



Panel
Ciudadano®



NOVIEMBRE / 2023



Ficha Técnica

Encuesta

Hombres y mujeres mayores de 18 años, habitantes en las 16 regiones del país.

Encuesta realizada vía Whatsapp y SMS (en caso de panelistas sin smartphome)

Se utiliza un panel conformado en base a un muestreo probabilístico con selección aleatoria de hogar e individuo. Los panelistas fueron inscritos y entrevistados de forma presencial para su segmentación. *Más información sobre la conformación de nuestros paneles en los anexos.*

1.119 casos. Margen de error de **2,9%** al 95% de confianza.

93%, correspondiente a **1.119** de los **1.200** individuos que conforman nuestro panel consultado.

Muestra ponderada a nivel de sujetos por zona, género y edad, obteniendo una muestra de representación nacional.

▷ POBLACIÓN EN ESTUDIO

▷ TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

▷ METODOLOGÍA DE MUESTREO

▷ MUESTRA

▷ TASA DE RESPUESTA

▷ PONDERACIÓN

07 de Noviembre 2023

- ▷ Rol que deben cumplir las marcas que apoyan al deporte, sobre el cuidado del medioambiente.
- ▷ Relevancia de distintos desafíos estratégicos para una organización o club deportivo.
- ▷ Mediante qué canales se deben comunicar las acciones para el cuidado del medioambiente.

1.119 casos

93%

Tasa de Respuesta

2,9%

Margen de error

Realizada entre las 20:00 hrs. del Domingo 05 de Noviembre y las 20:00 hrs. del Lunes 06 de Noviembre de 2023.



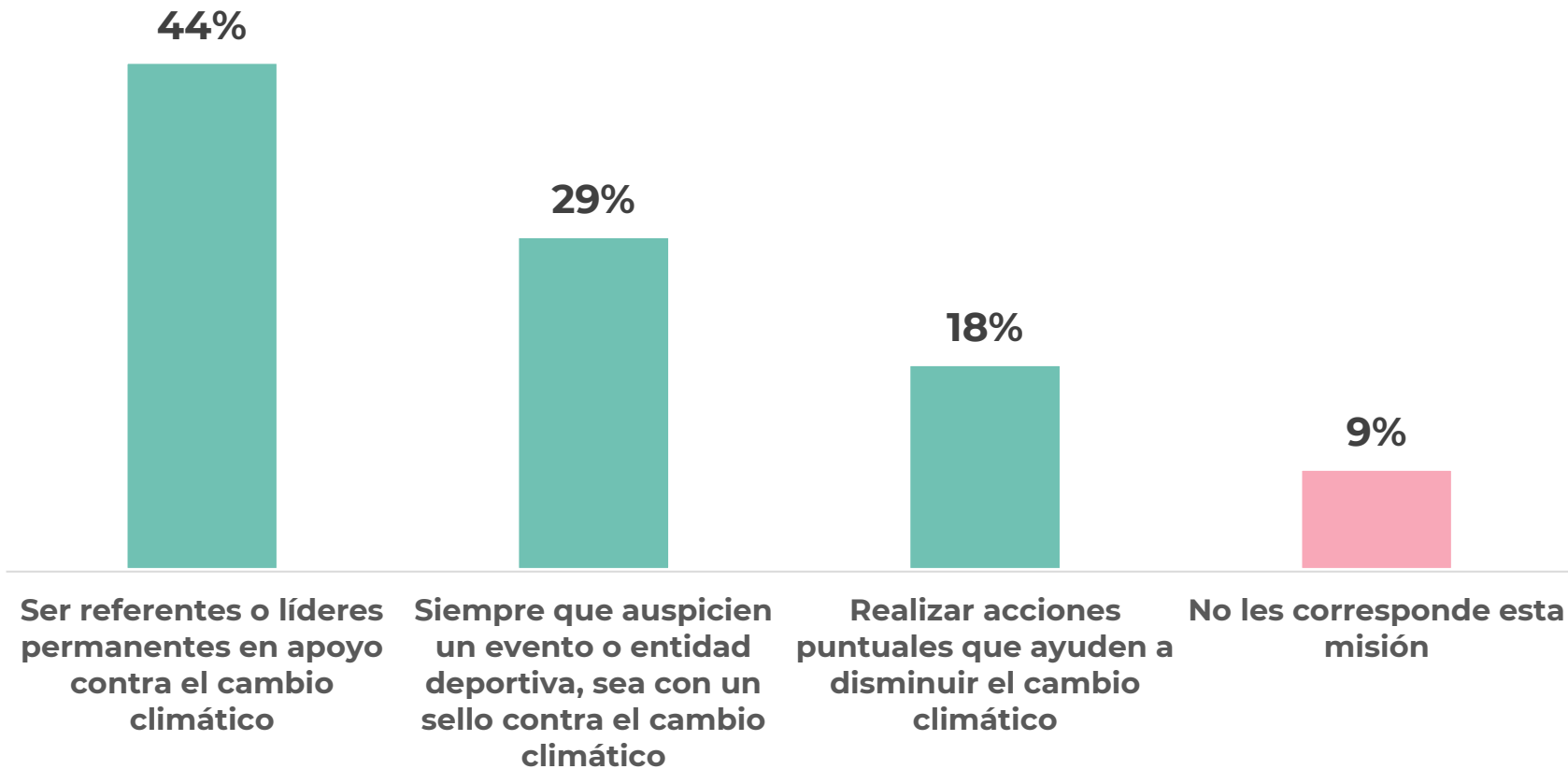


DEPORTE SOSTENIBLE

- ▶ Rol que deben cumplir las marcas que apoyan al deporte, sobre el cuidado del medioambiente.
- ▶ Relevancia de distintos desafíos estratégicos para una organización o club deportivo.

En tu posición de aficionado, fan o seguidor de algún deporte o club deportivo, ¿qué rol crees que deben cumplir las marcas que apoyan al deporte, para el cuidado del medioambiente?

