

Estudio



CADEM

×  
**CONEXIÓN**  
**CONSUMO**  
**CLIENTES**  
**COMUNICACIÓN**  
**COYUNTURA**



*Una marca no es su logo.* Una marca no es

**solo sus trabajadores ni sus ejecutivos.**

Una marca no es su producto. Una marca es la

**sensación emocional, física y psicológica**

que una persona tiene de un producto,  
servicio o empresa.

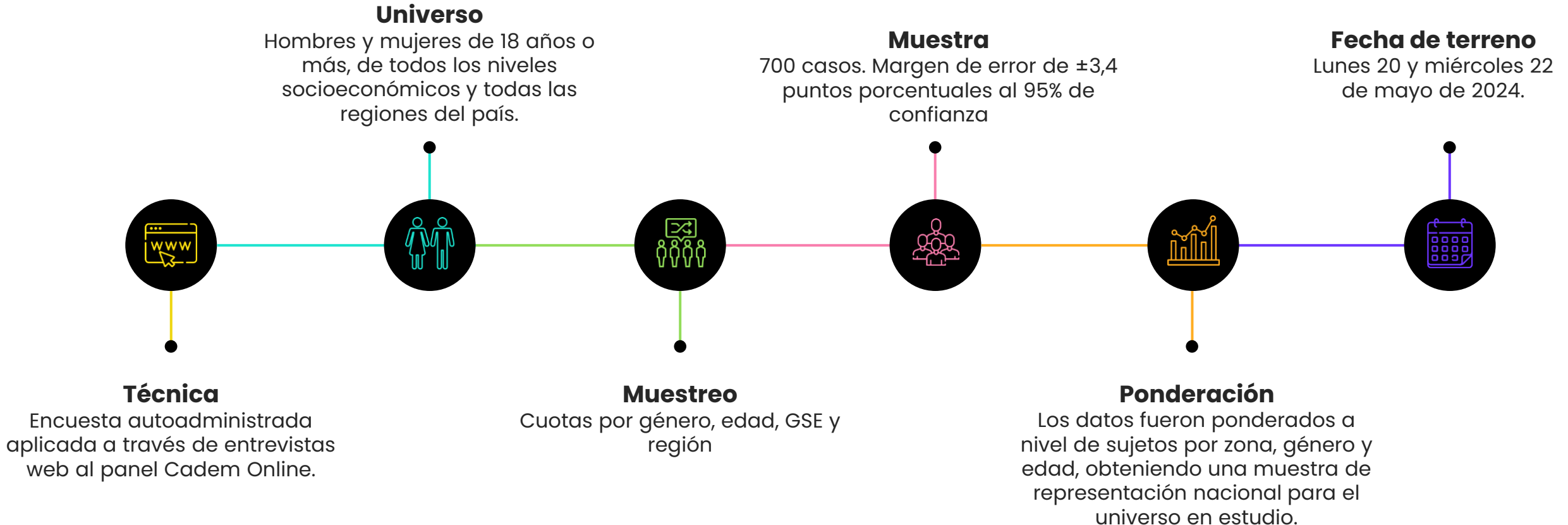


**CONEXIÓN**  
**CONSUMO**  
**CLIENTES**  
**COMUNICACIÓN**  
**COYUNTURA**

- **5C** es un monitoreo semanal, que busca conectar con los consumidores y clientes, conociendo su estado de ánimo, sus preocupaciones en términos sociales, económicas y cotidianos, ayudándonos a entender y proyectar las expectativas de consumo de los chilenos.
- Semana a semana 700 personas nos dan su opinión sobre las marcas que consideran más relevantes, la publicidad que recuerdan, y toda la comunicación que hacen las marcas, también monitorearemos los canales de compras que usan y prefieren y asociaremos estos a los momentos o hitos comerciales en el año, generando una serie de datos que nos permiten conectar con el sentir de los consumidores, observar sus evoluciones e identificar tendencias.
- Esta herramienta nos permite tomar decisiones ágiles y ajustar nuestras estrategias para mantenernos alineados con las dinámicas del mercado en constante evolución. Esencialmente, brinda una visión actualizada del consumidor y cliente para tomar decisiones informadas y mantener la relevancia de las marcas.



