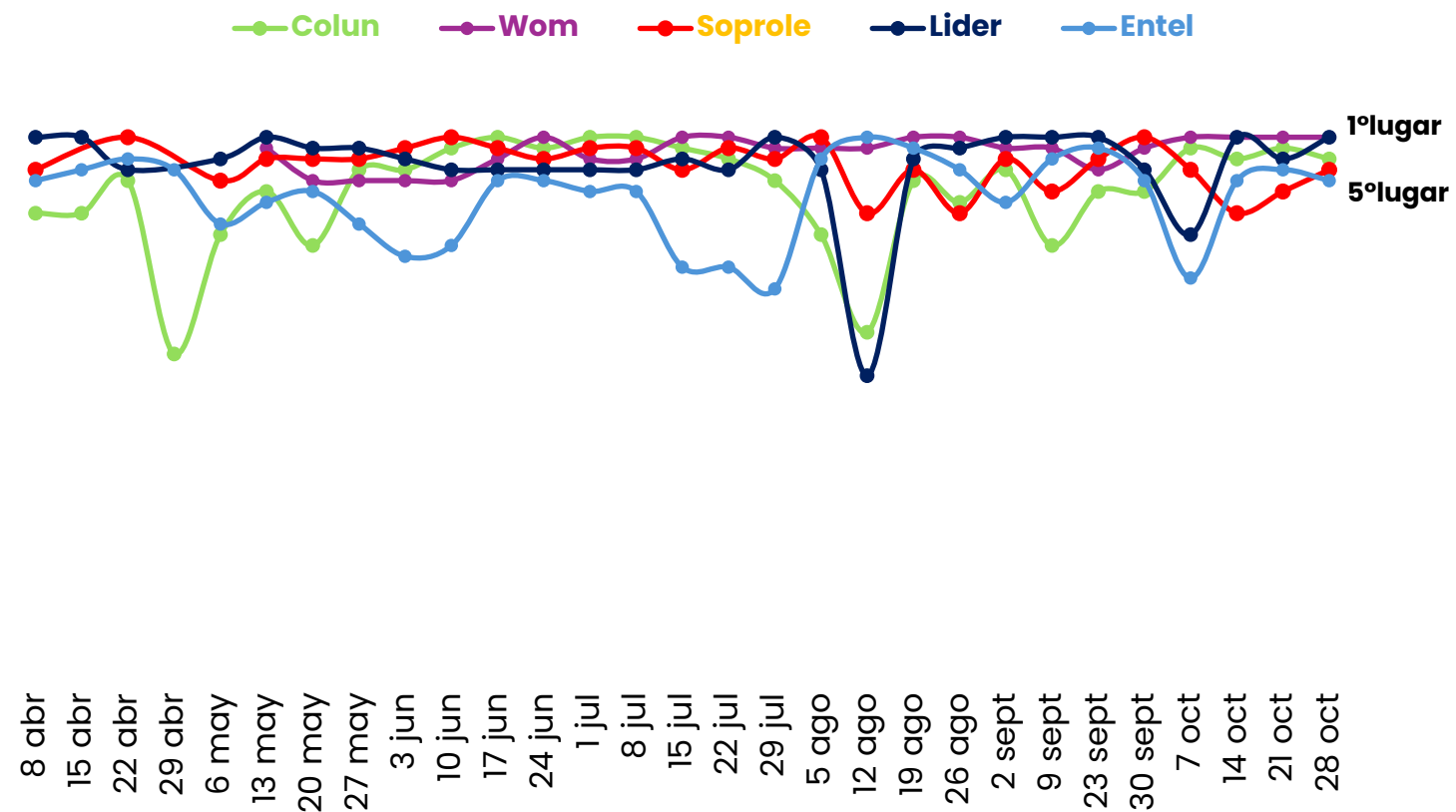
→ En marcas relevantes, Lider se queda con el primer puesto, con el 16% de las menciones espontáneas. Le siguen Colun (12%), Soprole (11%), Jumbo (7%) y Nestlé (6%).

PUBLICIDAD MEMORABLE: TOP 5

¿De qué marcas has visto publicidad que te haya gustado esta semana?
% Espontáneo

