

Estudio

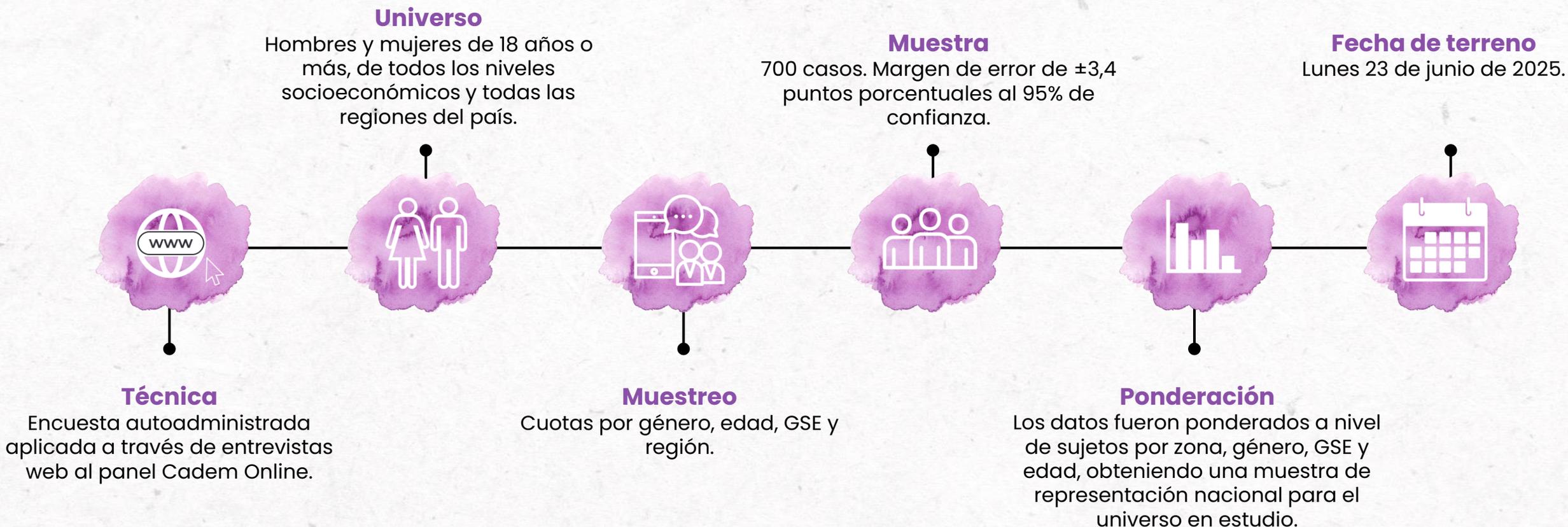
5



CADEM



Metodología



5 Claves de la semana

- El **tema de la semana fue el bombardeo a EE.UU a instalaciones nucleares de Irán**, con un **70%** de las menciones.
- **El Caleuche** fue elegido como el **mito chileno favorito**, seguido de **El Trauco, La Llorona y el Chupacabras**.
- Un **53% de las personas sabe que junio es el Mes del Orgullo LGBTQ+**, lo que representa un aumento respecto al 43% registrado en 2024. El **44% afirma conocer bien el significado de esta conmemoración**, mientras que un 32% declara haberlo escuchado, aunque no sabe exactamente de qué se trata.
- **Un 54% está de acuerdo con que los influencers apoyen a la comunidad LGBTQ+**. La marca más asociada a esta comunidad es WOM, con un 13% de menciones.
- **Lider es la marca más relevante para los chilenos (11%)** seguida de Colun y Soprole ambas con un 10% de menciones. La **publicidad de WOM sigue liderando como la más memorables a nivel espontáneo (13%)**.

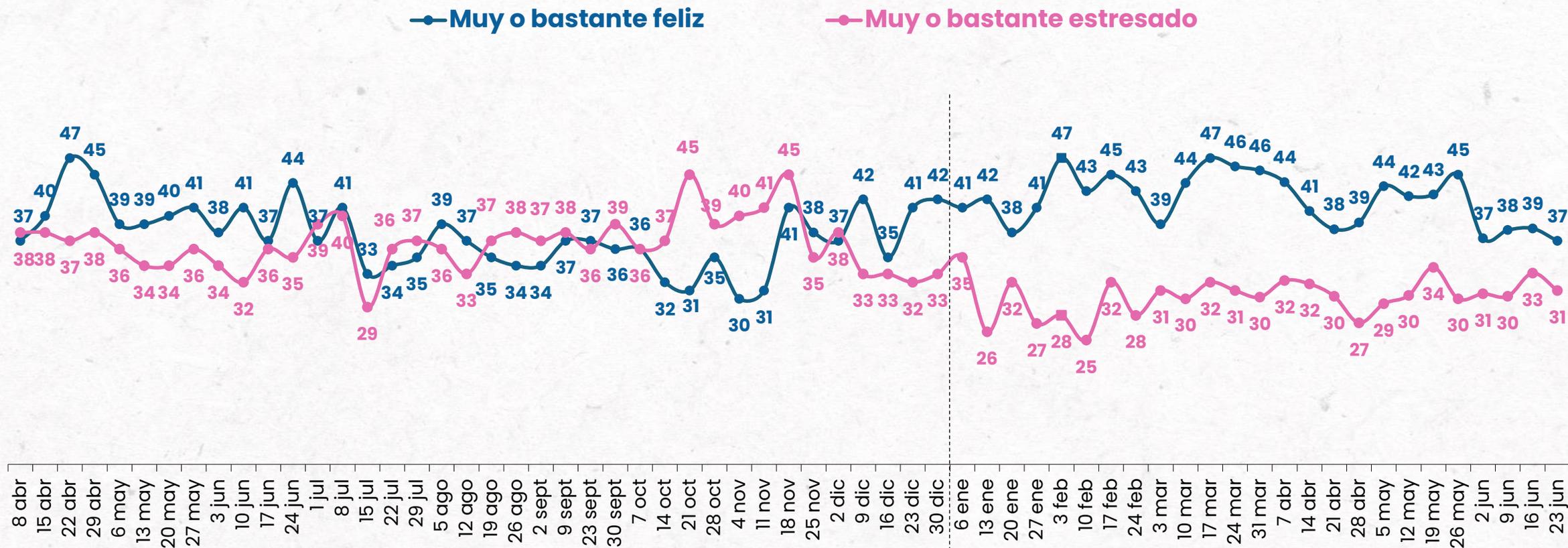


01.