Total



91%

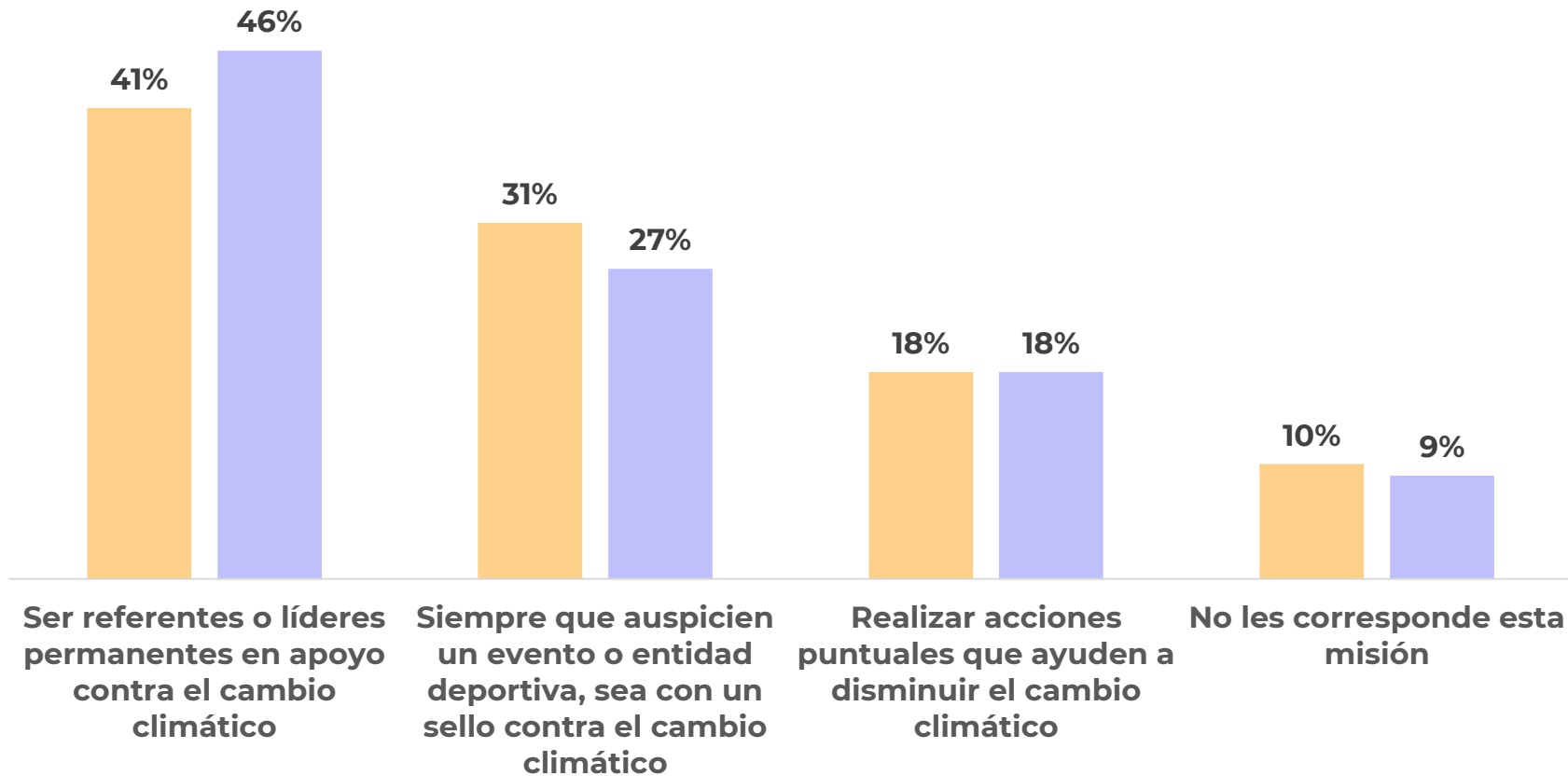
quiere que las marcas se involucren en un **deporte responsable** con el medioambiente

73%

que estas marcas sean **líderes permanentes** y siempre con un sello contra cambio climático

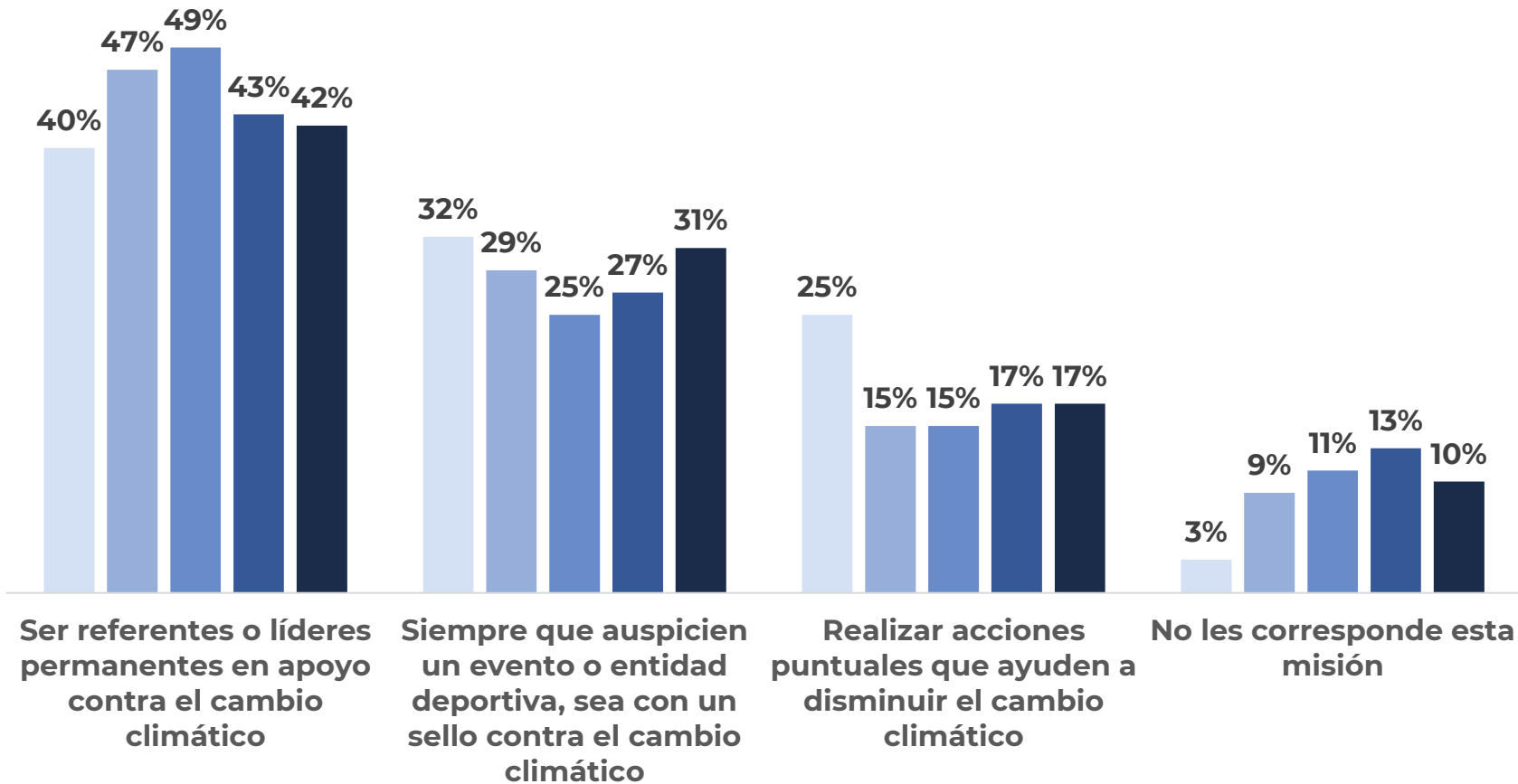
En tu posición de aficionado, fan o seguidor de algún deporte o club deportivo, ¿qué rol crees que deben cumplir las marcas que apoyan al deporte, para el cuidado del medioambiente?