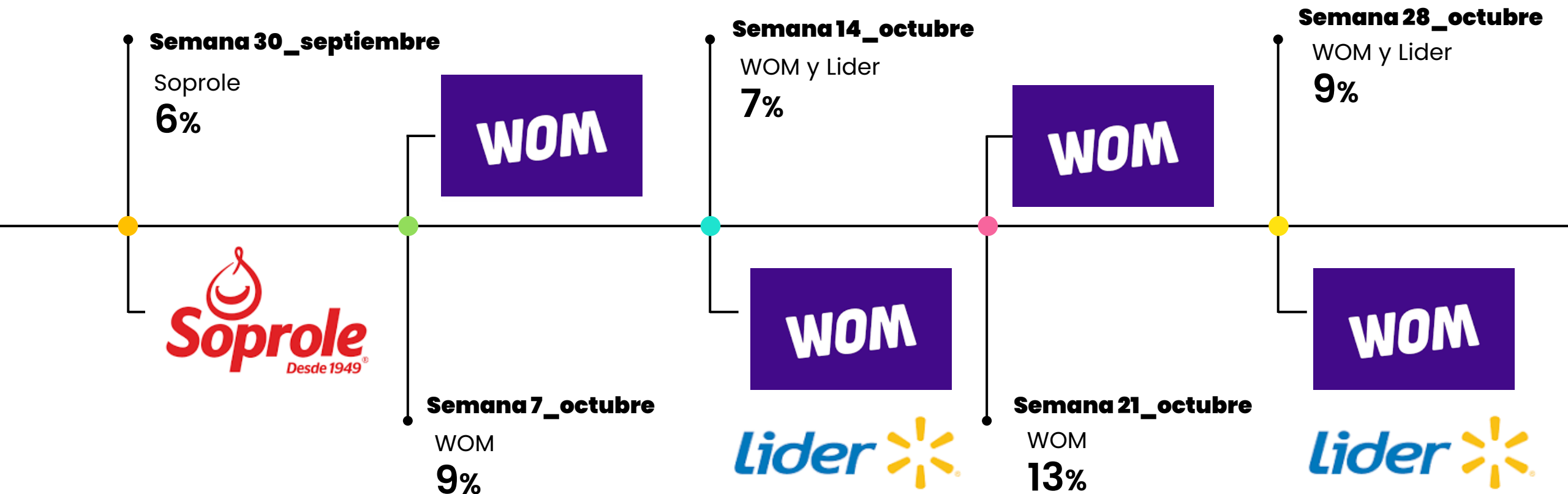


Evolución en ranking de posición
 Marcas Top 5



EVOLUTIVO: PUBLICIDAD MEMORABLE

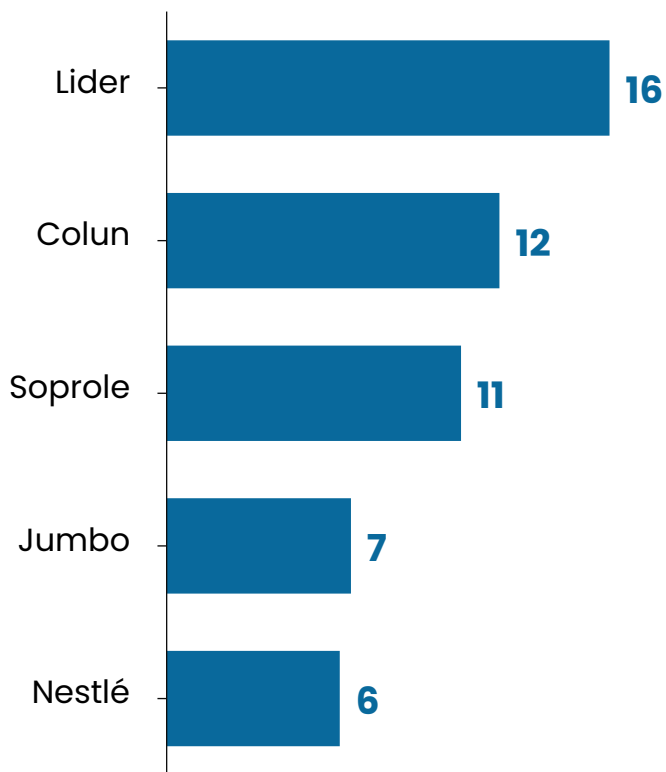
¿De qué marcas has visto publicidad que te haya gustado esta semana? % Espontáneo



Casos: 700

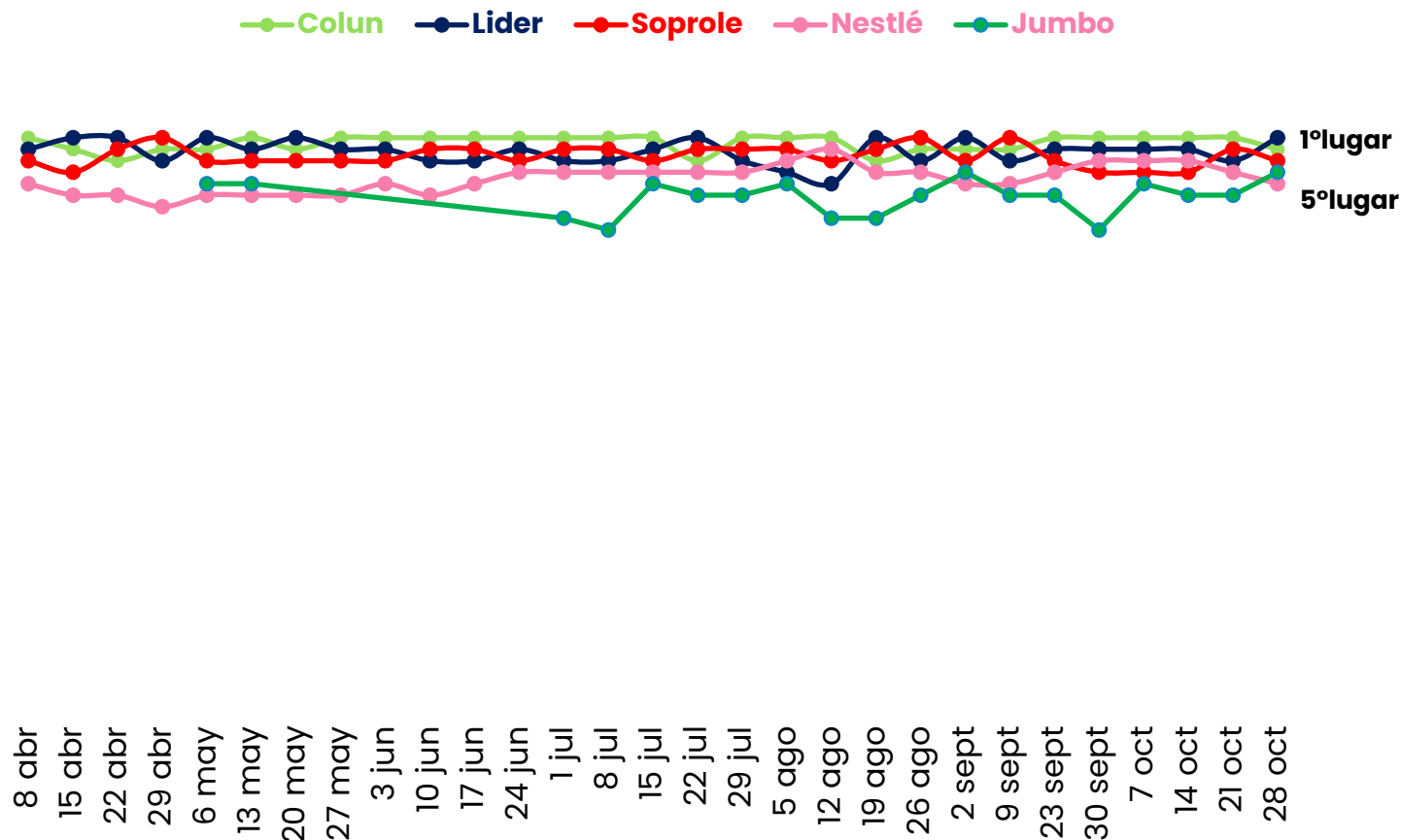
MARCAS RELEVANTES: TOP 5

Pensando en las marcas que son relevantes en tu vida, ¿cuál es la primera que viene a tu mente?
% Espontáneo



