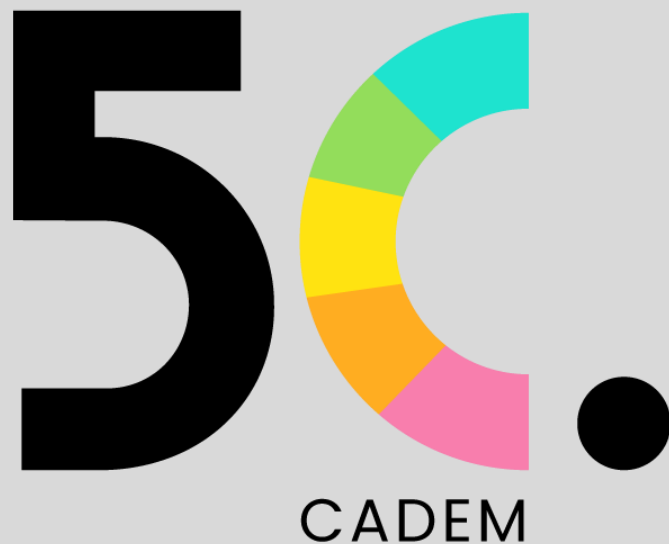


Estudio



Metodología



Conexión

01



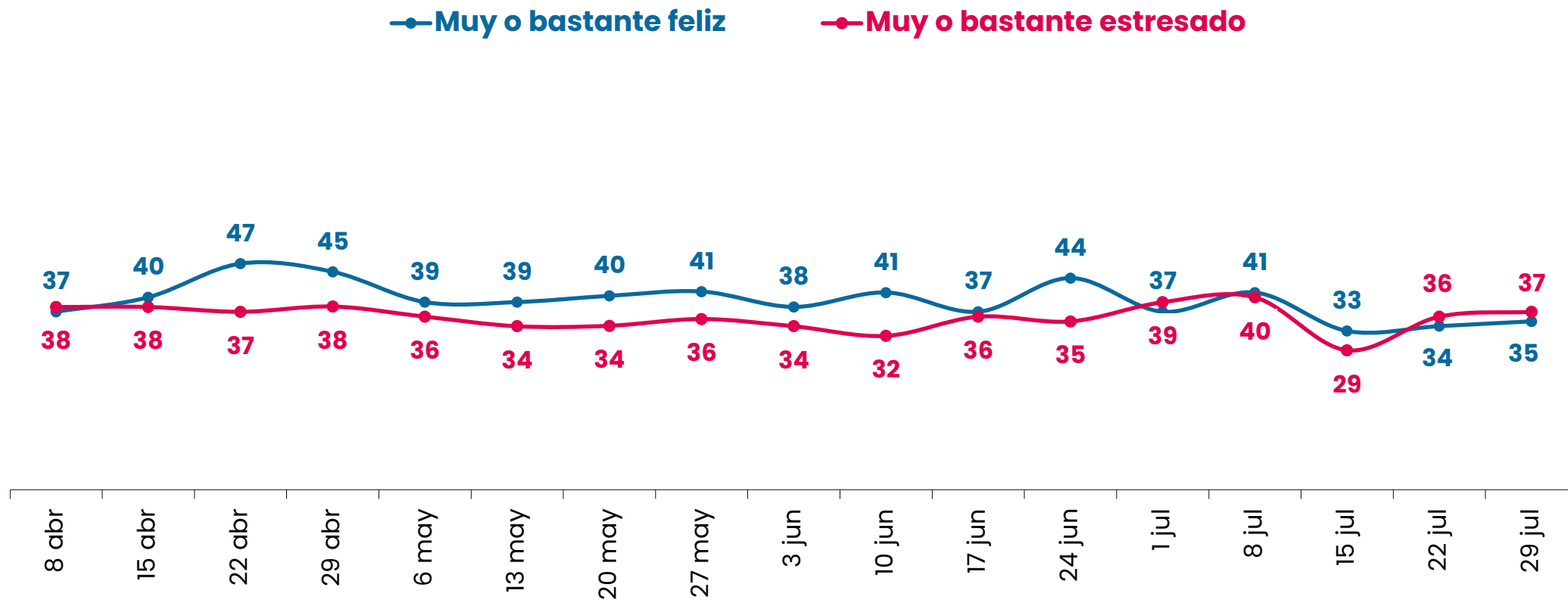
Venezuela es la noticia de la semana con **32%** de las menciones

- A diferencia de la semana anterior, donde se observa una gran diversidad en la mención de temas, esta semana una de cada cuatro personas considera que las votaciones en Venezuela es el tema más relevante.
- En cuanto al **estado de ánimo** de los chilenos, no se observan diferencias respecto de la semana anterior (+1 pto. en niveles promedio de estrés y felicidad), pero sí se observan variaciones en el grupo de **18 a 34 años**, donde bajan los niveles de estrés (-6 pts.) y aumentan los de felicidad (+12 pts.).

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

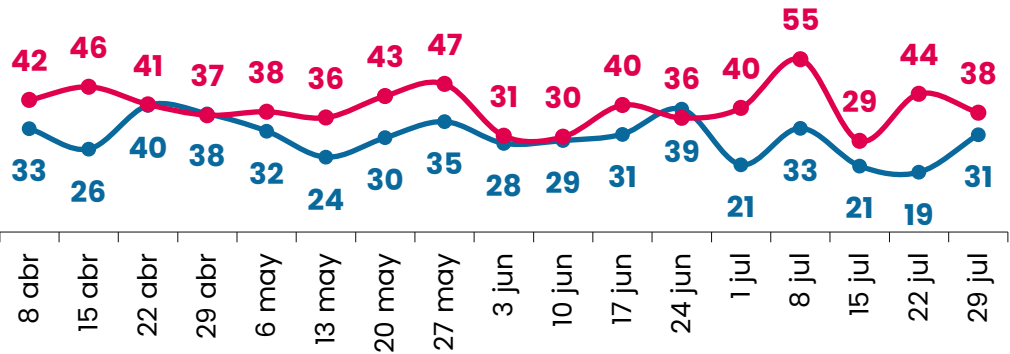


ESTADO DE ÁNIMO DE LOS CHILENOS

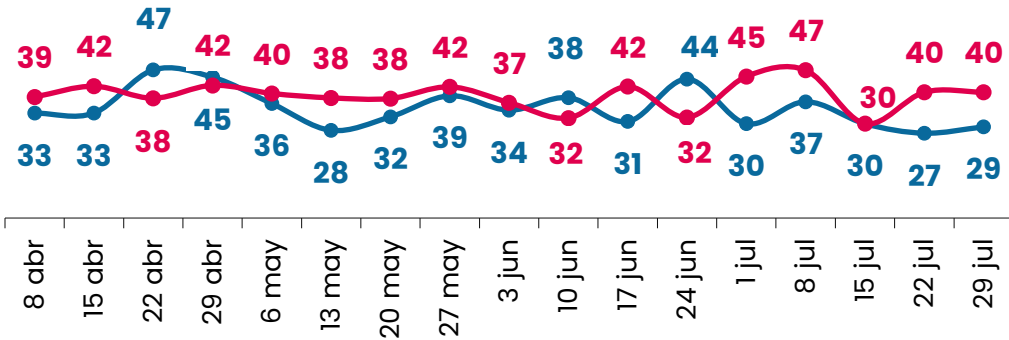
En una escala de 1 a 7, donde 1 es “nada de feliz” y 7 es “muy feliz”, ¿cómo calificarías tu **estado de ánimo actual**?
En una escala... ¿cómo calificarías tu **nivel de estrés**? % 6 + 7

