

ESTILO DE VIDA, CONSUMO Y
RELACIÓN CON LOS MEDIOS
DE LOS CHILENOS



METODOLOGÍA

DEL CHILESCOPIO

2.300

entrevistas personas de 15 a 80 años
residentes en el Gran Santiago, Gran Valparaíso,
Gran Concepción y las 20 principales ciudades
del país, de los **NSE ABC1 hasta D**.
Los resultados fueron ponderados según la
población real según sexo, edad, GSE
y habitantes de cada ciudad.
Fecha del trabajo de campo:
de mayo a julio de 2016

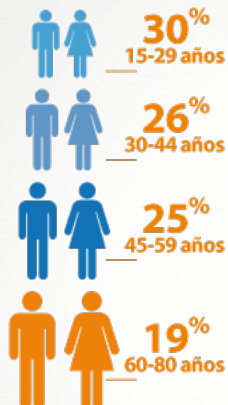


DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA DEL ESTUDIO

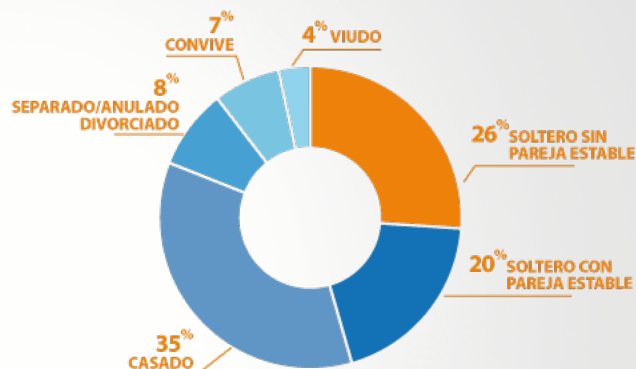
% SEXO



% EDAD



ESTADO CIVIL



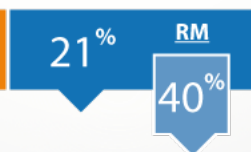
NSE



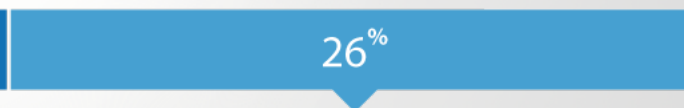
ZONA NORTE



ZONA CENTRO



ZONA SUR



Iquique - Alto Hospicio 3%
La Serena - Coquimbo 4%

Gran Valparaíso 11%
Rancagua - Machalí 5%

Gran Concepción 9%
Temuco - Padre de las Casas 4%
Puerto Montt - Puerto Varas 4%

* Ninguna 20%

ESTUDIO

“Chilescopio 2016”

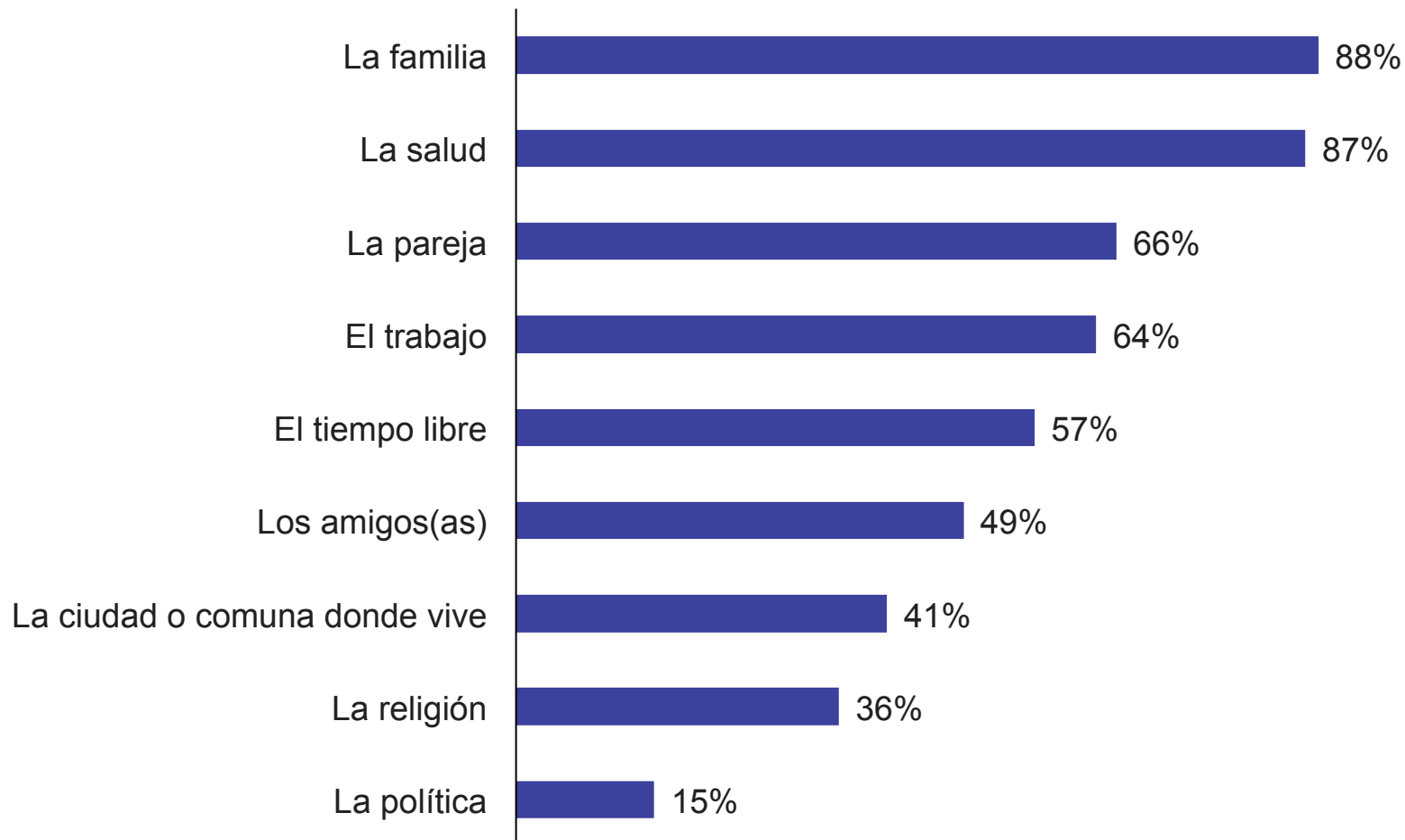


RANKING DE MOTIVACIONES

¿Podría decirme qué tan importantes son en su vida...?

Base: Total entrevistados. N:2.300

% que declara que es extremadamente o muy importante

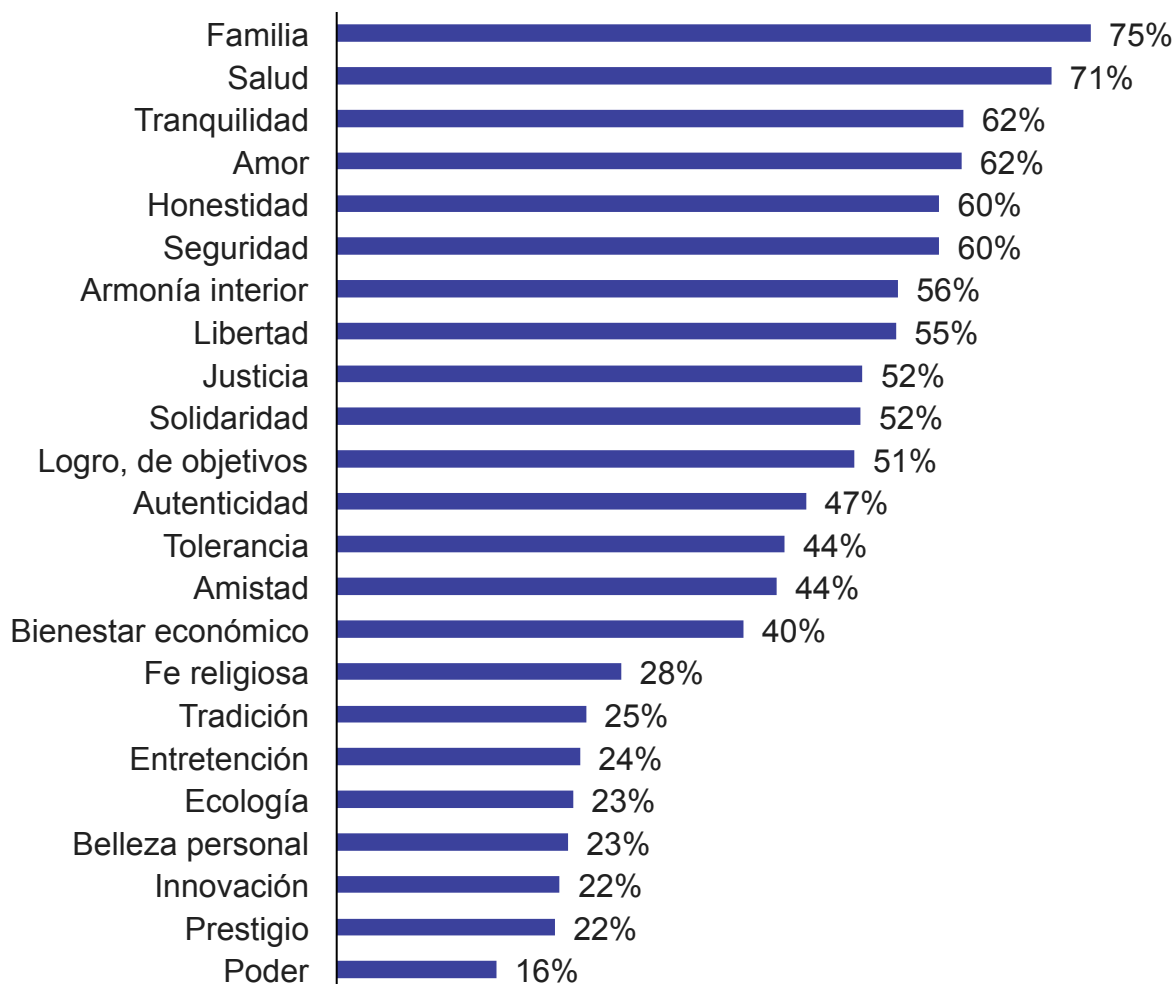


RANKING DE VALORES

¿Qué grado de importancia tienen para usted los siguientes valores...?