Conexión

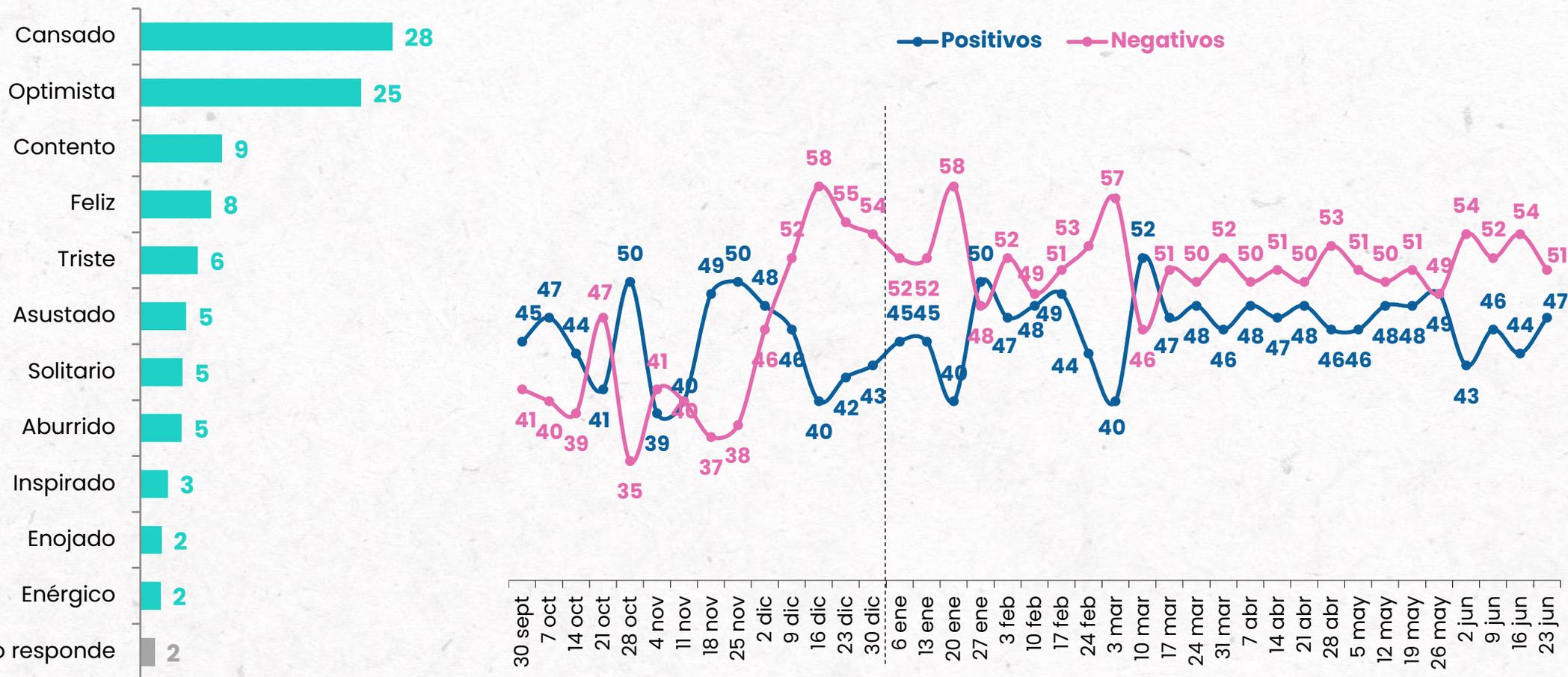
ESTADO DE ÁNIMO DE LOS CHILENOS

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



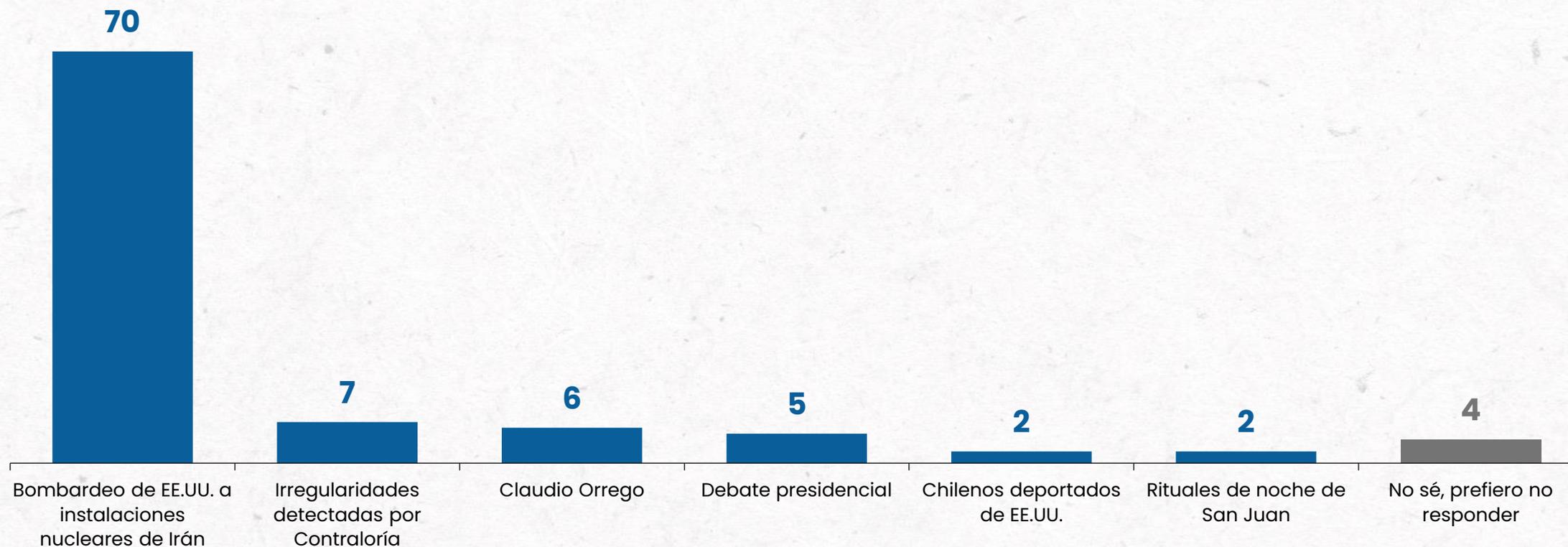
SENTIMIENTO PREDOMINANTE

En términos generales, ¿cuál de las siguientes opciones describe mejor tu estado de ánimo y/o cómo te sentiste durante la semana pasada? %



PERSONAJE/TEMA DE LA SEMANA

Del siguiente listado de personajes o temas, ¿quién dirías que fue el personaje o tema de la semana?
%

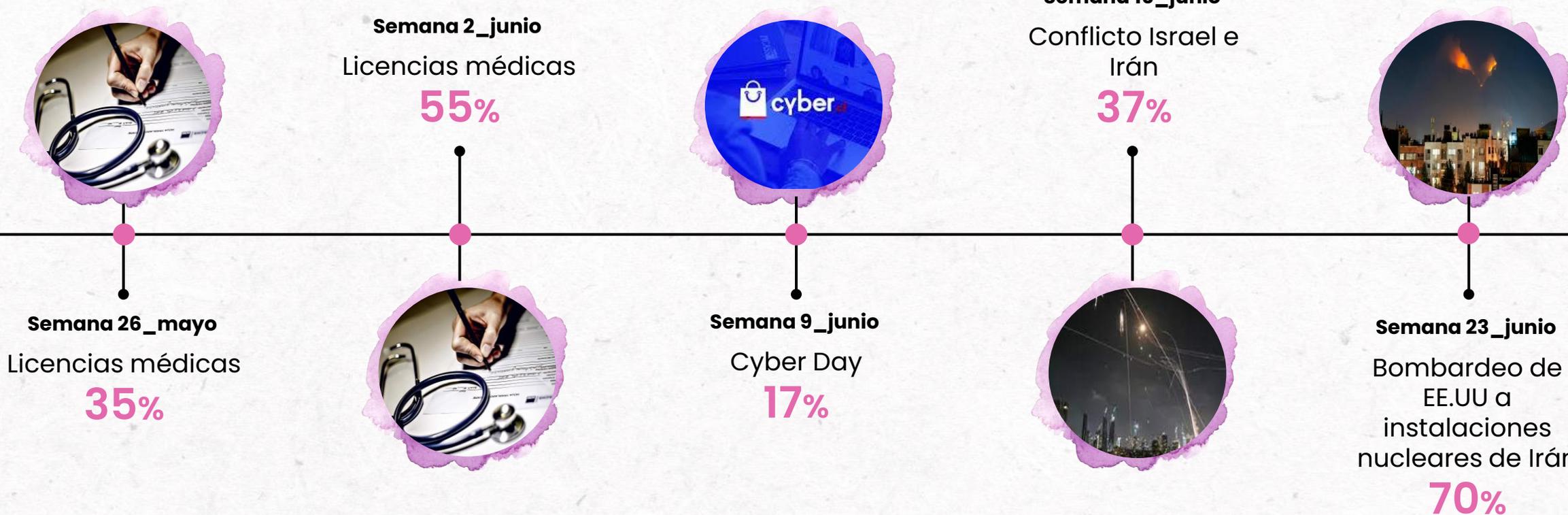


Casos: 700

*Menciones sobre 2%

PERSONAJE/TEMA DE LA SEMANA

Del siguiente listado de personajes o temas, ¿quién dirías que fue el personaje o tema de la semana?
%



RANKING DE LA SEMANA: MITO CHILENO FAVORITO

Del siguiente listado, ¿Cuál dirías que es tu mito chileno favorito?
%



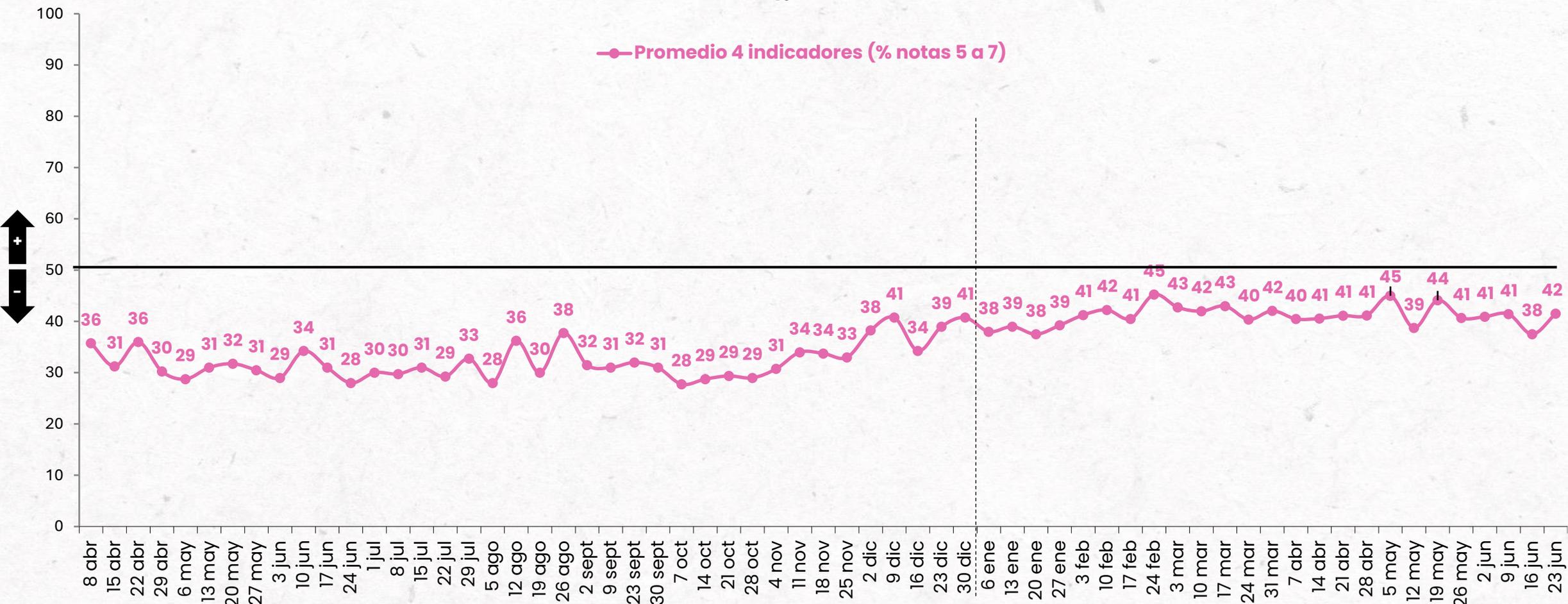


02.