■ Masculino ■ Femenino



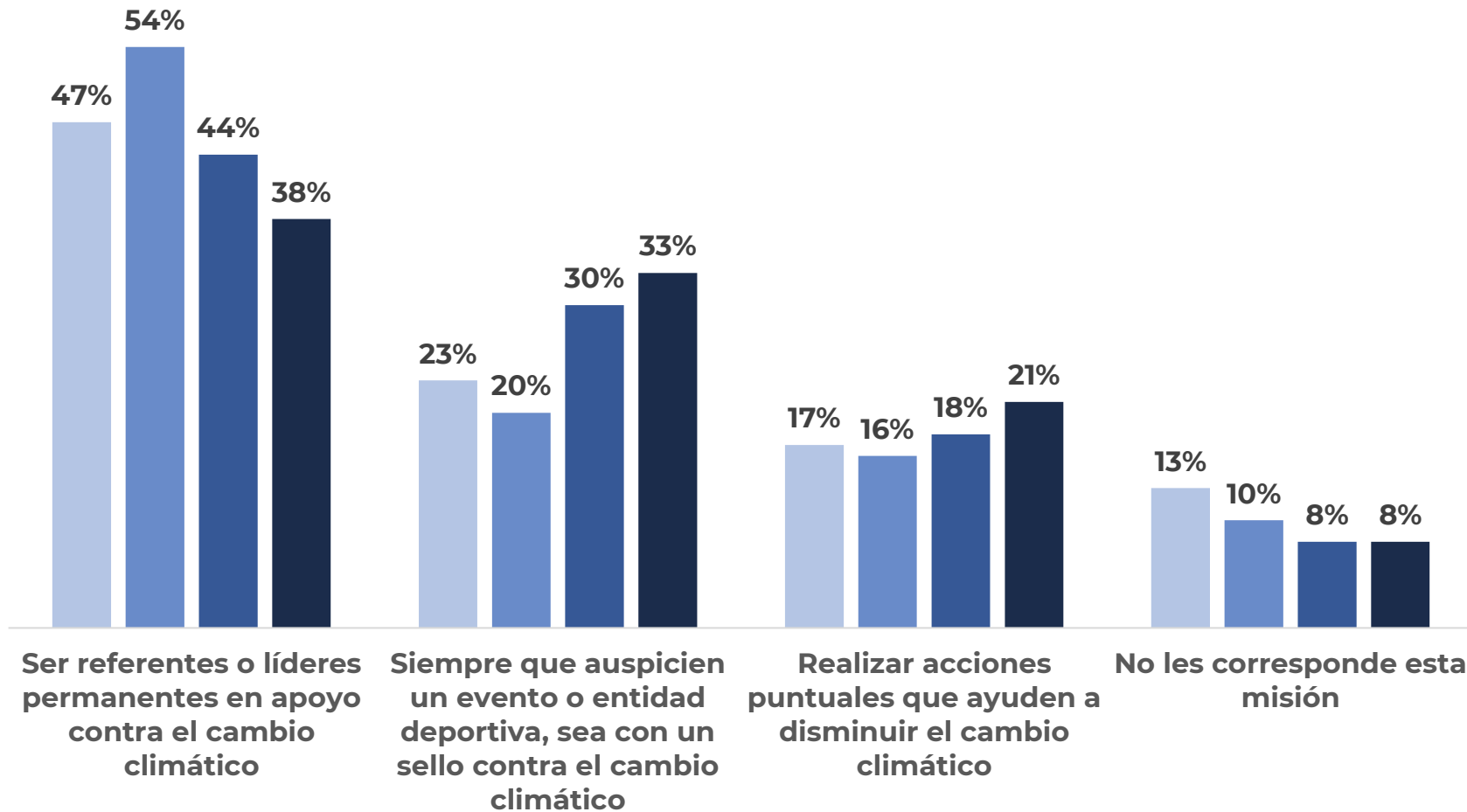
En tu posición de aficionado, fan o seguidor de algún deporte o club deportivo, ¿qué rol crees que deben cumplir las marcas que apoyan al deporte, para el cuidado del medioambiente?

