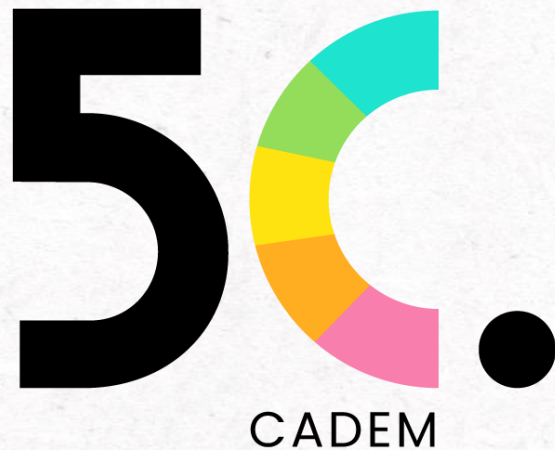
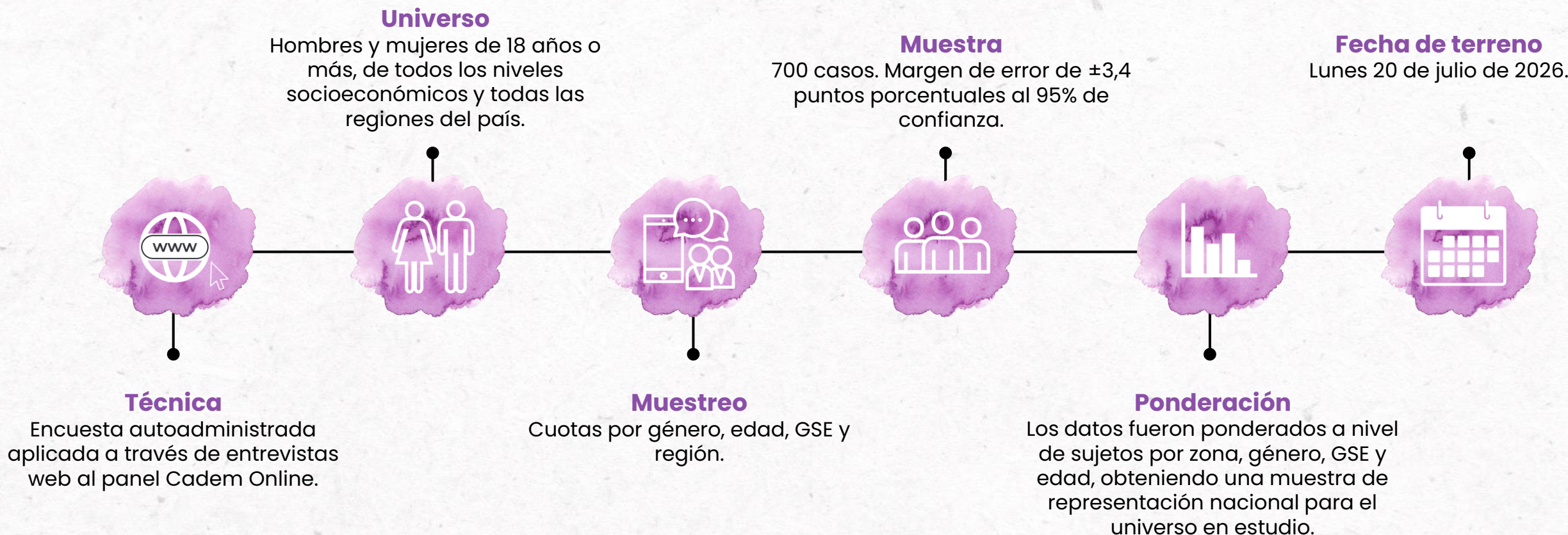


Estudio



Metodología



5Claves de la semana

- ➔ Cerca de **dos tercios de los chilenos** declara sentir **una emoción negativa por sobre una positiva**, durante la última semana, alcanzando los niveles más altos de sentimientos negativos (62%). En particular, el **cansancio** predomina con 26% de las menciones.
- ➔ En términos de consumo, tres de los cuatro indicadores muestran una baja sostenida durante este año. La **capacidad para pagar deudas y créditos** registra la mayor caída acumulada (-9 puntos respecto del inicio del año). No obstante, desde mayo este indicador ha mostrado una recuperación gradual, siendo el único de los cuatro que exhibe una tendencia al alza en los últimos meses.
- ➔ **Lider** se mantiene como la marca más relevante para los chilenos, con 15% de las menciones espontáneas. En publicidad memorable, **WOM** vuelve al primer puesto con 8% de las menciones espontáneas.
- ➔ De las cinco campañas publicitarias evaluadas, la de **Watt's** es la más conocida (85%) y la mejor evaluada (57% de evaluación positiva).
- ➔ La coyuntura de esta semana estuvo dedicada al **cine y las películas**. 59% **prefiere ver películas en su casa** antes que asistir a una sala de cine. En línea con ello, más de la mitad declara que actualmente va menos al cine que antes de la pandemia, siendo la comodidad de ver películas en el hogar la principal razón para no asistir (48%). Quienes sí van al cine mantienen preferencias claras: un **83% opta por las grandes cadenas** y tres de cada cuatro personas **compran las entradas utilizando algún tipo de descuento**, destacando los beneficios de compañías de telecomunicaciones como los más utilizados (42%). **La gran mayoría consume alimentos o bebidas durante la función** y las cabritas dulces superan ampliamente a las saladas en las preferencias (75% vs 9%). Entre las experiencias que deja el cine, un **42% reconoce haber llorado durante una función**, mientras que hablar durante la película es, por lejos, la conducta más molesta para los asistentes (69%). Finalmente, **Cinemark** es la marca más asociada al cine (27%), seguida por **Cinépolis** (23%).



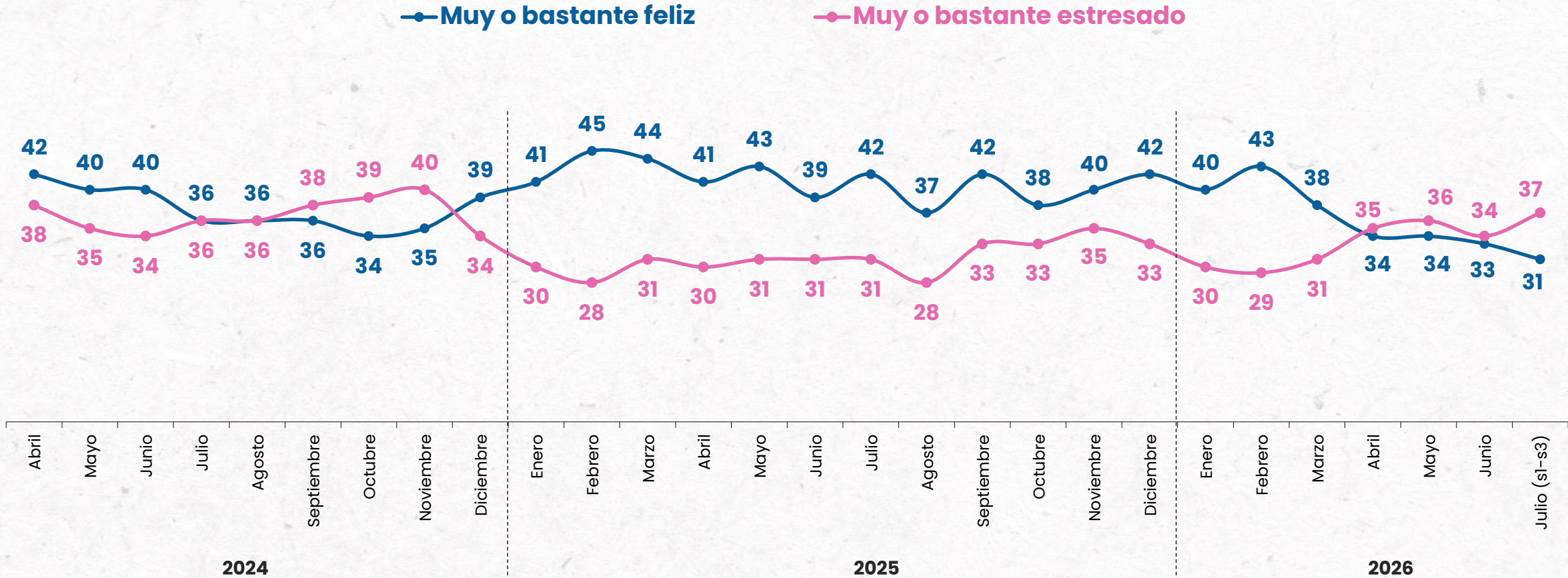
01. Conexión

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**?