Consumo

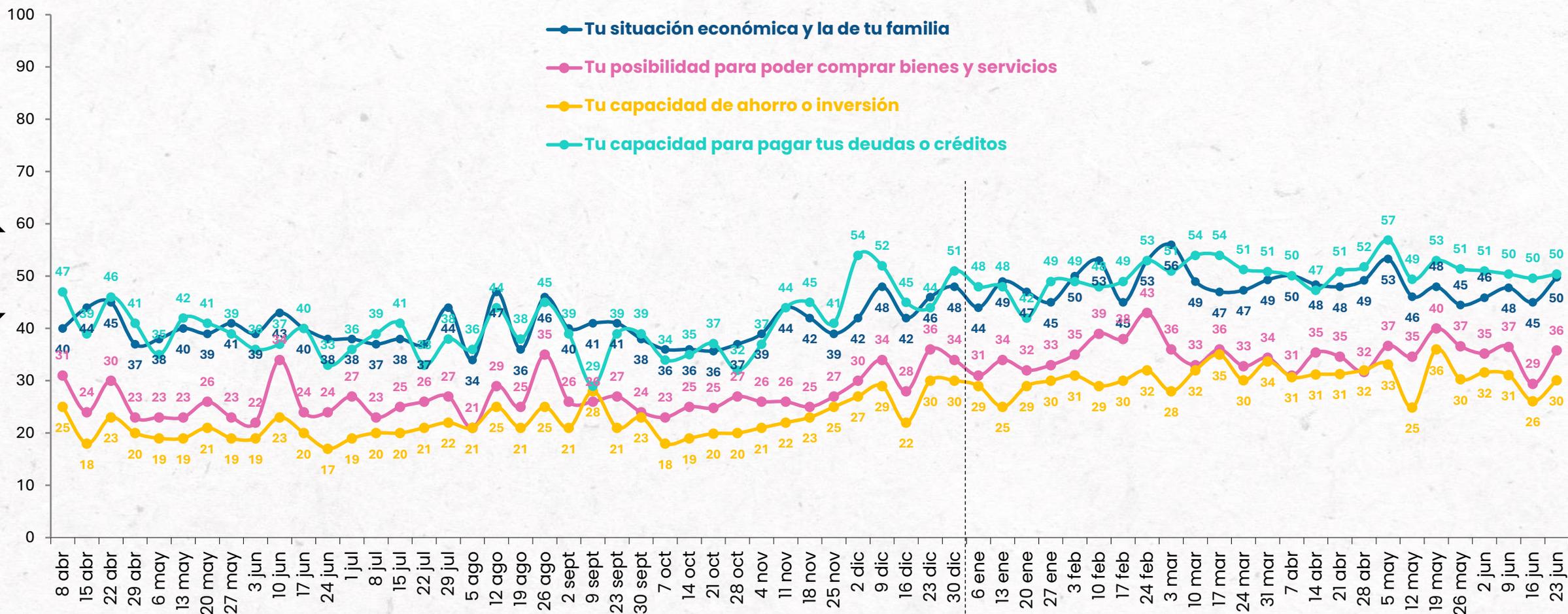
EVALUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL

En una escala de 1 a 7, ¿cómo calificarías la situación...?
**Económica y la de tu familia; Tu posibilidad para poder comprar bienes y servicios;
 Tu capacidad de ahorro e inversión; Tu capacidad para pagar tus deudas o créditos**
 %



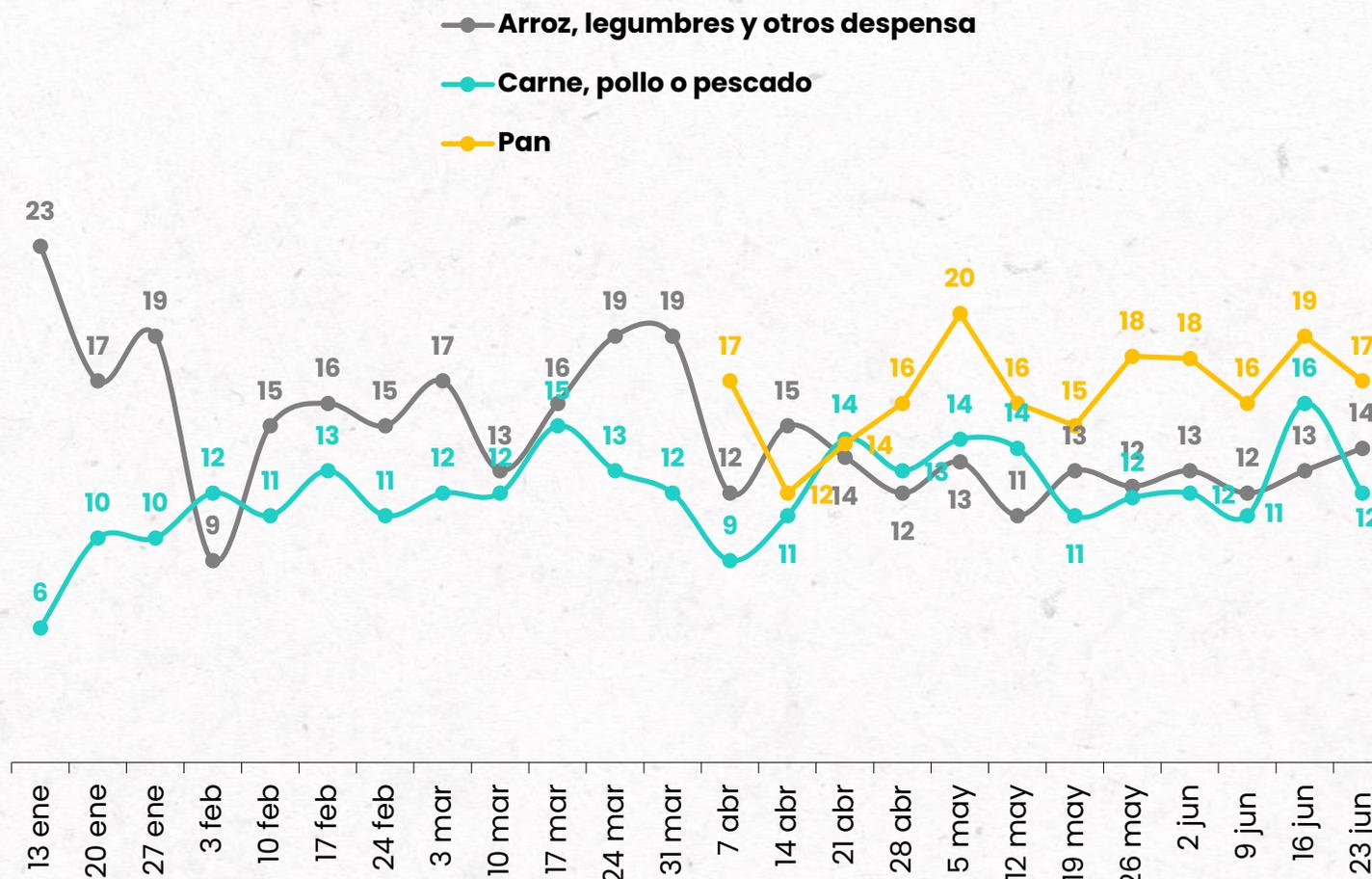
EVALUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL

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



ÚLTIMA COMPRA

¿Qué fue lo último que compraste esta semana?
%



Casos: 700

*Semana 7 abr se incluye pan y café entre alternativas

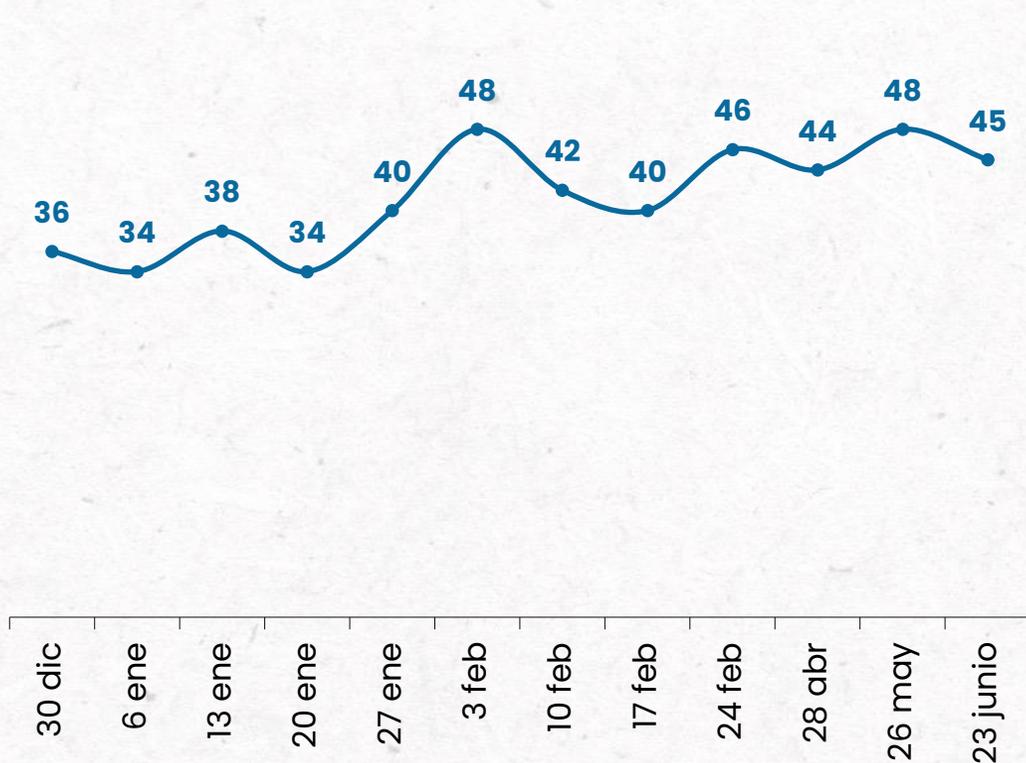


03.