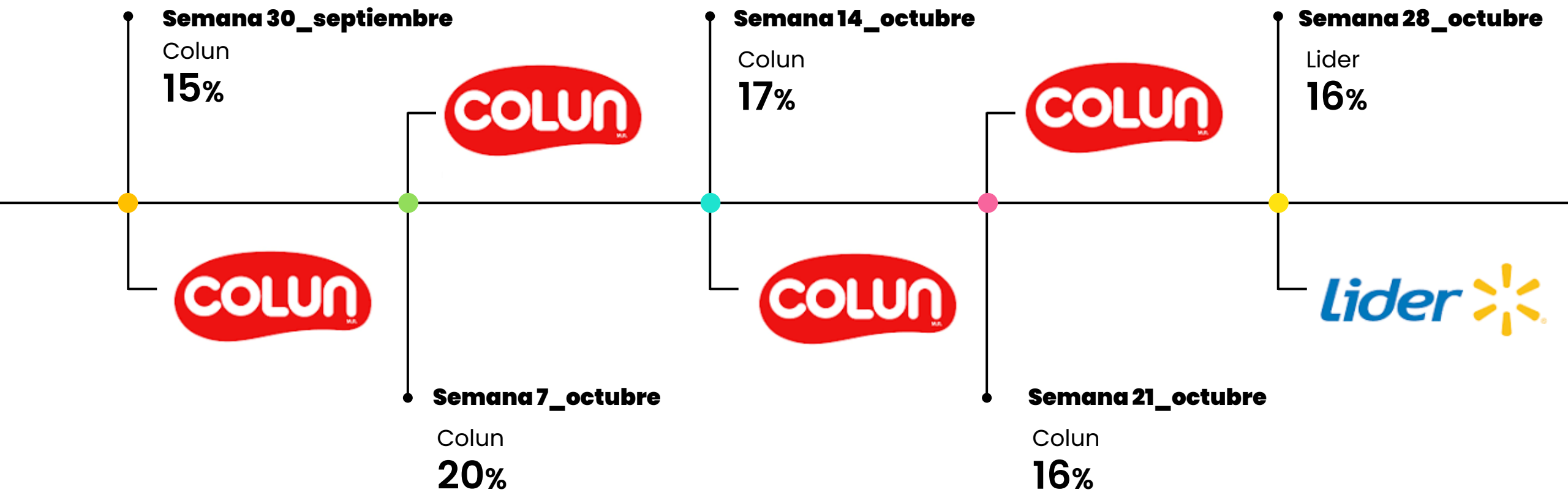
Casos: 700

Evolución en ranking de posición Marcas Top 5



EVOLUTIVO: MARCAS RELEVANTES

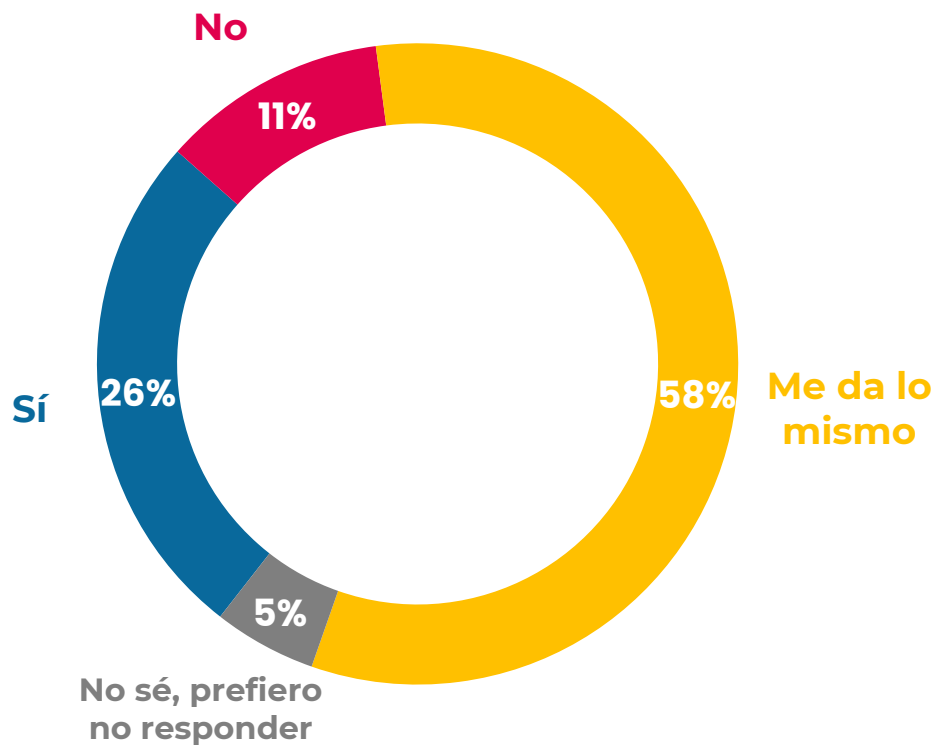
Pensando en las marcas que son relevantes en tu vida, ¿cuál es la primera que viene a tu mente? % Espontáneo



Casos: 700

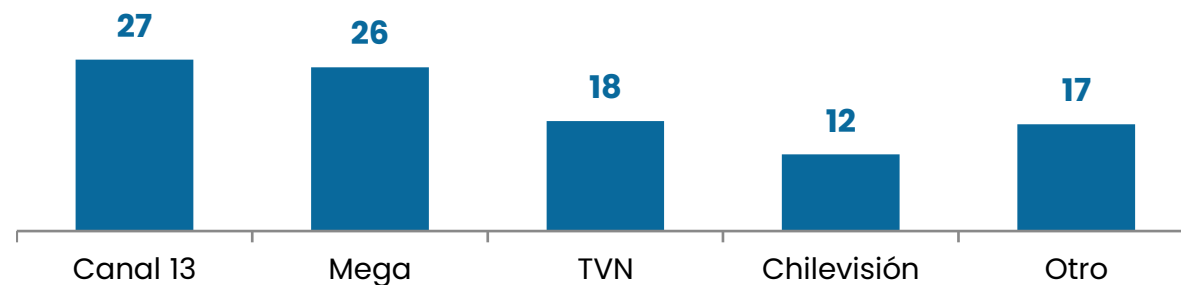
TRANSMISIÓN DEL FESTIVAL DE VIÑA 2025

El Festival de Viña 2025 será transmitido por Mega.
¿Te gusta que sea Mega el canal que lo transmita? %



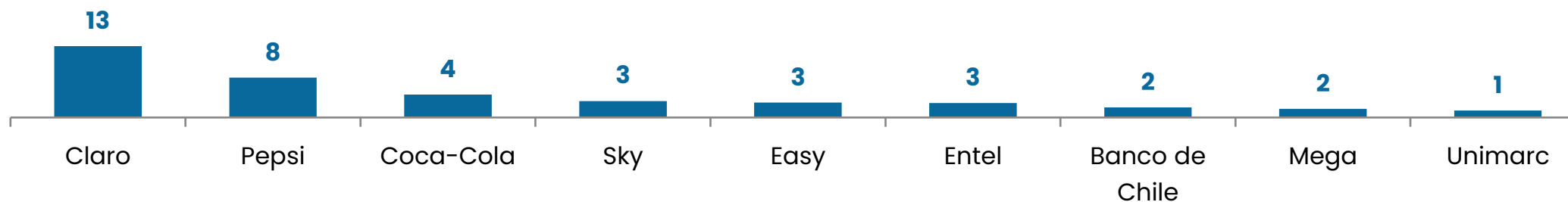
Casos: 700

Si pudieras elegir un canal para que transmita el Festival de Viña 2025, ¿cuál elegirías? %



