



# BARÓMETRO DEL ESTILO DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES CHILENOS

AGOSTO DEL 2010

¿Cómo somos?  
¿Cómo hemos cambiado?  
¿Cómo nos estamos proyectando?

El presente Informe “Barómetro del Estilo de Vida de los Chilenos”, realizado en base a los resultados del estudio Chilescopio, busca entregar algunas respuestas a estas preguntas

# INDICE DE INDICADORES

---

TEMAS	PÁGINA
El estudio Chilescopio	4
Bienestar	6
Familia	9
Sociabilidad	13
Salud	17
Tiempo libre	24
Religión	28
Política	31
Cultura	35
Belleza	39
Economía personal	44
Compra	50
Marcas	60
Publicidad	68
Tecnología	71
Para mayor información sobre el estudio	77



## EL ESTUDIO CHILESCOPIO

BARÓMETRO DEL ESTILO DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES  
CHILENOS

# FICHA METODOLÓGICA DEL ESTUDIO CHILESCOPIO

---

- ▶ Este informe se realizó en base a los resultados del estudio CHILESCOPIO en sus versiones 2005 al 2010.
- ▶ CHILESCOPIO es un estudio realizado anualmente por la consultora Visión Humana y su objetivo es detectar las tendencias en los estilos de vida de los consumidores chilenos.
- ▶ Es un estudio cuantitativo basado en encuestas presenciales realizadas en los hogares de 1.500 personas de 15 a 80 años, residentes en el Gran Santiago y las 11 principales ciudades del país, pertenecientes a los N.S.E. D, C3, C2 y ABC1.
- ▶ Las ciudades consideradas en el estudio son: Arica, Iquique, Antofagasta, Valparaíso, Viña del Mar, Santiago, Rancagua, Talca, Concepción, Talcahuano, Temuco y Puerto Montt.
- ▶ El error muestral estimado es de +/- 2,6% a nivel total.
- ▶ La fecha del trabajo de campo de la versión 2010 fue entre los meses de mayo y julio de ese año.

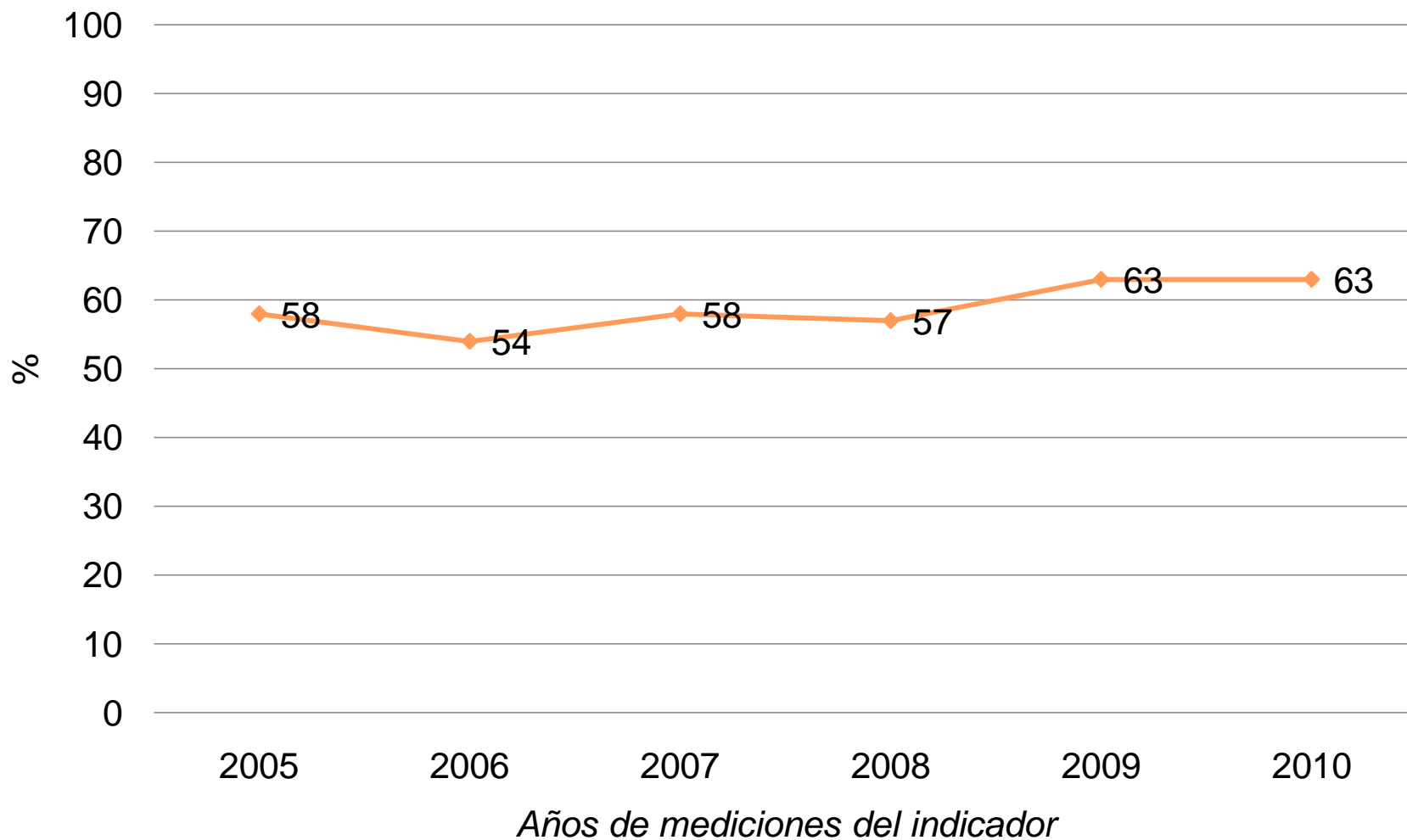


BIENESTAR

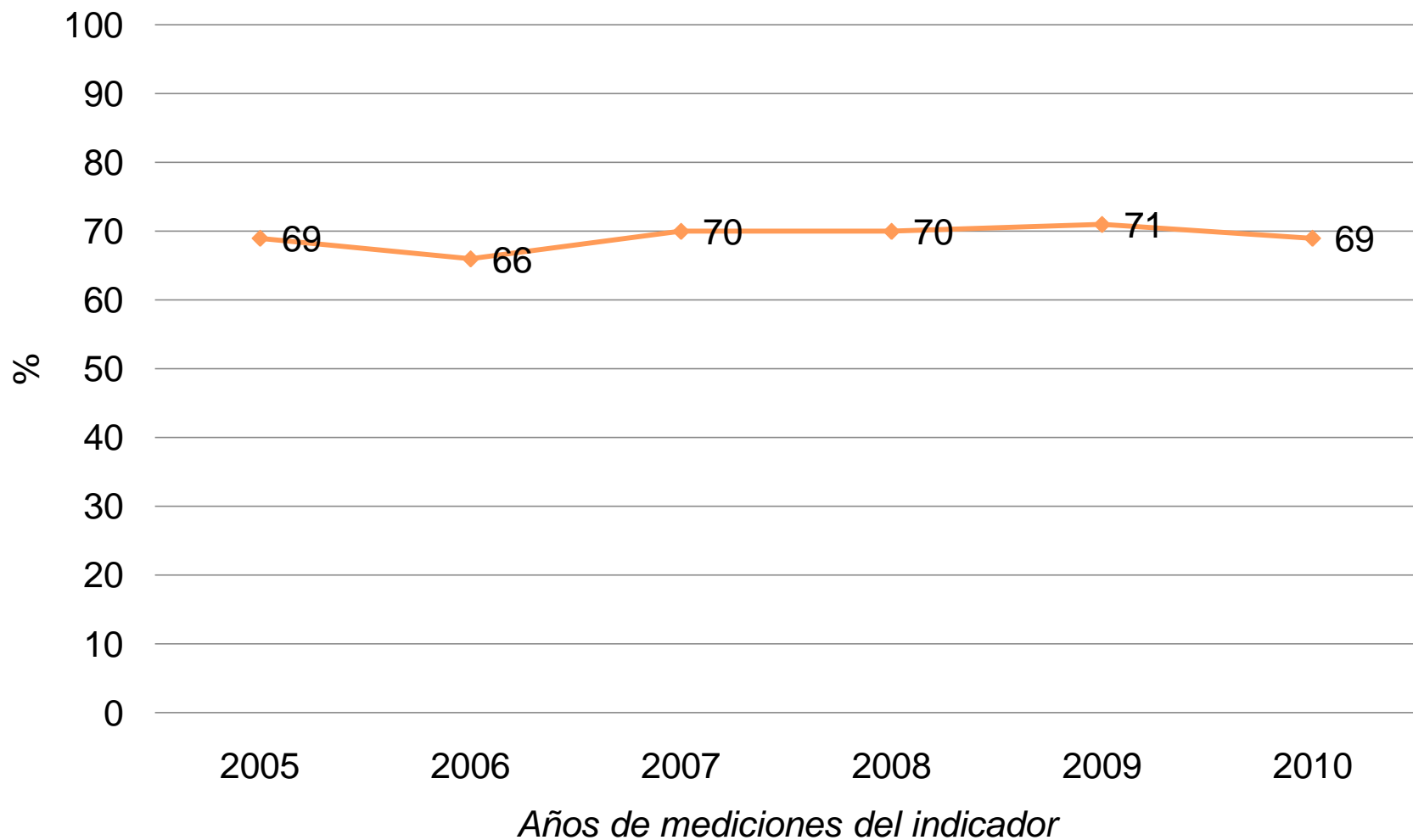
BARÓMETRO DEL ESTILO DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES  
CHILENOS

# % de personas que se declaran feliz o muy feliz con su vida en general

---



# % de personas que se definen como optimistas en vez de pesimistas



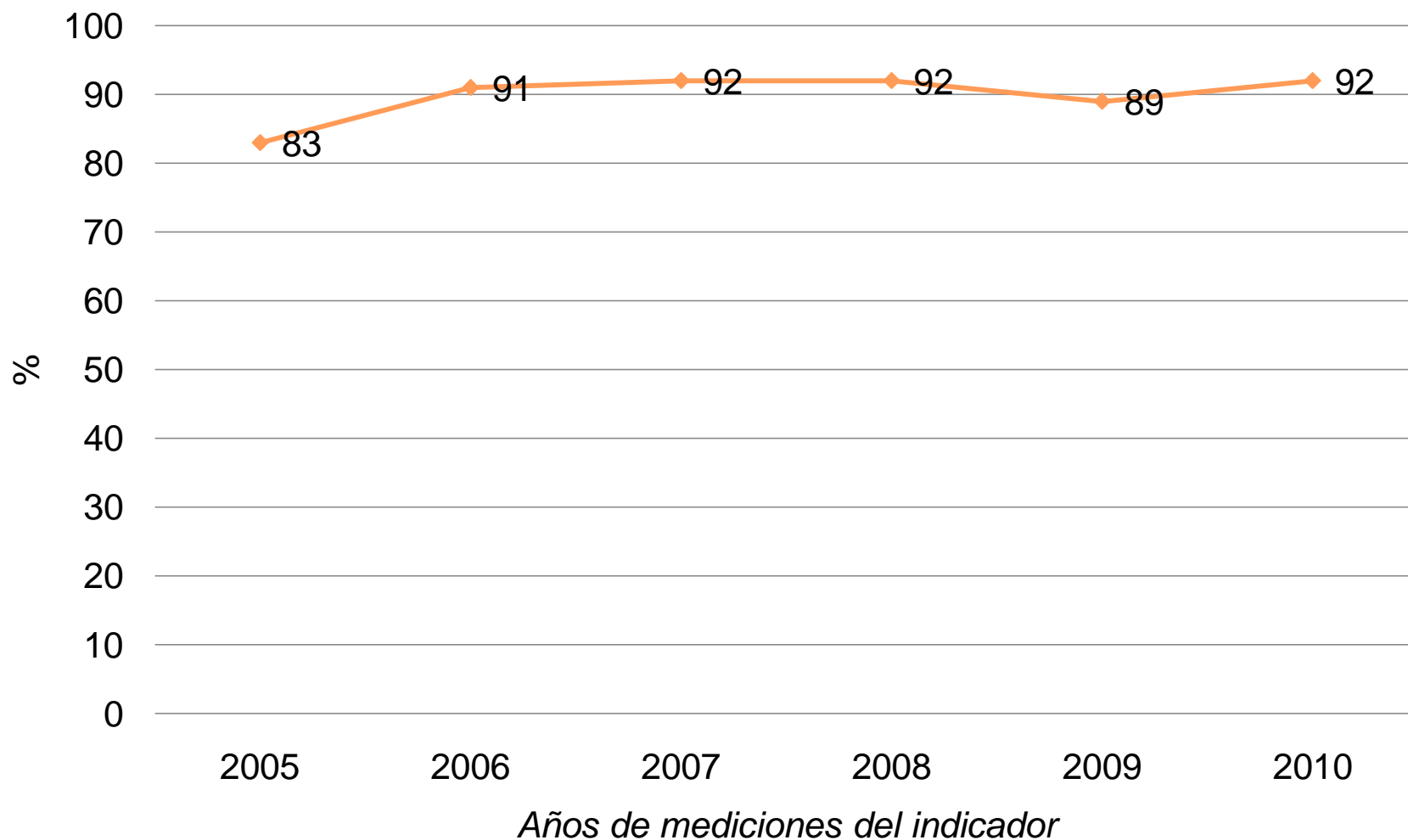




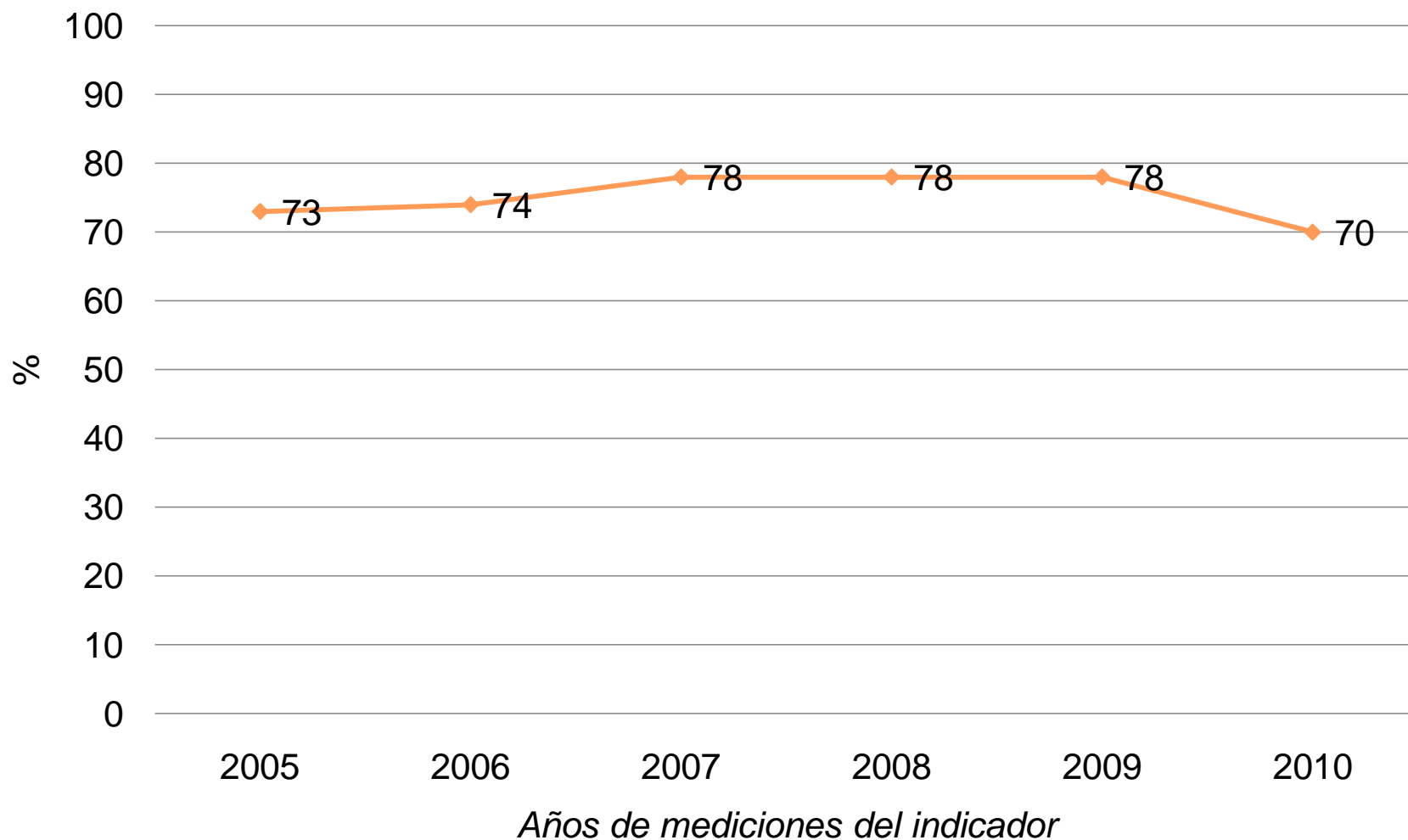
FAMILIA

BARÓMETRO DEL ESTILO DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES  
CHILENOS

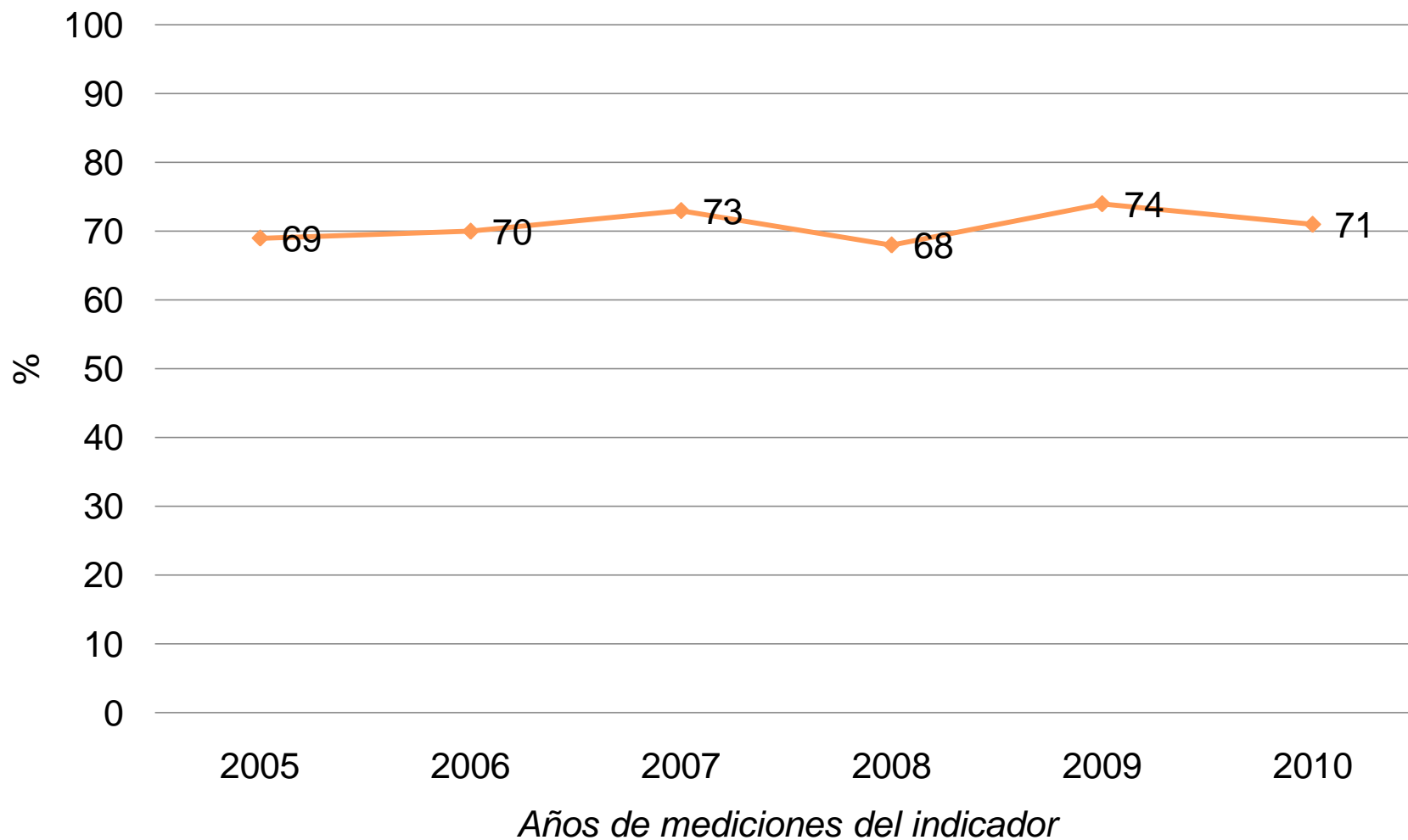
# % de personas que declaran que es muy importante tener una familia unida



# % de personas que están de acuerdo o muy de acuerdo con que la familia y el matrimonio son la base de la sociedad



# % de personas satisfechas con la relación con su familia

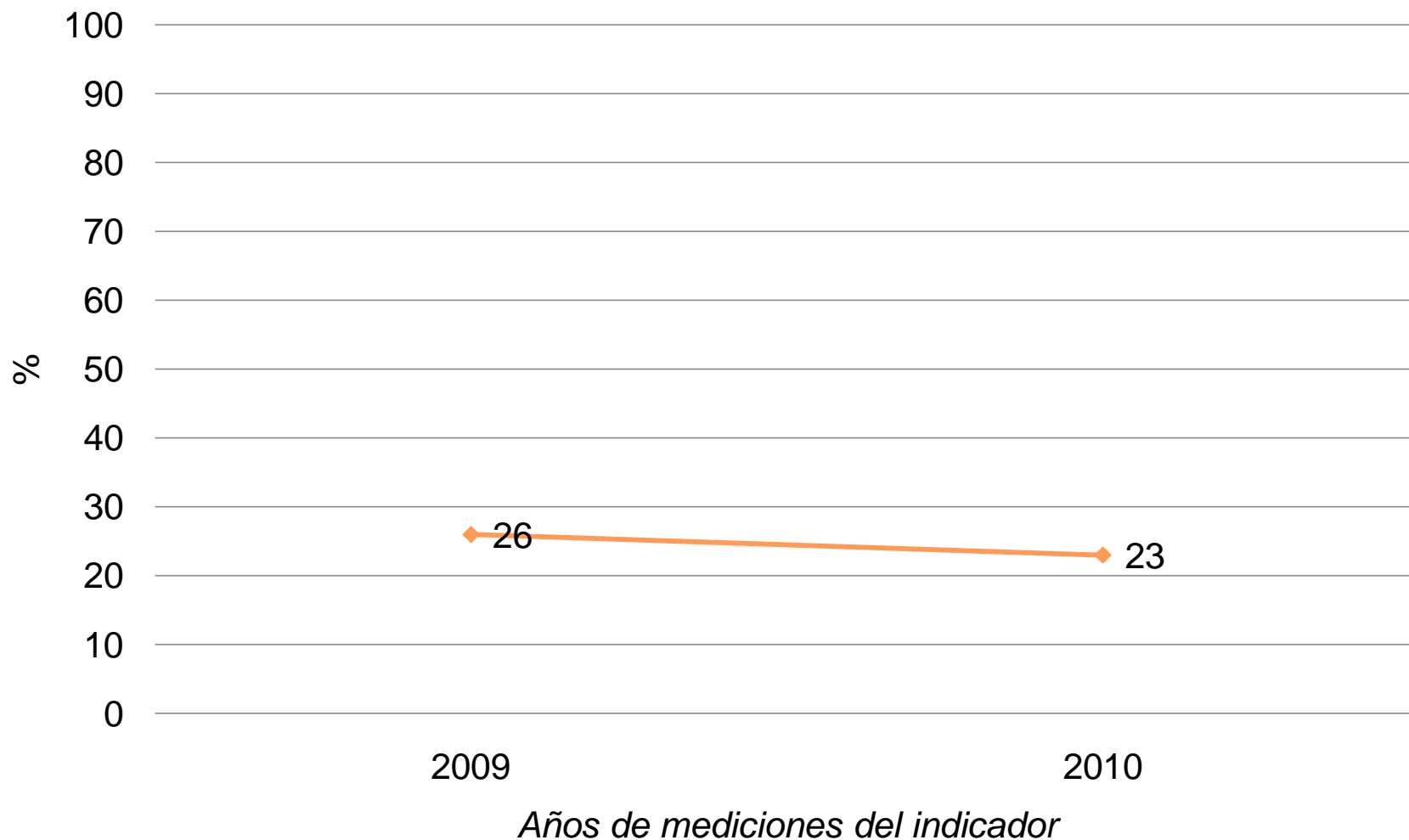




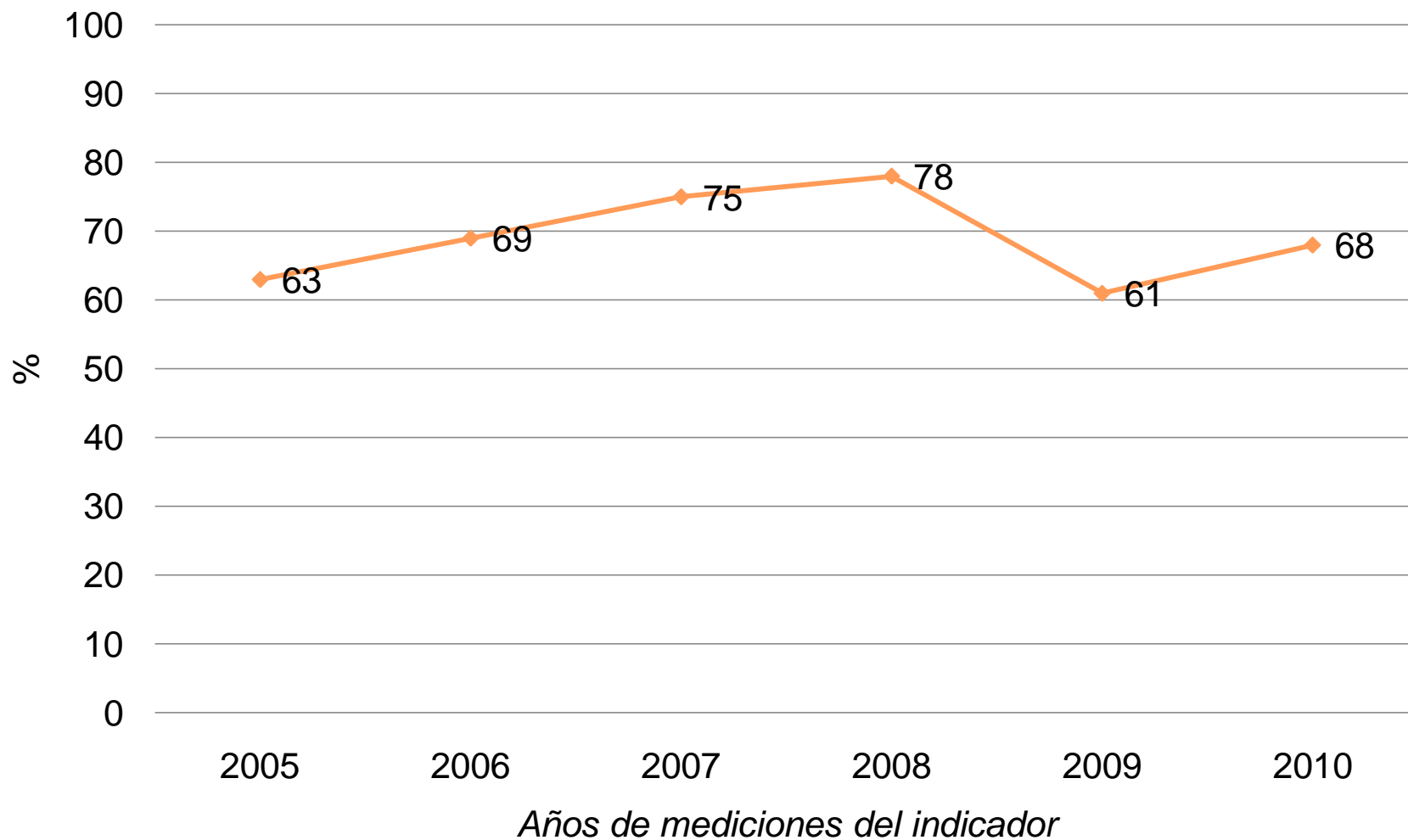
SOCIABILIDAD

BARÓMETRO DEL ESTILO DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES  
CHILENOS