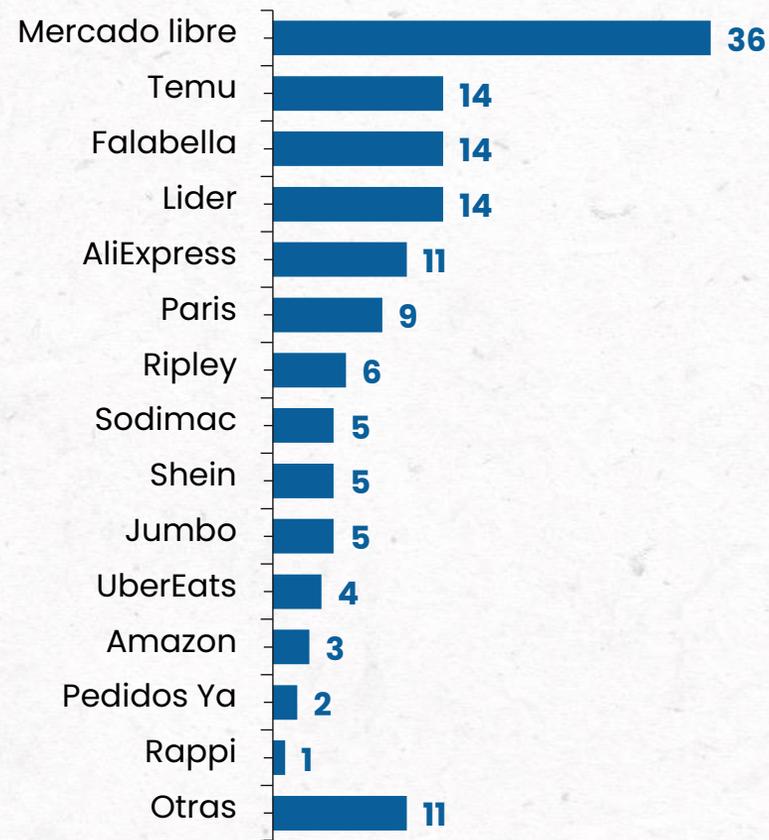
Clientes

COMPRA ONLINE

En los últimos 7 días, ¿compraste algo de manera online...? – **Sí %**



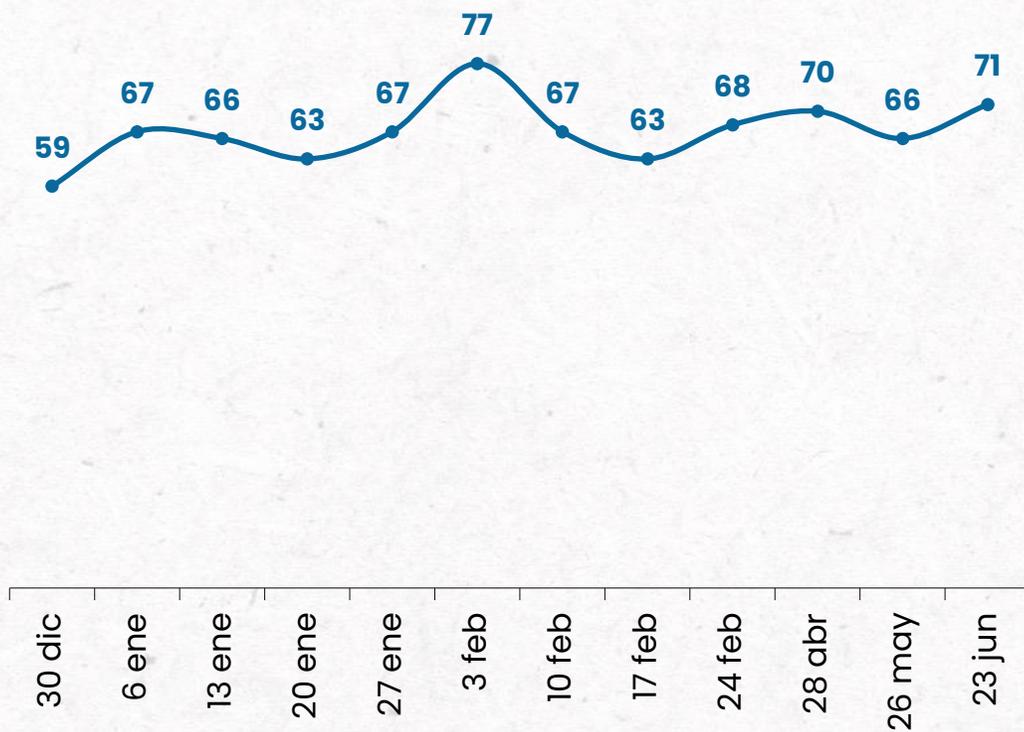
23 de junio
¿A través de qué plataforma?
%



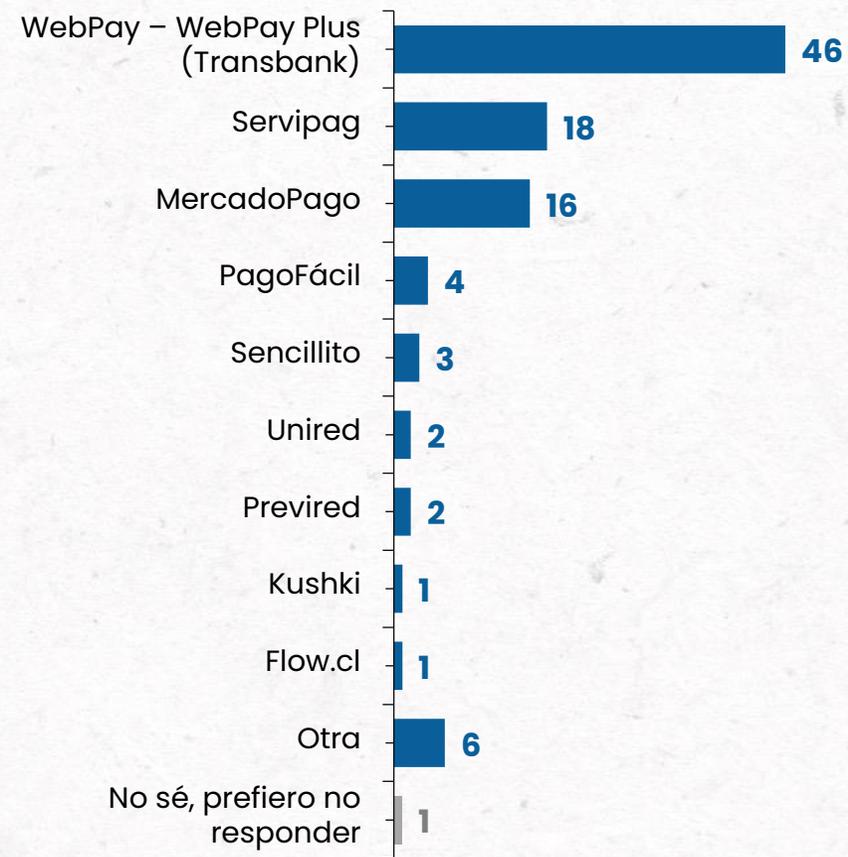
Casos: quienes compraron algo de manera online

PAGO ONLINE

En los últimos 7 días, ¿pagaste algo de manera online...? – **Sí %**



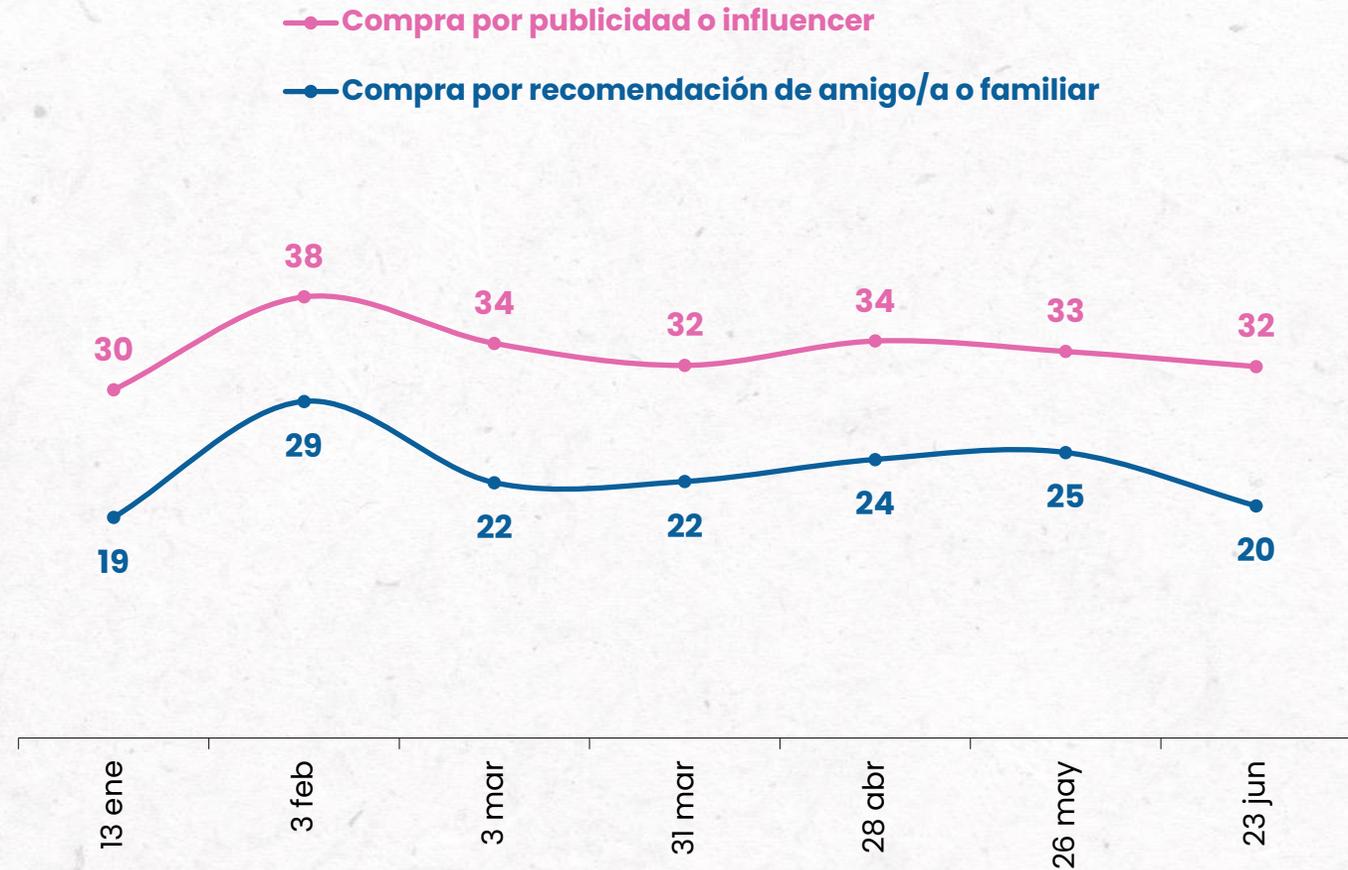
23 de junio
¿A través de qué plataforma?
%



