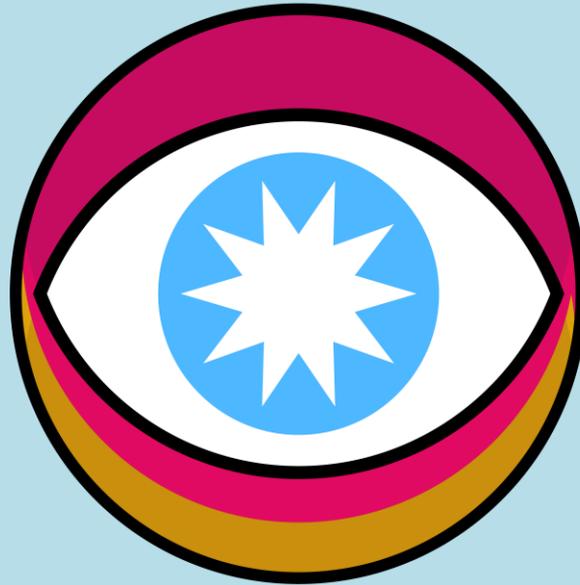


REVIEW DIGITAL

Edición N°30



voxxcom

23 Diciembre 2015

ESTA SEMANA EN...

A cosmic background featuring a dense field of stars in various colors (white, yellow, blue) and vibrant nebulae in shades of red, blue, and purple. A bright, multi-colored starburst is visible near the top center.

LAWWEB

EL ATROPELLO DEL AÑO

EL POLÉMICO VIDEO DEL
"ATROPELLO" CAUSADO POR
UNA
NIÑA DE 4 AÑOS



**SE VIRALIZÓ A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES
E INMEDIATAMENTE APARECIERON CIENTOS DE MEMES**

**FUE TANTO, QUE LA PRENSA DIO COBERTURA A ESTE CASO
Y APARECIÓ EN TODOS LOS DIARIOS, PORTALES, NOTICIEROS, RADIO, ETC.
DURANTE DÍAS.**

INCLUSO HUBO DECLARACIONES POLÉMICAS



Concejal revela que funcionarias involucradas en insólito incidente en Maipú son transexuales y pide respeto

Movilh acusó trato "injusto y discriminatorio" a funcionarias de Maipú que denunciaron a niña de 4 años

16.12.2015 Agrupación sostuvo que la situación se genera "cada vez que se asocia su identidad de género con el problema que tuvieron con la niña, o cada vez que se trata de desacreditarlas tratándolas como hombre"



17 de Diciembre de 2015 / 08:44 Hrs.

Hermanas que denunciaron a niña por "atropello" rompen su silencio y ofrecen disculpas públicas

Las mujeres pidieron que se les perdona por sus actos y aseguraron estar "devastadas" por el acoso que han recibido en los últimos días.



TODO
GRACIAS A UNA MAMÁ
QUE GRABÓ CON SU CELULAR
ALGO QUE LE PARECIÓ MAL



STAR WARS

**EL ESTRENO DE LA ÚLTIMA PELÍCULA DE STAR WARS
ALCANZÓ MÁS DE 16 MIL TUITEROS ACTIVOS**

ESTOS REALIZARON
44.306 MENCIONES SOBRE LA PELÍCULA EN CHILE

**EL 44% DE ESTAS MENCIONES CORRESPONDEN A MUJERES
Y EL 49,27% FUERON REFERIDAS A PERSONAJES FEMENINOS DE LA PELÍCULA.**

HAN SOLO



**FUE EL PERSONAJE MÁS
COMENTADO DE LA SAGA
CON 126.5k
SEGUIDO DE LEIA
CON 112.3K**

ENTRE QUIENES
INTERACTUARON CON LA
PELÍCULA,
GONZALO FRÍAS.
FUE UNO DE LOS TUITEROS MÁS
INFLUYENTES

EL HASHTAG MÁS
UTILIZADO FUE
#STARWARS

MARCAS QUE DESTACARON EN INTERACCIÓN CON LA PELÍCULA

DISNEY

23.0K

LEGO

15.3K

**RESPECTO A LOS CINES Y
SU AUDIENCIA**

HOYTS ALCANZÓ UN 54%

CINEMARK EL 32%

CINEPLANET 14%

PARA REVISAR MÁS
[CLICK AQUÍ](#)



JOHNSON

**PARA DARLE UN NUEVO SENTIDO A LA NAVIDAD
JOHNSON REALIZÓ UNA CAMPAÑA DE LA MANO DE LA FUNDACIÓN STUKA,
DEDICADA AL BIENESTAR ANIMAL.**

“CONOCE A TU PRÓXIMO
MEJOR AMIGO” SE LLAMA LA
CAMPAÑA QUE INVITA A
ADOPTAR UN PERRITO
CALLEJERO COMO MASCOTA.