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

18-34 años



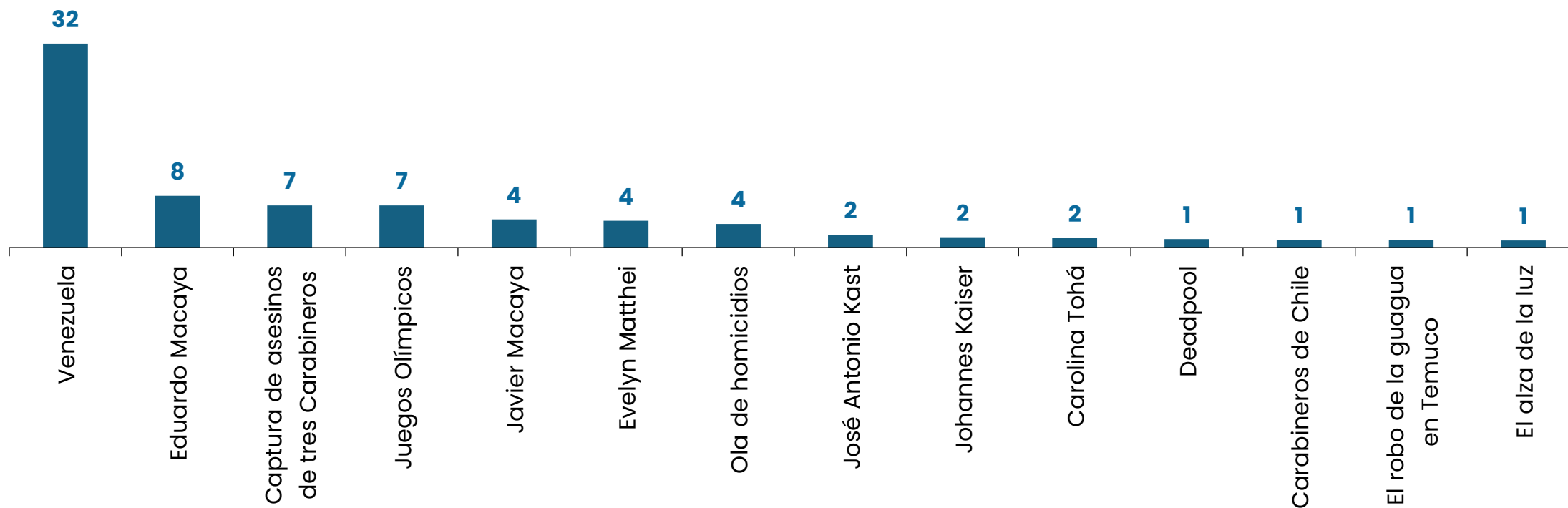
NSE D/E



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



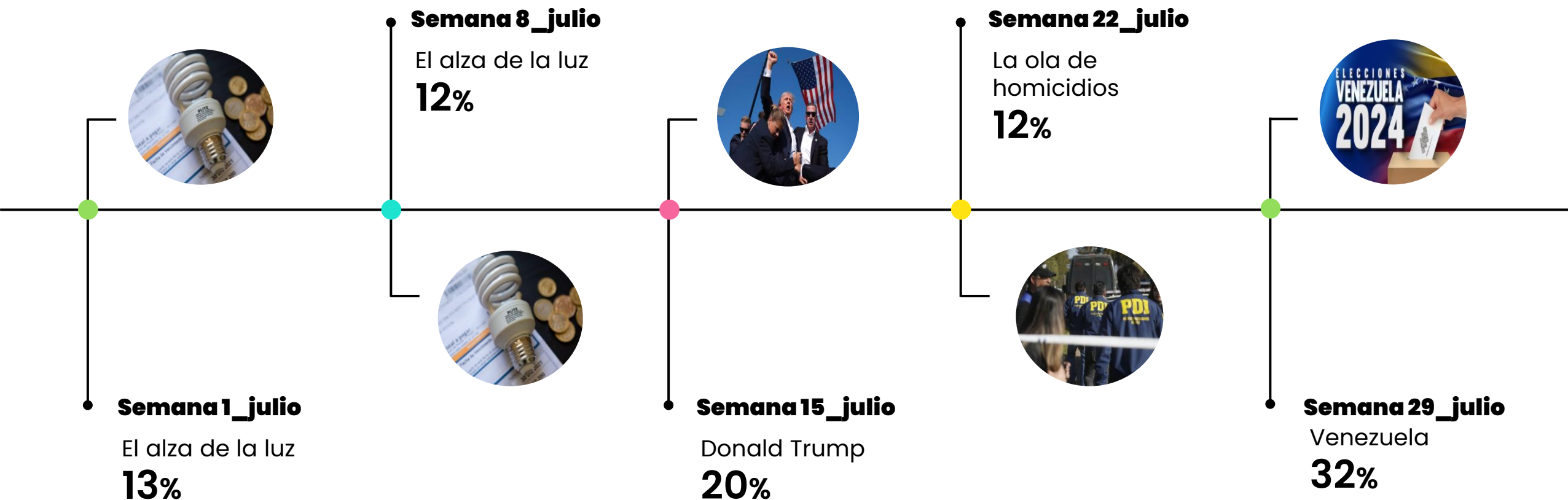
Casos: 700

*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



Consumo

02



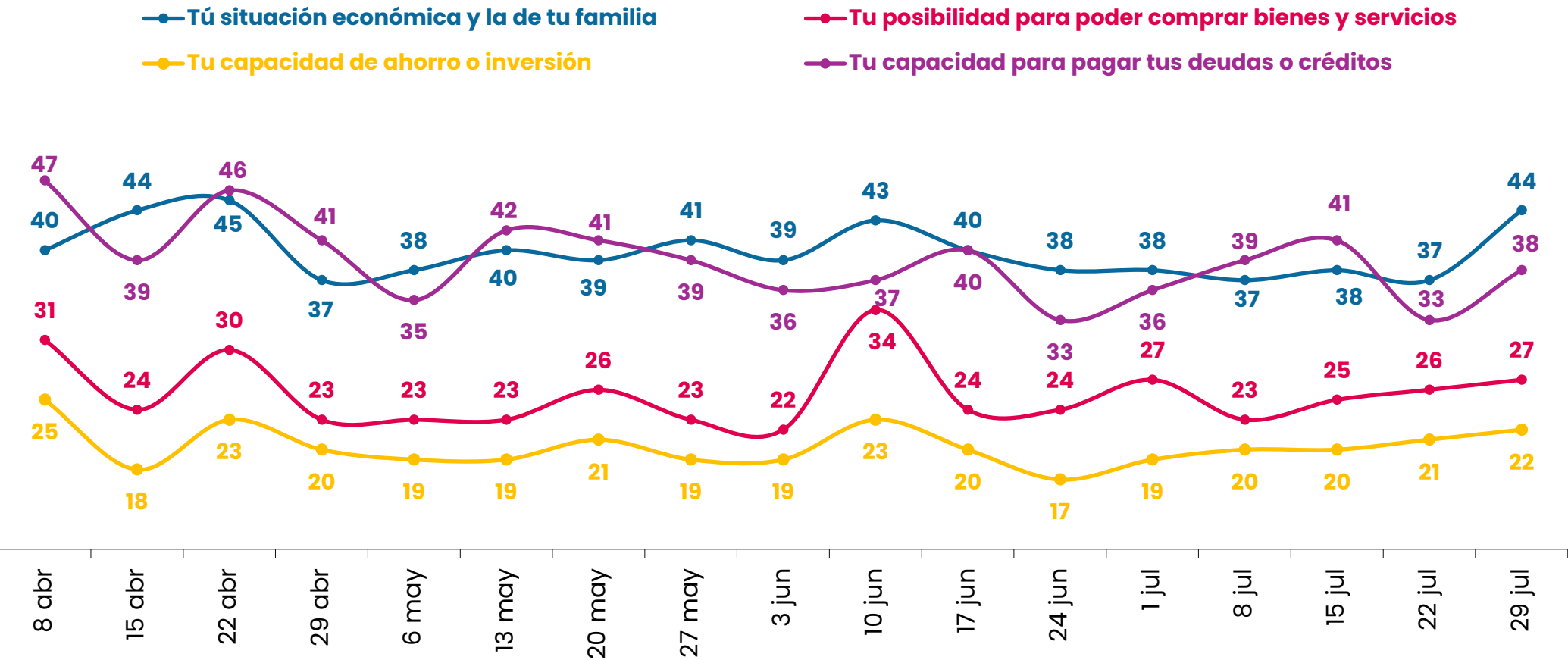
Mejora la satisfacción con la situación
económica personal y familiar alcanzando un

44% de evaluaciones positivas

→ Junto con lo anterior, mejora la posibilidad de pagar deudas o créditos (+5 ptos.) y se mantienen estable la evaluación de poder comprar bienes y servicios (+1 pto.).

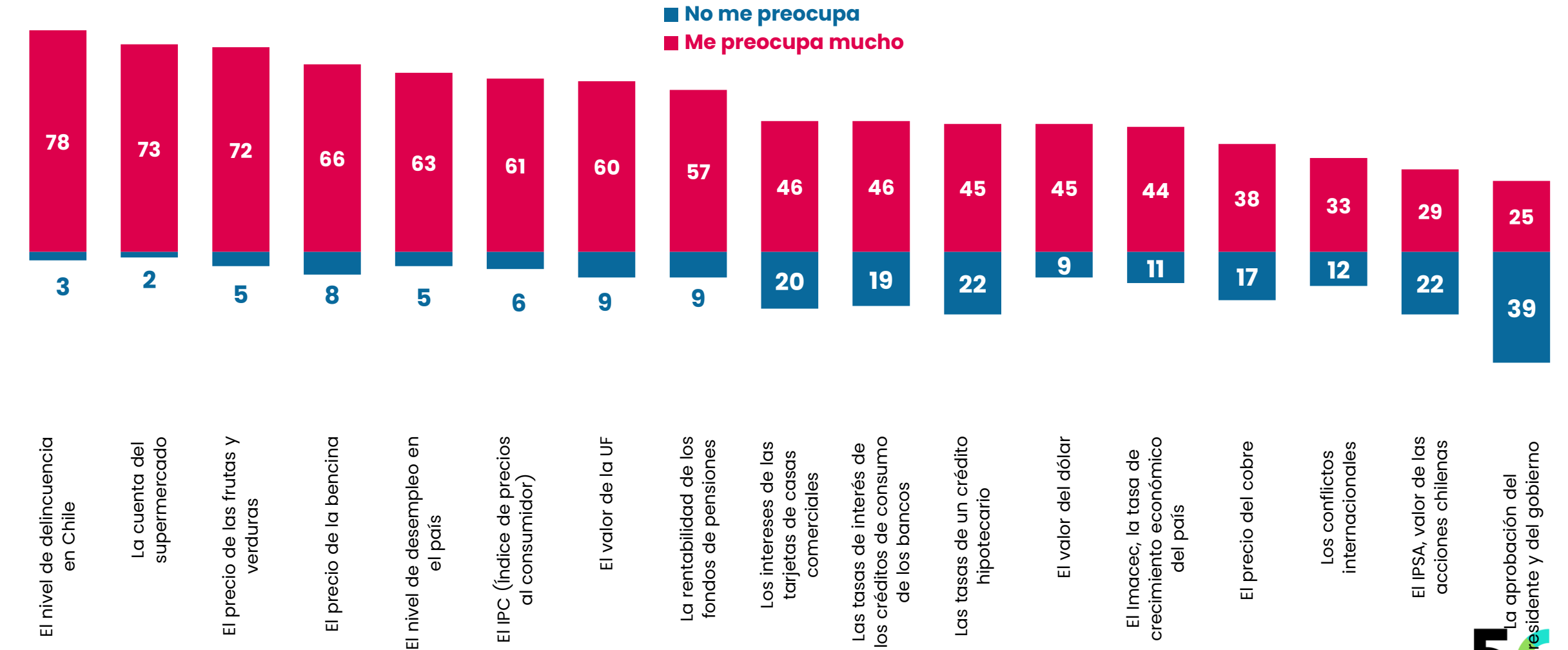
EXPECTATIVAS DE CONSUMO

En una escala de 1 a 7, ¿cómo calificarías la situación...? % Notas 6 y 7



TEMAS QUE GENERAN PREOCUPACIÓN

¿Cuánto te preocupan los siguientes temas? %

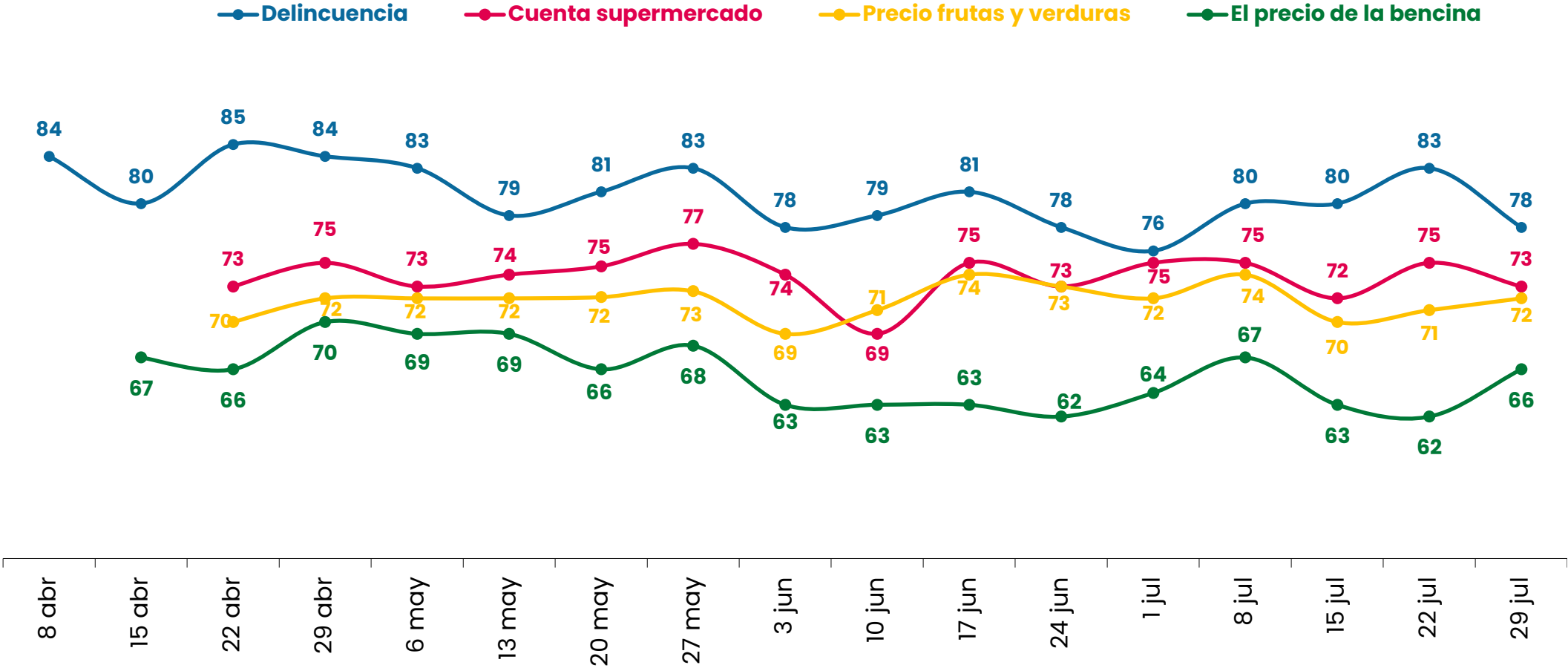


Casos: 700

*100% se completa con alternativas “Me preocupa algo” y “No sé, prefiero no responder”