Casos: quienes pagaron algo de manera online

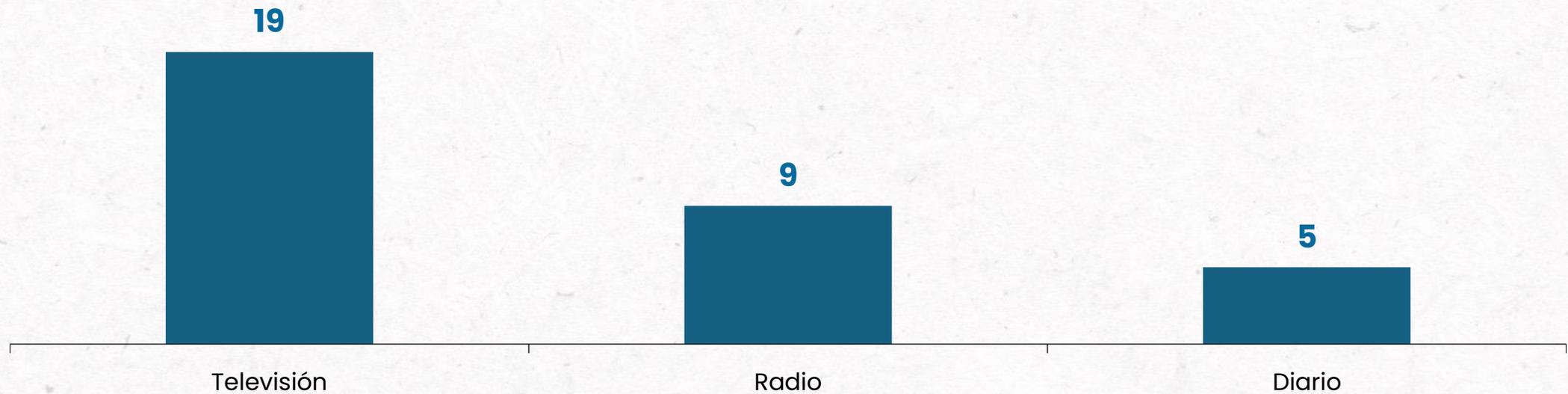
CONSUMO POR RECOMENDACIÓN

Esta semana, ¿compraste o cotizaste algo que viste en publicidad, redes sociales, influencer o noticias?; Y ¿compraste o cotizaste algo por recomendación de algún/a amigo/a, compañero/a de trabajo o familiar?
% Sí



CONSUMO POR PUBLICIDAD POR MEDIO

Esta semana, ¿compraste o cotizaste algo que viste en publicidad en...?
% Sí



A decorative graphic on the left side of the page. It consists of several overlapping, circular watercolor splashes in shades of purple, blue, teal, and pink. The splashes have a soft, painterly texture with some darker spots and bleed-through effects.

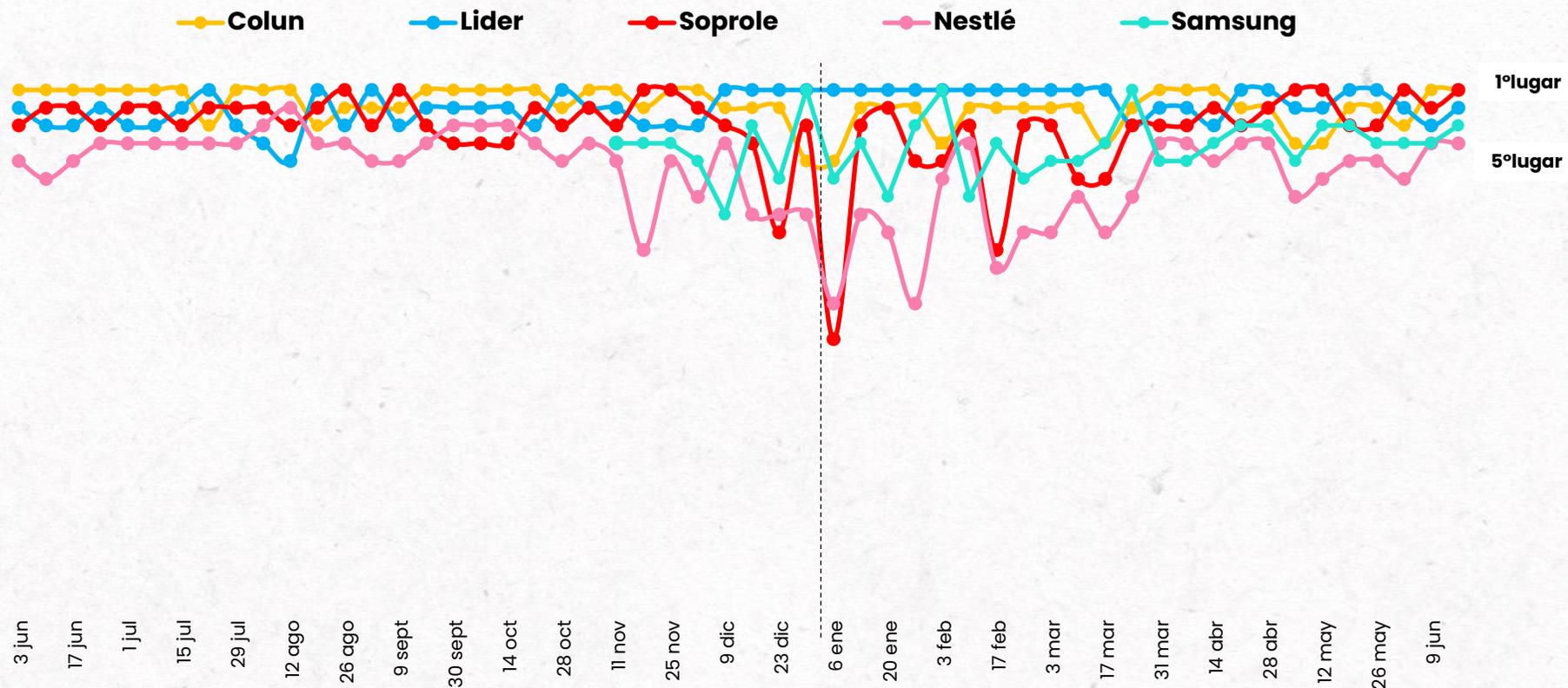
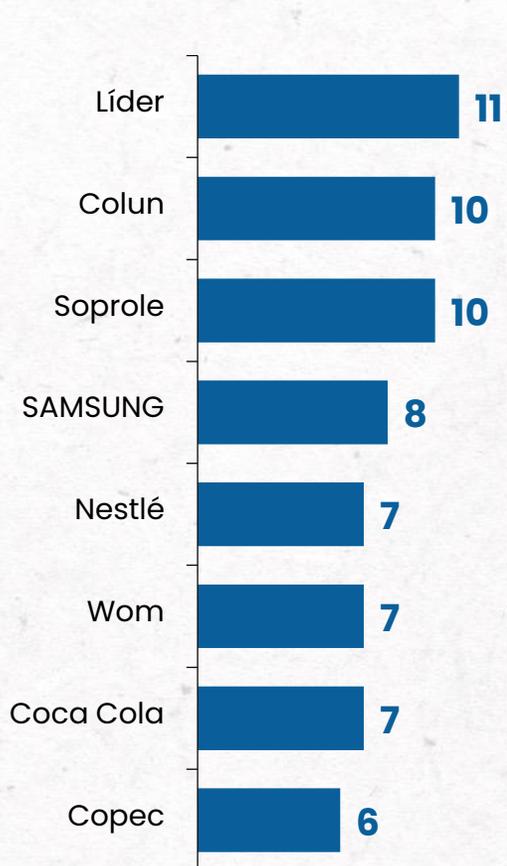
04.

Comunicación

MARCAS RELEVANTES: TOP 5

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

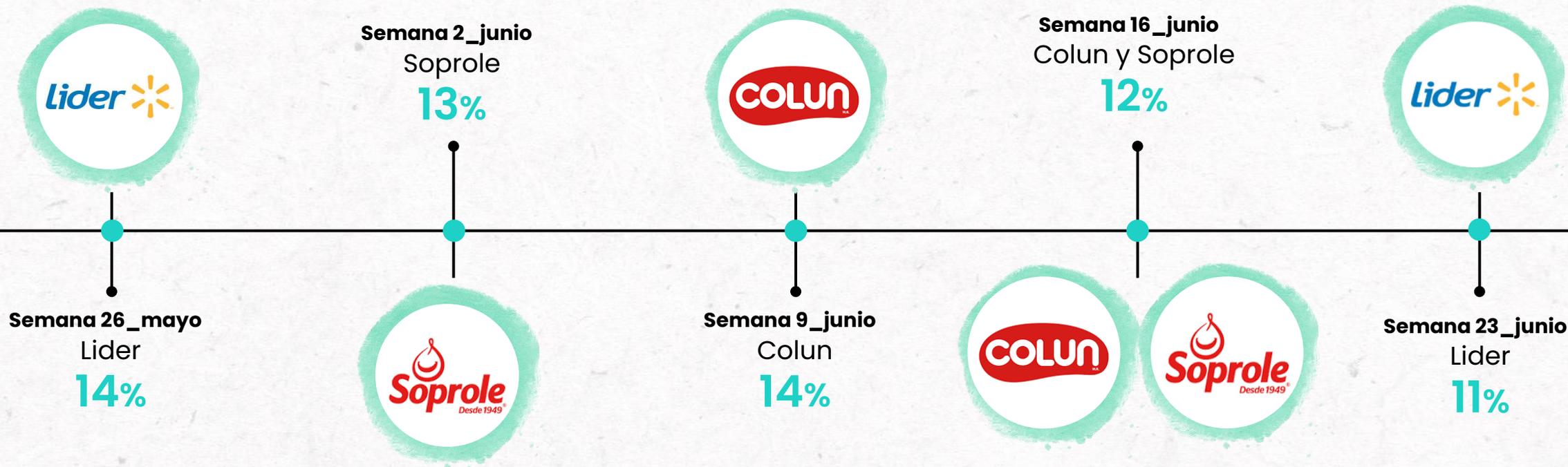
Evolución en ranking de posición
Marcas Top 5



EVOLUTIVO: MARCAS RELEVANTES

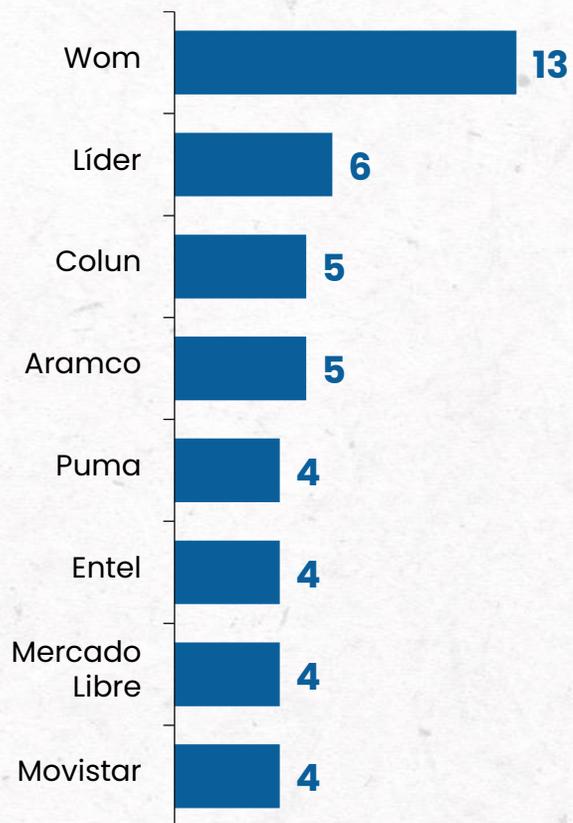
Pensando en las marcas que son relevantes en tu vida, ¿cuál es la primera que viene a tu mente?