Base: Total entrevistados. N:2.300

% que responde que es un valor especialmente importante y esencial en su vida

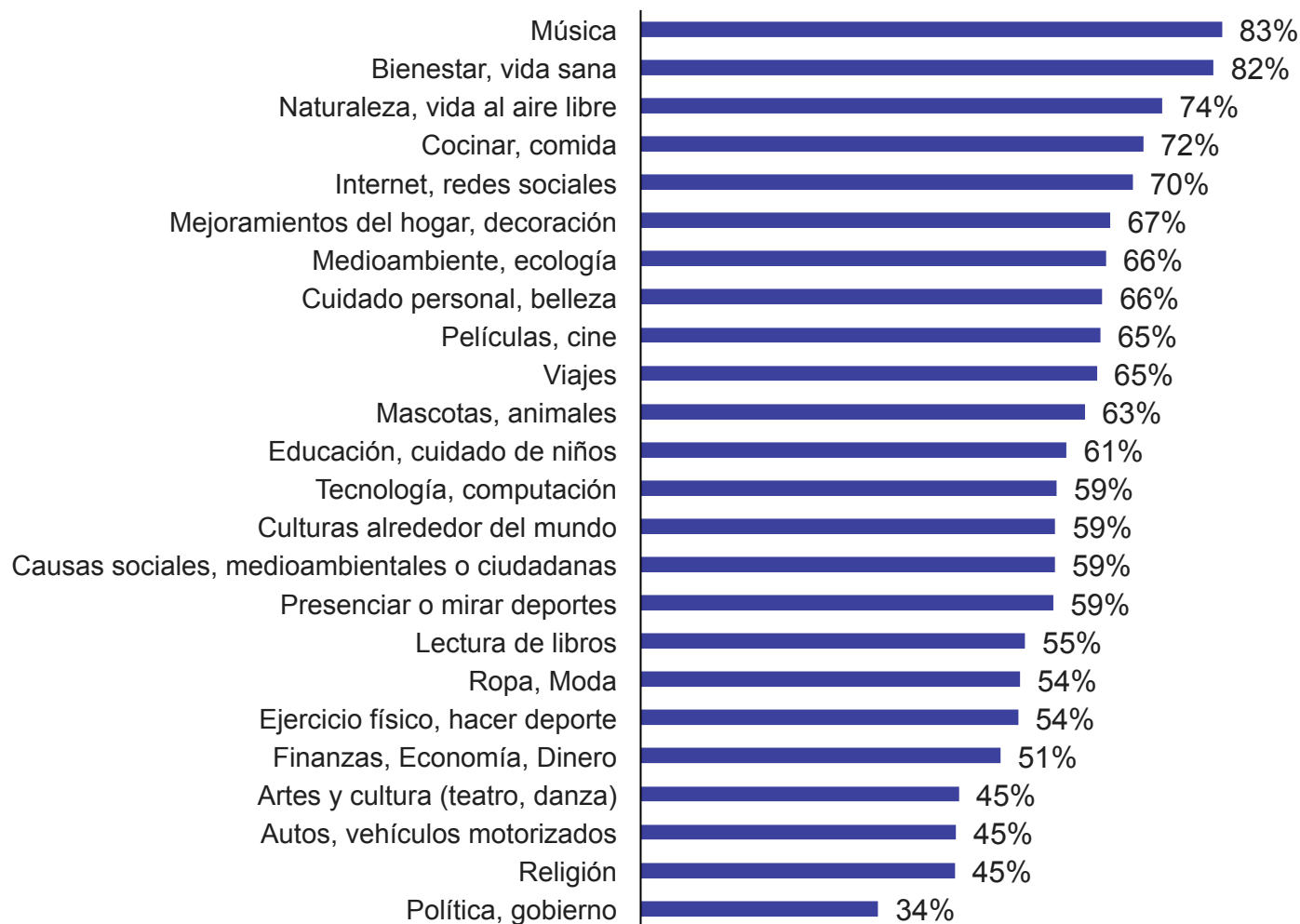


TEMAS DE INTERÉS PERSONAL

¿En cuáles de los siguientes temas usted tiene un importante interés personal?

Base: Total entrevistados. N:2.300

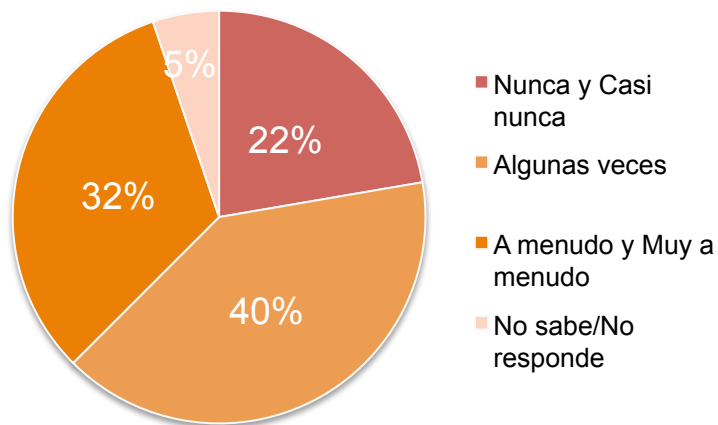
% que responde que le interesa cada tema



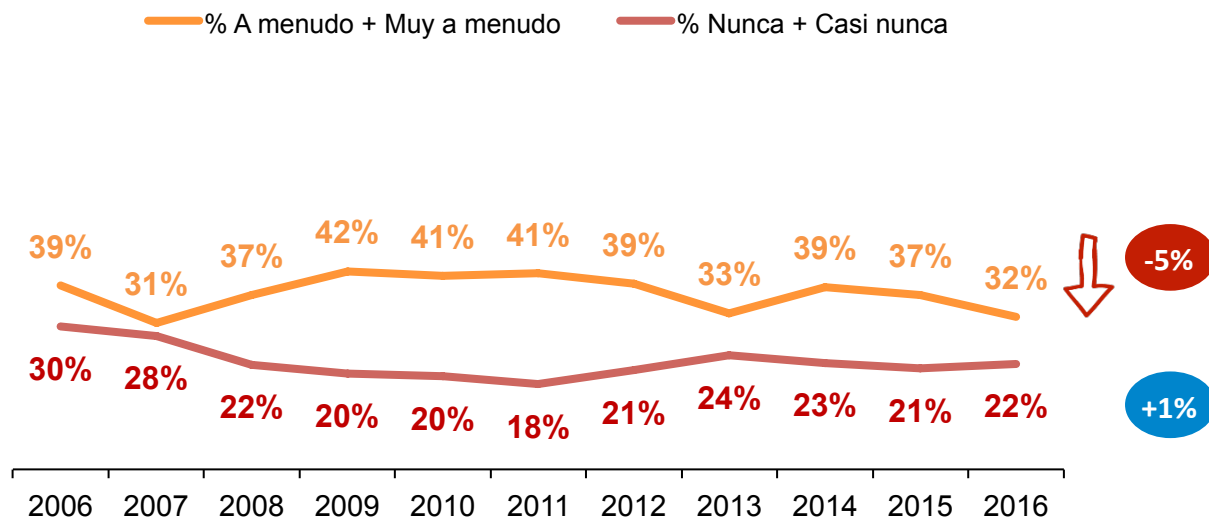
DISPONIBILIDAD DE TIEMPO LIBRE

¿Diría Ud. que, de lunes a viernes, después del trabajo o de cumplir sus obligaciones diarias, tiene tiempo libre?

Base: Total entrevistados. N:2.300



Evolutivo tiempo libre

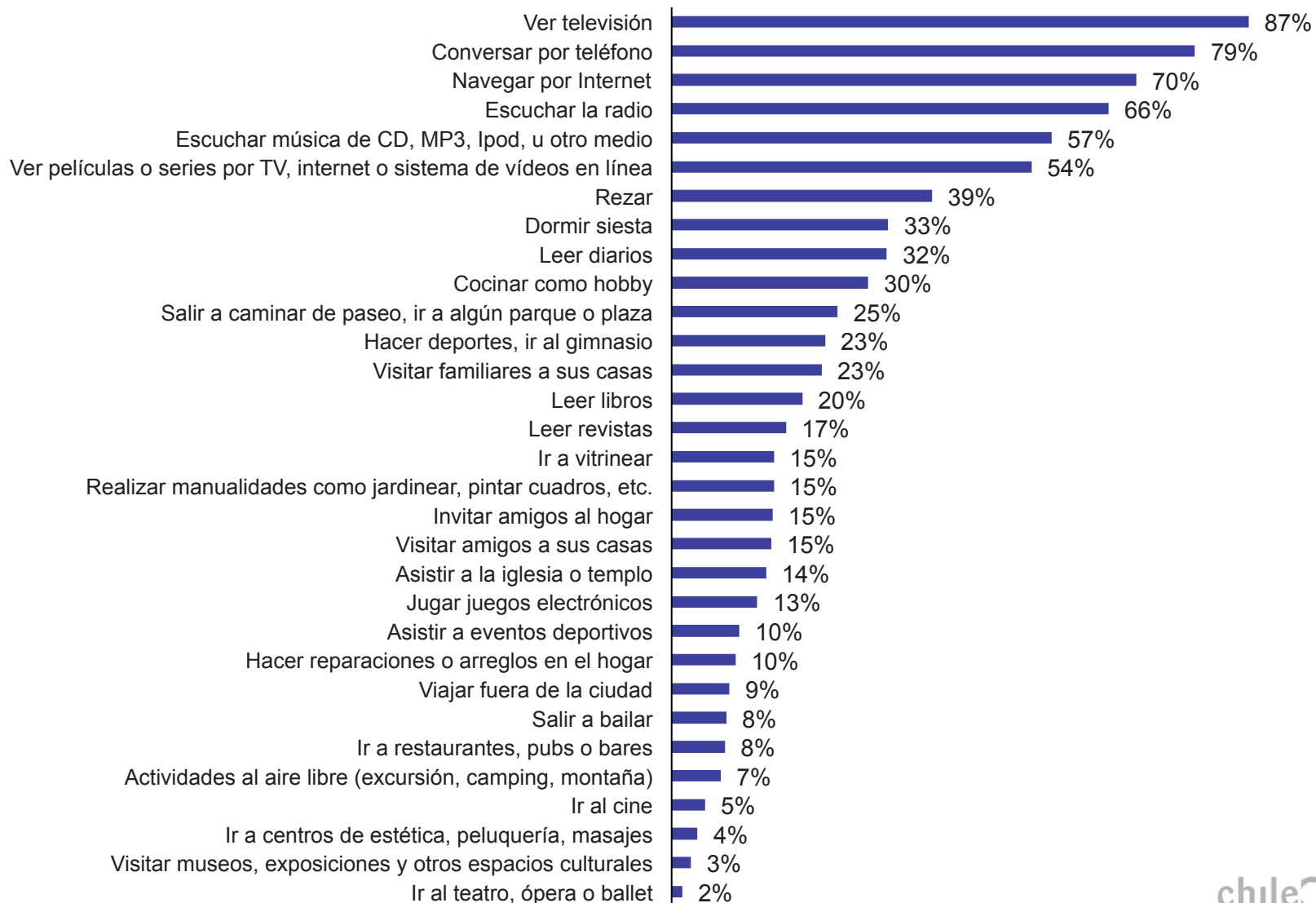


ACTIVIDADES EN TIEMPO LIBRE

¿Aproximadamente con qué frecuencia realiza Ud. las siguientes actividades?

