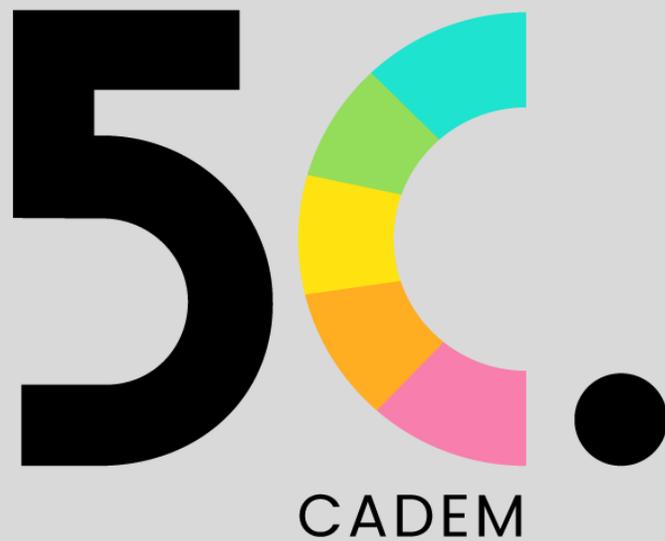
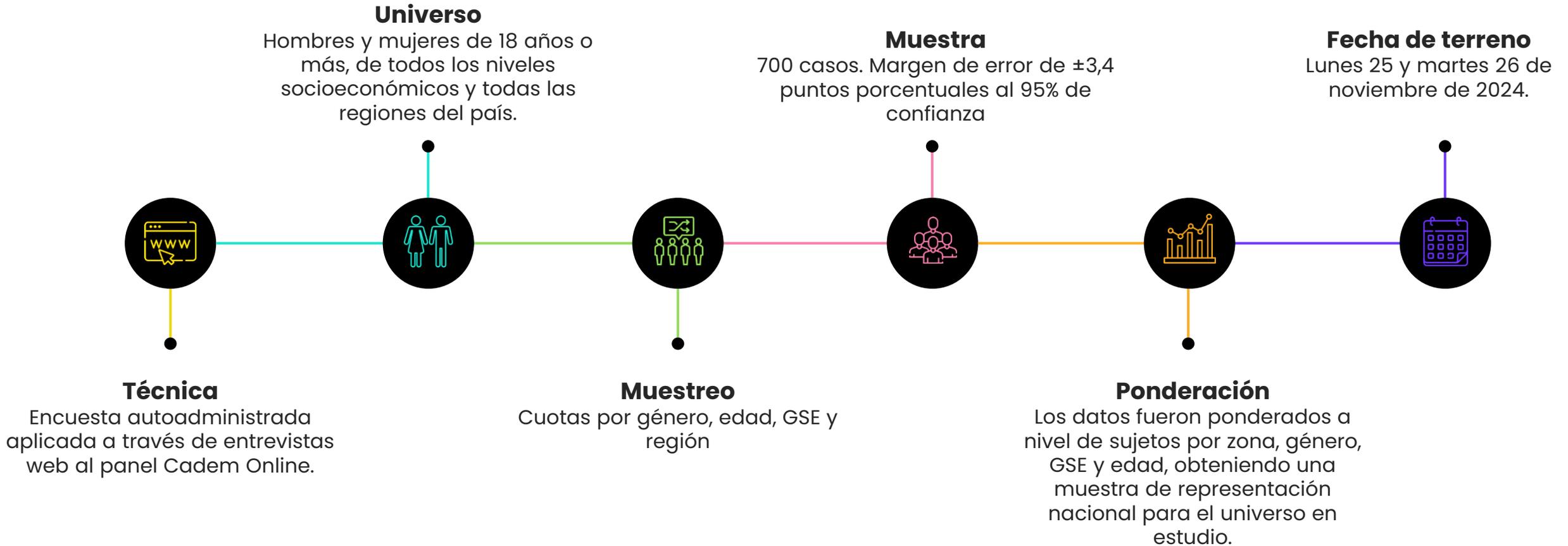


Estudio



# Metodología



# Conexión

01

---



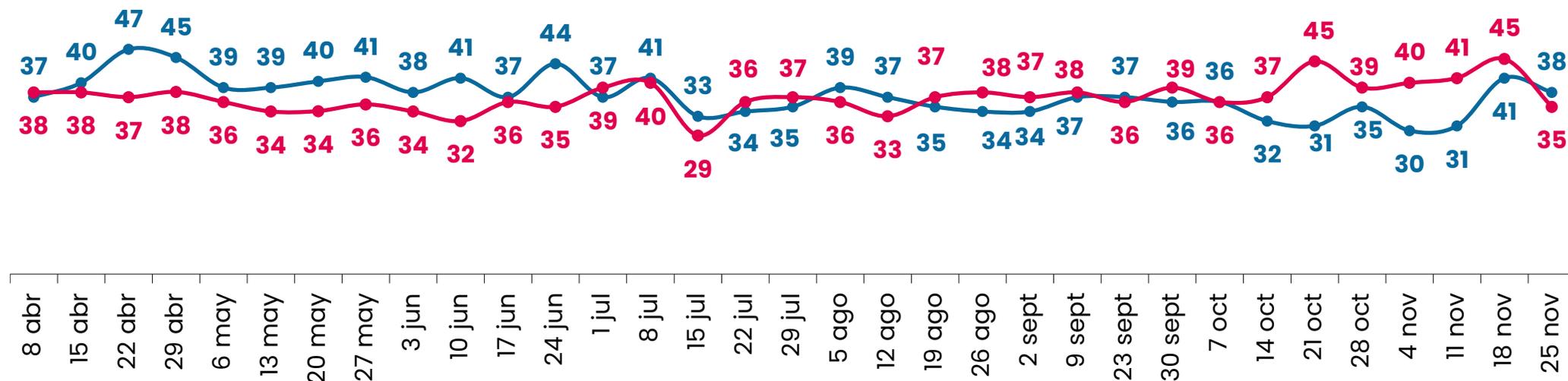
La **esperanza** es el sentimiento predominante de los chilenos, con un **24%** de las menciones.

- El nivel de felicidad se mantiene relativamente estable respecto de la semana pasada (38%), y el nivel de estrés disminuye en 10 pts. (35%).
- El total de los sentimientos positivos alcanzan un 50%, mientras que los negativos un 37%, manteniéndose ambos estables respecto de la semana pasada.
- La segunda vuelta es el tema de la semana, con el 21% de las menciones.