MARCAS ASOCIADAS AL FESTIVAL DE VIÑA

¿Qué marcas sabes auspician el Festival de Viña? % Espontáneo

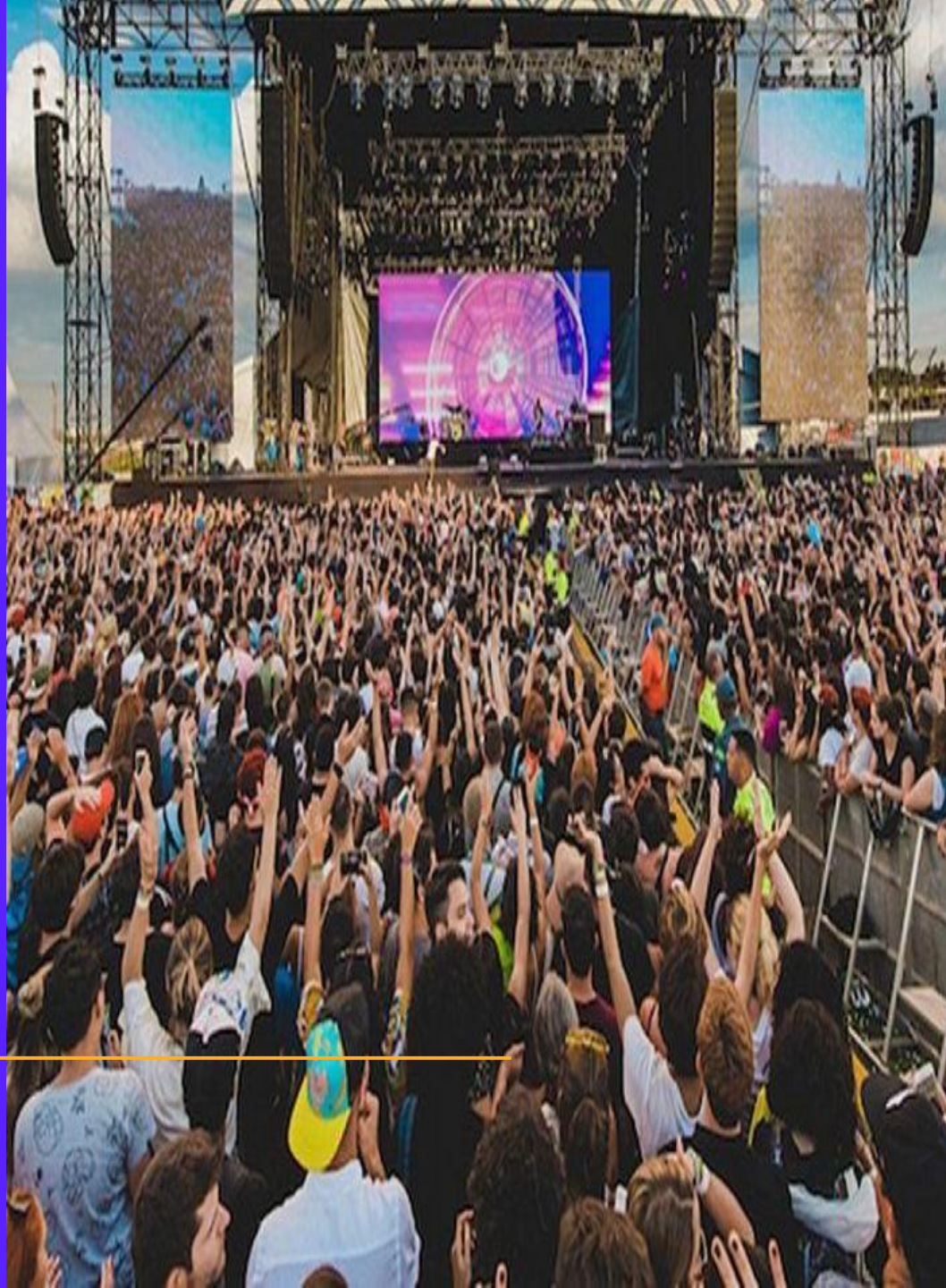


Casos: 700

*100% se completa con alternativas menores a 1%, "Nadie" y "No sé, prefiero no responder"

Coyuntura: Conciertos y recitales

05

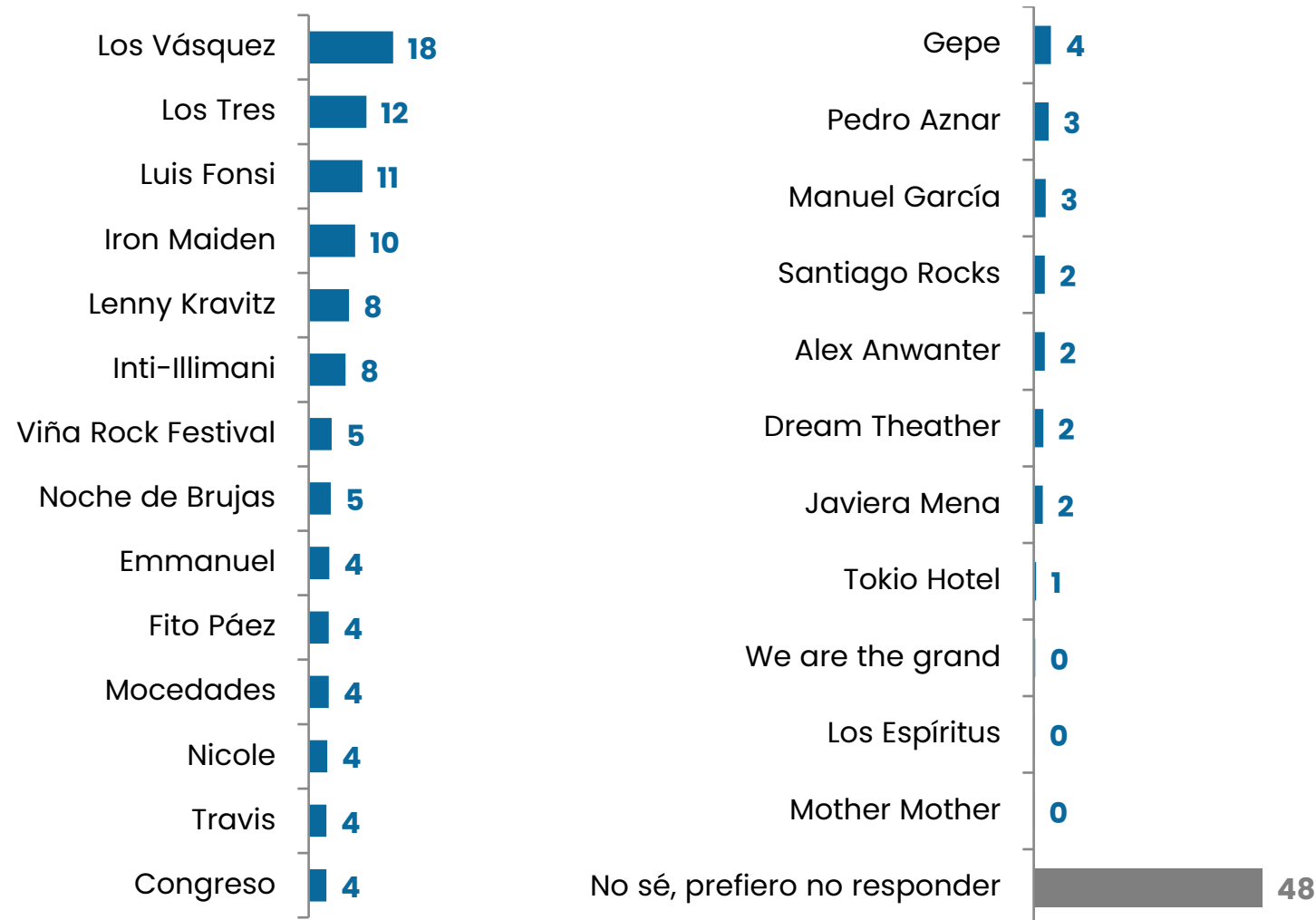


Movistar Arena es considerado el **mejor recinto**
para **festivales y conciertos** con un **55%** de
las preferencias

- Un 52% nunca ha asistido a un concierto o recital.
- El 65% considera que las entradas de los festivales y conciertos son caras o excesivamente caras. Incluso, el precio es el principal motivo (54%) por el que las personas no han ido a un concierto cuando querían ir.
- El 95% declara escuchar música en un día normal, siendo lo más común (34%) escuchar entre 1,5 y 3 horas diarias.