# Metodología



# Conexión

01

---



Mejora levemente el nivel de felicidad de los chilenos **40%**

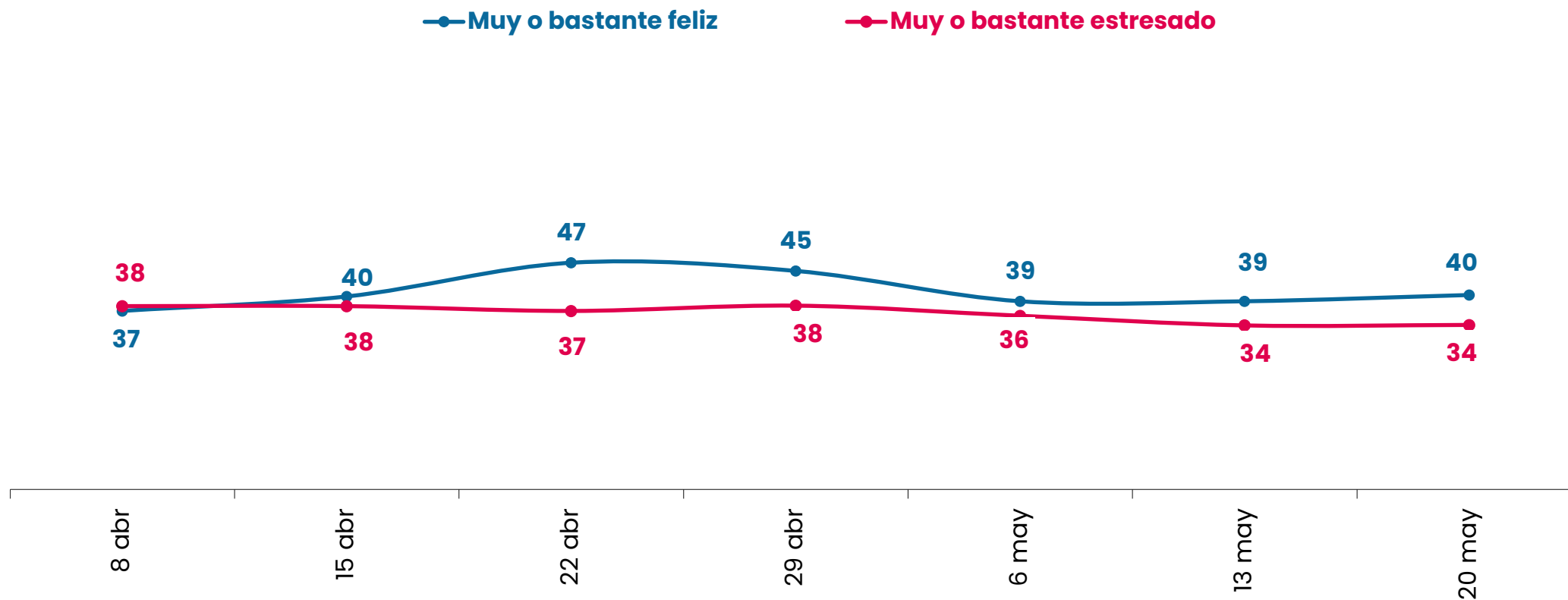
Nicolás Jarry (**11%**) es el principal personaje de la semana tras su paso a la final en Roma

- El segmento más feliz son las personas de NSE C1 con un **52% (+7)**.
- Otro segmento donde el nivel de felicidad sube es entre las mujeres que alcanza un **44% (+5)**.
- Los jóvenes se mantienen como los más estresados **43% (+7)**,  
mientras que los mayores de 55 bajan su nivel de estrés a **23% (-6)**.

## ESTADO DE ÁNIMO DE LOS CHILENOS

En una escala de 1 a 7, donde 1 es “nada de feliz” y 7 es “muy feliz”, ¿cómo calificarías tu **estado de ánimo actual**?

En una escala..... ¿cómo calificarías tu **nivel de estrés**? % 6 + 7



## ESTADO DE ÁNIMO DE LOS CHILENOS

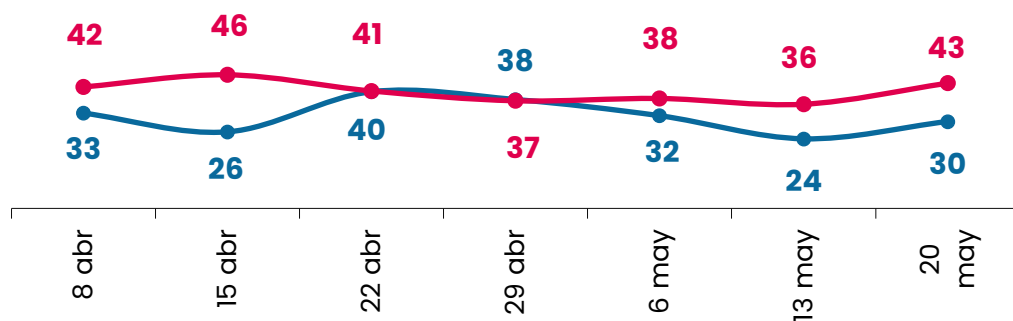
En una escala de 1 a 7, donde 1 es "nada de feliz" y 7 es "muy feliz", ¿cómo calificarías tu **estado de ánimo actual**?