EVOLUCIÓN TEMAS QUE GENERAN PREOCUPACIÓN

¿Cuánto te preocupan los siguientes temas? % Me preocupa mucho



Clientes

03



Compra online mantiene tendencia a la

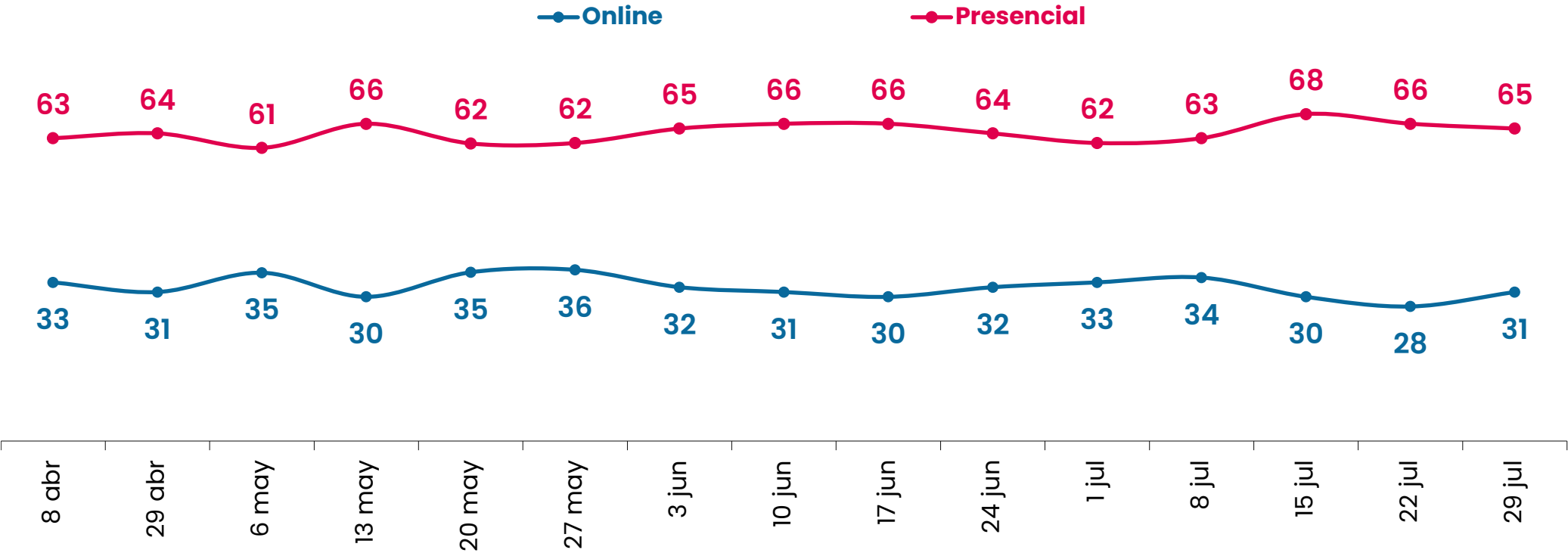
baja llegando a **46%** su nivel más

bajo desde abril

→ **Webpay** (26%) y **Mercado Libre** (19%) mantienen su liderazgo como plataformas de pago y compra respectivamente. Además de la atomización, se observa poco dinamismo en estos canales y en la entrada de nuevos competidores que se posicionen como plataformas de compra y pago.