% Notas 6 + 7

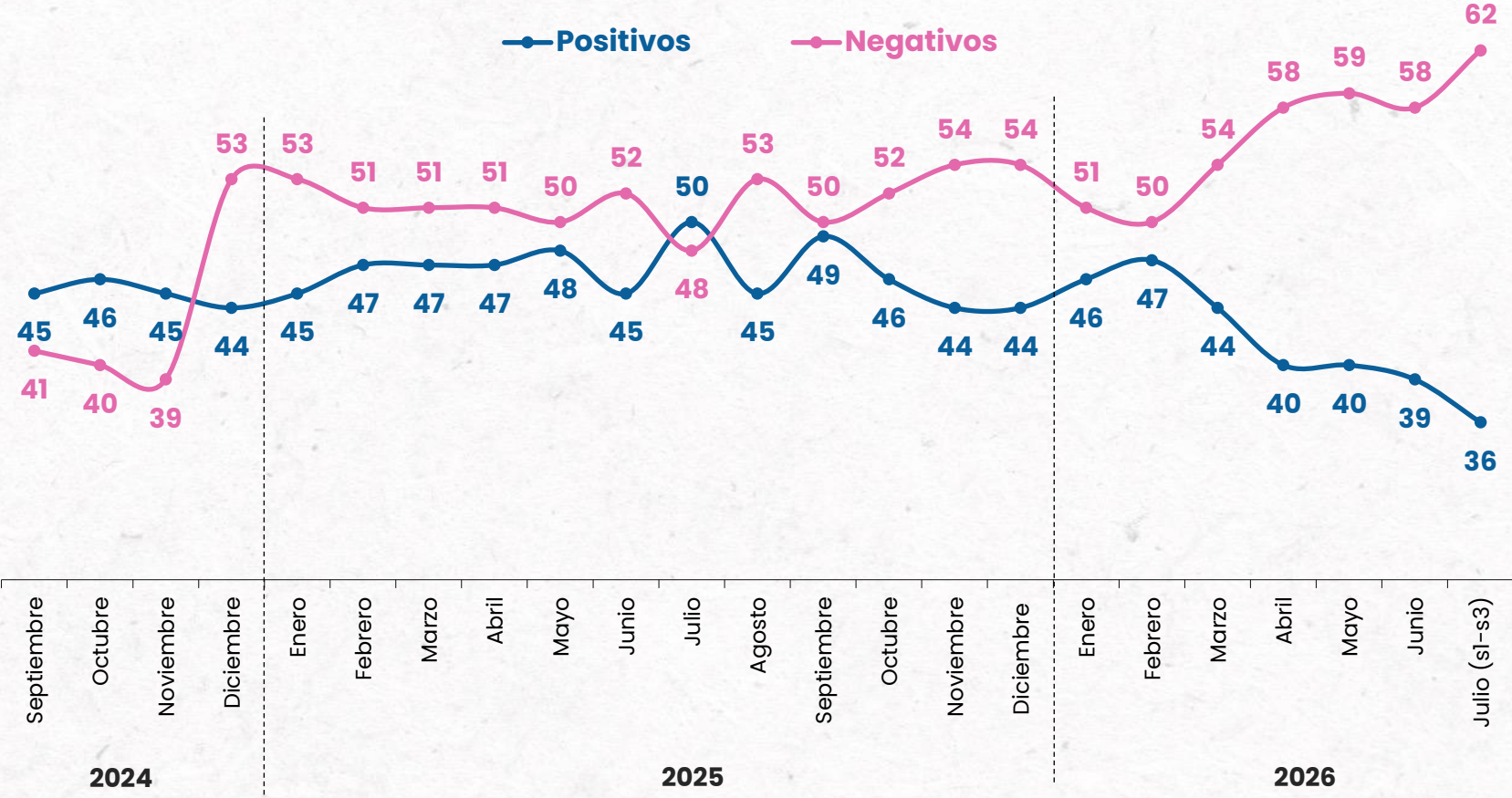


SENTIMIENTO PREDOMINANTE

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

%

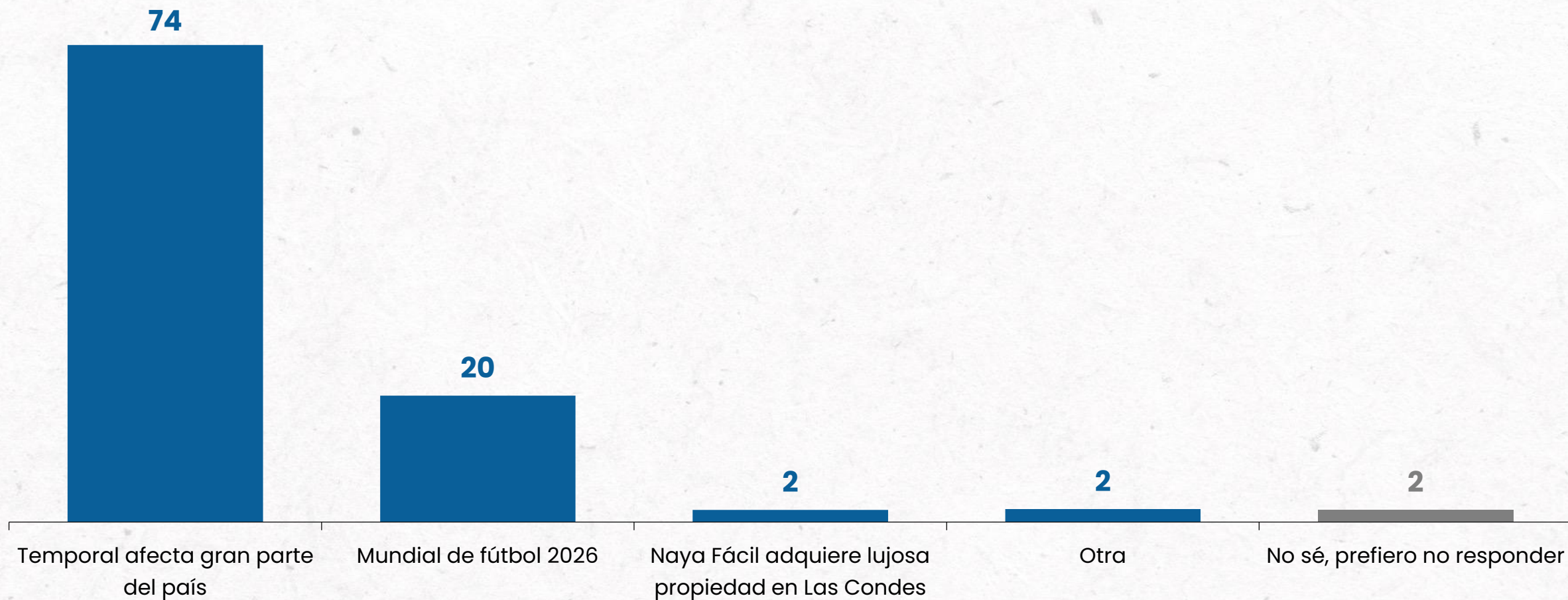
S3 julio



PERSONAJE/TEMA DE LA SEMANA

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

%



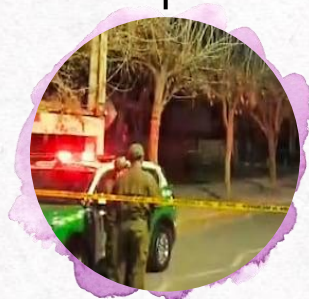
PERSONAJE/TEMA DE LA SEMANA

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



Semana 22_junio
Casi niños haitianos
55%

Semana 30_junio
Muerte de niño de 12 años tras encerrona
44%



Semana 6_julio
Mundial 2026
29%

Semana 13_julio
Accidente en feria Caupolicán deja 6 fallecidos
32%

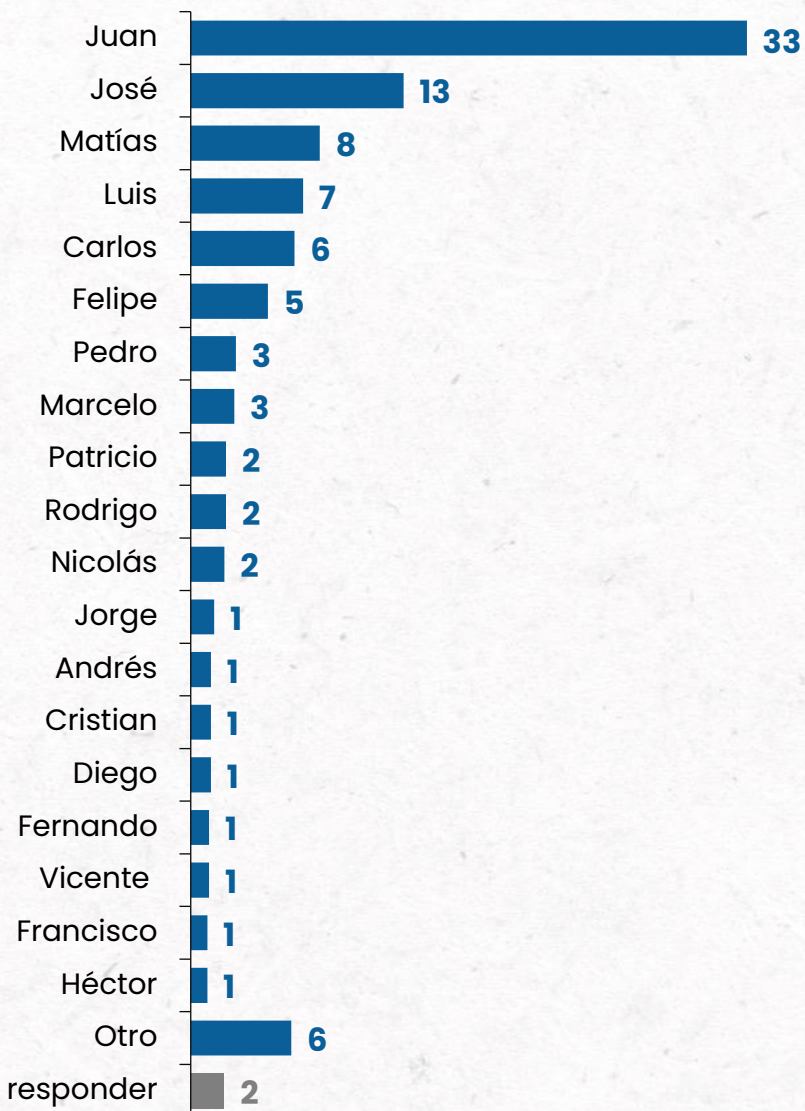


Semana 20_julio
Temporal afecta gran parte del país
74%

RANKING DE LA SEMANA: NOMBRE DE HOMBRE MÁS TÍPICO EN CHILE

Del siguiente listado de nombres de hombres, ¿cuál dirías que es el nombre de hombre más típico en Chile?