CONCIERTOS A LOS QUE LE GUSTARÍA IR

Del siguiente listado de festivales y conciertos que quedan este 2024, ¿a cuál de ellos te gustaría ir?
%



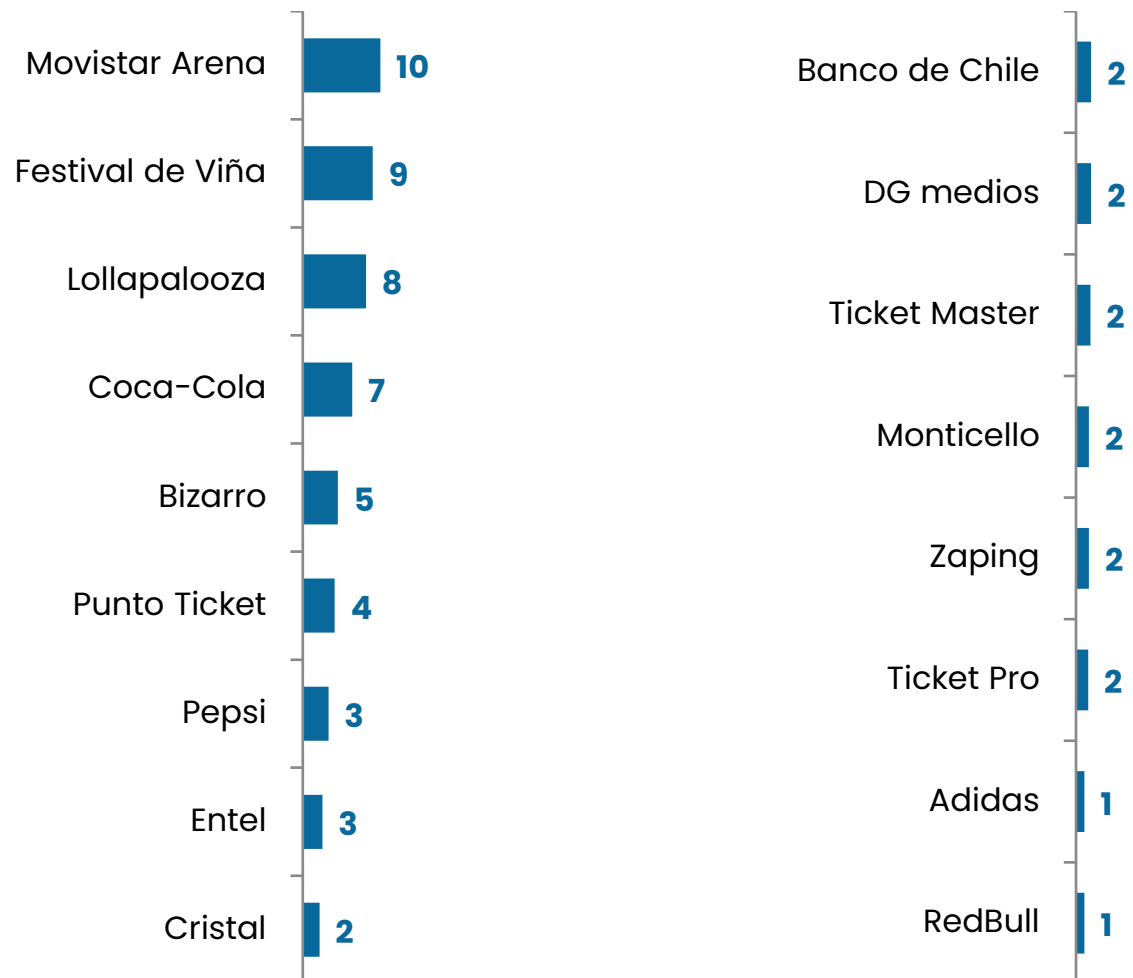
Casos: 700

*Se muestran resultados iguales o mayor a 1%

MARCAS ASOCIADAS A CONCIERTOS

Cuando piensas en conciertos y festivales, ¿cuál es la primera marca que se te viene a la cabeza?

% Espontánea

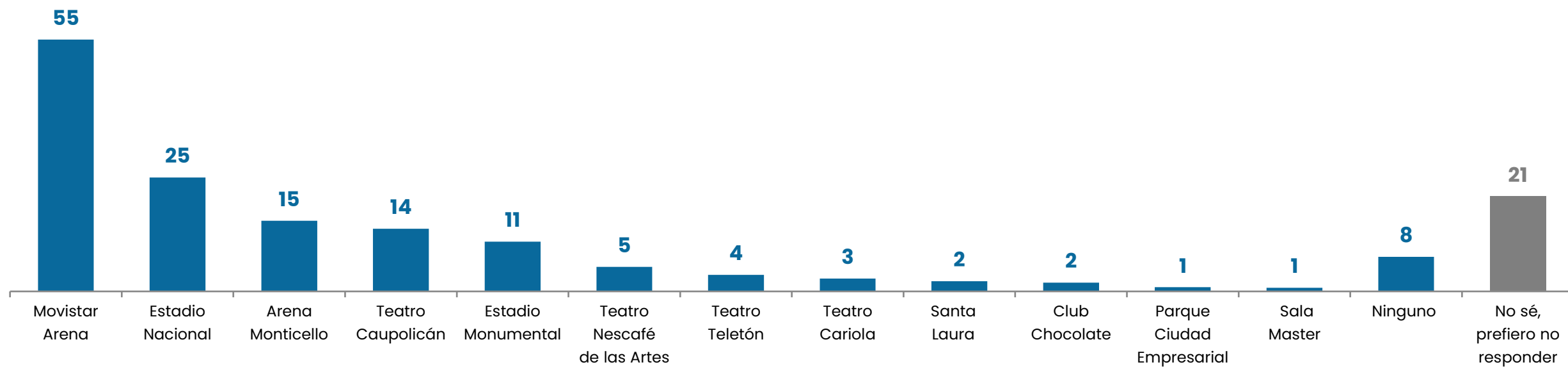


Casos: 700

*100% se completa con alternativas menores a 1% y "No sé, prefiero no responder"

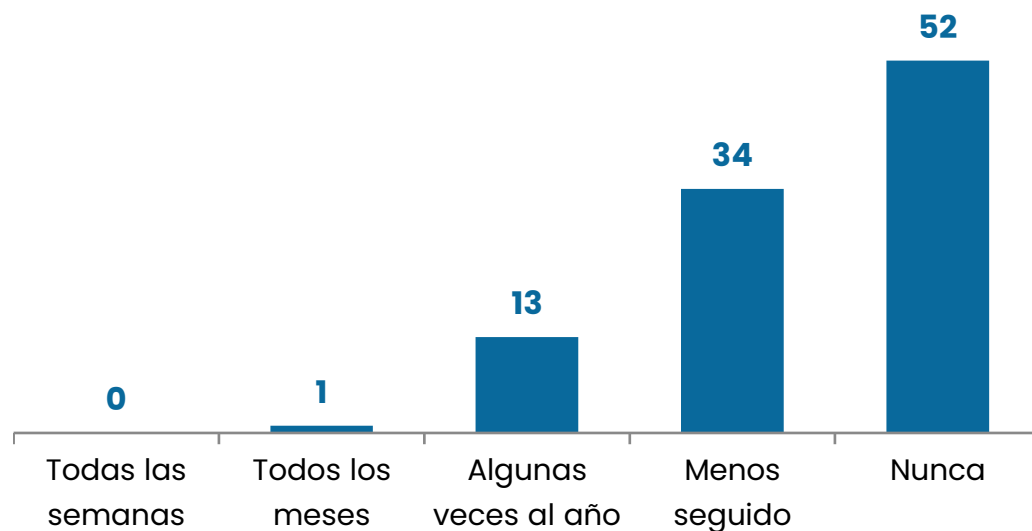
MEJOR RECINTO PARA CONCIERTOS

Según tú experiencia, lo que has oído o te has informado, ¿cuál es el mejor recinto para festivales o conciertos? % Múltiple

