

FIESTAS DE FIN DE AÑO EN EPOCA DE COVID-19

IPSOS
26 de Noviembre, 2020

GAME CHANGERS



OBJETIVO DEL ESTUDIO

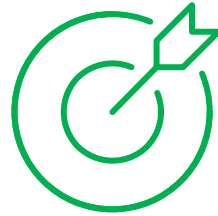
Describir las expectativas de las personas respecto del cierre del año en el país y las fiestas de fin de año.

FICHA METODOLÓGICA



METODOLOGÍA

- Metodología Cuantitativa.
- Diseño no probabilístico de muestreo por cuotas.



TÉCNICA

- Encuesta web aplicada sobre el panel web nacional de Ipsos.
- Fecha de aplicación: 13 al 25 de noviembre de 2020.



UNIVERSO

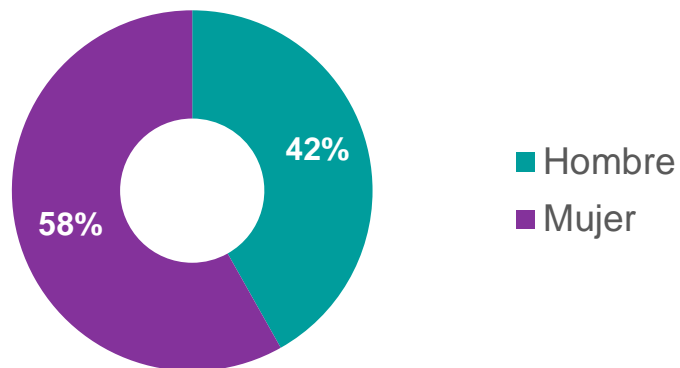
- Hombres y mujeres de 18 años y más, de todas las regiones.



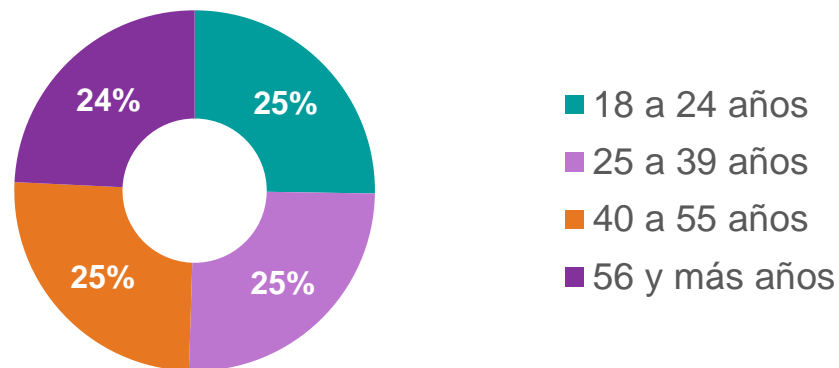
MUESTRA

- Muestra de 600 casos a nivel nacional
- 296 casos de la Región Metropolitana y 304 de Regiones.

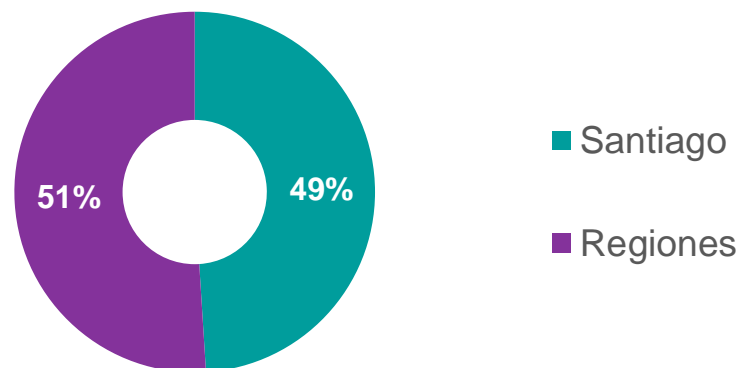
PERFIL DE LA MUESTRA SIN PONDERAR



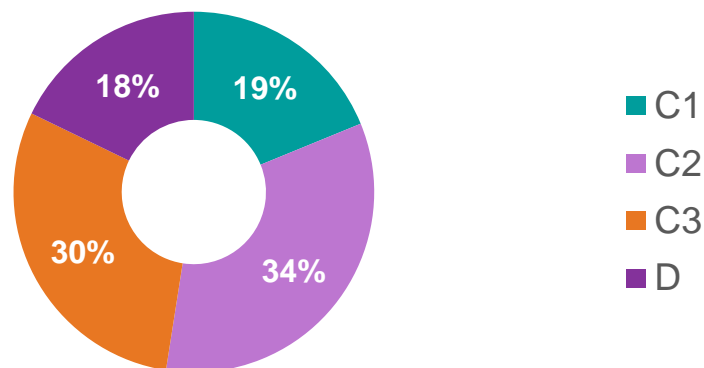
DISTRIBUCIÓN POR SEXO



DISTRIBUCIÓN POR EDAD



DISTRIBUCIÓN POR ZONA DE RESIDENCIA



DISTRIBUCIÓN POR GRUPO SOCIOECONÓMICO

Muestra ponderada por Sexo y Zona de Residencia.

RESULTADOS

SECCIÓN 1

EL PAÍS AL CIERRE DEL AÑO Y LAS
EXPECTATIVAS PARA LOS PRÓXIMOS MESES

1

AL CIERRE DEL 2020, MAS DE LA MITAD DE LOS HOGARES HAN BAJADO SUS INGRESOS

Si compara los ingresos actuales de su hogar a igual fecha del año 2019, usted diría estos...

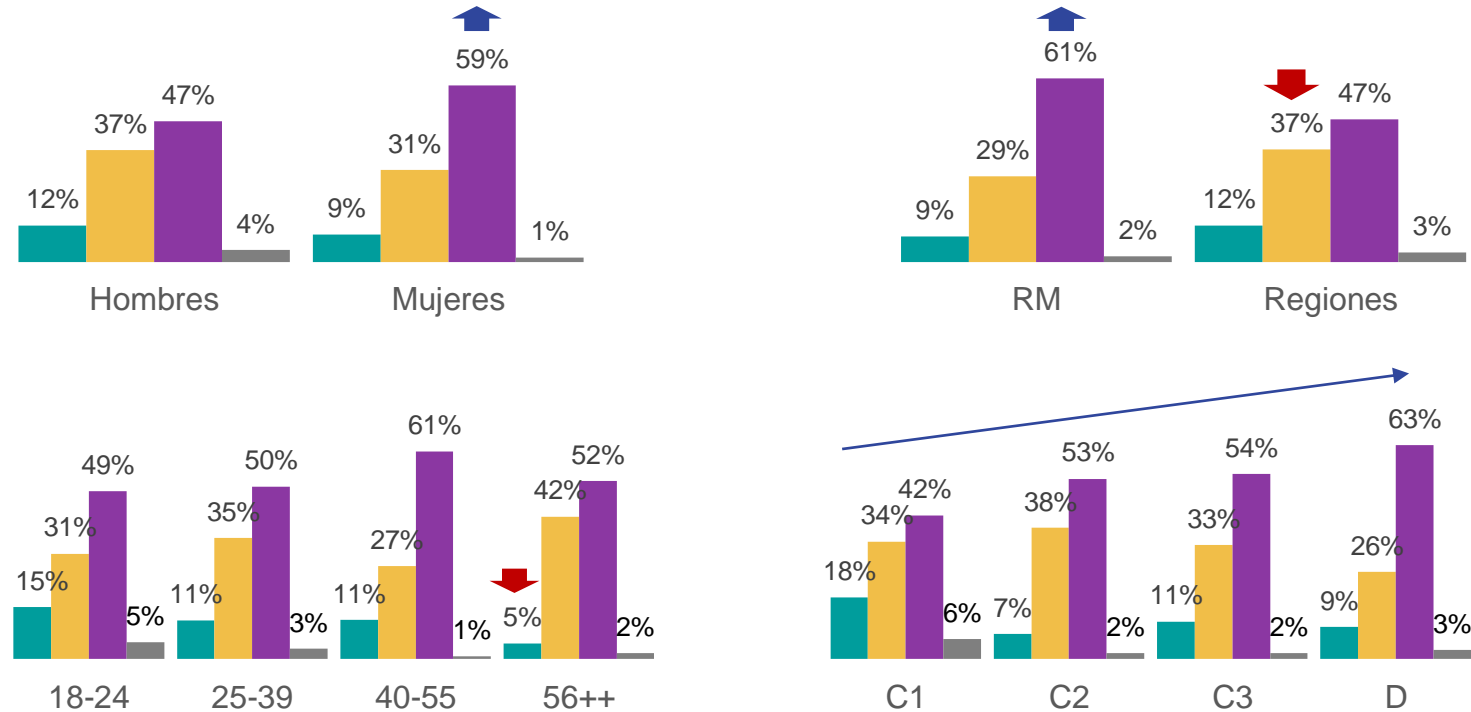
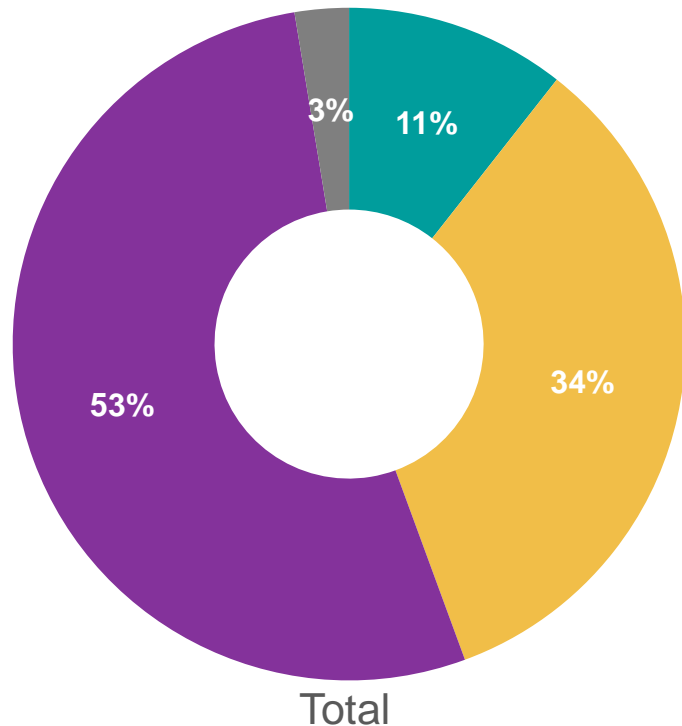
Base: 600, Total Entrevistados/as.

■ Han aumentado

■ Se han mantenido

■ Han disminuido

■ No sabe



↑ ↓ Diferencia significativa a nivel de confianza del 95%

PARA UN TERCIO DE LOS HOGARES LAS DEUDAS AUMENTARON EN EL AÑO 2020

Y respecto del nivel de deuda de su hogar a igual fecha del año 2019, usted diría que este...