Alternativas dadas. %



Casos: 700

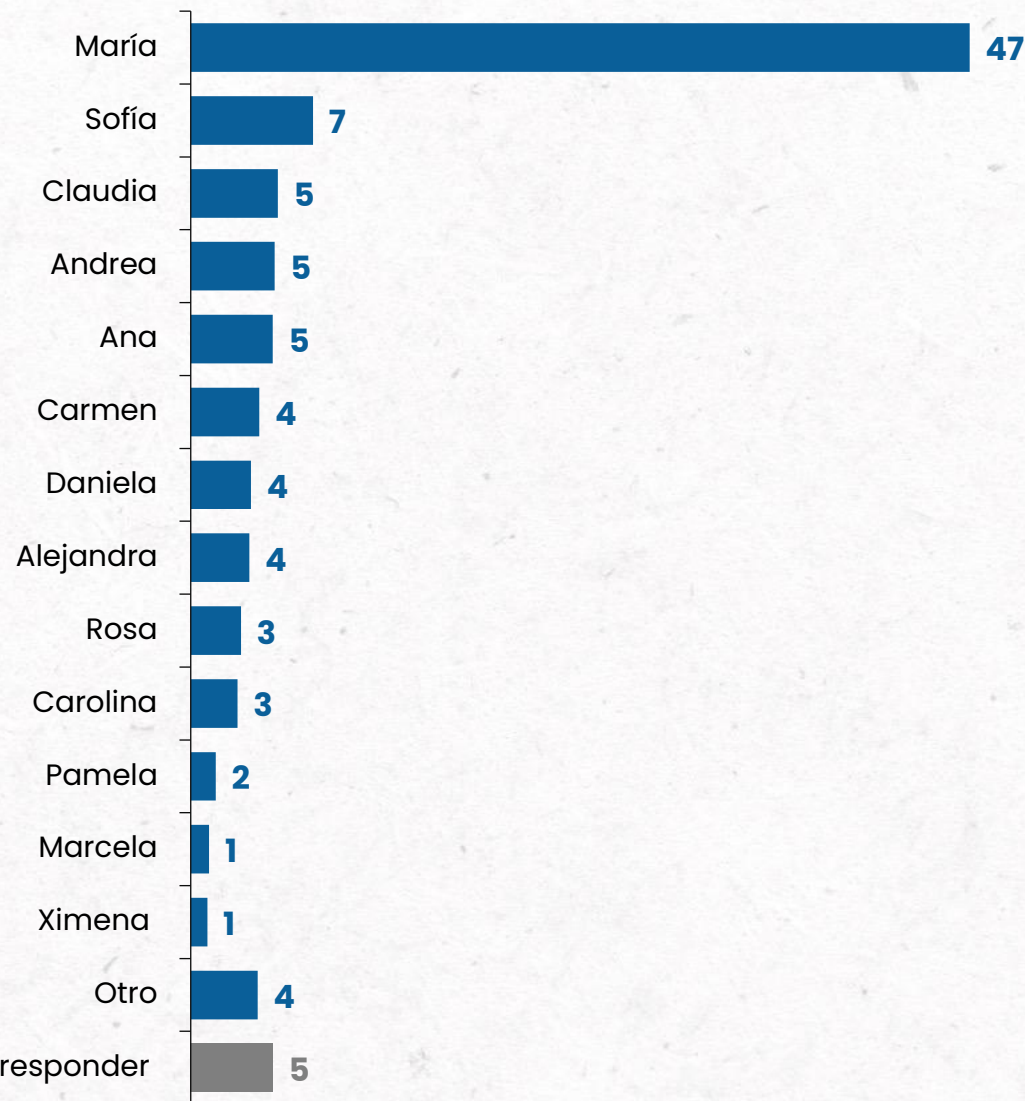
*Otros incluye respuestas < a1%

RANKING DE LA SEMANA: NOMBRE DE MUJER MÁS TÍPICO EN CHILE

N° 118 Julio S3• 2026

Y del siguiente listado de nombres de mujer, ¿cuál dirías que es el nombre de mujer más típico en Chile?

Alternativas dadas. %



Casos: 700

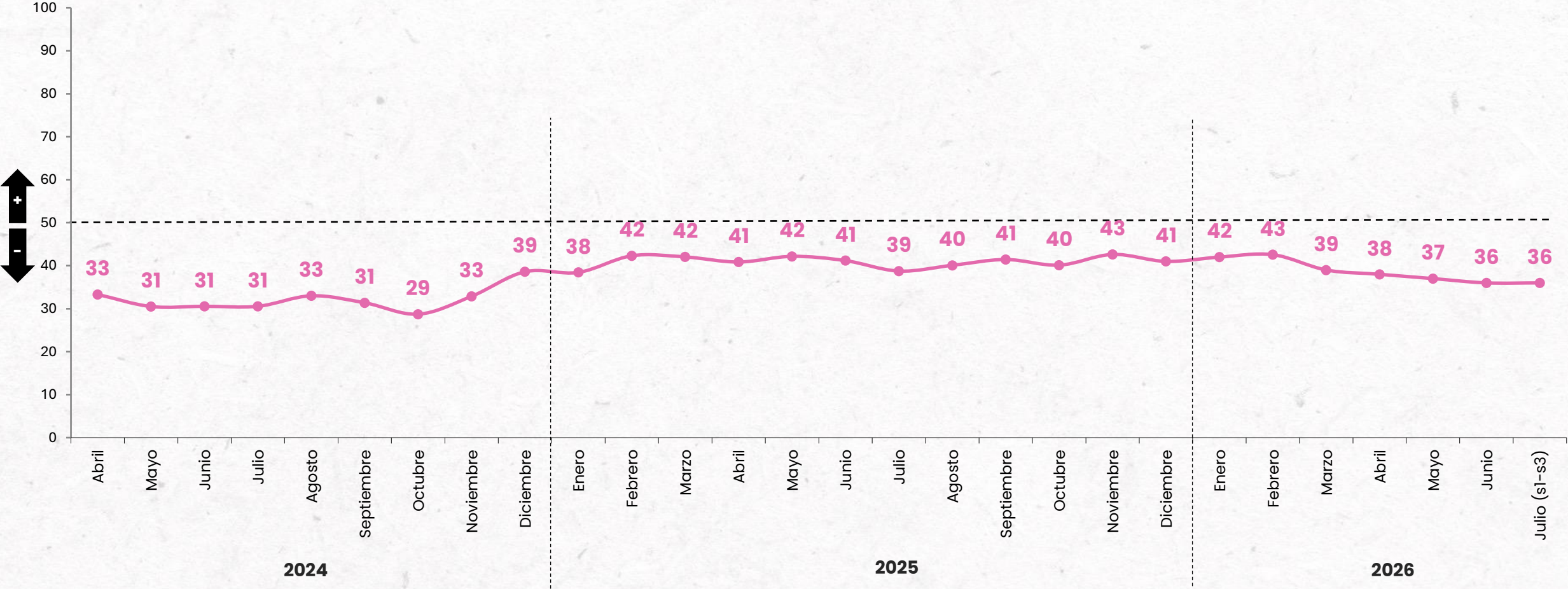
*Otros incluye respuestas < a1%



02. Consumo

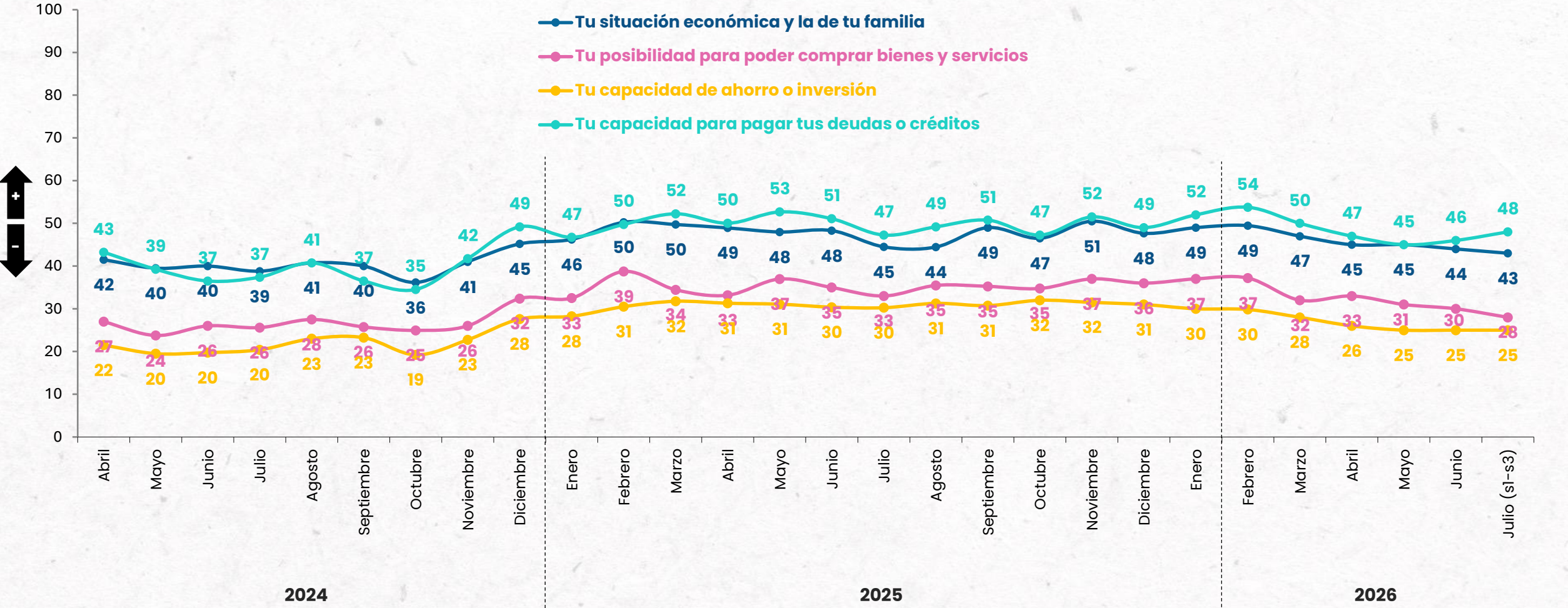
EVALUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL

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
% Notas 5 a 7



EVALUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL

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

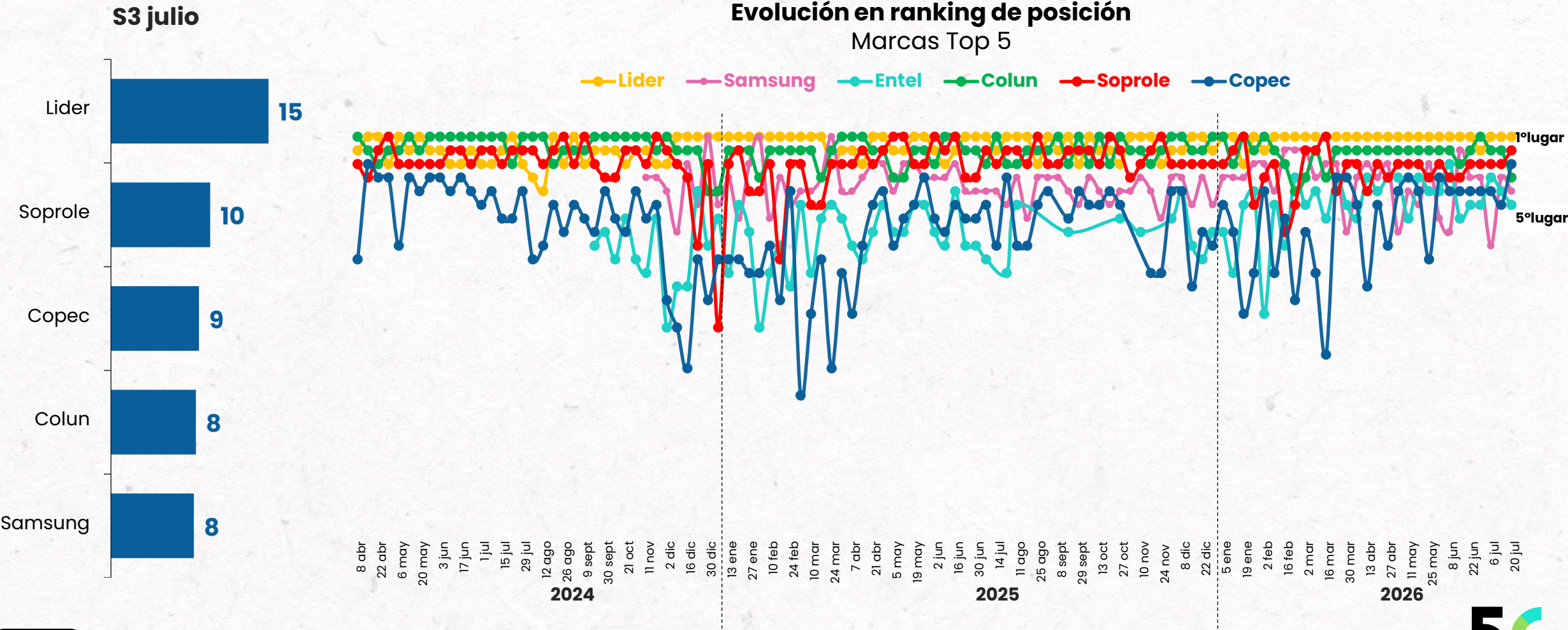




03. Comunicación

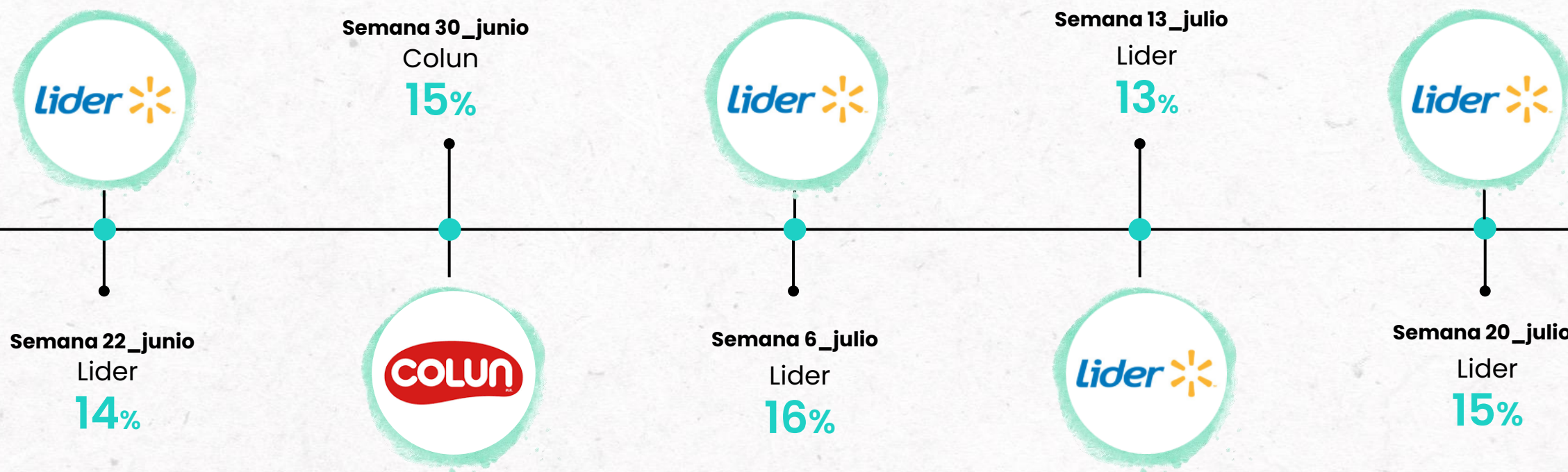
MARCAS RELEVANTES: TOP 5

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



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

S3 julio

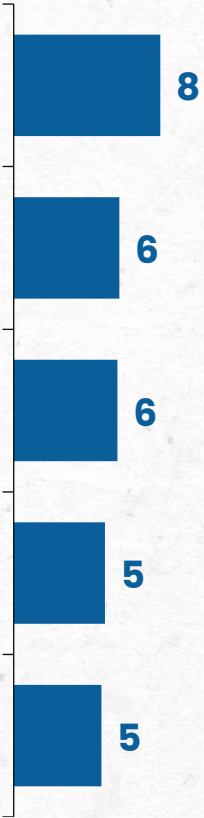
WOM

Entel

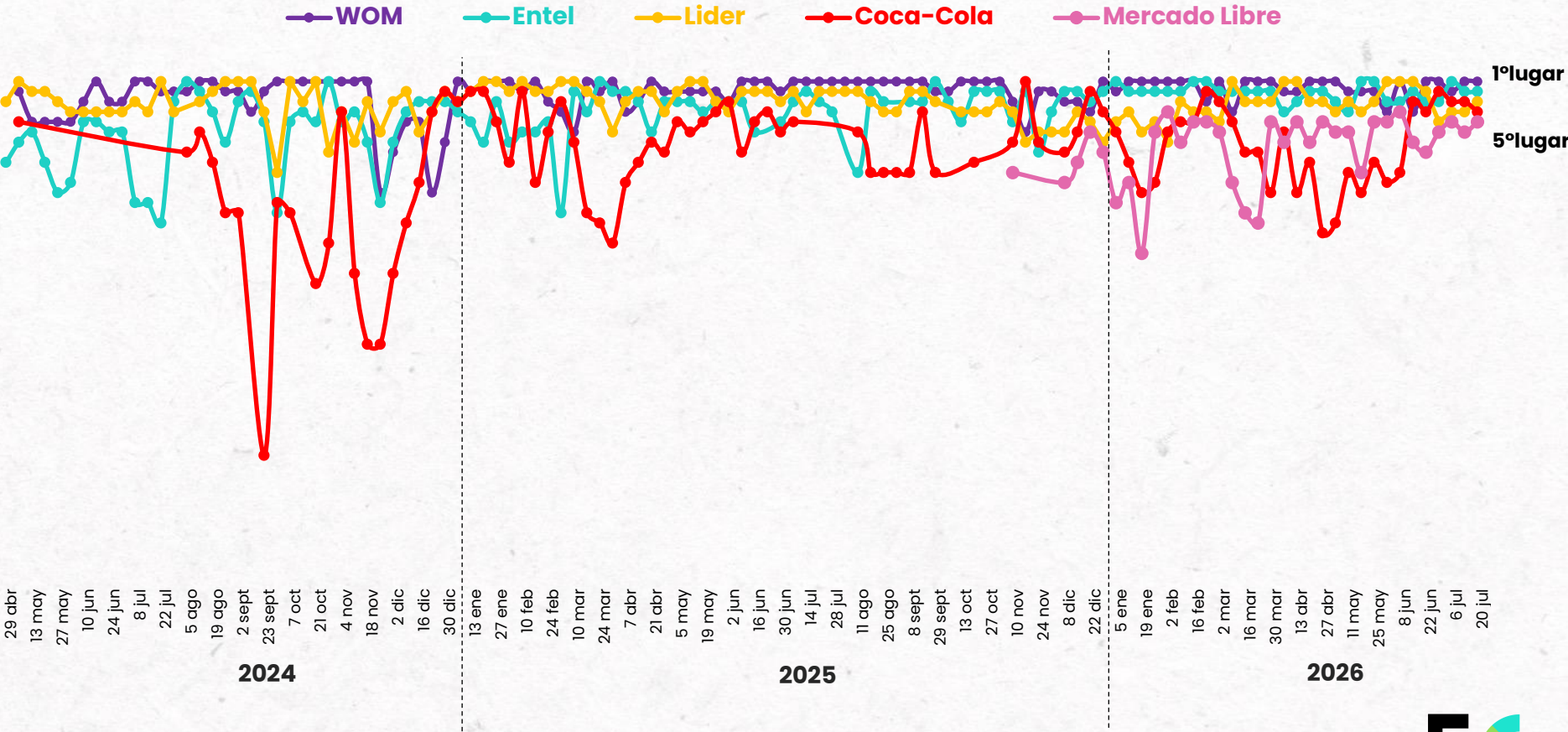
Lider

Coca-Cola

Mercado Libre

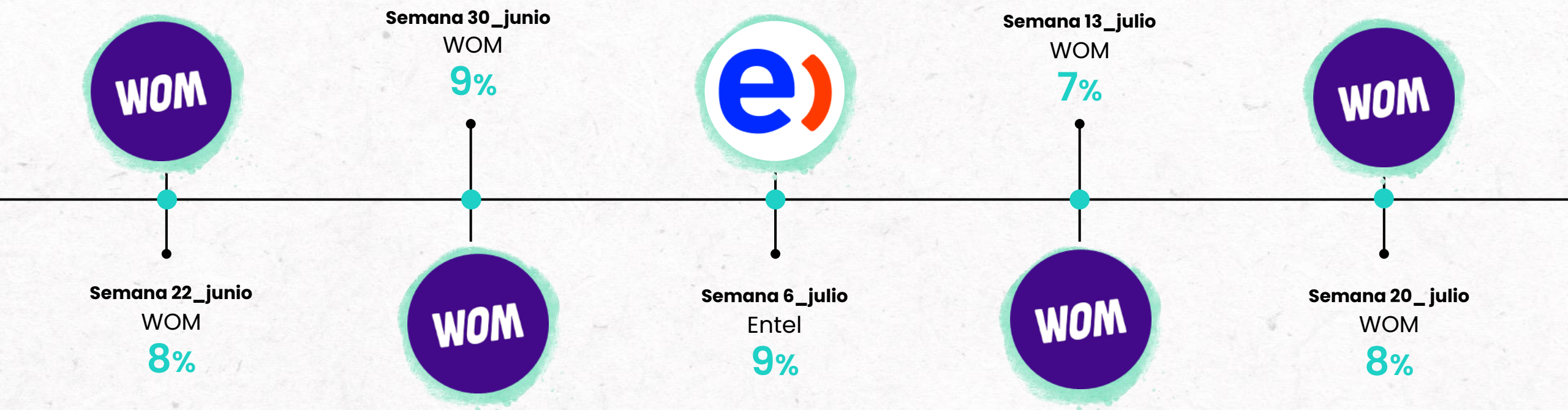


Evolución en ranking de posición
Marcas Top 5



EVOLUTIVO: PUBLICIDAD MEMORABLE

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



CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EVALUADAS DE MANERA GUIADA

A continuación, te mostraremos una serie de fragmentos publicitarios:



Abastible



Watt's



Entel



Rosen

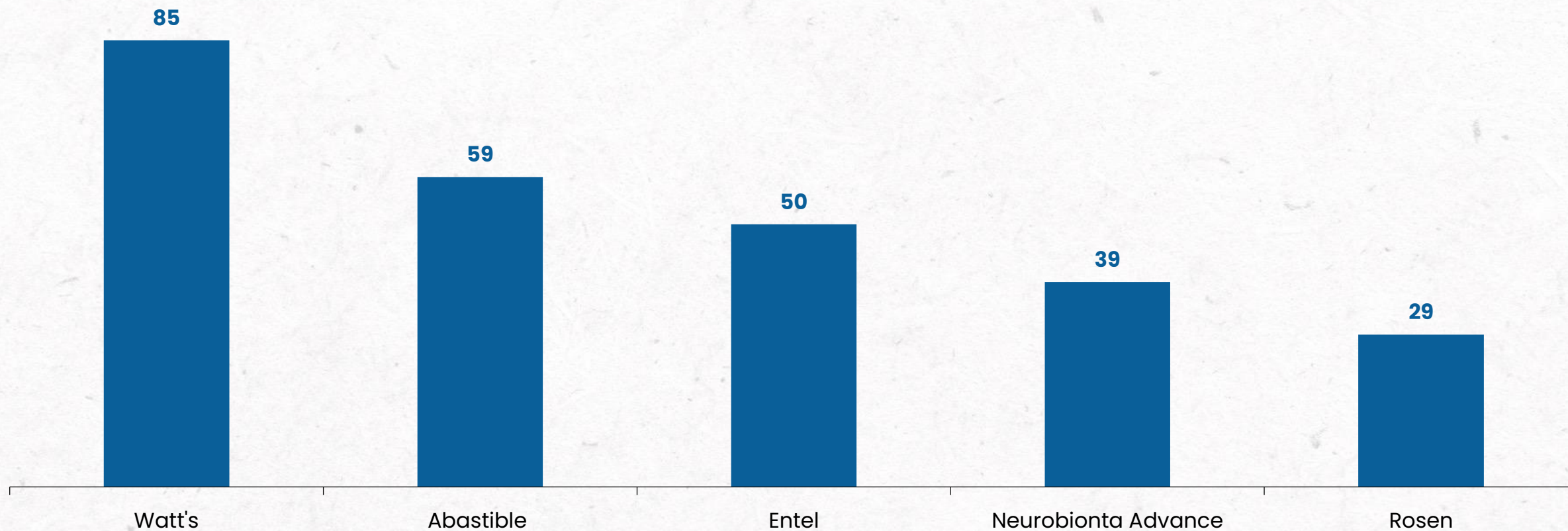


Neurobionta Advance

VISIBILIDAD CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

¿Has visto alguno de ellos, ya sea en televisión, diarios, redes sociales u otros medios?

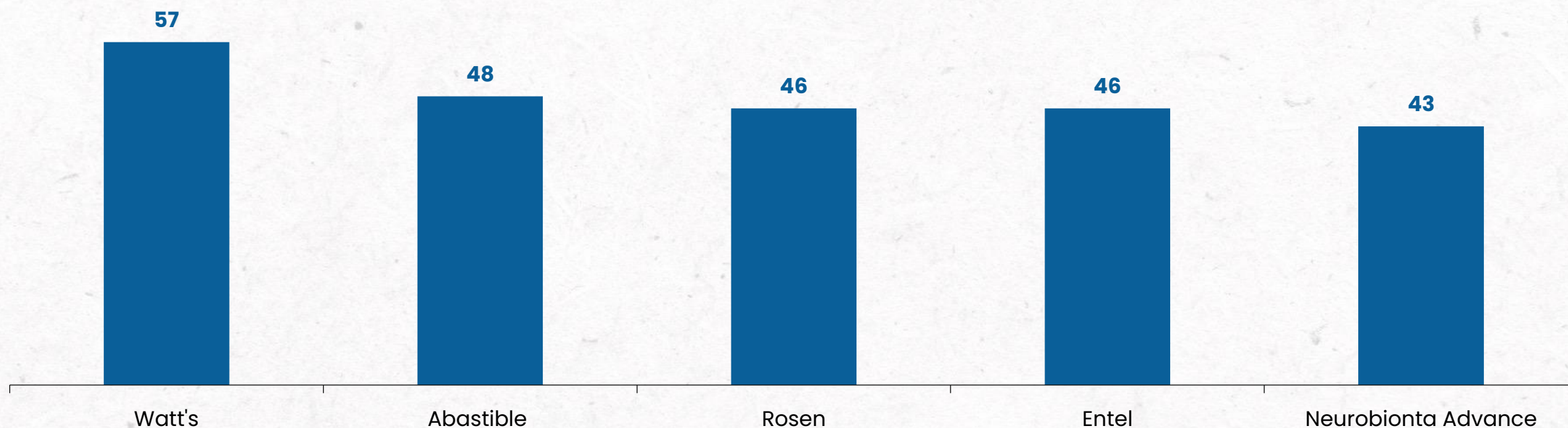
%Sí



EVALUACIÓN CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

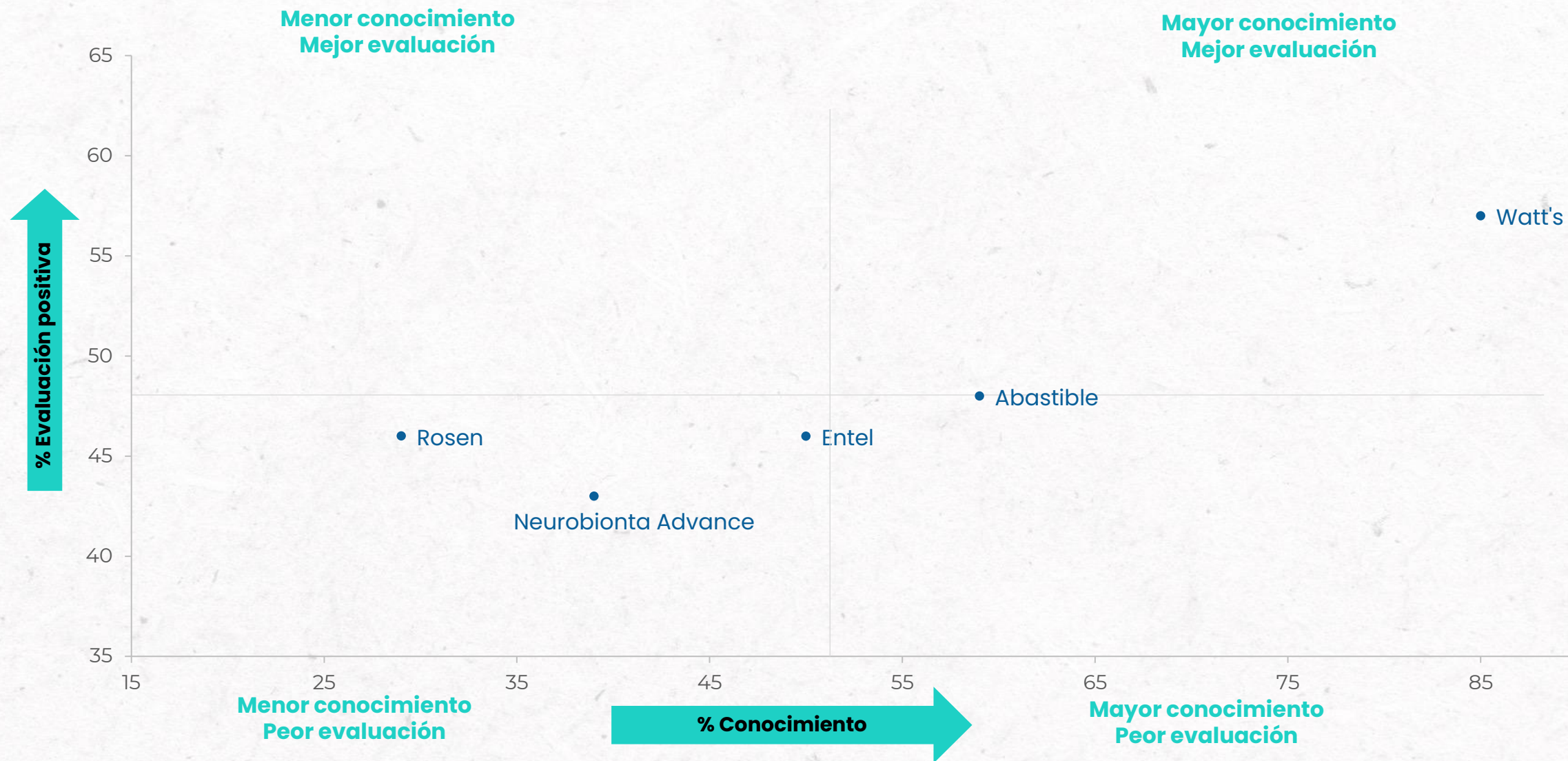
En una escala de 1 a 7 donde 1 es “muy malo” y 7 es “muy bueno”, ¿con qué nota la evaluarías?