# 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

—●— **Muy o bastante feliz**      —●— **Muy o bastante estresado**

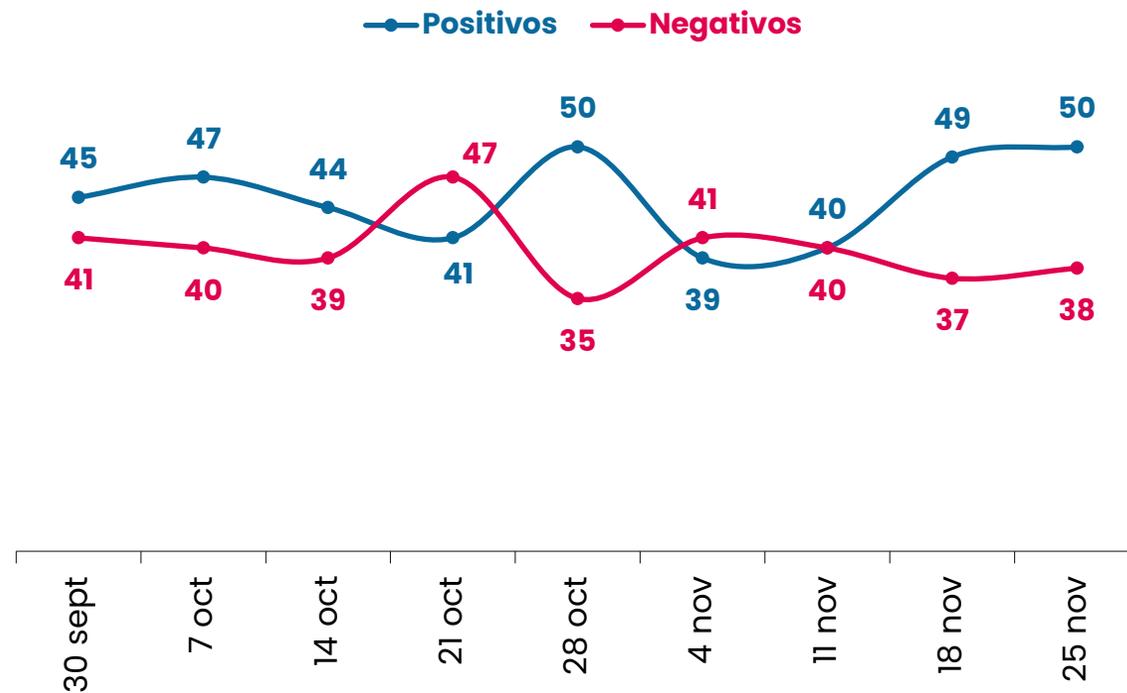


Casos: 700



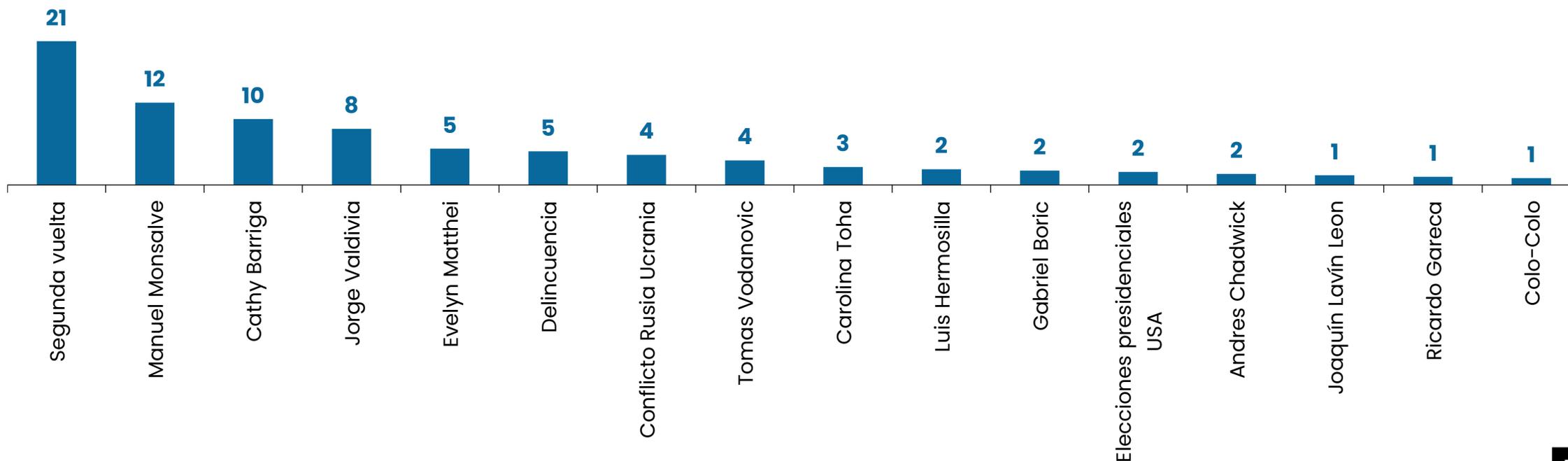
## SENTIMIENTO PREDOMINANTE

¿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 5\_noviembre

Jorge Valdivia  
**25%**



### Semana 11\_noviembre

Cathy Barriga  
**29%**

### Semana 18\_noviembre

Manuel Monsalve  
**24%**



### Semana 25\_noviembre

Segunda vuelta  
elecciones  
**21%**

### Semana 28\_octubre

Jorge Valdivia  
**20%**



# Consumo

# 02

---



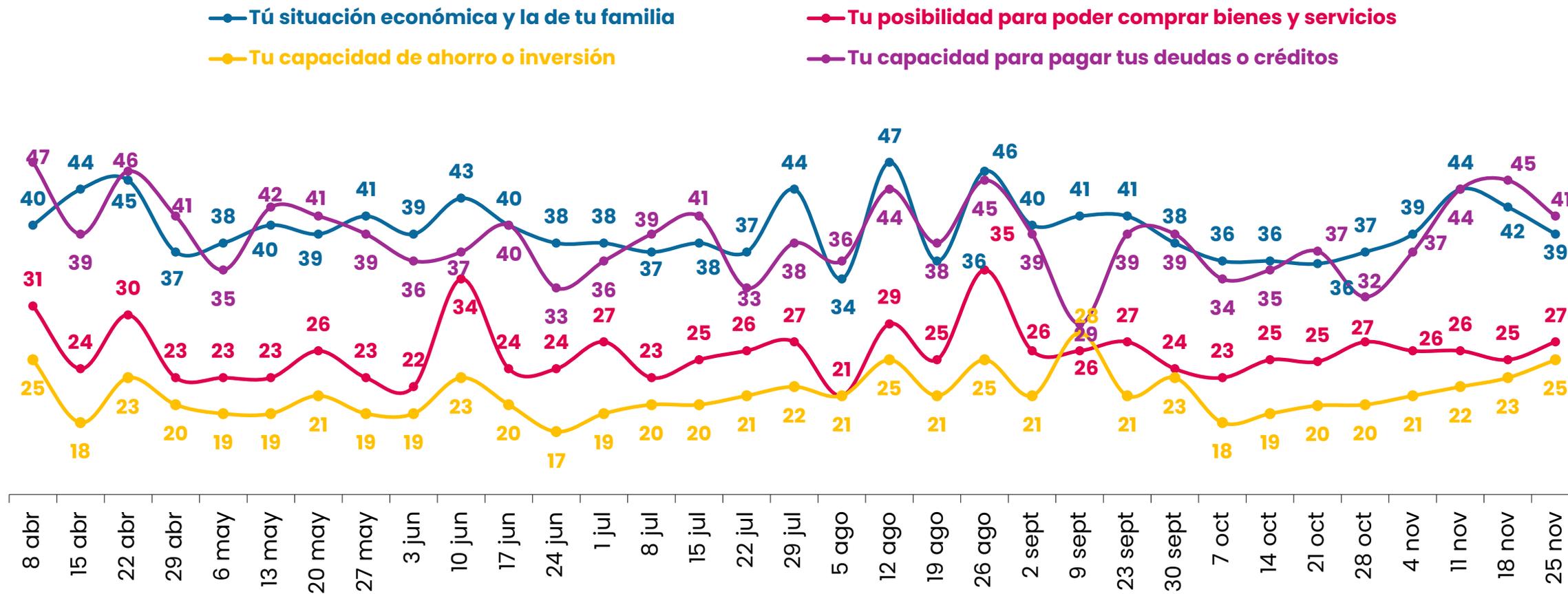
La **capacidad de ahorro e inversión**  
experimenta un alza gradual acumulada de

**7 pts.** desde el 7 de octubre.

- Respecto de la semana anterior, las cuatro dimensiones de la situación económica personal se mantienen estables.
- La variación semanal del poder adquisitivo experimenta cambios respecto de la última medición, disminuyendo en 5 pts. quienes declaran tener menos dinero, y aumentando en 7 pts. quienes declaran tener la misma cantidad de dinero que la semana anterior.
- Los alimentos del tipo abarrotes para el hogar es la categoría donde más personas declaran haber “gastado más” que la semana anterior (9%) , junto a carnes y cecinas (9%).

# EVALUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL

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

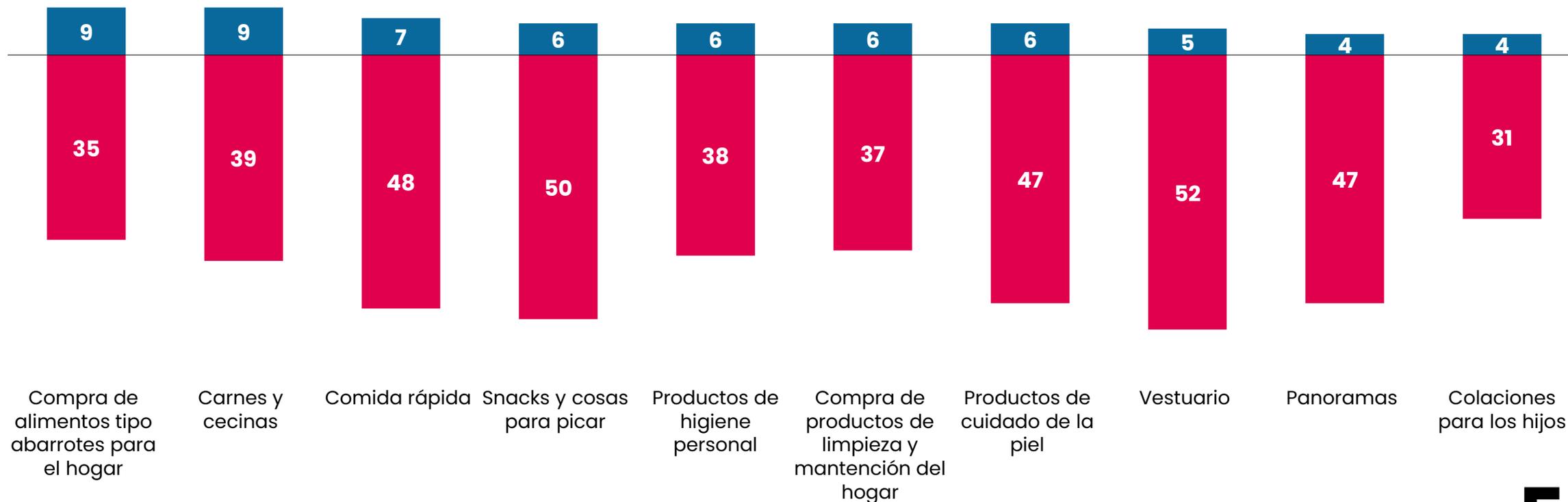


## VARIACIÓN SEMANAL DE CONSUMO

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 compraste más o menos que hace un mes atrás?

%

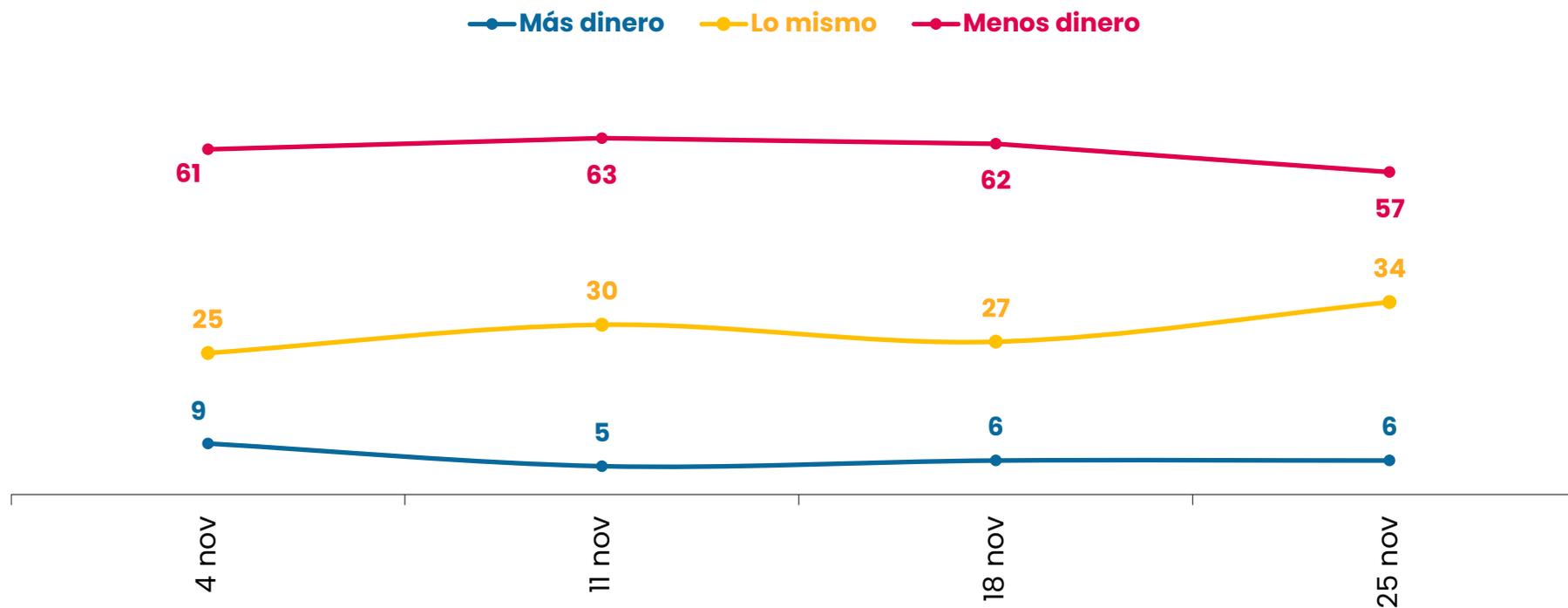
■ Compré menos ■ Compré más



Casos: 700

## VARIACIÓN SEMANAL DE PODER ADQUISITIVO

Esta semana, ¿dirías que tienes más, lo mismo o menos dinero para poder comprar bienes y servicios que la semana pasada? %