## % de personas que están de acuerdo o muy de acuerdo en que se puede confiar en la mayoría de las personas



# % de personas que declaran que es muy importante tener buenos amigos



promedio de amigos íntimos que cada persona dice tener

---

Promedio de amigos íntimos = 3,5 amigos íntimos por persona



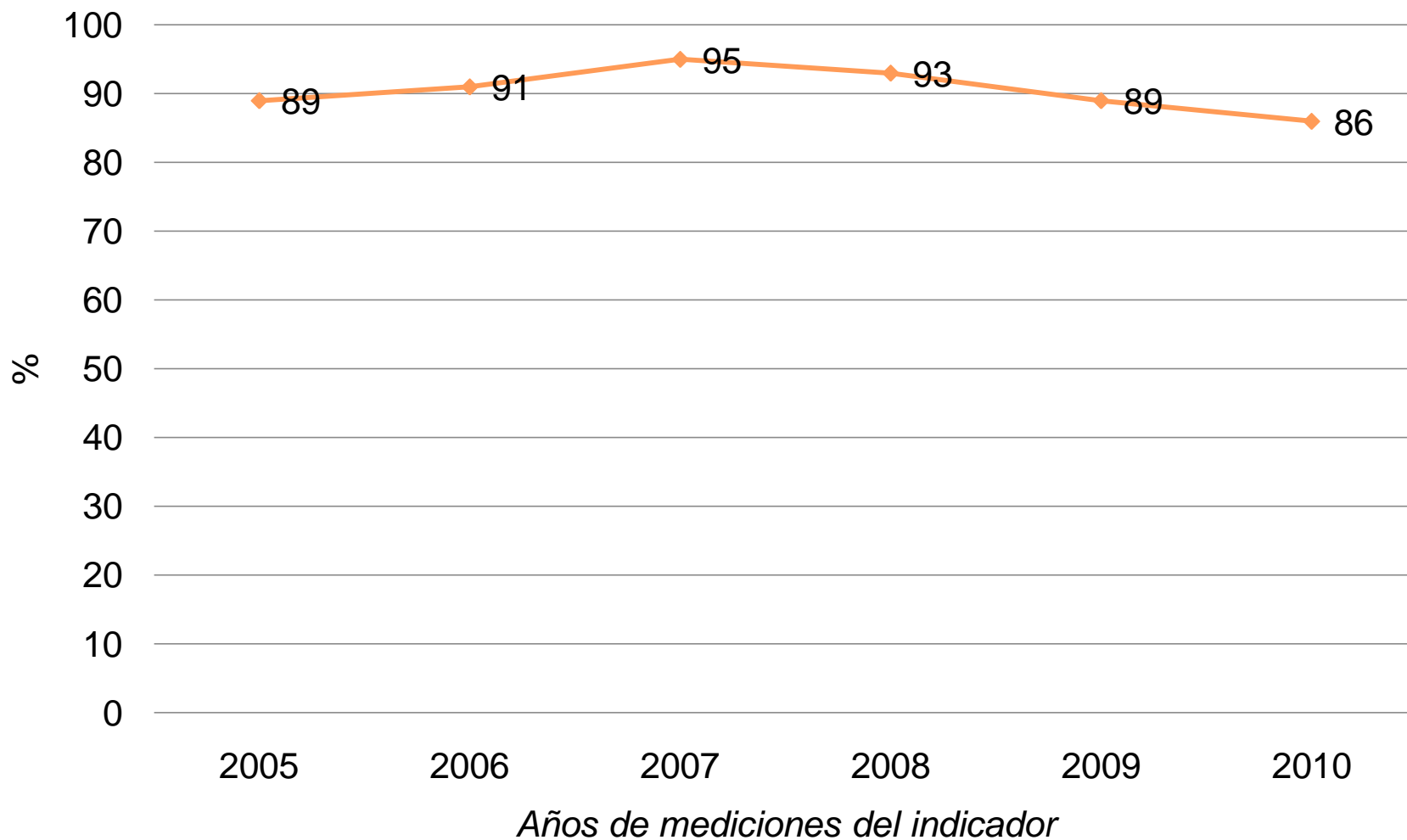




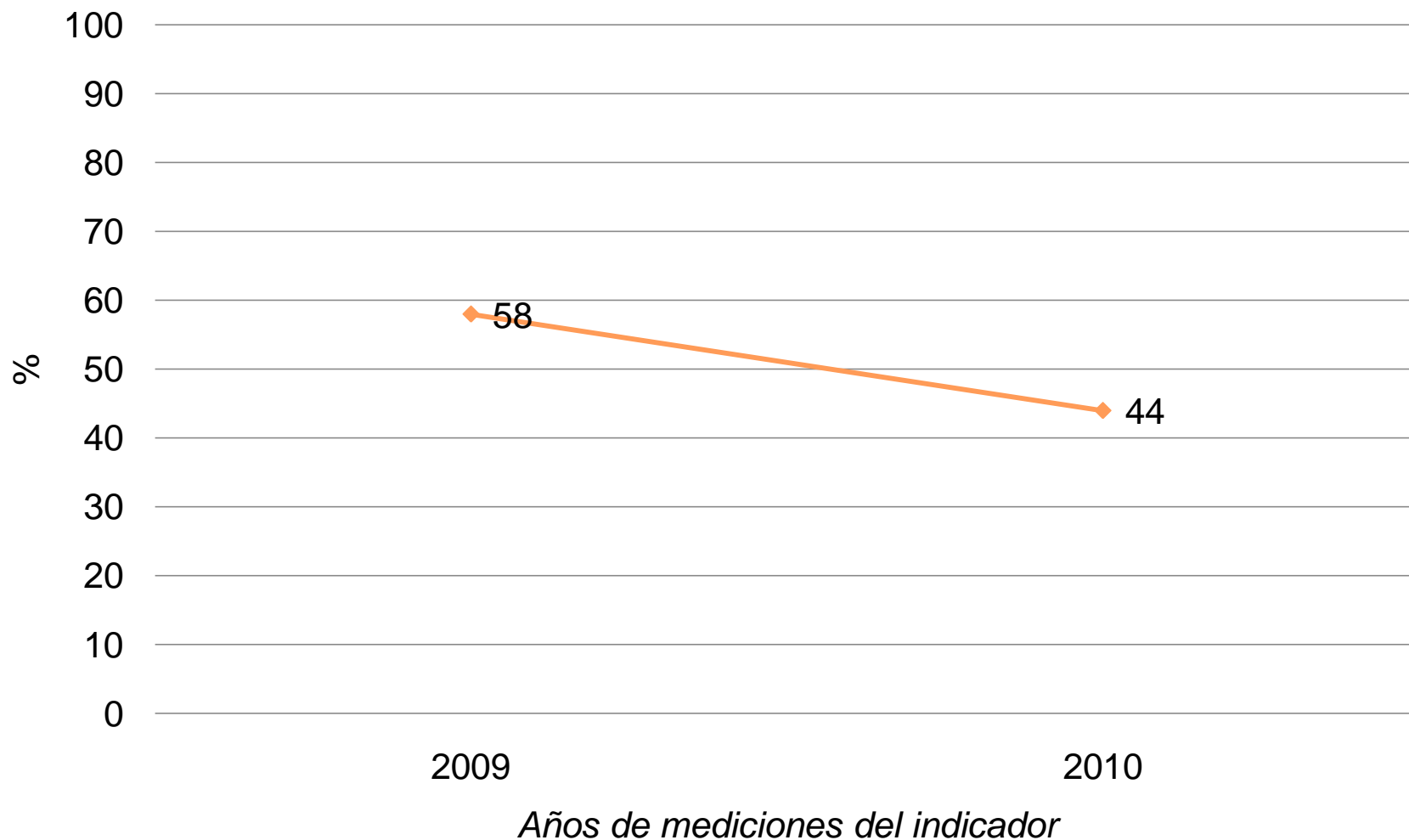
SALUD

BARÓMETRO DEL ESTILO DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES  
CHILENOS

# % de personas que declaran que es muy importante tener buena salud

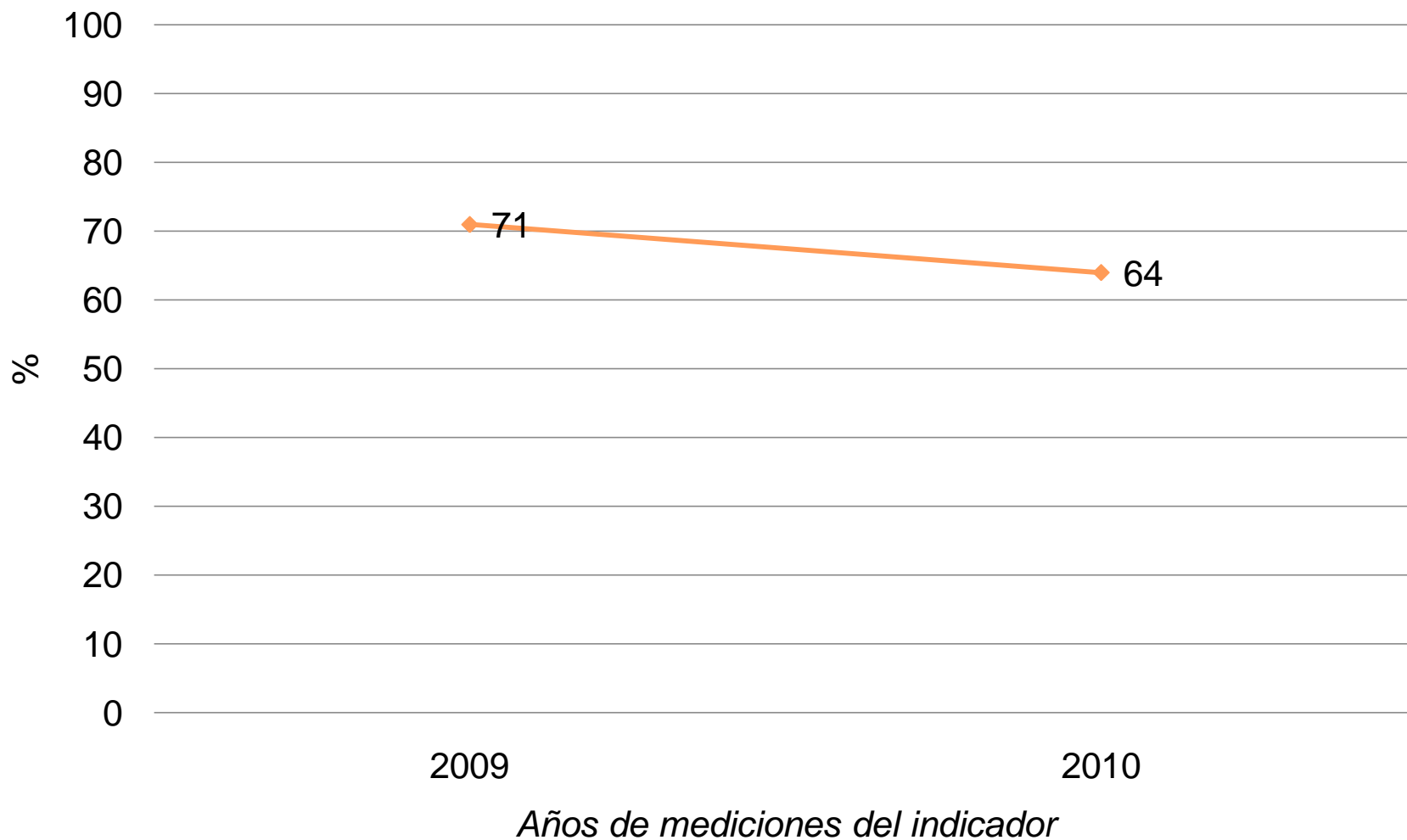


# % de personas satisfechas con su estado de salud física

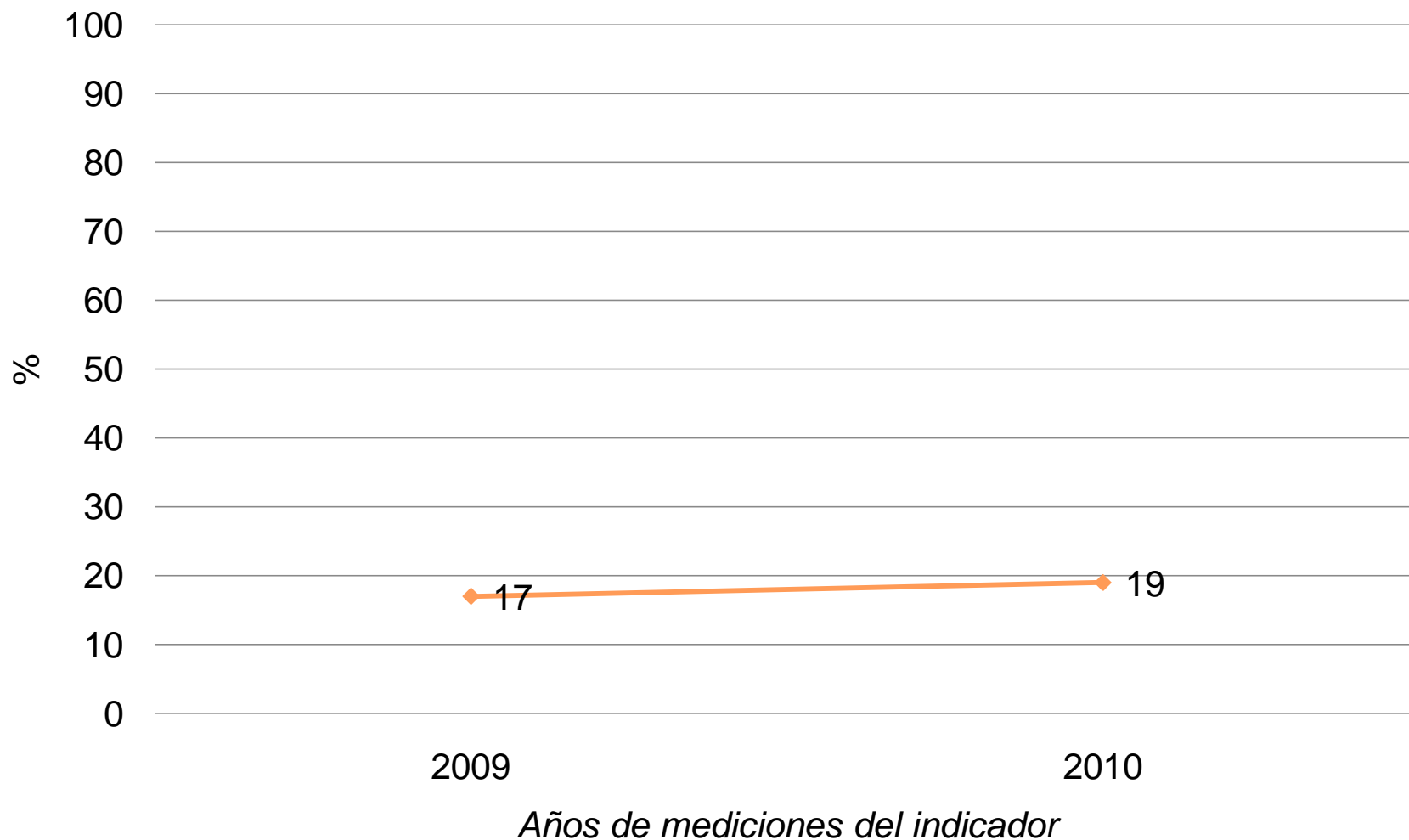


# % de personas satisfechas con su estado de salud mental

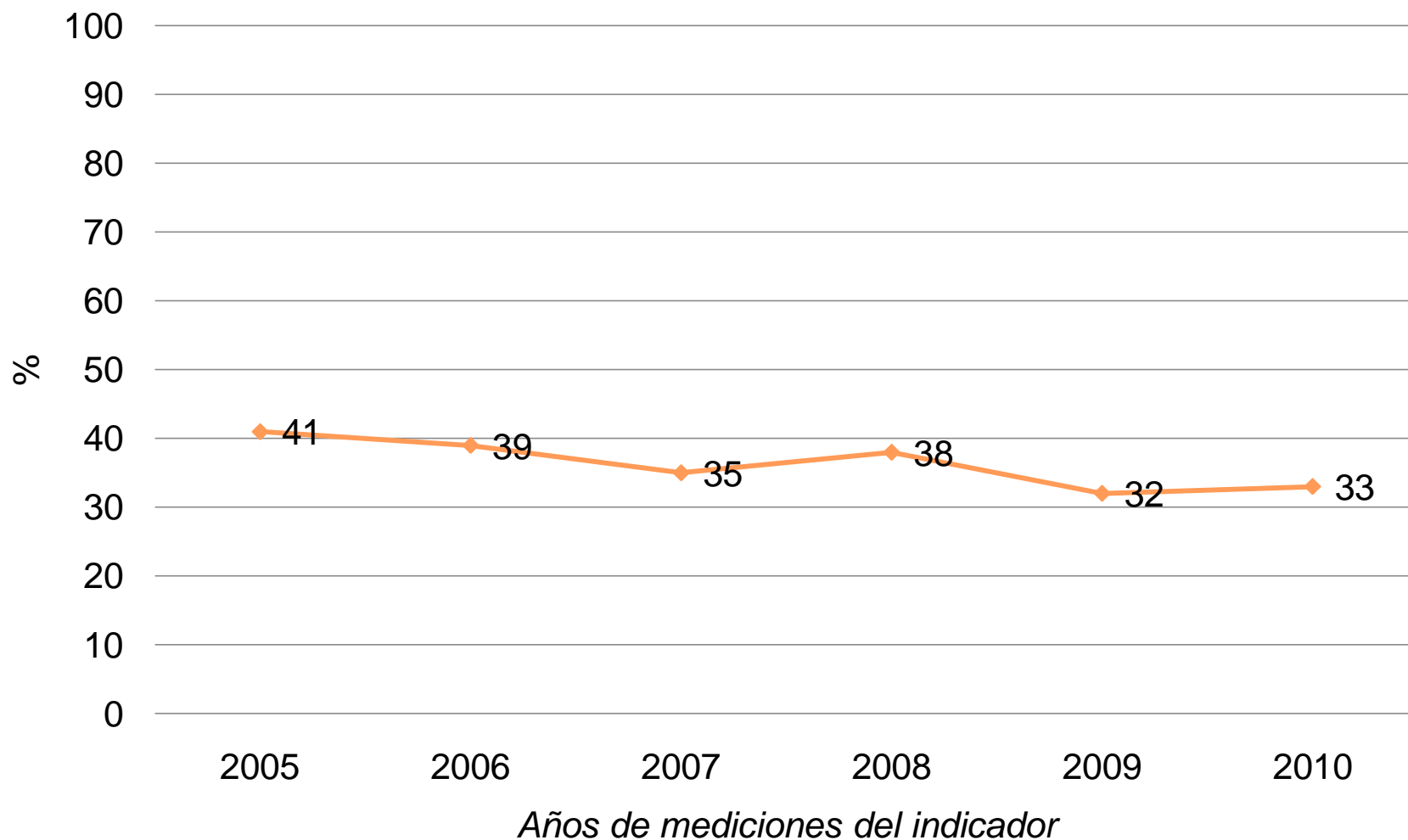
---



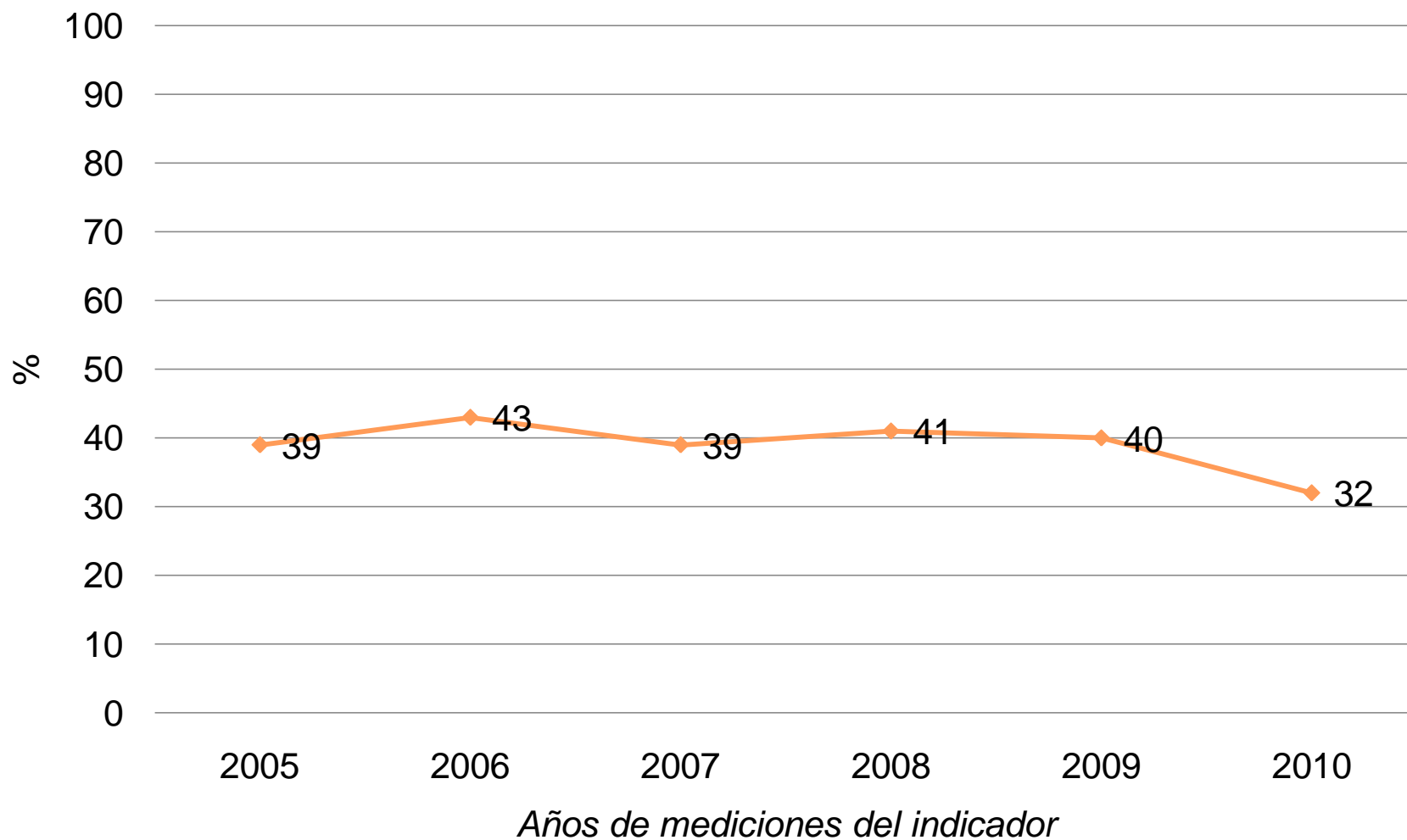
# % de personas que hacen deporte o van al gimnasio todos los días o varias veces durante la semana