■ 18-30 ■ 31-40 ■ 41-50 ■ 51-60 ■ 61+



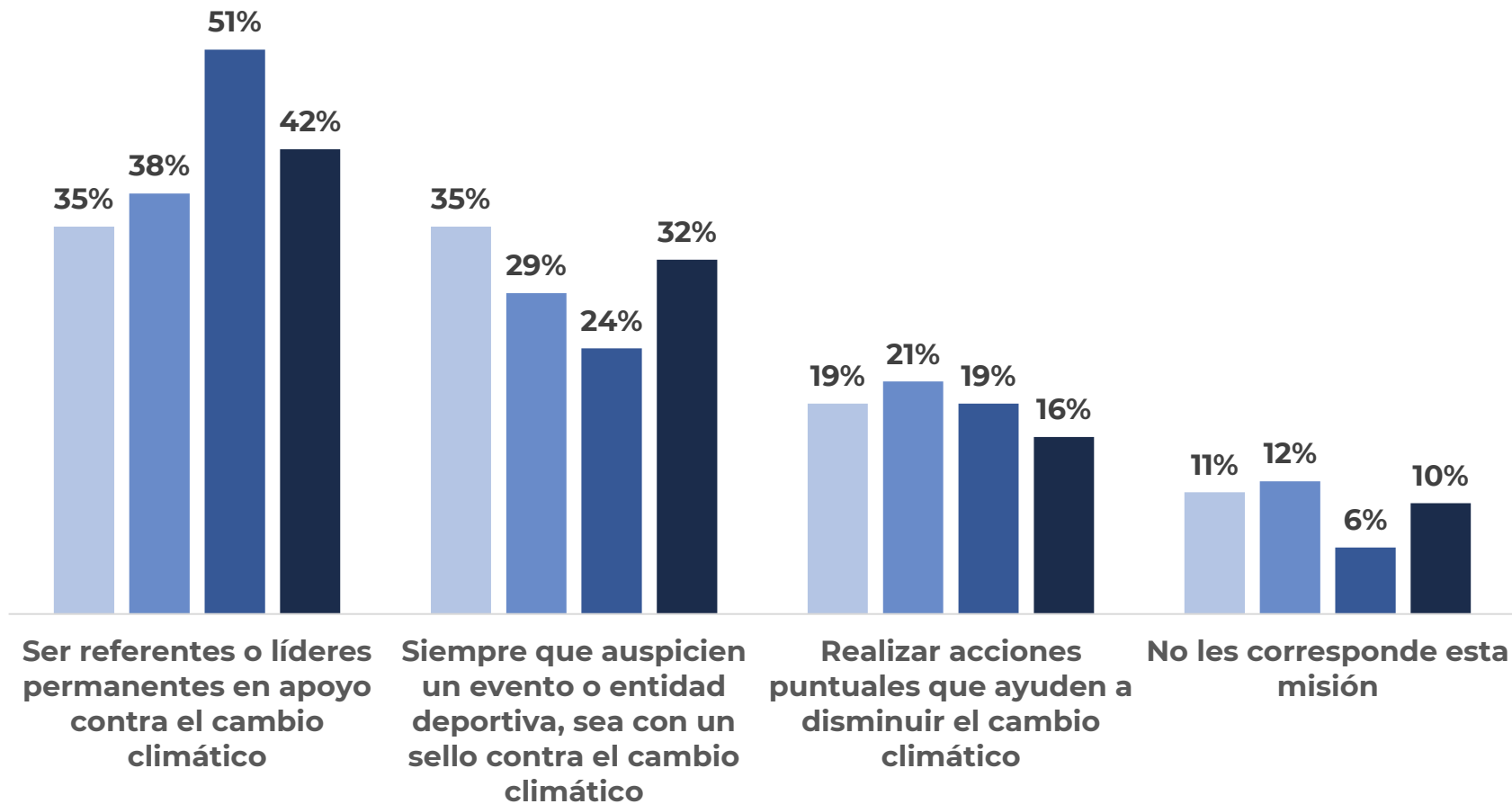
En tu posición de aficionado, fan o seguidor de algún deporte o club deportivo, ¿qué rol crees que deben cumplir las marcas que apoyan al deporte, para el cuidado del medioambiente?

■ ABC1 ■ C2 ■ C3 ■ D+E



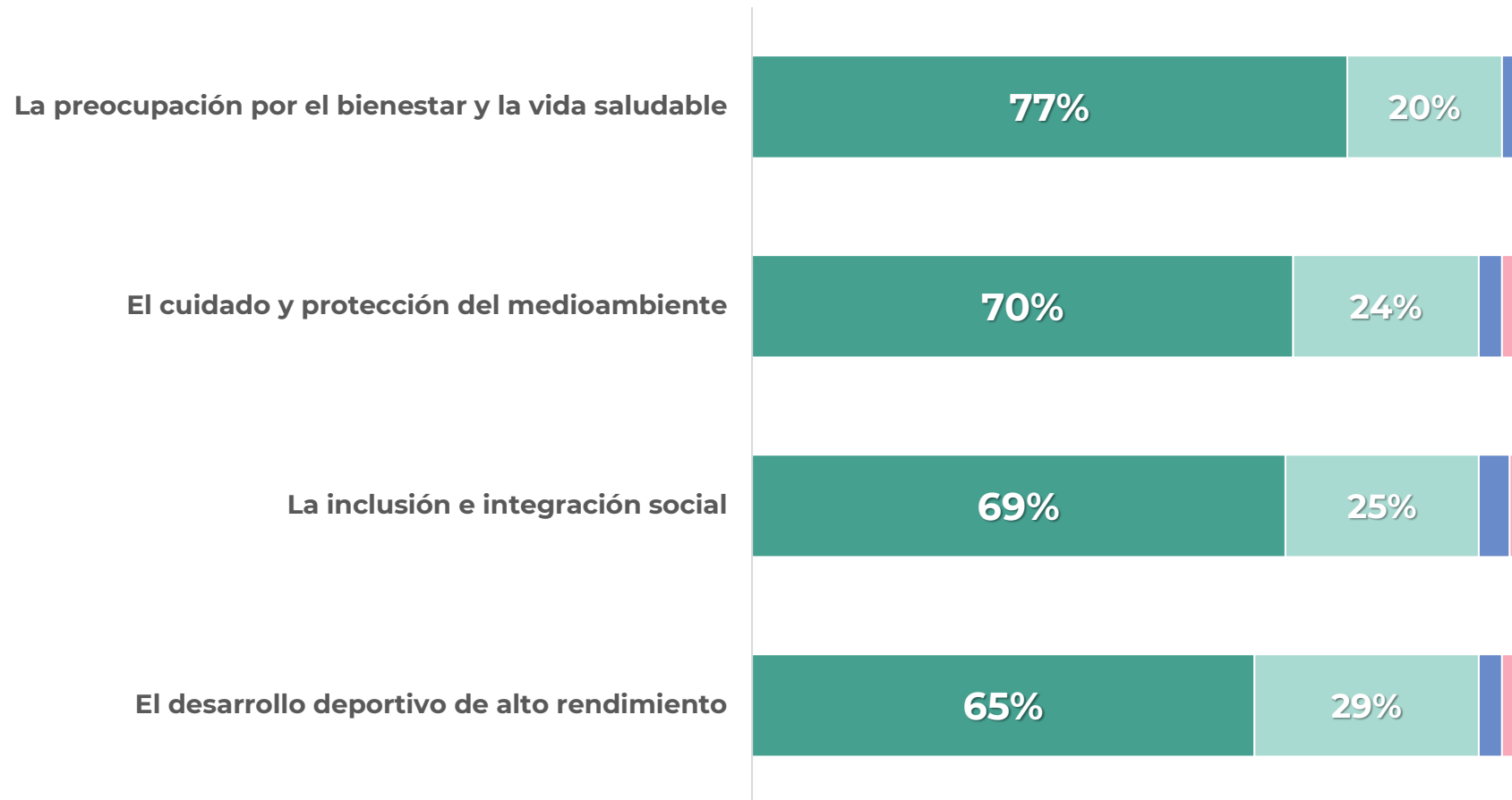
En tu posición de aficionado, fan o seguidor de algún deporte o club deportivo, ¿qué rol crees que deben cumplir las marcas que apoyan al deporte, para el cuidado del medioambiente?