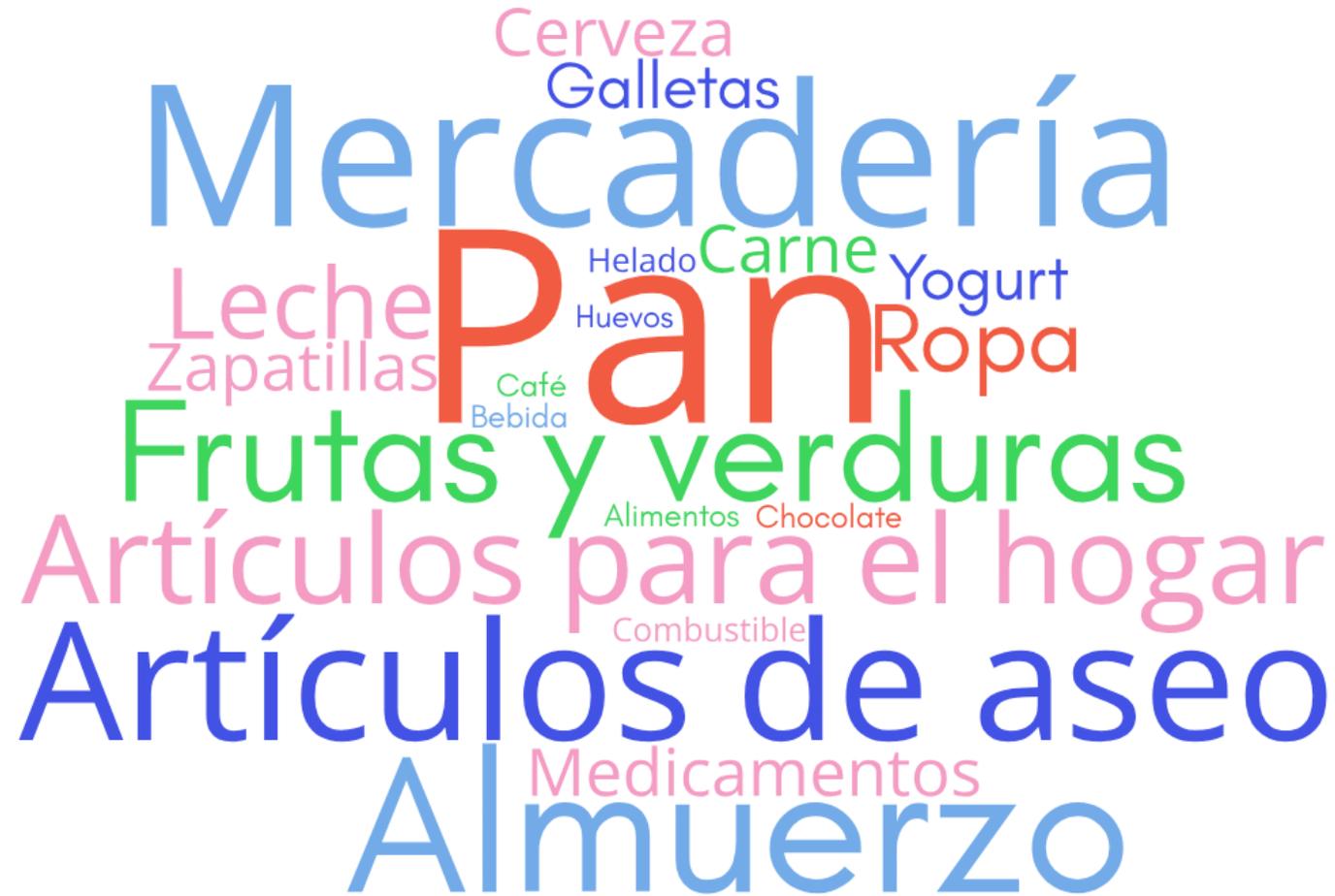


Casos: 700

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

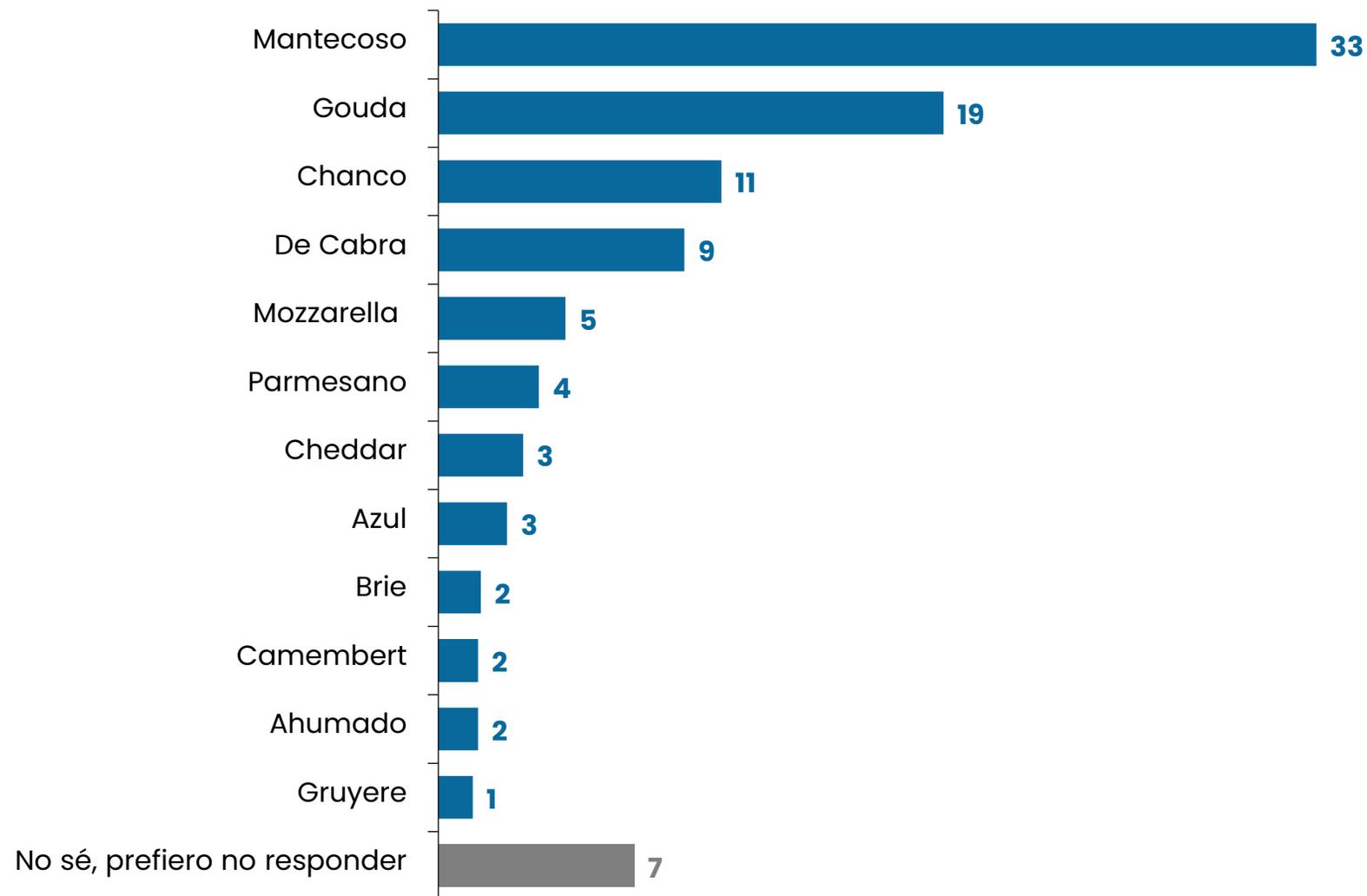
## ÚLTIMA COMPRA

¿Qué fue lo último que compraste esta semana? %



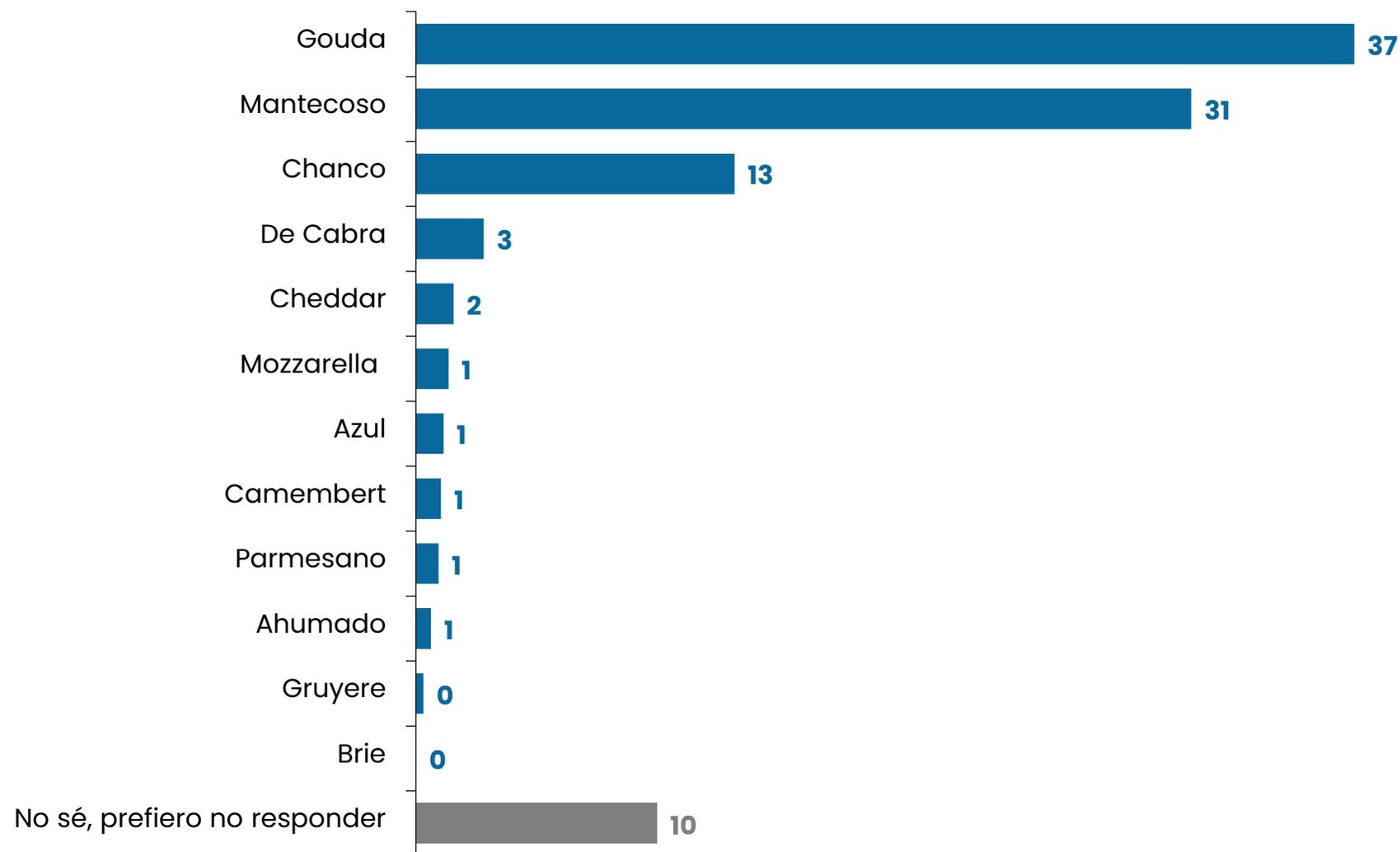
## RANKING DE LA SEMANA: QUESO FAVORITO

Del siguiente listado de quesos, ¿cuál es la que más te gusta? %



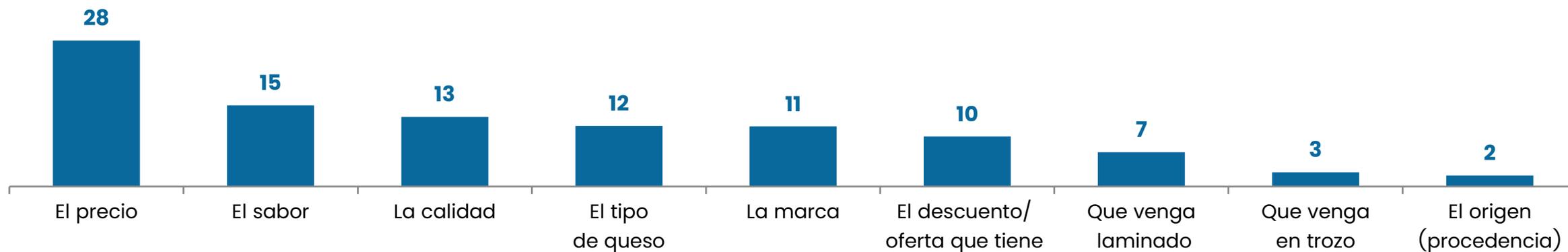
## QUESO QUE MÁS COMPRA

Del siguiente listado de quesos, ¿cuál es la que más compras? %



## FACTORES DE DECISIÓN DE COMPRA DE QUESO

Pensando en las veces que compras queso, ¿qué dirías que influye más en tu decisión de compra? %



# Clientes

# 03

---

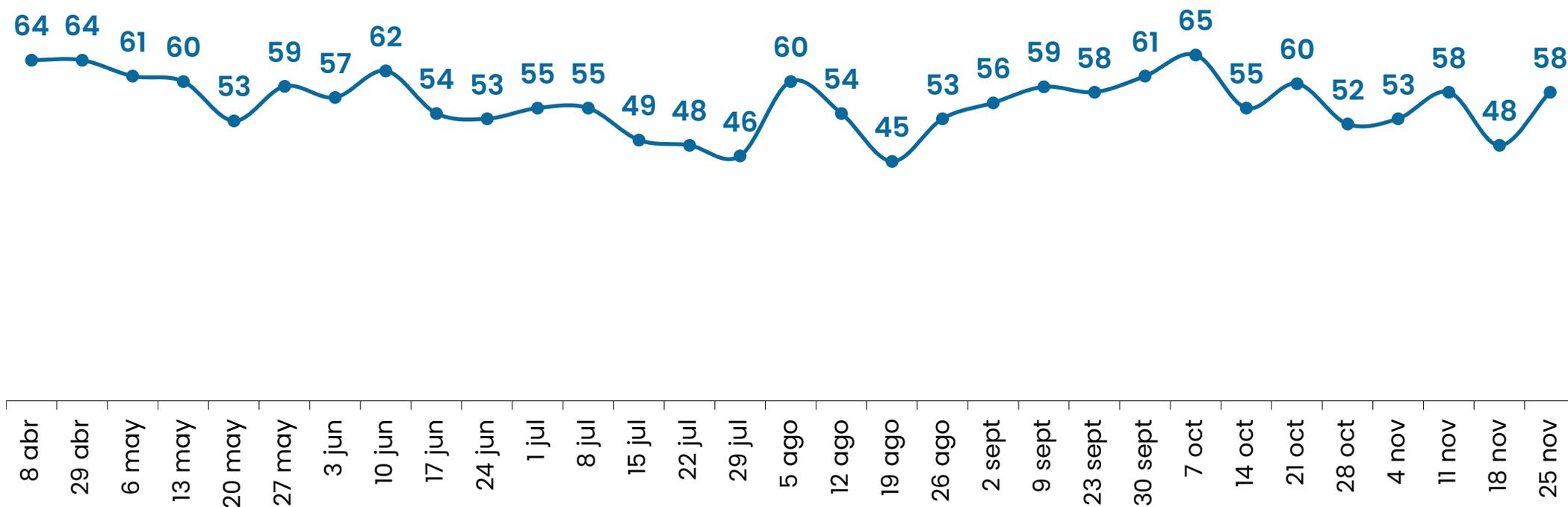


# Los servicios de **post venta** y **call center** son los servicios **peor evaluados** de las empresas

- 59% declara buen trato por parte de la empresa en su última experiencia de compra, y solo un 2% acusa mal trato.
- Los supermercados y las farmacias son las industrias con mayor contacto (83% y 71% ha tenido alguna experiencia con estas industrias durante los últimos tres meses) y a su vez, las mejor evaluadas en cuanto la relación con sus clientes (36% y 33% notas 6 y 7).
- Después de una semana a la baja, la compra online vuelve a 58%.