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? %

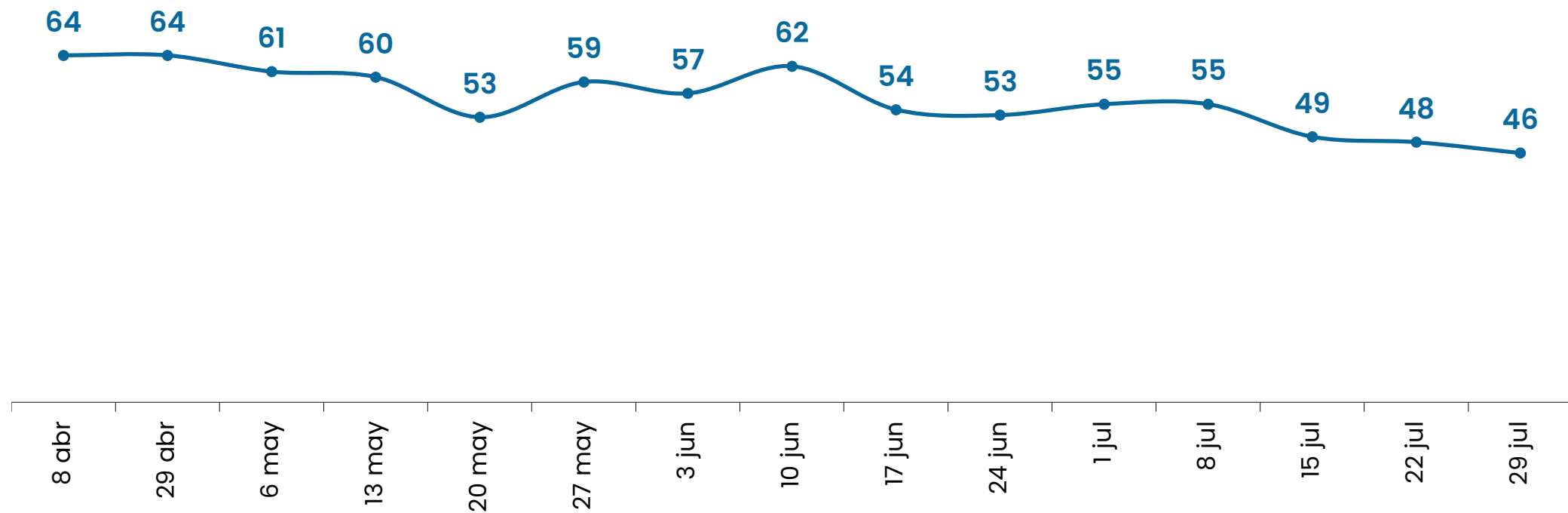


Casos: 700

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

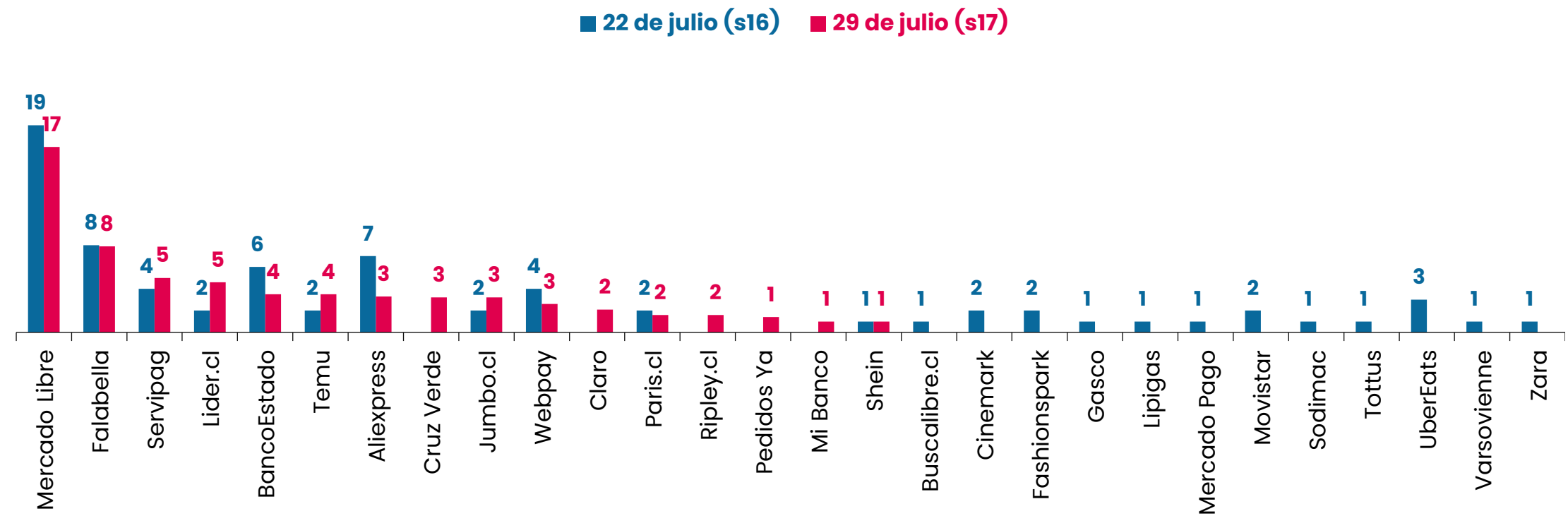
COMPRA ONLINE EN LA ÚLTIMA SEMANA

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



PLATAFORMA DE COMPRA ONLINE

¿En qué plataforma compraste? % Espontánea

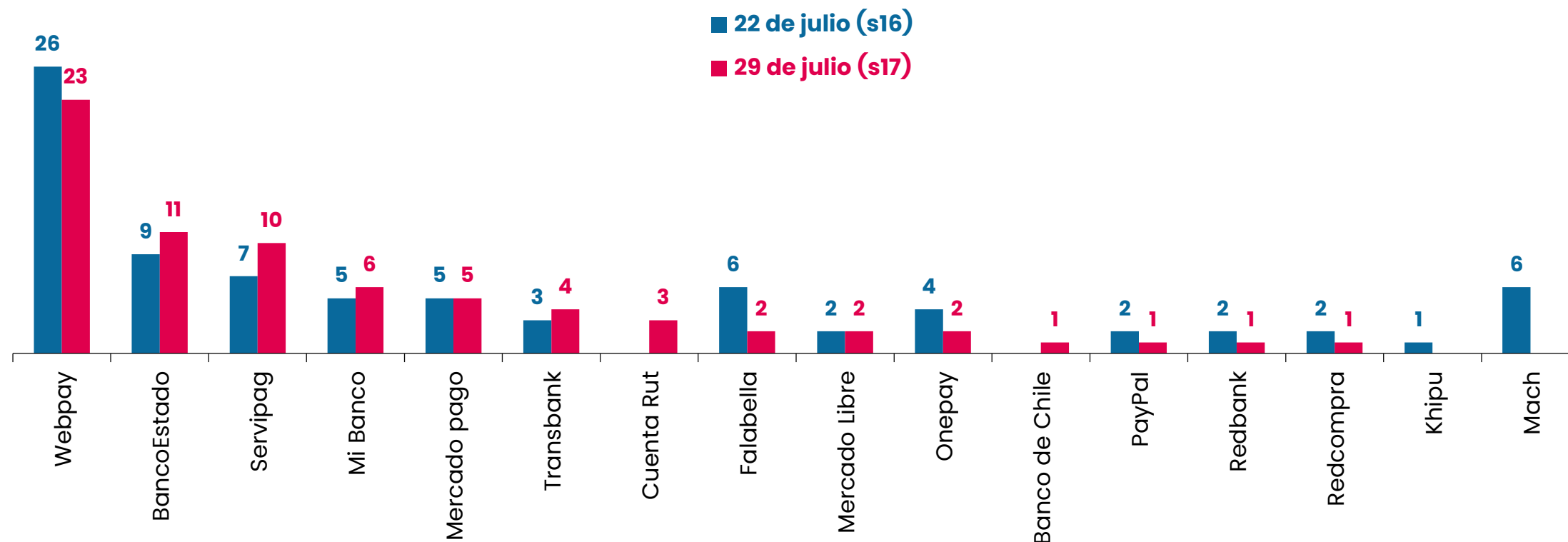


Casos: Entre quienes compraron o pagaron algo de manera online durante los últimos 7 días s16 N=336; s17 N=319

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

PLATAFORMA DE PAGO ONLINE

¿A través de qué plataforma pagaste? % Espontánea



Casos: Entre quienes compraron o pagaron algo de manera online durante los últimos 7 días s16 N=336; s17 N= 319

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

Comunicación

04



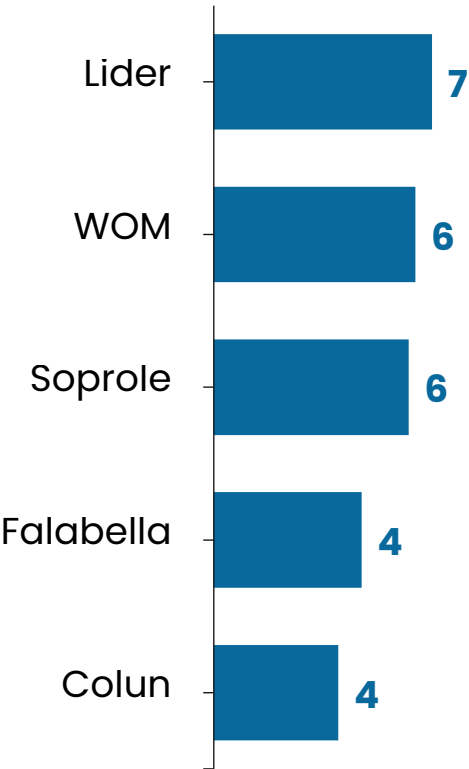
Después de 11 semanas, **Lider** vuelve a encabezar **el recuerdo publicitario** con el

7% de las menciones

- Pese a que la marca se mantenía en el Top5, no lideraba desde el 13 de mayo. **WOM** ocupa el segundo lugar, con el 6%.
- En marcas relevantes, **Colún** lidera con un 16%, seguido de **Soprole** con el 13%.
- Si bien se observa bastante estabilidad en las marcas que ocupan los primeros 10 puestos en ambos rankings, el liderazgo de recuerdo publicitario es más dinámico que el de marcas relevantes.