■ Norte ■ V Región ■ RM ■ Sur



¿Qué importancia deberían tener cada uno de los siguientes objetivos para una Organización o Club deportivo?

■ Totalmente importante ■ Importante ■ Es indiferente ■ Poco importante ■ Nada importante

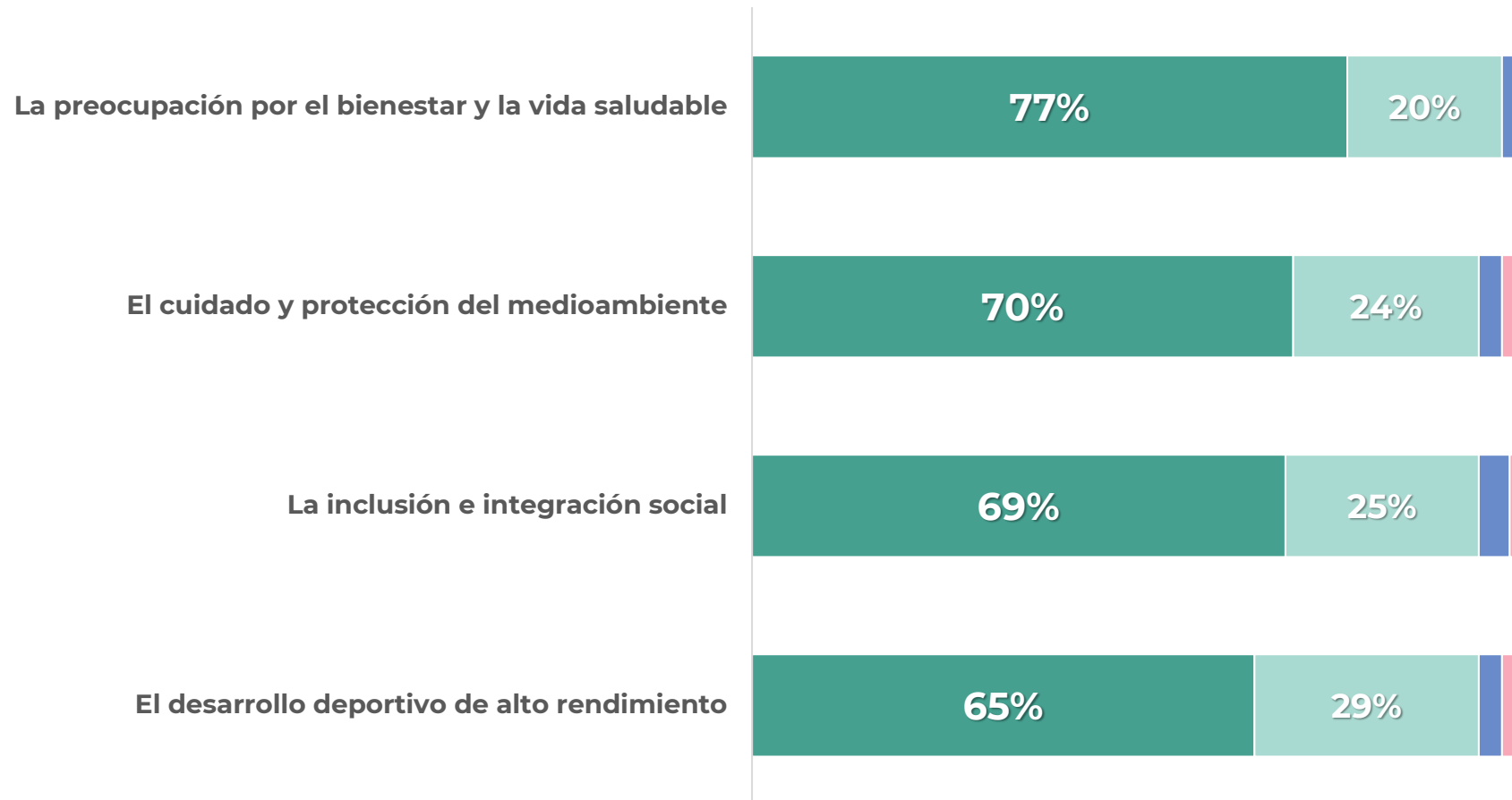


94%

cree importante que una organización deportiva vele por el cuidado y protección del planeta

¿Qué importancia deberían tener cada uno de los siguientes objetivos para una Organización o Club deportivo?

■ Totalmente importante ■ Importante ■ Es indiferente ■ Poco importante ■ Nada importante



94%

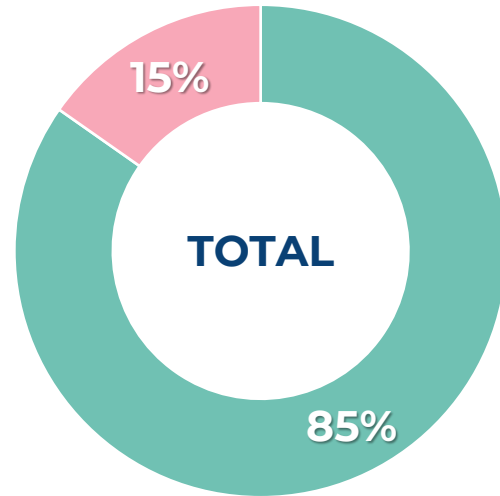
cree importante que una organización deportiva promueva la inclusión e integración social