## % de personas que declaran nunca haber fumado



# % de personas que declaran no consumir bebidas alcohólicas



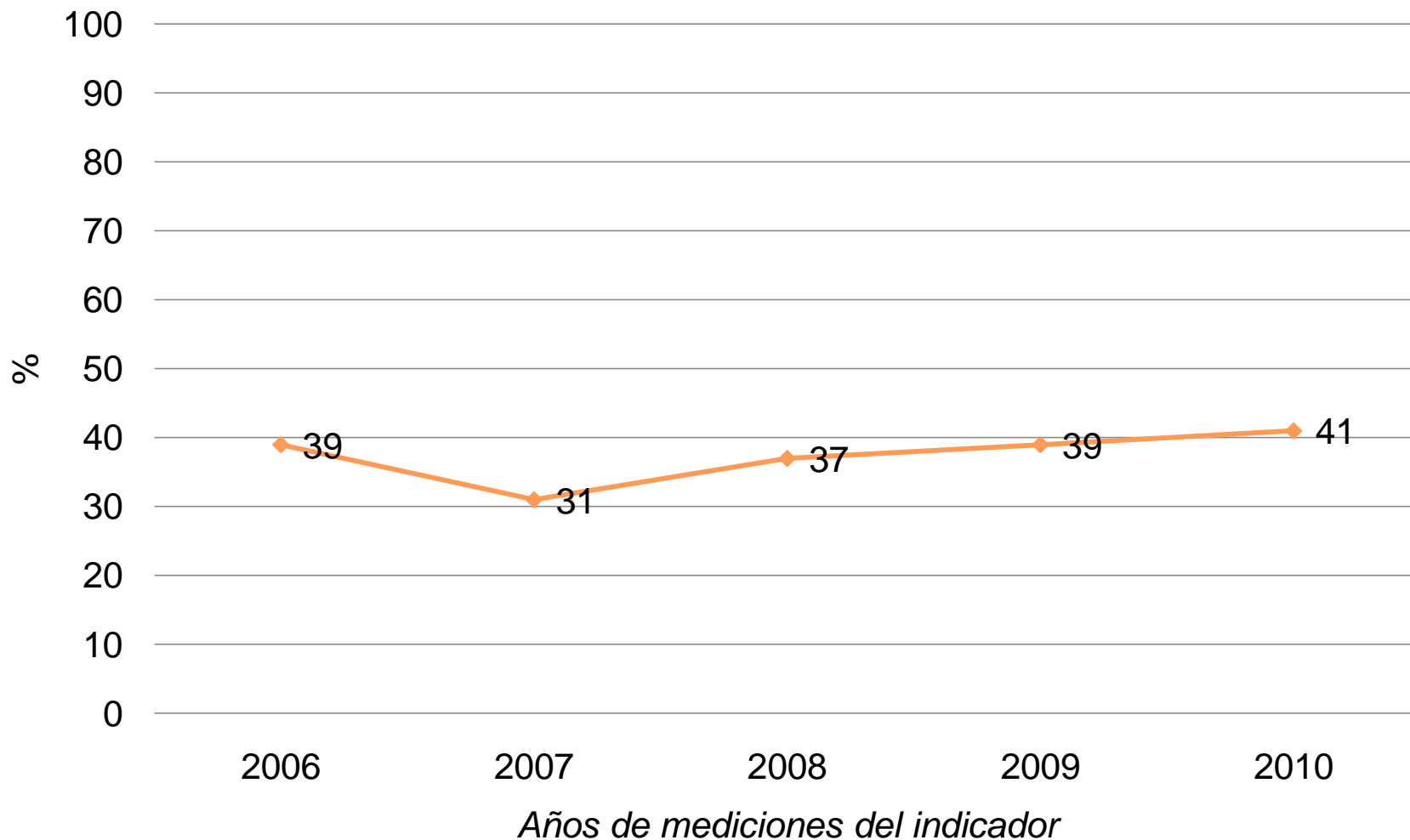


## TIEMPO LIBRE

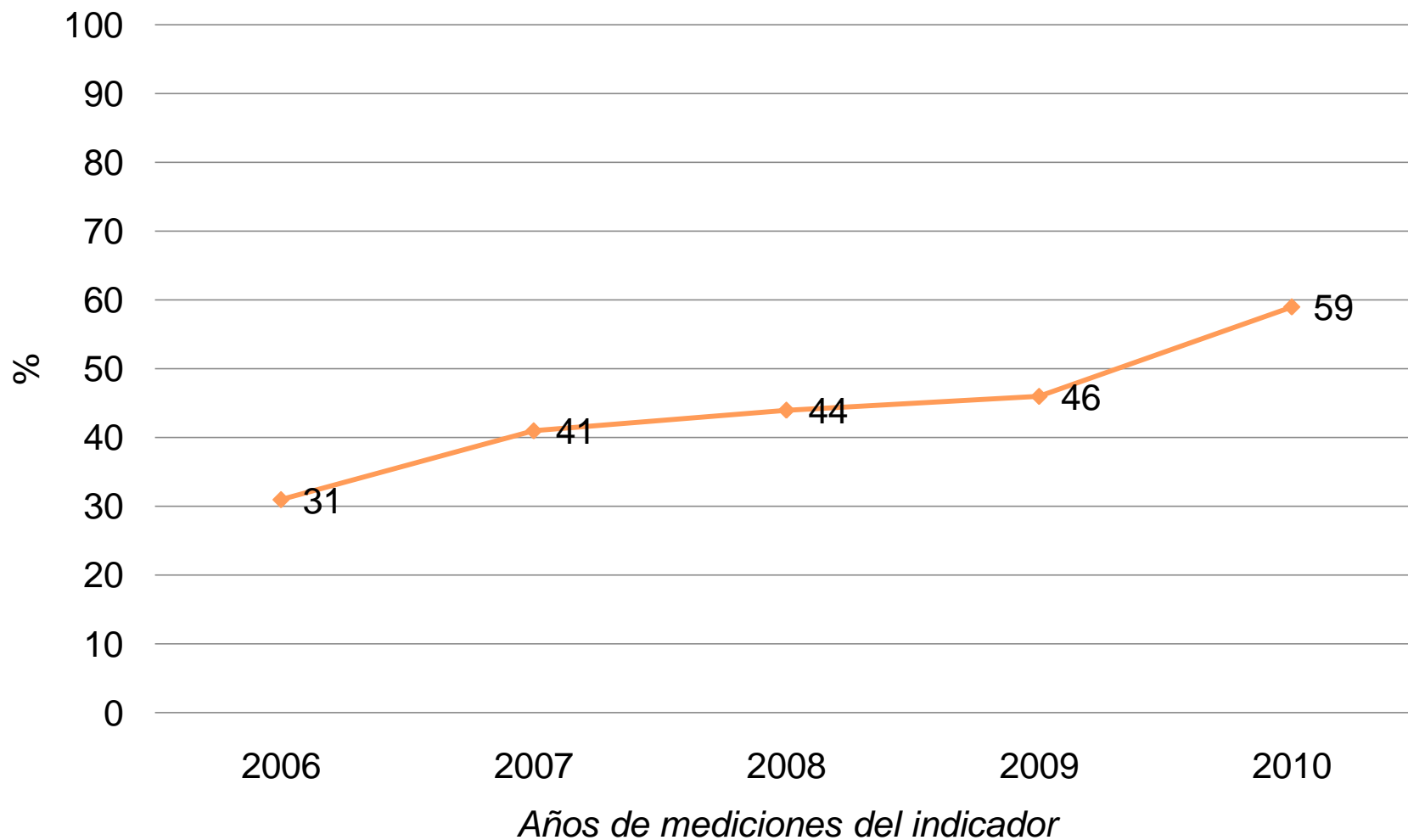
BARÓMETRO DEL ESTILO DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES  
CHILENOS



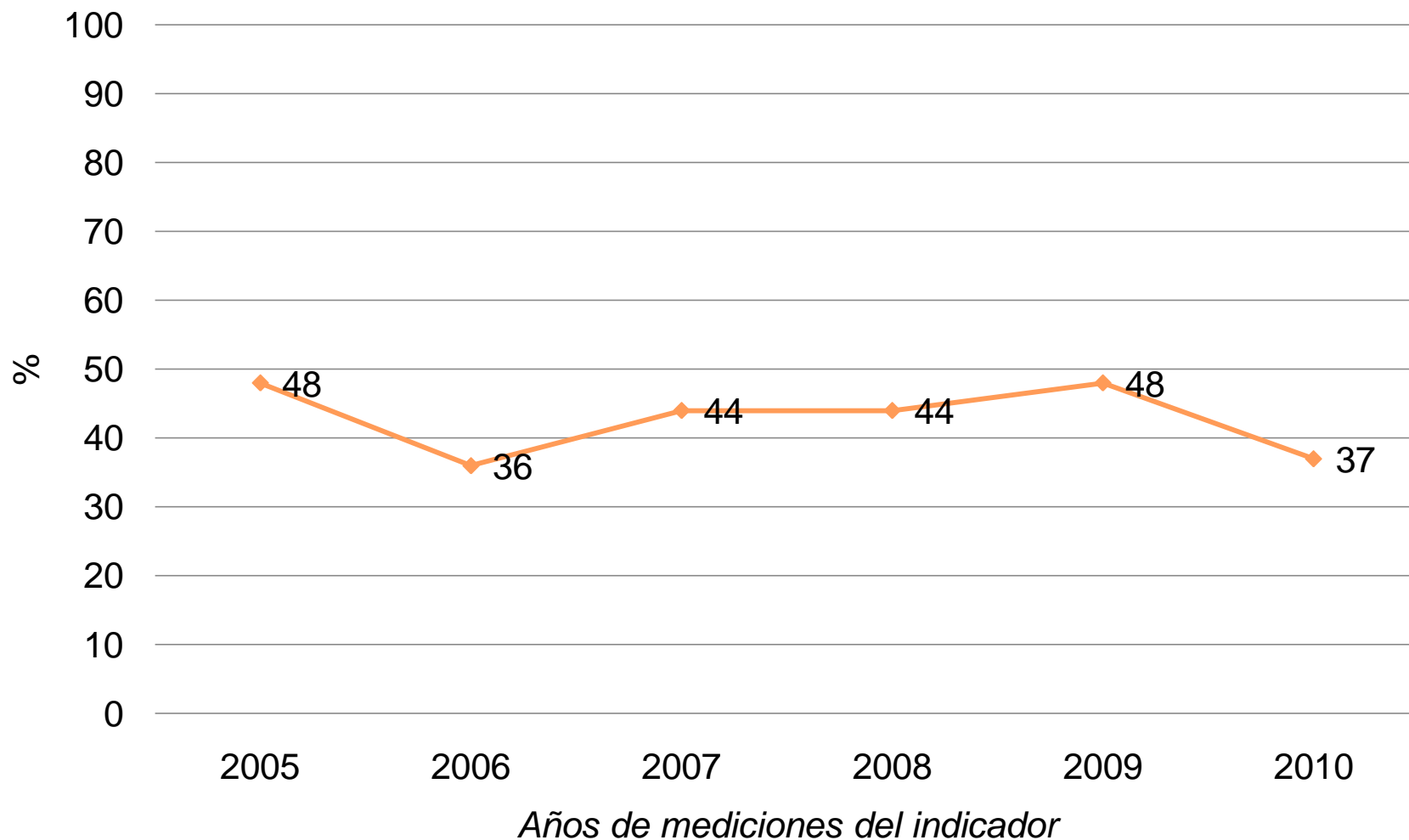
# % de personas que declaran disponer con regularidad de tiempo libre de lunes a viernes



# % de personas que realizaron un viaje de vacaciones en los últimos 12 meses



## % de personas satisfechas con su disponibilidad y aprovechamiento de su tiempo libre

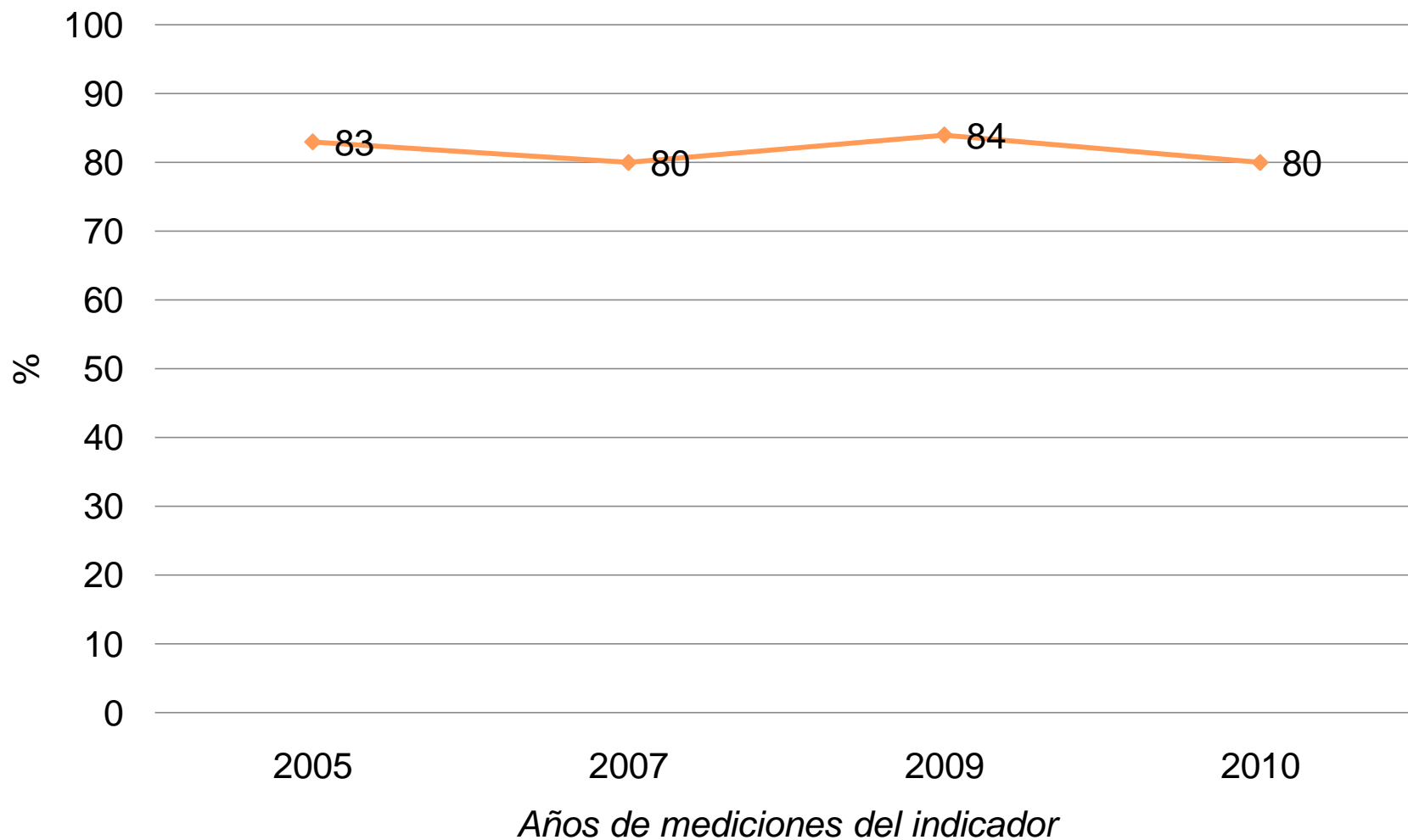




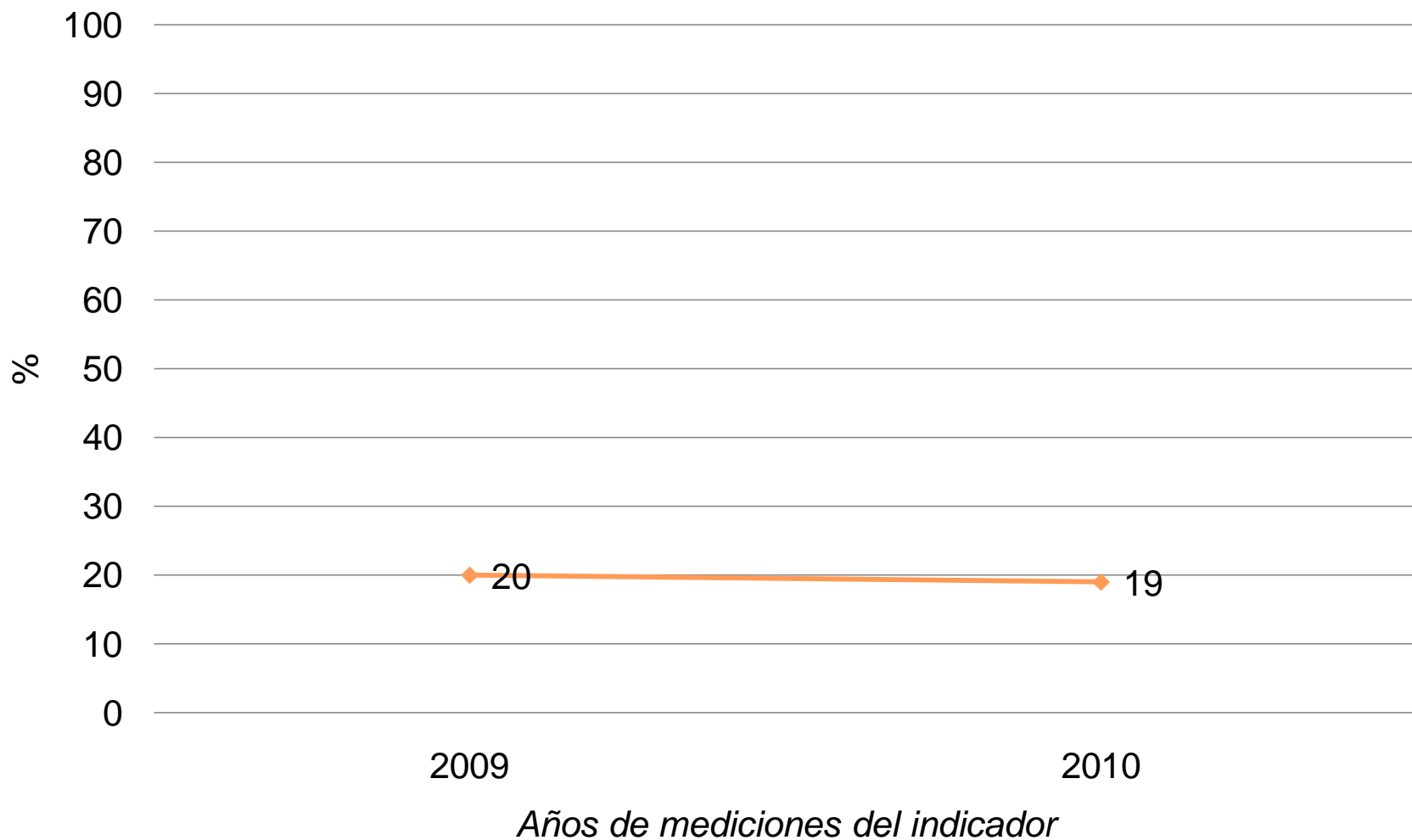
RELIGIÓN

BARÓMETRO DEL ESTILO DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES  
CHILENOS

# % de personas que declaran afinidad con alguna religión



# % de personas que asisten a la iglesia o templo todos los días o varias veces durante la semana

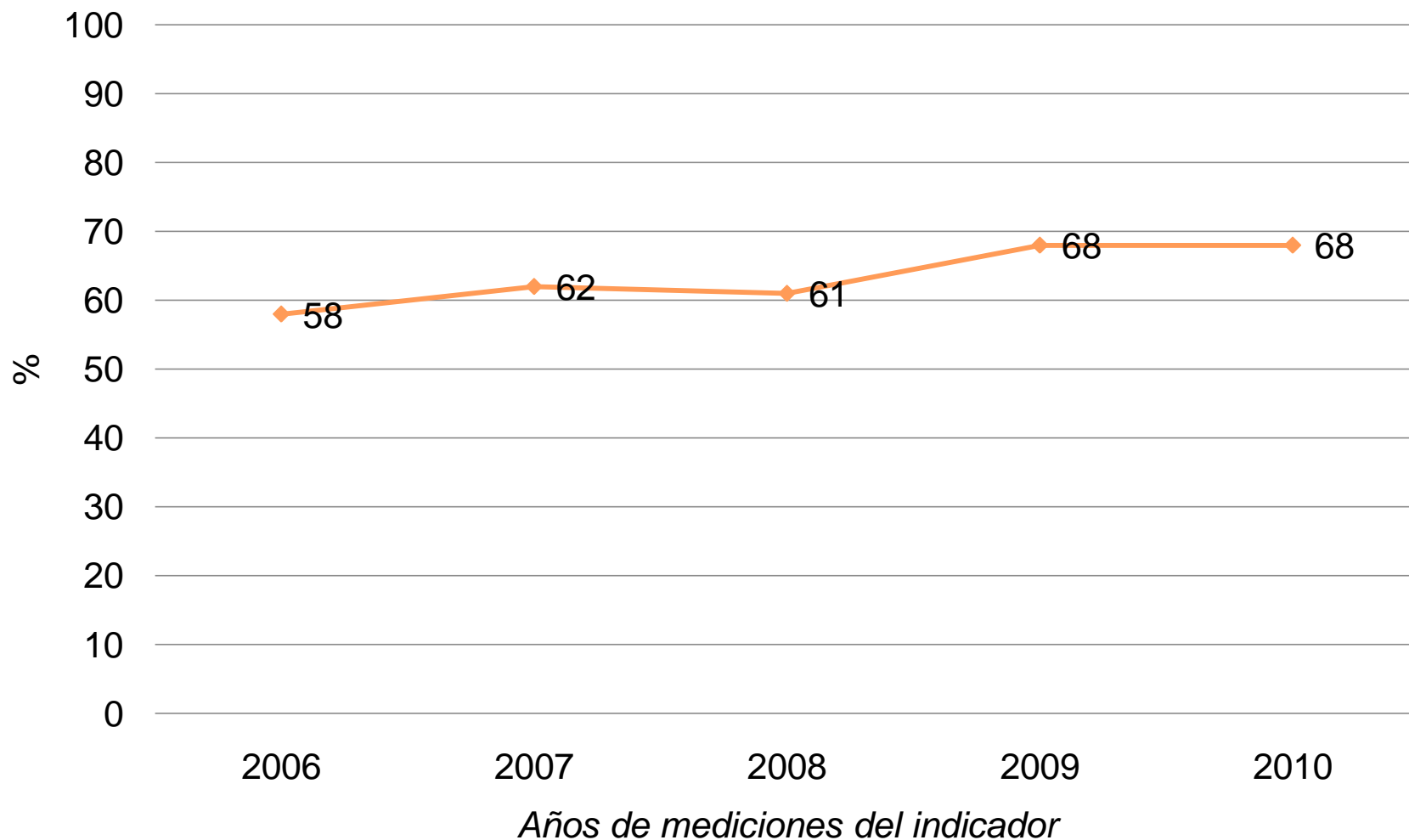




POLÍTICA

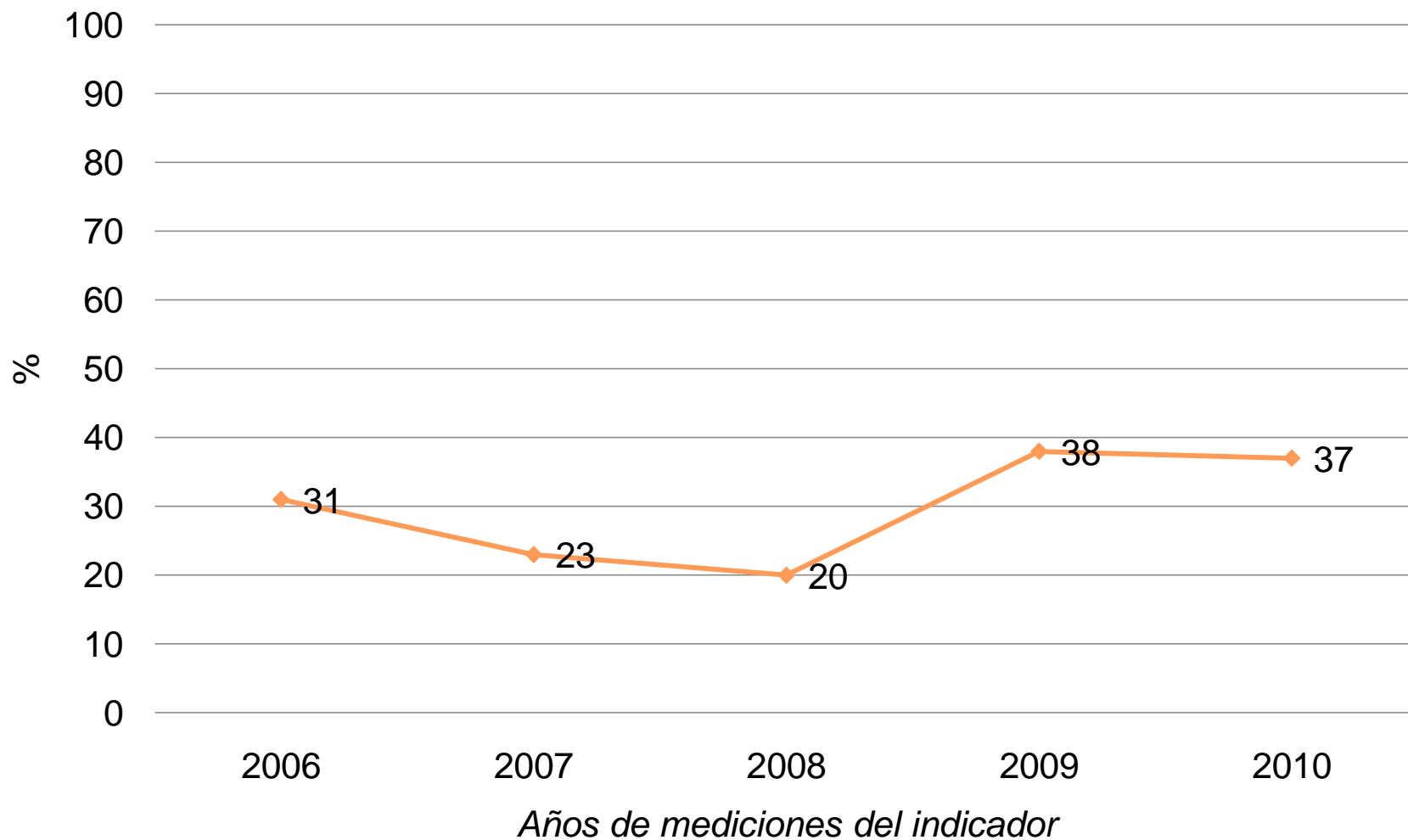
BARÓMETRO DEL ESTILO DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES  
CHILENOS

# % de personas que están de acuerdo o muy de acuerdo con que la democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno



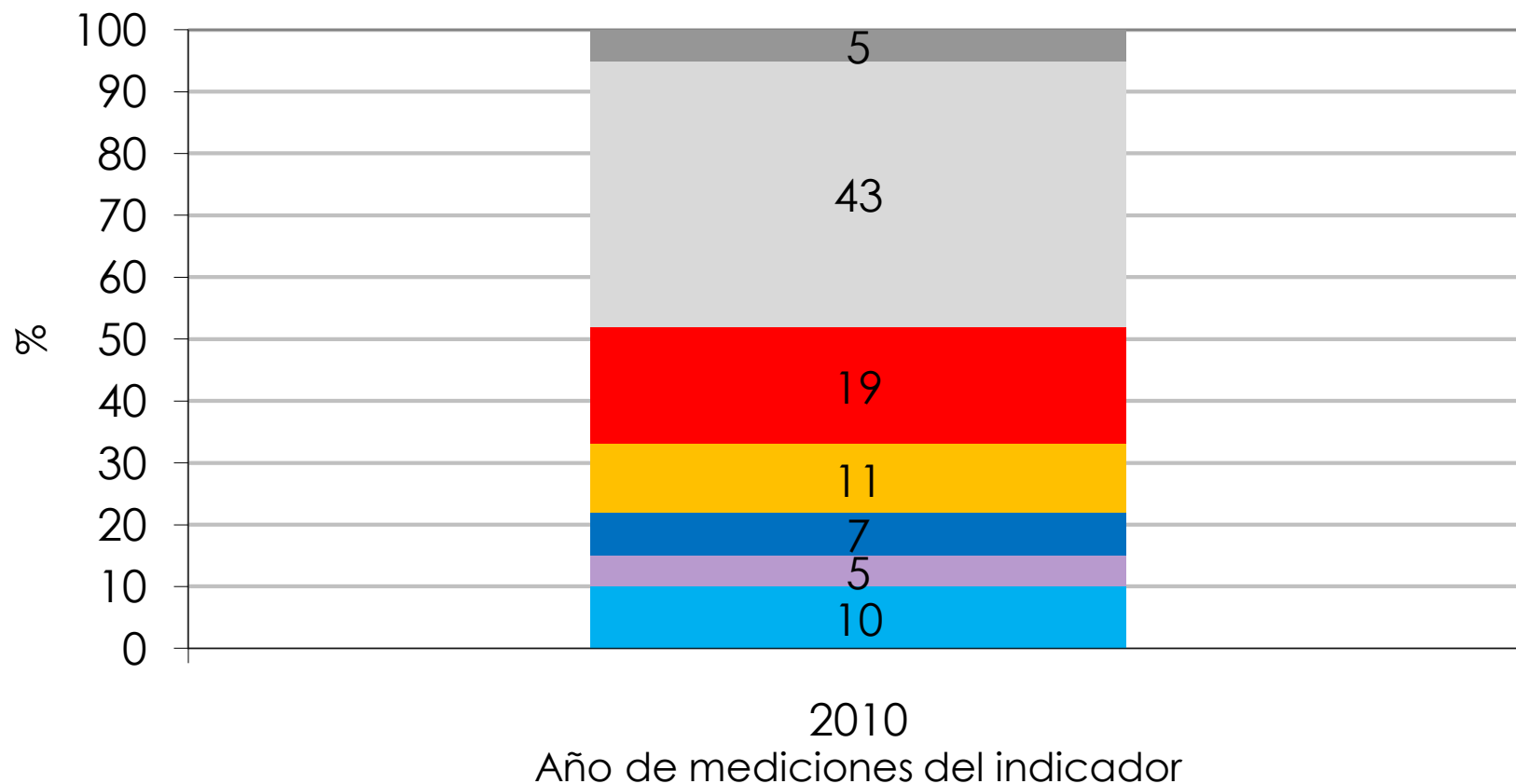


# % de personas que declaran afinidad con algún partido político



# % de personas que declaran afinidad con las distintas orientaciones políticas

■ Derecha ■ Centroderecha ■ Centro ■ Centroizquierda ■ Izquierda ■ Ninguna ■ No responde