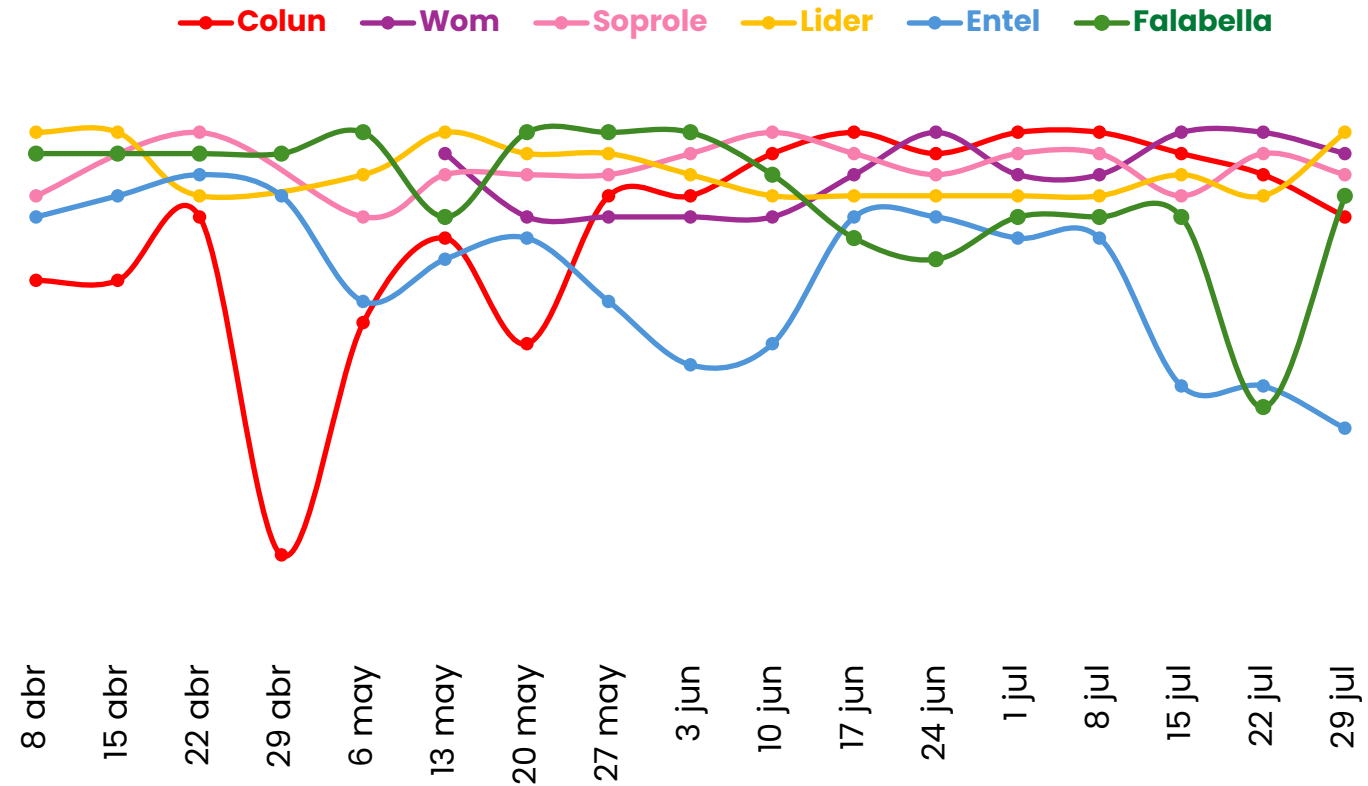
PUBLICIDAD MEMORABLE: TOP 5

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



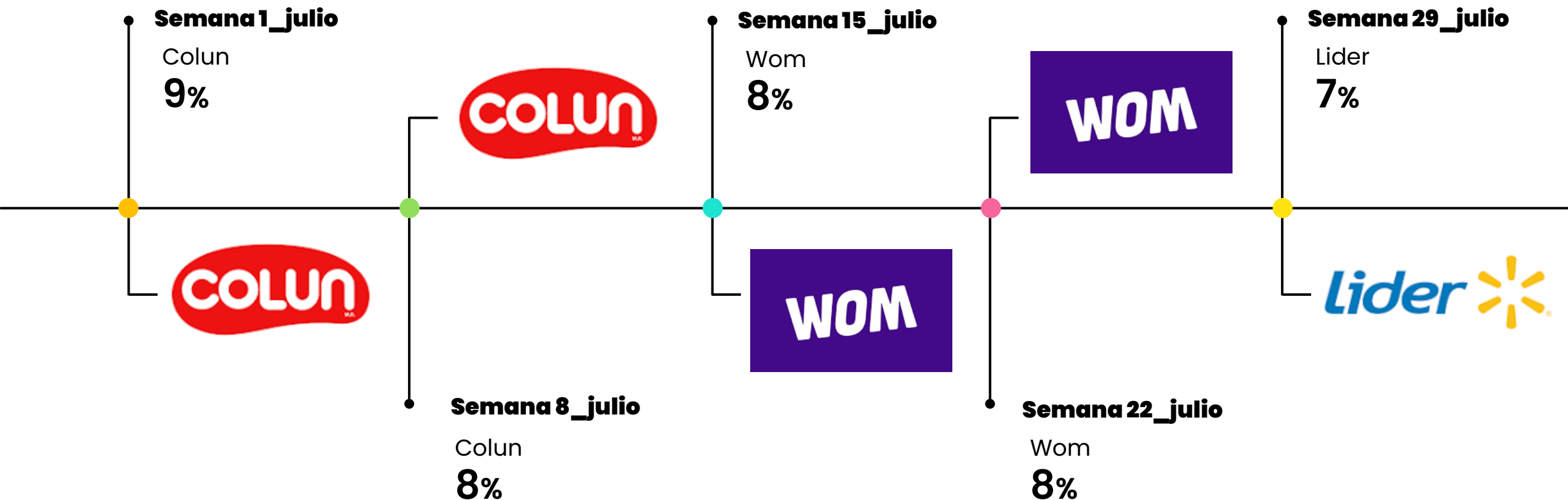
Casos: 700

Evolución en ranking de posición



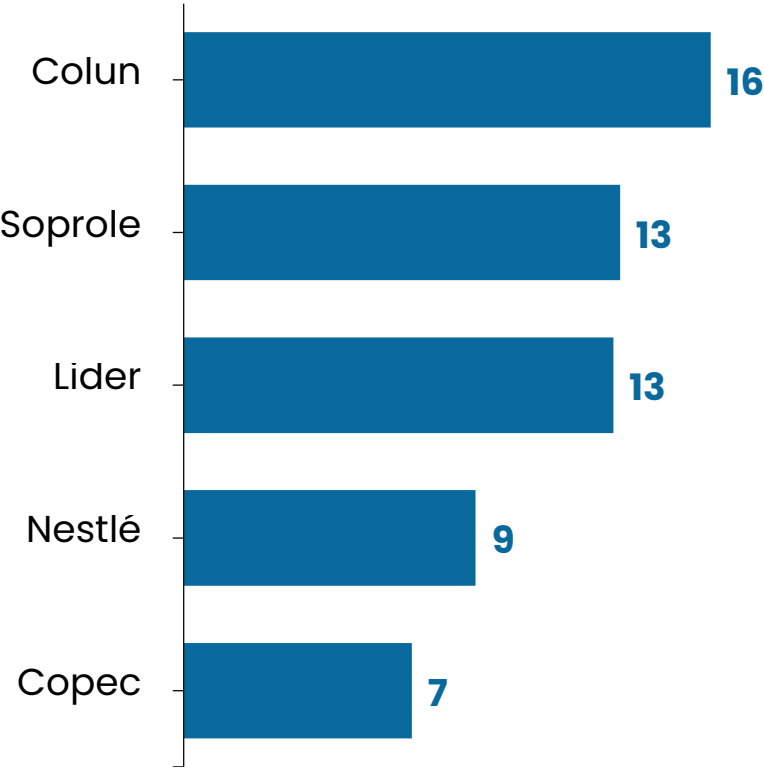
EVOLUTIVO: PUBLICIDAD MEMORABLE

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

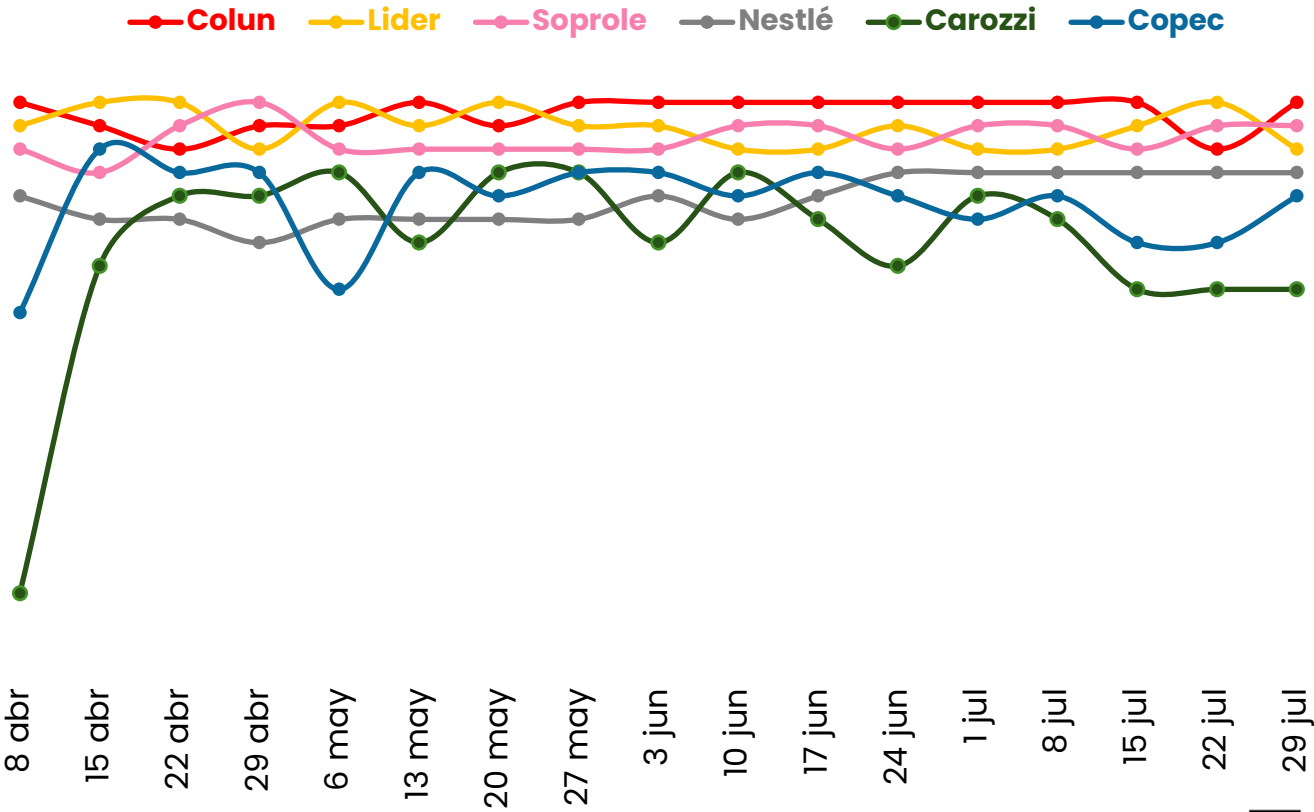


MARCAS RELEVANTES: TOP 5

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

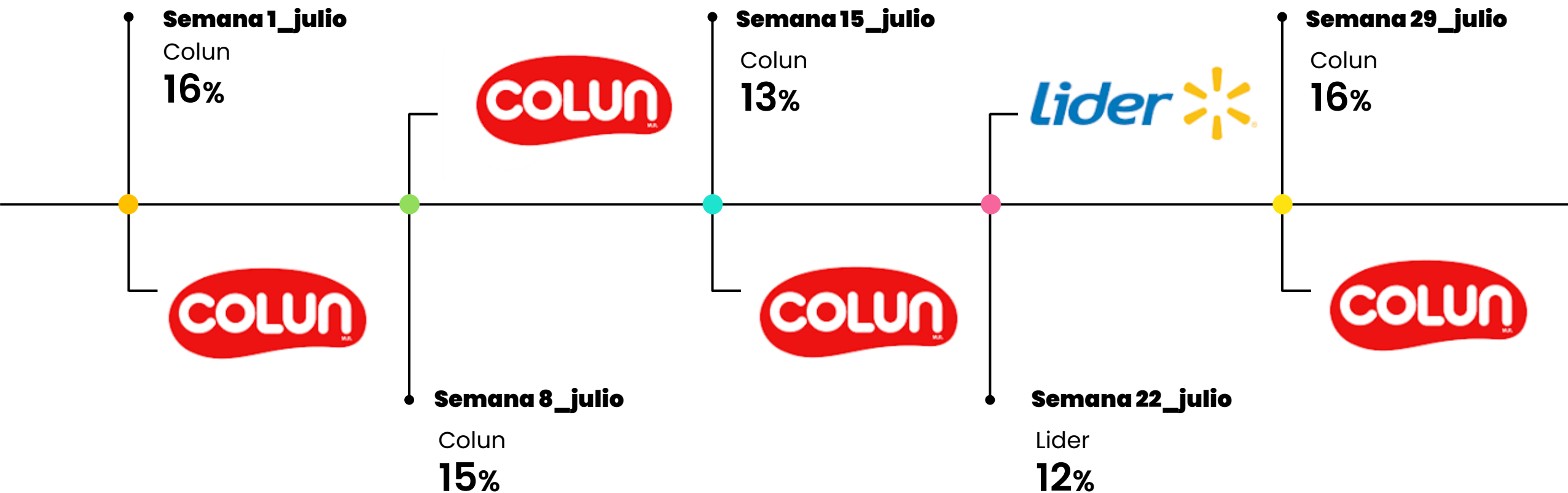


Evolución en ranking de posición



EVOLUTIVO: MARCAS RELEVANTES

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



Coyuntura: Limpieza del hogar

05



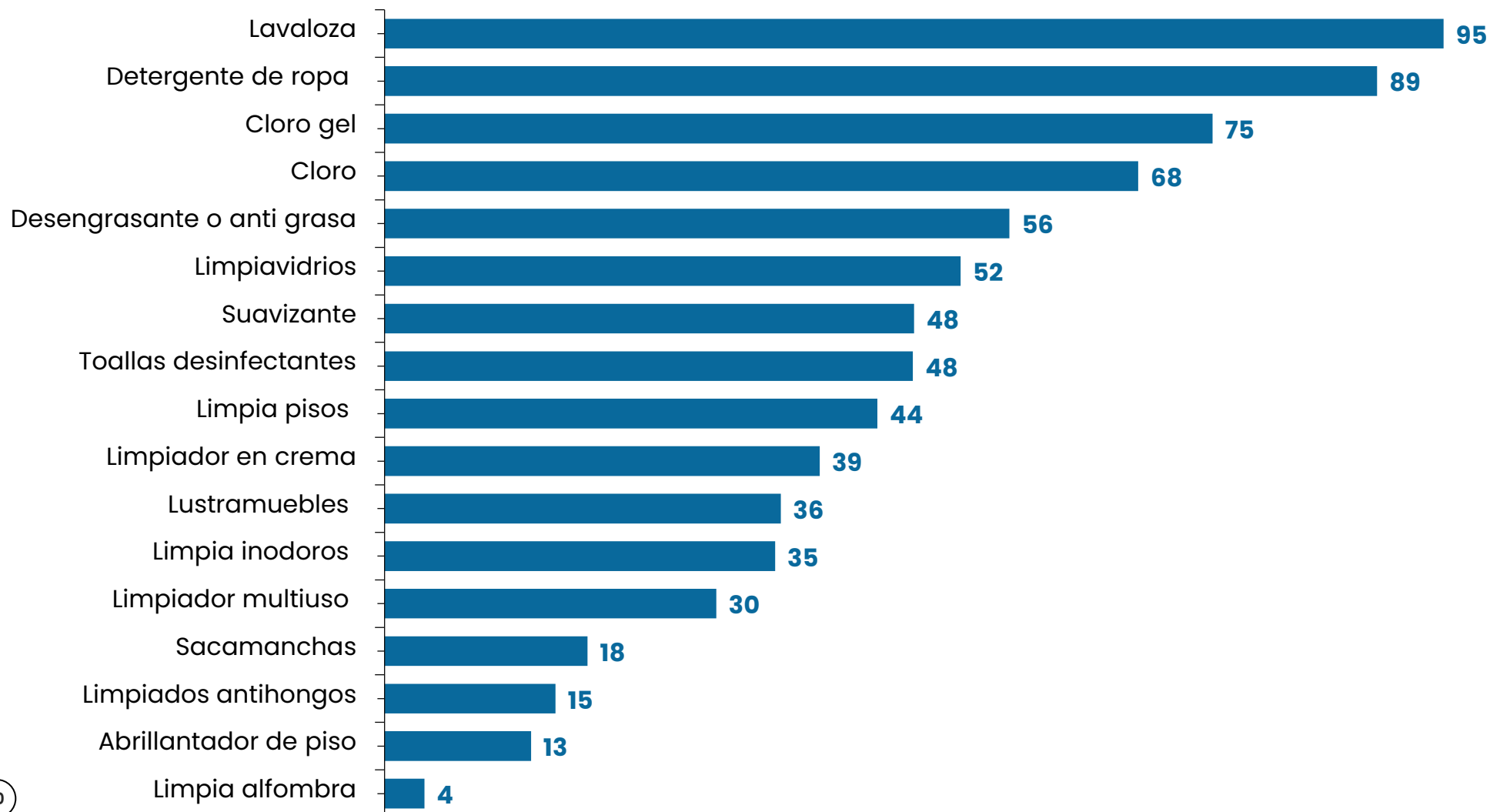
El **lavaloz** es el producto de limpieza más usado (**95%**), pero **Clorox** es la marca favorita con un **22%** de menciones

- Los productos de limpieza demuestran ser una categoría **conservadora**: casi la mitad de las personas (47%) declara comprar siempre el mismo producto de limpieza, y solo el 8% declara que le gusta probar nuevas marcas de productos de limpieza.
- Hay solo dos tareas del hogar que, en promedio, no son realizadas por mujeres: sacar la basura (55%) y arreglar el jardín (37%), tareas que caen en manos de los hombres. Las tareas de los hijos son principalmente poner la mesa (36%) y hacer la cama (30%).
- **Alarmante**: un 21% no lava la ropa interior después de usarla. Un 57% lava las chaquetas solo cuando tienen manchas o mal olor, siendo la categoría de ropa que se lava con menos frecuencia.