Base: Total entrevistados. N:2.300

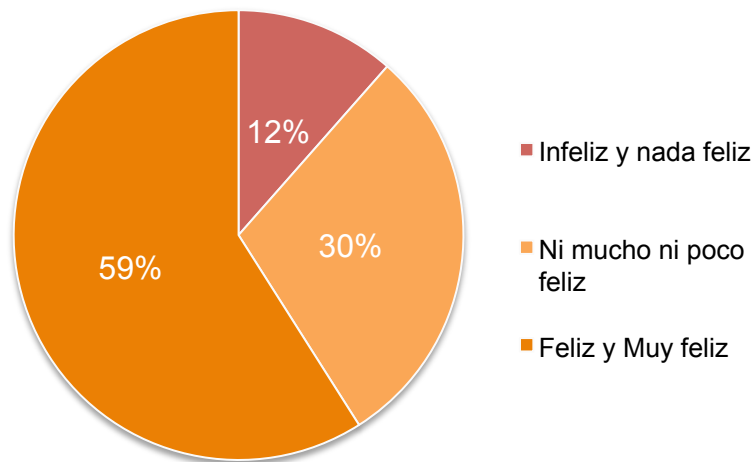
% que dice realizar cada actividad semanalmente o todos los días



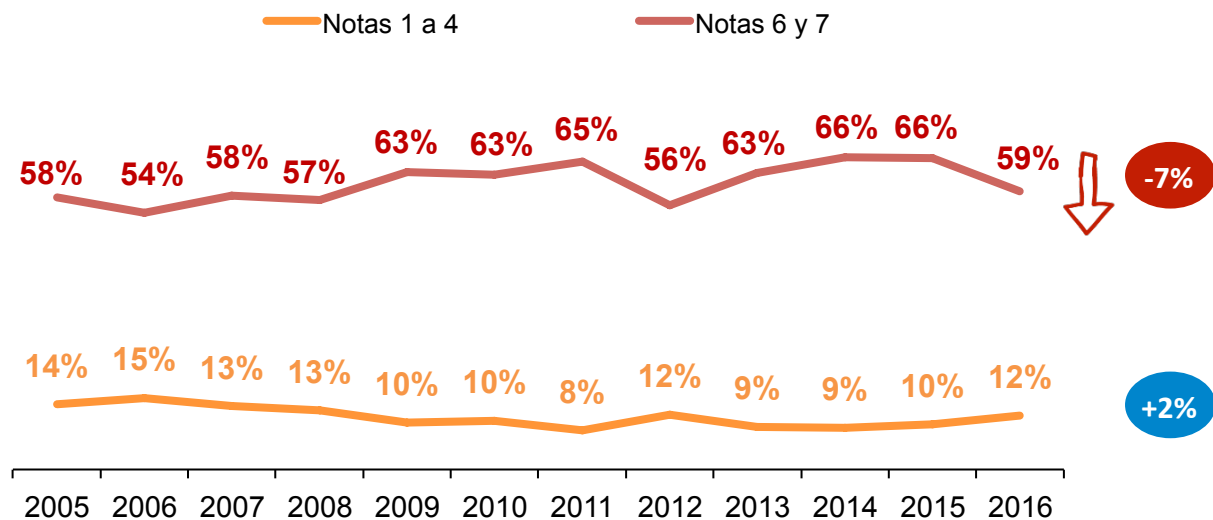
NIVEL DE FELICIDAD CON LA VIDA

¿Cómo diría usted que se encuentra?
Escala de 1 a 7, donde "1" es "Muy infeliz"
y "7" es "Muy feliz"

Base: Total entrevistados. N:2.300



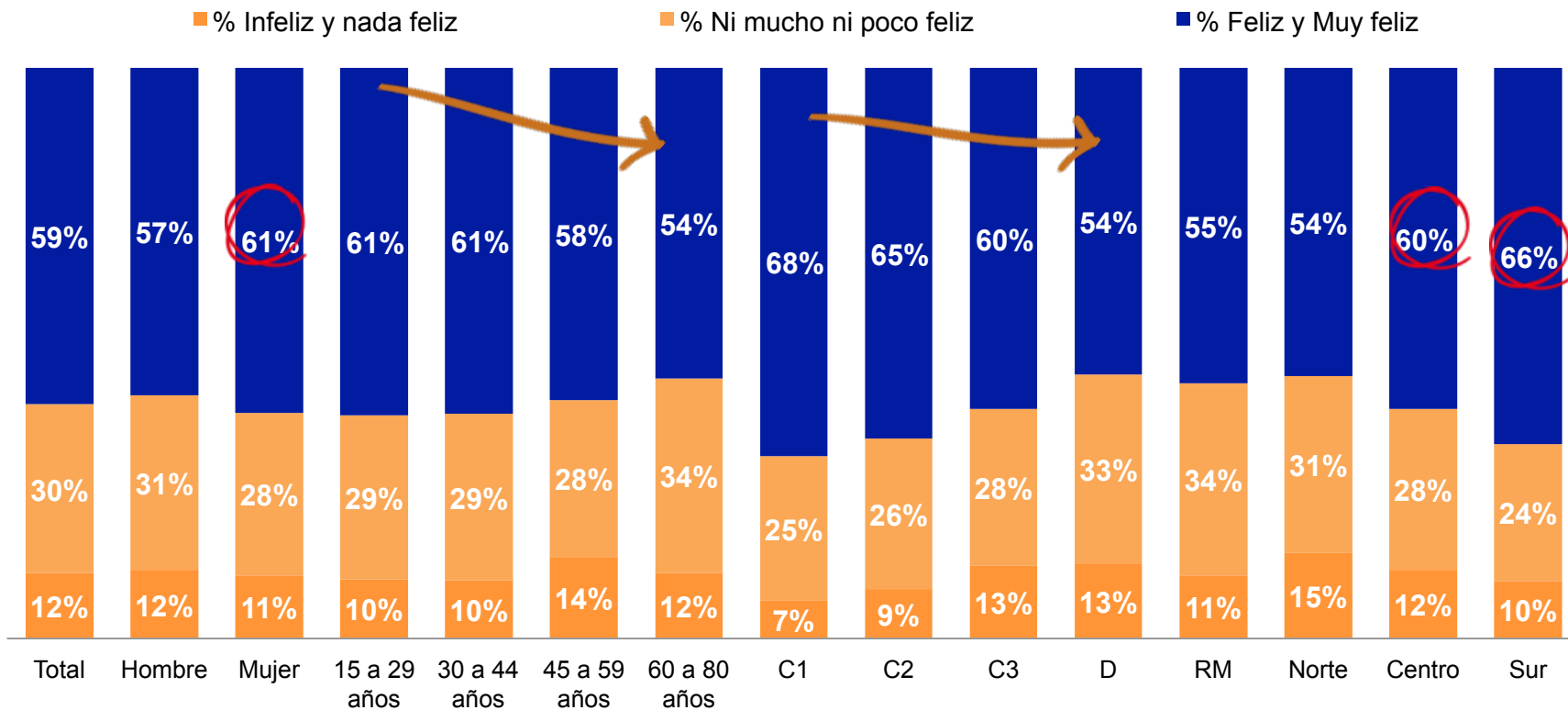
Evolutivo Felicidad con la vida



NIVEL DE FELICIDAD CON LA VIDA

¿Cómo diría usted que se encuentra?
Escala de 1 a 7, donde "1" es "Muy infeliz" y "7" es "Muy feliz"