% Notas 6 y 7



Casos: entre quienes
recuerdan cada campaña

CONOCIMIENTO Y EVALUACIÓN DE CAMPAÑAS



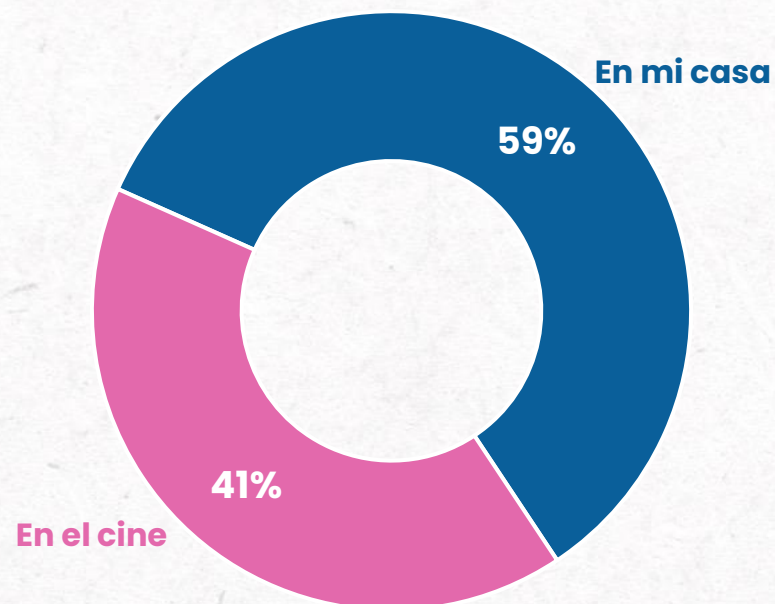


Coyuntura: Cine

PREFERENCIAS PARA VER PELÍCULAS Y CAMBIOS EN LA ASISTENCIA PRODUCTO DE LA PANDEMIA

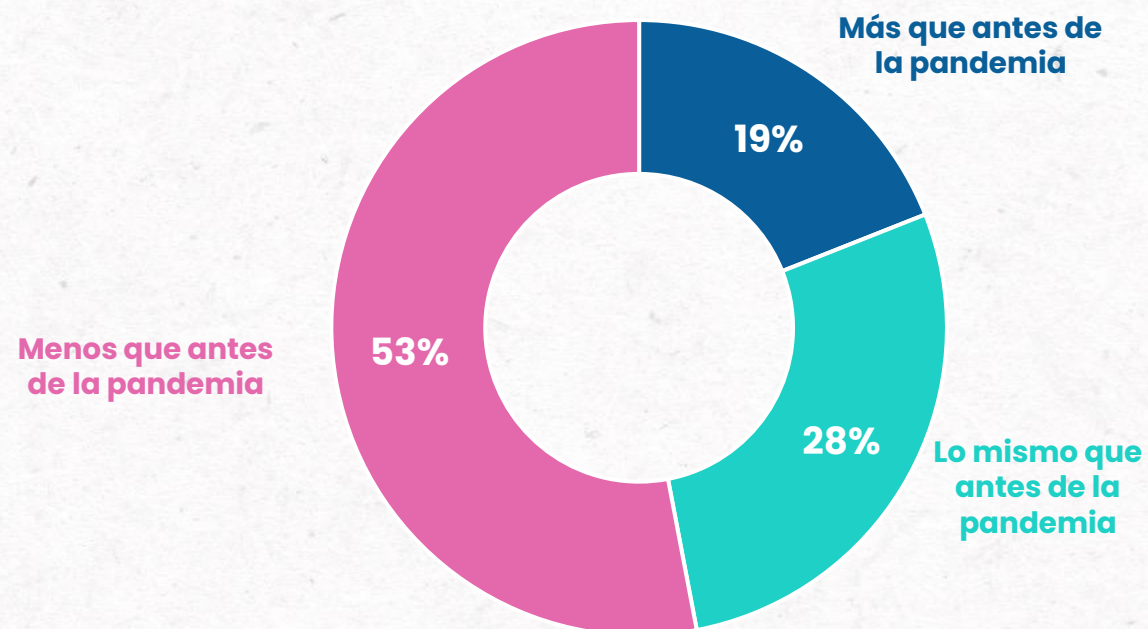
Cuando ves una película,
¿prefieres verla en el cine o verla en tu casa?

%



En comparación con antes de la pandemia, actualmente
vas al cine...

%



MOTIVOS PARA NO IR AL CINE

¿Cuáles son las principales razones por las que no vas al cine?
% Múltiple

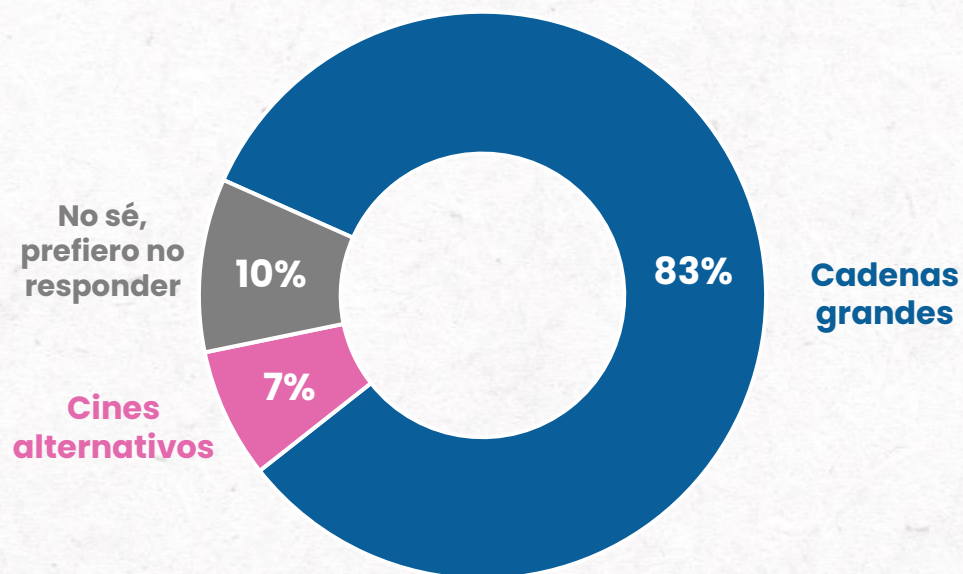


Casos: entre quienes no
van al cine N=109

PREFERENCIA DE CINES Y COMPRA DE ENTRADAS

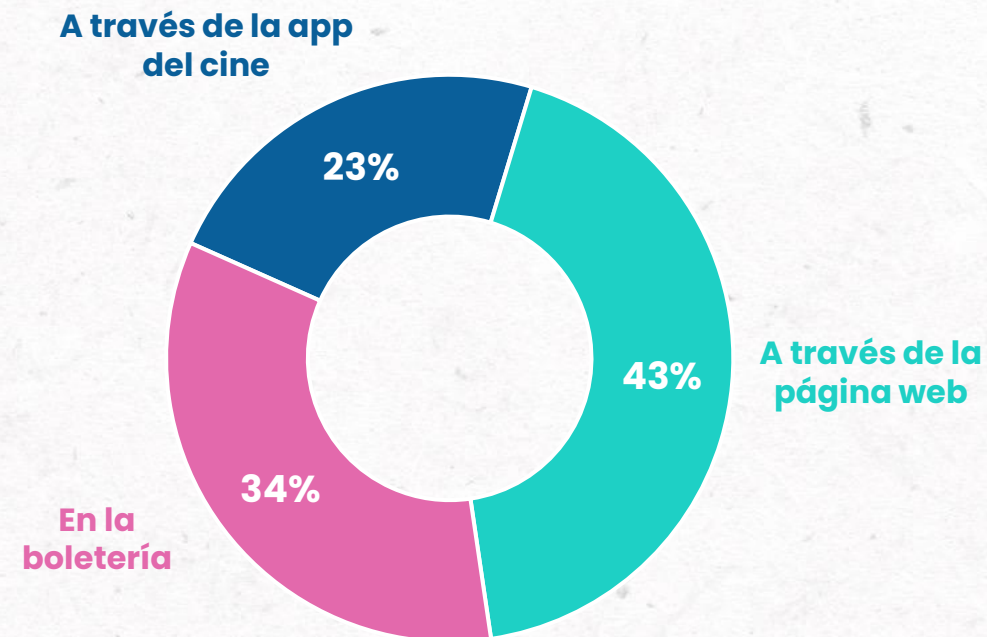
En general, cuando vas al cine,
¿qué tipos de cines prefieres?

%



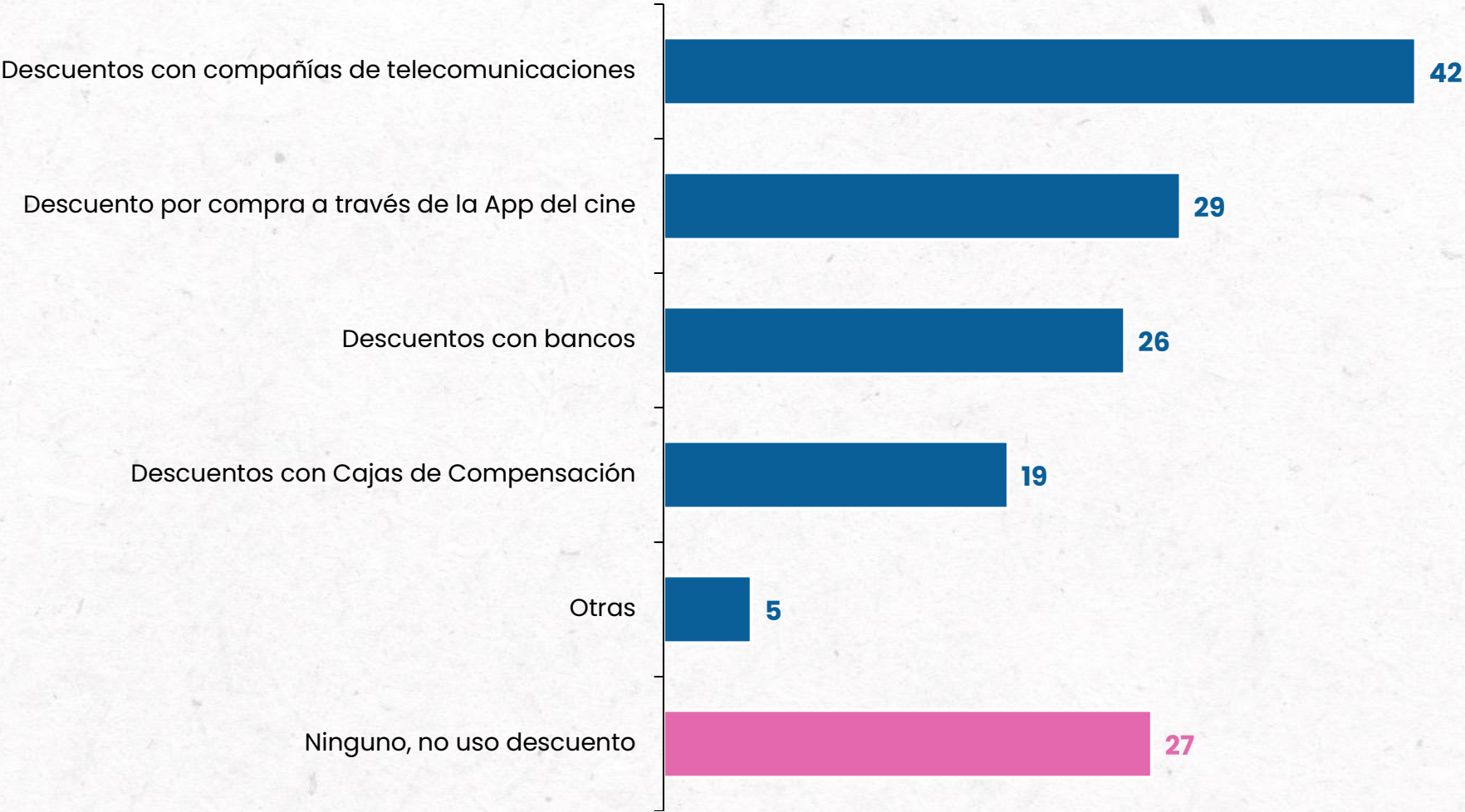
¿Cómo sueles comprar tu entrada?