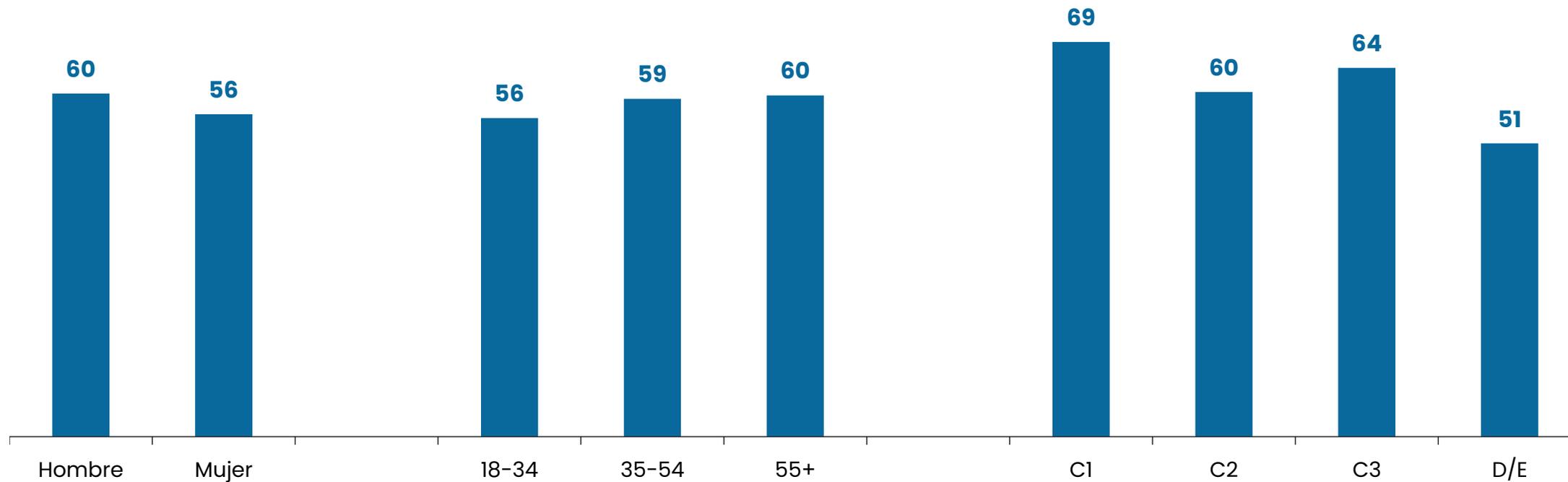
## COMPRA ONLINE EN LA ÚLTIMA SEMANA

En los últimos 7 días, ¿compraste o pagaste algo de manera online? % Sí



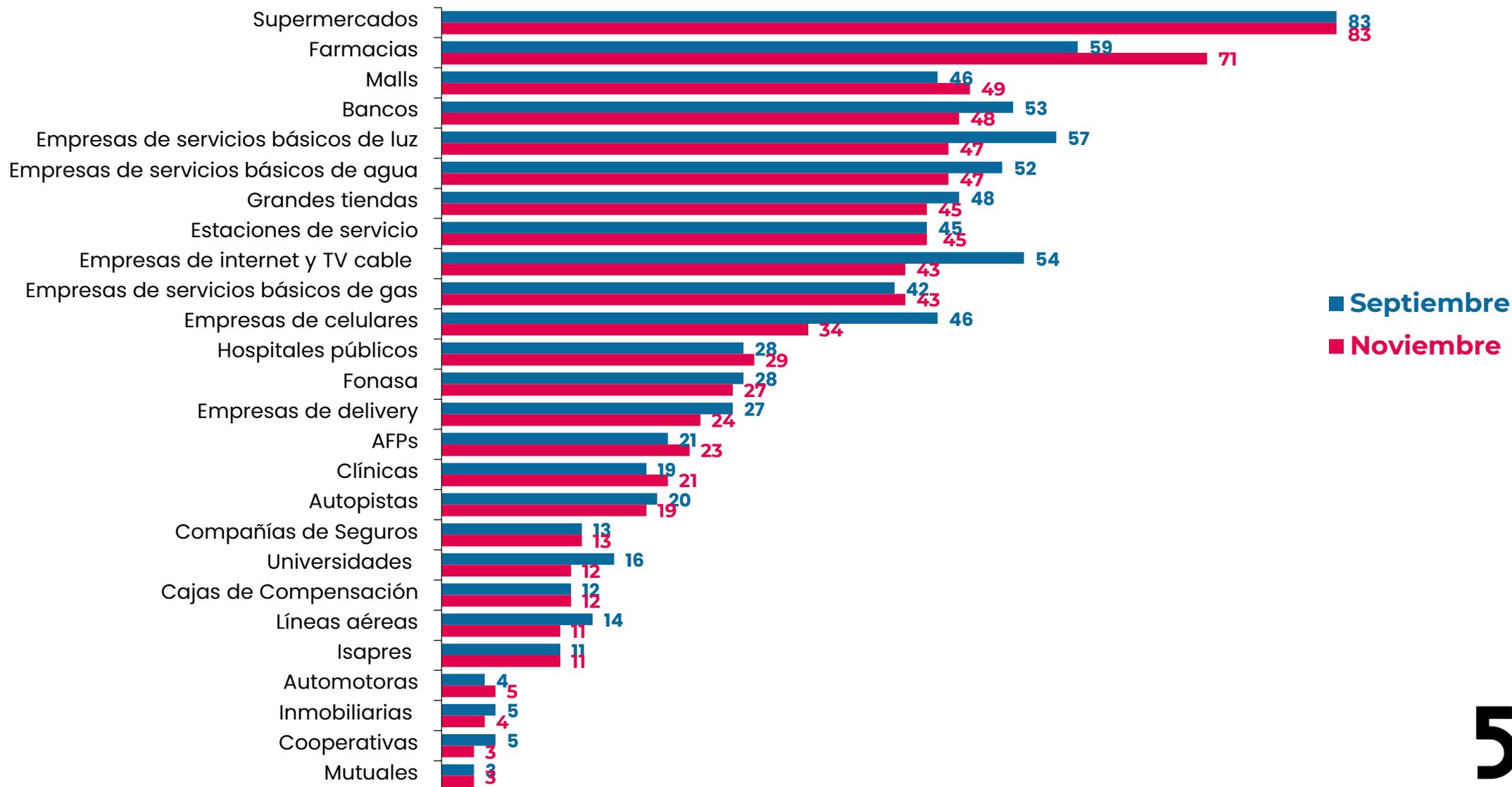
**COMPRA ONLINE EN LA ÚLTIMA SEMANA**

En los últimos 7 días, ¿compraste o pagaste algo de manera online? % **SÍ**



## EXPERIENCIA CON INDUSTRIAS

¿Con cuál de las siguientes industrias has tenido alguna experiencia como cliente o usuario durante los últimos tres meses? % Sí