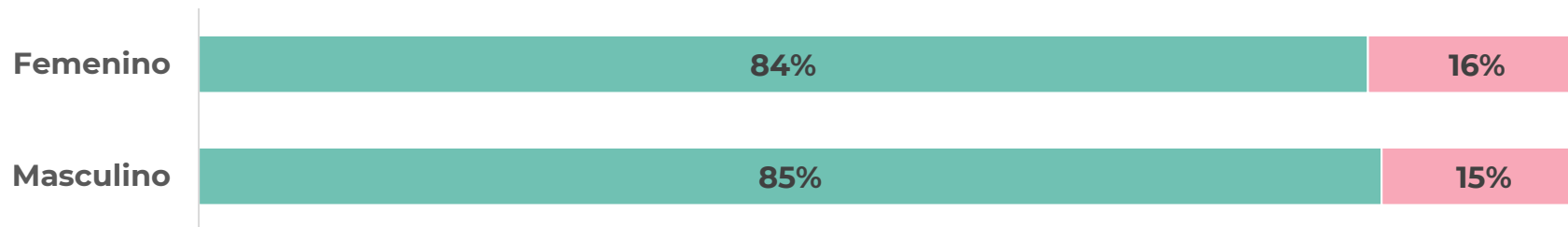
DEPORTE SOSTENIBLE

- ▷ ¿Se deberían comunicar las acciones para el cuidado del medioambiente que se hacen durante una actividad o evento deportivo?
- ▷ Mediante qué canales se deben comunicar estas acciones preferentemente.

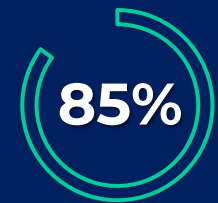
Cuando ves o escuchas deporte, cualquiera que sea, ¿crees que es importante comunicar públicamente que se están haciendo acciones para el “Cuidado del Medioambiente”?



- Sí, es importante que se comuniquen estas acciones
- No, sólo deberían cuidar el medioambiente sin comunicarlo

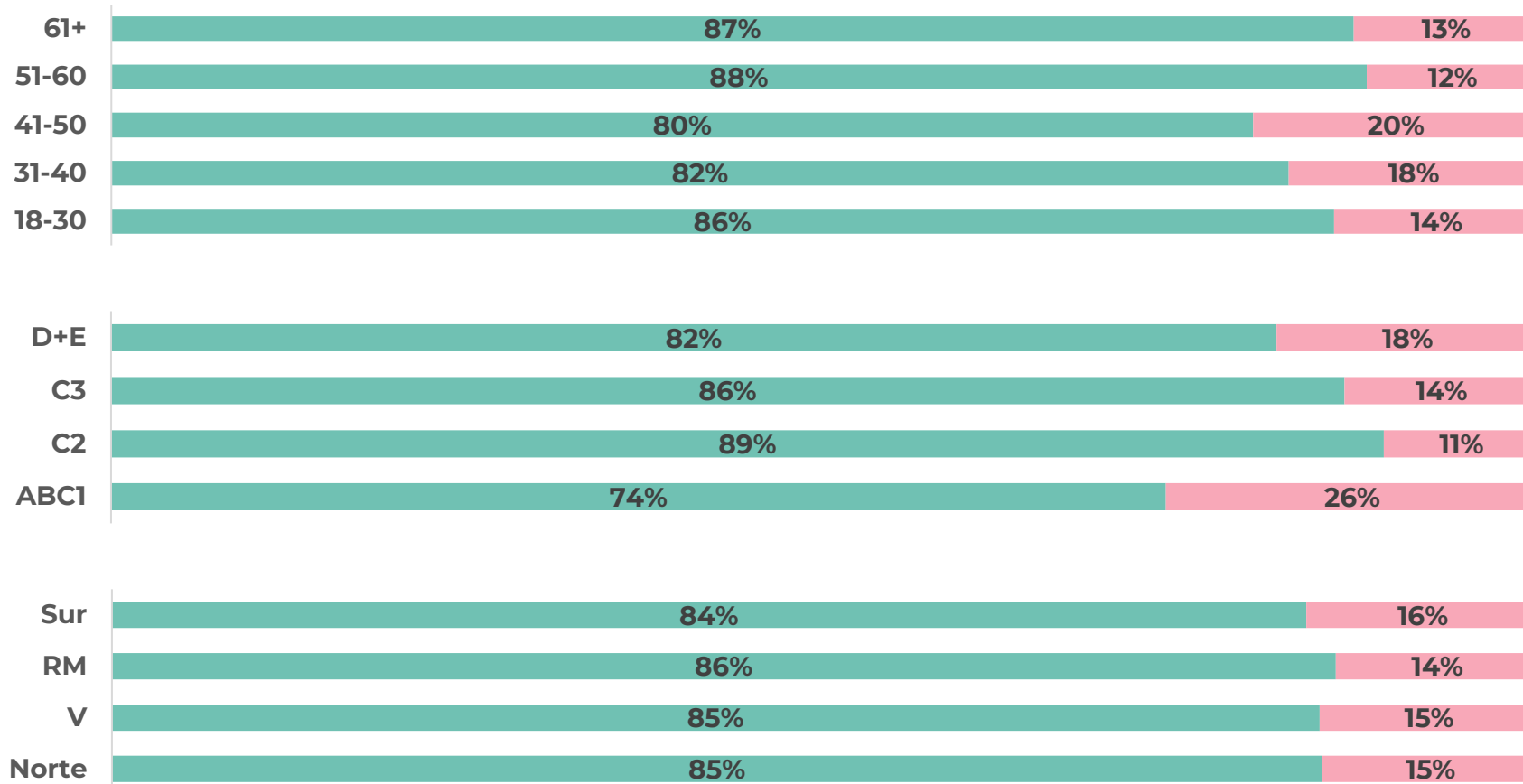


Pasan a siguiente pregunta quienes responden que **SÍ**



Cuando ves o escuchas deporte, cualquiera que sea, ¿crees que es importante comunicar públicamente que se están haciendo acciones para el “Cuidado del Medioambiente”?

■ Sí, es importante que se comuniquen estas acciones
 ■ No, sólo deberían cuidar el medioambiente sin comunicarlo



Pasan a siguiente pregunta quienes responden que **SÍ**

85%

¿Cuándo es más importante que se comuniquen estas acciones para el cuidado del medioambiente?