Base: Total entrevistados. N:2.300

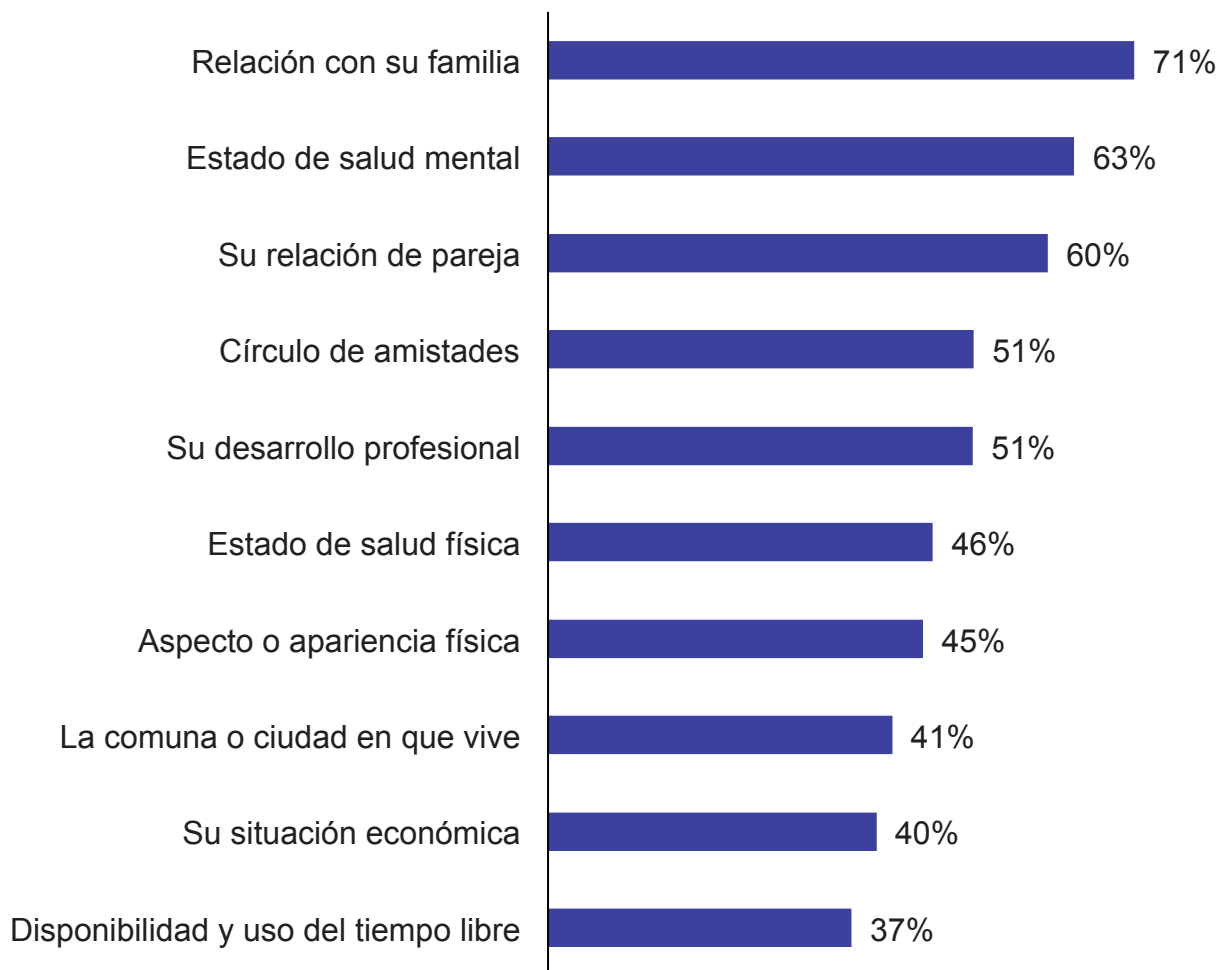


SATISFACCIÓN PERSONAL

¿Qué tan satisfecho se encuentra actualmente con...? Escala de 1 a 7, donde “1” significa “Totalmente insatisfecho” y “7” significa “Totalmente satisfecho”

Base: Total entrevistados. N:2.300

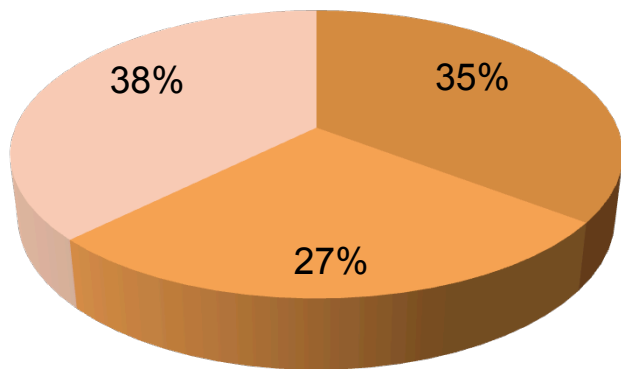
% que responde muy satisfecho o totalmente satisfecho



SATISFACCIÓN SOCIAL

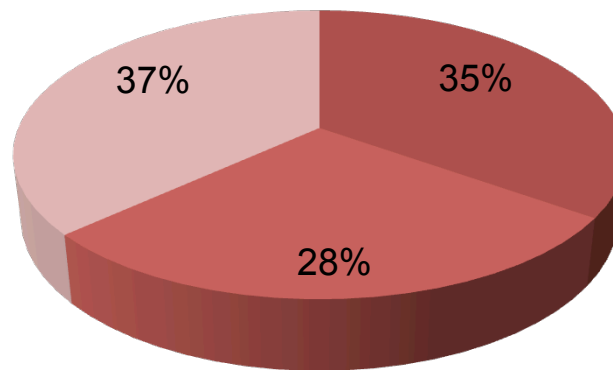
¿Qué tan satisfecho se encuentra actualmente con...? Escala de 1 a 5, donde "1" significa "Totalmente insatisfecho" y "5" significa "Totalmente satisfecho"
Base: Total entrevistados. N:2.300

La sociedad en que vivimos



- Satisfecho y Muy satisfecho
- Muy insatisfecho e Insatisfecho
- Ni satisfecho, ni insatisfecho

La forma de ser de los chilenos

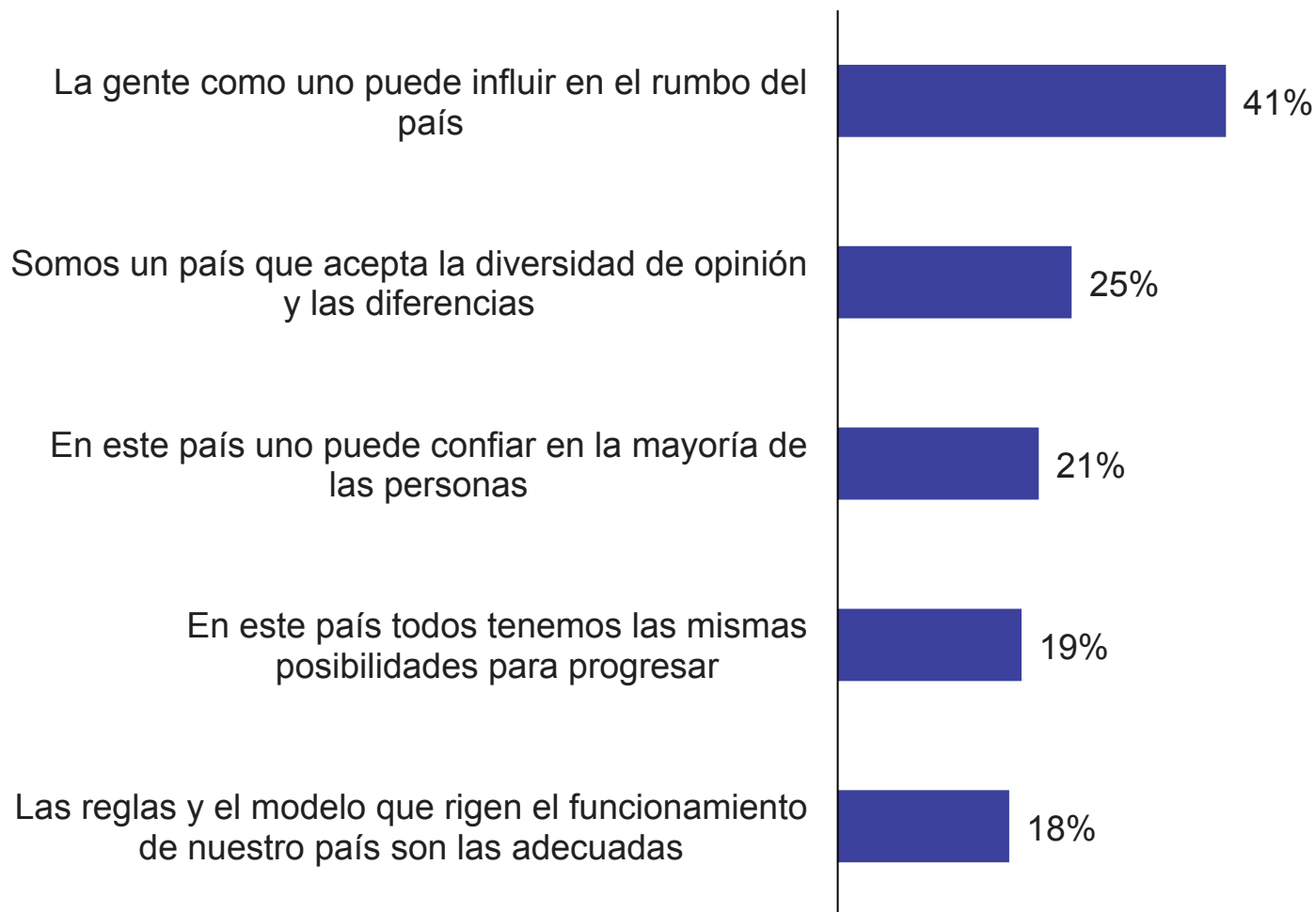


- Satisfechos y Muy satisfechos
- Muy insatisfechos e Insatisfechos
- Ni satisfecho, ni insatisfecho

OPINIONES SOBRE LA SOCIEDAD

¿Qué número refleja mejor su opinión, según la siguiente escala? Escala de 1 a 5, donde “1” significa “Totalmente en desacuerdo” y “5” significa “Muy de acuerdo” Base: Total entrevistados. N:2.300