En una escala..... ¿cómo calificarías tu **nivel de estrés**? % 6 + 7

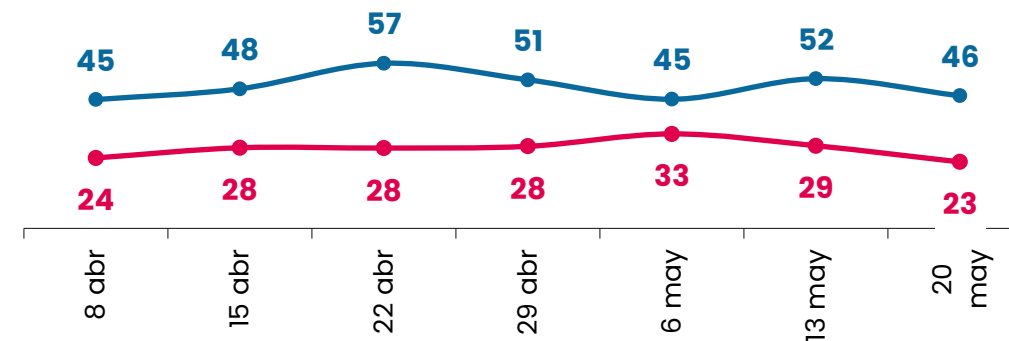
—●— Muy o bastante feliz

—●— Muy o bastante estresado

### 18-34 años



### 55 y más

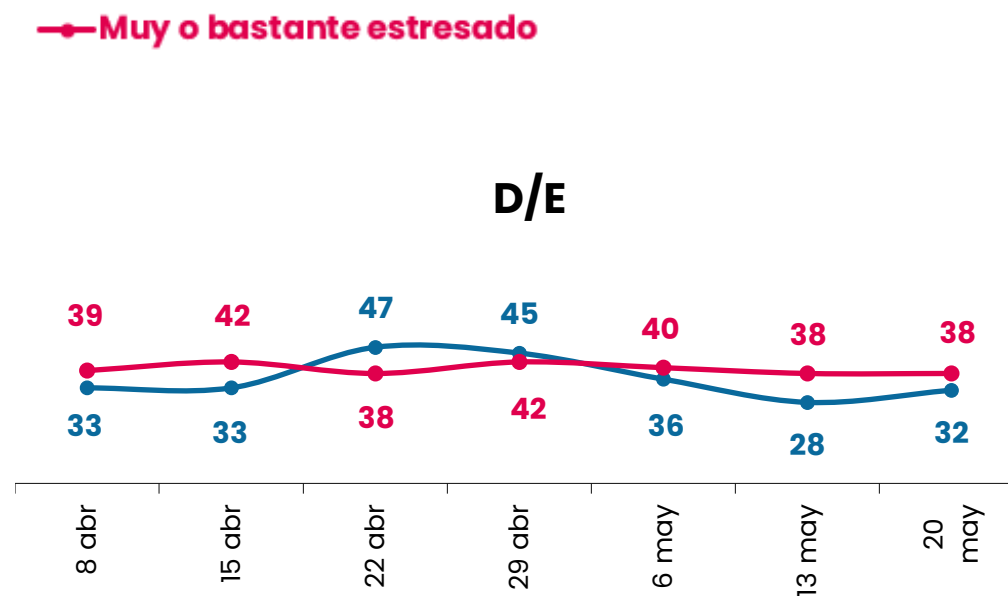
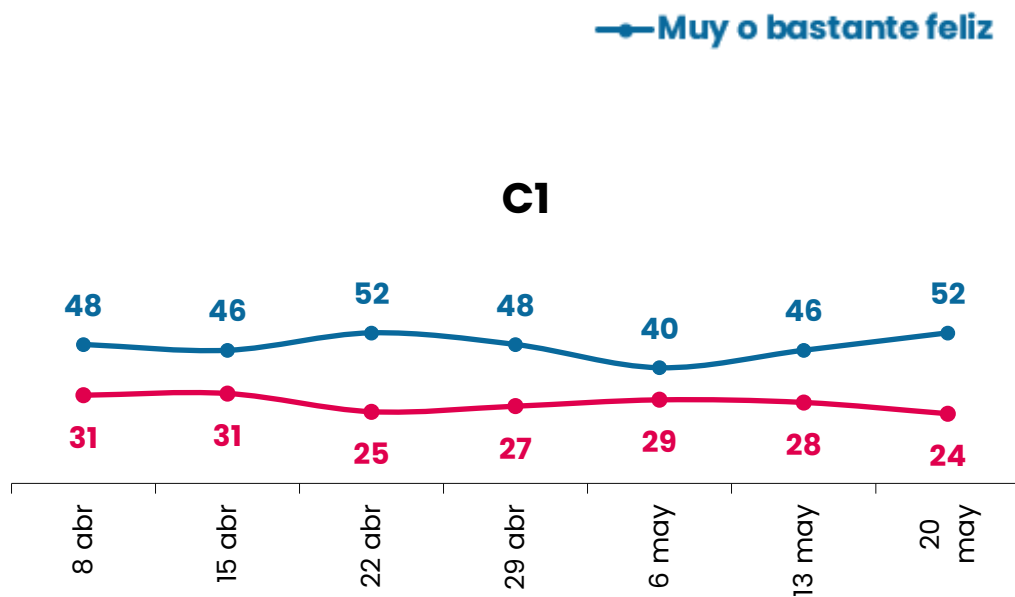