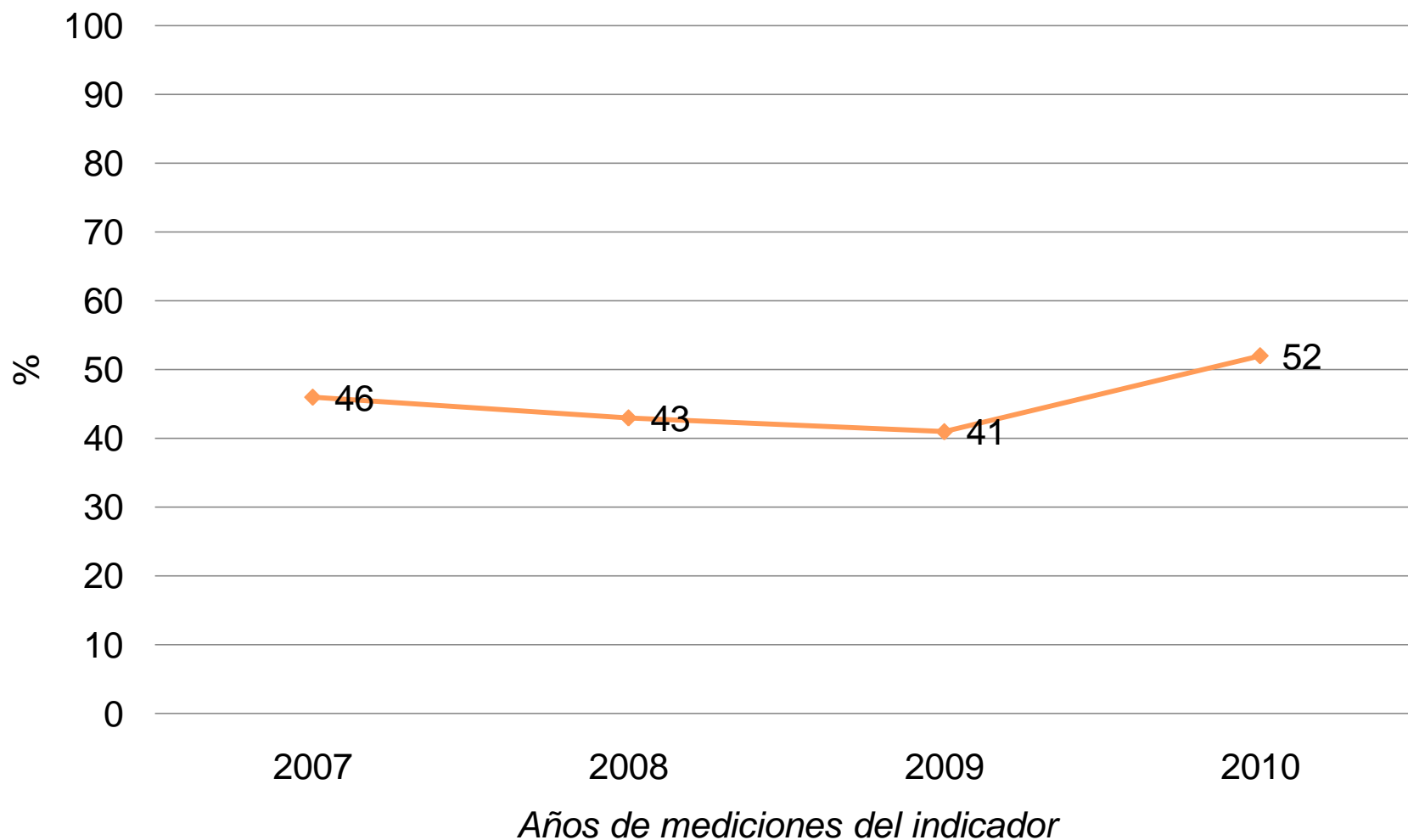




CULTURA

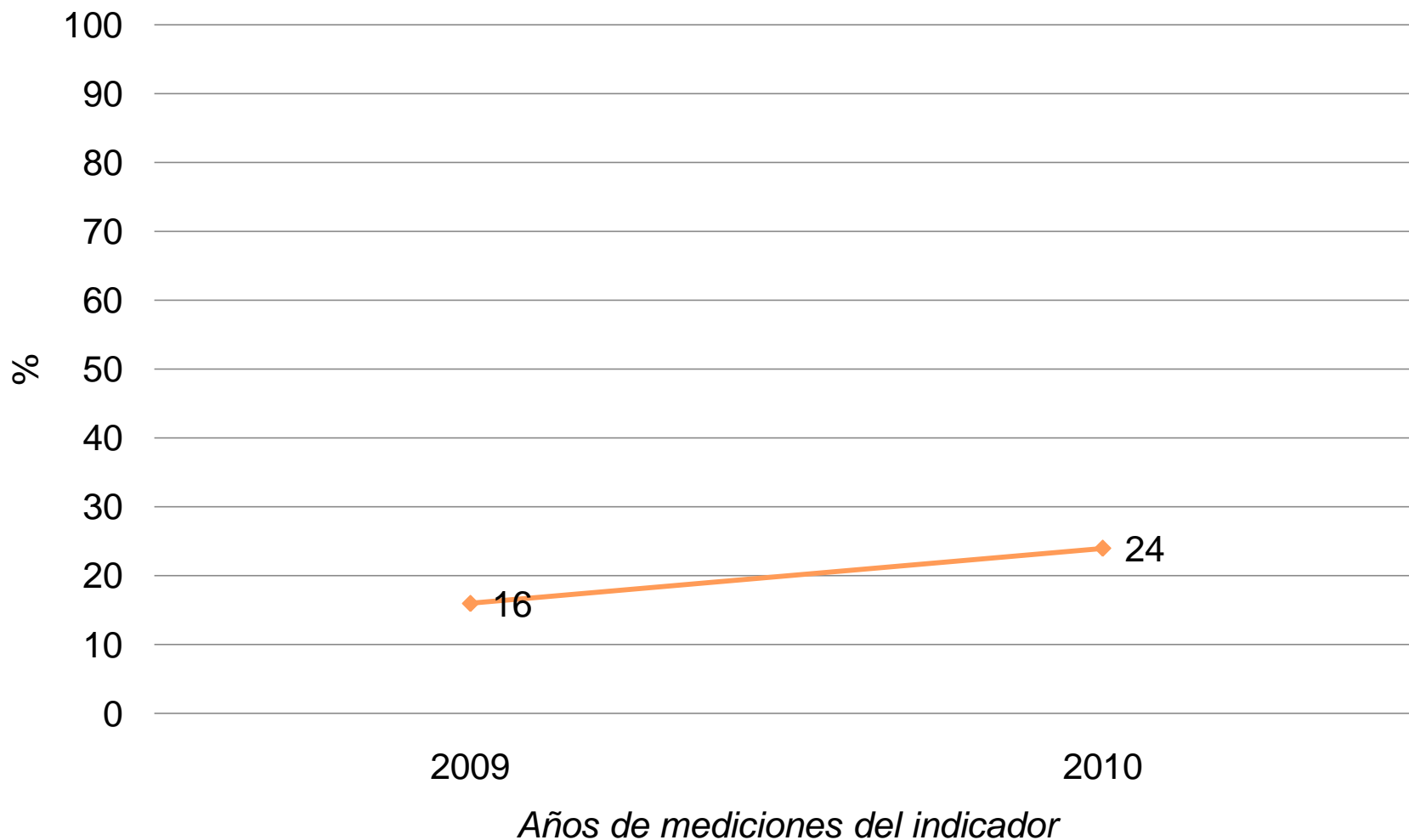
BARÓMETRO DEL ESTILO DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES  
CHILENOS

## % de personas que consideran como un tema de interés personal el arte y la cultura

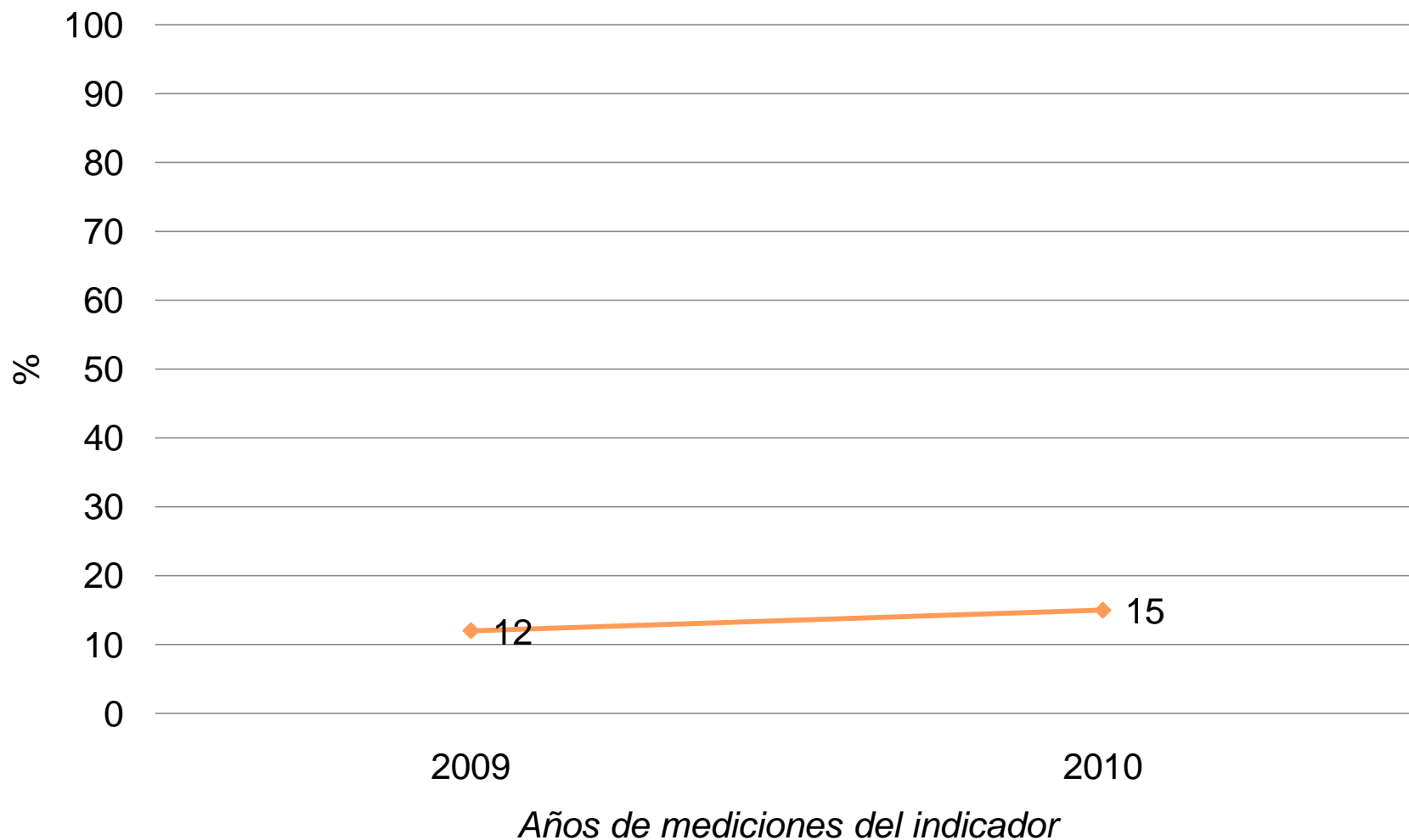


# % de personas que leen libros todos los días o varias veces durante la semana

---



## % de personas que visitan museos, exposiciones y otros espacios culturales durante el mes o con más frecuencia

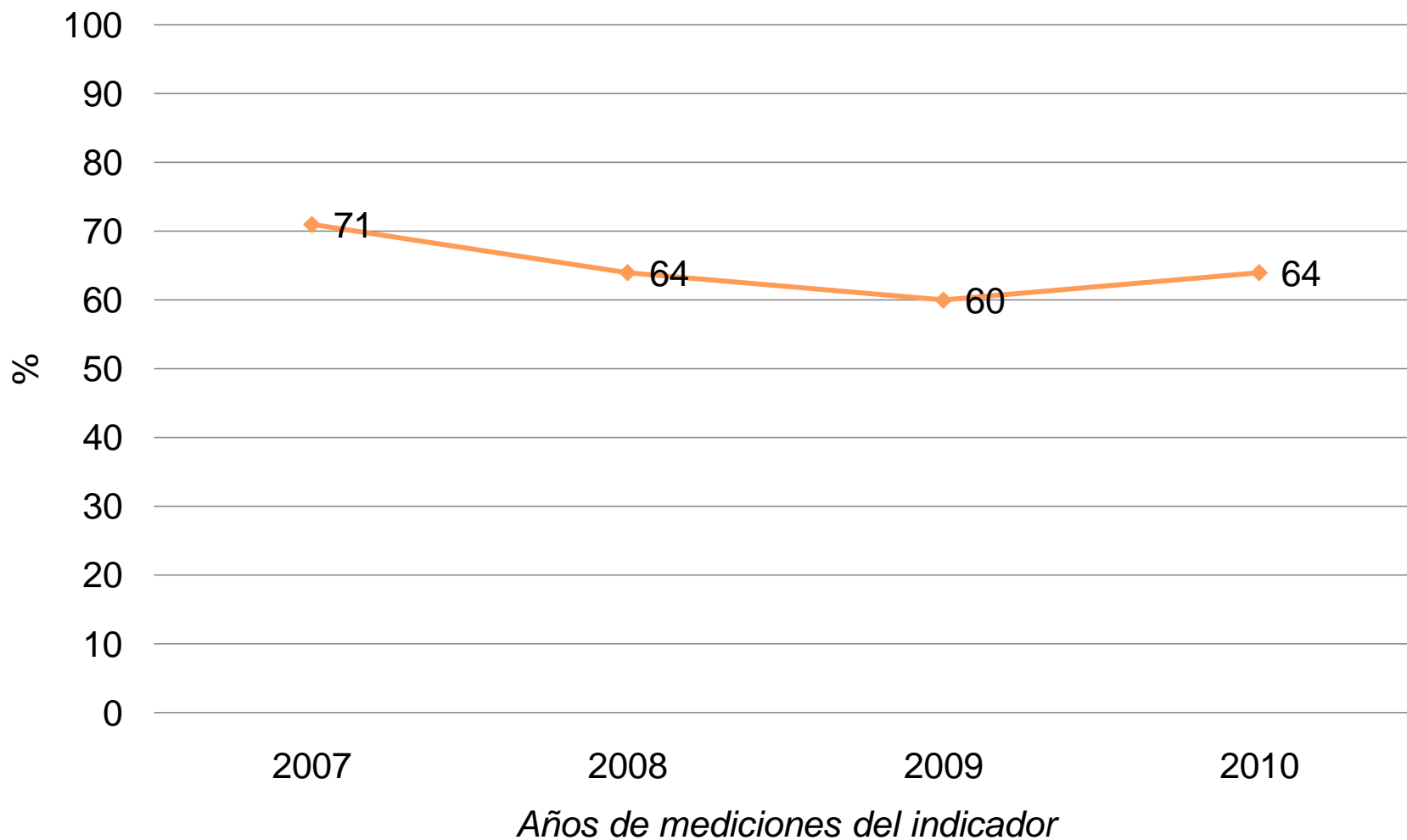




BELLEZA

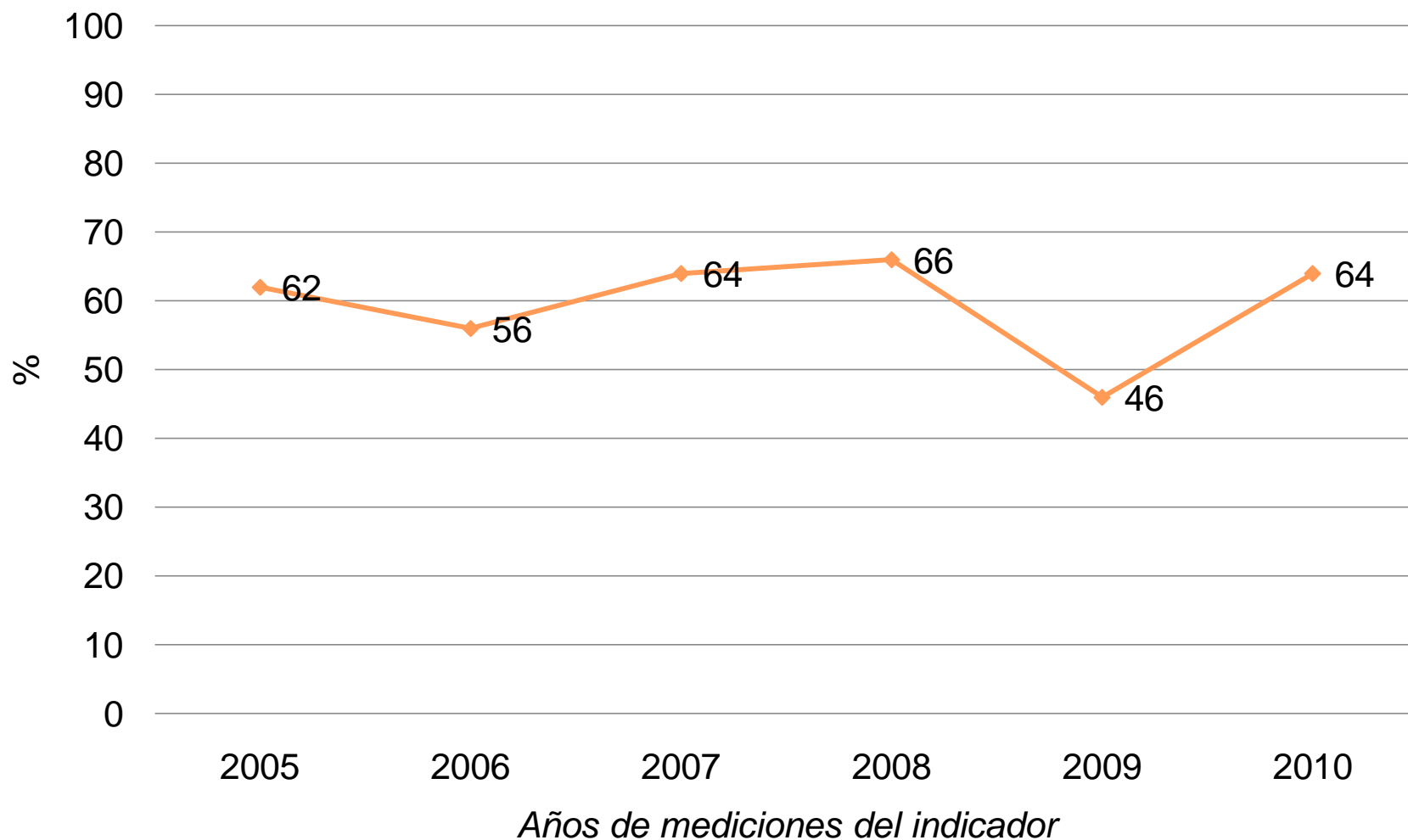
BARÓMETRO DEL ESTILO DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES  
CHILENOS