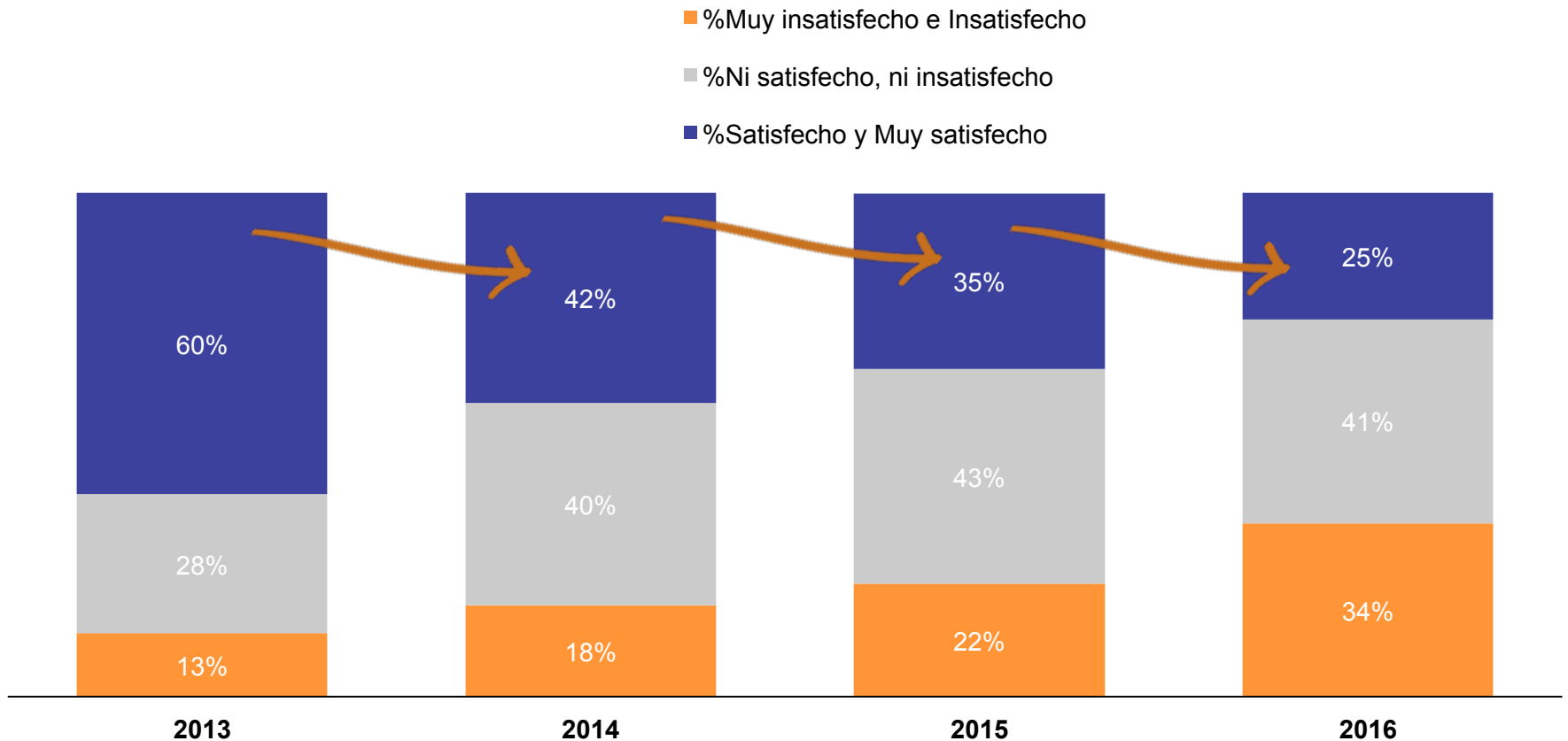
% que está de acuerdo o muy de acuerdo



SATISFACCIÓN CON EL PAÍS

¿Cuán satisfecho usted se siente con el país en general?

Base: Total entrevistados por año

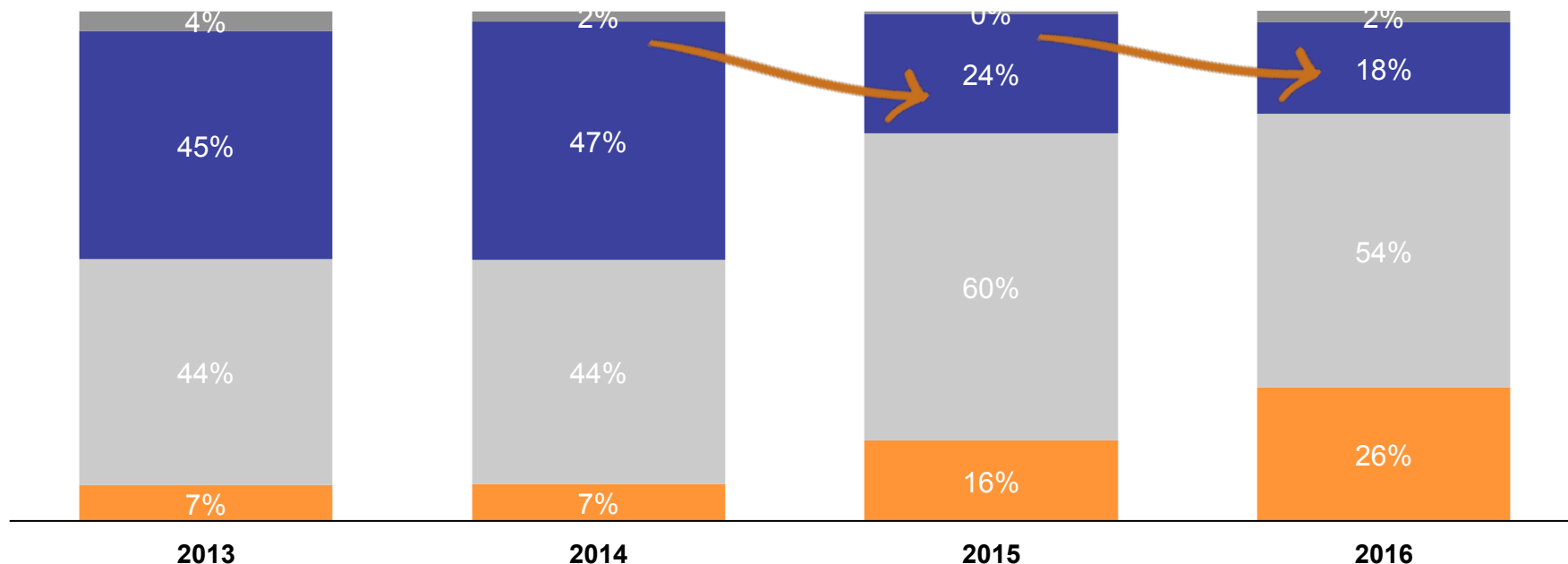


NIVEL DE AVANCE PERCIBIDO DEL PAÍS

¿Diría Ud. que el país está retrocediendo, está igual o está avanzando?

Base: Total entrevistados por año

- %Retrocediendo
- %Igual
- %Avanzando
- %No sabe/No responde

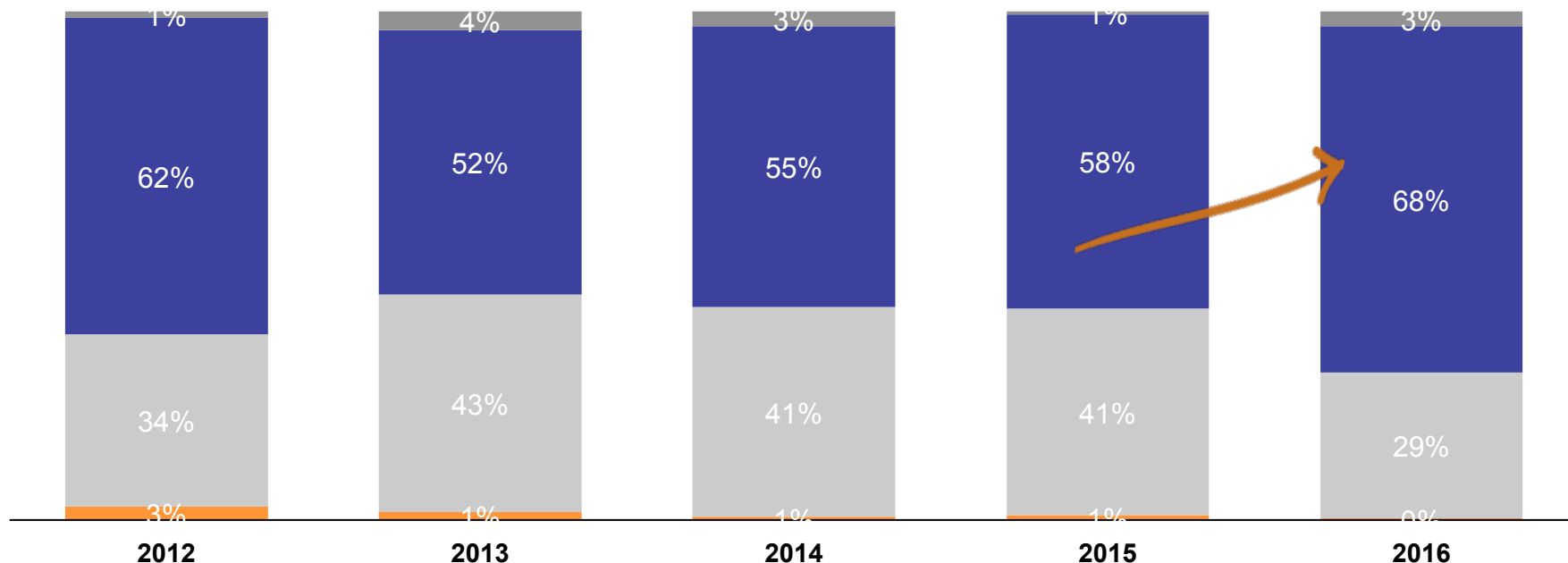


EXPECTATIVA DE CAMBIO EN EL PAÍS

¿Cuál es el nivel de cambios que a su juicio el país debe realizar o emprender?

Base: Total entrevistados por año

- %No debe realizar cambios
- %Debe realizar algunos cambios
- %Debe realizar grandes cambios
- %No sabe/No responde