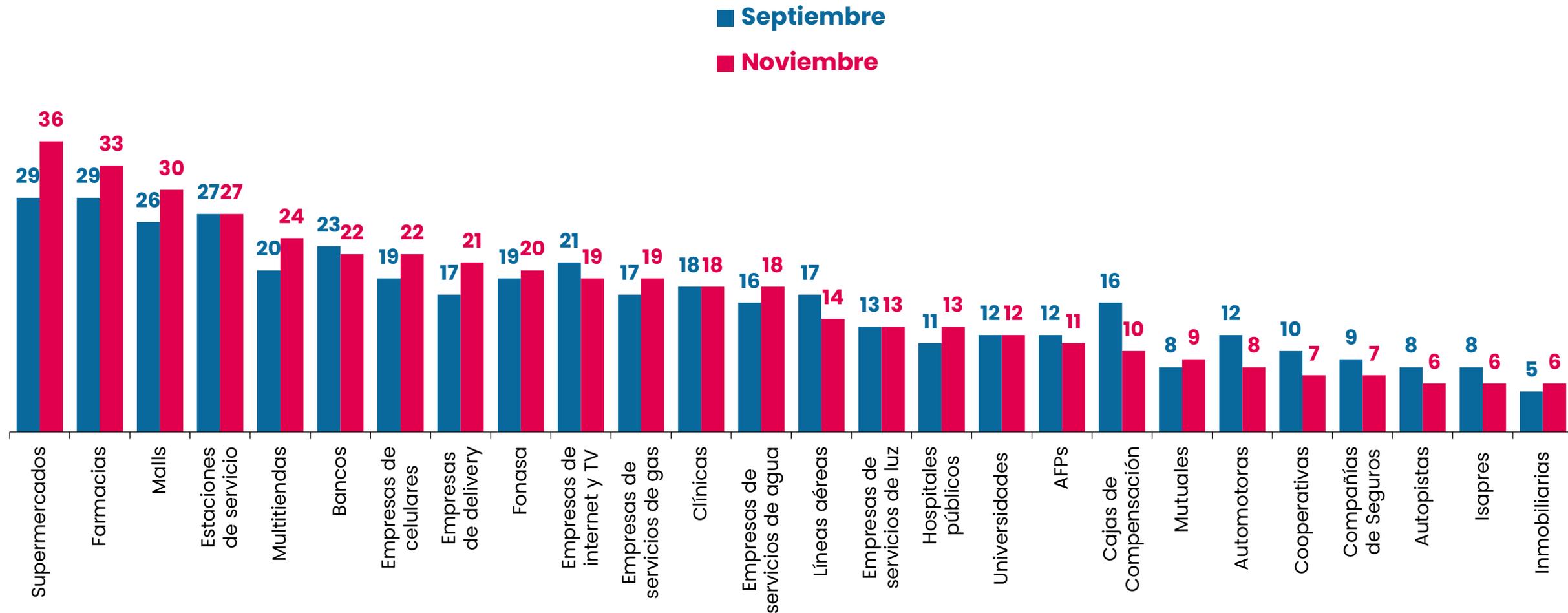


Casos: 700

## EVOLUTIVO: EVALUACIÓN DE INDUSTRIAS

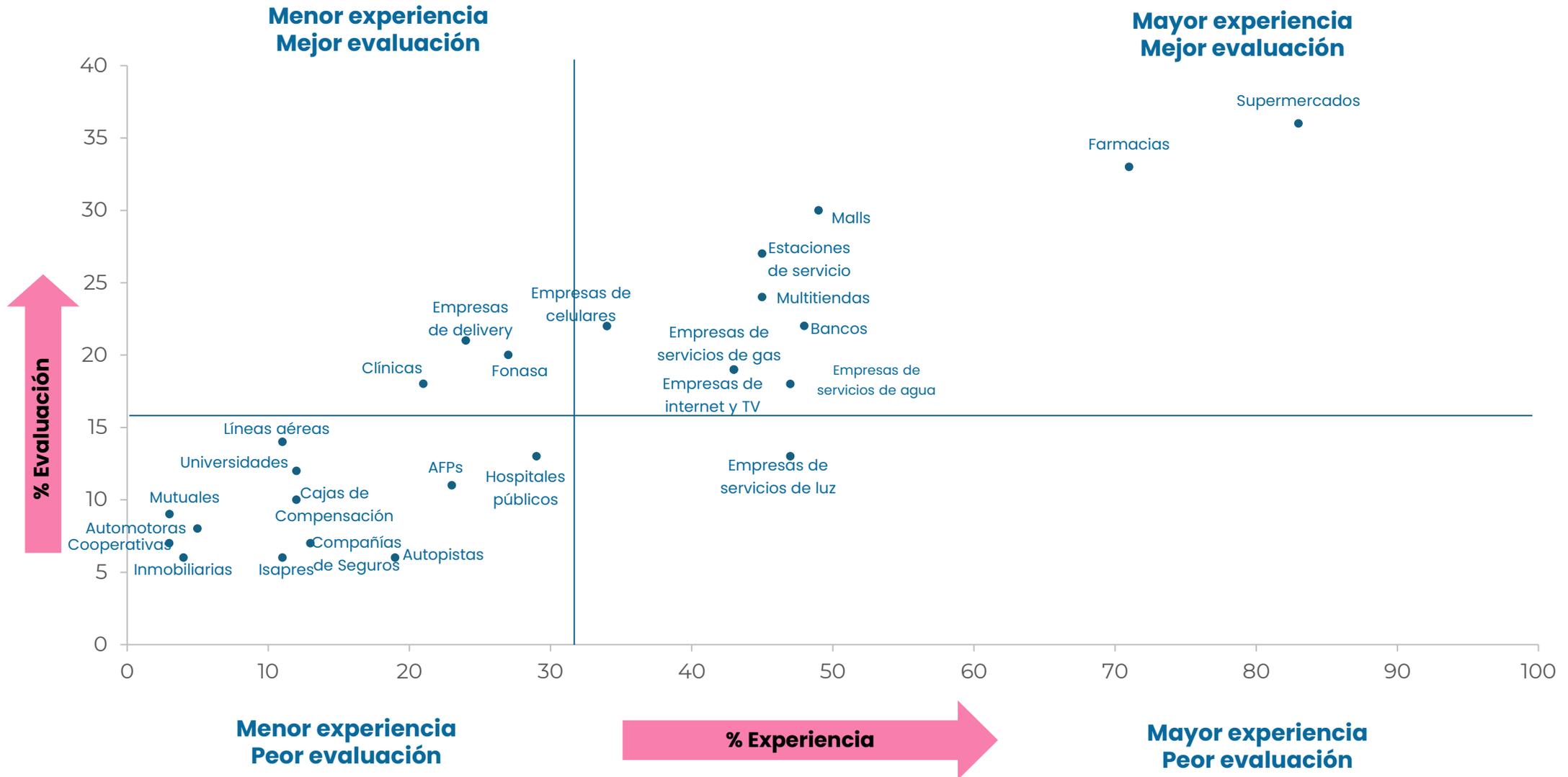
Usando una escala de 1 a 7 como en el colegio, donde 1 es “pésimo” y 7 es “excelente”,  
¿Cómo evaluarías la forma en que las siguientes industrias se relacionan con sus clientes/consumidores?

% Notas 6 y 7



Casos: 700

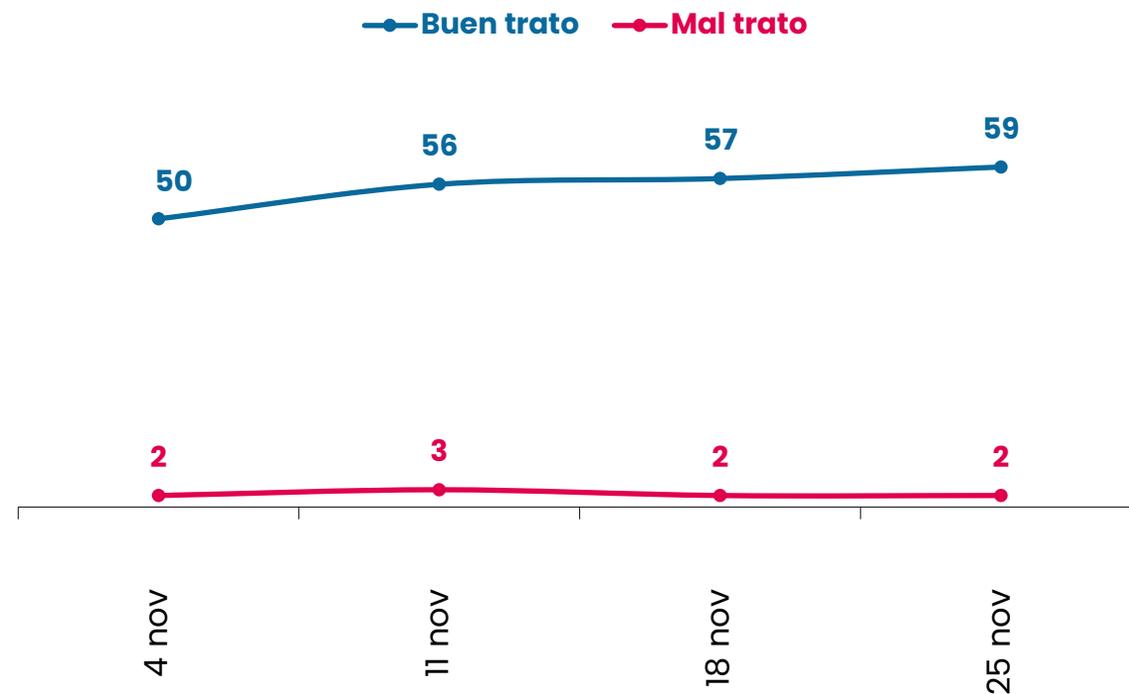
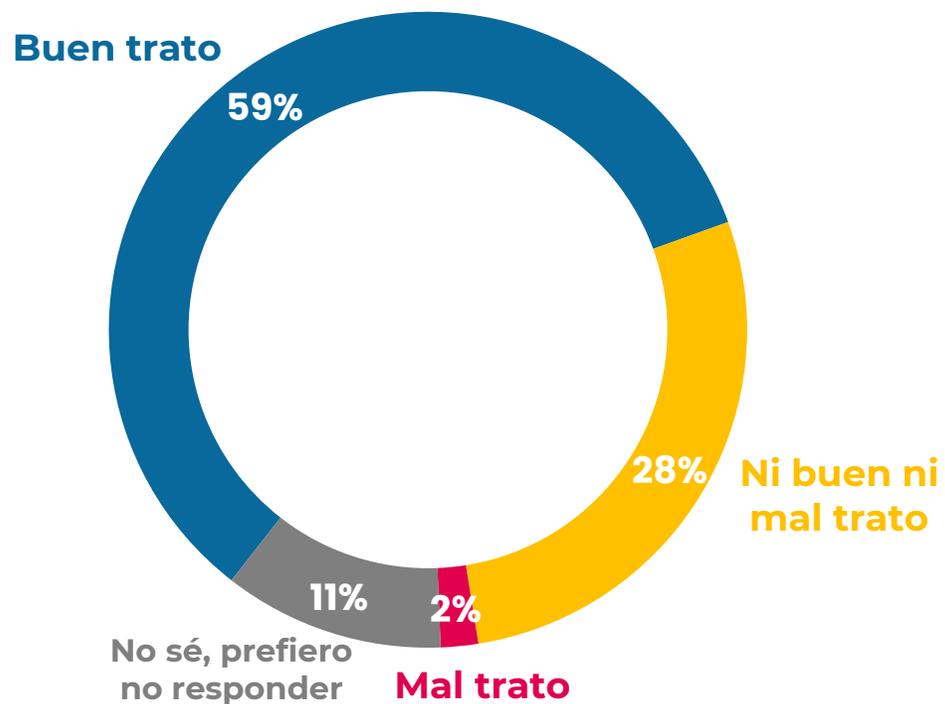
# EXPERIENCIA Y EVALUACIÓN DE INDUSTRIAS



Casos: 700

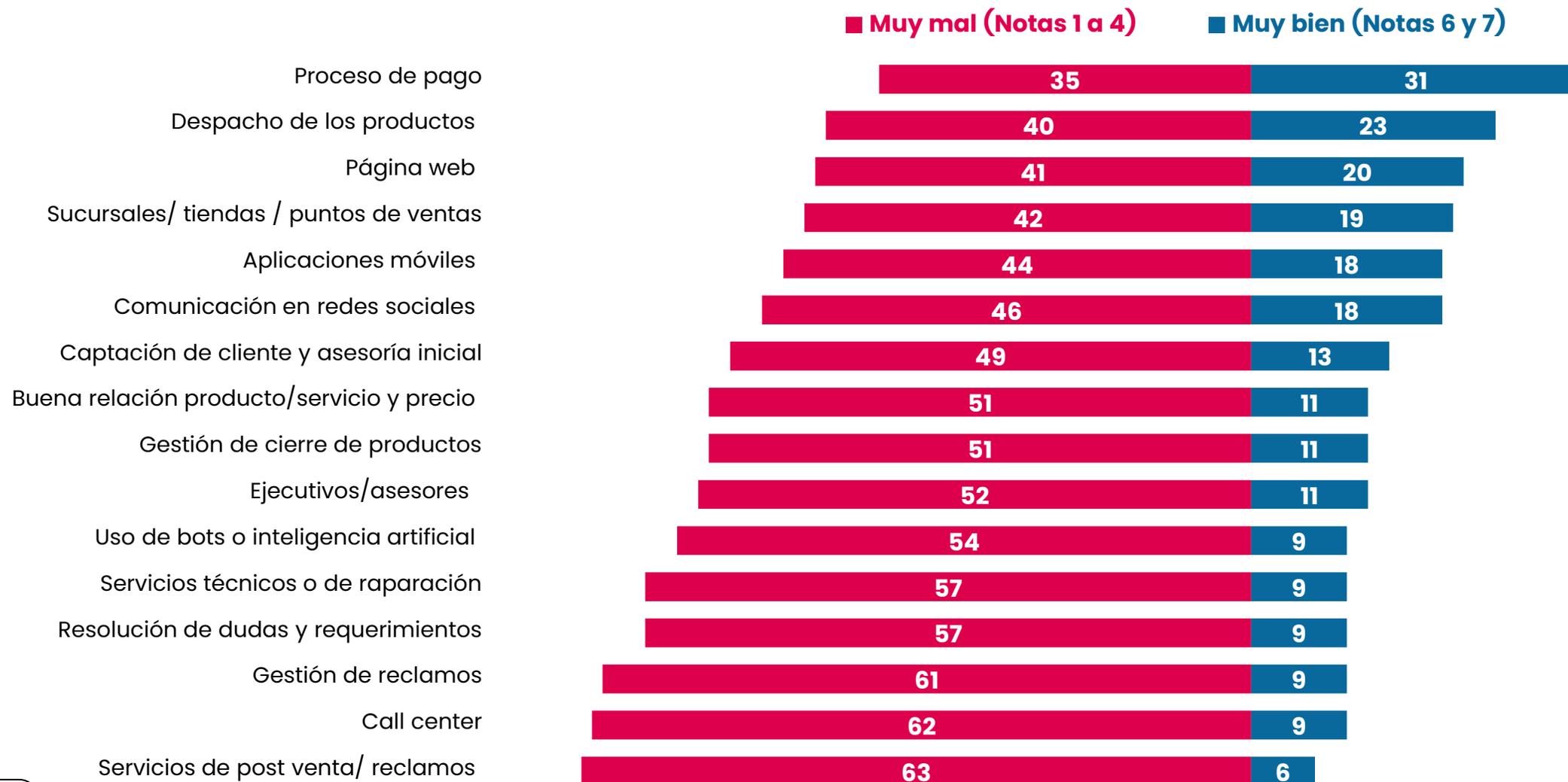
## EXPERIENCIA ÚLTIMA COMPRA

Ahora pensando en tu última experiencia de compra, ¿dirías que recibiste un buen trato o un mal trato por parte de la empresa? %



## EVALUACIÓN EXPERIENCIAS

¿Cómo evaluarías la experiencia que las empresas entregan a sus clientes en...? %



Casos: 700

\*100% se completa con notas 5 y "No sé, prefiero no responder"

# Comunicación



04

---

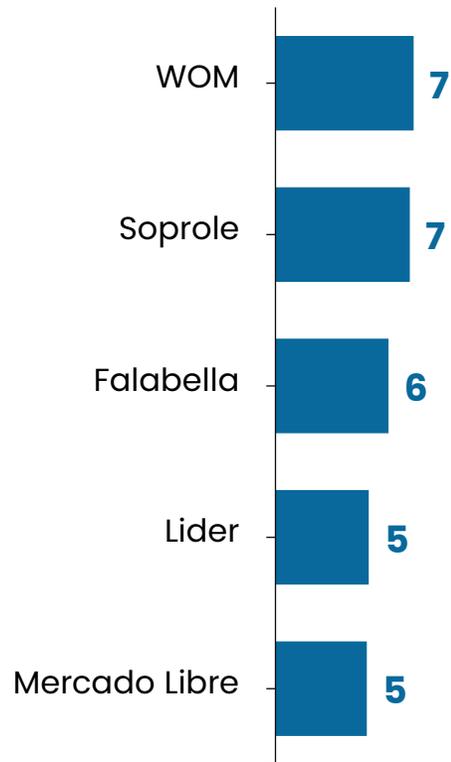
Por segunda semana consecutiva, **Soprole** y **WOM** lideran en recuerdo publicitario con un

**7%** de las menciones espontáneas

→ Además, Soprole lidera nuevamente en marcas relevantes, junto a Colun, con un 12% de las menciones espontáneas.