%



DESCUENTOS EN LA COMPRA DE ENTRADAS

¿Usas alguno de los siguientes descuentos para comprar tus entradas?
% Múltiple



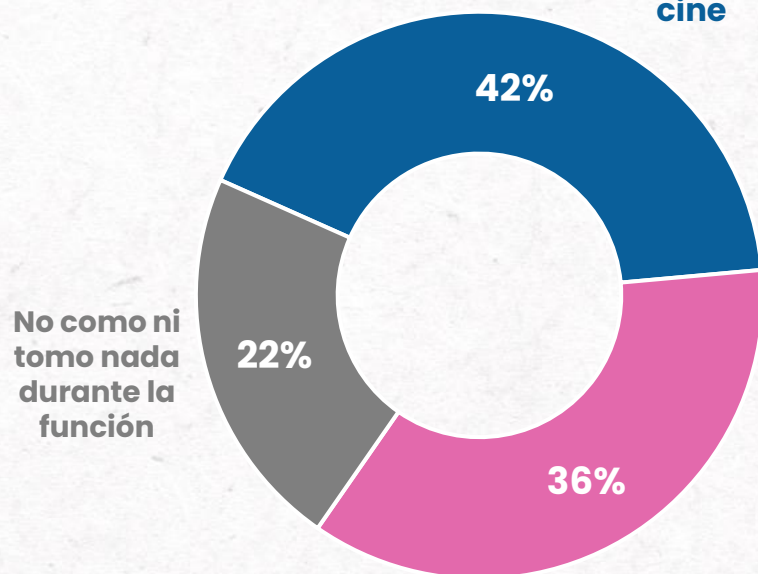
73%
compra su
entrada al cine
con algún tipo
de descuento

PREFERENCIA DE COMIDA

¿Y cuál de las siguientes alternativas se ajusta mejor a tu situación?

%

Por lo general compro algo para comer en la confitería del cine

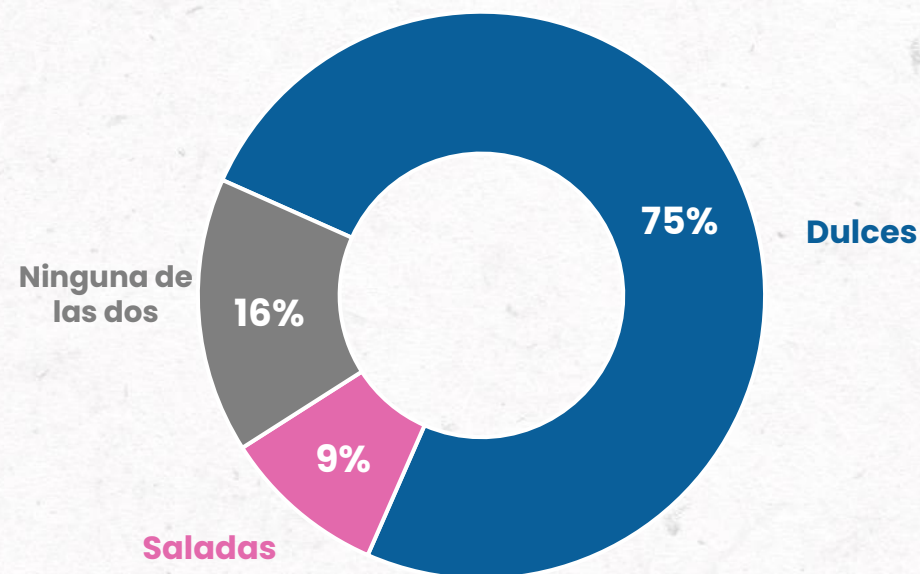


Por lo general llevo comida o bebida por mi cuenta

No como ni tomo nada durante la función

¿Prefieres cabritas dulces o saladas?