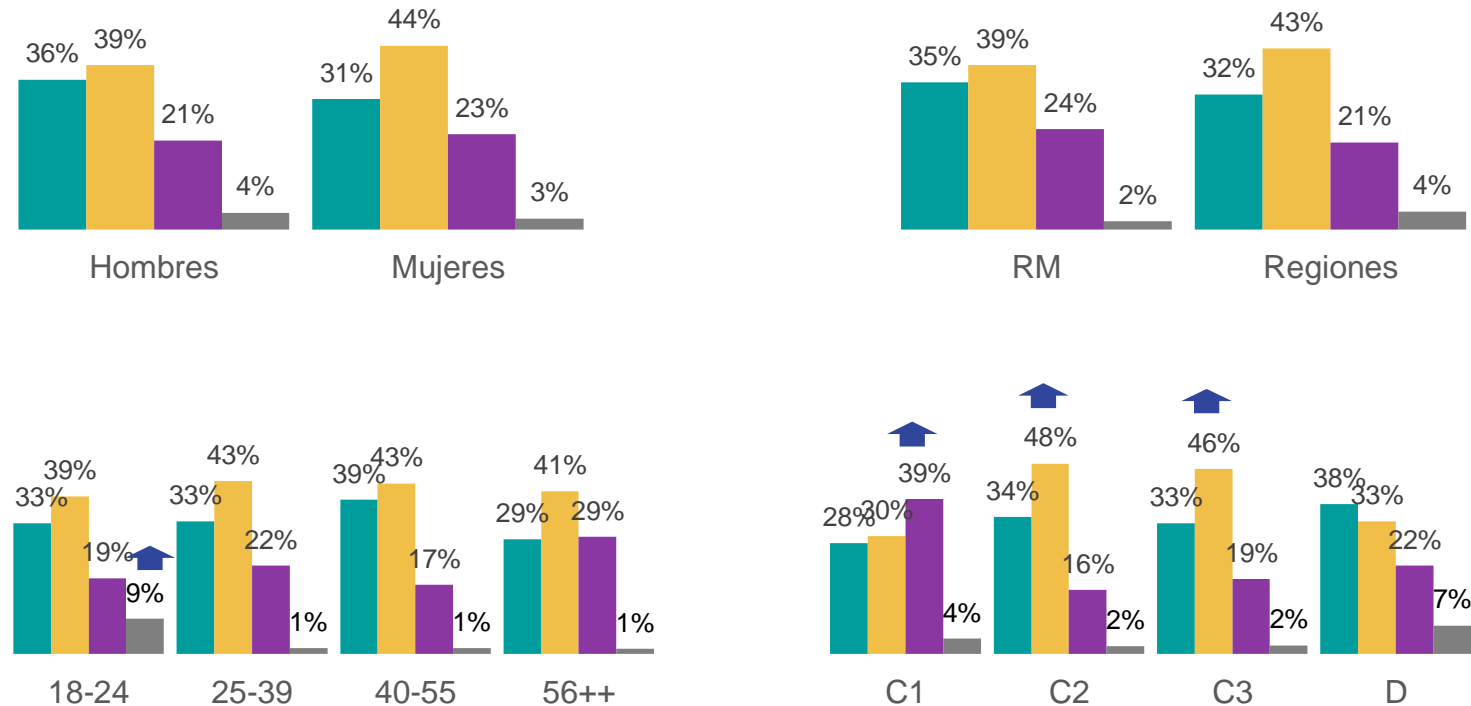
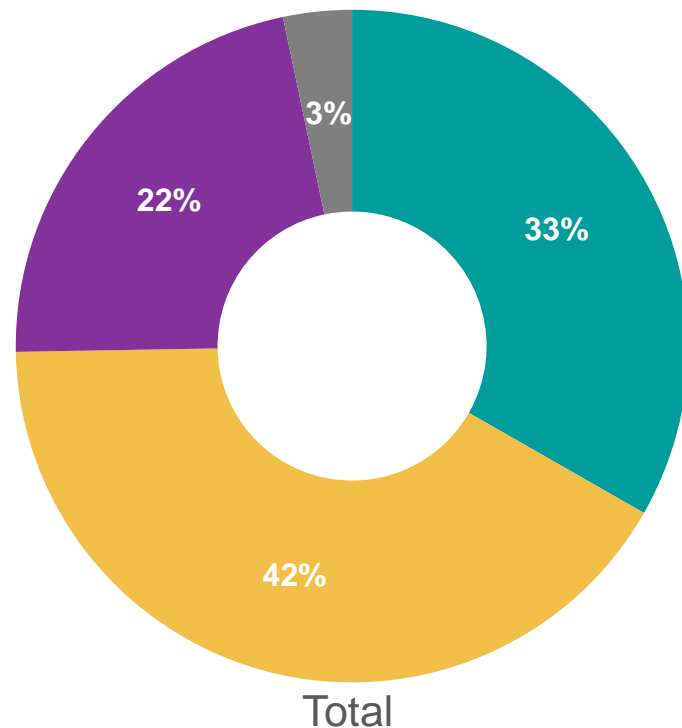
Base: 600, Total Entrevistados/as.

■ Ha aumentado

■ Se ha mantenido

■ Ha disminuido

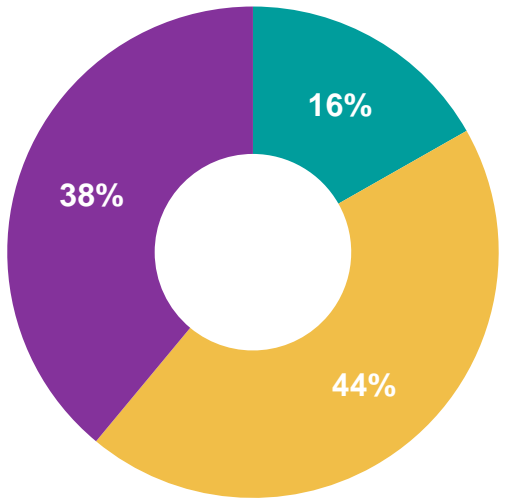
■ No sabe



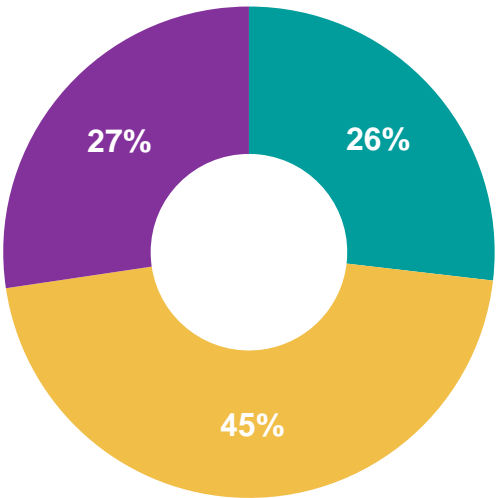
▲ ▼ Diferencia significativa a nivel de confianza del 95%

38% DE LOS HOGARES QUE DISMINUYERON INGRESOS TAMBIÉN AUMENTARON SU NIVEL DE ENDEUDAMIENTO

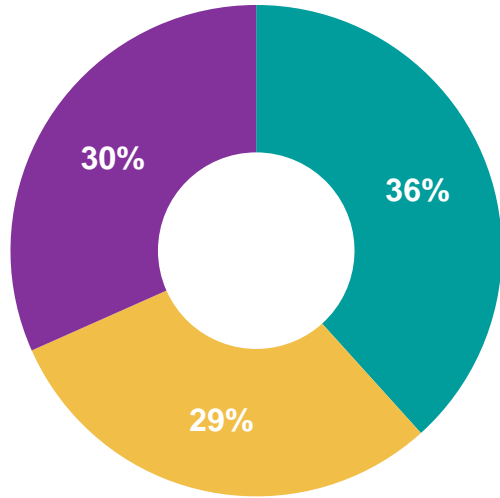
Quienes indican que su ingreso del hogar ha disminuido (B:329)



Quienes indican que su ingreso del hogar se ha mantenido (B:196)



Quienes indican que su ingreso del hogar ha aumentado (B:61)

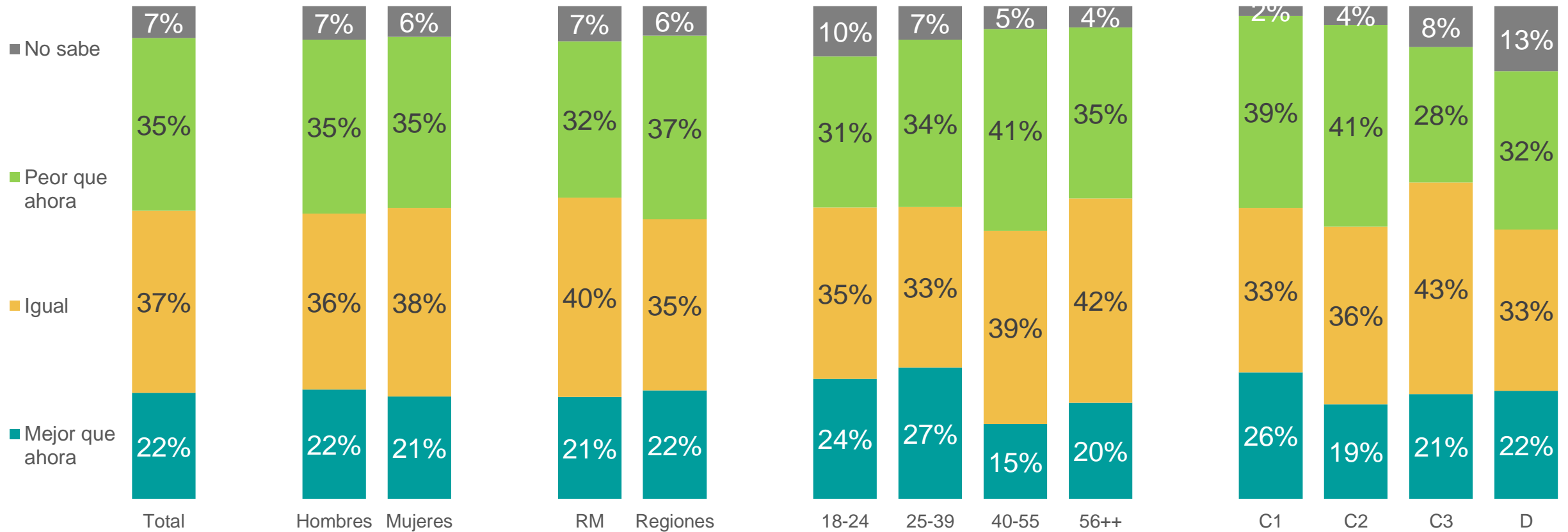


- Deudas han disminuido
- Deudas se han mantenido
- Deudas han aumentado

EXPECTATIVA ECONÓMICA PARA EL PAÍS EN PRÓXIMOS 6 MESES

Pensando en el país, ¿cómo cree usted que estará la situación económica en los próximos 6 meses?

Base: 600, Total Entrevistados/as.