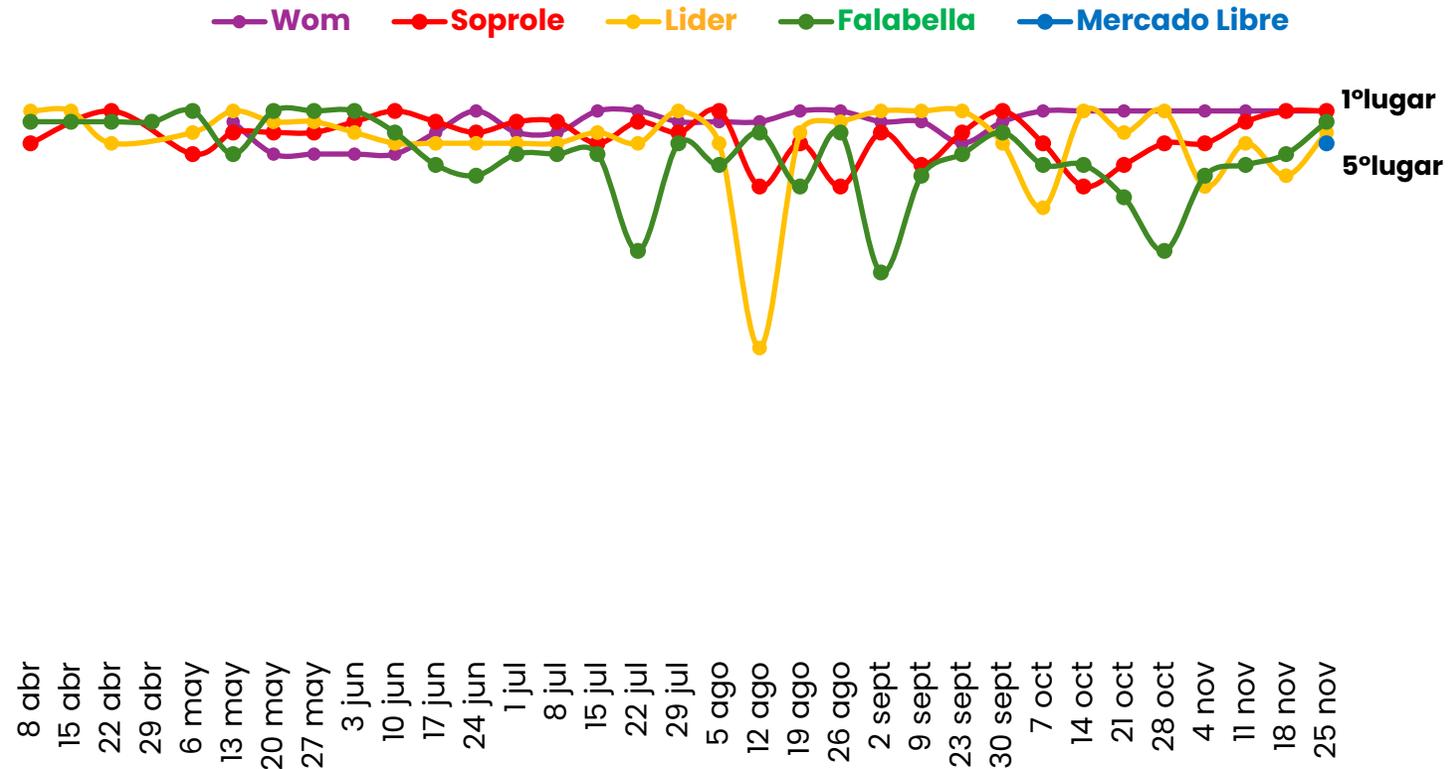
## PUBLICIDAD MEMORABLE: TOP 5

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



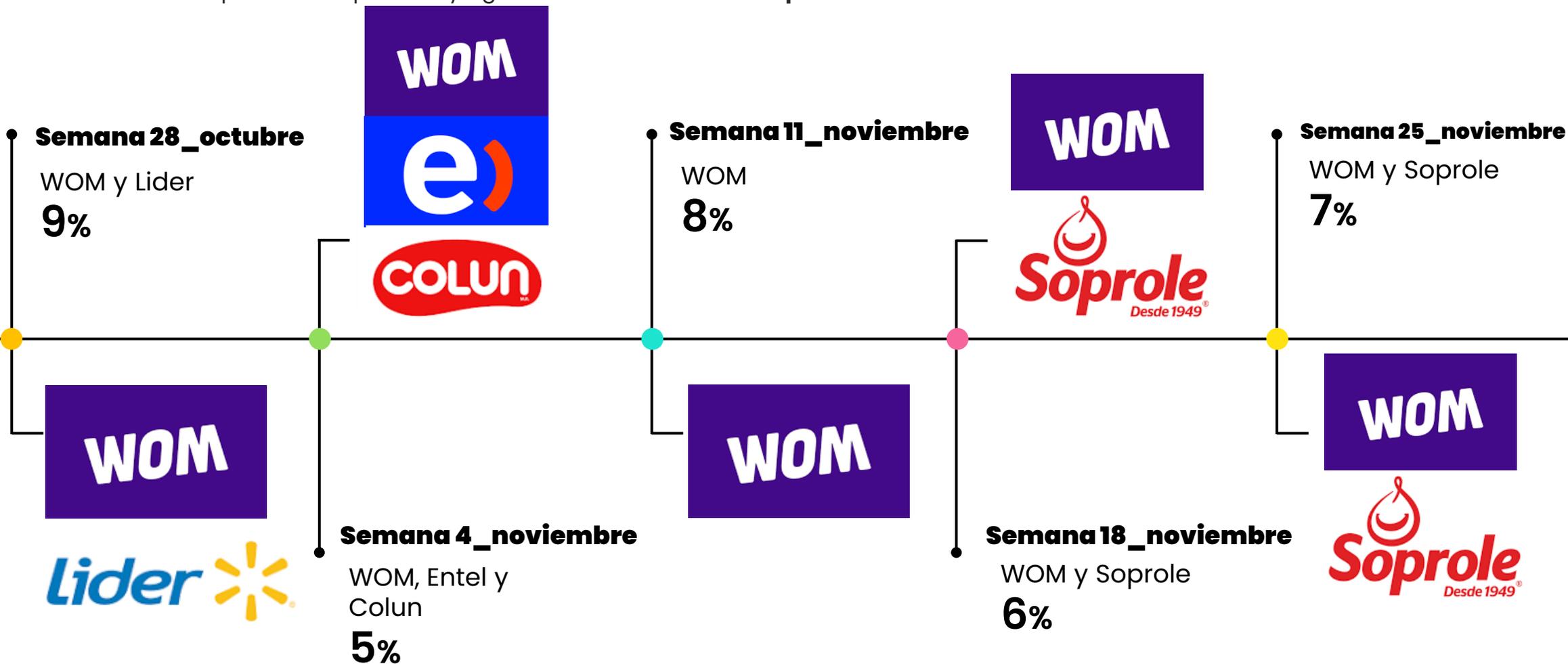
Casos: 700

## Evolución en ranking de posición Marcas Top 5



**EVOLUTIVO: PUBLICIDAD MEMORABLE**

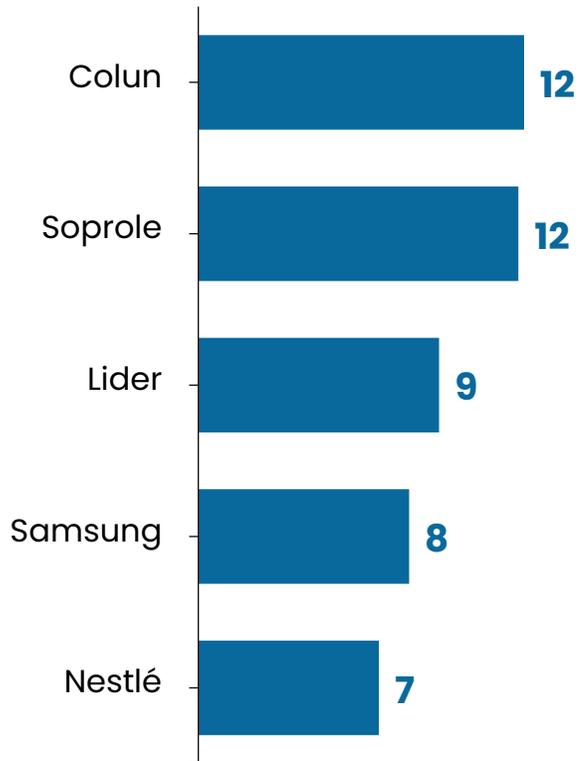
¿De qué marcas has visto publicidad que te haya gustado esta semana? % Espontáneo