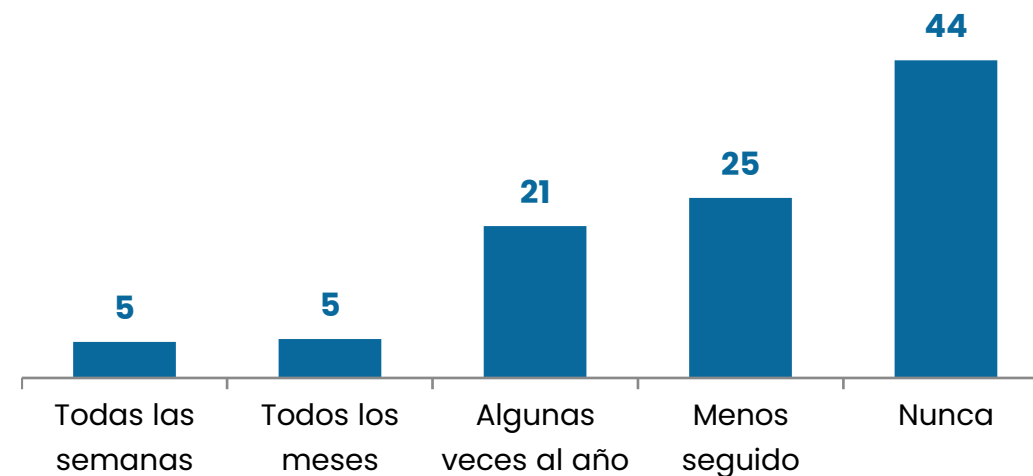


ASISTENCIA Y VISUALIZACIÓN DE CONCIERTOS

¿Qué tan seguido asistes a festivales, conciertos o recitales? %



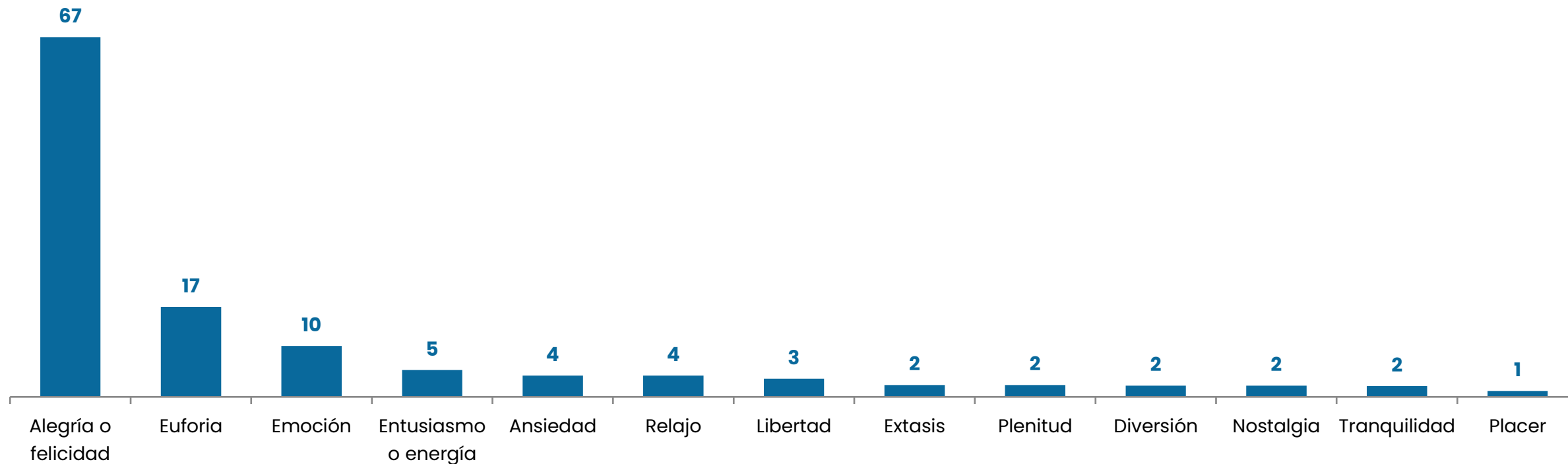
¿Ves festivales o conciertos a través de YouTube, plataformas de streaming, redes sociales, etc.? %



EMOCIONES ASOCIADAS A CONCIERTOS

Cuando estas en conciertos y festivales, ¿qué emociones sientes?