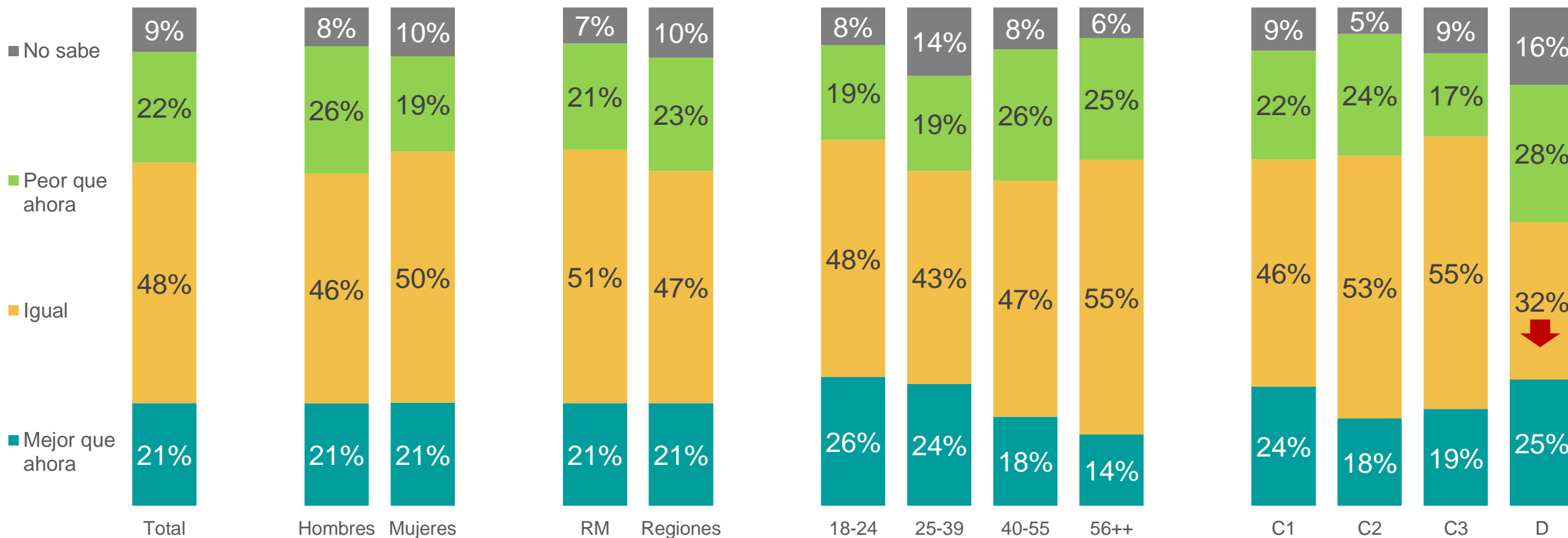


No se observan diferencias significativas a nivel de confianza del 95%

EXPECTATIVA ECONÓMICA PARA EL HOGAR EN PRÓXIMOS 6 MESES

Pensando en su hogar, ¿cómo cree usted que estará la situación económica en los próximos 6 meses?

Base: 600, Total Entrevistados/as.

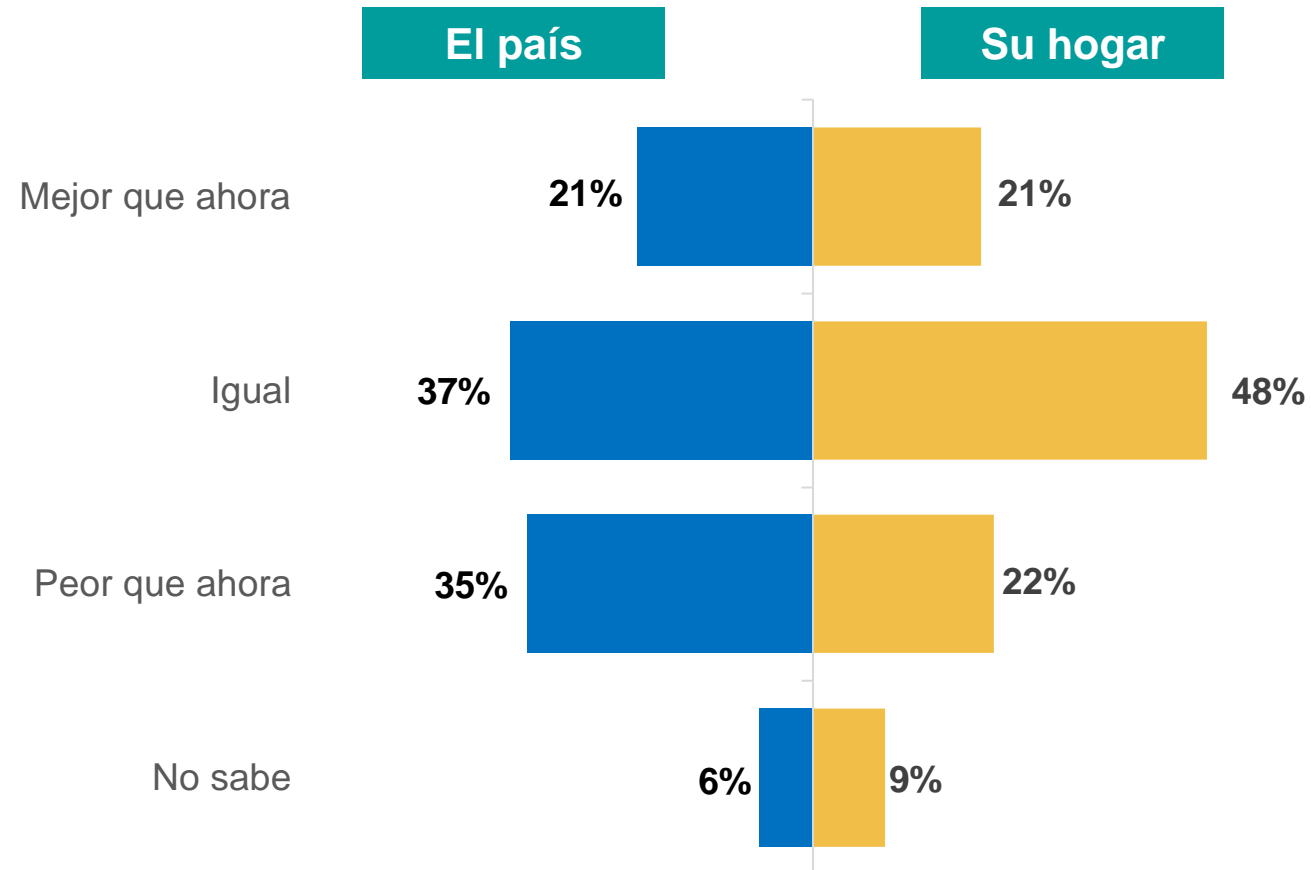


Diferencia significativa a nivel de confianza del 95%

COMPARACIÓN DE EXPECTATIVAS ECONÓMICAS PARA EL PAÍS Y EL HOGAR EN PRÓXIMOS 6 MESES

Pensando en **el país**, ¿cómo cree usted que estará la situación económica en los próximos 6 meses? // Pensando en **su hogar**, ¿cómo cree usted que estará la situación económica en los próximos 6 meses?

Base: 600, Total Entrevistados/as.

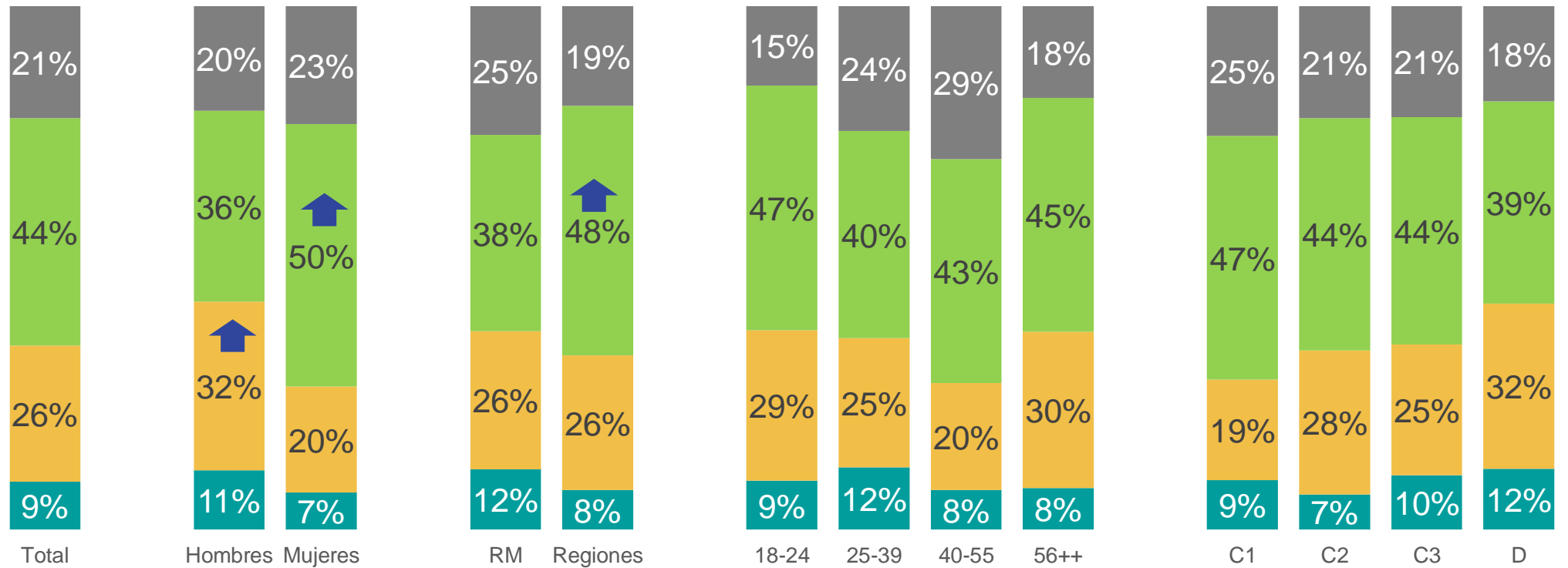


Y RESPECTO DE LA PANDEMIA, SE ESPERA AUMENTO DE CONTAGIOS, PERO NO SE CREE QUE TENDREMOS UNA SITUACIÓN COMO LA DE EUROPA

En relación a la pandemia, usted cree que en el país en los próximos meses...

Base: Total Entrevistados/as. Respuesta única.