USO PRODUCTOS DE LIMPIEZA

Del siguiente listado de productos de limpieza y aseo, ¿cuáles usas o usan en tu casa?

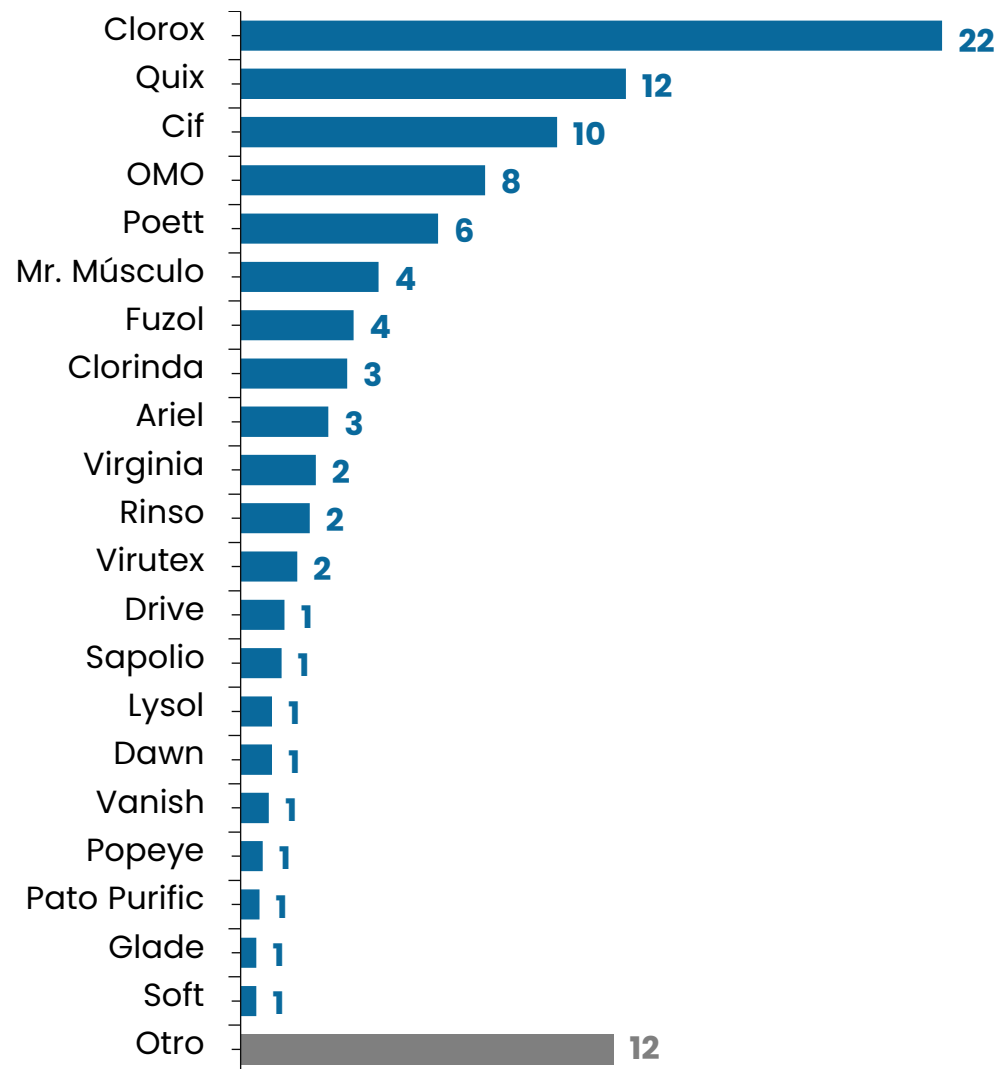
% Múltiple



Casos: 700

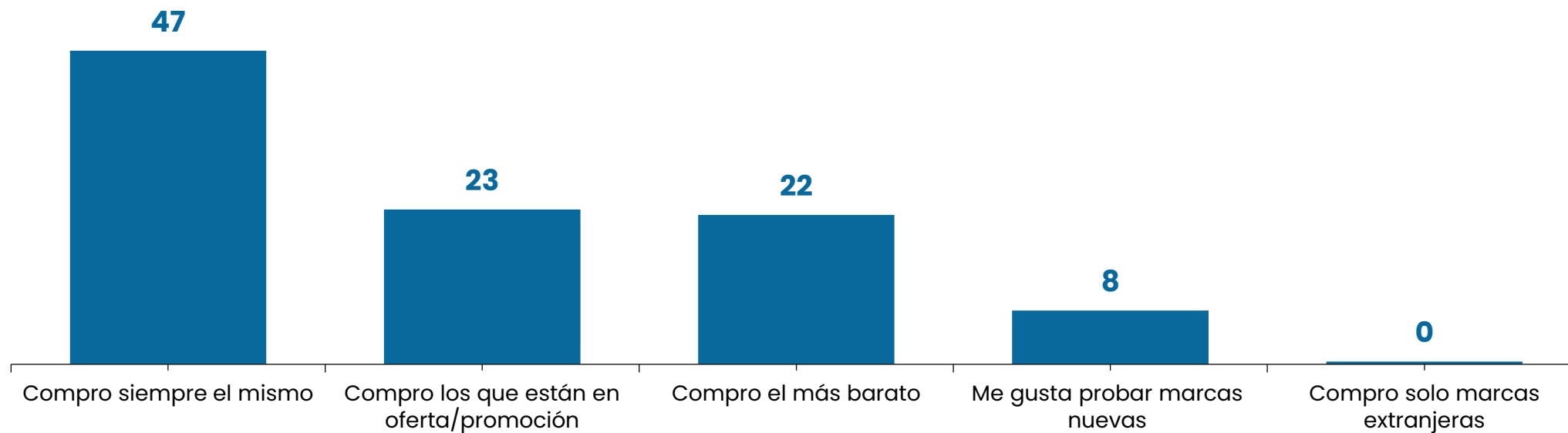
MARCA DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA FAVORITA

De las marcas de productos de limpieza de hogar, ¿cuál es tu favorita? %



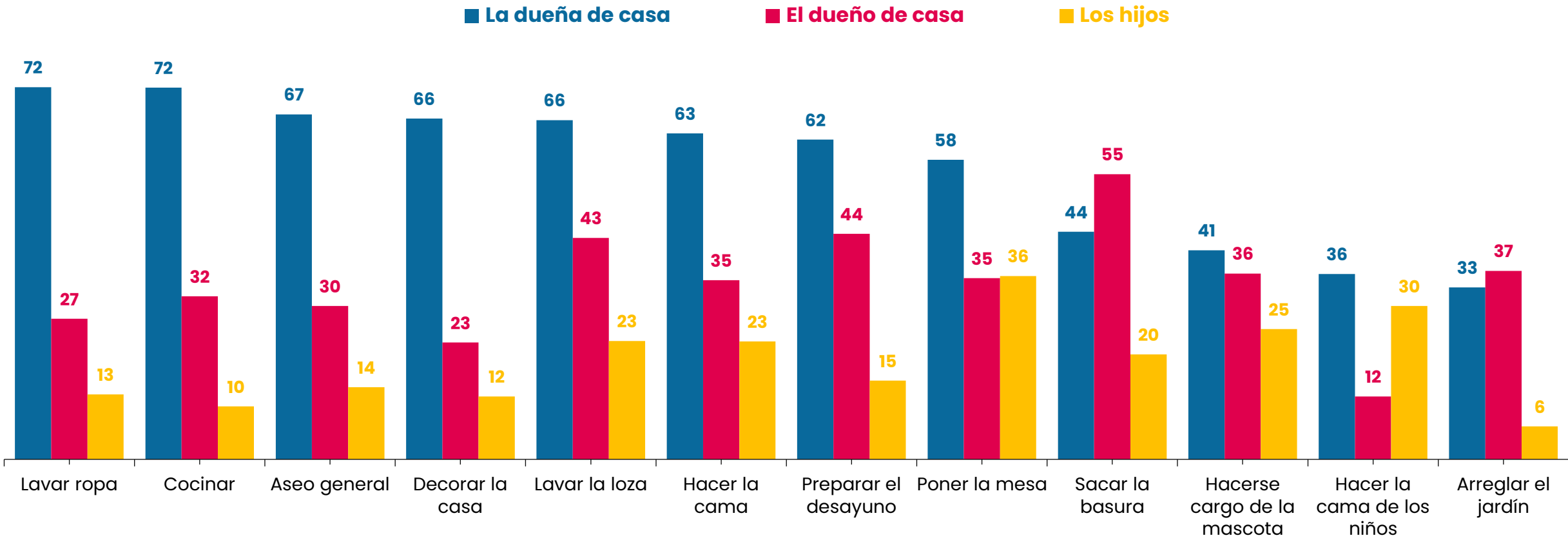
DRIVERS DE ELECCION DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA

Pensando en las marcas de productos de limpieza, ¿qué alternativa se acerca más a la forma en que compras y eliges los productos? %



DISTRIBUCIÓN DE LAS TAREAS DEL HOGAR

Pensando en las tareas domésticas, ¿podrías decirme quién o quiénes realizan las siguientes tareas en tu hogar? % **Múltiple**