## % de personas que declaran interés personal por el cuidado personal, moda y belleza

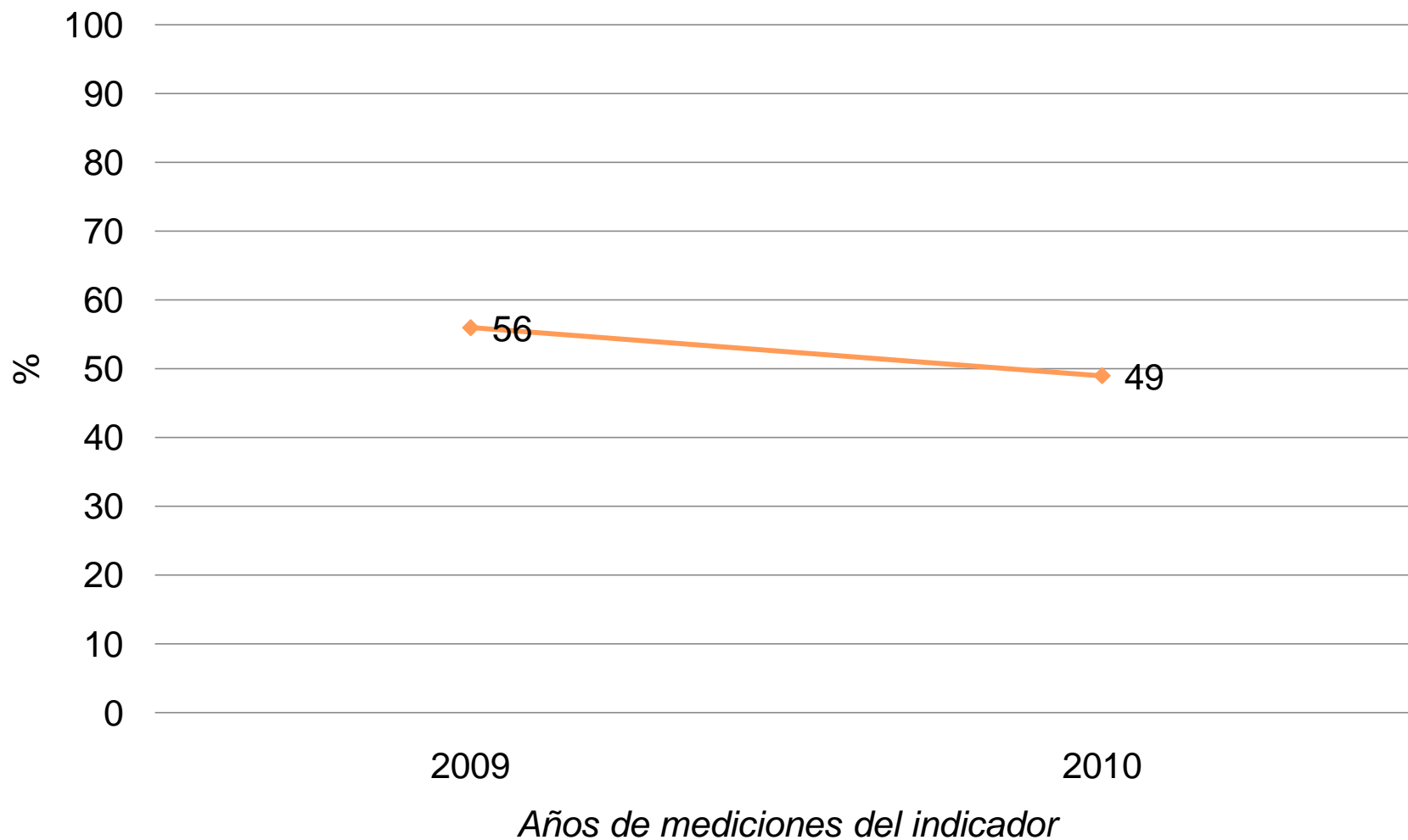




# % de personas que declaran que es muy importante mantenerse en forma y atractivo físicamente

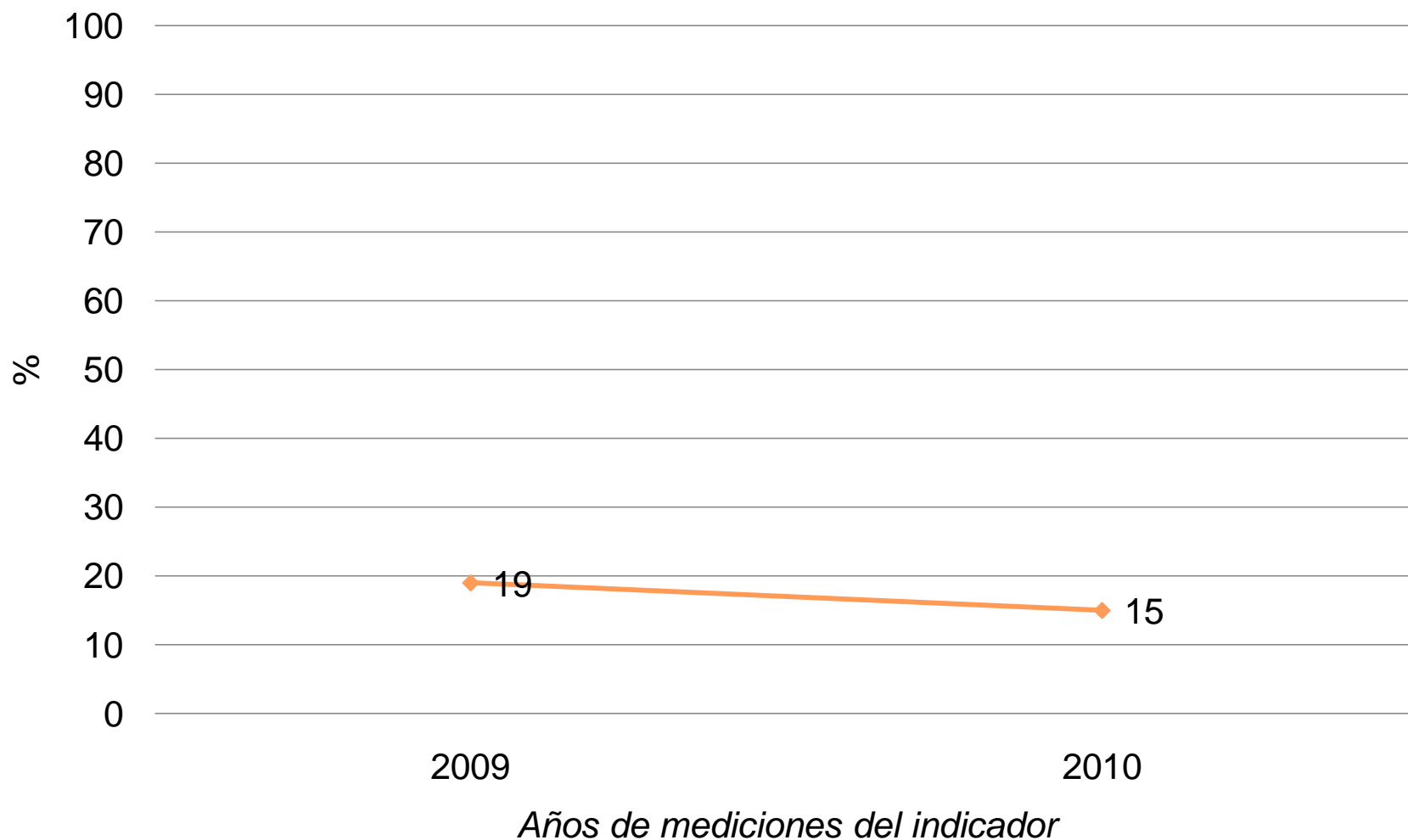


## % de personas satisfechas con su cuerpo



## % de personas que mencionan realizar ejercicio o deporte con el fin de mantenerse atractivas

---

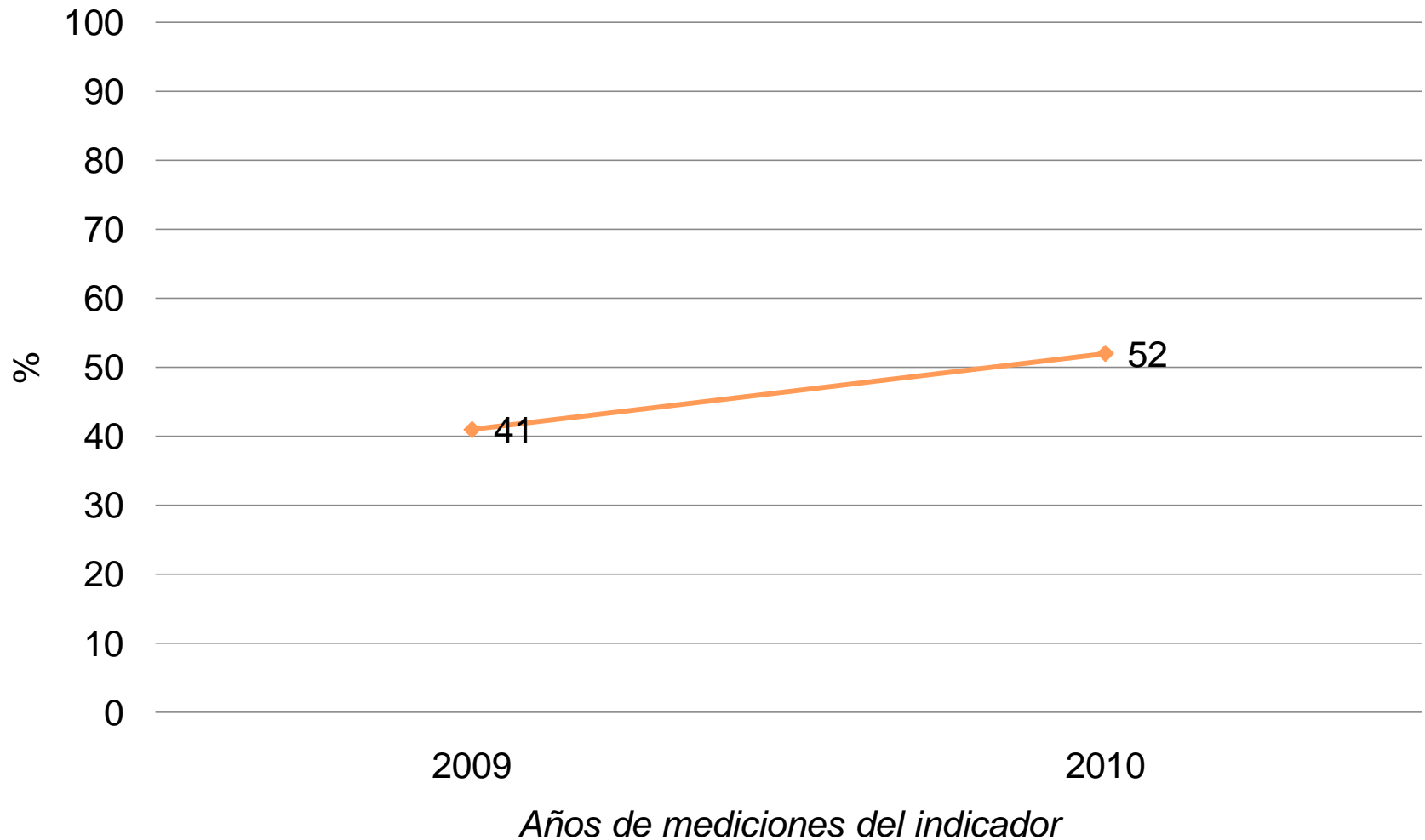




## ECONOMÍA PERSONAL

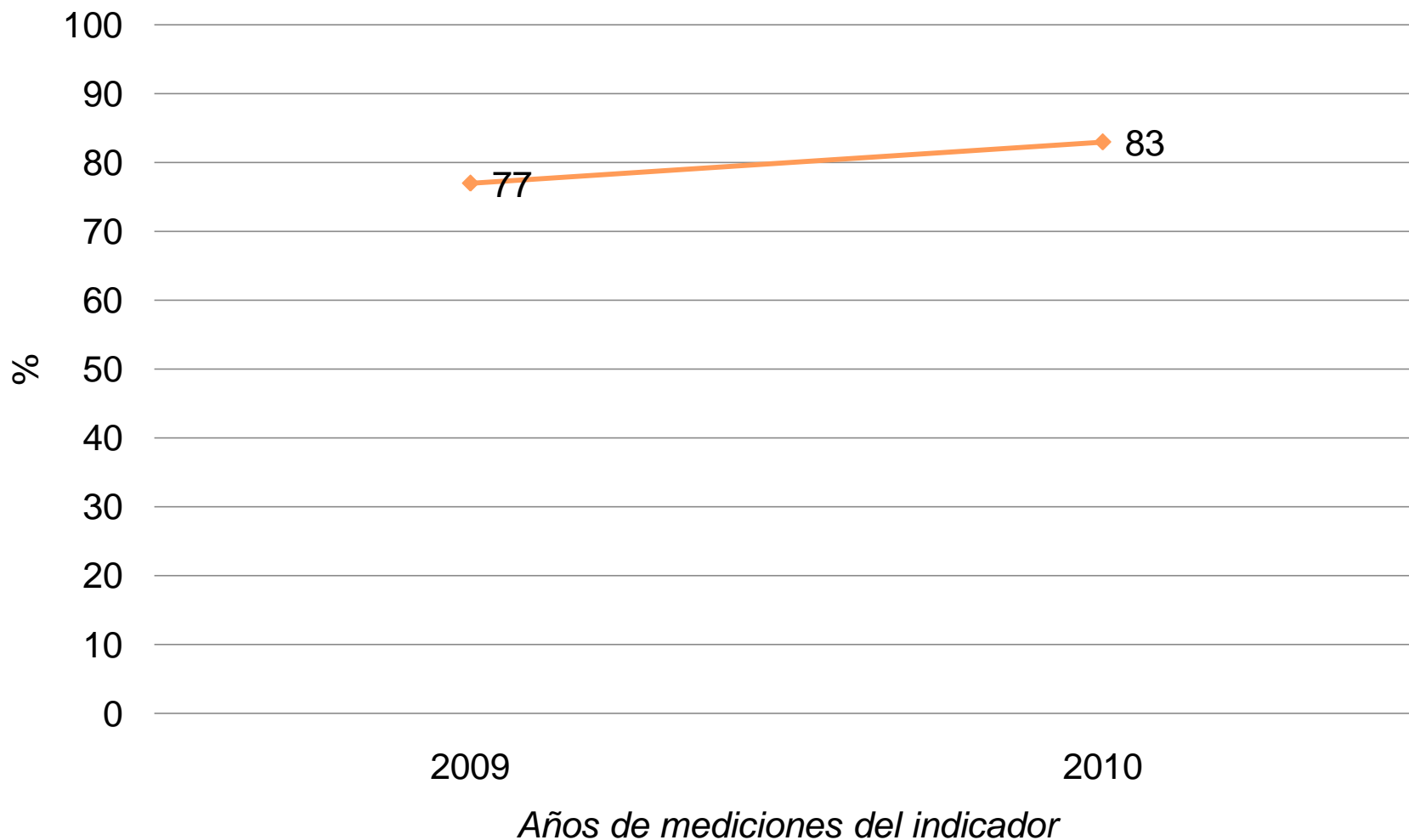
BARÓMETRO DEL ESTILO DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES  
CHILENOS

# % de personas que evalúan su condición económica actual y la de su familia como buena o excelente



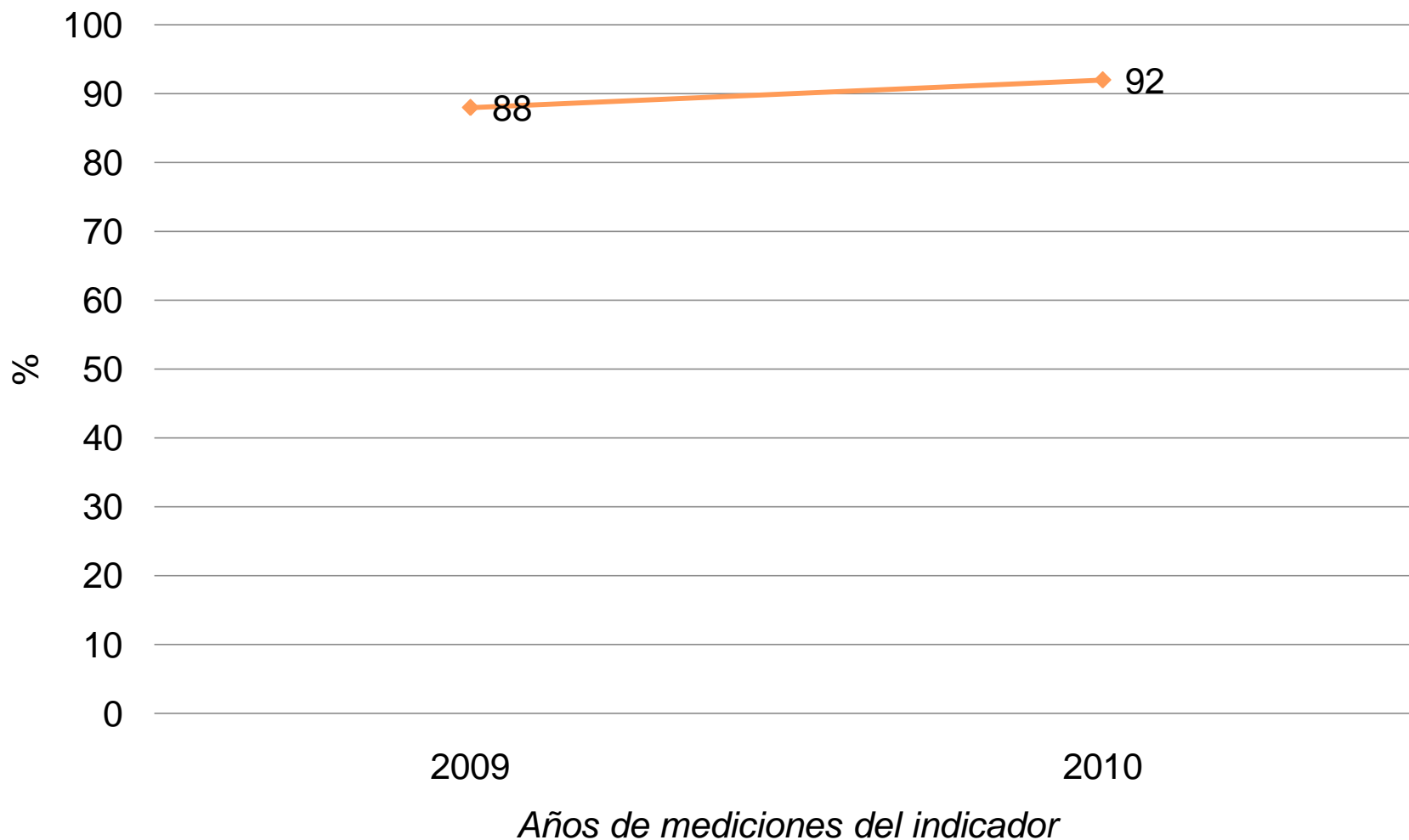
## % de personas que declaran que su condición económica es igual o mejor respecto de hace 5 años atrás

---



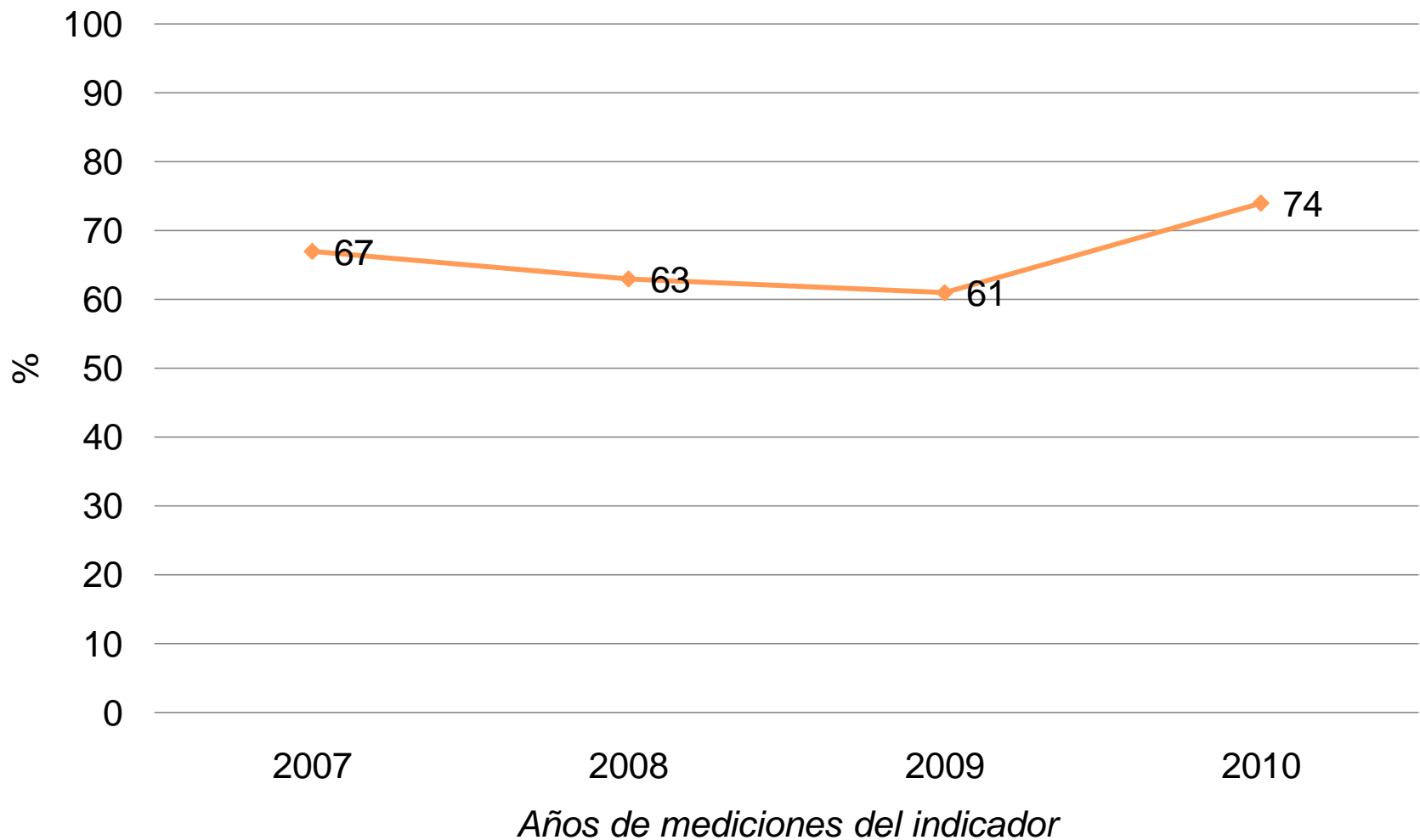
## % de personas que proyectan que su condición económica en 5 años más será igual o mejor que ahora

---



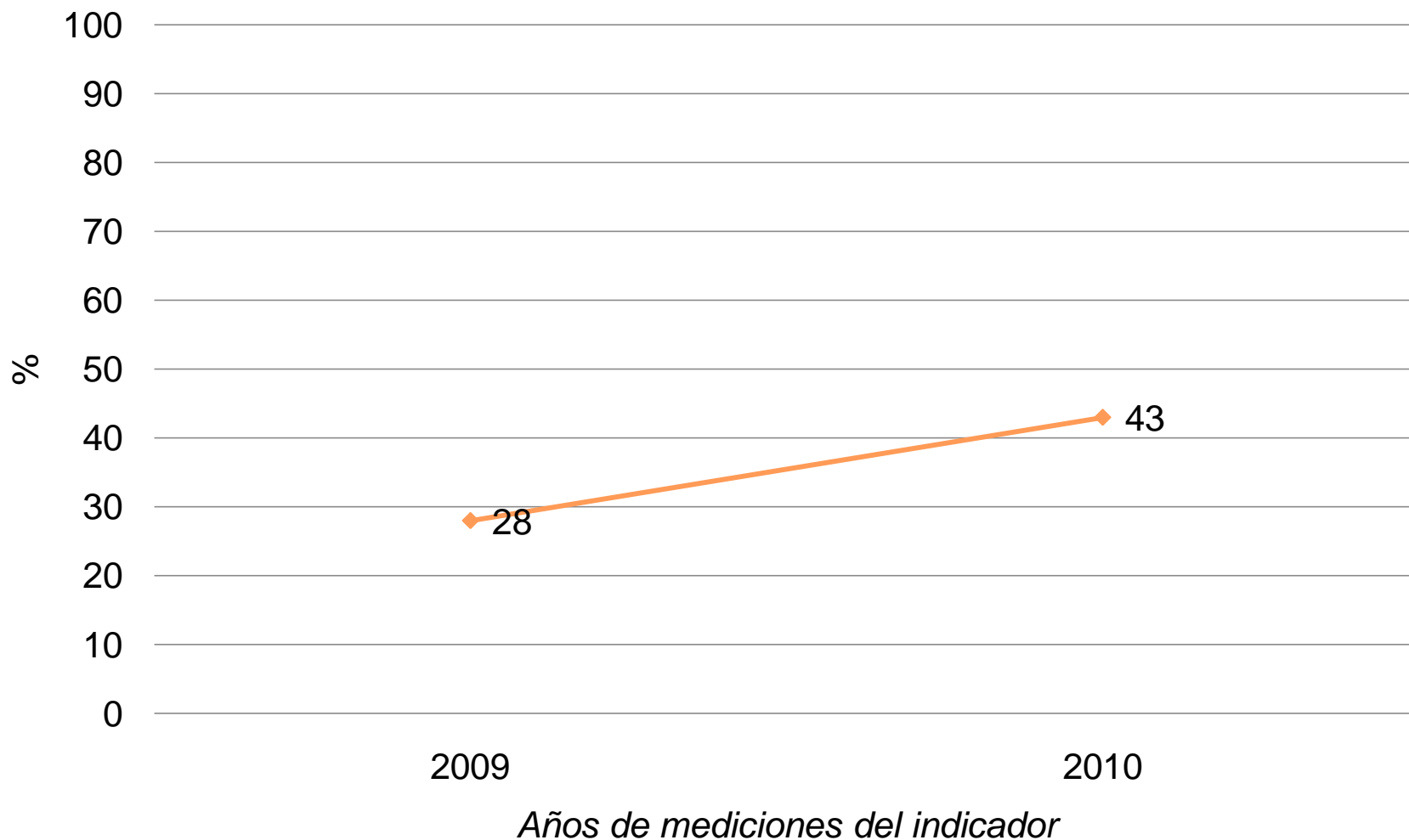
## % de personas que declaran que el dinero les alcanza y que pueden ahorrar

---





# % de personas que declaran que este es un buen o excelente momento para realizar compras

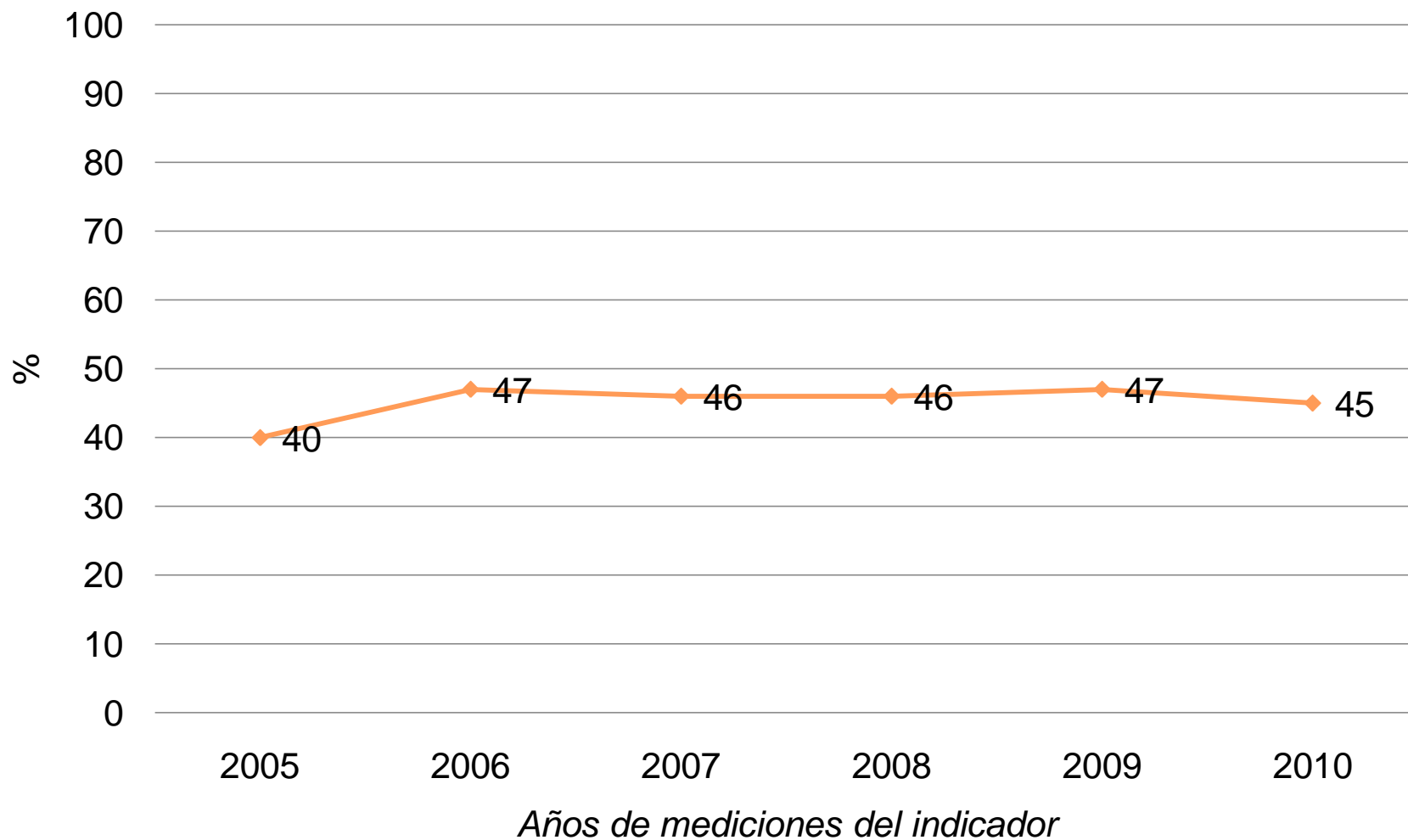




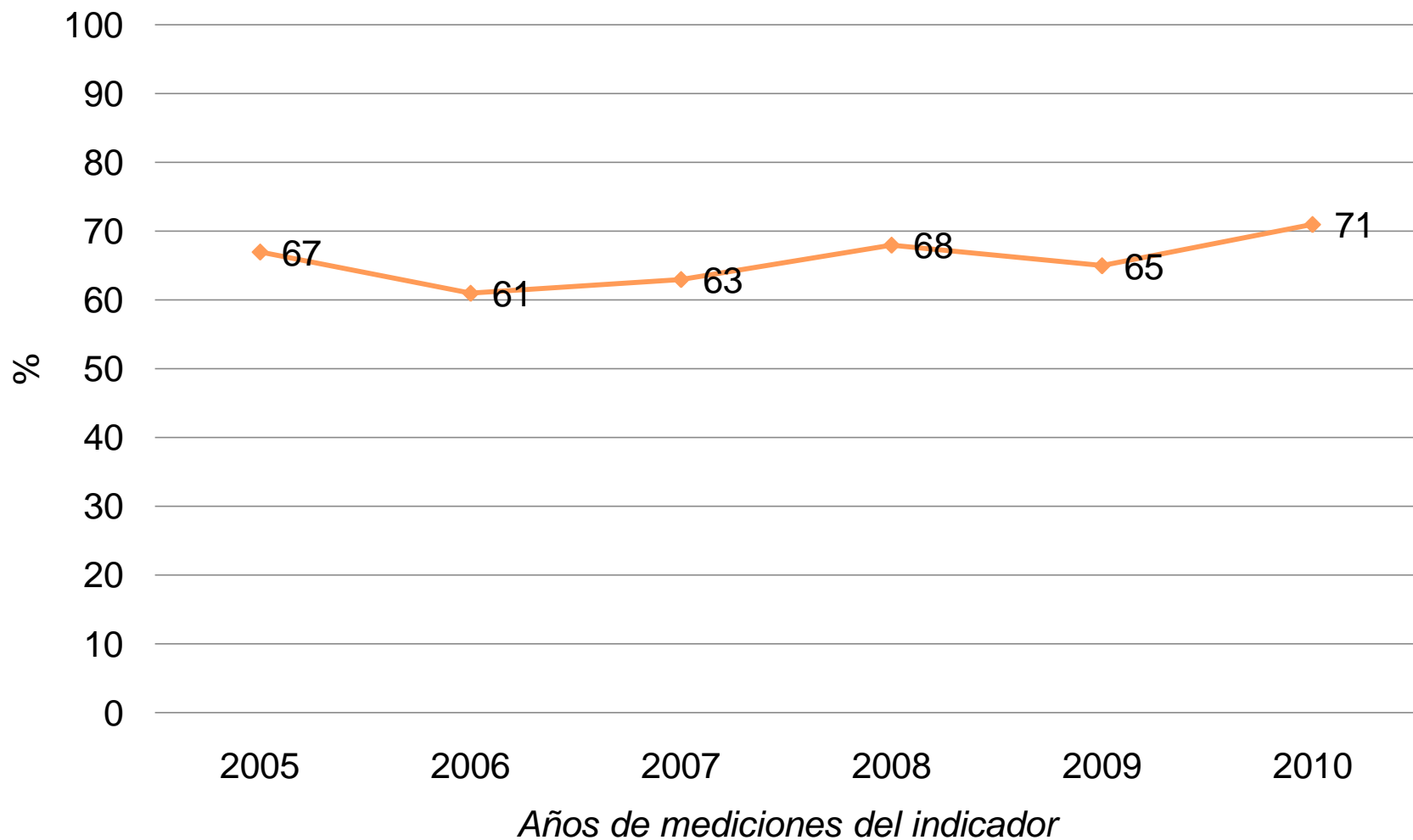
COMPRA

BARÓMETRO DEL ESTILO DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES  
CHILENOS