- Aumentará nuevamente alcanzando una situación similar a la de hoy en Europa
- Aumentará, pero sin llegar a las cifras de meses anteriores
- Se mantendrá estable hasta la llegada de la vacuna
- El número de contagios continuará bajando



▲ ▼ Diferencia significativa a nivel de confianza del 95%

SECCIÓN 2

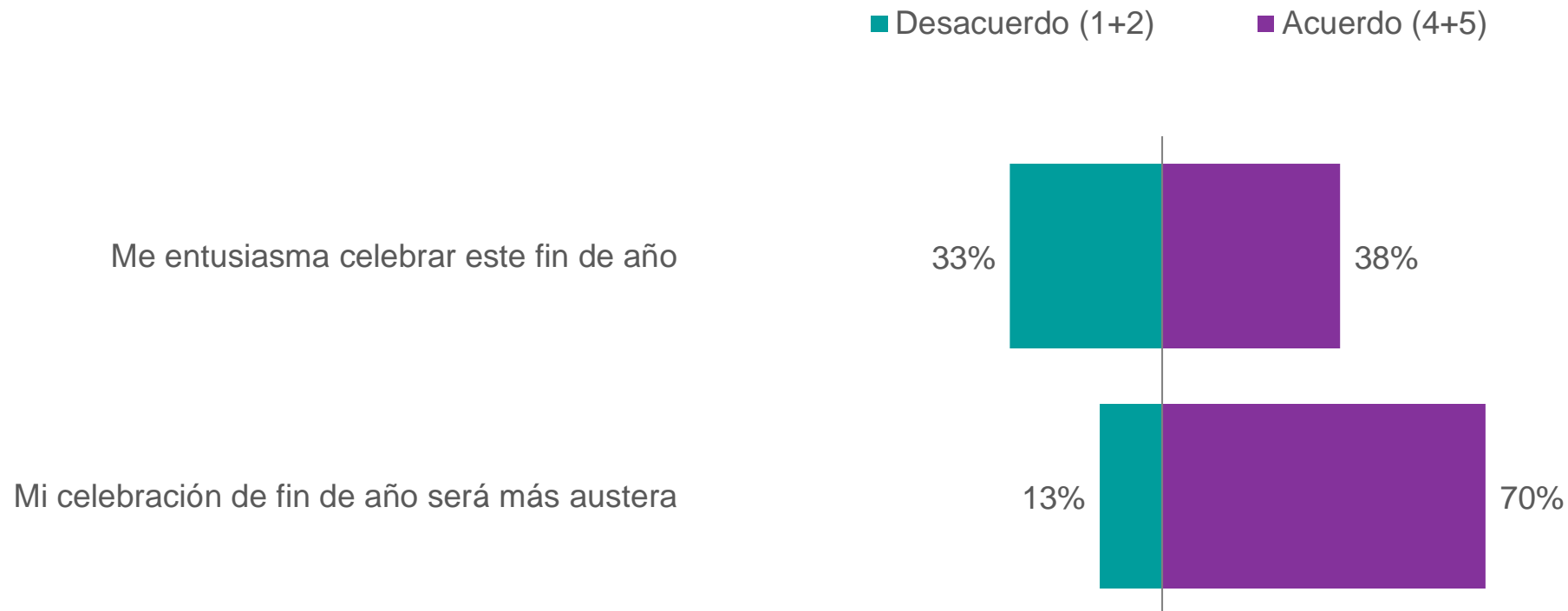
LAS CELEBRACIONES DE FIN DE AÑO EN EL PAÍS

2

POCO ENTUSIASMO Y UNA CELEBRACIÓN AUSTERA PARA ESTE FIN DE AÑO

De 1 a 5, donde 1 es “Muy en desacuerdo” y 5 es “Muy de acuerdo”, ¿qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones sobre sus fiestas de fin de año?

Base: Total Entrevistados/as. Respuesta única.

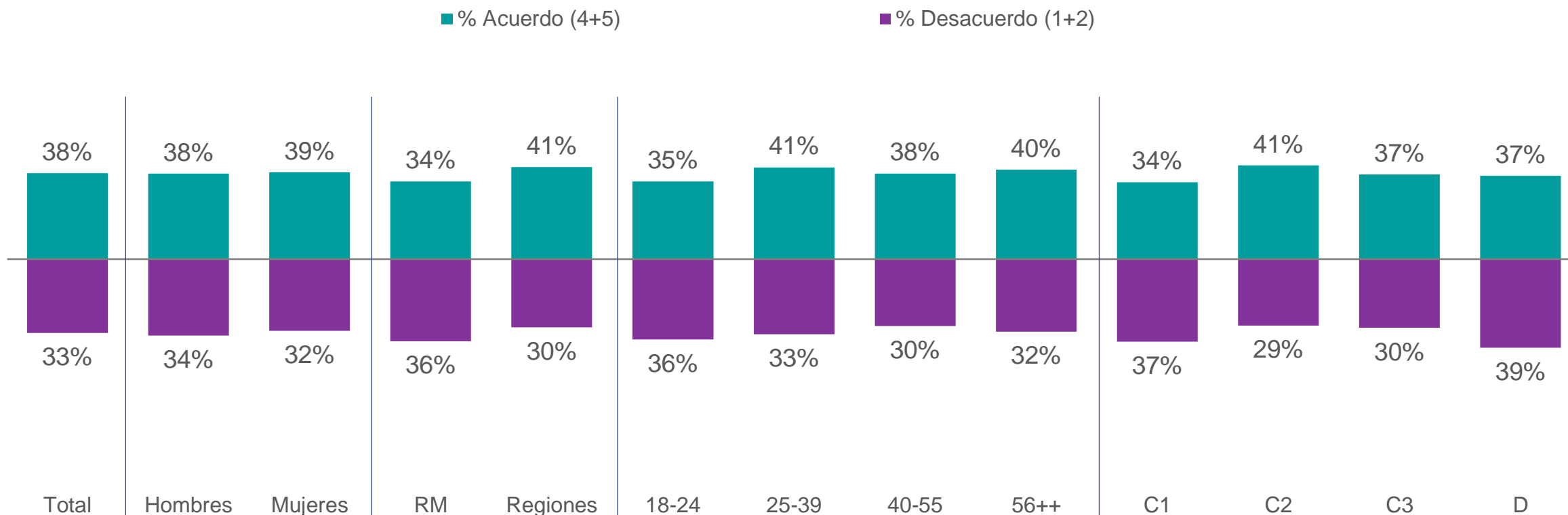


LA FALTA DE ENTUSIASMO PARA CELEBRAR EL FIN DE AÑO ES GENERAL A TODOS LOS PERFILES

¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones sobre sus fiestas de fin de año?

Base: Total Entrevistados/as. Respuesta única.

Me entusiasma celebrar este fin de año



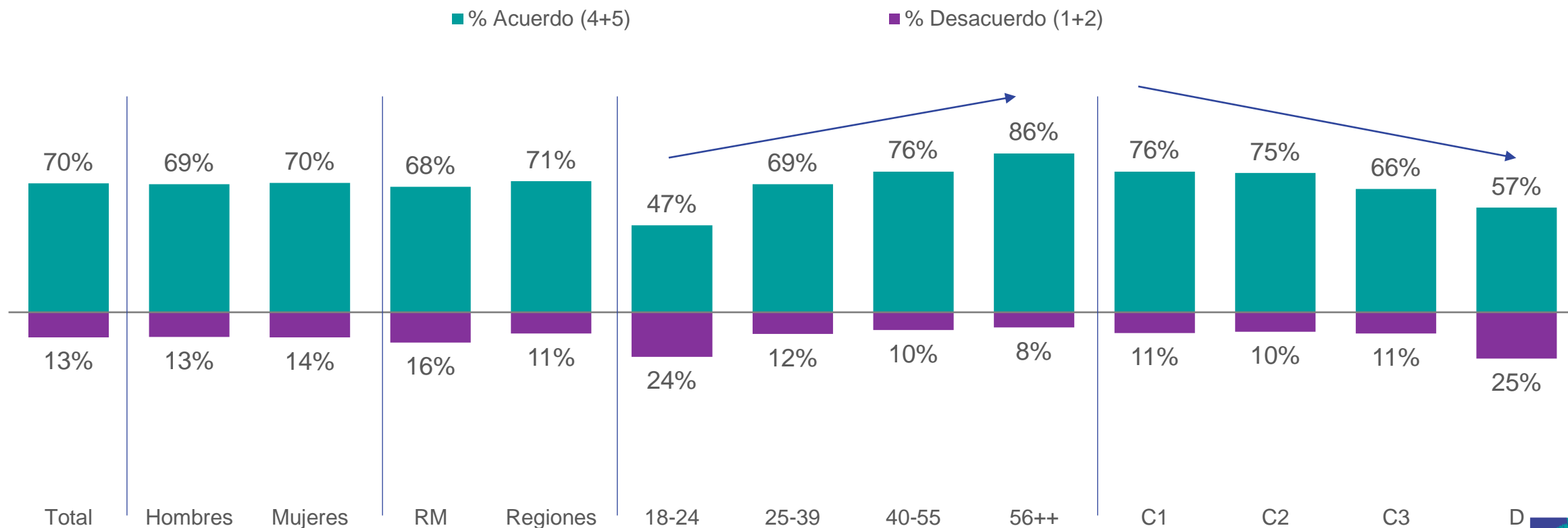
No se observan diferencias significativas a nivel de confianza del 95%

A MAYOR EDAD Y EN NIVELES SOCIOECONÓMICOS MEDIOS Y ALTOS SE ESPERA MAYOR AUSTRERIDAD

¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones sobre sus fiestas de fin de año?

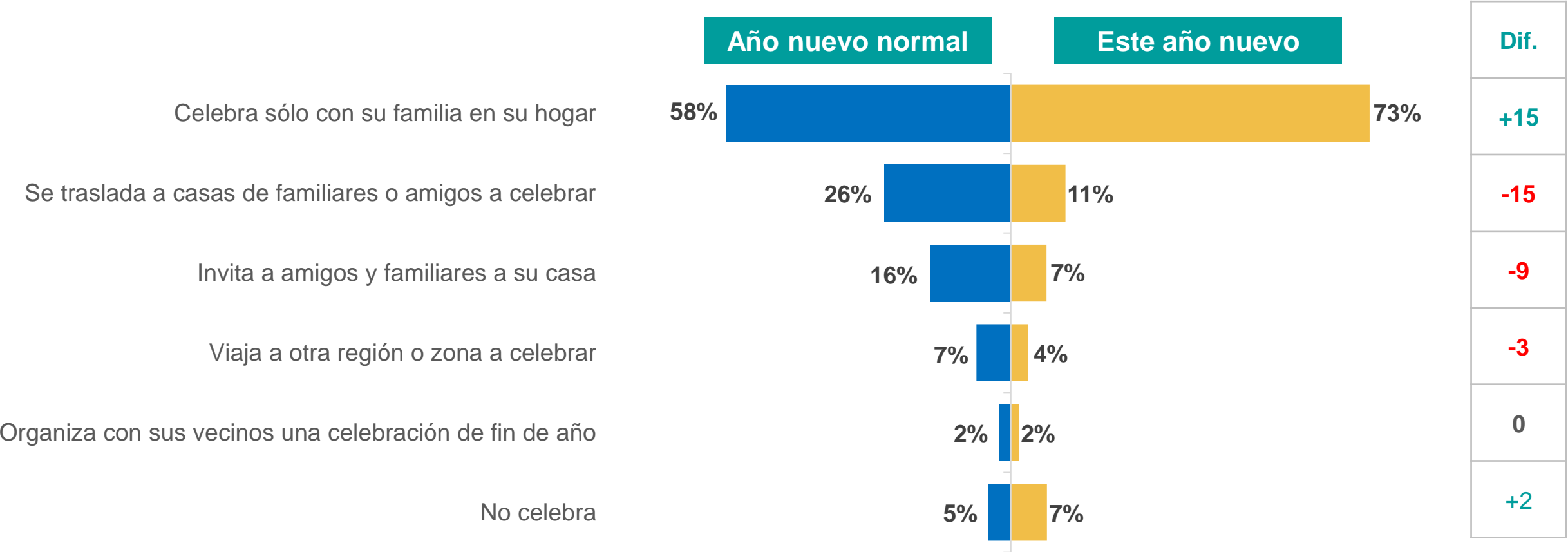
Base: Total Entrevistados/as. Respuesta única.