(ordenar de 1 a 4, donde 1 es el MÁS importante y 4 el MENOS importante)

+
importante

-
importante



1

2

3

4

TV / Radio

RRSS / Internet

Diarios / Revistas

Estadios / Recintos

Transmisión deportiva por TV o radios

Difusión deportiva por redes sociales o canales de internet

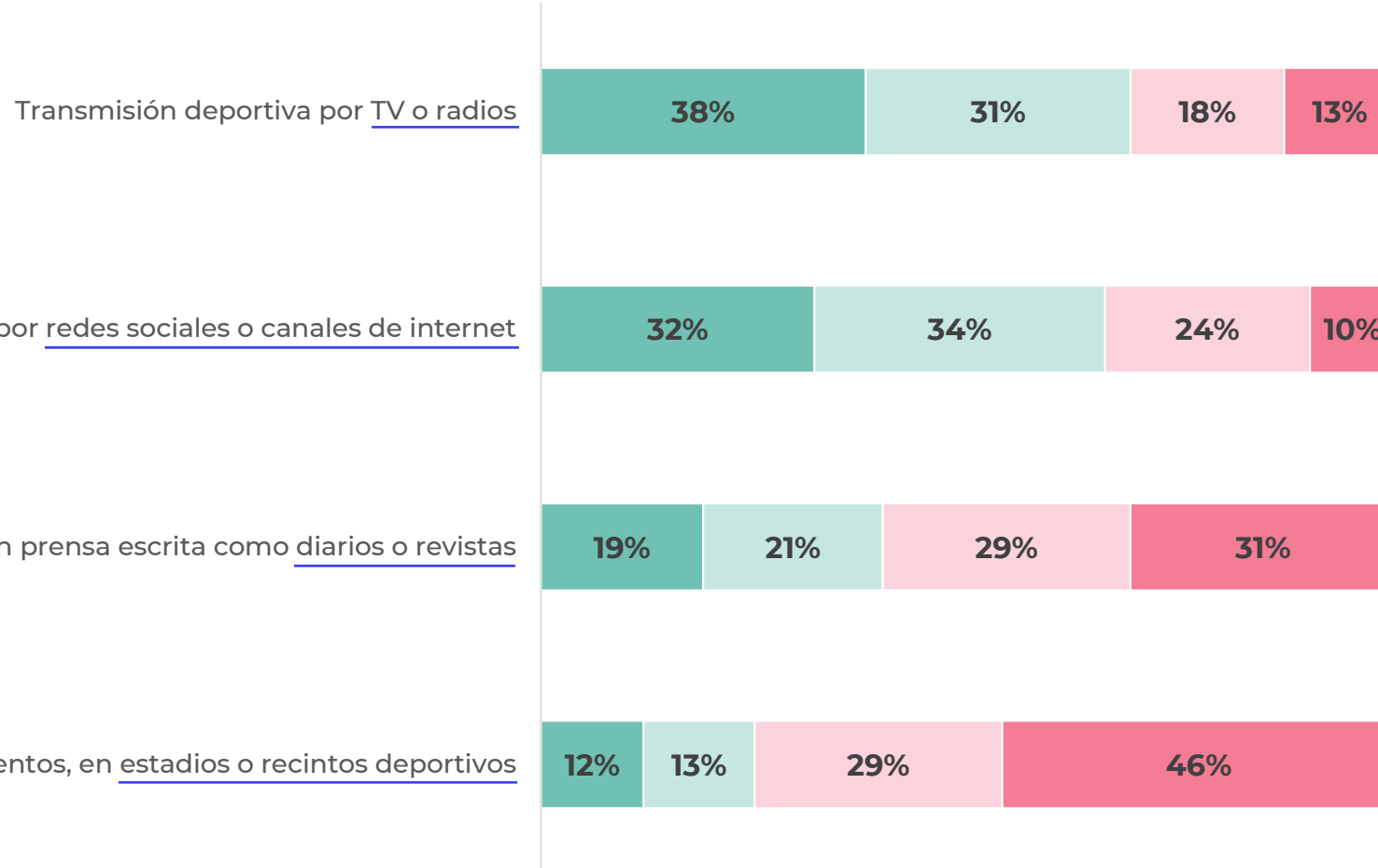
Noticias deportivas en prensa escrita como diarios o revistas

Dentro de los eventos, en estadios o recintos deportivos

¿Cuándo es más importante que se comuniquen estas acciones para el cuidado del medioambiente?

(ordenar de 1 a 4, donde 1 es el MÁS importante y 4 el MENOS importante)