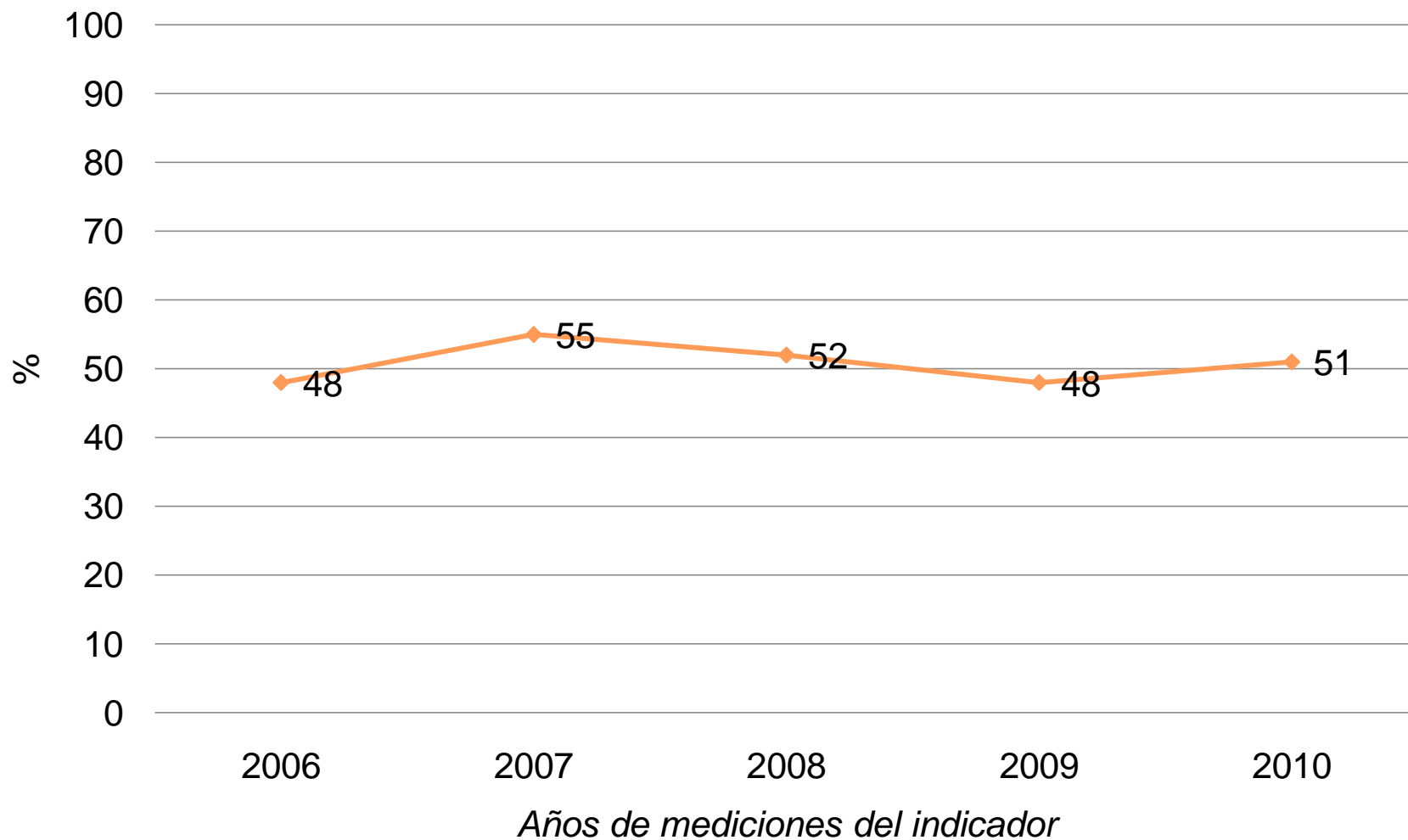
## % de personas que consideran un paseo y una entretención salir a vitrinear



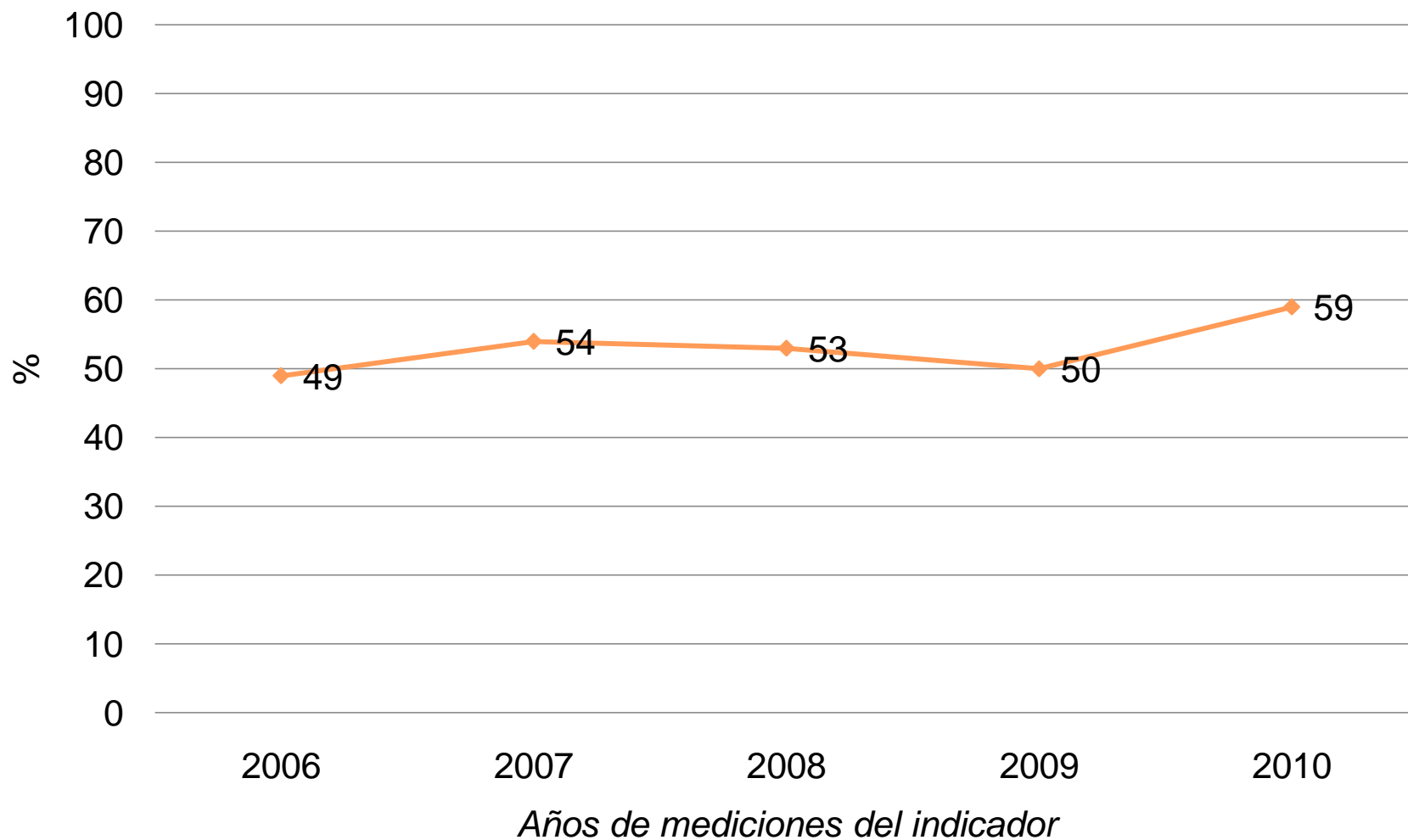
## % de personas que cotizan antes de comprar



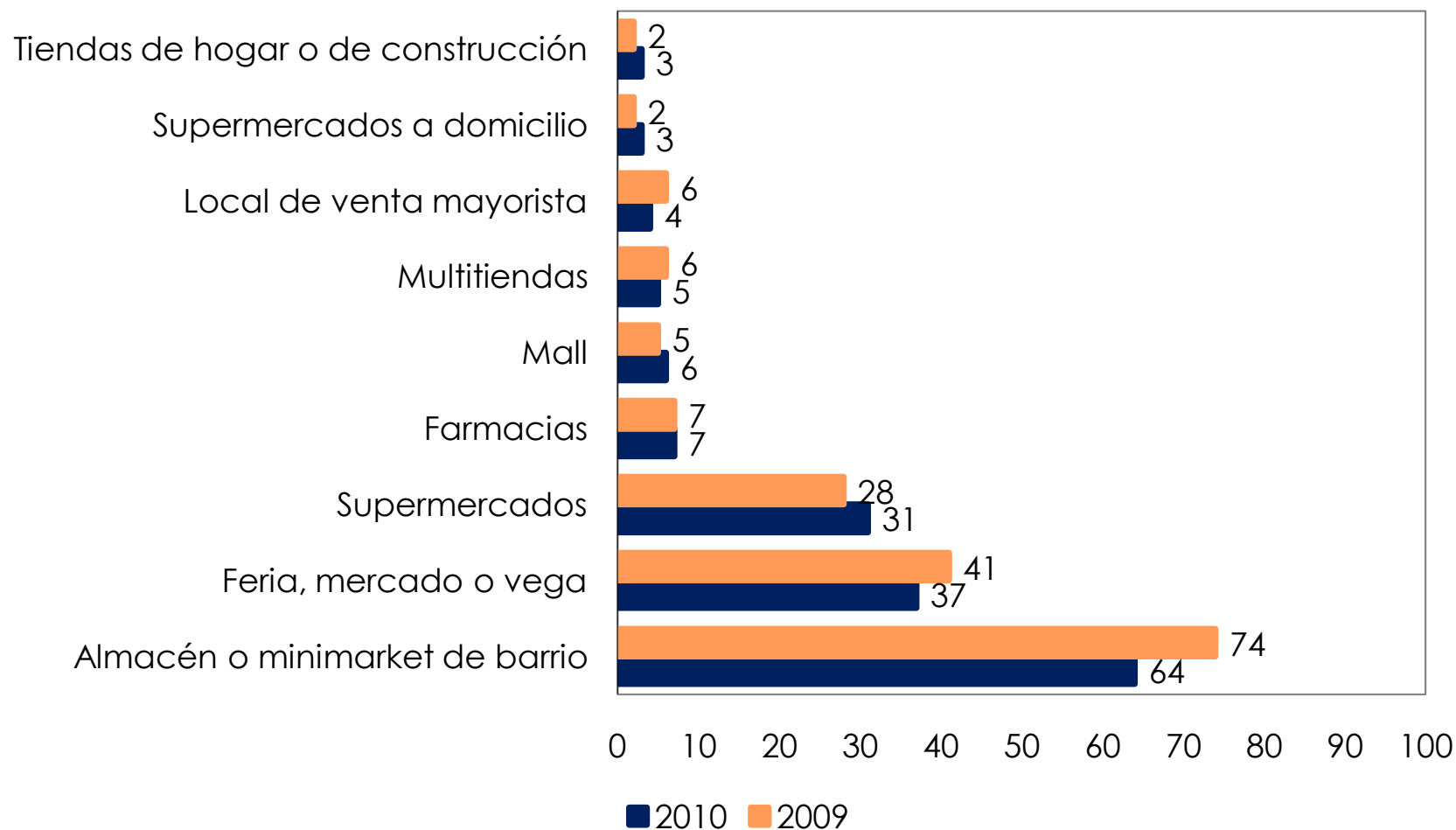
## % de personas que les gusta probar productos nuevos



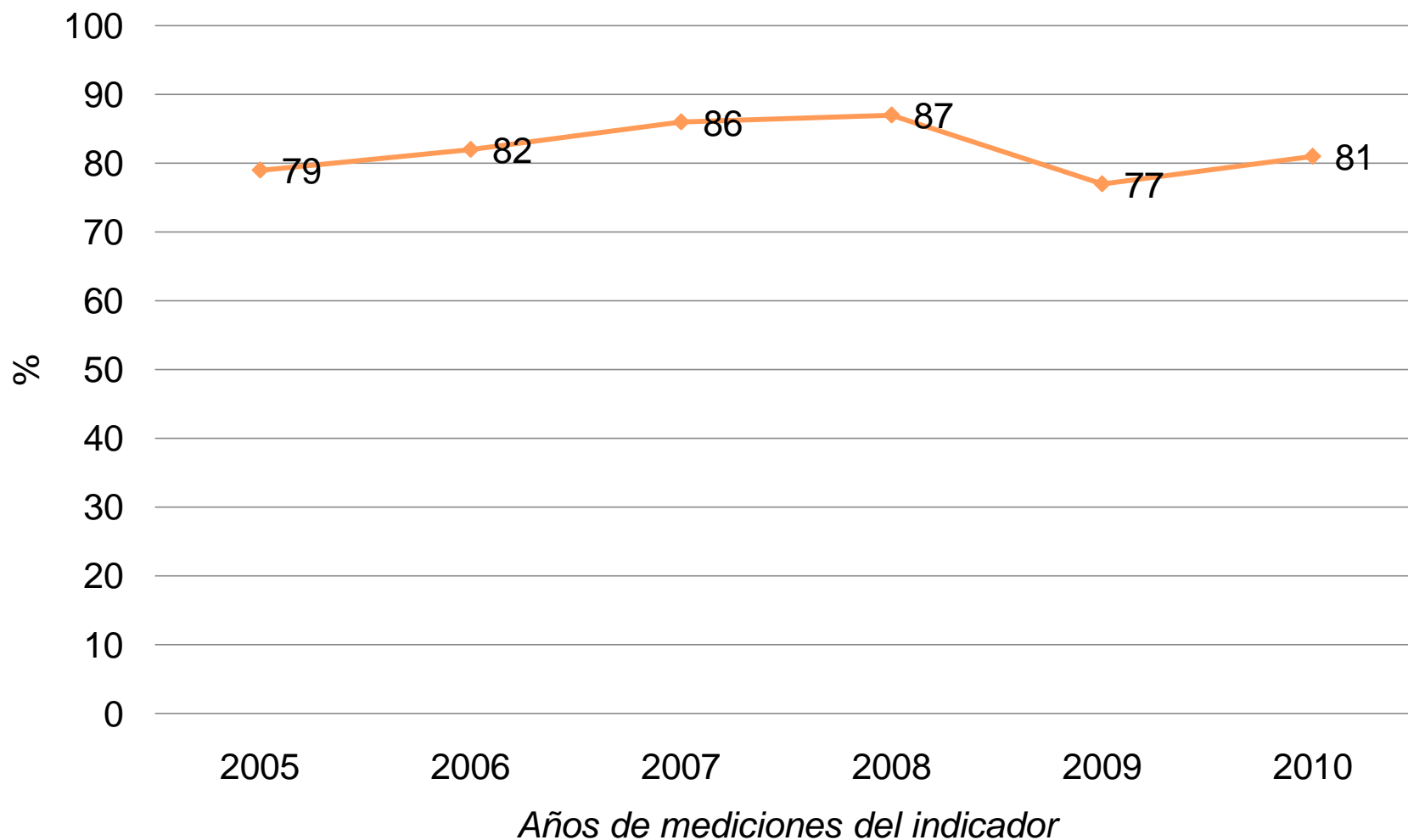
# % de personas que acostumbran a premiarse comprándose algo



# % de personas que acuden semanalmente o con más frecuencia a los diferentes formatos de comercio

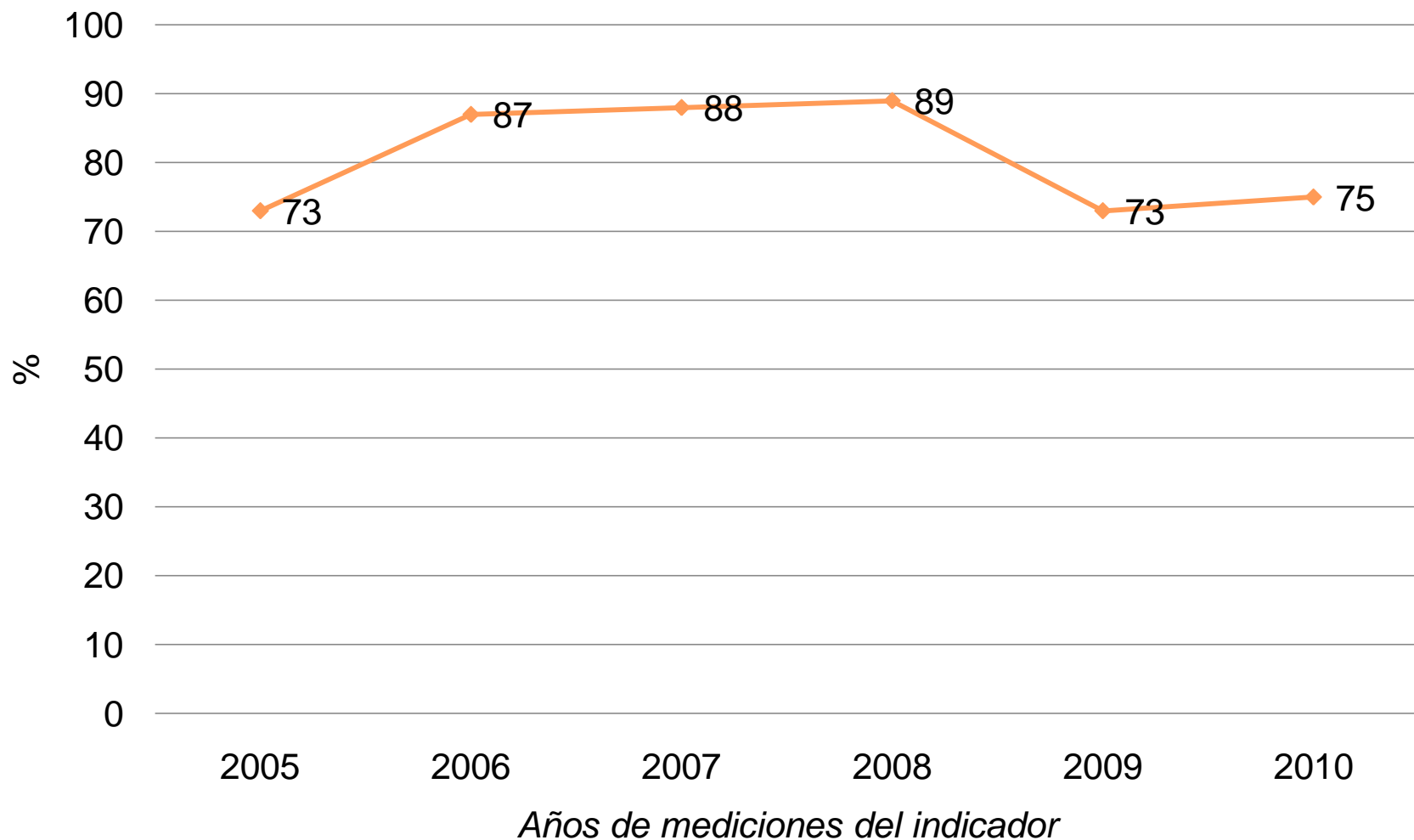


## % de personas que consideran muy importante o esencial el precio en un lugar de compra

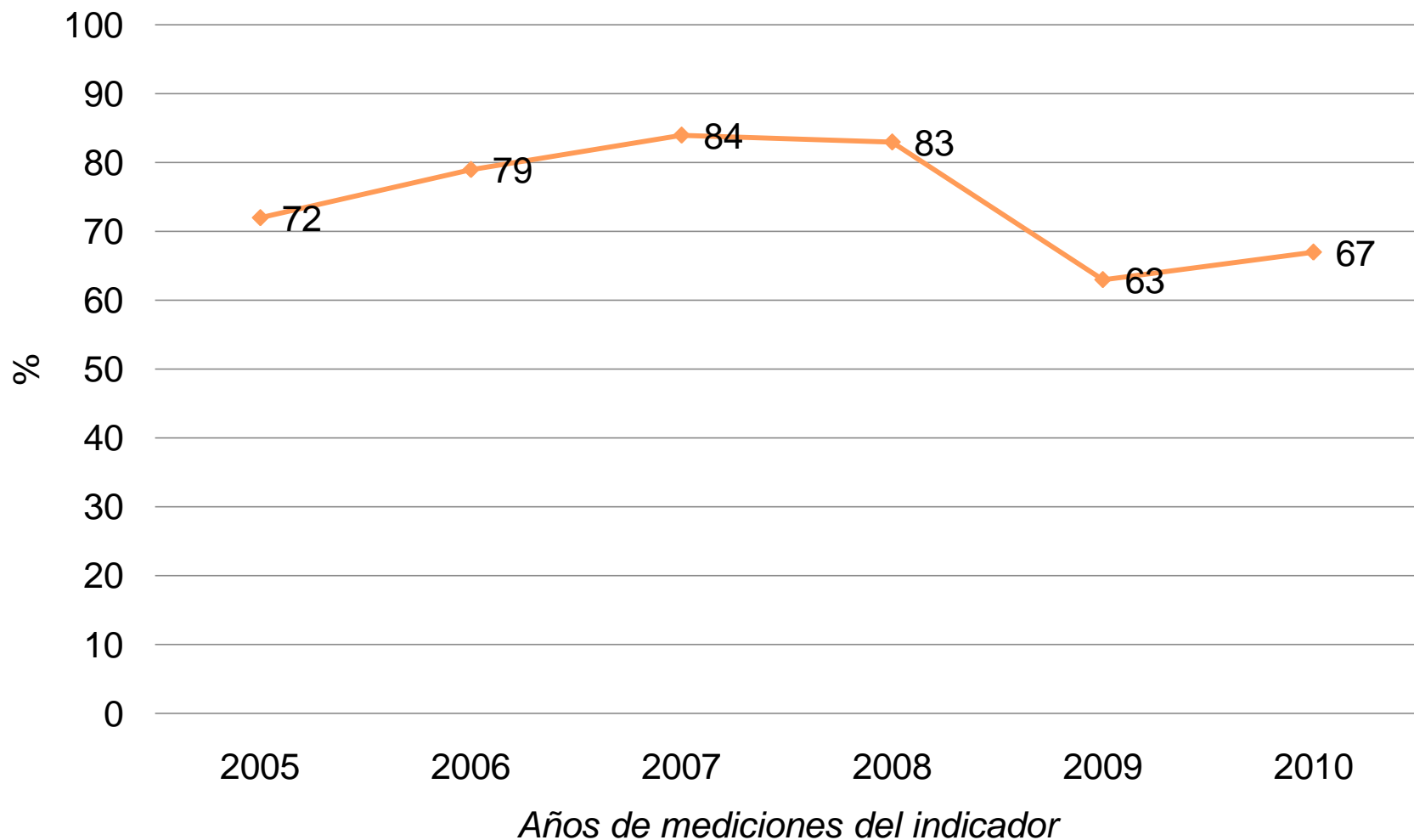




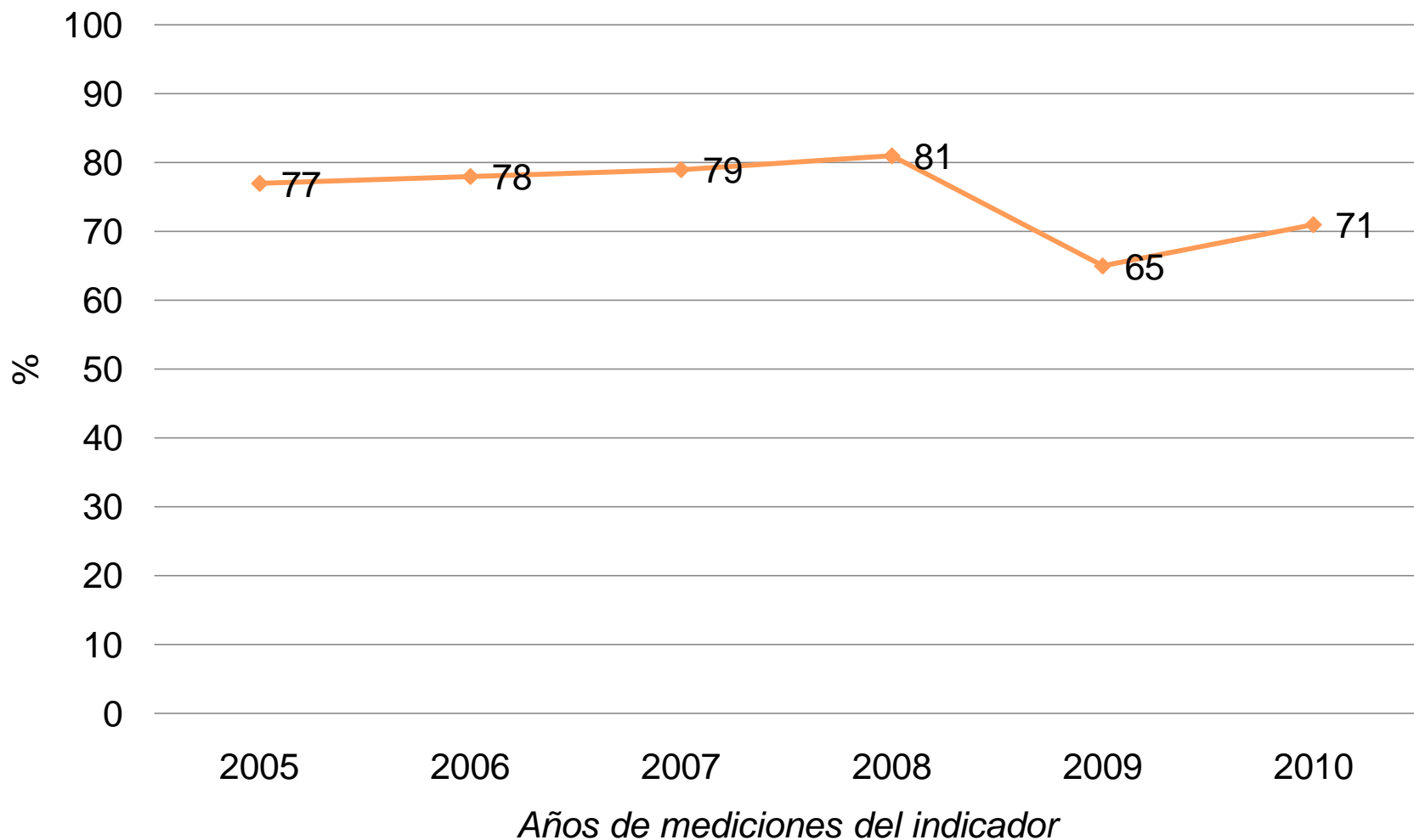
## % de personas que consideran muy importante o esencial la calidad de los productos en un lugar de compra