Mi celebración de fin de año será más austera



AUMENTAN LAS CELEBRACIONES EN FAMILIA Y DISMINUYEN LOS ENCUENTROS CON PERSONAS EXTERNAS AL HOGAR

¿Cuál de las siguientes alternativas describe mejor cómo usted celebra las fiestas de fin de año en un año normal? // Y considerando el contexto de pandemia, ¿Y cuáles de las siguientes alternativas representan la celebración que piensa tener este año? Base: Total Entrevistados/as. RESPUESTA MÚLTIPLE.



CELEBRACIÓN ESPERADA PARA EL FIN DE AÑO POR SEGMENTOS

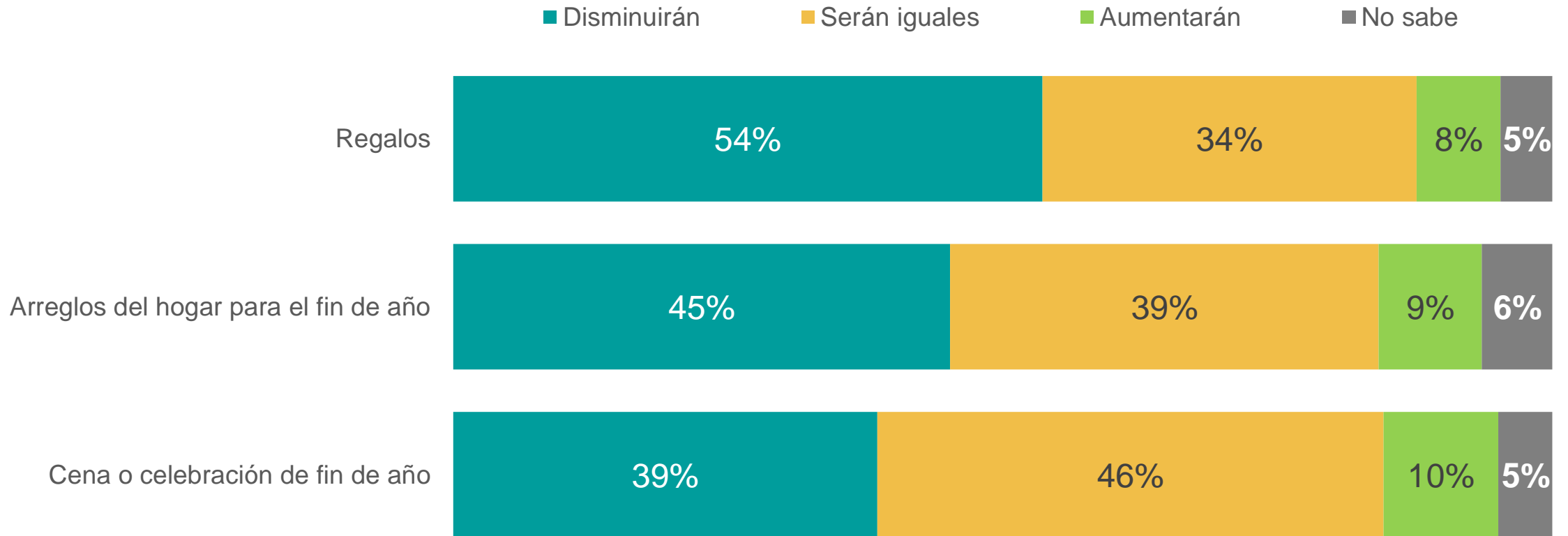
Y considerando el contexto de pandemia, ¿cuáles de las siguientes alternativas representan la celebración que piensa tener este año? Base: Total Entrevistados/as. RESPUESTA MÚLTIPLE.

	Total	Sexo		Zona		Edad				GSE			
		Hombre	Mujer	RM	Regiones	18 a 24	25 a 39	40 a 55	56 y más	C1	C2	C3	D
Celebra sólo con su familia en su hogar	73%	69%	77%	68%	76%	70%	72%	74%	76%	73%	76%	69%	73%
Se traslada a casas de familiares o amigos a celebrar	11%	11%	11%	12%	11%	12%	14%	10%	9%	7%	11%	13%	11%
Invita a amigos y familiares a su casa	7%	9%	6%	9%	6%	11%	6%	5%	6%	9%	6%	6%	8%
Viaja a otra región o zona a celebrar	4%	2%	5%	4%	3%	5%	4%	2%	3%	3%	2%	3%	8%
Organiza con sus vecinos una celebración de fin de año	2%	3%	1%	2%	2%	5%	1%	1%	0%	3%	1%	2%	2%
No celebra	7%	10%	5%	10%	6%	6%	6%	10%	7%	9%	7%	7%	8%

Diferencia significativa a nivel de confianza del 95%

SE ESPERA DISMINUCIÓN DE GASTOS EN FIESTAS DE FIN DE AÑO

En relación a las fiestas del fin de año, ¿usted cree que sus gastos disminuirán, serán iguales o aumentarán en relación al año pasado, en cuanto a...? Base: 600, Total Entrevistados/as.



EL GASTO DISMINUIRÍA EN TODOS LOS GRUPOS, PERO SE PUEDE ESPERAR QUE LA DISMINUCIÓN SEA MAYOR ENTRE MUJERES Y LA RM

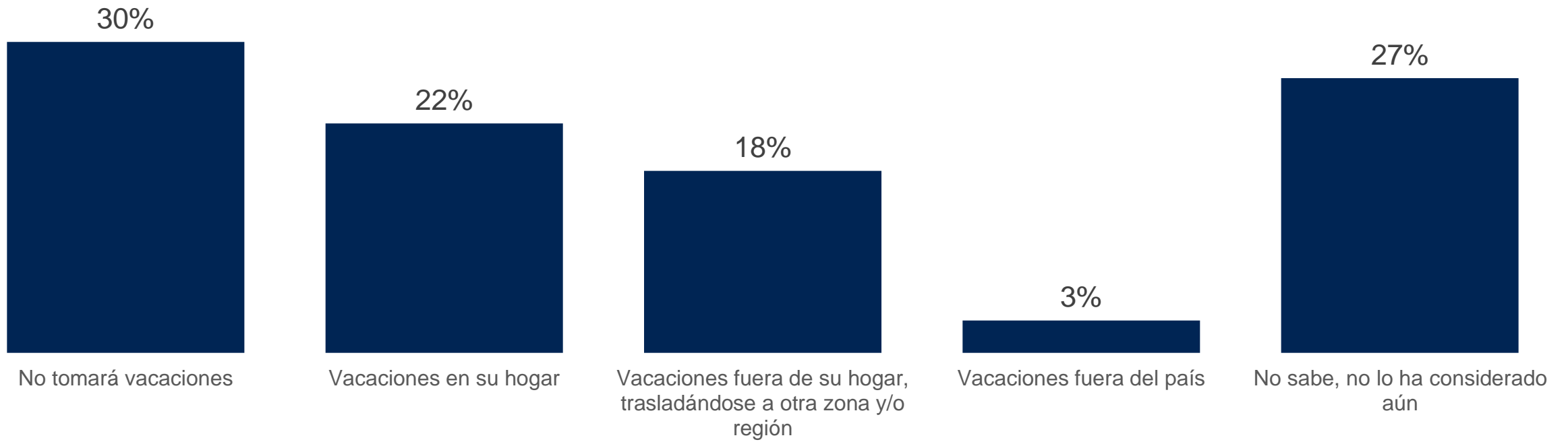
En relación a las fiestas del fin de año, ¿usted cree que sus gastos disminuirán, serán iguales o aumentarán en relación al año pasado, en cuanto a...? Base: 600, Total Entrevistados/as.

% DISMINUIRÁ EL GASTO	Total	Sexo		Zona		Edad				GSE			
		Hombre	Mujer	RM	Regiones	18 a 24	25 a 39	40 a 55	56 y más	C1	C2	C3	D
Regalos	54%	47%	59%	58%	51%	49%	51%	57%	58%	55%	60%	49%	49%
Arreglos del hogar para fin de año	39%	36%	41%	40%	37%	33%	38%	44%	39%	45%	41%	37%	30%
Cena o celebración de fin de año	45%	39%	51%	53%	40%	39%	43%	53%	46%	50%	48%	41%	42%

 Diferencia significativa a nivel de confianza del 95%

¿CÓMO ESTÁN LOS PLANES DE VACACIONES?

Mirando ahora hacia inicio del próximo año, ¿Cuál de las siguientes opciones representa sus planes para las vacaciones al día de hoy? Base: 600, Total Entrevistados/as.



LOS PLANES DE VACACIONES POR SEGMENTO

Mirando ahora hacia inicio del próximo año, ¿Cuál de las siguientes opciones representa sus planes para las vacaciones al día de hoy? Base: 600, Total Entrevistados/as.

	Total	Sexo		Zona		Edad				GSE			
		Hombre	Mujer	RM	Regiones	18 a 24	25 a 39	40 a 55	56 y más	C1	C2	C3	D
No tomará vacaciones	30%	31%	29%	26%	33%	24%	27%	40%	30%	20%	31%	30%	39%
Vacaciones en su hogar	22%	21%	23%	21%	23%	27%	21%	23%	19%	24%	23%	20%	23%
Vacaciones fuera de su hogar, trasladándose a otra zona y/o región	18%	19%	16%	21%	16%	22%	17%	14%	17%	18%	18%	19%	14%
Vacaciones fuera del país	3%	4%	2%	4%	3%	4%	6%	1%	2%	6%	0%	3%	6%
No sabe, no lo ha considerado aún	27%	24%	29%	30%	25%	22%	30%	23%	32%	33%	27%	28%	18%

Diferencia significativa a nivel de confianza del 95%

SECCIÓN 3

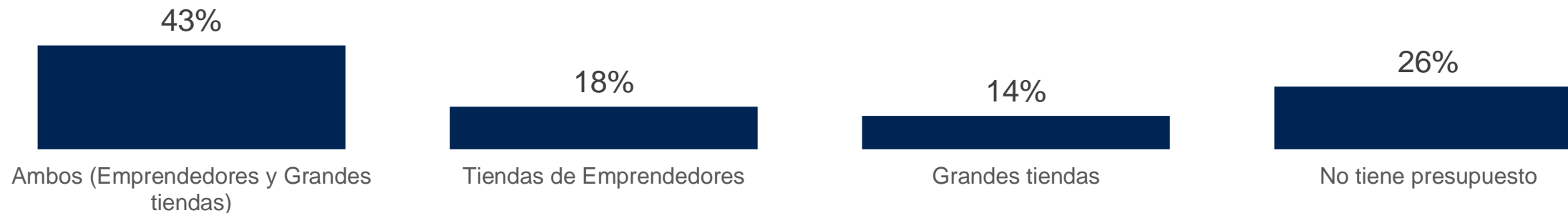
LAS COMPRAS DE FIN DE AÑO
EN EL COMERCIO MAYOR

3

LUGAR DE PREFERENCIA PARA HACER COMPRAS NAVIDEÑAS

¿Dónde preferirá Ud. hacer sus compras para la próxima navidad?