## ESTADO DE ÁNIMO DE LOS CHILENOS

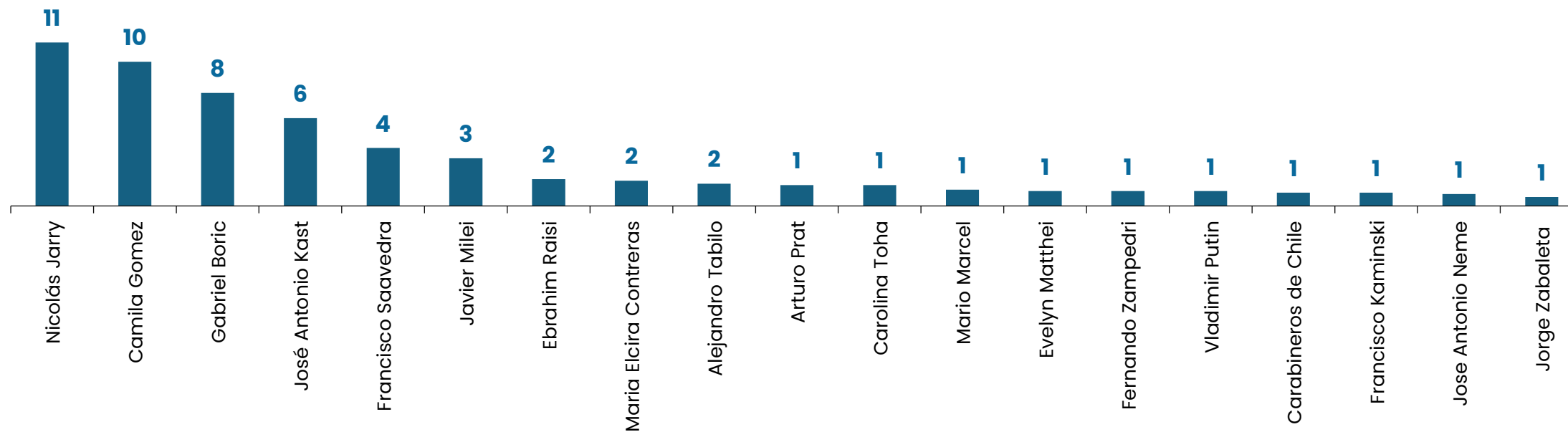
En una escala de 1 a 7, donde 1 es "nada de feliz" y 7 es "muy feliz", ¿cómo calificarías tu **estado de ánimo actual**?

En una escala..... ¿cómo calificarías tu **nivel de estrés**? % 6 + 7



## PERSONAJE DE LA SEMANA

¿Quién fue para ti el principal personaje de la semana? **% Espontáneo**



## PERSONAJE DE LA SEMANA

¿Quién fue para ti el principal personaje de la semana? % Espontáneo



**Semana 22\_abril**  
Carla Jara  
**11%**

**Semana 29\_abril**  
Carabineros  
de Chile  
**34%**



**Semana 6\_Mayo**  
Gabel Boric  
**17%**

**Semana 13\_Mayo**  
Camila Gómez  
**10%**



**Semana 20\_mayo**  
Nicolás Jarry  
**11%**

# Consumo

# 02

---



Se recupera levemente el índice de expectativas del país **21%** (+2 pts.)

Expectativas de **consumo personal** se mantienen en **23%**, con mejora significativa en hombres, que llega al **29%** (+6) y baja en mujeres que llega al **17%** (-6).