## % de personas que consideran muy importante o esencial la amabilidad del personal en un lugar de compra



## % de personas que consideran muy importante o esencial la rapidez de atención en un lugar de compra

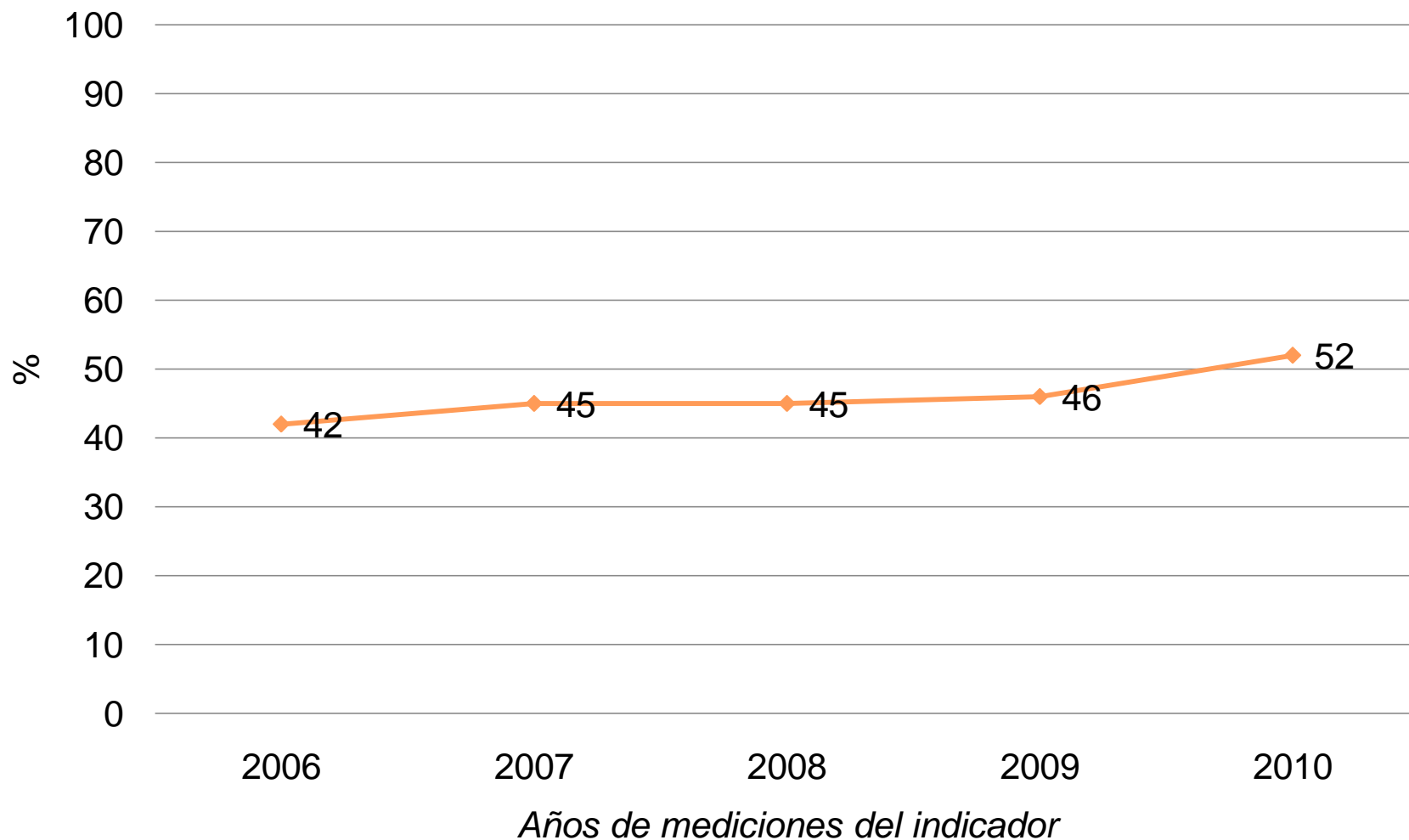




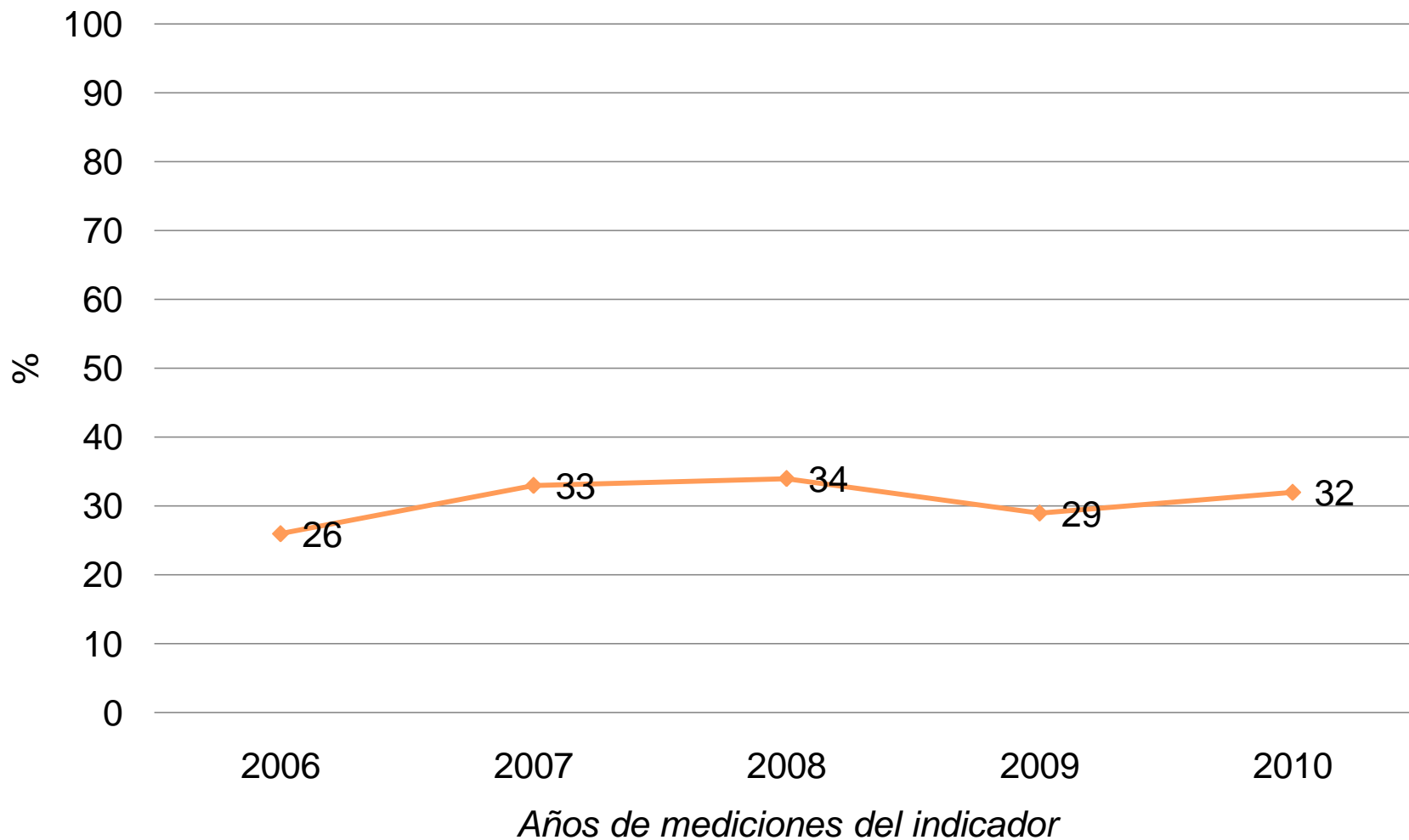
MARCAS

BARÓMETRO DEL ESTILO DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES  
CHILENOS

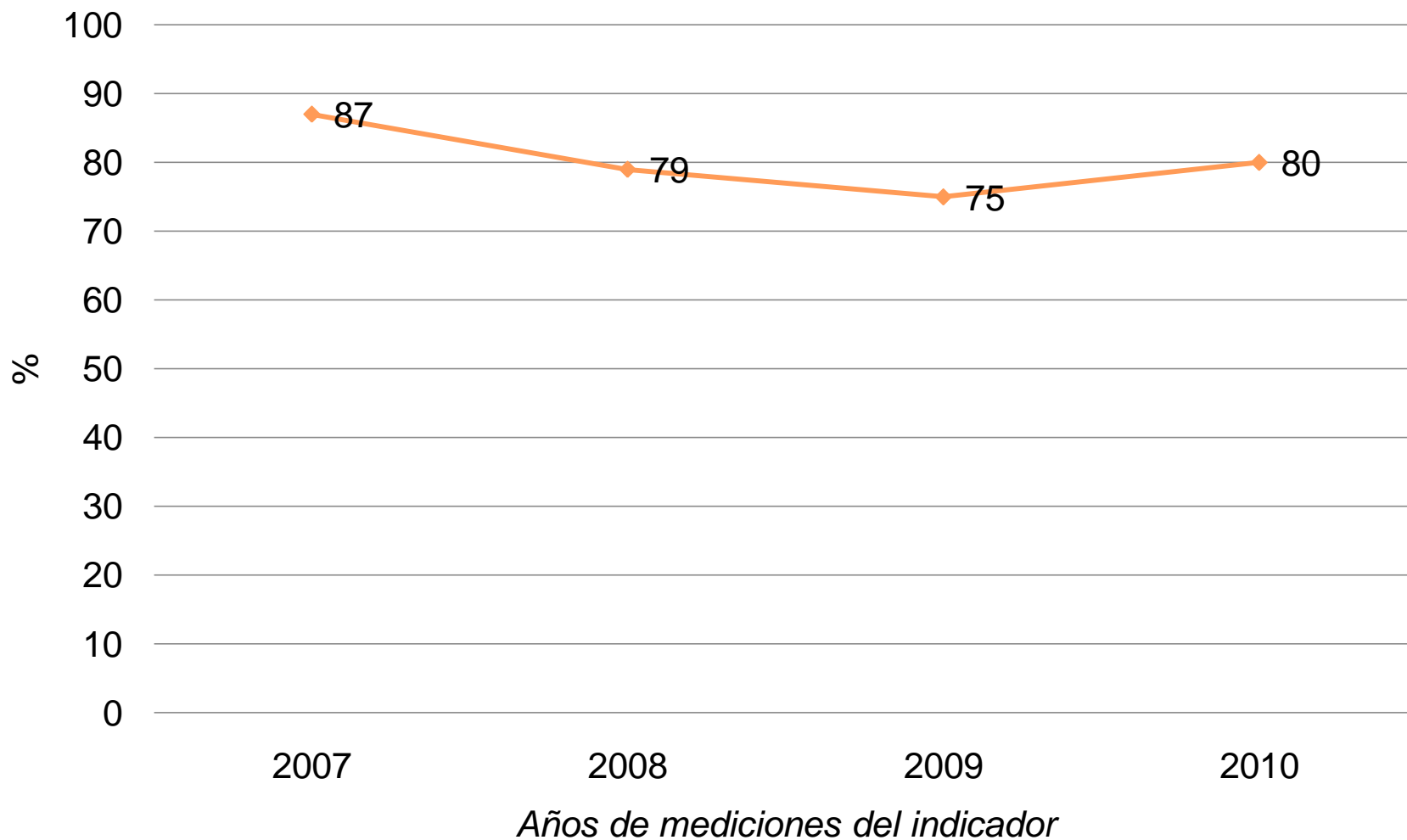
## % de personas que declaran tener marcas favoritas que no cambian por nada



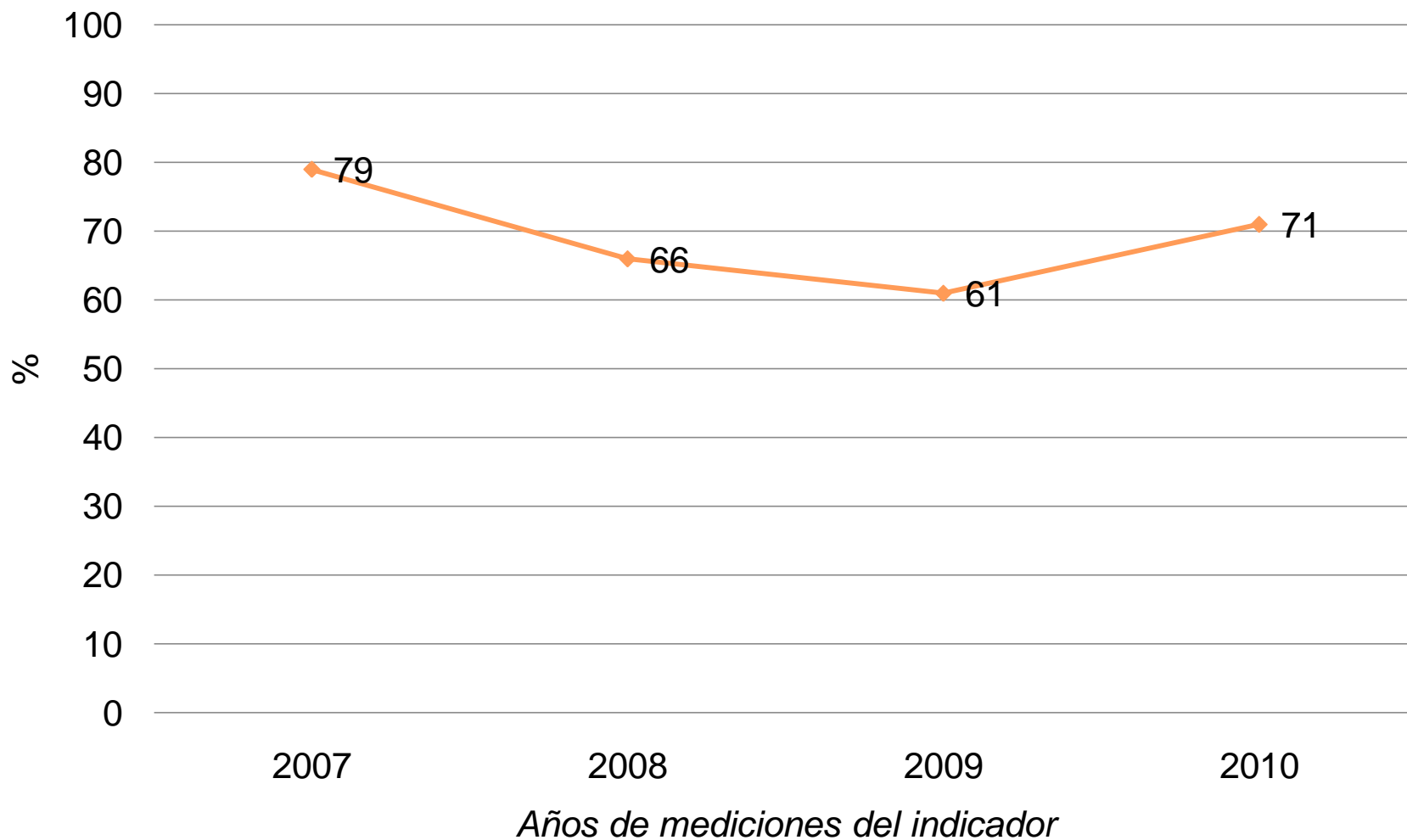
# % de personas que declaran estar dispuestos a pagar más por marcas más exclusivas



# % de personas que valoran que una marca tenga el atributo de segura

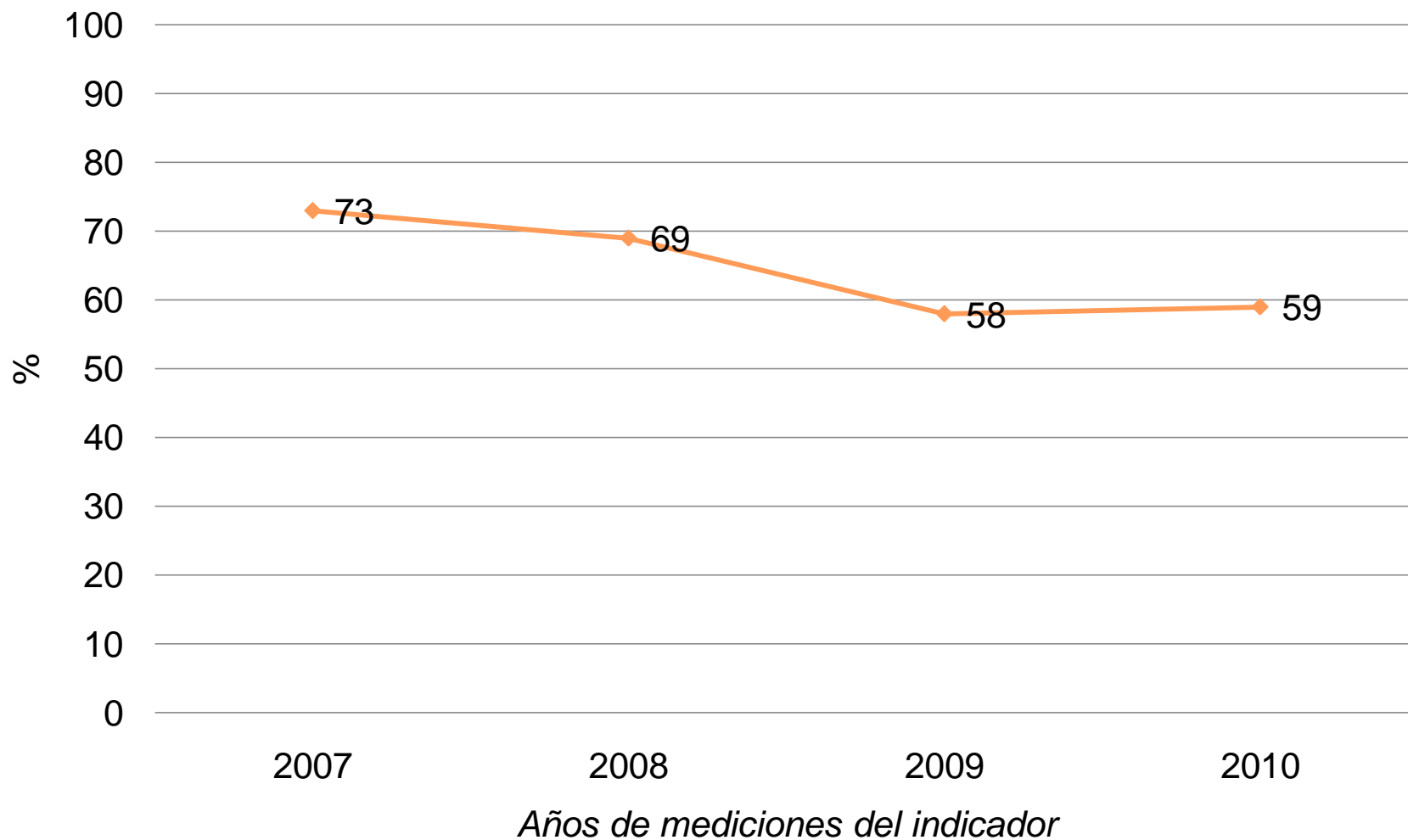


## % de personas que valoran que una marca tenga el atributo de cercana

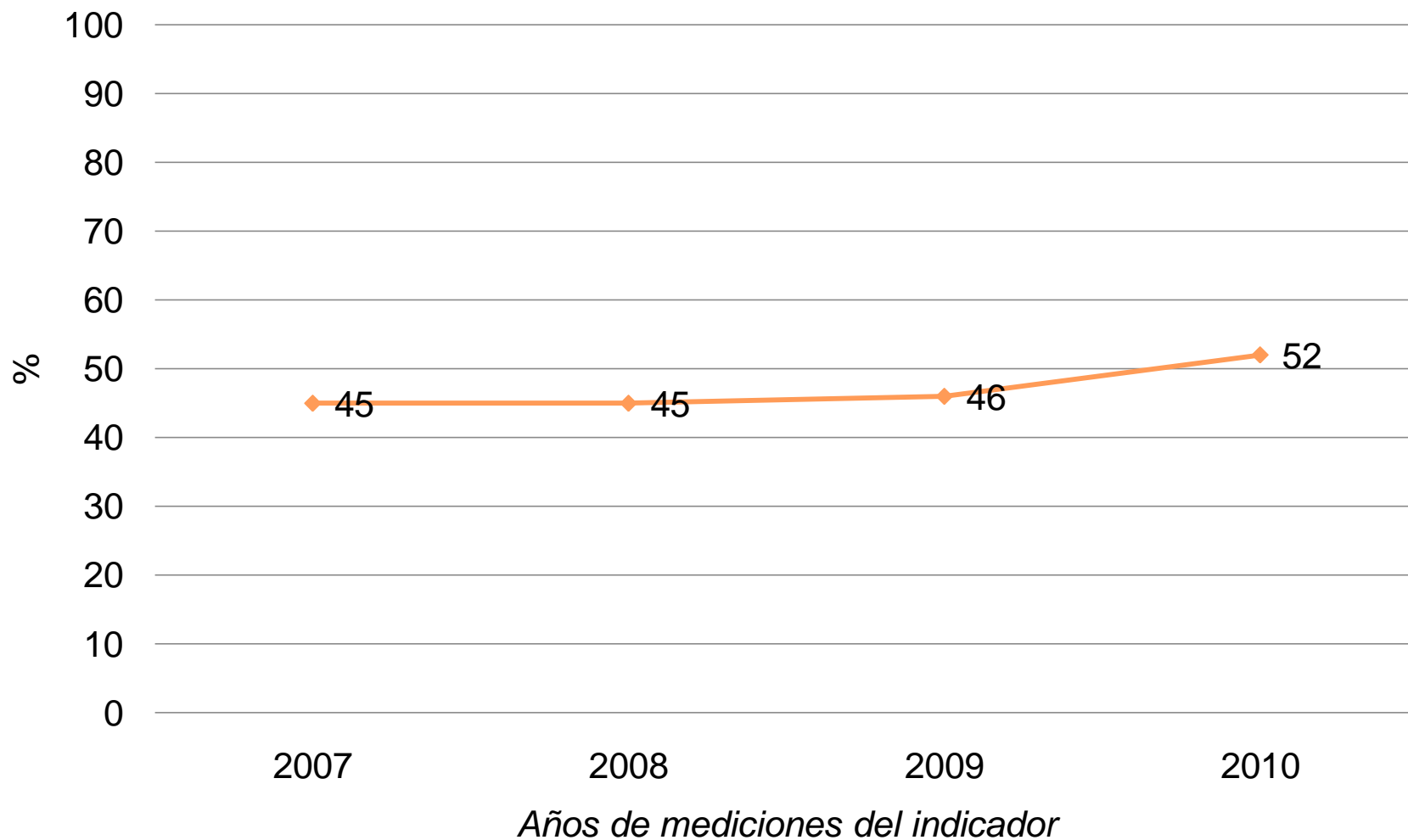




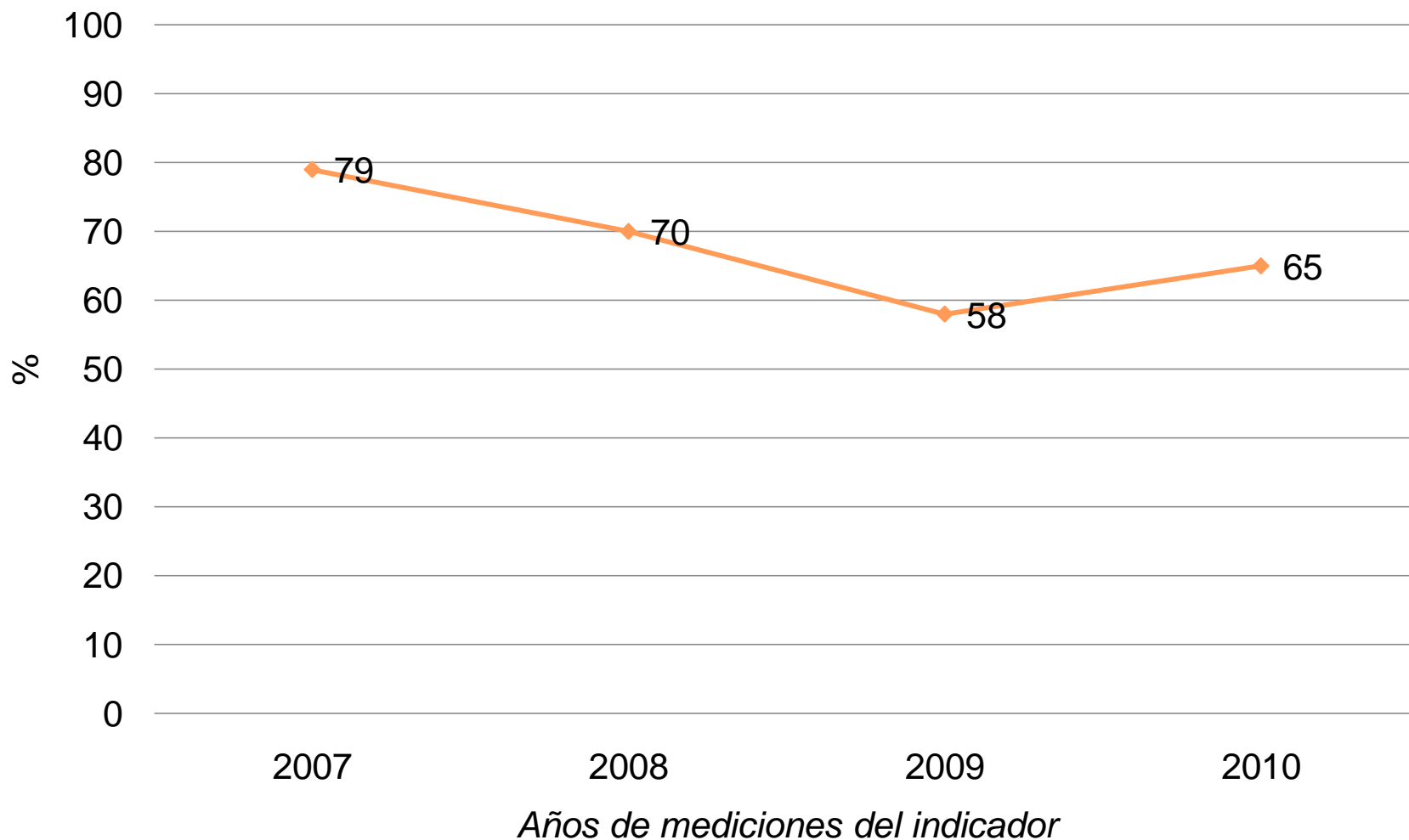
# % de personas que valoran que una marca tenga el atributo de nacional