Base: 600, Total Entrevistados/as.



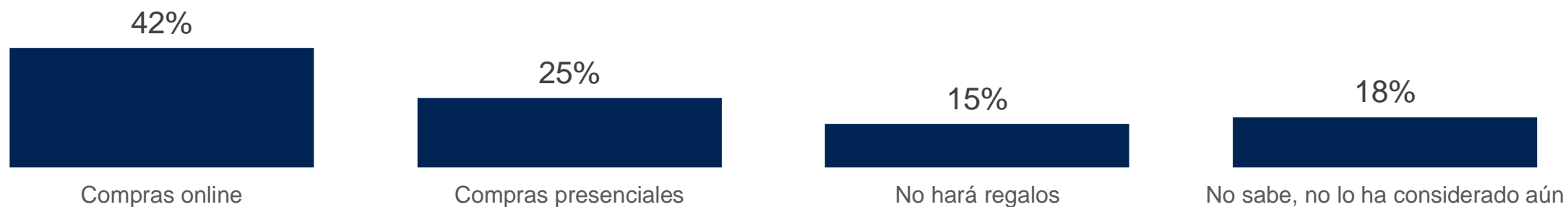
	Total	Sexo		Zona		Edad				GSE			
		Hombre	Mujer	RM	Regiones	18 a 24	25 a 39	40 a 55	56 y más	C1	C2	C3	D
Ambos (Emprendedores y Grandes tiendas)	43%	40%	46%	41%	44%	40%	47%	39%	45%	47%	42%	46%	37%
Tiendas de Emprendedores	18%	14%	21%	20%	16%	23%	19%	15%	12%	17%	19%	15%	20%
Grandes tiendas	14%	17%	11%	12%	15%	20%	11%	9%	14%	16%	16%	11%	13%
No tiene presupuesto	26%	29%	23%	26%	25%	16%	22%	37%	28%	21%	24%	28%	31%

Diferencia significativa a nivel de confianza del 95%

42% OPTARÍA POR LA COMPRA ONLINE PARA REGALOS DE NAVIDAD

¿Cuál es la forma de compra de regalos que usted preferirá para esta navidad?

Base: 600, Total Entrevistados/as.

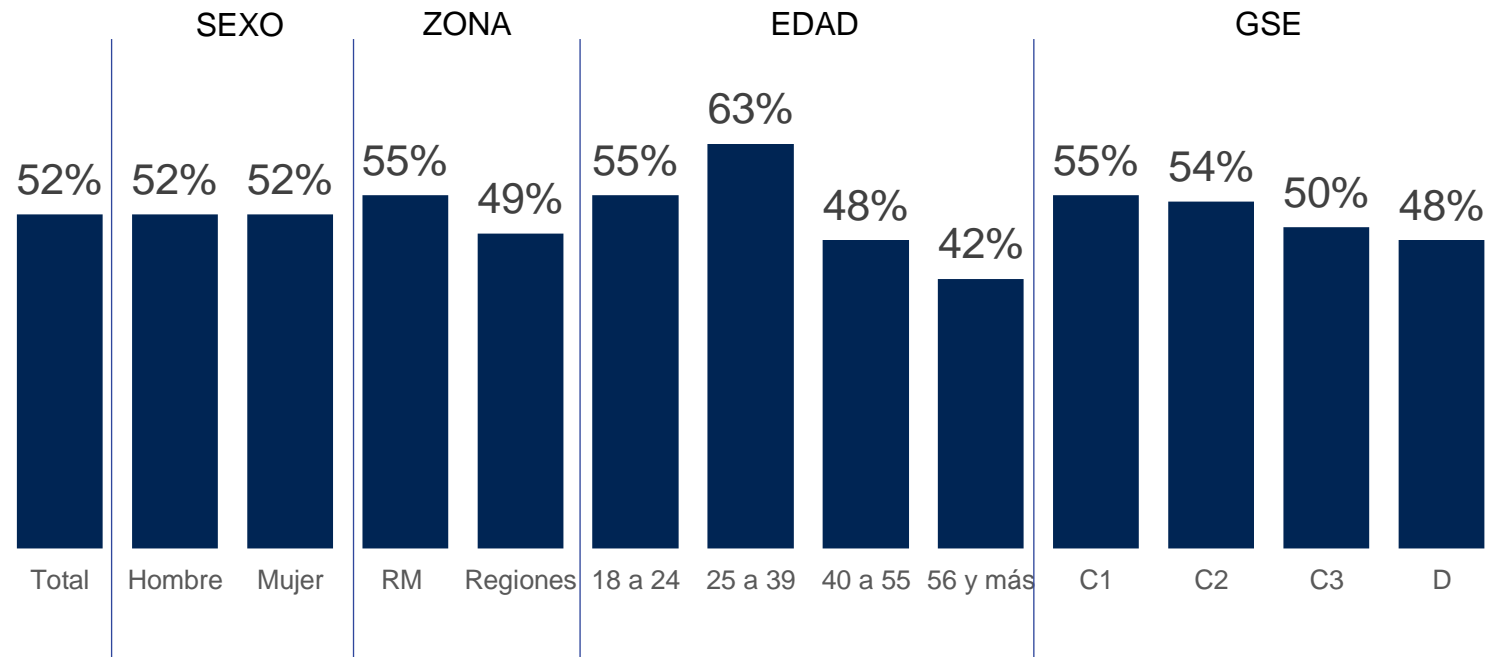
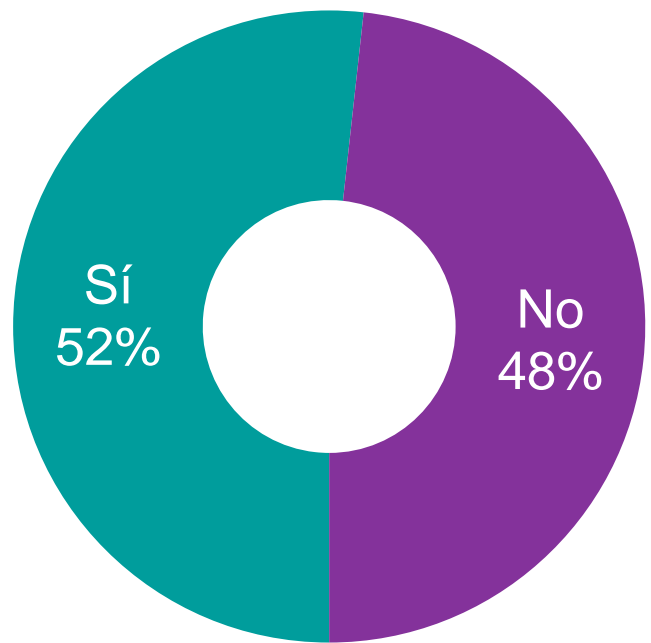


	Total	Sexo		Zona		Edad				GSE			
		Hombre	Mujer	RM	Regiones	18 a 24	25 a 39	40 a 55	56 y más	C1	C2	C3	D
Compras online	42%	39%	46%	40%	44%	50%	50%	37%	32%	54%	46%	34%	37%
Compras presenciales	25%	28%	22%	27%	23%	22%	25%	24%	28%	17%	25%	29%	25%
No hará regalos	15%	16%	15%	15%	16%	13%	9%	17%	21%	15%	15%	15%	17%
No sabe, no lo ha considerado aún	18%	18%	18%	19%	17%	16%	16%	22%	18%	14%	14%	22%	21%

Diferencia significativa a nivel de confianza del 95%

52% HA VISITADO PRESENCIALMENTE A LAS TIENDAS DEL COMERCIO MAYOR

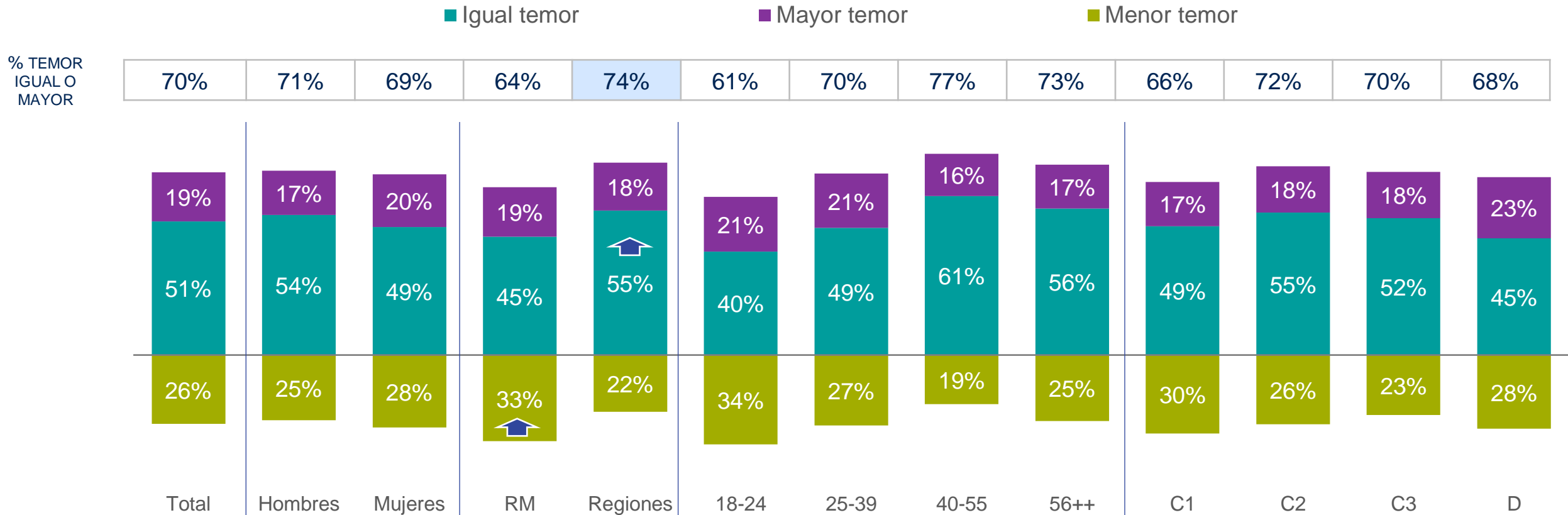
En el último tiempo, ¿Ud. ha visitado Grandes Tiendas, Centros Comerciales o Tiendas de Mejoramiento del Hogar? Base: 600, Total Entrevistados/as.