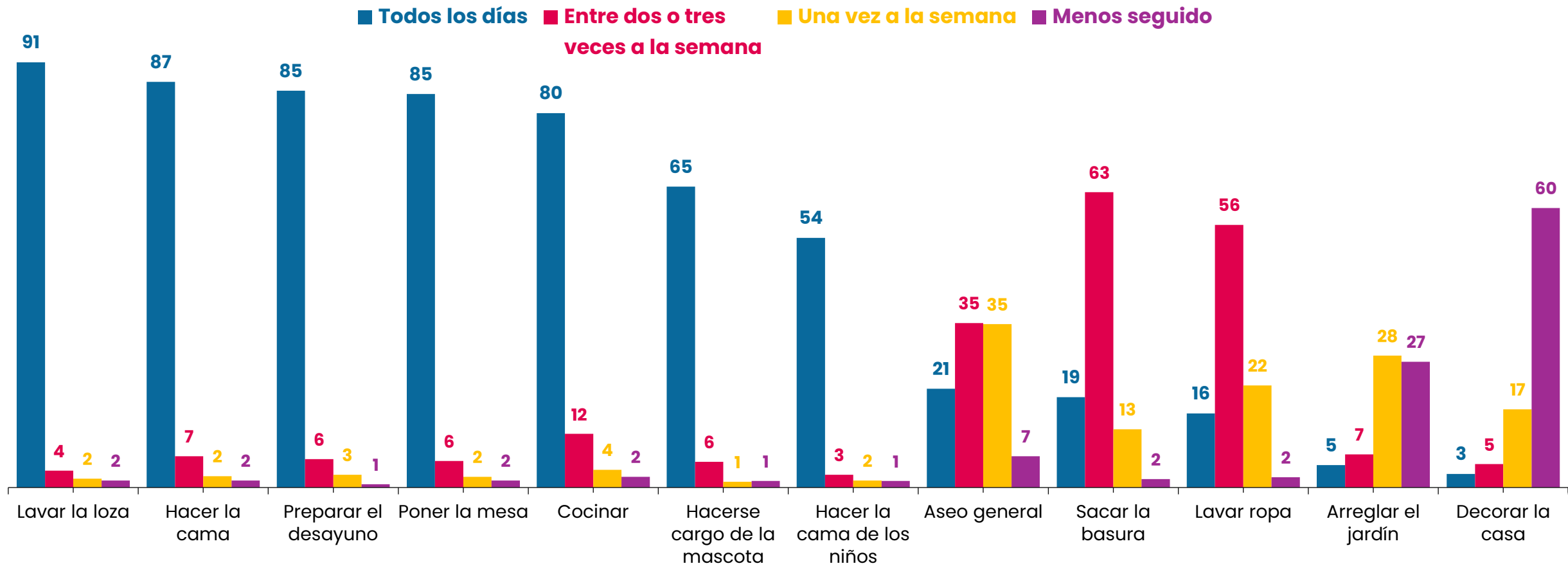
Promedio de horas semanales dedicadas a tareas del hogar:
27,6

Casos: 700

*100% se completa con alternativa "Otros" y "No aplica"

FRECUENCIA DE LAS TAREAS DEL HOGAR

Ahora, ¿podrías decirme cada cuánto tiempo realizan las siguientes tareas en tu hogar?
%

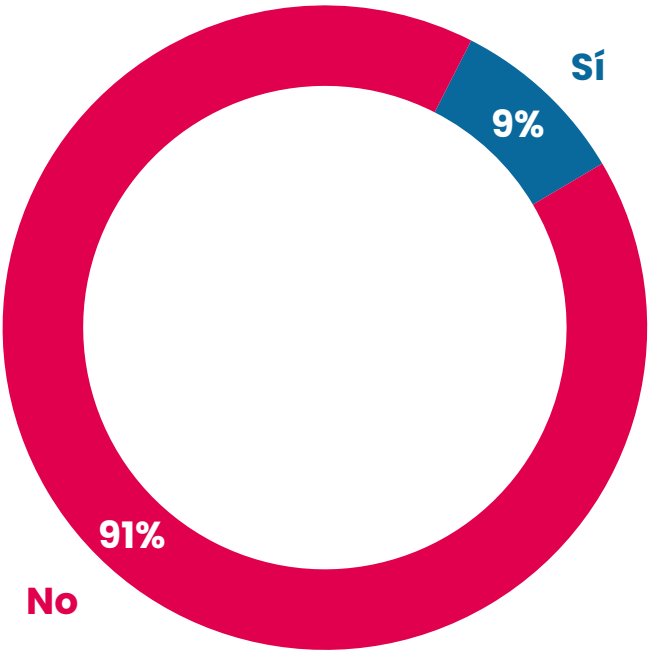


Casos: 700

*100% se completa con alternativa "No aplica"

SEGUIMIENTO DE INFLUENCERS PARA ORDENAR

¿Sigues algún Influencer o buscas tips para ordenar, limpiar y almacenar tus cosas del hogar? %



Casos: 700

De los deportes olímpicos, ¿cuál de ellos es el que más te gusta ver? % **Abierta**

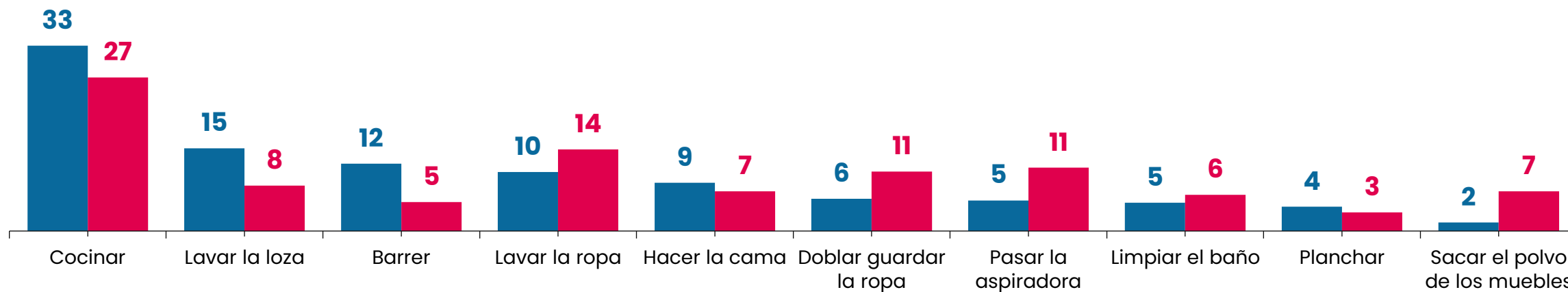


Casos: entre quienes siguen algún Influencer o buscan tips para ordenar N= 64

TAREAS DEL HOGAR FAVORITAS

De las tareas del hogar, ¿cuál es tu favorita? %

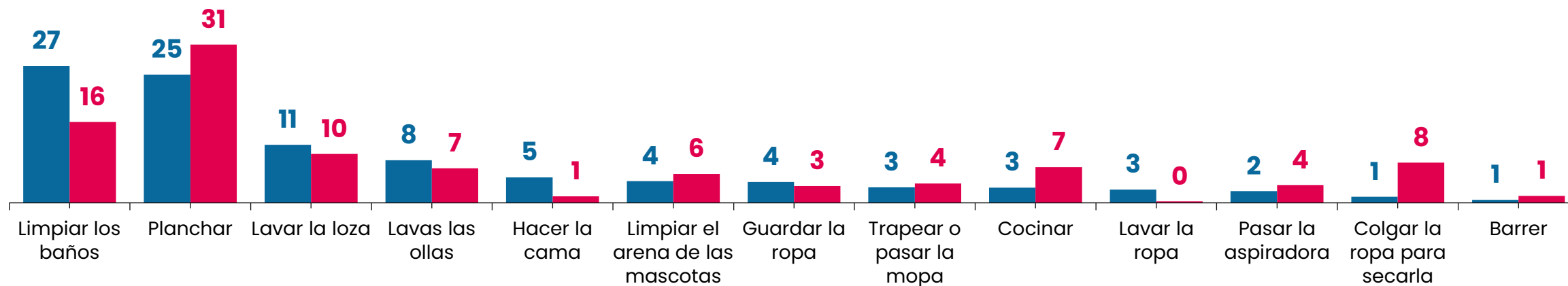
■ Hombre ■ Mujer



TAREAS DEL HOGAR ODIADAS

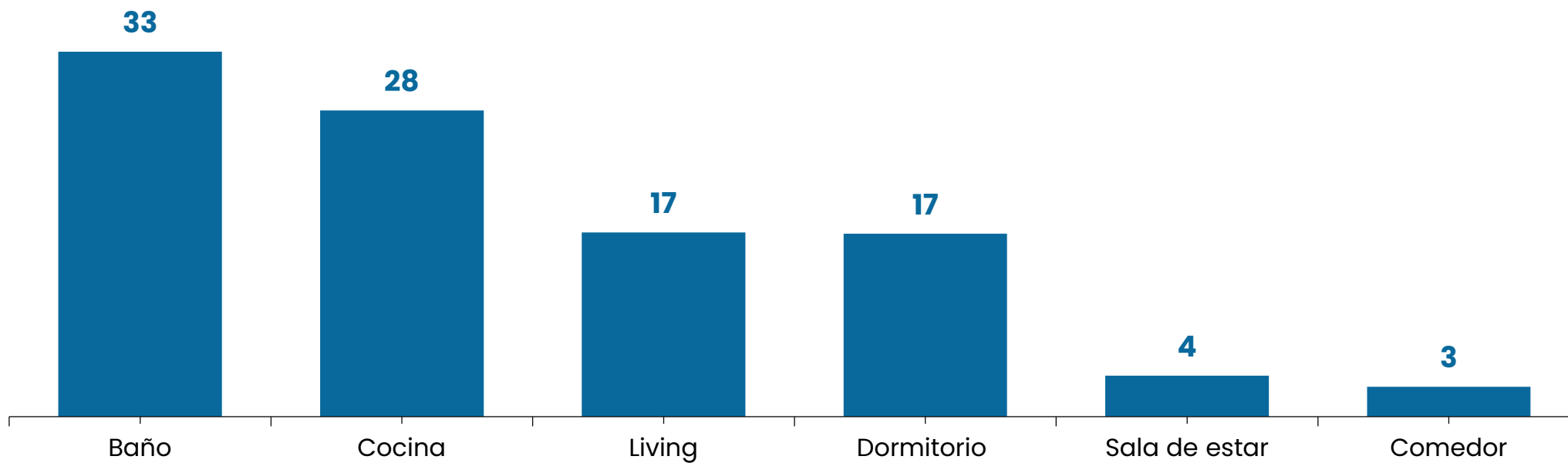
Y ¿cuál es la que menos le gusta realizar? %