ESTUDIO

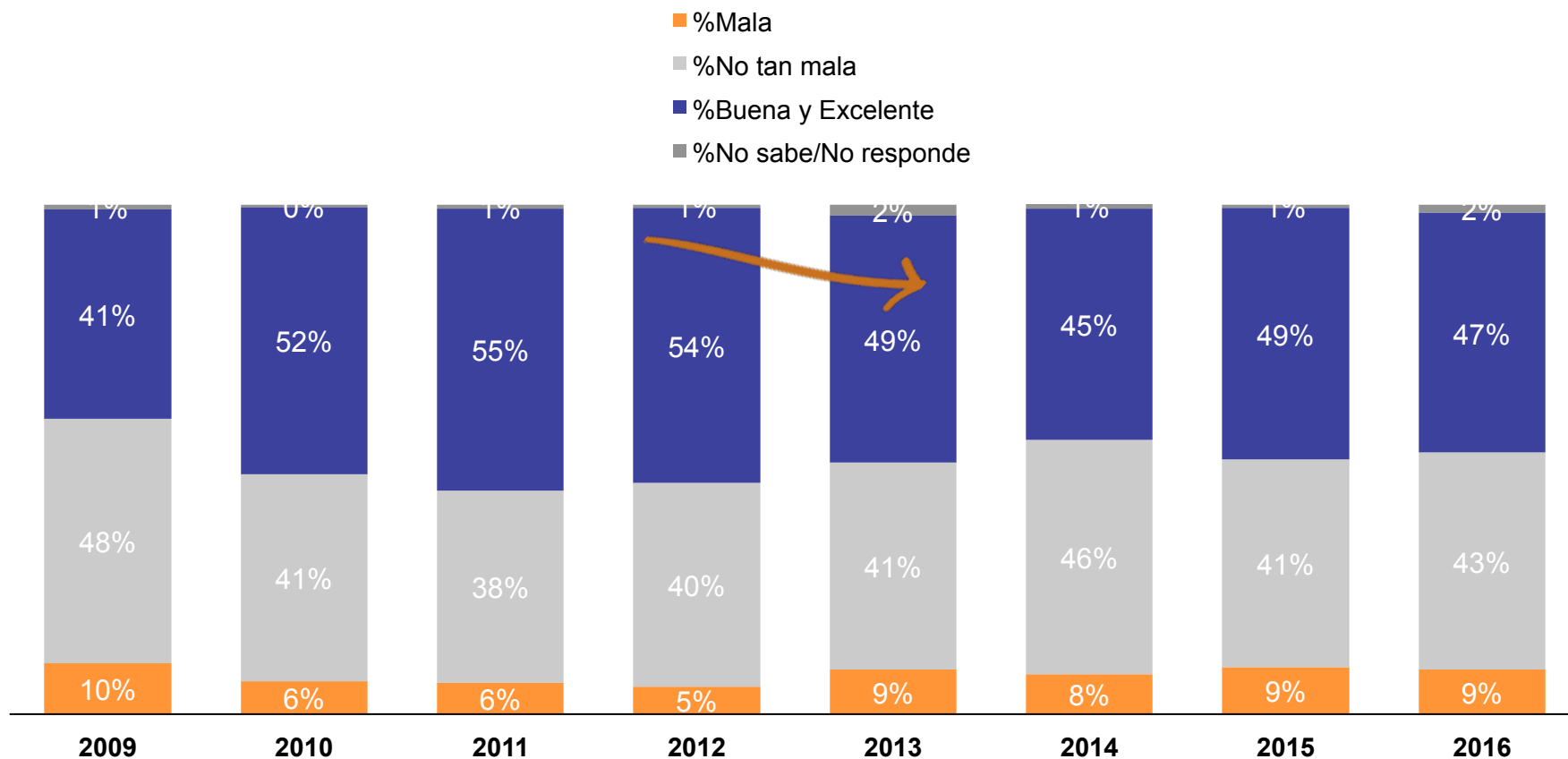
“Chilescopio 2016”



EVALUACIÓN ECONOMÍA ACTUAL

¿Cómo evaluaría su situación económica actual y la de su familia?

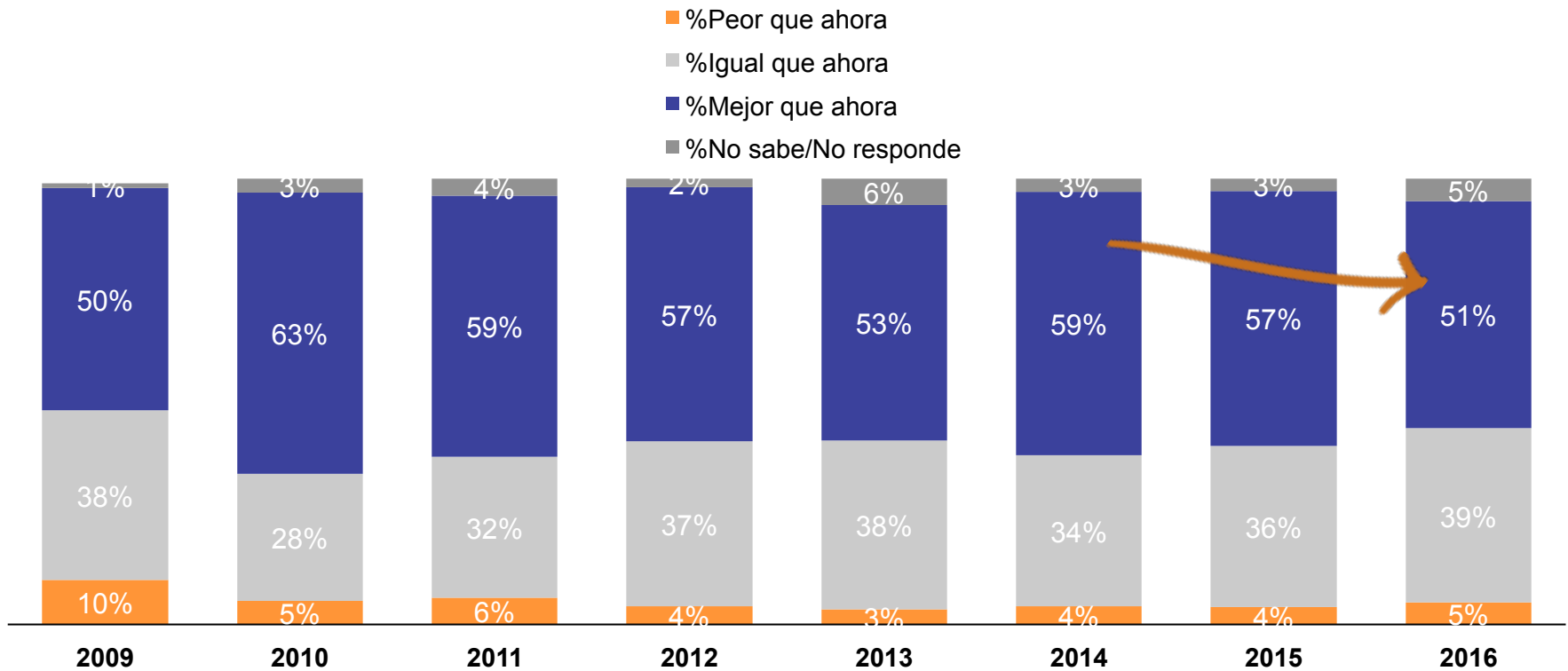
Base: Total entrevistados por año



EVALUACIÓN ECONOMÍA FUTURA

¿Cómo cree que será su situación económica y la de su familia en 5 años más?

Base: Total entrevistados. N:2.300

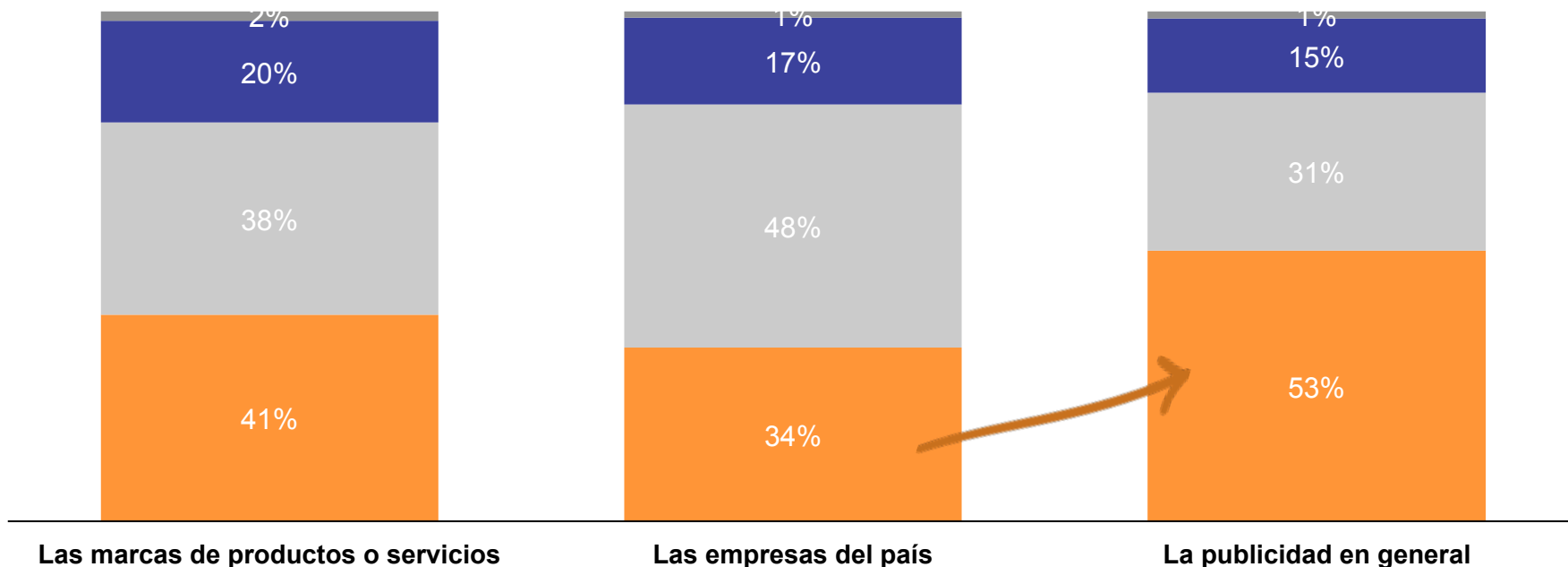


CONFIANZA COMO CONSUMIDOR

¿Cuánto confía Ud. en general en...?
Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5
"Totalmente"