% Espontáneo

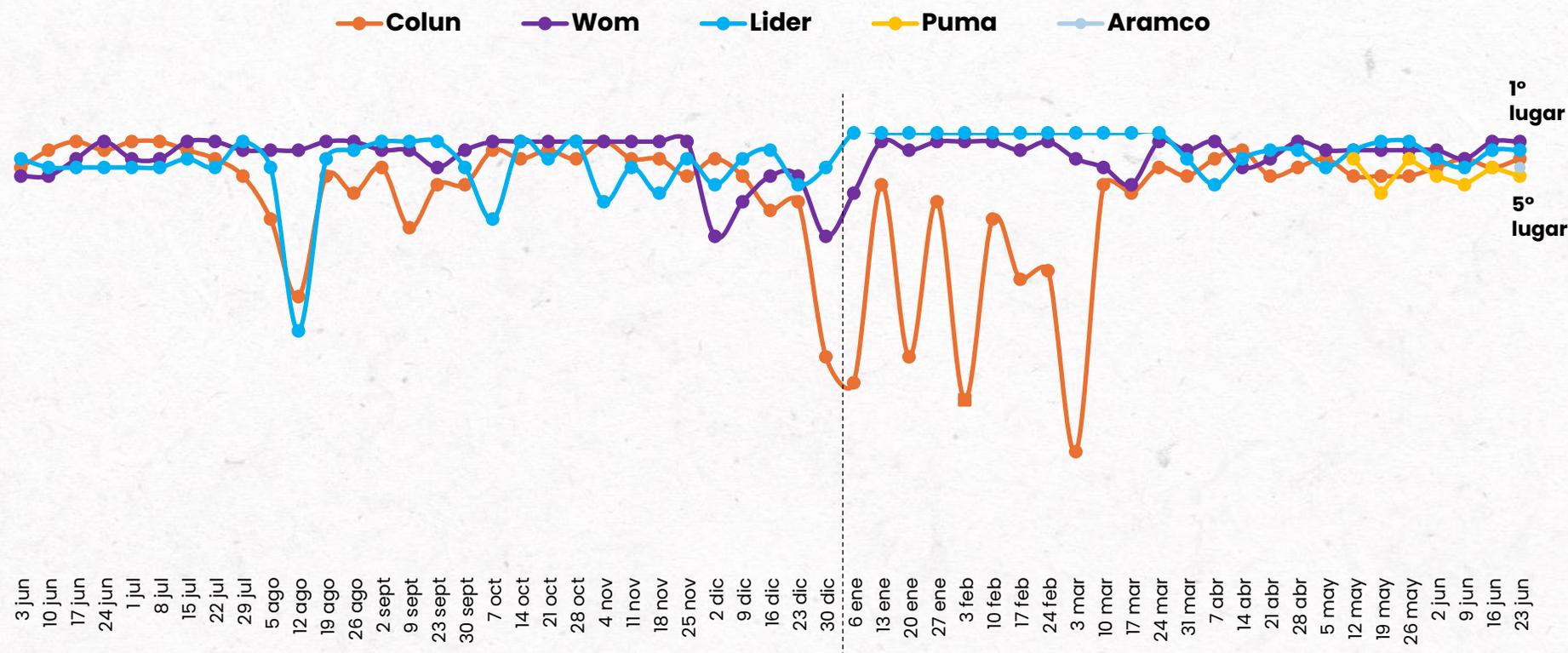


PUBLICIDAD MEMORABLE: TOP 5

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



Evolución en ranking de posición
 Marcas Top 5

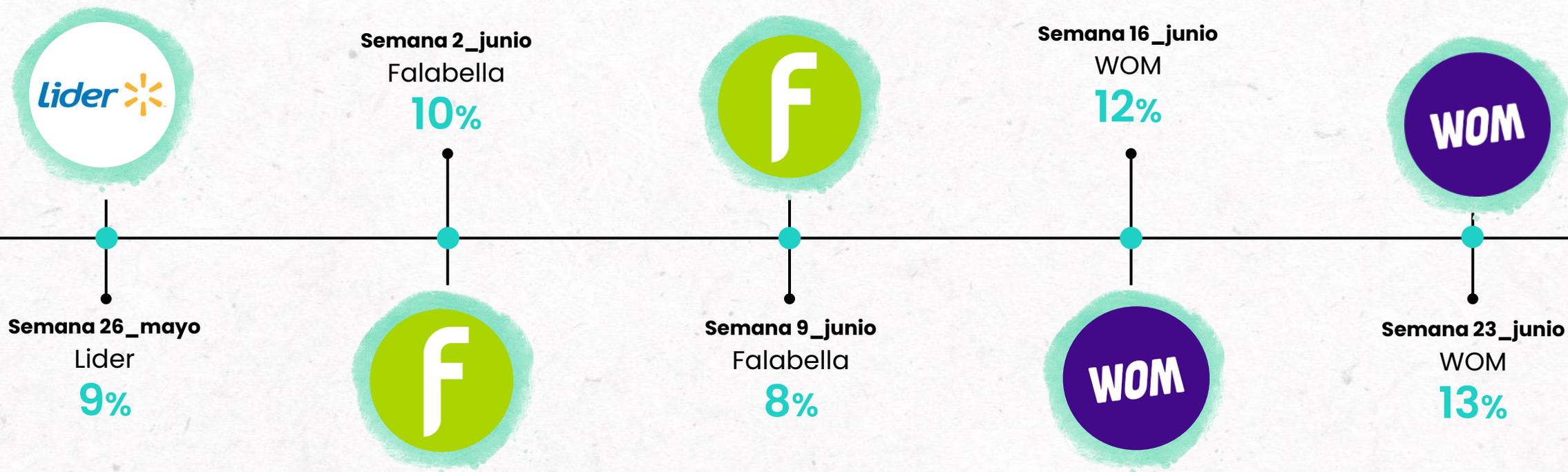


Casos: 700



EVOLUTIVO: PUBLICIDAD MEMORABLE

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

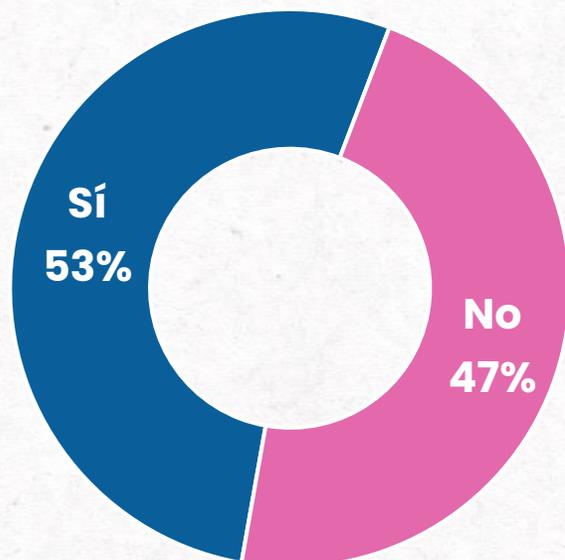




Mes del Orgullo LGBTIQ+

CONOCIMIENTO MES DEL ORGULLO LGBTIQ+

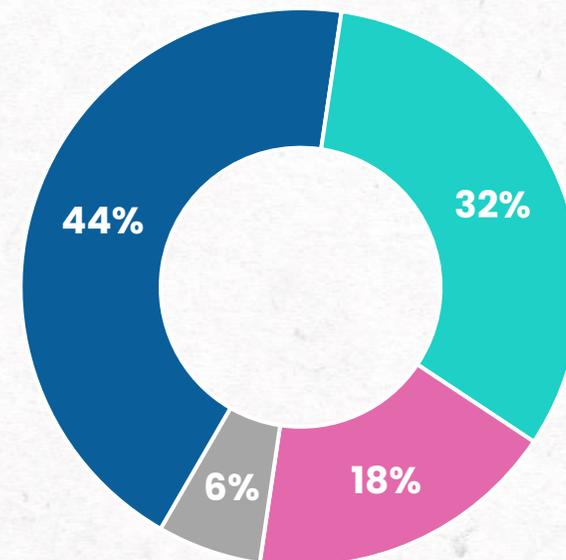
¿Sabías que en junio se celebra el Mes del Orgullo LGBTIQ+?



Junio 2024:
43% sí sabía

Casos: 700

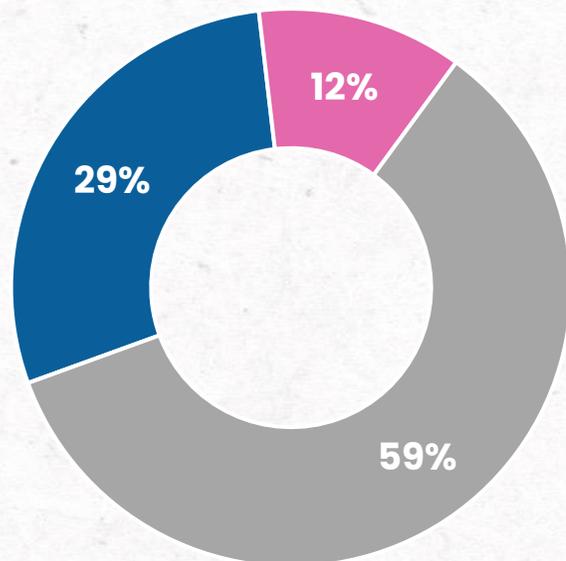
¿Conoces el significado del Mes del Orgullo LGBTIQ+?