■ Prioridad 1 ■ Prioridad 2 ■ Prioridad 3 ■ Prioridad 4

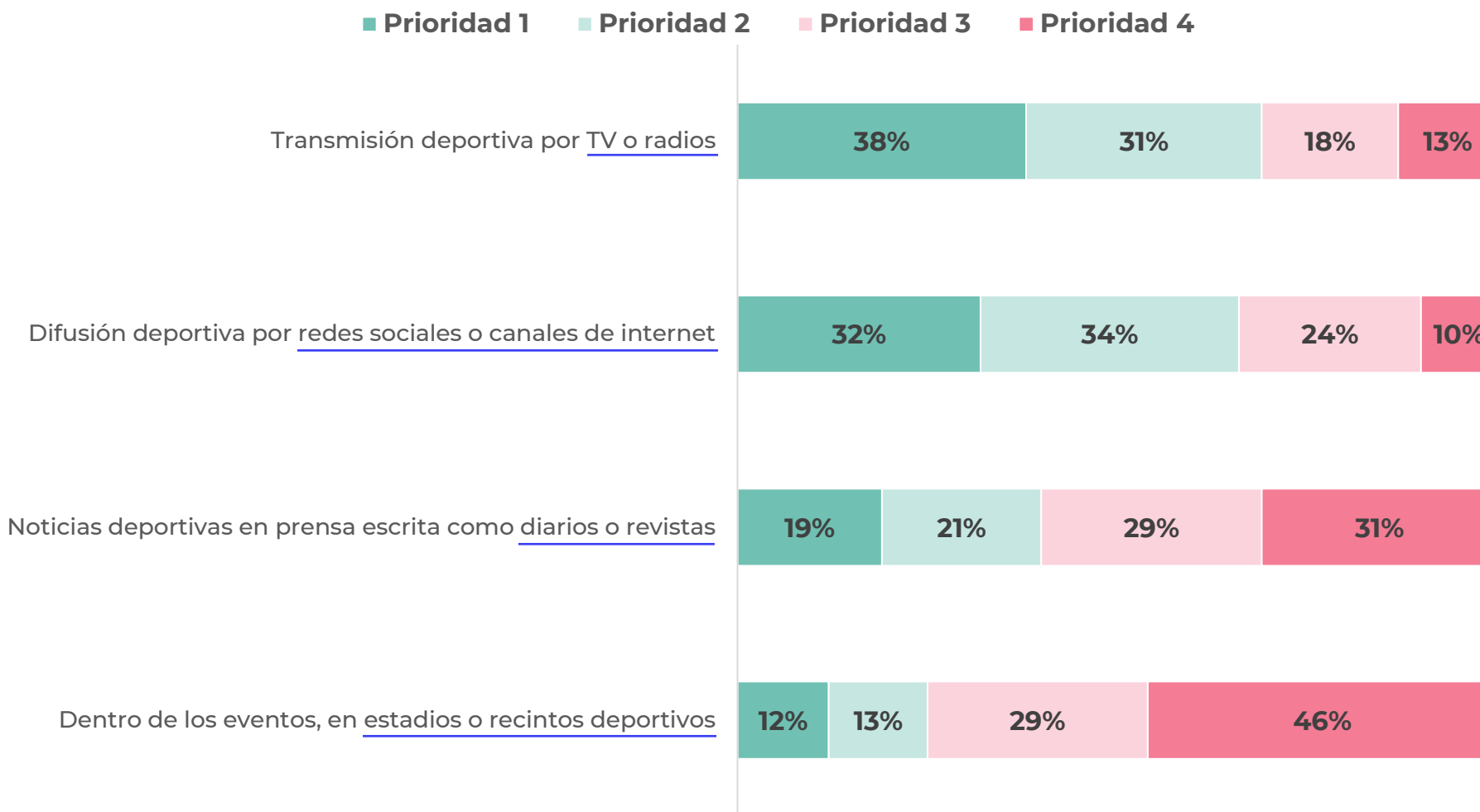


70%

Sigue privilegiando esta comunicación por canales tradicionales como TV y Radios

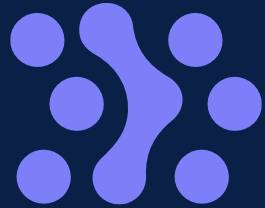
¿Cuándo es más importante que se comuniquen estas acciones para el cuidado del medioambiente?

(ordenar de 1 a 4, donde 1 es el MÁS importante y 4 el MENOS importante)



65%

Valora la promoción de estas acciones por medios digitales como redes sociales e internet



ANEXOS DE ESTUDIO





Ficha técnica

Paneles

- ▶ 3 paneles nacionales de 2000 individuos cada uno, con una cobertura de 283 comunas de Chile continental.
- ▶ Además 2 paneles de 1200 panelistas distribuidos en 52 comunas que conforman la Región Metropolitana.
- ▶ Metodología considera máxima varianza, un 95% de confianza y 2,8% de margen de error.
- ▶ Selección realizada a partir de Muestreo Aleatorio Simple (MAS) prorrateado por cantidad de viviendas por comuna:
 - Selección aleatoria de 500 puntos muestrales del Gran Santiago.
 - Selección aleatoria de viviendas por cada punto muestral.
 - Selección de personas mayores de 18 años residentes en una vivienda.
- ▶ Envío de una carta de invitación a todas las viviendas seleccionadas, y posterior visita a cada una.
- ▶ A cada residente de vivienda que quiso ser parte del panel se le explicó cómo participar en las encuestas semanales, más una entrevista individual cara a cara con un cuestionario estructurado de 20 preguntas.
- ▶ Dichas entrevistas son usadas como línea de segmentación base para nuestros análisis y estudios posteriores.
- ▶ **Panel 1 y 2 RM (1200):** entre el 9 de Diciembre de 2015 y el 12 de Mayo de 2016.
- ▶ **Panel 3 y 4 Nacional (2000):** entre el 7 de Abril de 2018 y el 28 de Noviembre de 2018.
- ▶ **Panel 5 Nacional (2000):** entre el 9 de Diciembre de 2019 y el 14 de Abril 2020

▶ PANELES

▶ TAMAÑO MUESTRAL

▶ LEVANTAMIENTO

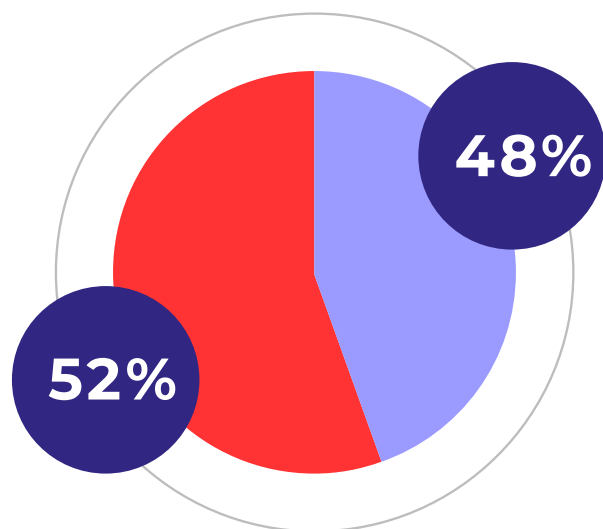
▶ RECLUTAMIENTO EN TERRENO



Caracterización Paneles

NIVEL SOCIOECONÓMICO

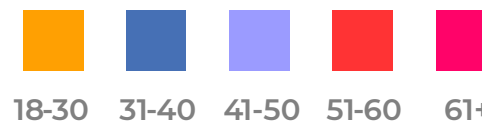
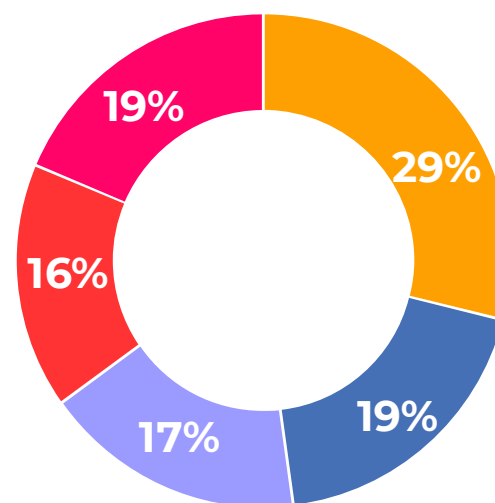
NSE	DISTRIBUCIÓN
ABC1	5%
C2	20%
C3	40%
D + E	35%



Mujeres



Hombres



▷ GÉNERO

▷ RANGO ETARIO

▷ NSE

“Combinar la dimensión transversal y temporal de las diversas opiniones, nos permite evidenciar de manera más precisa y confiable los cambios de tendencia, al contar con mayor volumen de información y controlar la heterogeneidad no observada.”