No se observan diferencias significativas a nivel de confianza del 95%

SÓLO 1 DE CADA 4 PERSONAS HA DISMINUIDO SU GRADO DE TEMOR AL VISITAR TIENDAS DEL COMERCIO MAYOR

¿En la actualidad Ud. siente mayor temor, el mismo temor o menor temor que durante los momentos más críticos de la pandemia de visitar Grandes Tiendas, Centros Comerciales o Tiendas de Mejoramiento del Hogar? Base: 600, Total Entrevistados/as.



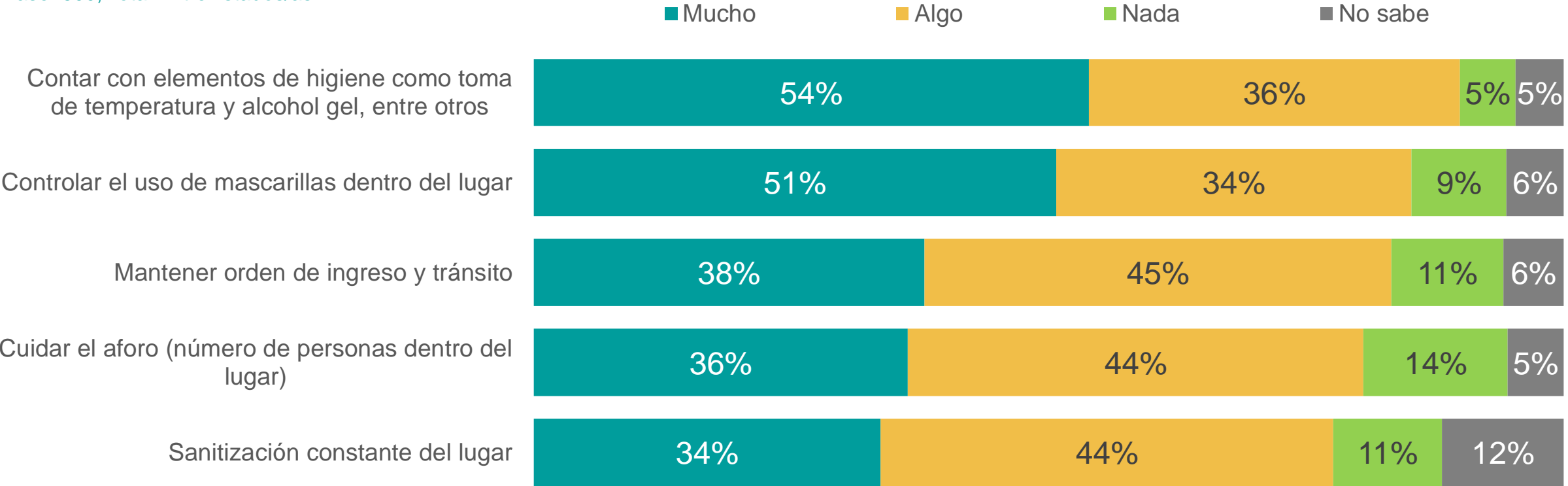
↑ ↓ Diferencia significativa a nivel de confianza del 95%

■ Diferencia significativa a nivel de confianza del 95%

ELEMENTOS DE HIGIENE Y CONTROL DE MASCARILLA: LAS DOS MEDIDAS MÁS RECONOCIDAS EN LA PREPARACIÓN DEL COMERCIO MAYOR

En su opinión, ¿qué tan preparados están las Grandes Tiendas, Centros Comerciales y Tiendas de Mejoramiento del Hogar para las fiestas de fin de año en los siguientes aspectos?

Base: 600, Total Entrevistados/as.



HOMBRES RECONOCEN MAYOR PREPARACIÓN DEL COMERCIO MAYOR PARA FIESTAS DE FIN DE AÑO

En su opinión, ¿qué tan preparados están las Grandes Tiendas, Centros Comerciales y Tiendas de Mejoramiento del Hogar para las fiestas de fin de año en los siguientes aspectos?

Base: 600, Total Entrevistados/as.

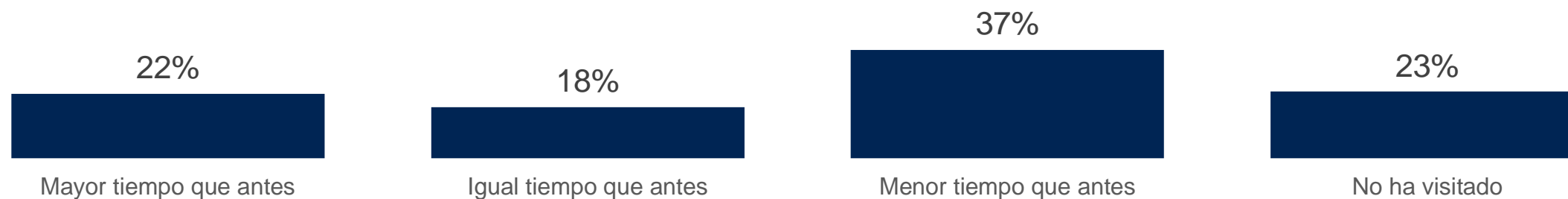
% MUCHO	Total	Sexo		Zona		Edad				GSE			
		Hombre	Mujer	RM	Regiones	18 a 24	25 a 39	40 a 55	56 y más	C1	C2	C3	D
Contar con elementos de higiene como toma de temperatura y alcohol gel, entre otros	54%	56%	52%	52%	55%	59%	47%	55%	55%	51%	52%	54%	59%
Controlar el uso de mascarillas dentro del lugar	51%	54%	48%	51%	51%	54%	46%	49%	53%	50%	46%	55%	54%
Mantener orden de ingreso y tránsito	38%	44%	32%	37%	39%	39%	35%	36%	42%	40%	35%	39%	38%
Cuidar el aforo	36%	41%	32%	39%	34%	30%	31%	40%	44%	41%	36%	37%	30%
Sanitización constante del lugar	34%	42%	26%	32%	35%	35%	28%	36%	36%	40%	31%	35%	30%

Diferencia significativa a nivel de confianza del 95%

LAS VISITAS A LAS TIENDAS DEL COMERCIO MAYOR REDUCEN SU DURACIÓN

En las visitas que Ud. ha realizado durante este último periodo a Grandes tiendas, Centros comerciales y Tiendas de Mejoramiento del Hogar ¿Ud. diría que para poder realizar su compra ha necesitado estar... ?

Base: 600, Total Entrevistados/as.

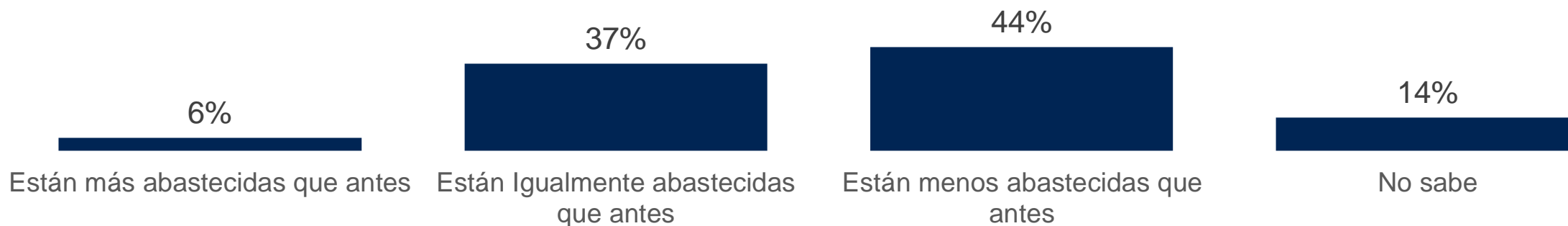


	Total	Sexo		Zona		Edad				GSE			
		Hombre	Mujer	RM	Regiones	18 a 24	25 a 39	40 a 55	56 y más	C1	C2	C3	D
Mayor tiempo que antes	22%	22%	23%	20%	24%	18%	27%	28%	16%	18%	25%	22%	22%
Igual tiempo que antes	18%	19%	16%	17%	18%	28%	17%	13%	12%	22%	14%	19%	19%
Menor tiempo que antes	37%	35%	39%	39%	36%	40%	35%	36%	38%	36%	41%	35%	35%
No ha visitado	23%	24%	22%	24%	22%	14%	21%	23%	33%	24%	21%	24%	24%

Diferencia significativa a nivel de confianza del 95%

EL COMERCIO MAYOR SE PERCIBE MENOS ABASTECIDO

En relación al abastecimiento de las Grandes tiendas, Centros comerciales y Tiendas de Mejoramiento del Hogar, ¿Ud. diría que en este momento...? Base: 600, Total Entrevistados/as.

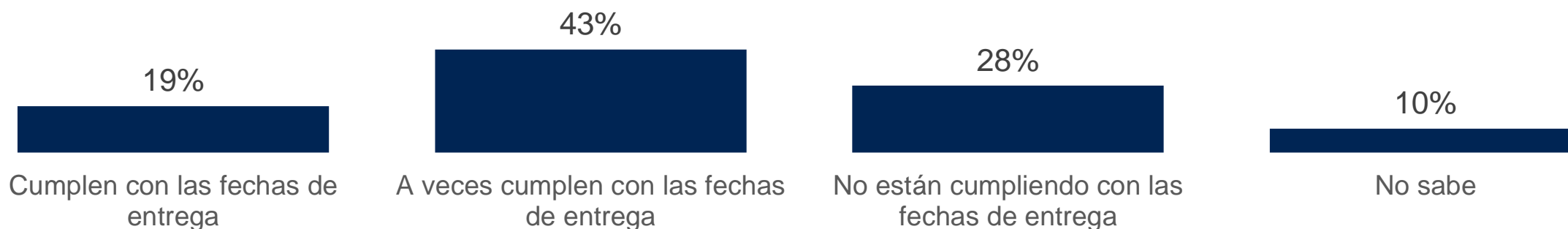


	Total	Sexo		Zona		Edad				GSE			
		Hombre	Mujer	RM	Regiones	18 a 24	25 a 39	40 a 55	56 y más	C1	C2	C3	D
Más abastecidas que antes	6%	7%	4%	4%	6%	10%	3%	2%	7%	5%	5%	4%	9%
Igualmente abastecidas que antes	37%	35%	38%	42%	33%	48%	32%	39%	28%	44%	33%	35%	40%
Menos abastecidas que antes	44%	42%	45%	40%	46%	32%	48%	48%	46%	38%	48%	48%	33%
No sabe	14%	15%	13%	14%	14%	10%	17%	11%	19%	12%	14%	13%	18%

Diferencia significativa a nivel de confianza del 95%

LA IMPUNTUALIDAD EN LA ENTREGA DE COMPRAS POR PARTE DEL COMERCIO MAYOR

En relación a las compras Online, las Grandes tiendas, Centros comerciales y Tiendas de Mejoramiento del Hogar, ¿Ud. diría que actualmente...? Base: 600, Total Entrevistados/as.