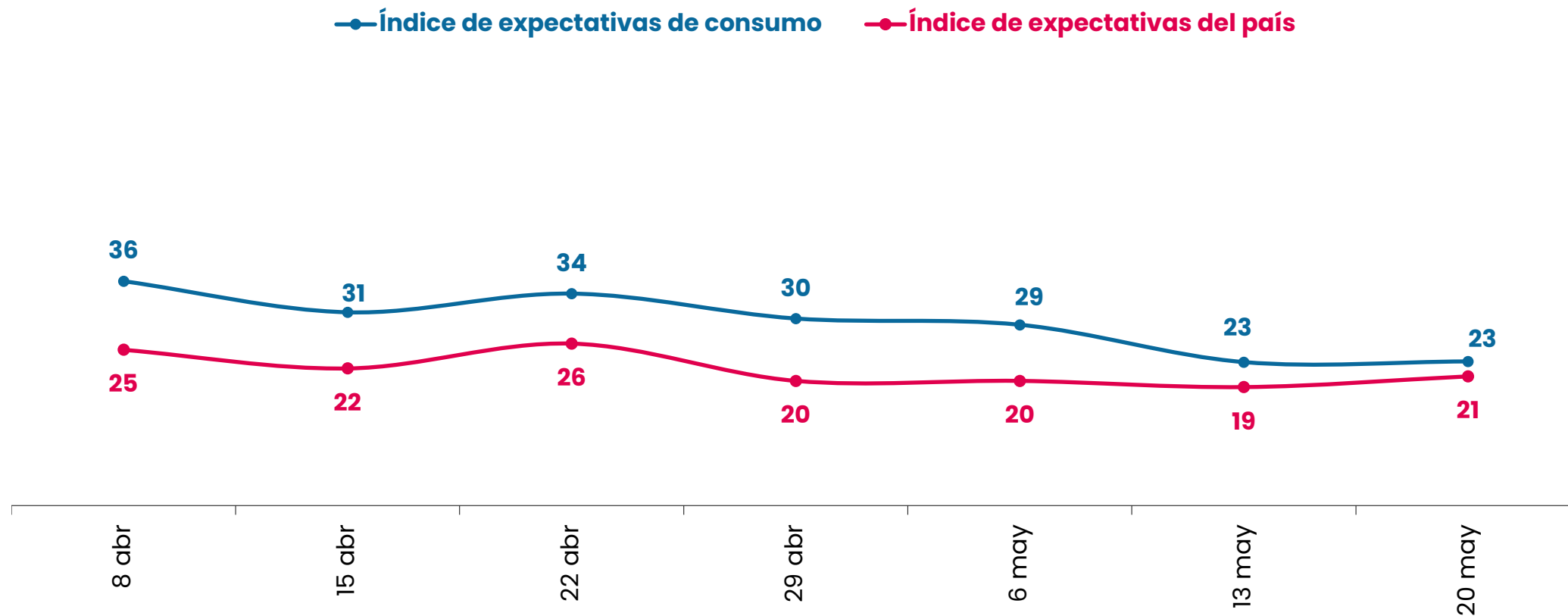
→ Se mantienen las tres principales preocupaciones: delincuencia, la **cuenta del supermercado y los**

**precios de las frutas y verduras, donde** más del **70%** señala que le preocupan mucho.

El precio de la bencina baja como preocupación a 66% (-3),



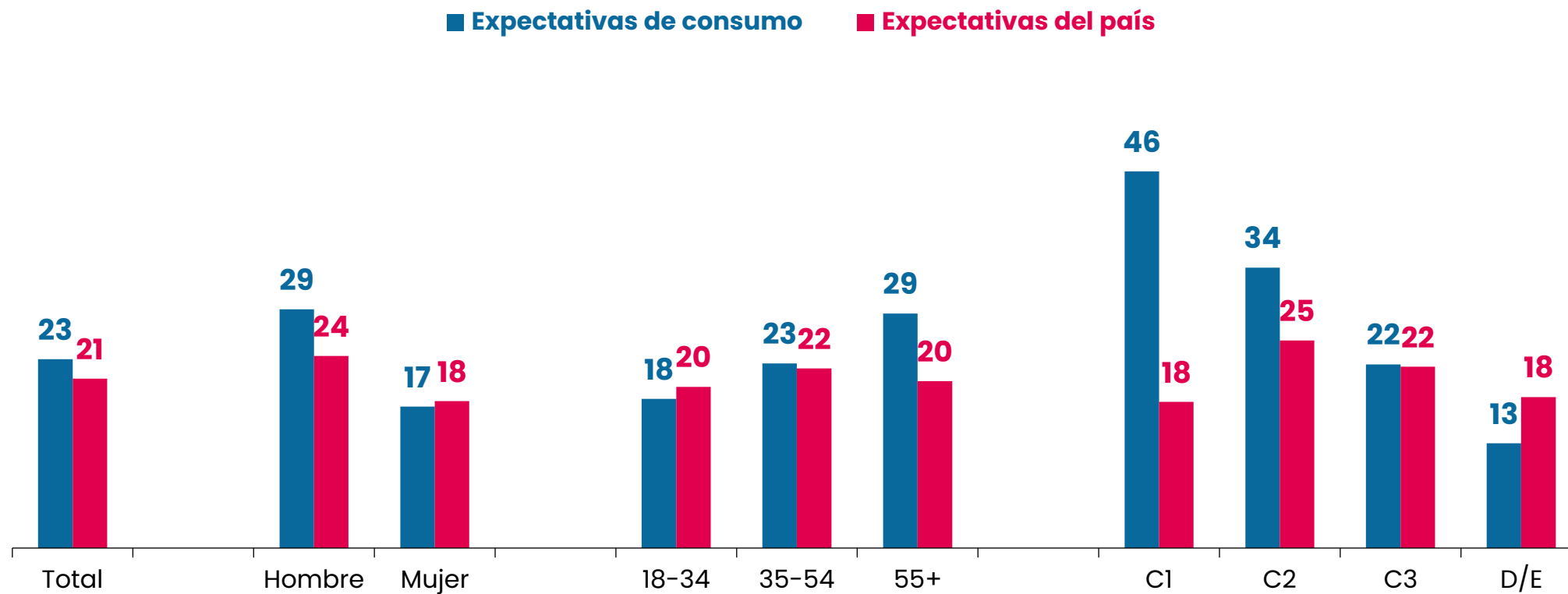
# ÍNDICE DE EXPECTATIVAS DE CONSUMO Y PAÍS