Casos: 700

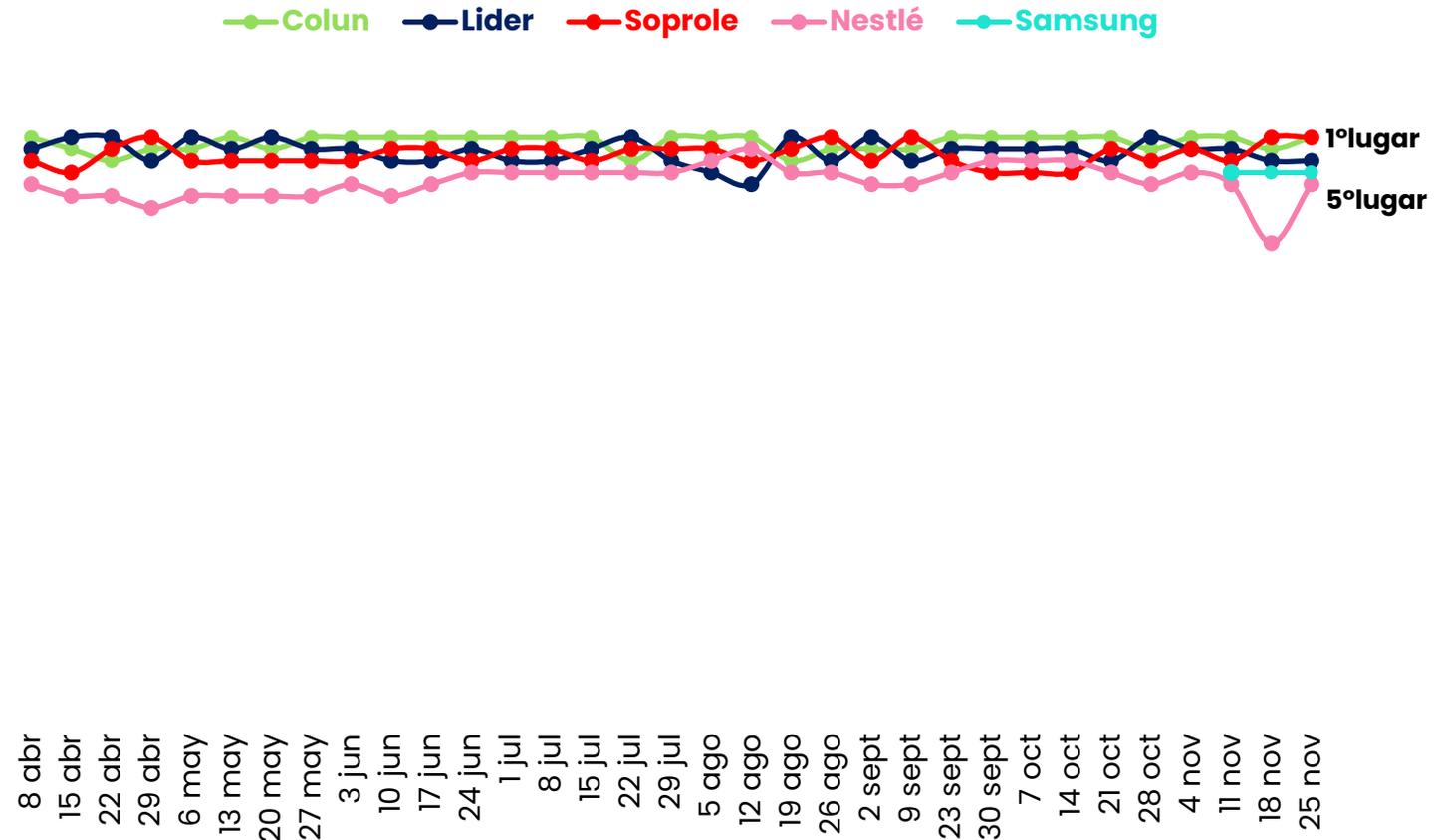
## MARCAS RELEVANTES: TOP 5

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



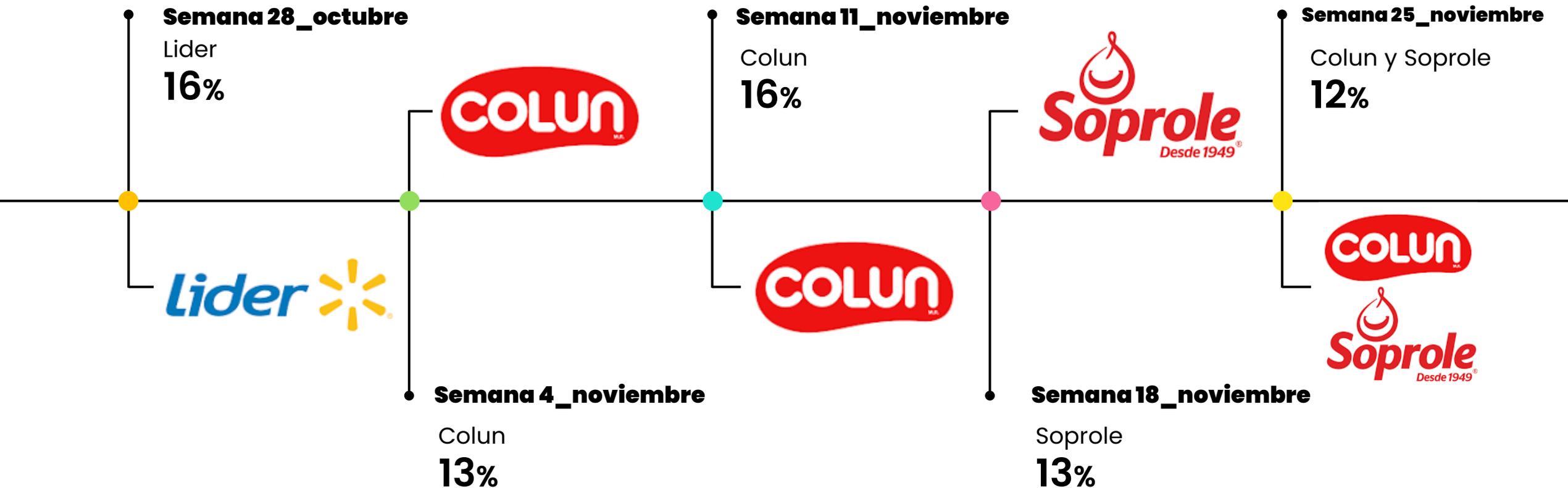
Casos: 700

## 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

# Coyuntura: Mall Chino

05

---

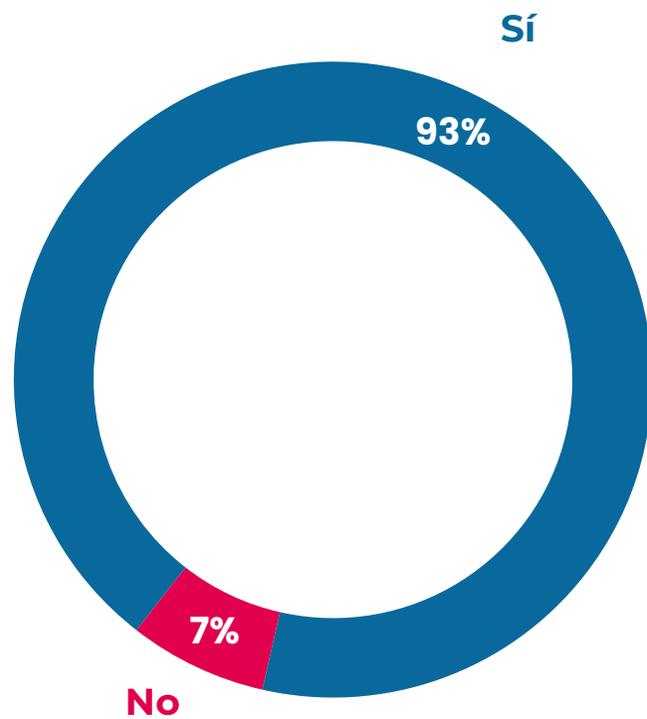


Un **88%** **ha ido** a un mall Chino y un **77%**  
**va habitualmente**

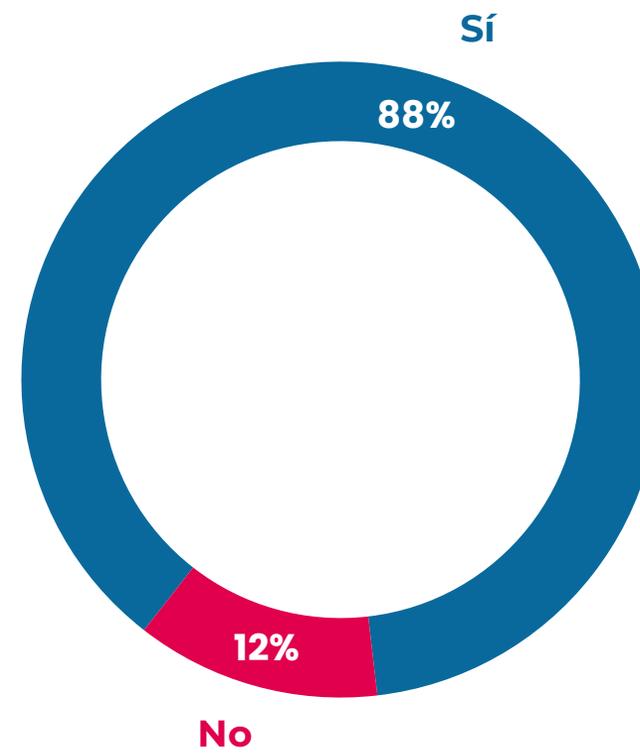
- Un 78% dice comprar cosas útiles y que necesita en el Mall Chino, mientras un 22% dice compra cosas entretenidas y novedosas, pero que realmente no las necesita.
- Lo más comprado son los artículos para el hogar y decoración (48%).
- La variedad de productos es el atributo más destacado de los malls chinos (57%), mientras que la calidad de estos es el atributo que genera menos consenso (6%).