■ Hombre ■ Mujer



ESPACIO DEL HOGAR QUE MÁS LE IMPORTA MANTENER LIMPIO

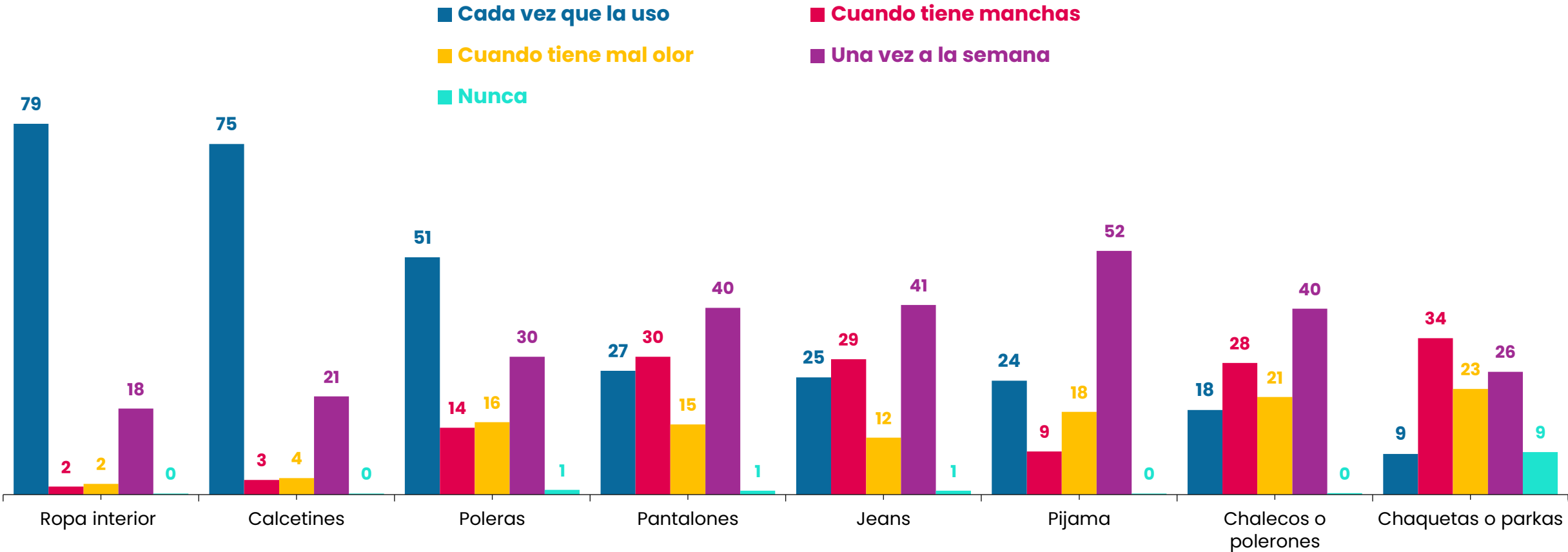
De los espacios de tu hogar, ¿cuál es el que más te importa que esté limpio y ordenado?%



FRECUENCIA CON QUE LAVA LA ROPA

Pensando en la ropa que usas en un día normal, ¿cada cuánto la lavas?

% Múltiple

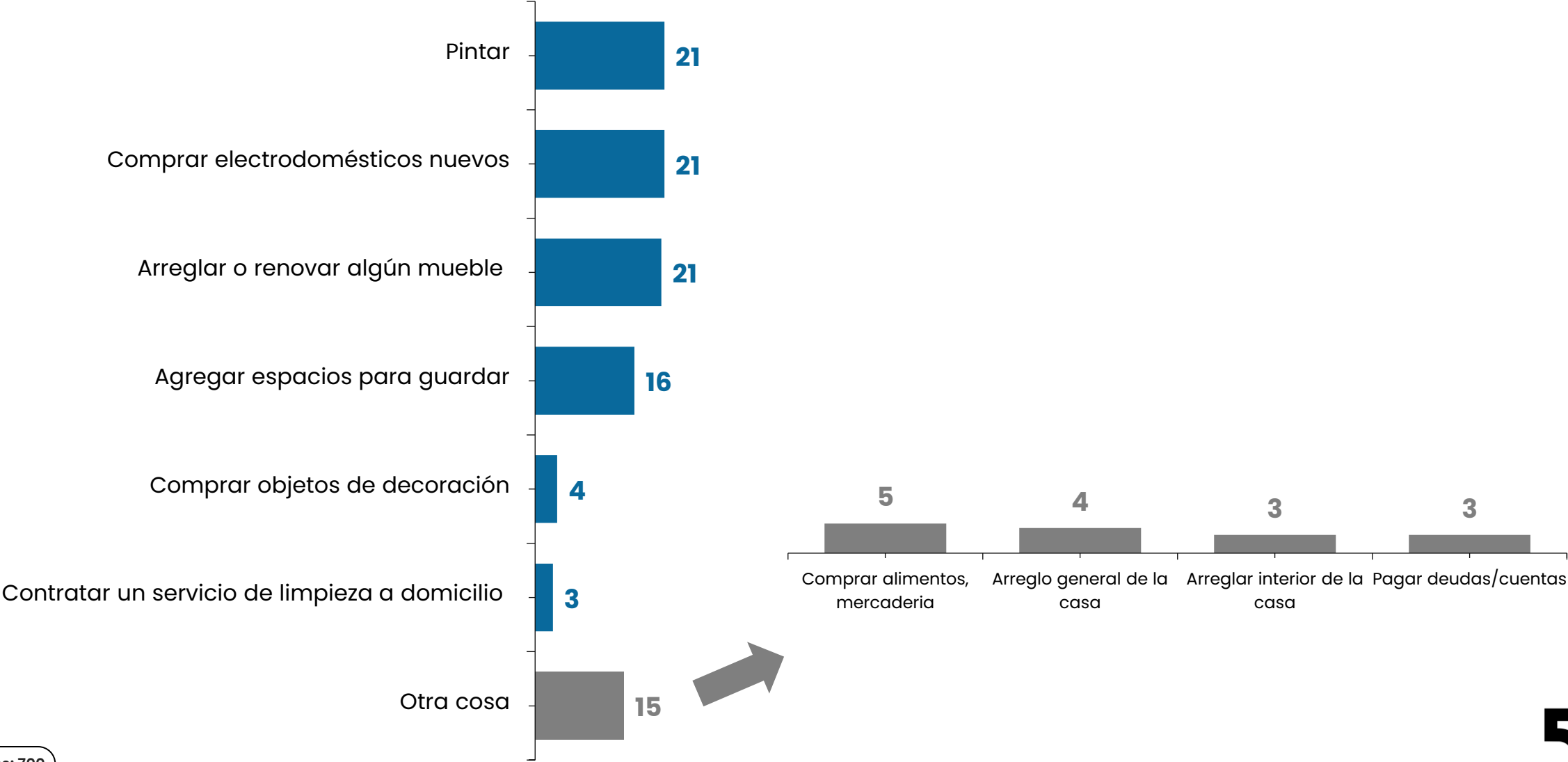


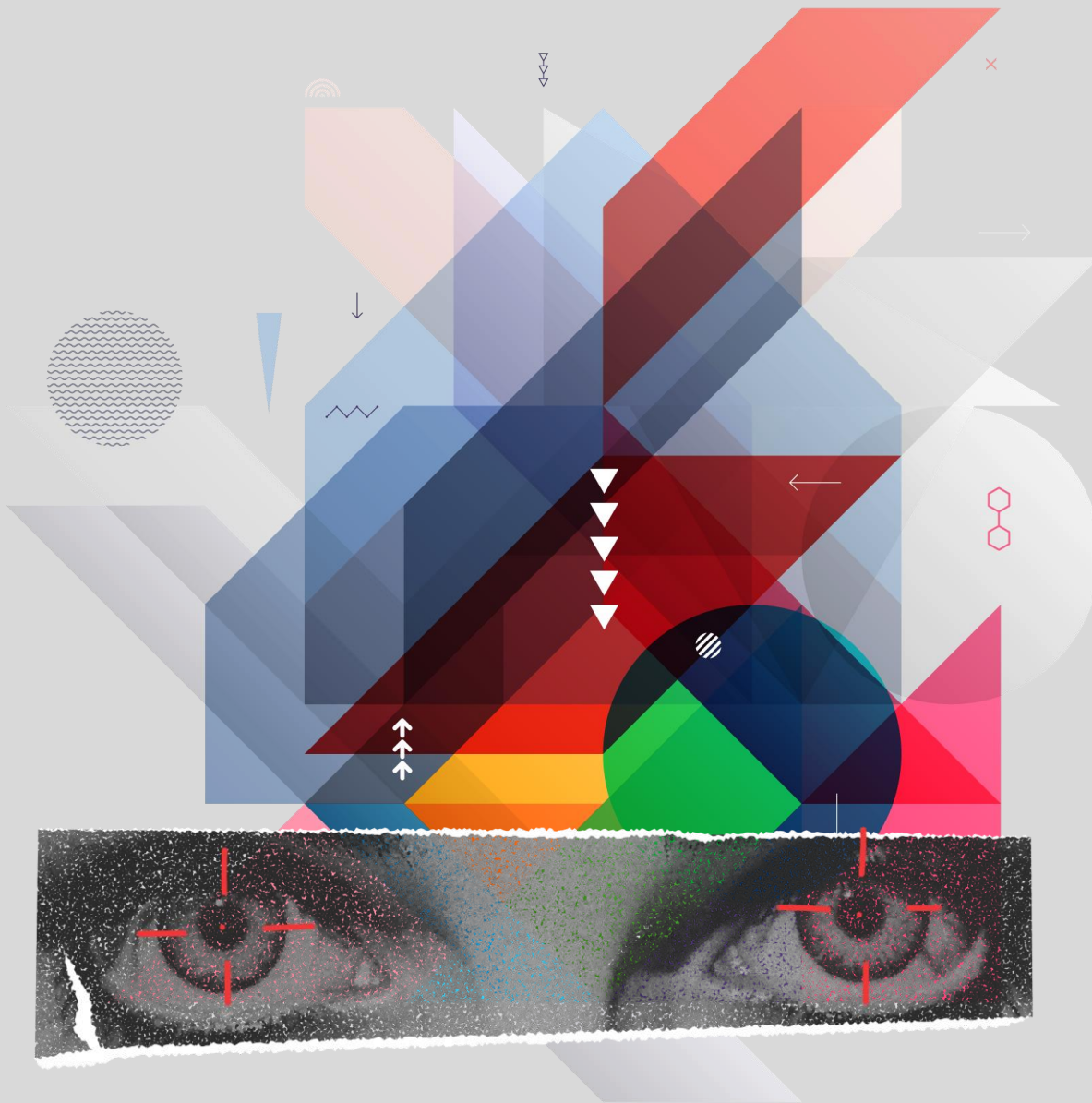
Casos: 700

*100% se completa con alternativa "Otros"

¿QUÉ HARÍAS EN TU HOGAR CON 200MIL?

Si te regalaran \$200.000 pesos que puedes gastar solo en algo para tu casa, ¿qué harías? %





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

www.cadem.cl