\*El **índice de expectativas de consumo** es un promedio de las notas 5 a 7 de la situación económica personal y familiar, la capacidad para pagar créditos y deudas, la posibilidad para comprar bienes y servicios y la capacidad de ahorro e inversión.

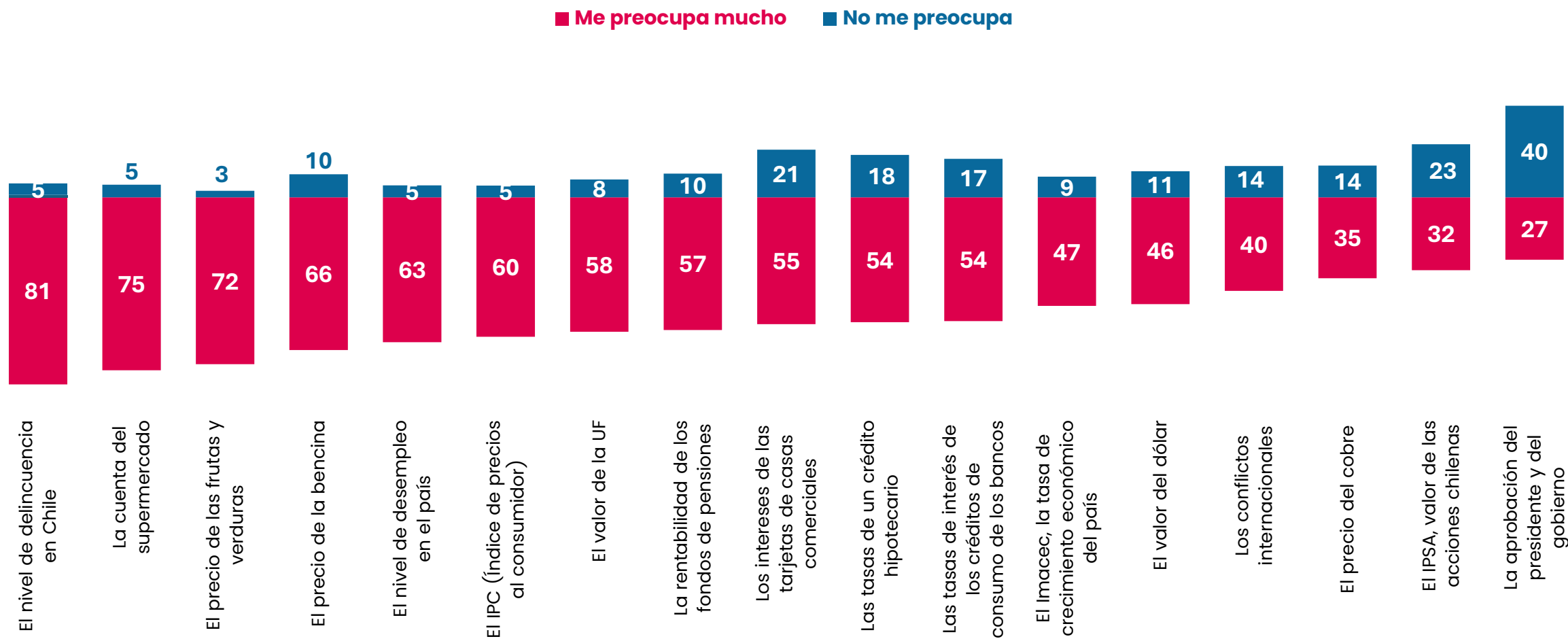
\*El **índice de expectativas del país** es un promedio de las notas 5 a 7 de la situación económica del país y del empleo