## % de personas que valoran que una marca tenga el atributo de dinámica



## % de personas que valoran que una marca tenga el atributo de entretenida

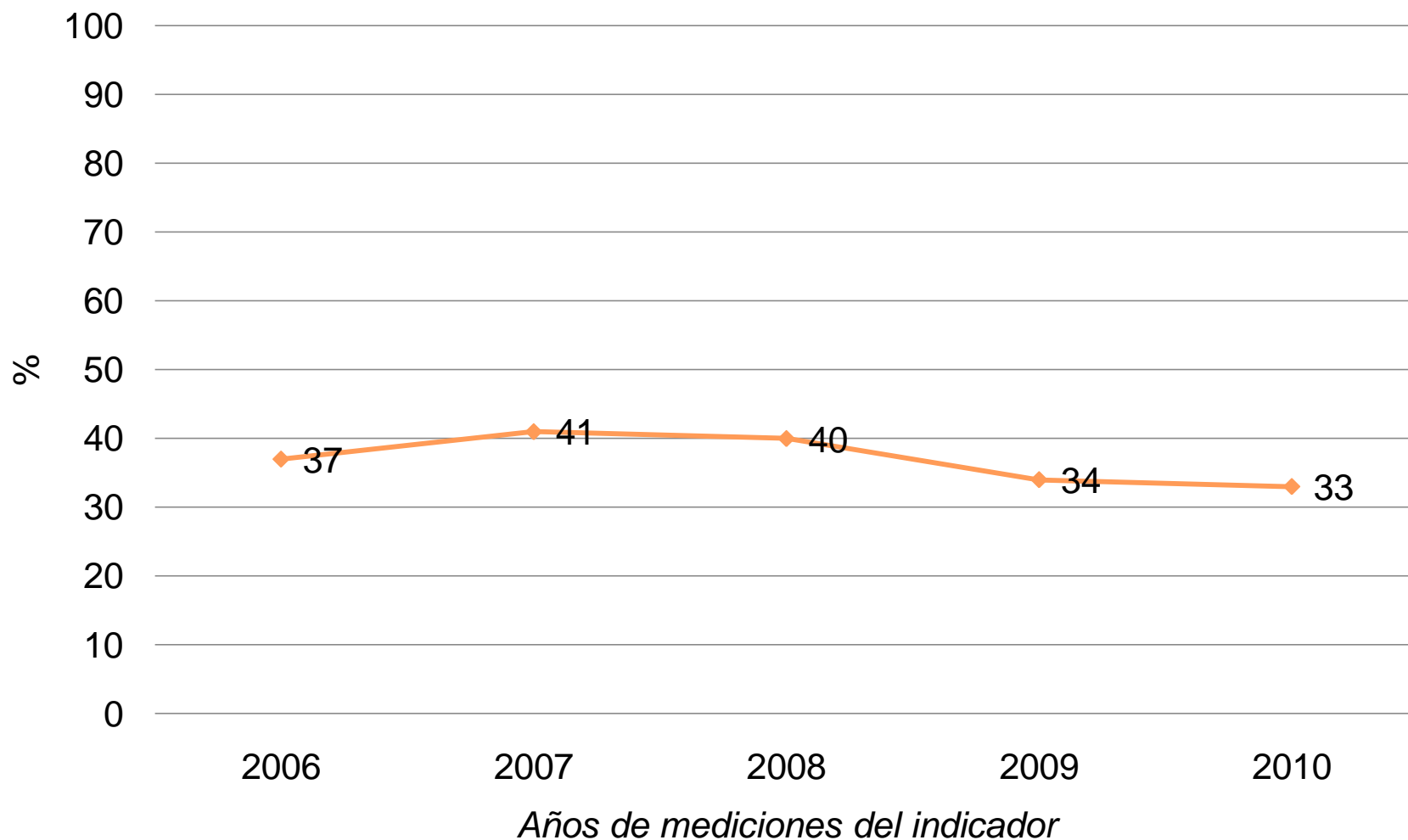




PUBLICIDAD

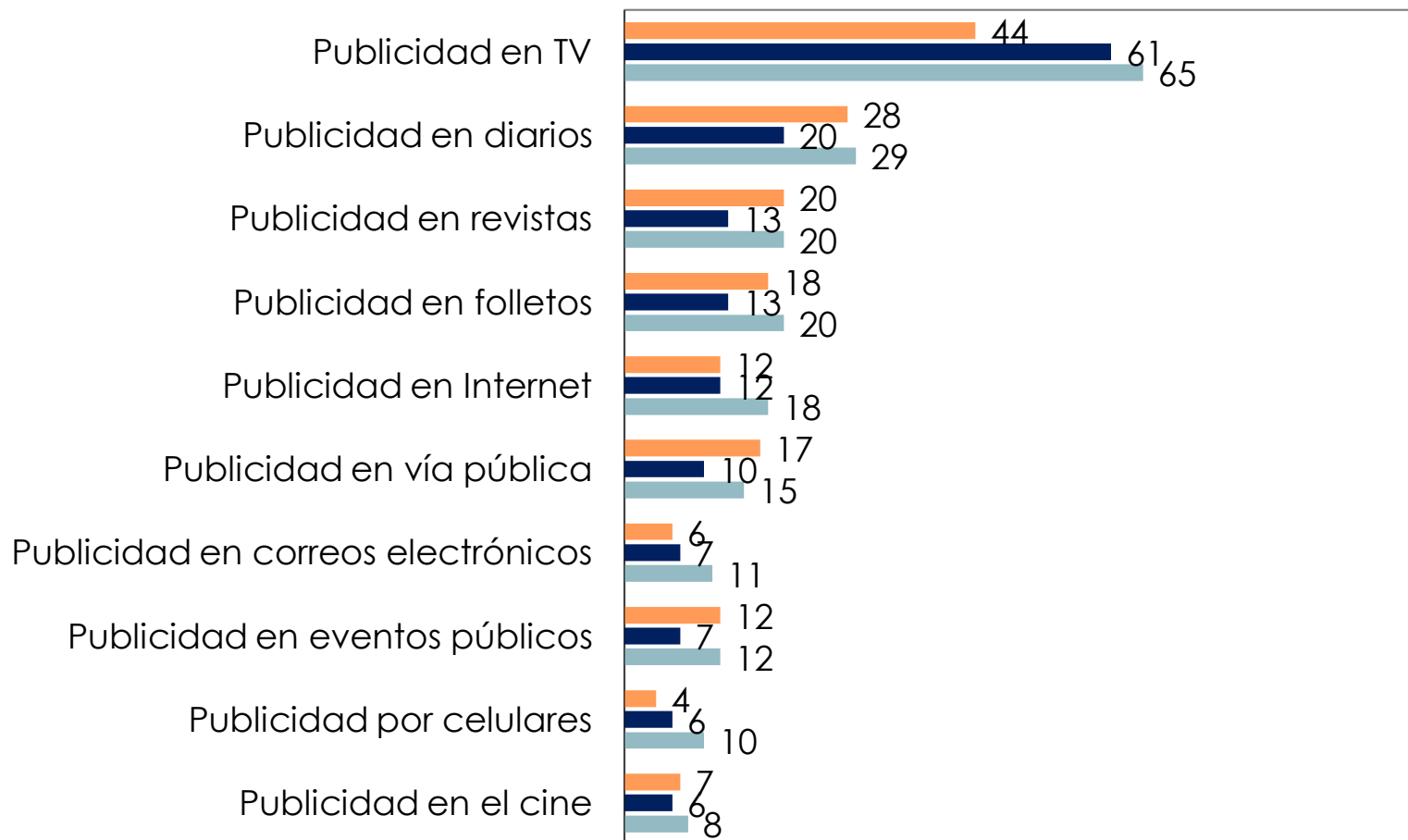
BARÓMETRO DEL ESTILO DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES  
CHILENOS

## % de personas que declaran comprar productos debido a la influencia de la publicidad



# % de personas que declaran ser influidas en sus decisiones de compra por los distintos medios

2008 2009 2010

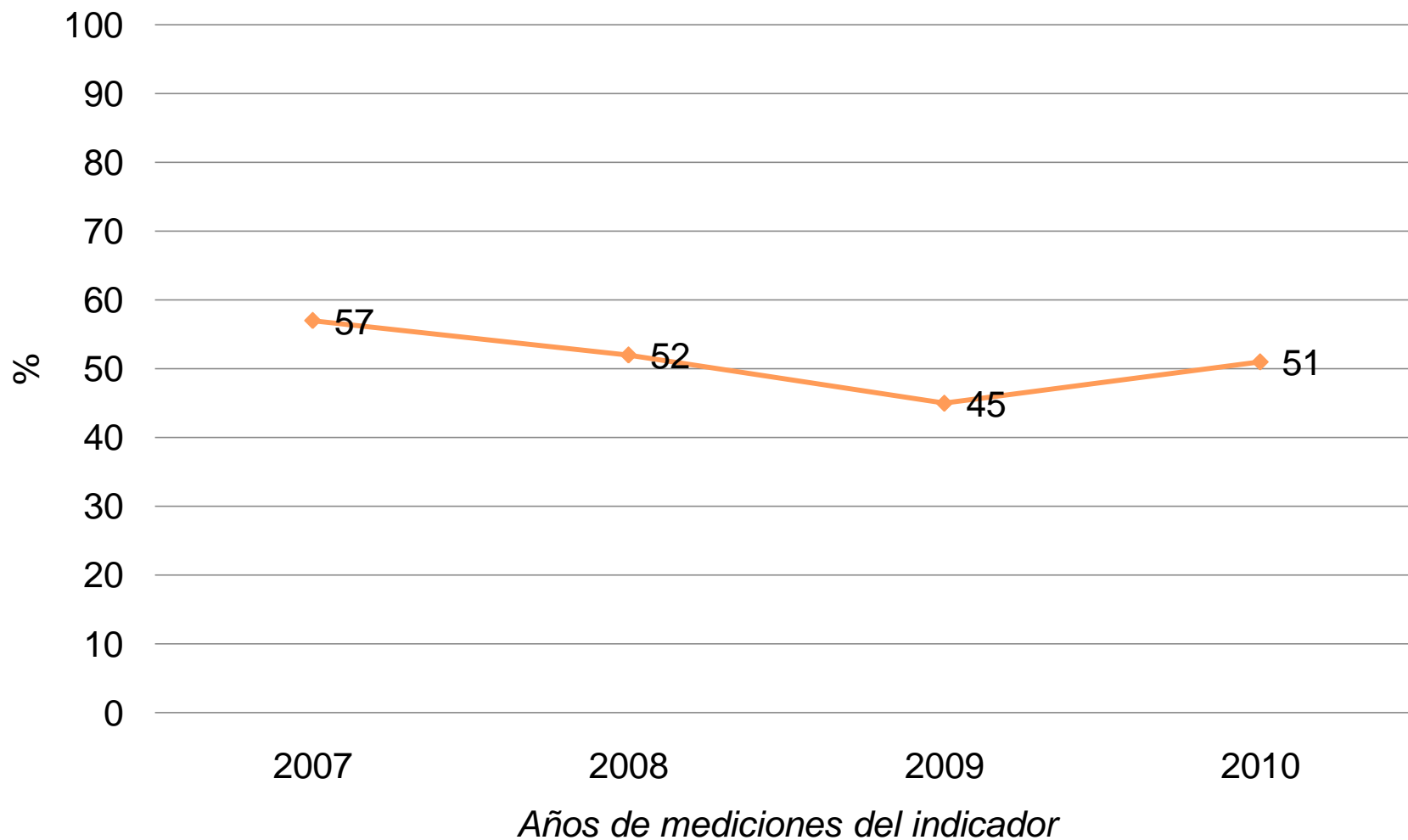




TECNOLOGÍA

BARÓMETRO DEL ESTILO DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES  
CHILENOS

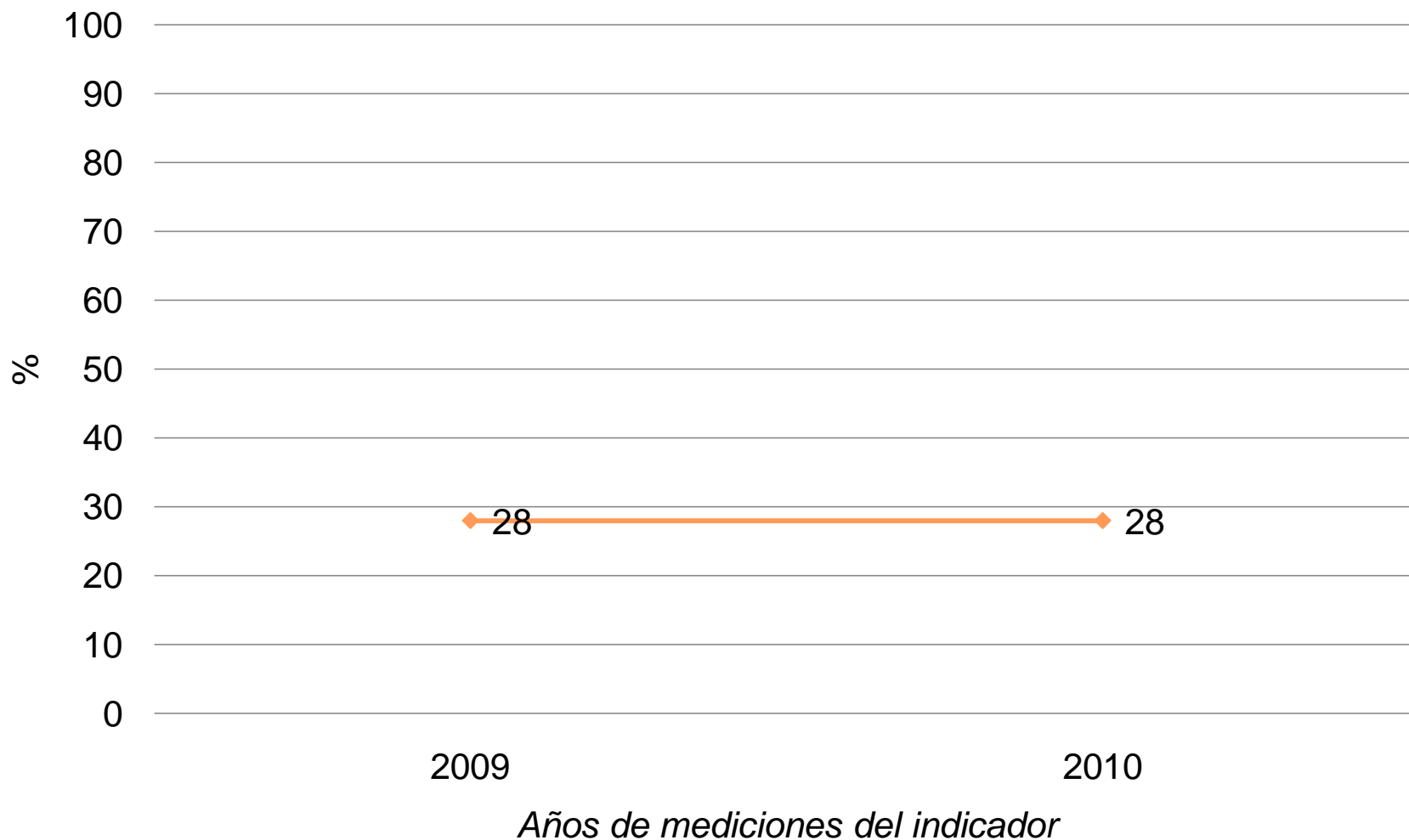
# % de personas que consideran la tecnología, la electrónica o la computación como un tema de interés personal



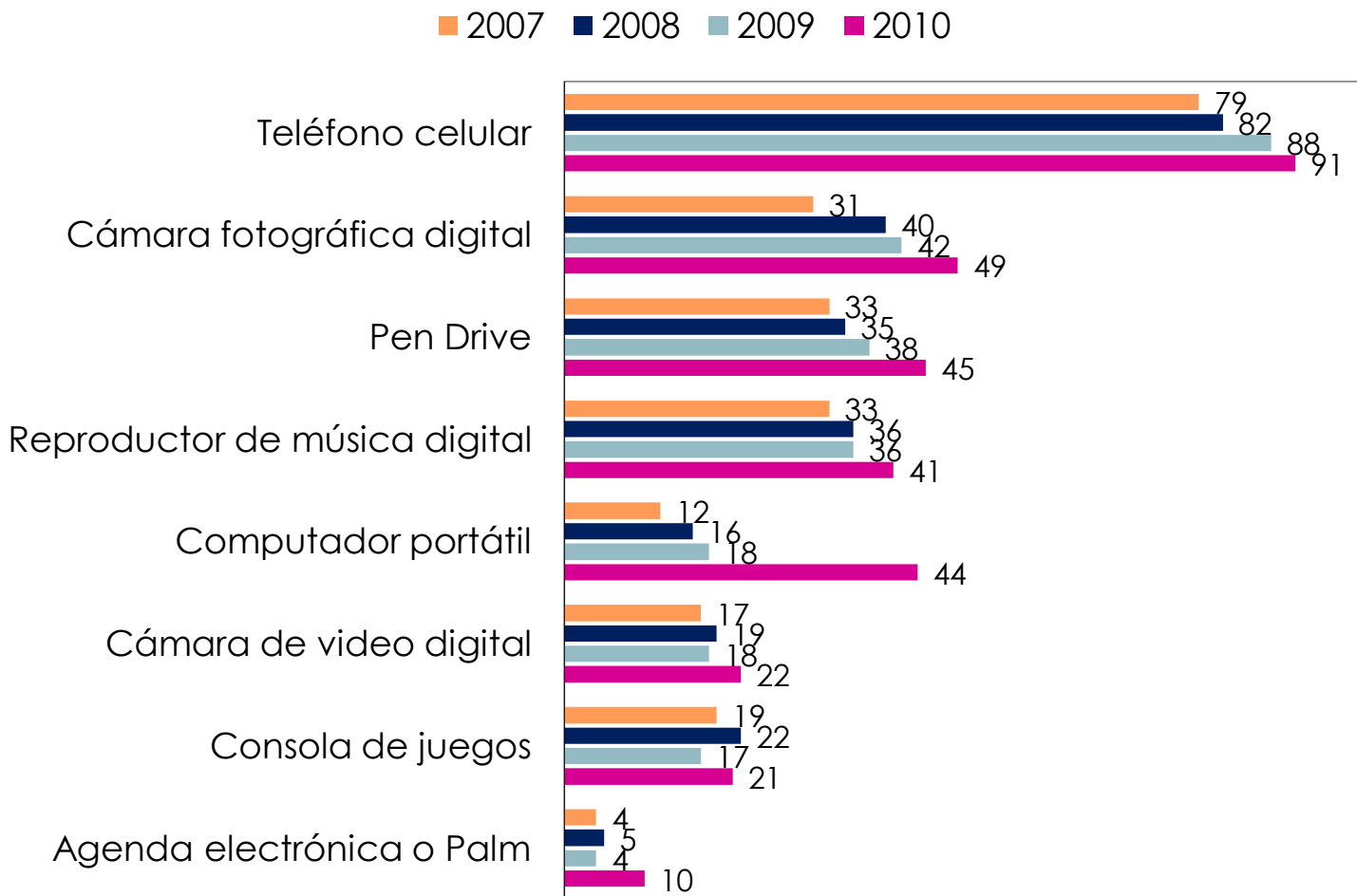


# % de personas que disfrutaban de probar la nueva tecnología que aparece

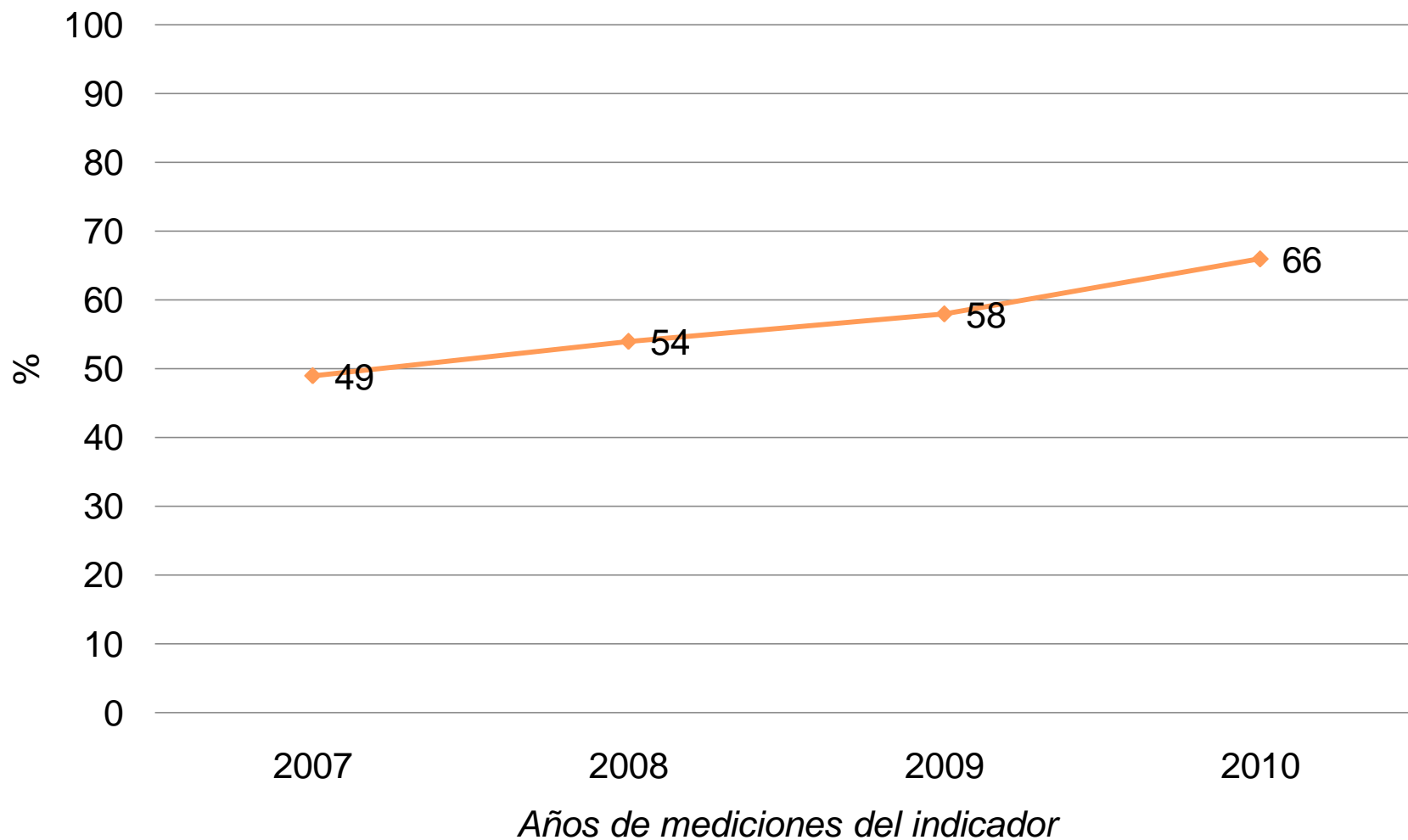
---



# % de personas que poseen distintos productos tecnológicos de uso personal

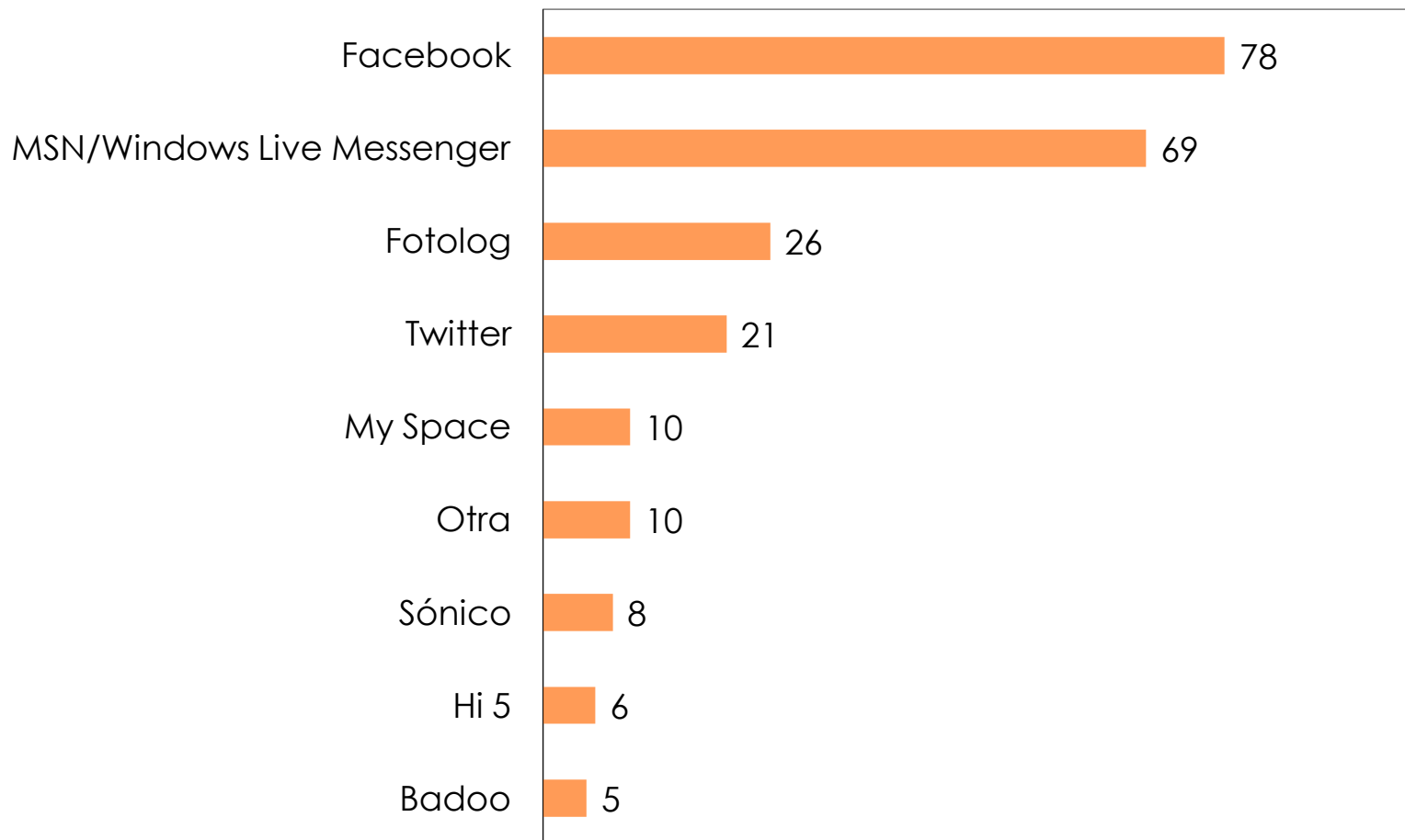


# % de personas que utilizan Internet desde cualquier lugar



# % de personas que utilizan las diferentes redes sociales, entre los que utilizan Internet

---





PARA MAYOR INFORMACIÓN DEL  
ESTUDIO

BARÓMETRO DEL ESTILO DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES  
CHILENOS

CHILESCOPIO es un estudio sindicado que puede ser adquirido en su versión total por cualquier empresa interesada en obtener un conocimiento superior de sus mercados y de la sociedad en general

También es posible realizar análisis ad hoc, en función de requerimientos particulares que tengan las empresas, utilizando la valiosa base de información histórica con que cuenta el estudio

Para mayor información, contactar a:

Andrés Mendoza

Director de Tendencias

Visión Humana

[amendoza@visionhumana.cl](mailto:amendoza@visionhumana.cl)

(56)02 6648806

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

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

