



COVID-19
ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO
DEL OYENTE DIGITAL DURANTE
LA CUARENTENA >>

*Análisis del consumo y comportamiento del oyente
frente a la publicidad y las marcas en Chile*

PERFIL DEMOGRÁFICO

La muestra escogida para llevar a cabo la investigación fueron **700** casos de encuestas por Internet realizadas en Chile del **18 de mayo al 3 de junio** de 2020



PROPÓSITOS DEL ESTUDIO:

- Conocer el impacto generado por la cuarentena en los hábitos de consumo de los oyentes digitales chilenos
- Analizar el rol que desempeñan las marcas y los anunciantes y cómo son percibidos por la audiencia en tiempos de crisis

PERFIL DEL USUARIO

CONSUMO POR GÉNERO

60%
MUJERES

40%
HOMBRES

CONSUMO POR EDAD

19%
18-24 años

14%
25-34 años

14%
35-44 años

15%
45-54 años

20%
55-64 años

18%
+65 años

CONSUMO POR DISPOSITIVO

28%
OTROS

23%
SMART TV

50%
SMARTPHONE

19%
LAPTOP
DESKTOP

7%
TABLETS

6%
SMART
SPEAKERS

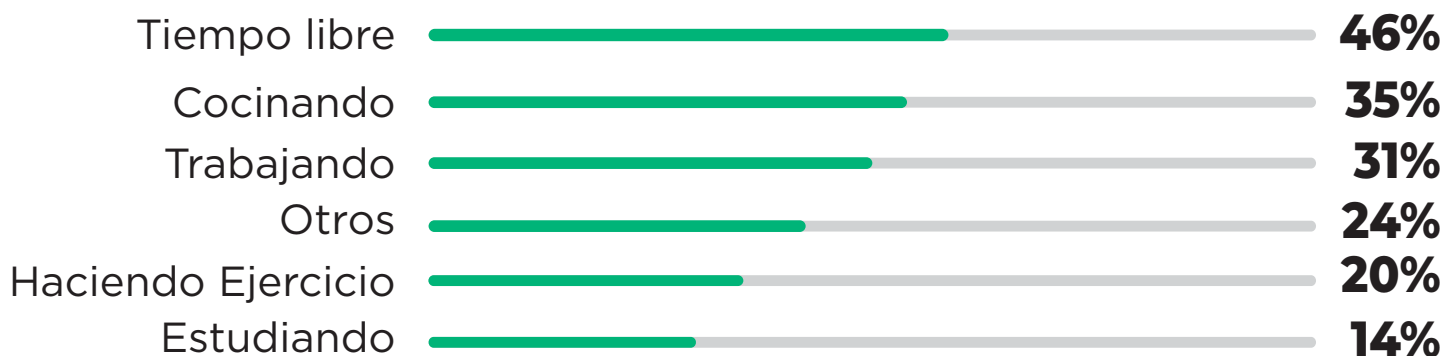
»» **85%** Está de acuerdo con la cuarentena

»» **70%** Opina que la música es el contenido más valorado en la cuarentena, seguido por la radio online y los podcasts

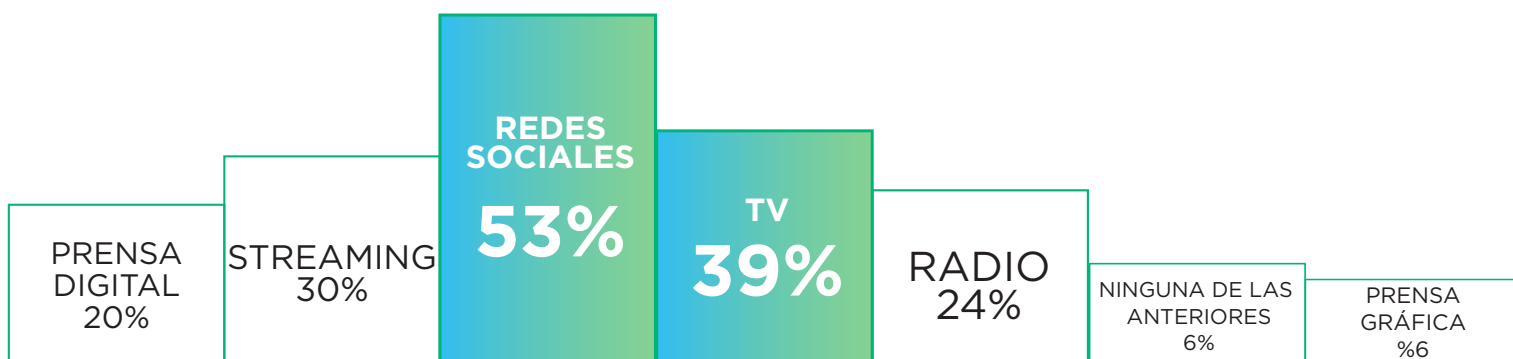
»» **69%** Piensa que la radio, los podcasts y la música son muy importantes en este periodo