Johnson

JOHNSON Y STUKA TE PRESENTAN A TU NUEVO
O MEJOR AMIGO 😊



**LA ADOPCIÓN DE PERROS COMO MASCOTA
SE HA VUELTO MUY POPULAR ENTRE LAS MARCAS.
SI HAY ALGO EN COMÚN ENTRE LAS CAMPAÑAS CON MASCOTAS
QUE SE HAN REALIZADO EN EL ÚLTIMO, ES EL ÉXITO.**



AHORA UN POCO DE PUBLICIDAD...



**¿NECESITAS GESTIÓN
DE REDES SOCIALES?**

**ESCRÍBENOS
DIGITAL@VOXCOMUNICACIONES.CL**



FIN DEL ESPACIO PUBLICITARIO



SEGMENTOS DE CONSUMIDORES CHILENOS

**SEGÚN UN ESTUDIO REALIZADO POR GFK ADIMARK
HAY 5 NUEVOS SEGMENTOS CON UN ALTO POTENCIAL DE COMPRA
QUE AÚN NO HAN SIDO ABORDADOS POR EL MERCADO**



**C1 MENOR DE
35 AÑOS**

**SE ALEJAN FÍSICA
Y VALÓRICAMENTE
DE SUS FAMILIAS**



C1 MENOR DE 35 AÑOS

**69% ESTÁ DE ACUERDO CON LA
LEGALIZACIÓN DE LA
MARIHUANA**

**30 AÑOS ES EL
PROMEDIO DE EDAD
PARA CASARSE**

**34 AÑOS ES EL PROMEDIO
DE EDAD PARA TENER AL
PRIMER HIJO**

**SE VISTEN
DIFERENTE**

**BUSCAN NUEVOS
BARRIOS PARA VIVIR**

**64% ESTÁ DE ACUERDO
CON LA LEGALIZACIÓN DEL
MATRIMONIO
HOMOSEXUAL**

**55% VIVE EN EL CONO
ORIENTE DE SANTIAGO**

C1 MENOR DE 35 AÑOS

MIEDO A SER Y MOSTRARSE COMO "CUICO"