Base: Total entrevistados. N:2.300

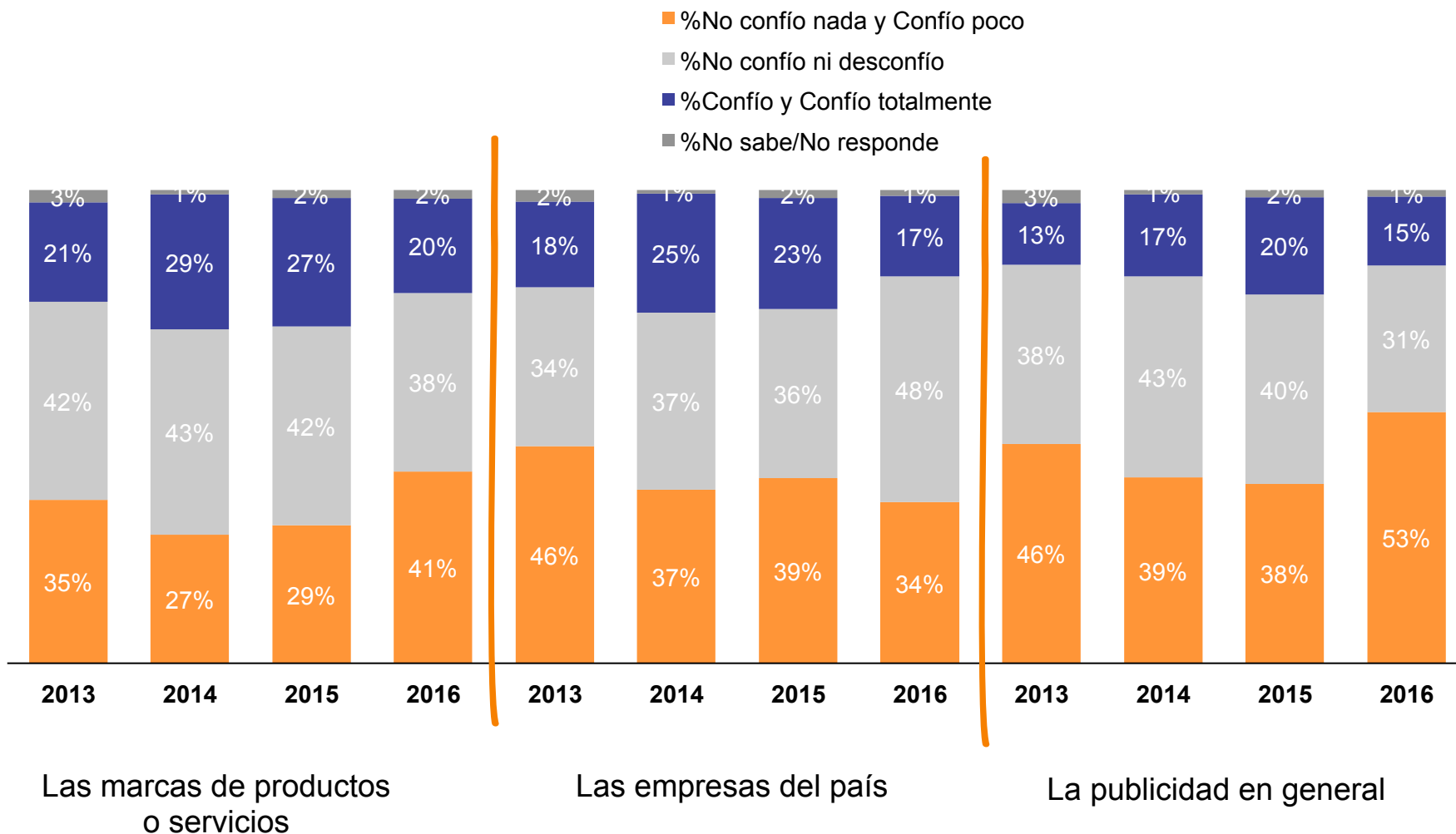
- %No confío nada y Confío poco
- %No confío ni desconfío
- %Confío y Confío totalmente
- %No sabe/No responde



CONFIANZA COMO CONSUMIDOR

¿Cuánto confía Ud. en general en....?
Escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 "Totalmente"

Base: Total entrevistados por año

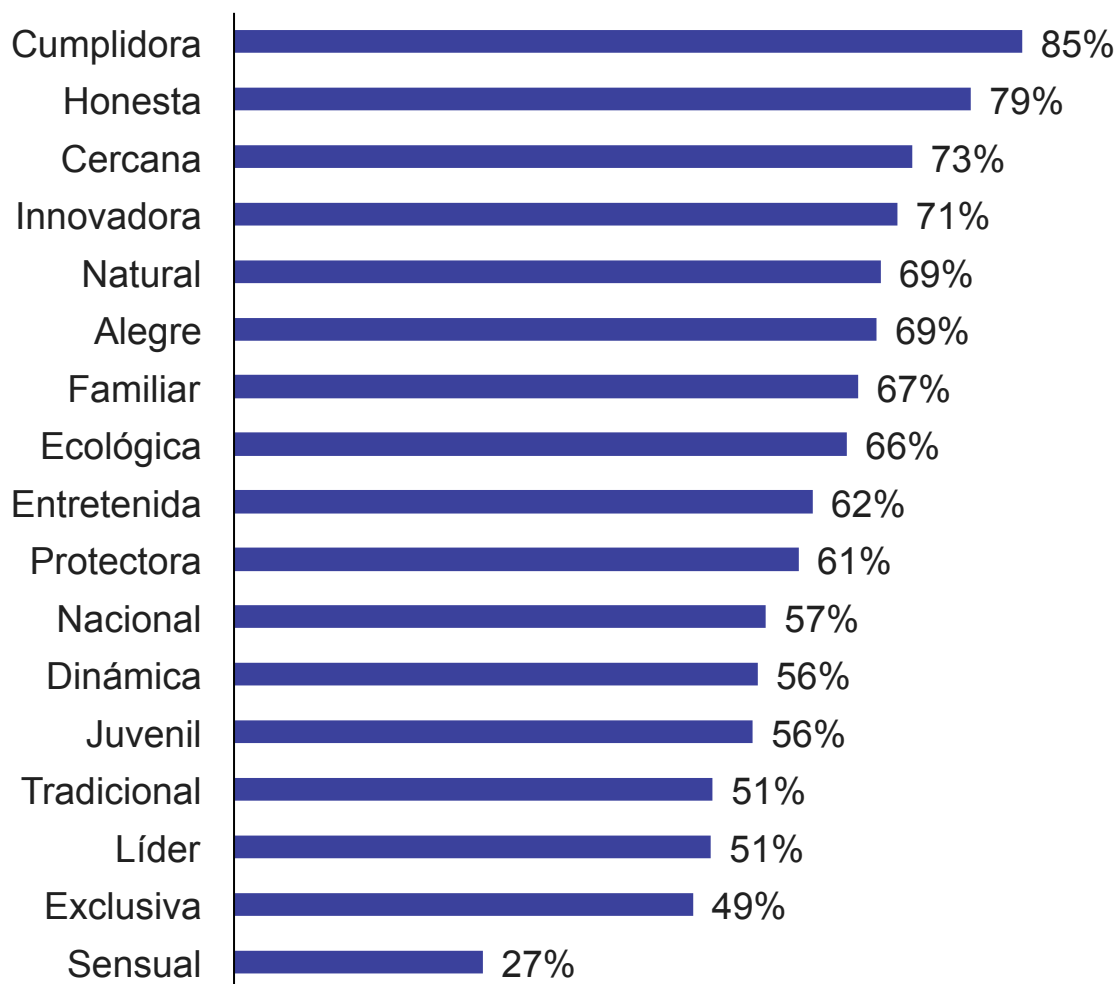


RASGOS DE MARCA ATRACTIVO

¿Cuáles de las siguientes características debe tener una marca para que sea atractiva para usted?

Base: Total entrevistados. N:2.300

% que responde que si le parece atractivo

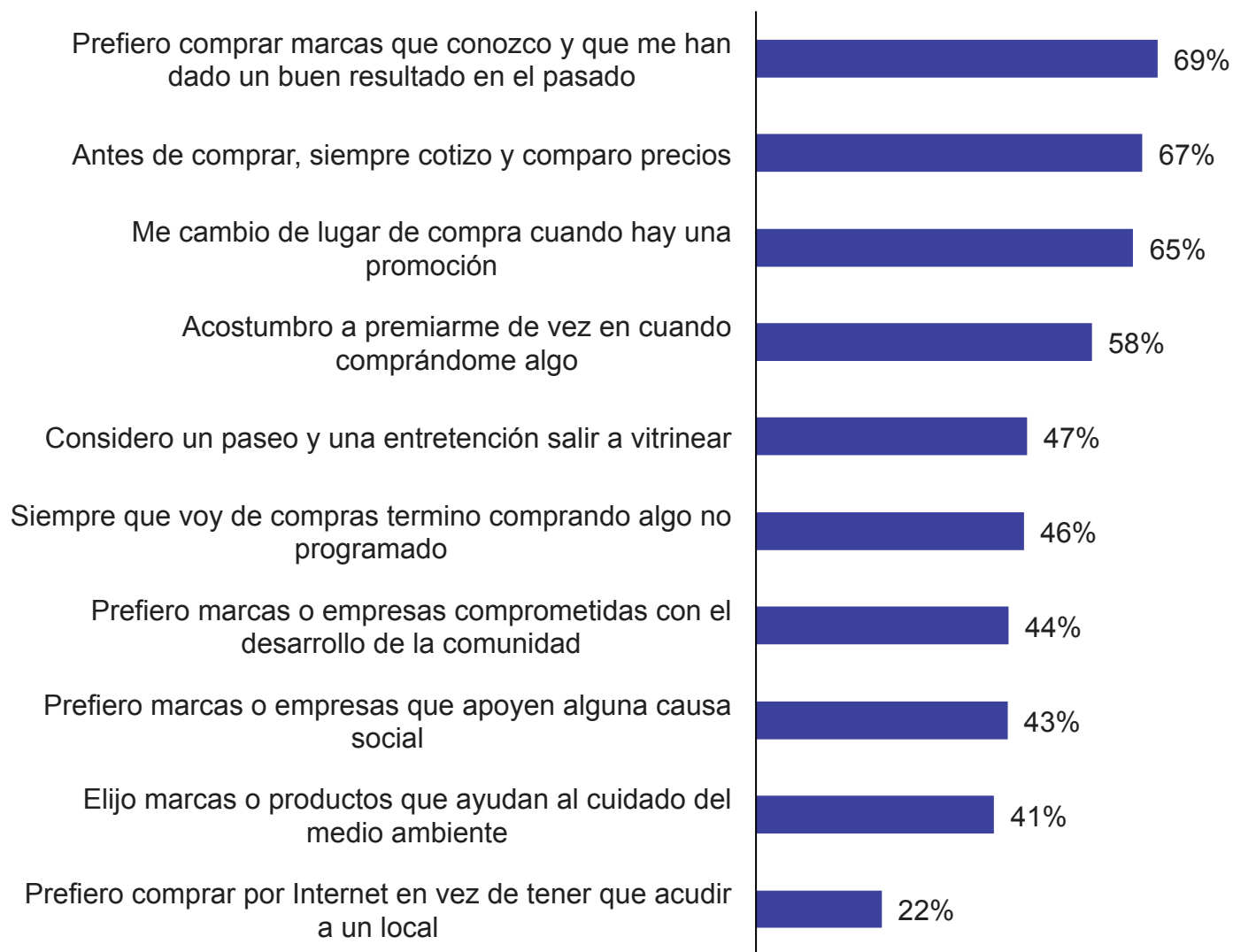


ACTITUD DE COMPRA

Ahora le voy a leer una serie de frases respecto de usted mismo. La idea es que Ud. me señale que tan de acuerdo está con cada afirmación...