%



Dulces

Ninguna de las dos

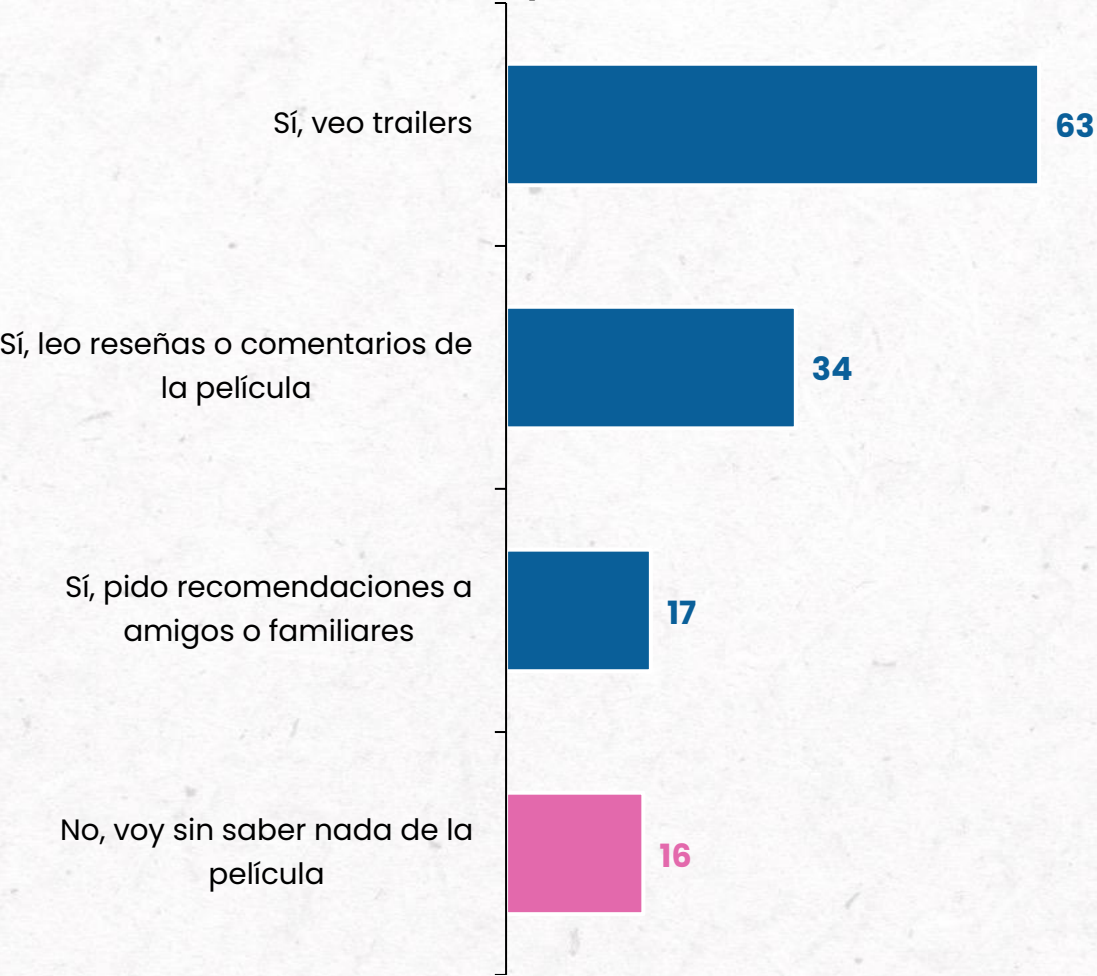
Saladas

Casos: entre quienes van al cine N=592

INFORMACIÓN PREVIA DE LA PELÍCULA E IDIOMA

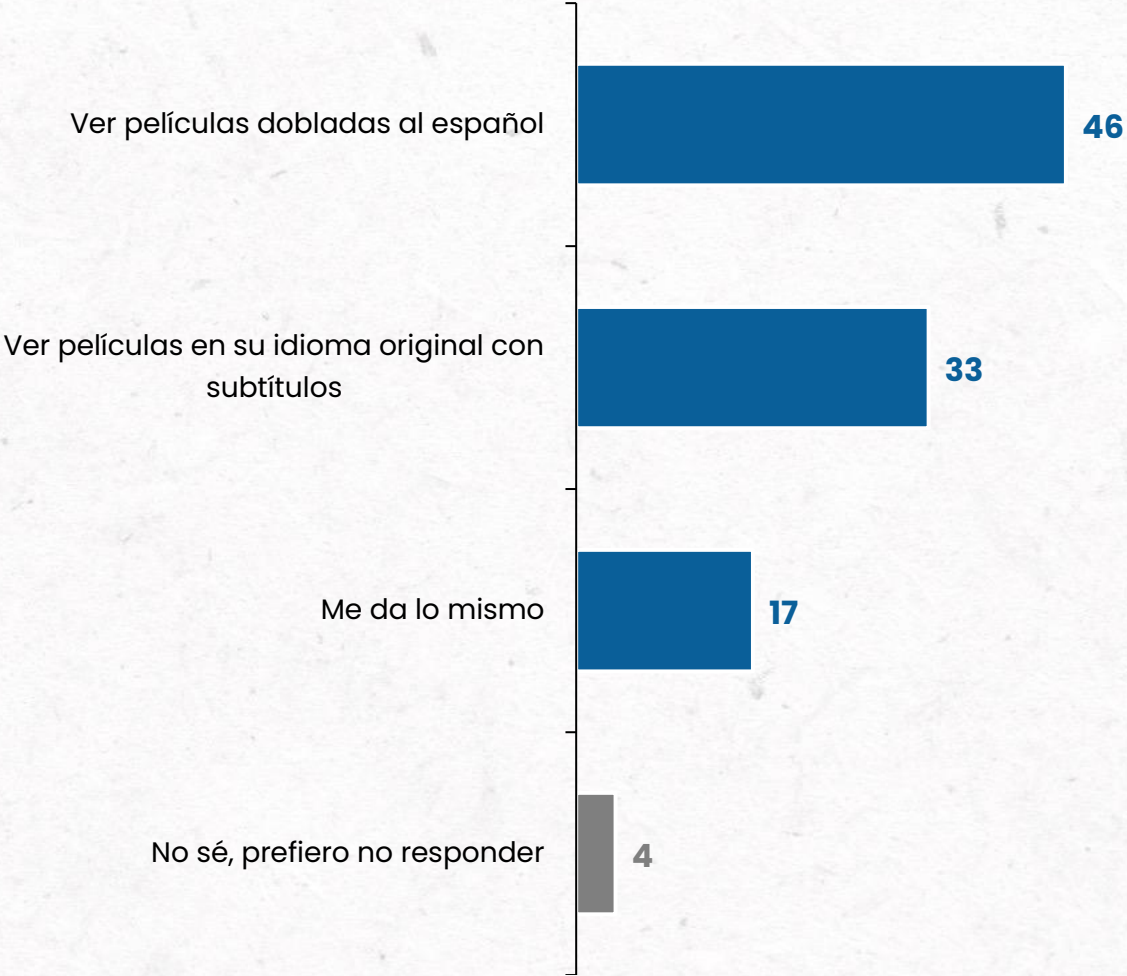
¿Ves trailers, reseñas o algún tipo de información previo a ir a ver una película al cine?

% Múltiple



Pensando en las películas que ves, ¿prefieres...?

%



EXPERIENCIAS EN EL CINE

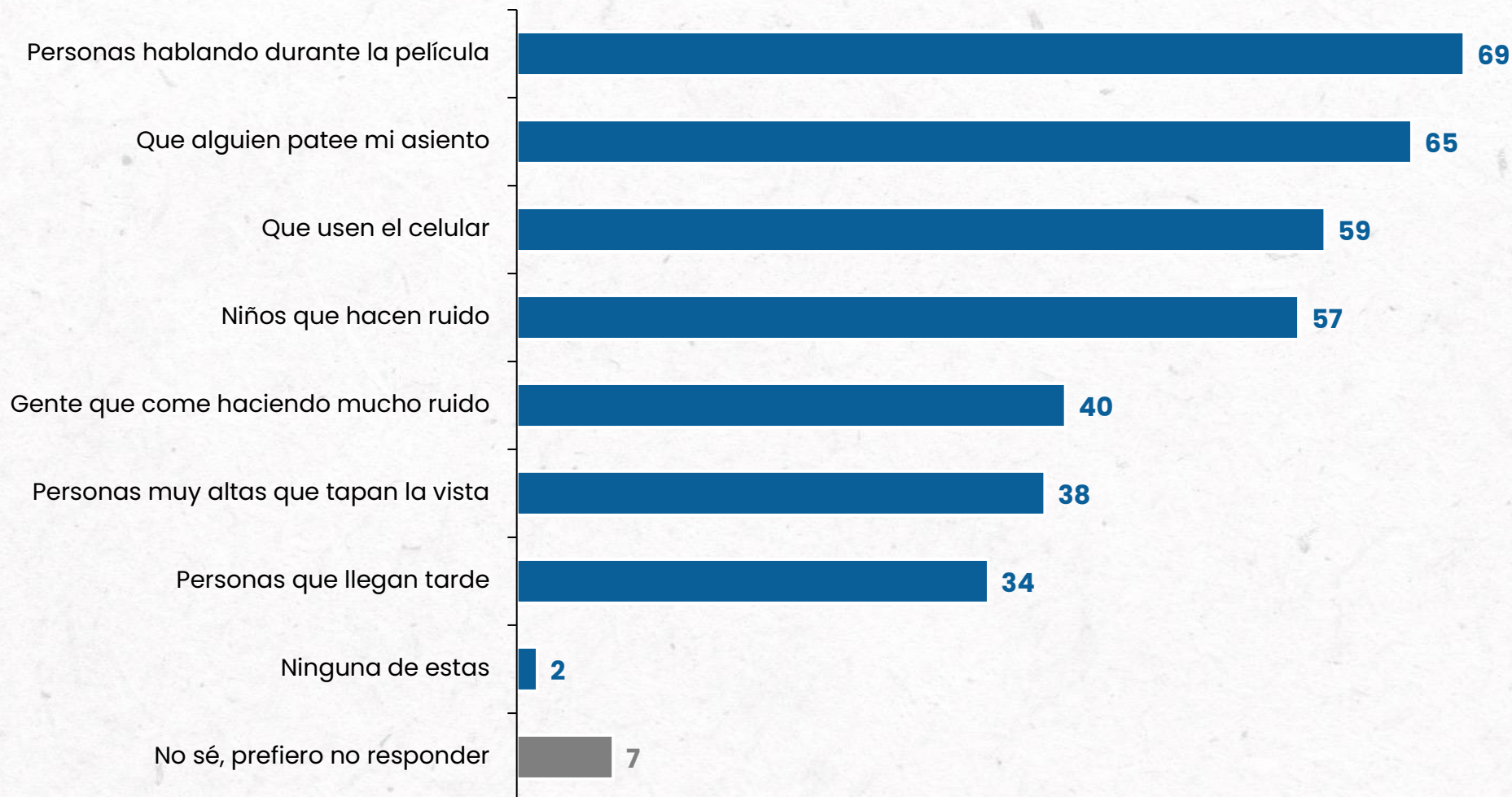
¿Te ha pasado alguna de estas situaciones en el cine?
% Múltiple



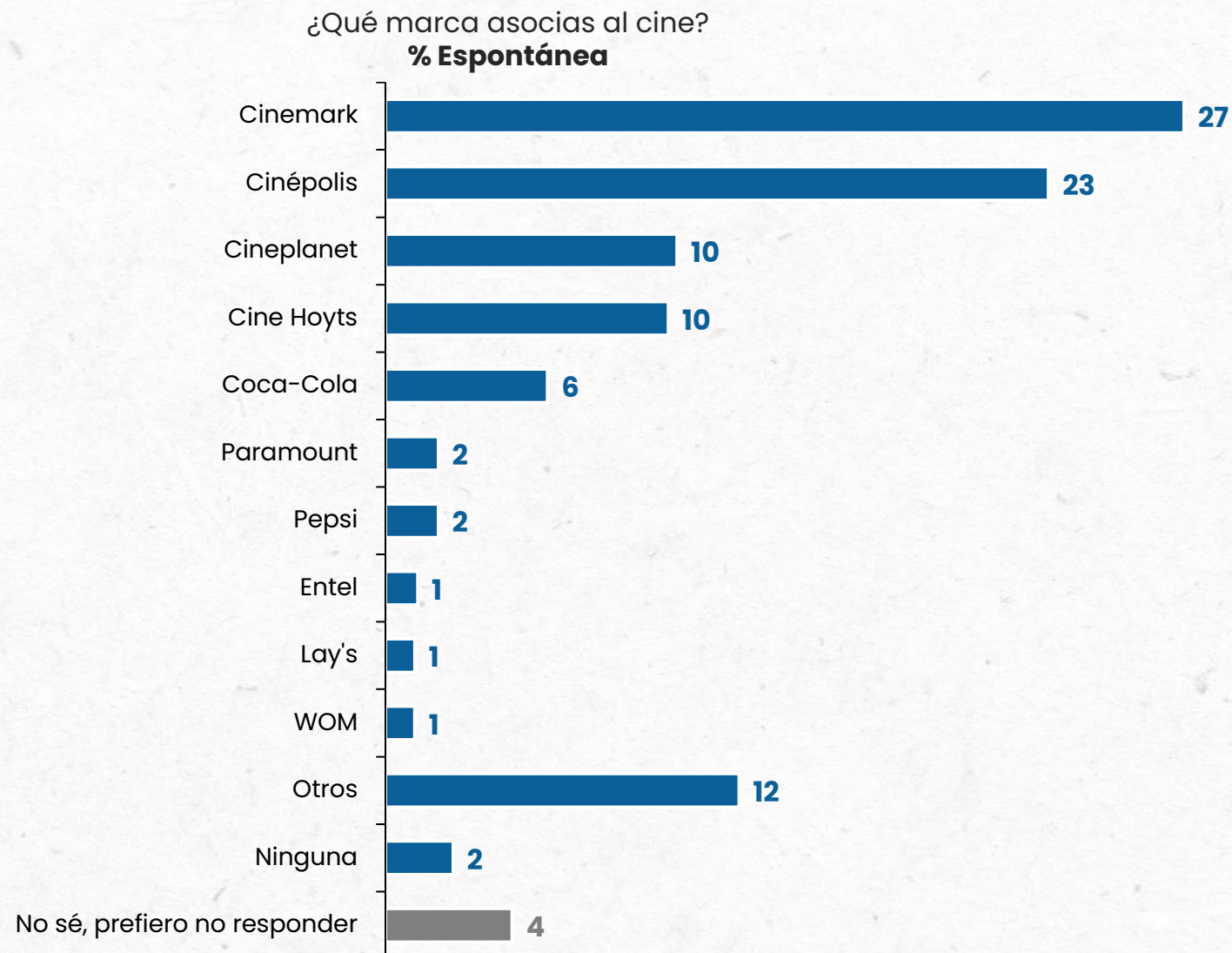
SITUACIÓN MÁS DESAGRADABLE EN EL CINE

¿Cuál de estas situaciones te molesta más cuando estás viendo una película en el cine?

%



MARCA ASOCIADA AL CINE



Casos: 700

*Otros incluye respuestas < a1%



Nueva de Lyon 145 Piso 15,
Providencia, Santiago, Chile.
cadem@cadem.cl
+562 2438 6500

www.cadem.cl