- Sí, lo conozco bien.
- Lo he escuchado, pero no sé exactamente de qué se trata.
- No, no lo conozco.
- Prefiero no responder

CONOCIMIENTO Y ASISTENCIA A MARCHA

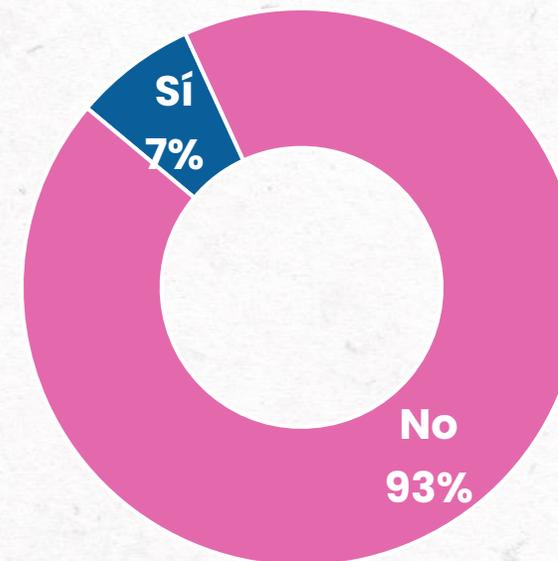
¿Sabes si se realizó o se realizará una Marcha del Orgullo en tu ciudad?



- **Sí, se realizó/ realizará una marcha**
- **No, no se realizó/ realizará una marcha**
- **No sé si se realizó/ realizará una marcha**

Casos: 700

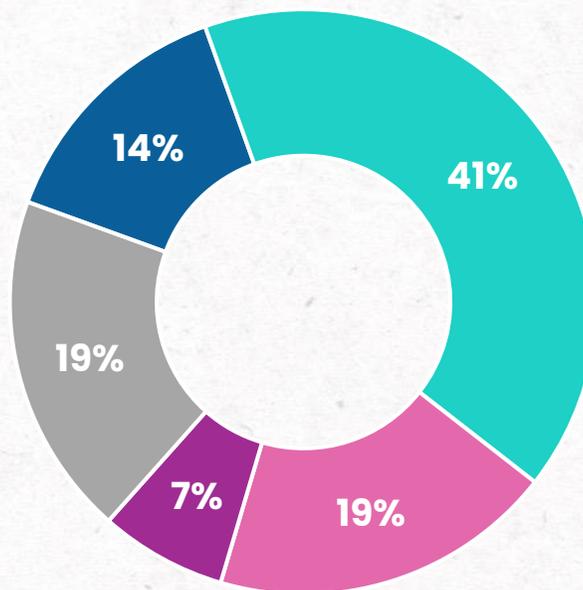
¿Asististe o asistirás a la Marcha del Orgullo?



Casos: quienes saben se realizó/ realizará marcha en su ciudad

RESPECTO DE LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS LGBTIQ+

¿Crees que en Chile se respetan los derechos de las personas LGBTIQ+?

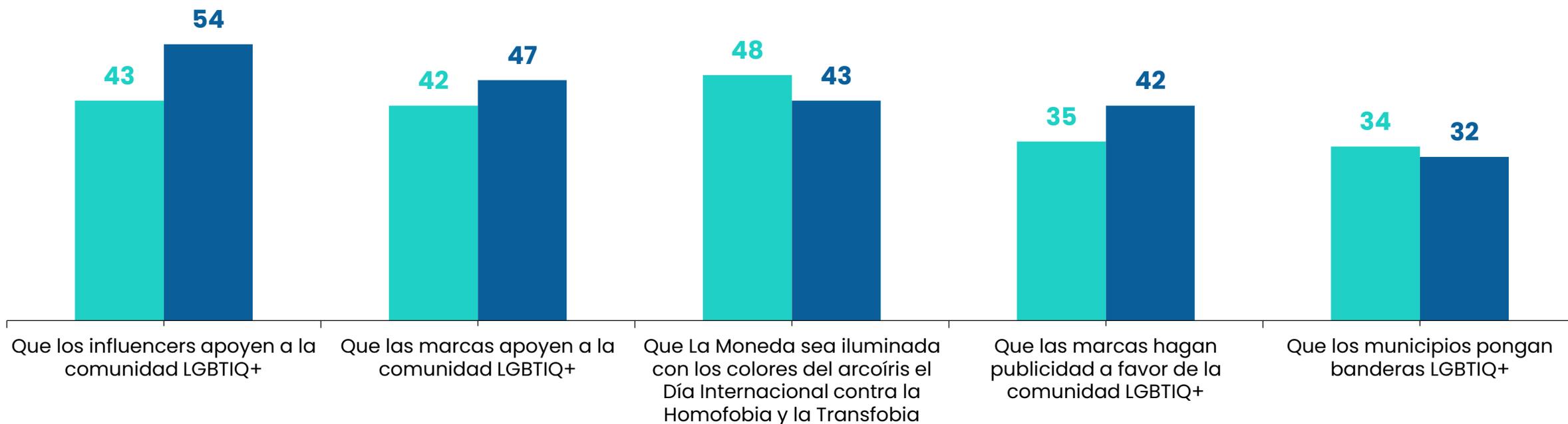


- Sí, se respetan bastante
- Se han hecho avances, pero aún falta
- Muy poco, hay muchas brechas
- No, hay una gran discriminación
- NS/NR

OPINIÓN SOBRE ACCIONES EN EL MES DEL ORGULLO

¿Estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes medidas? – **De acuerdo %**

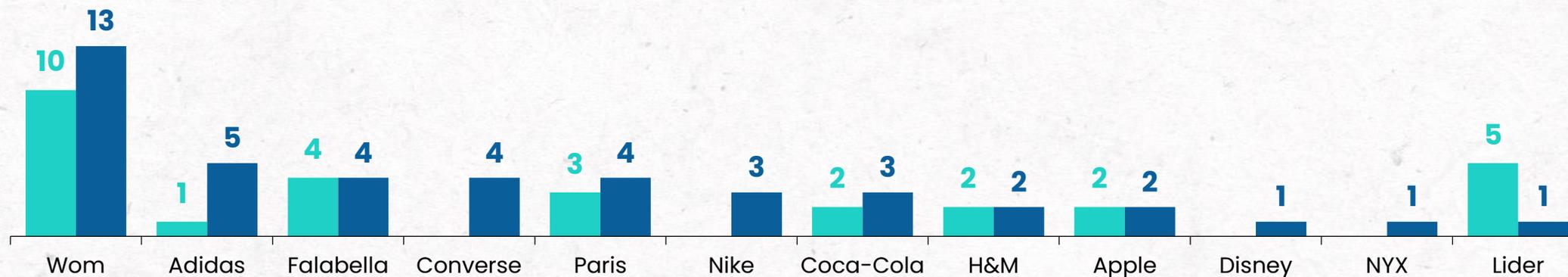
■ Junio 2024 ■ Junio 2025



MARCAS ASOCIADAS AL MOVIMIENTO LGBTIQ+

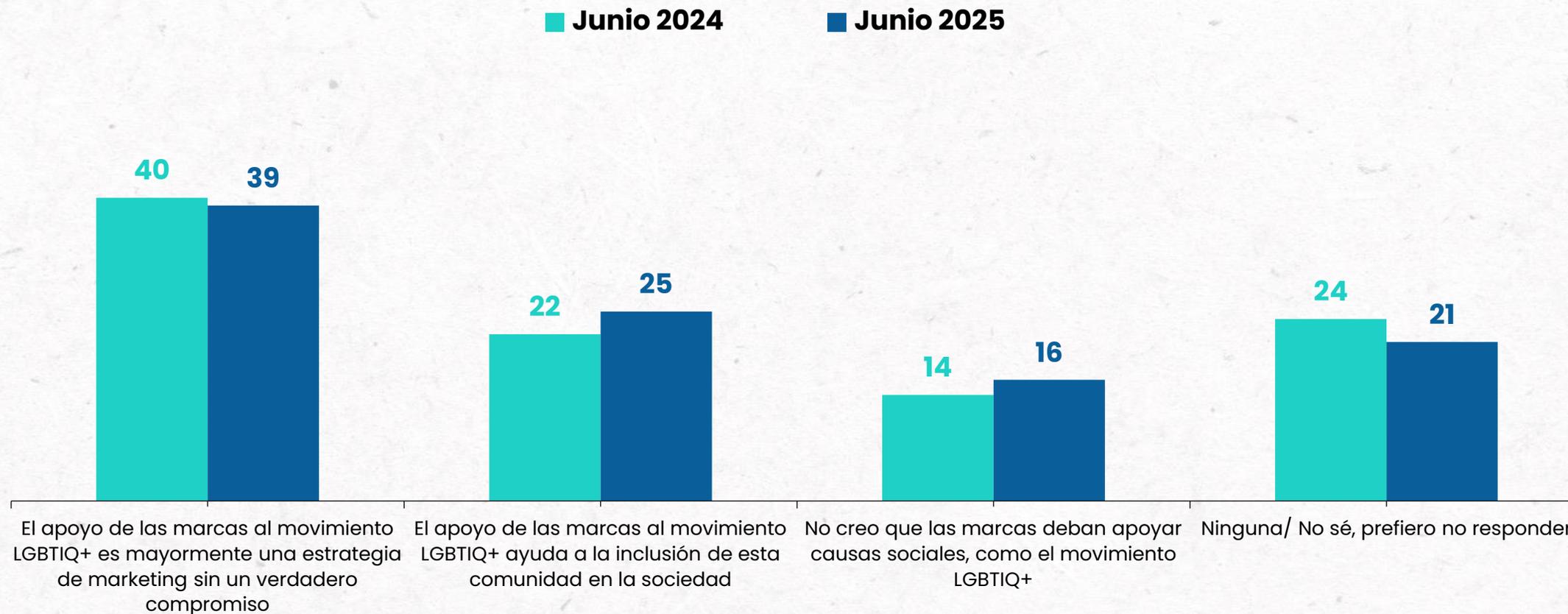
¿Qué marcas asocias o sabes que apoyan el movimiento LGBTIQ+?
%

■ 18 de junio ■ 23 de junio



APOYO DE LAS MARCAS AL MOVIMIENTO LGBTIQ+

¿Cuál de las siguientes frases representa mejor tu opinión sobre el apoyo de las marcas al movimiento LGBTIQ+? %