% Espontánea

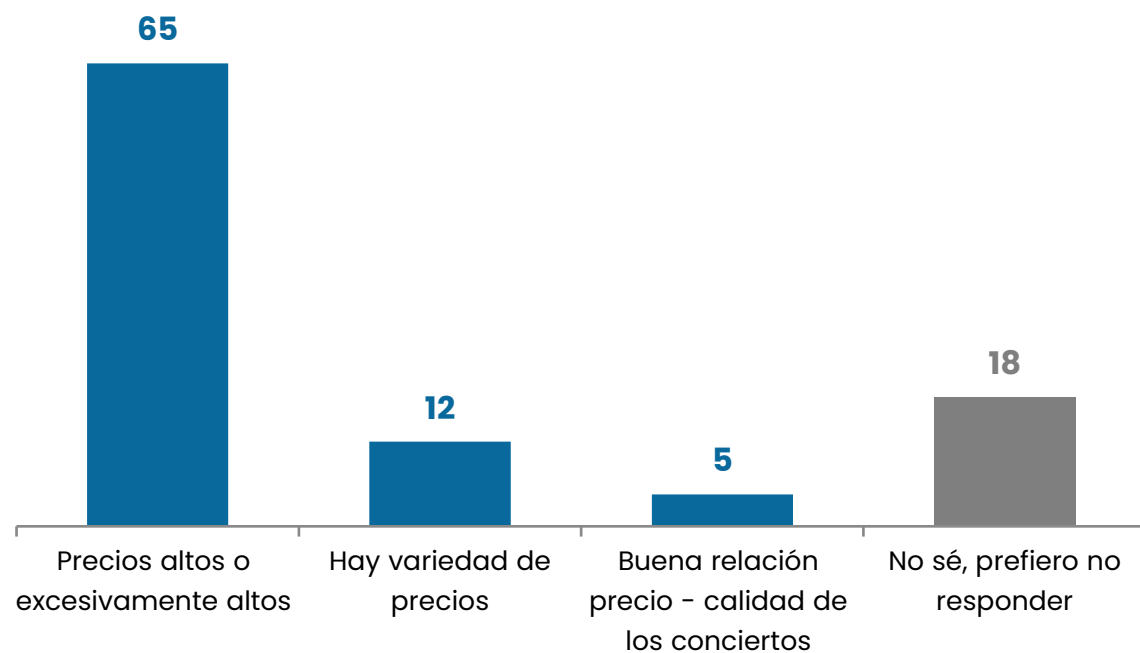


Casos: 700

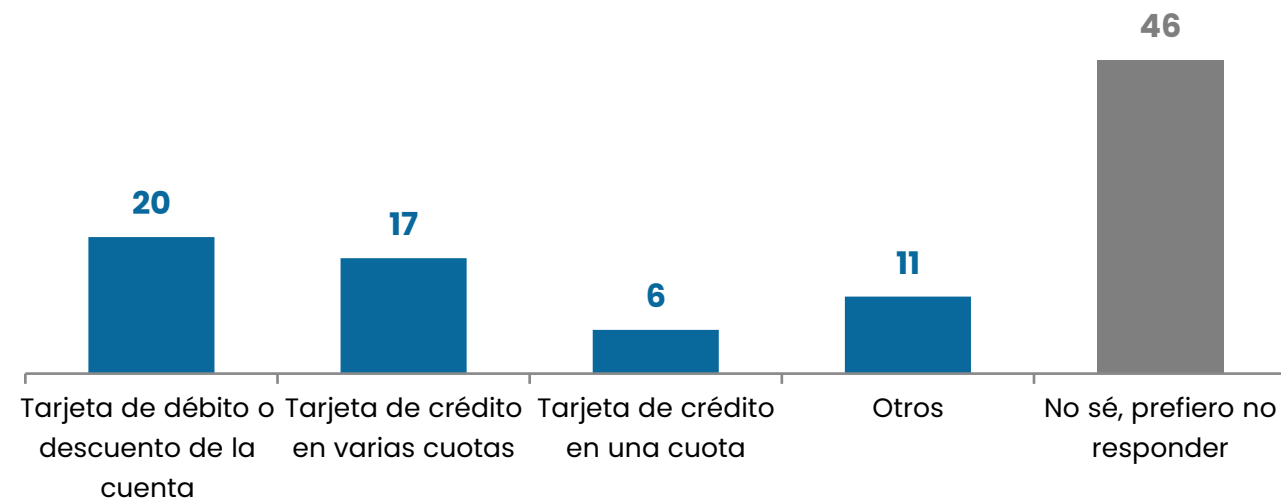
*100% se completa con alternativas menores a 1% , "Nadie" y "No sé, prefiero no responder"

PRECIO Y PAGO DE ENTRADAS

¿Cómo evalúas los precios de los recitales y conciertos hoy en día en Chile? %



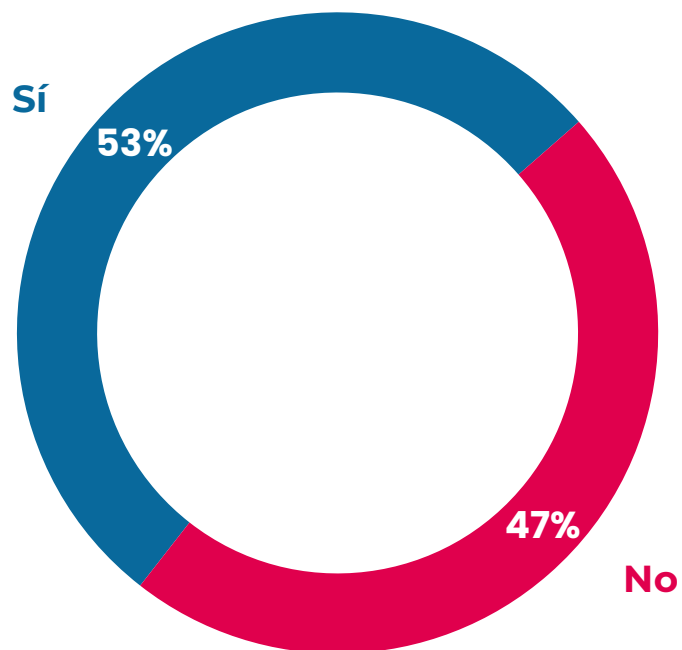
¿Cómo pagas las entradas a conciertos y recitales? %