Base: Total entrevistados. N:2.300

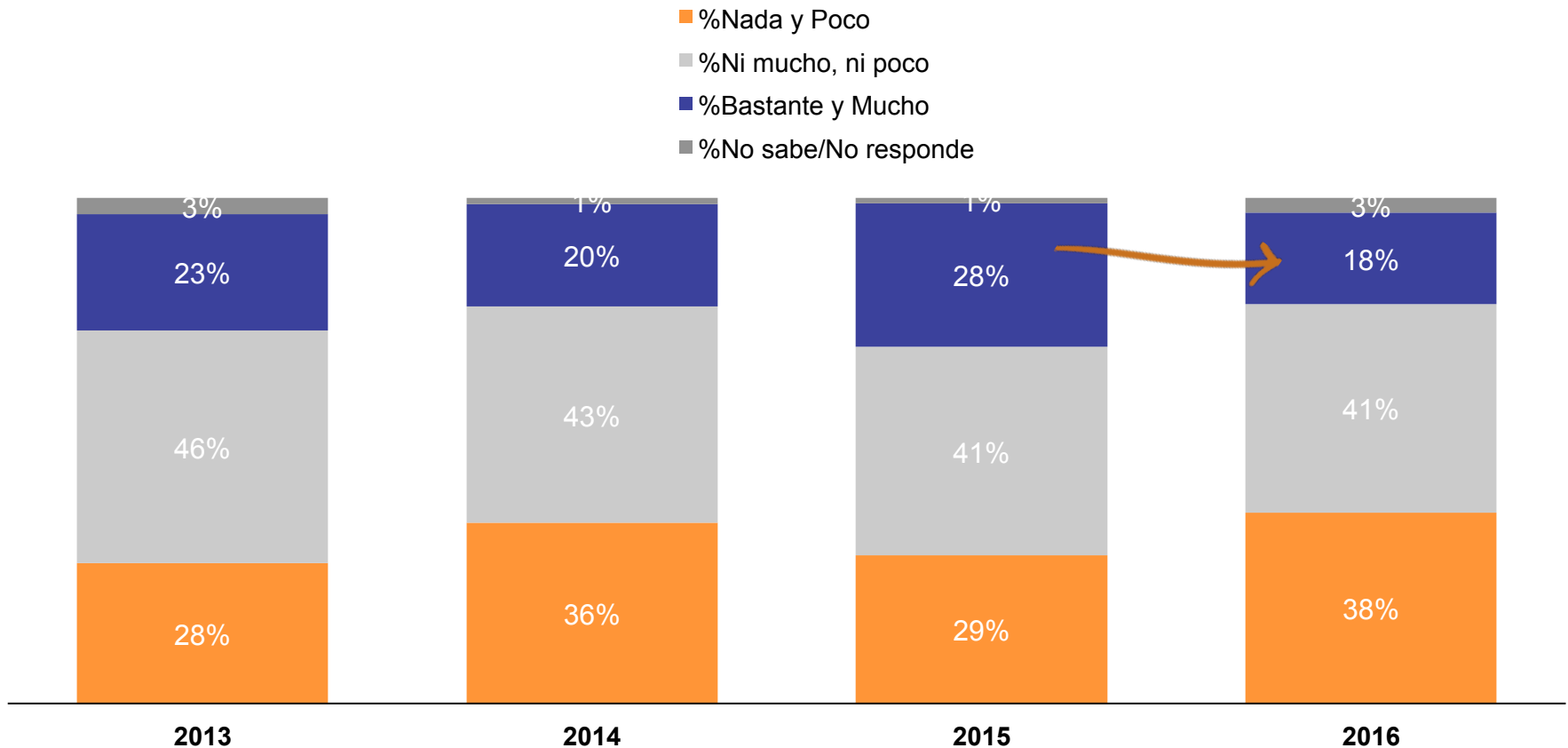
% que declara estar de acuerdo o muy de acuerdo



IDENTIFICACIÓN CON LA PUBLICIDAD

¿En qué grado siente que se dirige a personas como Ud.? Escala de 1 a 5, donde 1 es “Nada” y 5 “Mucho”.

Base: Total entrevistados. N:2.300



INFLUENCIA DE MEDIOS DE PUBLICIDAD

¿Cuáles de los siguientes medios de publicidad usted siente que influyen en su toma de decisiones de compra, por ejemplo, dónde comprar o qué marca elegir?

Base: Total entrevistados. N:2.300

% que elige a cada medio de publicidad



TRANSACCIONES POR INTERNET

¿Cuáles de las siguientes actividades o transacciones usted ha realizado por internet en los últimos 3 meses?

Base: Total entrevistados. N:2.300

	%	Total	Hombre	Mujer	15 a 29 años	30 a 44 años	45 a 59 años	60 a 80 años
Comprar algún producto	Si	21%	21%	22%	32%	27%	14%	7%
	No	79%	79%	78%	68%	73%	86%	93%
Pagar algún servicio	Si	27%	27%	28%	31%	38%	22%	15%
	No	73%	73%	72%	69%	62%	78%	86%

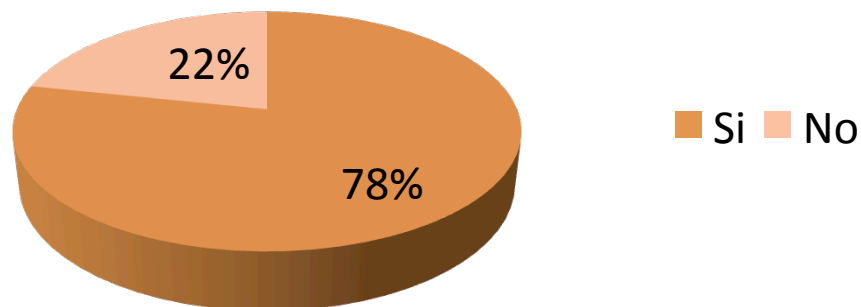
	%	Total	C1	C2	C3	D	RM	Norte	Centro	Sur
Comprar algún producto	Si	21%	45%	35%	23%	9%	27%	18%	16%	18%
	No	79%	55%	65%	77%	92%	73%	82%	84%	82%
Pagar algún servicio	Si	27%	62%	46%	29%	10%	36%	21%	21%	22%
	No	73%	38%	54%	71%	90%	64%	79%	79%	78%

- ↗ Indica tendencia al alza a medida que aumenta el NSE o Edad
 ↘ Indica tendencia al alza a medida que descende el NSE o Edad

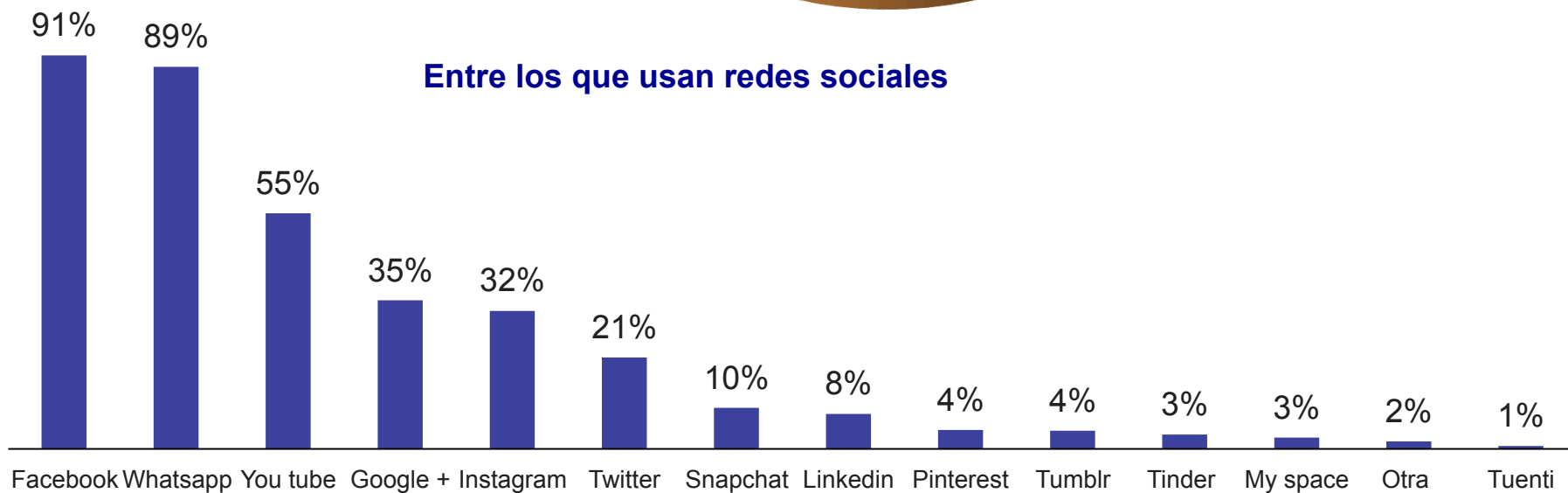
USO DE REDES SOCIALES

¿Utiliza usted alguna red social?

Base: Total entrevistados que usa alguna red social 2.300 casos



Entre los que usan redes sociales





visiónhumana
LA OTRA MIRADA

chileOCscopio
TENDENCIAS 2016

CONTACTO

PARA CONSULTAS Y ADQUIRIR EL ESTUDIO:

Jaime Gatica C.

Director de Investigaciones y Tendencias

T: +562 2665 1551

jgatica@visionhumana.cl

Patricio Polizzi R.

Director General

T: +562 2665 1551

ppolizzi@visionhumana.cl

www.chilescopio.cl

www.visionhumana.cl

[@visionhumanacl](https://twitter.com/visionhumanacl)

La información contenida en el presente documento es de propiedad de Visión Humana Limitada. Su uso debe estar restringido a las personas que trabajan en la empresa que ha adquirido este documento. Está prohibido su uso o derivación a otras personas o empresas sin contar antes con expresa y formal autorización de Visión Humana Limitada.