## CONOCIMIENTO MALL CHINO

¿Conoces o has escuchado hablar de los malls chinos? %

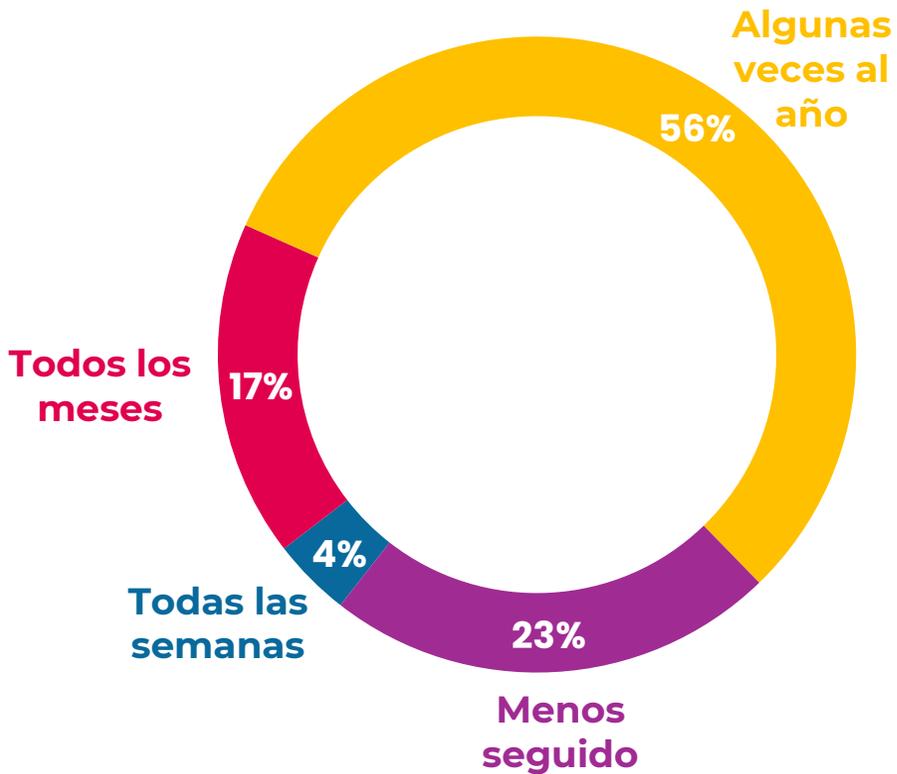


Alguna vez, ¿has ido a un mall chino? %



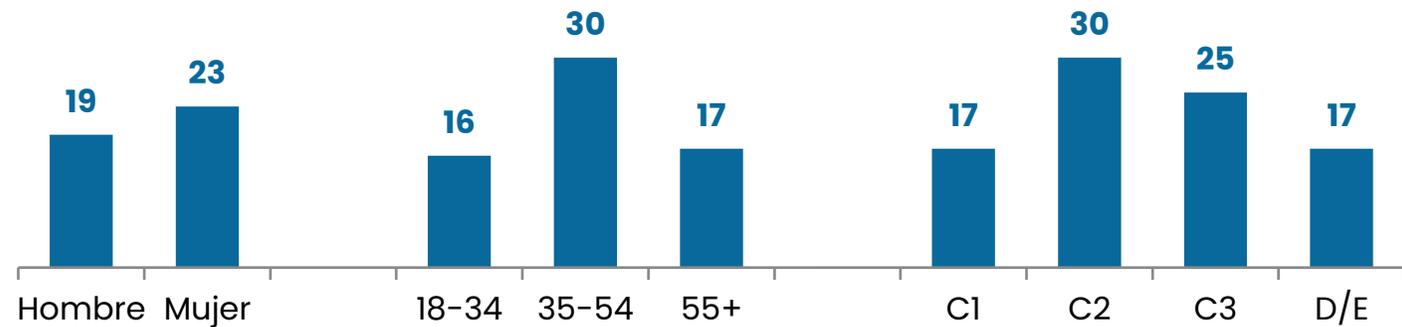
## FRECUENCIA DE VISITA A MALL CHINO

¿Qué tan seguido vas al mall chino? %



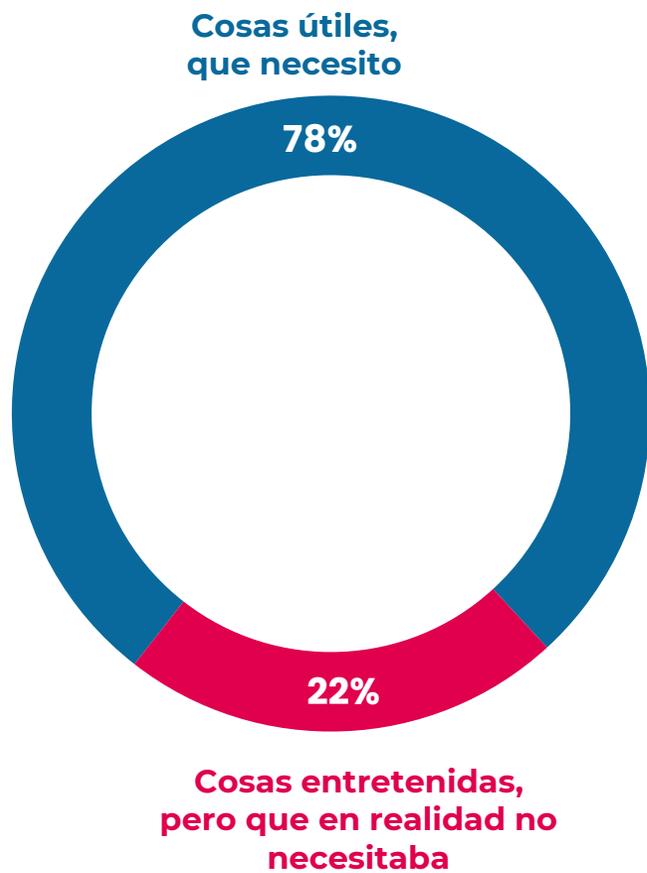
Casos: 700

■ Todas las semanas + Todos los meses



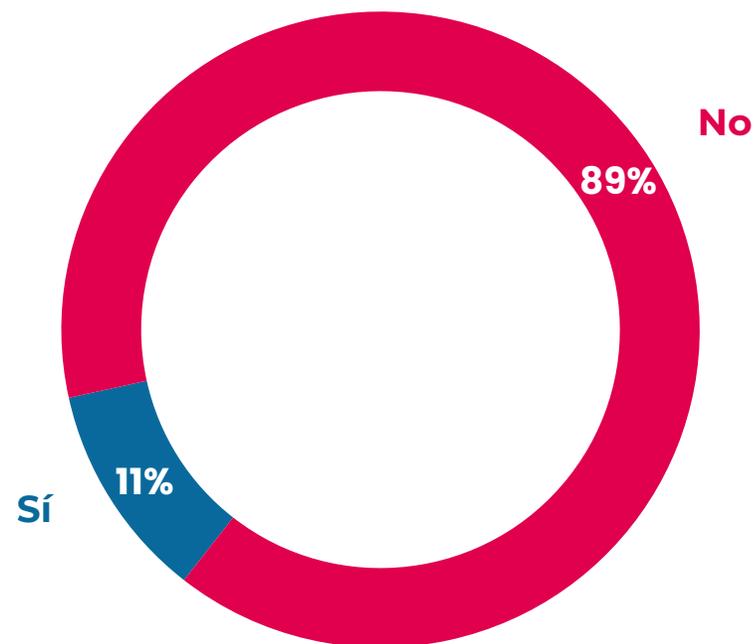
## TIPO DE COMPRA EN MALL CHINO

Pensando en tus últimas compras en el mall chino, ¿dirías que compras cosas útiles, que necesitas, o más bien compras cosas entretenidas o novedosas pero que en realidad no necesitas? %



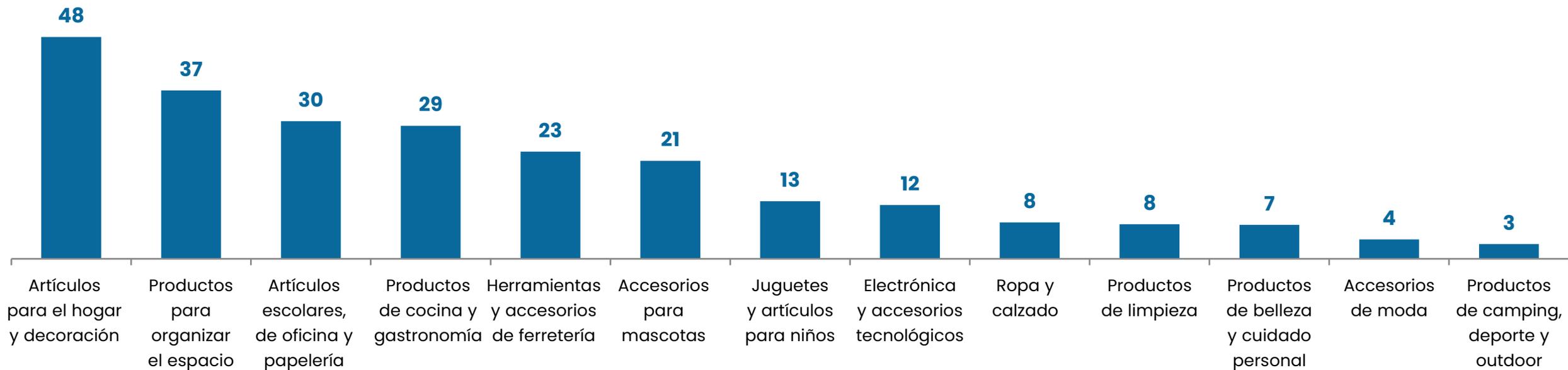
Casos: 700

¿Piensas comprar tus regalos de navidad en el mall chino? %



## PRODUCTOS QUE COMPRA EN EL MALL CHINO

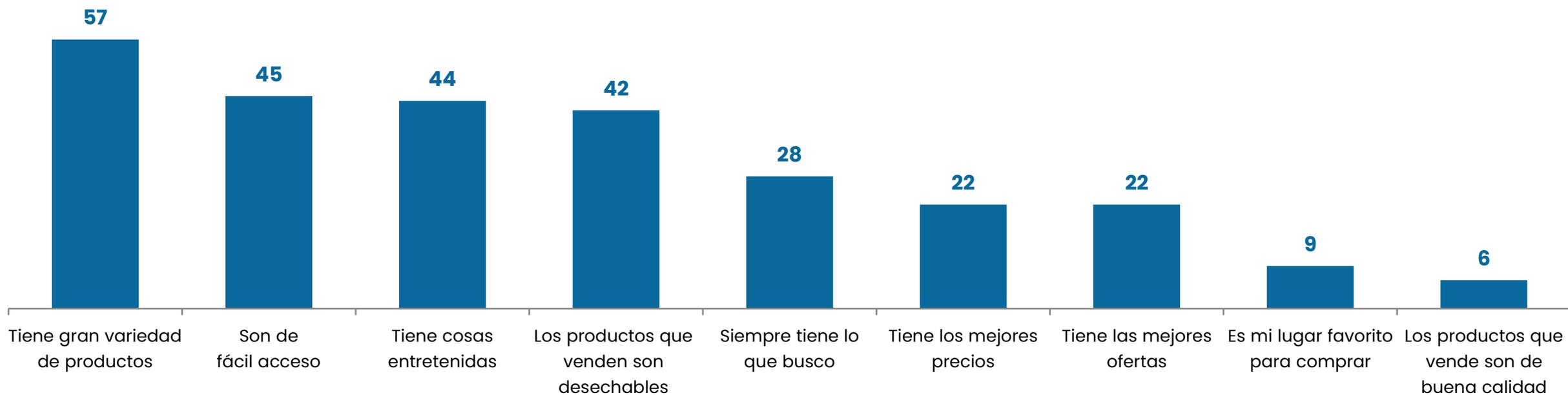
Cuando compras en el mall chino, ¿qué cosas compras? % Múltiple



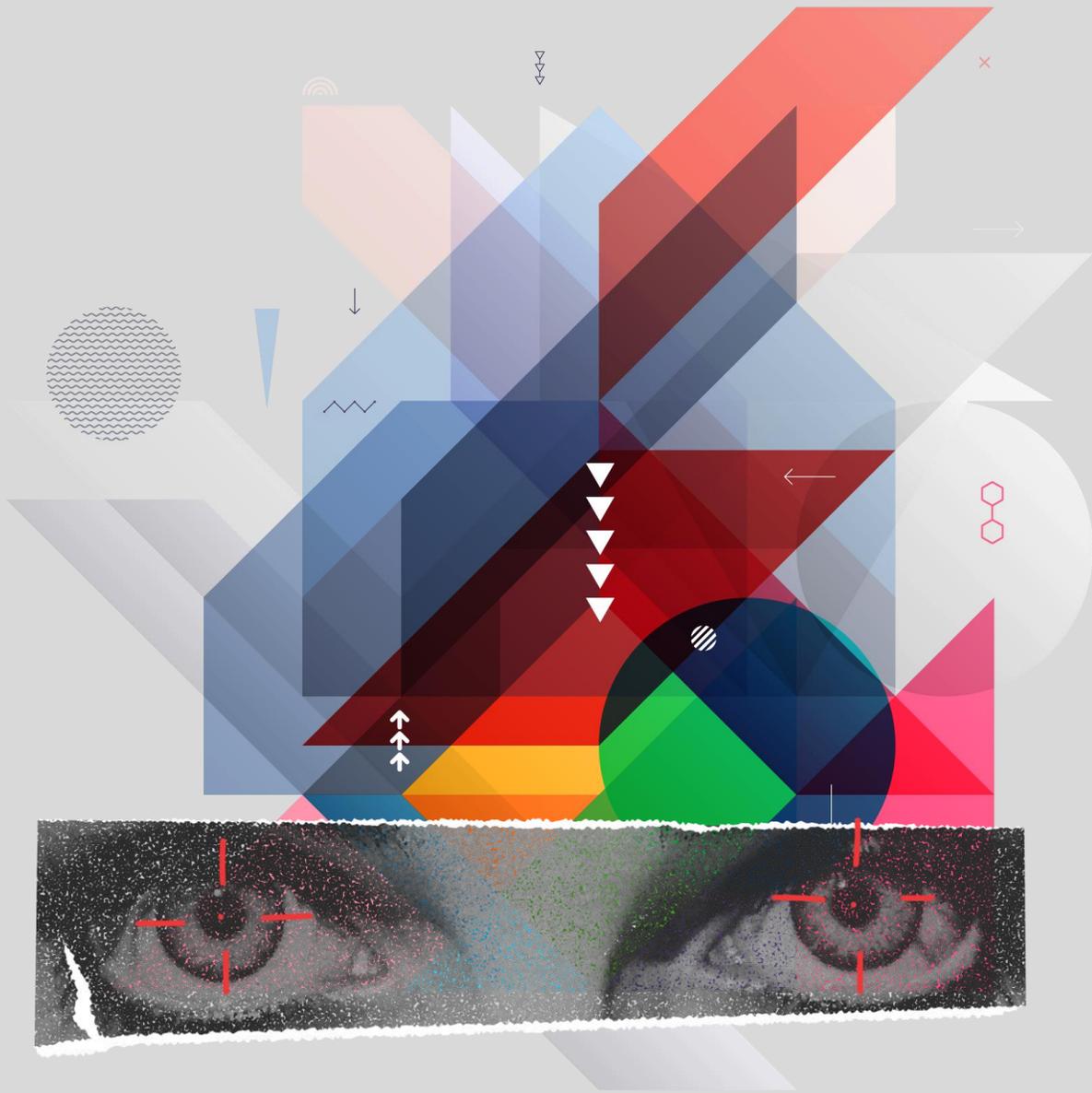
Casos: 700

## ATRIBUTOS DE LOS MALLS CHINOS

En una escala de 1 a 7, donde 1 es "Para nada de acuerdo" y 7 es "Muy de acuerdo", ¿qué tan de acuerdo estás con las siguientes frases sobre los malls chinos? % **Notas 6 y 7**



Casos: 700



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

[www.cadem.cl](http://www.cadem.cl)