## ÍNDICE DE EXPECTATIVAS DE CONSUMO Y PAÍS



# TEMAS QUE GENERAN PREOCUPACIÓN

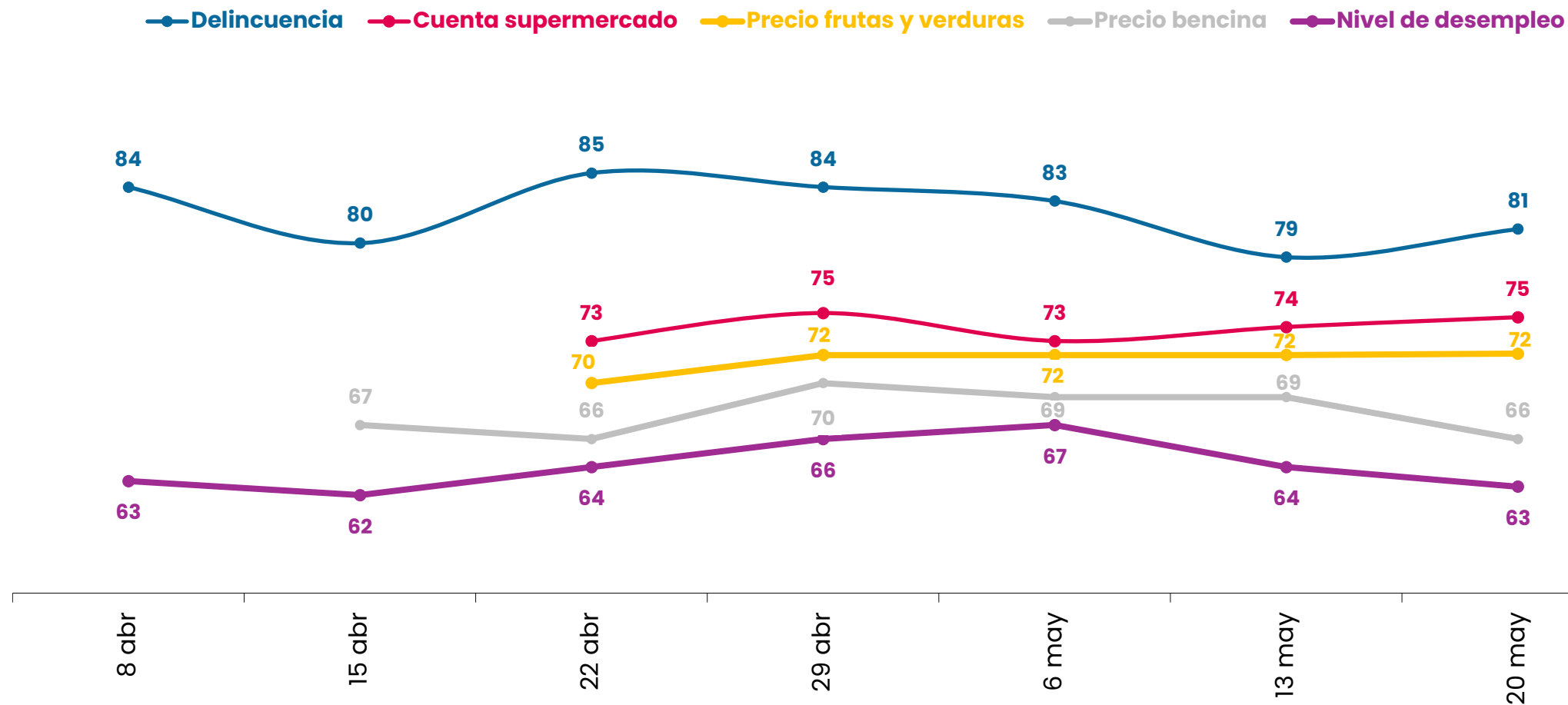
¿Cuánto te preocupan los siguientes temas? %