»» **81%** Aumentó o mantuvo su consumo de Audio Digital desde la cuarentena

»» ¿Cuándo escuchan Audio Digital? ««



»» ¿Qué medios consumieron más durante la cuarentena? ««



PERCEPCIÓN Y CONSUMO

75%

Piensa que la publicidad digital actualmente es igual o más importante que antes de la cuarentena

59%

Ha cambiado el consumo de marcas habituales debido a la cuarentena

37%

Está de acuerdo con que las marcas deben seguir publicitando para acercar los productos a los consumidores

¿De qué productos preferiría escuchar anuncios durante la cuarentena?

16%

CUALQUIER TIPO DE PRODUCTOS

37%

PARA UTILIZAR EN CASA

40%

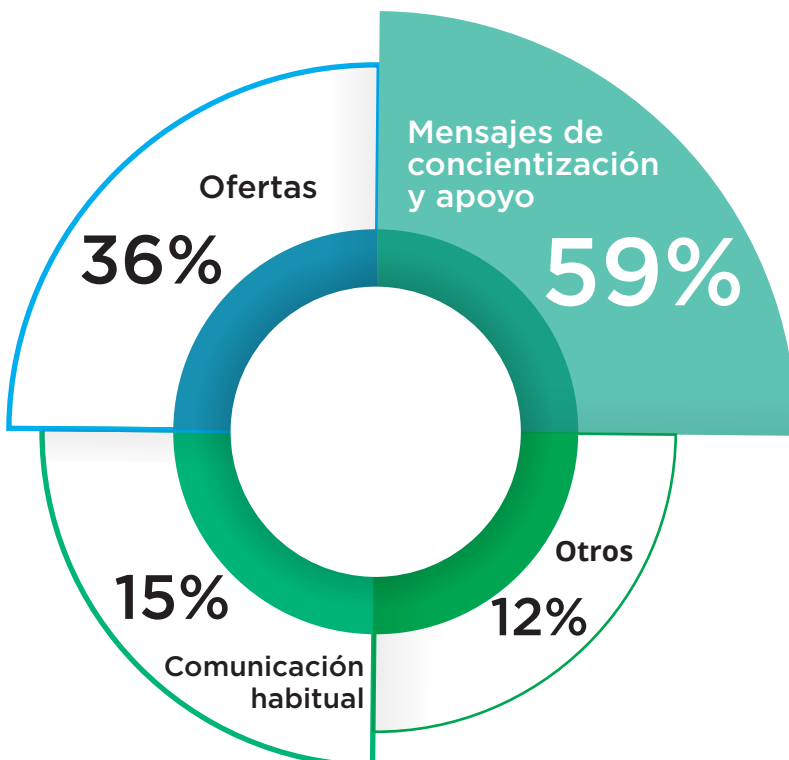
NUEVOS QUE ME PUEDAN INTERESAR

24%

BASADOS EN MIS GUSTOS

13%

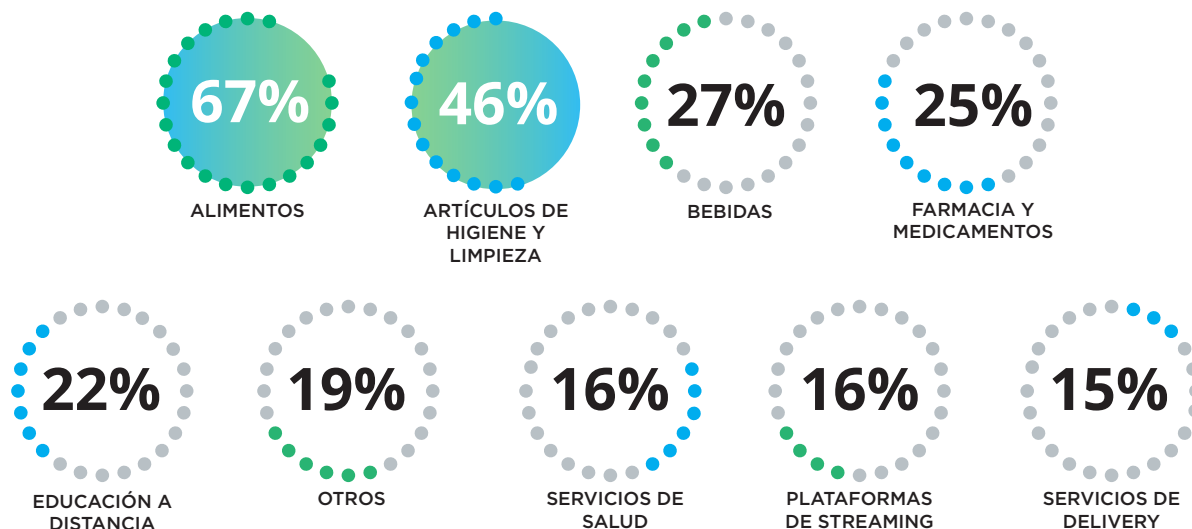
PARA USAR CUANDO TERMINE LA CUARENTENA



En su opinión ¿qué deberían comunicar las marcas frente a esta situación?

CAMBIOS EN EL CONSUMO DE PRODUCTOS O SERVICIOS DURANTE LA CUARENTENA

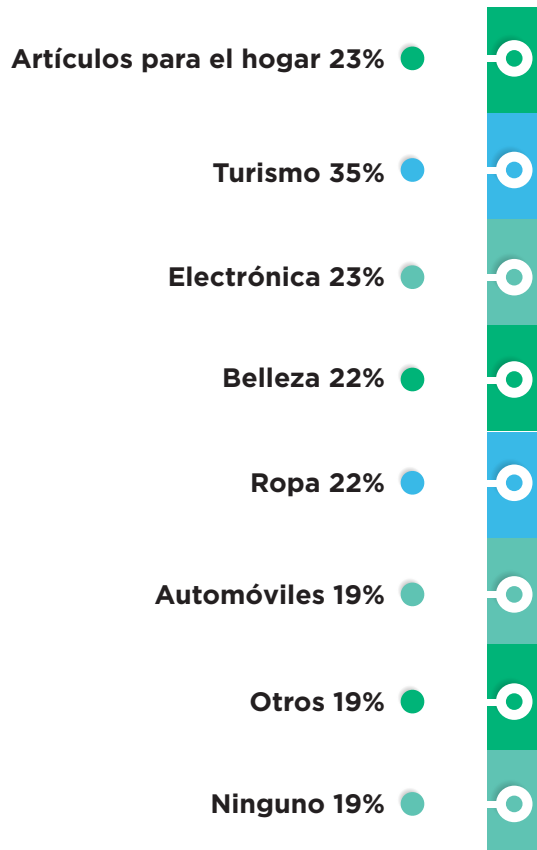
Productos o servicios más consumidos durante la cuarentena



Cómo realizan las compras durante la cuarentena



¿Qué producto o servicio pospuso comprar por la cuarentena?



ACERCA DE CISNEROS INTERACTIVE - AUDIO ADVERTISING

Es la división especializada en audio digital que agrupa diferentes iniciativas del grupo que incluyen: **Audio.ad Digital Audio Advertising Network**, **Audiotrade Audio Centric DSP**, **Audiospot.shop plataforma publicitaria self service**, **Audio.ad Podcast Network** y **Spotify for Brands Exclusive Sales Partner en 12 países de Latinoamérica**

ACERCA DE BRANDWATCH

Brandwatch es la empresa líder a nivel mundial en social intelligence. Nuestros equipos crean soluciones inteligentes de software para satisfacer las necesidades de más de 1200 negocios vanguardistas como Unilever, Whirlpool, British Airways, Walmart y Dell

Brandwatch- Qriously es una compañía de tecnología publicitaria con sede en Londres, propiedad de Brandwatch, que se encarga de medir en tiempo real el comportamiento de dos mil millones de usuarios alrededor del mundo a través de encuestas realizadas con smartphones en tiempo real