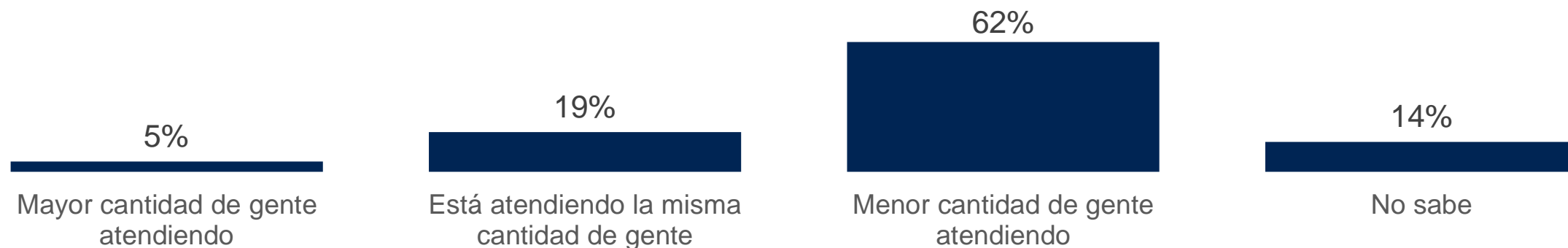


	Total	Sexo		Zona		Edad				GSE			
		Hombre	Mujer	RM	Regiones	18 a 24	25 a 39	40 a 55	56 y más	C1	C2	C3	D
Cumplen con las fechas de entrega	19%	20%	19%	22%	18%	23%	16%	19%	19%	17%	20%	20%	20%
A veces cumplen con las fechas de entrega	43%	40%	45%	44%	42%	44%	45%	38%	44%	46%	47%	42%	33%
No están cumpliendo con las fechas de entrega	28%	30%	26%	26%	29%	23%	30%	33%	26%	29%	26%	30%	27%
No sabe	10%	10%	10%	8%	11%	11%	9%	10%	11%	9%	7%	8%	21%

Diferencia significativa a nivel de confianza del 95%

MENOR CANTIDAD DE PERSONAL ATENDIENDO

En relación a la cantidad de personas que están atendiendo en las Grandes tiendas, Centros comerciales y Tiendas de Mejoramiento del Hogar, ¿Ud. diría que actualmente hay...? Base: 600, Total Entrevistados/as.



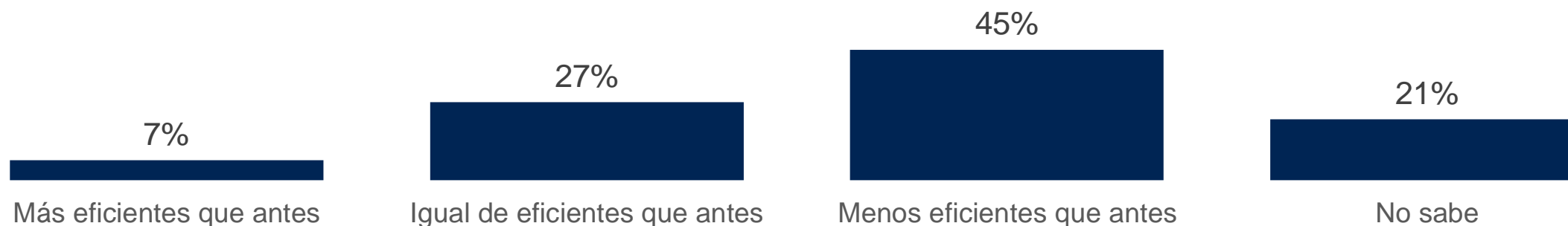
	Total	Sexo		Zona		Edad				GSE			
		Hombre	Mujer	RM	Regiones	18 a 24	25 a 39	40 a 55	56 y más	C1	C2	C3	D
Mayor cantidad de gente atendiendo	5%	4%	6%	4%	6%	12%	4%	3%	1%	5%	3%	7%	6%
Está atendiendo la misma cantidad de gente	19%	19%	19%	20%	18%	26%	20%	22%	8%	28%	17%	15%	21%
Menor cantidad de gente atendiendo	62%	64%	60%	63%	61%	51%	63%	59%	74%	53%	67%	61%	62%
No sabe	14%	14%	14%	14%	15%	11%	13%	16%	17%	14%	13%	17%	12%

■ ■ Diferencia significativa a nivel de confianza del 95%

CAMBIO DE PRODUCTOS: UN PROCESO CON PROBLEMAS

Por último, respecto al proceso de cambios o devolución de productos, en las Grandes tiendas, Centros comerciales y Tiendas de Mejoramiento del Hogar, ¿Ud. diría que, en este momento, son...?

Base: 600, Total Entrevistados/as.



	Total	Sexo		Zona		Edad				GSE			
		Hombre	Mujer	RM	Regiones	18 a 24	25 a 39	40 a 55	56 y más	C1	C2	C3	D
Más eficientes que antes	7%	7%	7%	8%	6%	13%	9%	3%	3%	10%	6%	6%	9%
Igual de eficientes que antes	27%	30%	24%	25%	28%	31%	26%	23%	27%	24%	26%	30%	27%
Menos eficientes que antes	45%	44%	46%	48%	43%	39%	47%	48%	47%	47%	46%	44%	43%
No sabe	21%	19%	23%	19%	23%	17%	18%	26%	23%	19%	23%	21%	21%

No se observan diferencias significativas a nivel de confianza del 95%

PRINCIPALES HALLAZGOS

Percepción situación económica personal y del país

- Para más de la mitad de los entrevistados, los ingresos del hogar han disminuido, principalmente dentro del segmento de las mujeres, Región Metropolitana y en los niveles socioeconómicos bajos. Para la mayor parte de las personas entrevistadas, los niveles de deuda se han mantenido, sin embargo, un tercio indica que estos han aumentado. Entre los hogares que disminuyeron ingresos, un 38% también ha visto su nivel de deuda aumentar, mientras un 44% ha mantenido dicho nivel.
- En cuanto a la percepción de la situación económica del país para los próximos 6 meses, las personas se observan más pesimistas respecto de la situación que tendrían en cuanto a sus propios hogares en igual periodo de tiempo.
- Existe un optimismo moderado sobre la evolución de la pandemia en los próximos meses. En general, se estima que el número de personas infectadas se mantendrá o aumentará, pero sin llegar a las cifras alcanzadas en Europa.

Las celebraciones de fin de año en el país

- No existiría mucho entusiasmo respecto a la celebración de las fiestas de fin de año. Junto con ello, se considera que la forma de celebrarla será más austera que en años anteriores. Los segmentos socioeconómicos medios y altos, así como las personas de más edad son quienes muestran mayor acuerdo con que celebrarán fin de año de forma más austera.
- En general, las personas vivirán este año nuevo de forma más restringida, ya que un 73% indica que celebrará con su familia en su hogar, en contraste con el 58% que declaraba celebrarlo así en años anteriores.
- Se proyecta que los gastos en las fiestas de fin de año serán menores a los del año pasado. La disminución del gasto destaca entre mujeres y en la Región Metropolitana. Junto con ello, una parte importante de las personas entrevistadas menciona que en las próximas vacaciones permanecerá en su casa o simplemente no se tomará vacaciones.

PRINCIPALES HALLAZGOS

Las compras de fin de año en el comercio mayor

- No existen preferencias marcadas por realizar las próximas compras de navidad en tiendas de emprendedores o grandes tiendas. Las personas comprarán en ambas. Además, en general, las mayores preferencias se concentran en **compras Online, principalmente entre personas de más alto nivel socioeconómico y entre los más jóvenes.**
- **Se mantiene el temor respecto de ir presencialmente a las tiendas.** En Santiago se observa un menor temor que antes de ir a tiendas en comparación con quienes viven en regiones.
- También se considera que las tiendas se han preparado para las fiestas de fin de año, principalmente en toma de temperatura y uso de mascarillas. Las medidas más reconocidas en la preparación del comercio mayor son el contar con elementos de higiene y controlar el uso de mascarilla. Sin embargo, se debería reforzar el aforo y las sanitizaciones permanentes de los lugares. Son los hombres quienes reconocen una mayor preparación del comercio en este ámbito.
- De quienes han ido a tiendas en el último periodo, la mayor parte declara que ha necesitado menos tiempo de visita que antes, lo que podría ser reflejo de la necesidad voluntaria de realizar la compra con mayor rapidez. Además, **parte importante de las personas encuestadas considera que las tiendas están menos abastecidas que antes.**
- Existe una percepción de impuntualidad en las fechas de entrega de las compras online, ya que más de dos tercios de la muestra considera que las fechas comprometidas o no son cumplidas, o se cumplen sólo algunas veces.
- Asimismo, en general se piensa que existe menor cantidad de personal atendiendo en las tiendas. Es un elemento a revisar, ya que podría implicar que las personas se podrían demorar en recibir atención, en contradicción con el menor tiempo que destinan a visitar las tiendas. Coincidentemente, se piensa que las tiendas están siendo menos eficientes que antes en cambios o devoluciones de productos.

SOBRE PANEL IPSOS INTERACTIVE SERVICES

El estudio fue realizado sobre la base del Panel de Ipsos Interactive Services (IIS), el cual está compuesto por un marco muestral de 55 000 personas del país, todas mayores de 14 años. Además del panel propio, Ipsos cuenta con reclutamiento ad hoc y apoyo en perfiles específicos desde paneles externos certificados por Ipsos.

La distribución del panel corresponde a un 75% de mujeres y 25% de hombres, siendo 68% quienes se encuentran en situación laboral activa y 32% inactivos.

El panel tiene presencia de todo el territorio nacional, con concentración en la zona centro con 64%, mientras que el norte alcanza a 12%, la zona sur a 22% y la zona austral a 1%.

Respecto de la edad, 35% del panel tiene 24 años o menos (3% son menores de 17 años), 32% del panel corresponde a 25 a 32 años, 17% a 35 a 44 años, 9% a 45 a 54 años y 7% son mayores de 55 años.

En relación al nivel educacional, 24% indican tener medio incompleta o menos, 52% educación media completa o superior incompleta y 23% educación universitaria completa y más.

En relación al Grupo Socio Económico, la composición del panel alcanza a un 10% de ABC1, 28% de C2, 31% de C3, 27% de D y 4% de E.

La inscripción en el panel y su mantención en él es voluntaria.

La recomendación de Ipsos para la aplicación de encuestas en su Panel es la utilización de modelos muestrales de cuotas para un mejor control de la distribución del perfil a representar.



Contacto:

Carolina Suez
Directora de Comunicaciones
carolina.suez@ipsos.com

Alejandra Ojeda
Directora de Estudios Públicos
Alejandra.ojeda@ipsos.com

GAME CHANGERS