**LA NUEVA
CLASE MEDIA**

**BUSCAN MANTENERSE EN
EL LUGAR DONDE LES
COSTÓ LLEGAR**



LA NUEVA CLASE MEDIA

**58% VIAJARÍA SI
GANARA
\$100.000.000**

**QUIEREN CONSUMIR MÁS Y
MEJOR.
EL 57% ESTÁ DISPUESTO A
PAGAR POR UN MEJOR
SERVICIO**

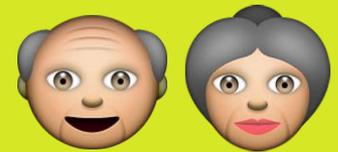
**QUIEREN MEJORAR SU
CONSUMO, SUS EXPERIENCIAS
Y ORDENARSE
FINANCIERAMENTE**

LA NUEVA CLASE MEDIA

MIEDO A LA POBREZA

**ADULTOS MAYORES JEFES DE
HOGAR QUE TRABAJAN**

**CON SUEÑOS Y
PROYECCIONES A FUTURO**



ADULTOS MAYORES JEFES DE HOGAR QUE TRABAJAN

VIAJAR, AHORRAR E
INVERTIR ES LO QUE
HARÍAN SI SE GANARAN
\$100.000.000

USO DE TECNOLOGÍA ES
IMPORTANTE EN SU VIDA
EL **78%** TIENE APP DE REDES
SOCIALES EN SU CELULAR

49% TIENE AUTO PARA
MANTENER SU
INDEPENDENCIA

18% CONSUMIÓ
MARIHUANA EN EL
ÚLTIMO AÑO

24% SALIÓ A
MARCHAR EL
2014

40% ES PRO
MATRIMONIO
HOMOSEXUAL

SON SOCIALMENTE
ACTIVOS Y
LIBERALES

68% DE ACUERDO
CON LA EUTANASIA

ADULTOS MAYORES JEFES DE HOGAR QUE TRABAJAN

INDEPENDENCIA

**MUJERES ENTRE
30 Y 50 AÑOS**

**SE ACEPTAN CADA
VEZ MÁS**



MUJERES ENTRE 30 Y 40 AÑOS

**51% ESTÁ SATISFECHA CON
SU APARIENCIA FÍSICA**

**ESTÁ LIBERADA DE LOS
ESTEREOTIPOS**

**SU IMC ES MÁS ALTO QUE
HACE 3 AÑOS**

**YA NO ES LA
SUPER WOMAN**

**ELIGE QUÉ MUJER QUIERE
SER Y CUÁNDO QUIERE
SERLO**

MUJERES ENTRE 30 Y 50 AÑOS



BELLEZA AMPLIFICADA Y AUTÉNTICA

MILLENIALS



**GRUPO ETARIO MÁS
OPTIMISTA**



MILLENIALS

80% ES OPTIMISTA CON SU FUTURO

23% ESTÁ MUY ESTRESADO (MENOS DE LO QUE SIENTE EL TOTAL DE LA POBLACIÓN)

CREE EN LA INDEPENDENCIA

VALORA EL TIEMPO LIBRE Y BUSCAR MEJORAR LA SOCIEDAD

67% ESTÁ INTERESADO EN BELLEZA, MODA Y CUIDADO PERSONAL

HACEN COSAS PARA MEJORAR SU APARIENCIA FÍSICA

USAN MÁS PRODUCTOS DE BELLEZA

45% COMPRAN ROPA HABITUALMENTE

MILLENIALS

MILENIALS CON TRANCAS CHILENAS

GRANDES CONCLUSIONES

LA VIDA SALUDABLE DE HOY INCLUYE VERSE BIEN EN EL ESPEJO, TENER TIEMPO LIBRE Y SENTIRSE SATISFECHO CON EL ESTADO FÍSICO Y MENTAL.

TODOS SON MÁS LIBERALES: EL ACCESO A LA PÍLDORA DEL DÍA DESPUÉS, EL ABORTO COMO DERECHO Y LA LEGALIZACIÓN DEL MATRIMONIO HOMOSEXUAL TIENEN MÁS ACEPTACIÓN QUE EN EL 2012.

BUSCAN DARSE LUJOS Y ESTÁN DISPUESTOS A PAGAR MÁS POR MARCAS EXCLUSIVAS.

**SE BUSCA MARCA QUE LE HABLE A ESTOS
EVOLUCIONADOS CONSUMIDORES**



EDEKA

**UNA CADENA DE SUPERMERCADOS ALEMANES
REALIZÓ LA CAMPAÑA NAVIDEÑA MÁS TRISTE DE **TODAS****



<https://www.youtube.com/watch?v=V6-0kYhqoRo>





**DESTACADO
CONSUMO**



¿CÓMO SON LAS COMPRAS NAVIDEÑAS DE LOS CHILENOS?



**82% DE LOS CHILENOS COMPRA
HASTA 15 REGALOS EN NAVIDAD**



**35% GASTA MÁS DE
\$20.000 1 REGALO**

**34% GASTA ENTRE
\$10.000 Y \$20.000**

**31% GASTA MENOS DE
\$10.000**



LO MÁS REGALADO



68% ROPA

62% JUGUETES

48% ACCESORIOS

47% PERFUMES

43% COSMÉTICOS

**LO QUE MÁS
LES GUSTA RECIBIR**



55% ROPA

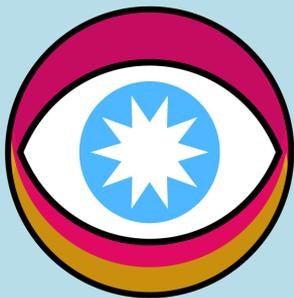
49% PERFUMES

41% ZAPATILLAS

39% ACCESORIOS

39% VIAJES

REVIEW
DIGITAL



voxxcom

¿TE GUSTÓ?

¿QUIERES SEGUIR RECIBIENDO ESTE REVIEW SEMANAL?

SUSCRÍBETE AQUÍ 😊
DIGITAL@VOXCOMUNICACIONES.CL

REVIEW
DIGITAL



voxcom