Casos: 700

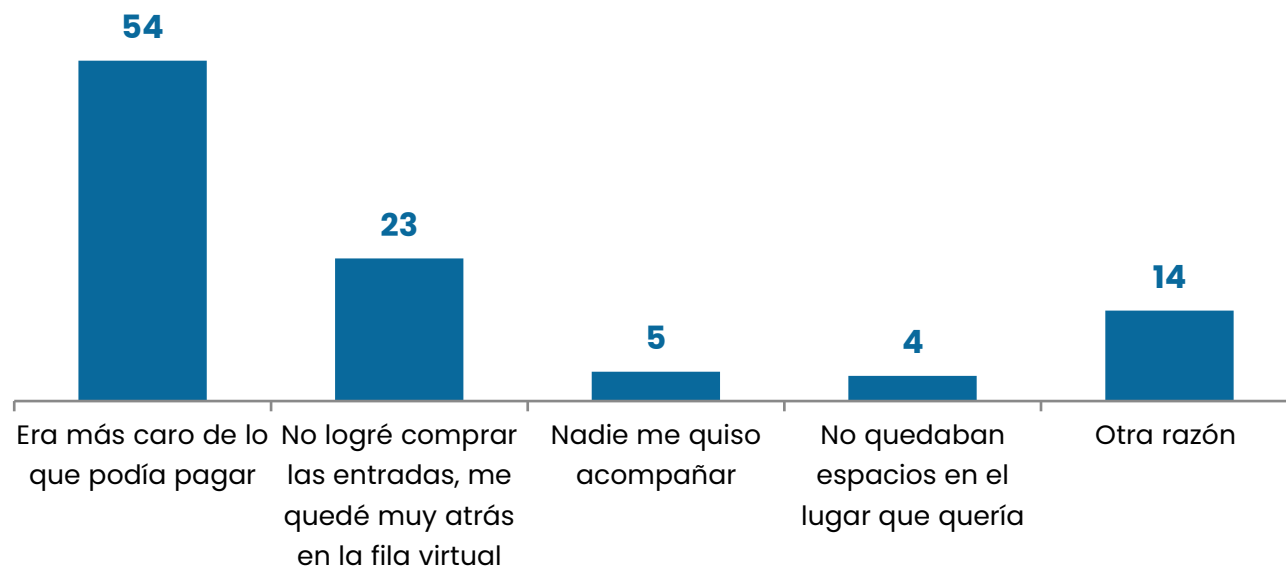
CONCIERTOS A LOS QUE NO PUDO ASISTIR

¿Ha habido algún concierto que querías ir pero no pudiste? %



Casos: 700

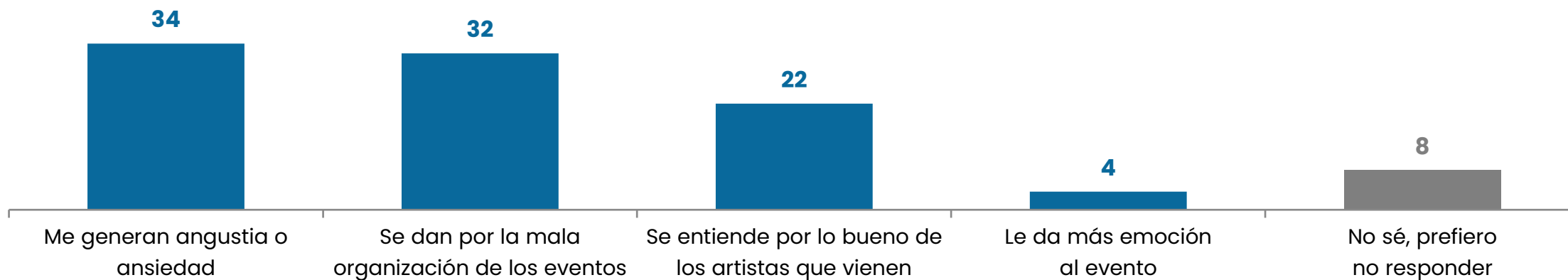
¿Por qué razón no pudiste ir? %



Casos: entre quienes querían ir a un concierto y no pudieron N=398

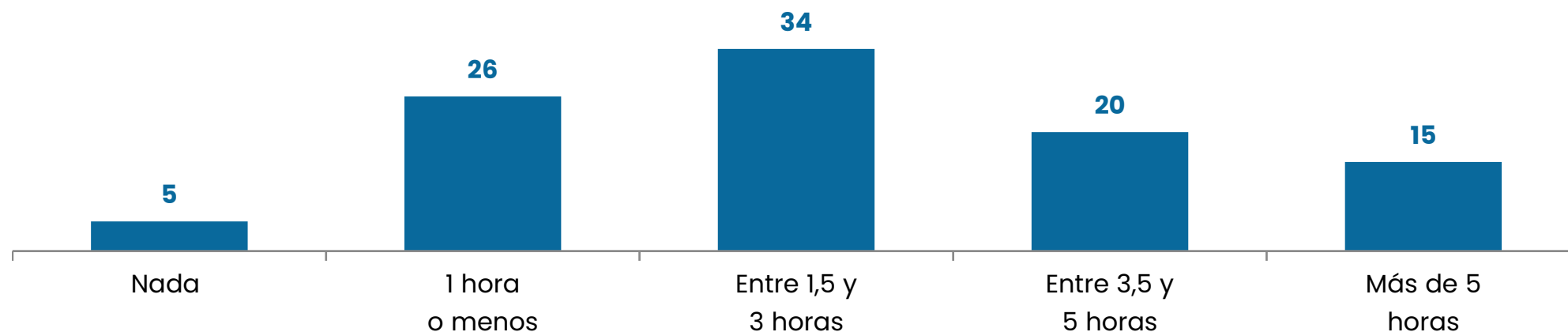
FILAS VIRTUALES

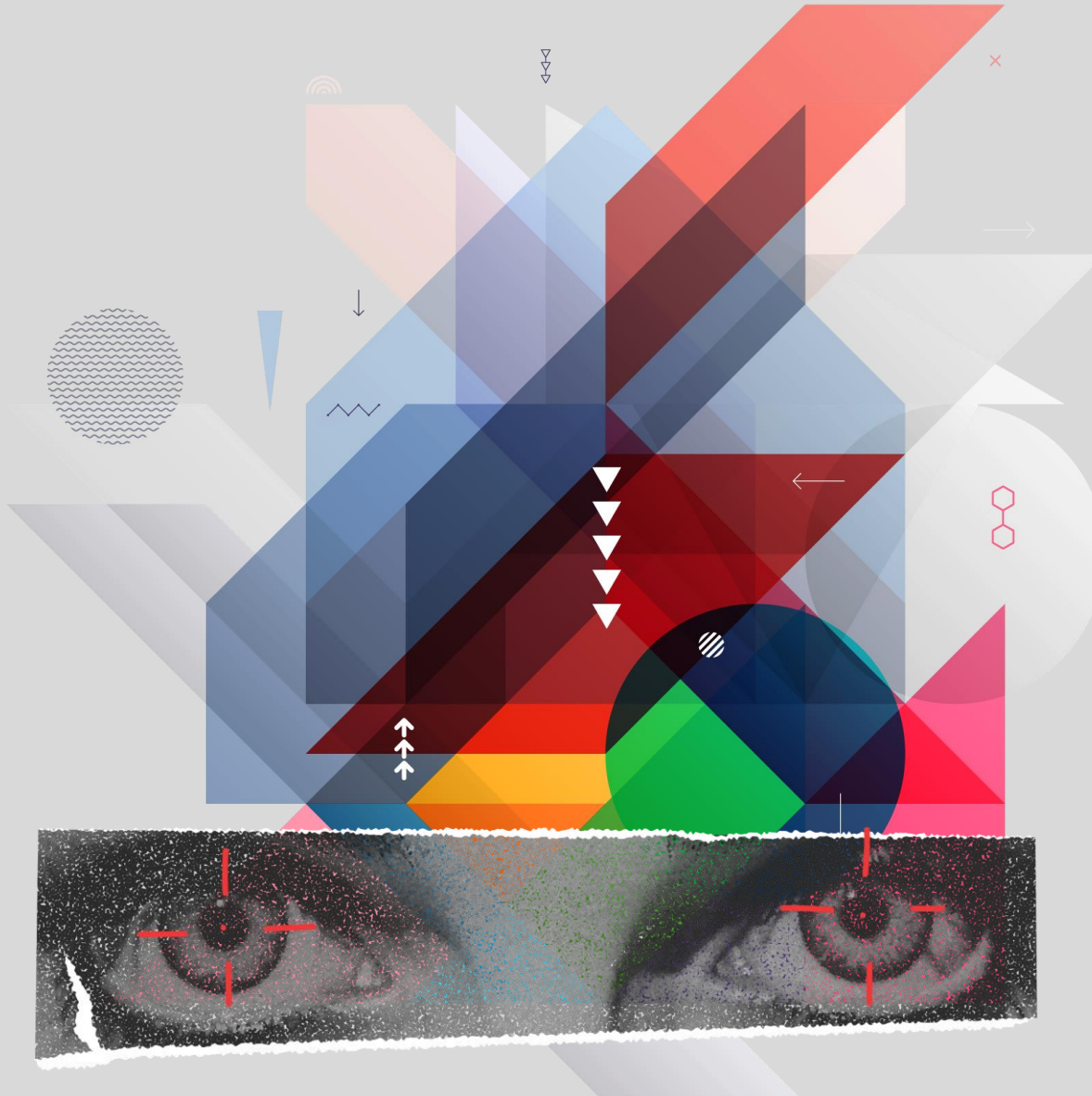
¿Qué opinas de las colas virtuales que se dan para la compra de algunas entradas a conciertos? %



TIEMPO Y PLATAFORMAS DE MÚSICA

Pensando en un día de semana normal, ¿cuánto tiempo dirías que escuchas música, en un día promedio? **% Abierto**





Nueva de Lyon 145 Piso 2,
Providencia Santiago, Chile.
cadem@cadem.cl
+562 2438 6500

www.cadem.cl