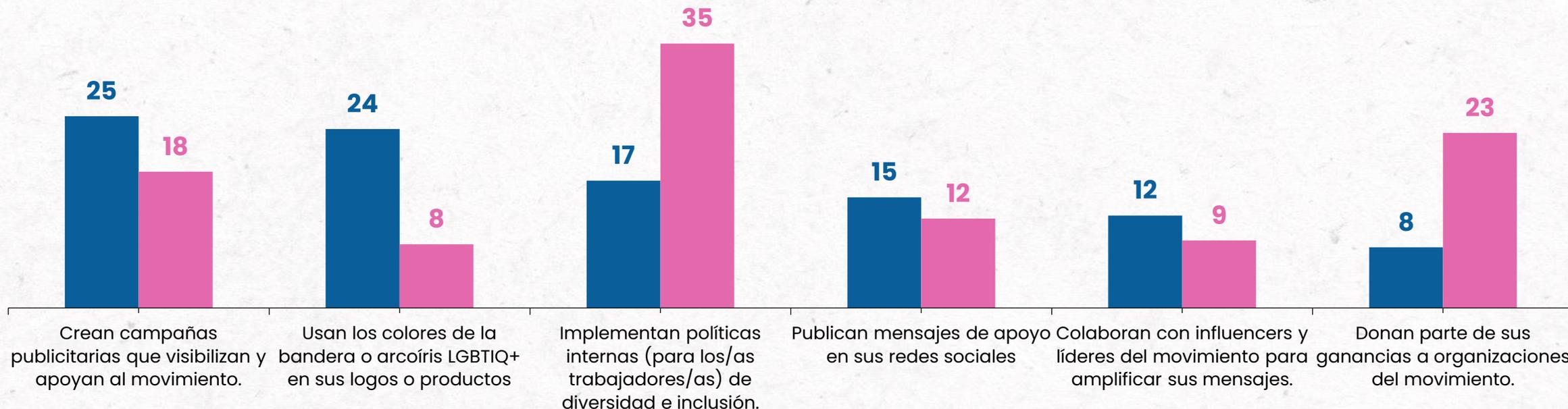
CONOCIMIENTO Y VALORACIÓN DE ACCIONES DE LAS MARCAS PARA APOYAR MOVIMIENTO LGBTIQ+

¿Qué acciones conoces que hacen las marcas para apoyar al movimiento LGBTIQ+?
 ¿Y qué acciones valorarías que hiciera una marca para apoyar al movimiento LGBTIQ+?

Respuesta múltiple. %

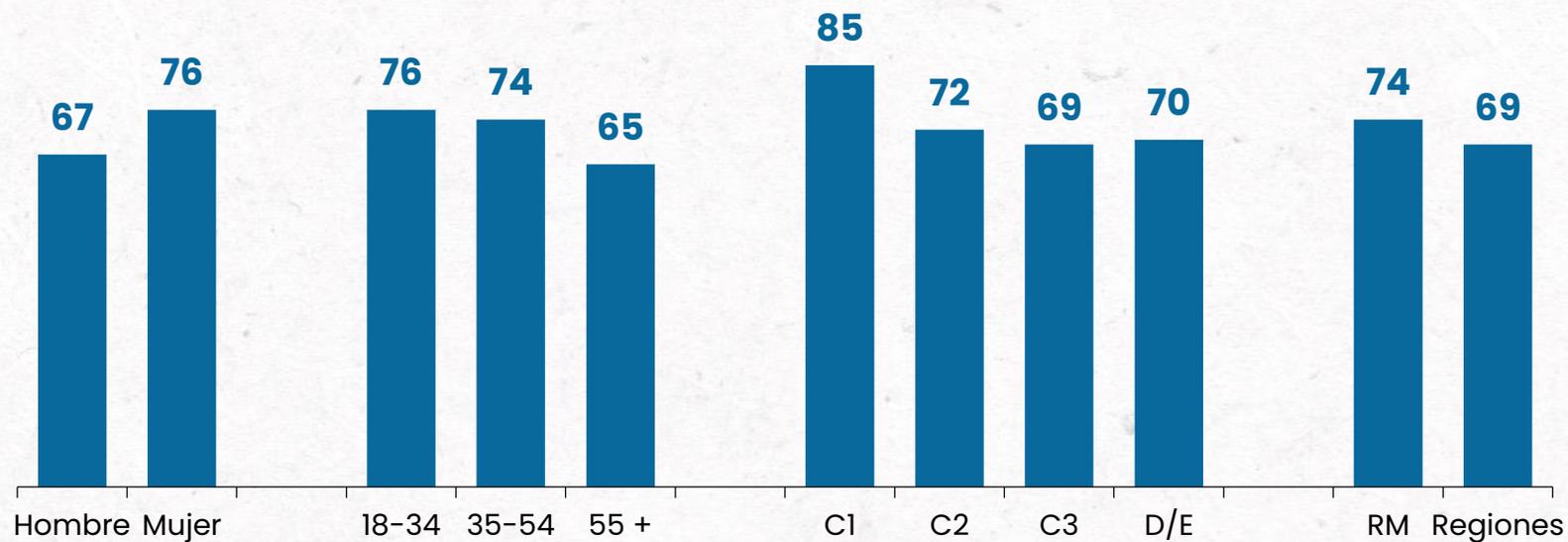
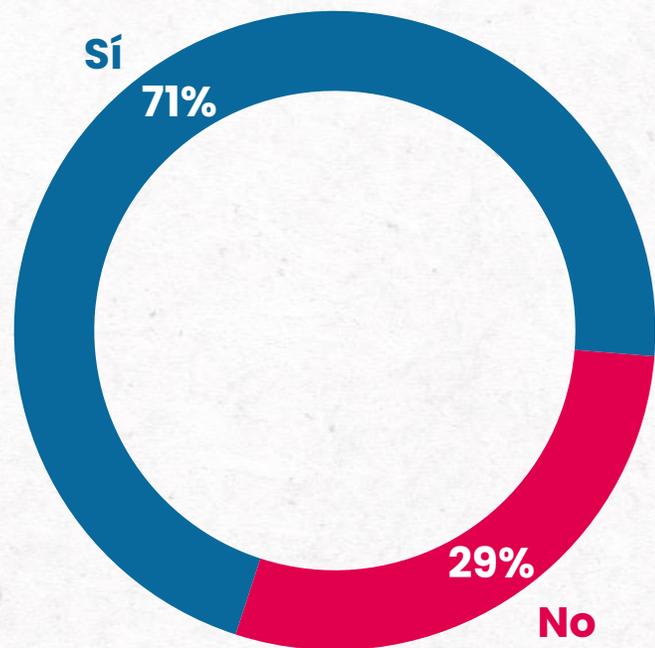
■ Lo que conozco que hacen las marcas

■ Lo que valoraría que hicieran las marcas



AMIGOS/AS GAY/LESBIANAS

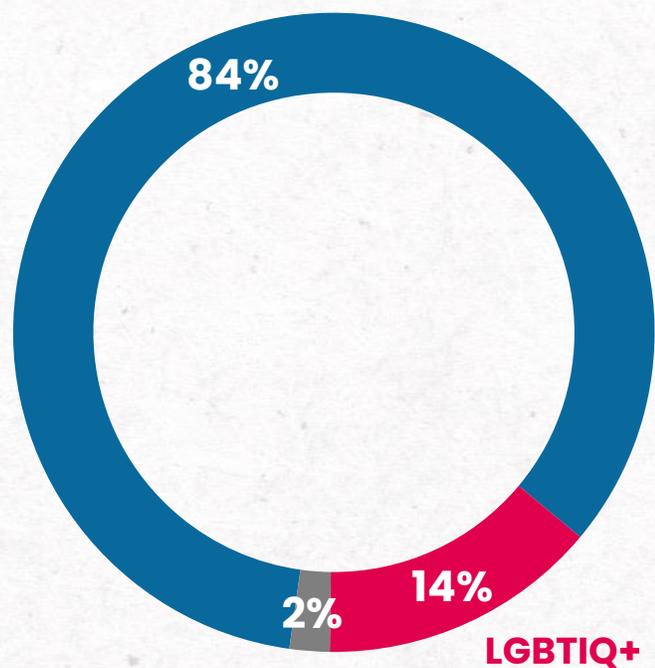
¿Tienes algún amigo/a gay o lesbiana? %



ORIENTACIÓN SEXUAL

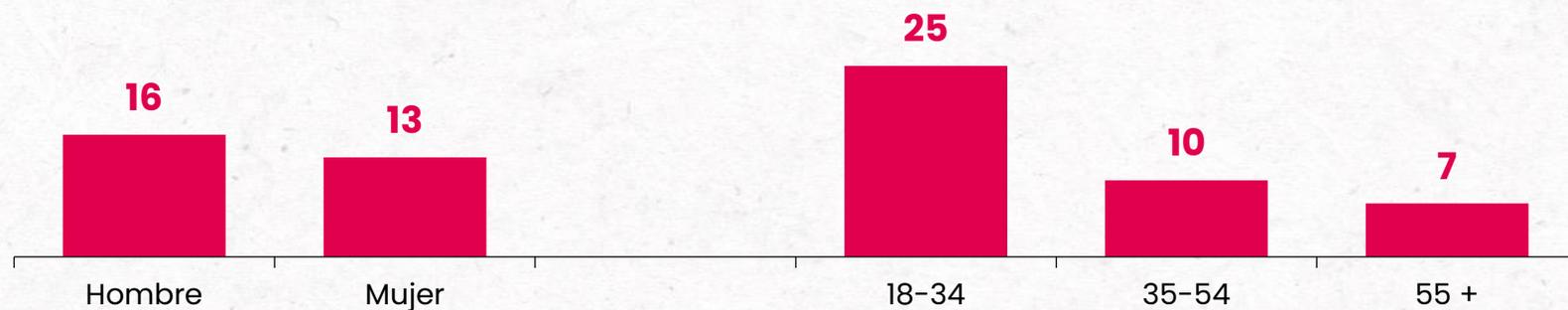
¿Cuál de estas alternativas define tu orientación sexual? %

Heterosexual



No sé, prefiero no responder

LGBTIQ+





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

www.cadem.cl