Casos: 700

## TEMAS QUE GENERAN PREOCUPACIÓN

¿Cuánto te preocupan los siguientes temas? % **Me preocupa mucho**



# Clientes

# 03

---





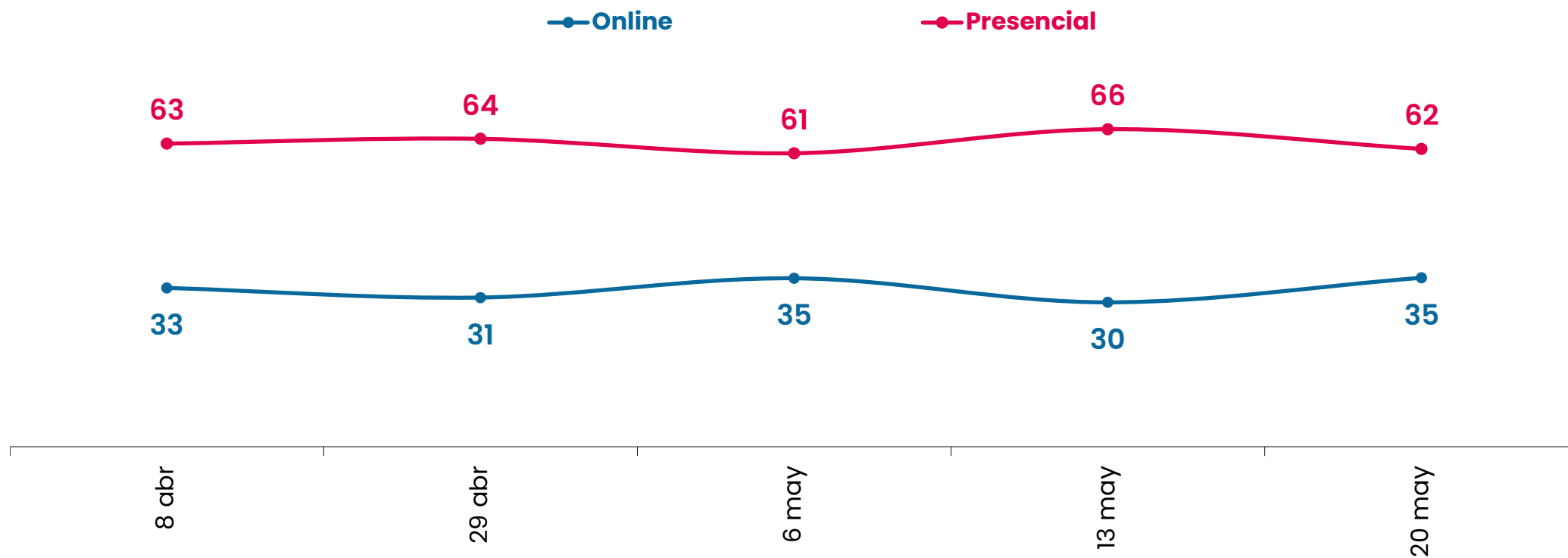
Sube la **preferencia** por compra

online a un **35%** (+5pts)

→ Sin embargo, baja el porcentaje de compras online a **53%** durante la última semana.

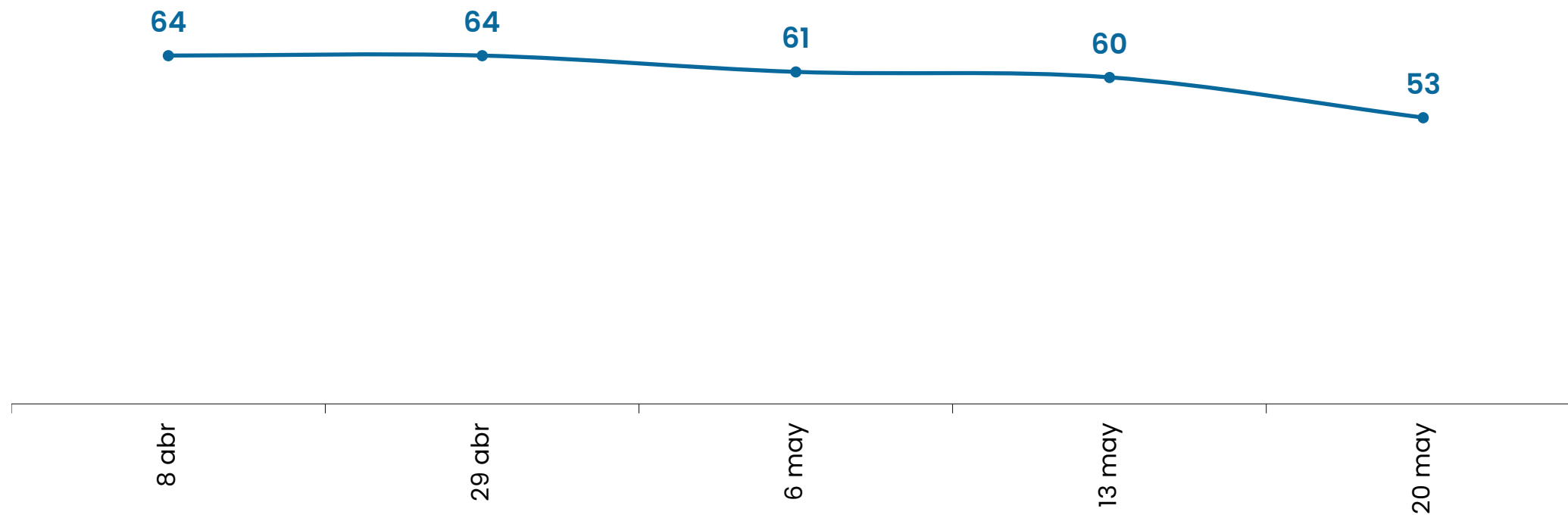
**PREFERENCIA DE COMPRA ONLINE O PRESENCIAL**

Pensando en la mayoría de las cosas que compras o pagas durante una semana, ¿prefieres hacerlo de manera presencial u online? %



## COMPRA ONLINE EN LA ÚLTIMA SEMANA

En los últimos 7 días, ¿compraste o pagaste algo de manera online...? % Sí



# Comunicación



04

---

Lider es la marca más relevante de la semana con un **15%** de mención espontánea

→ Falabella aparece como la marca con publicidad más memorable con un 6% de las menciones espontáneas

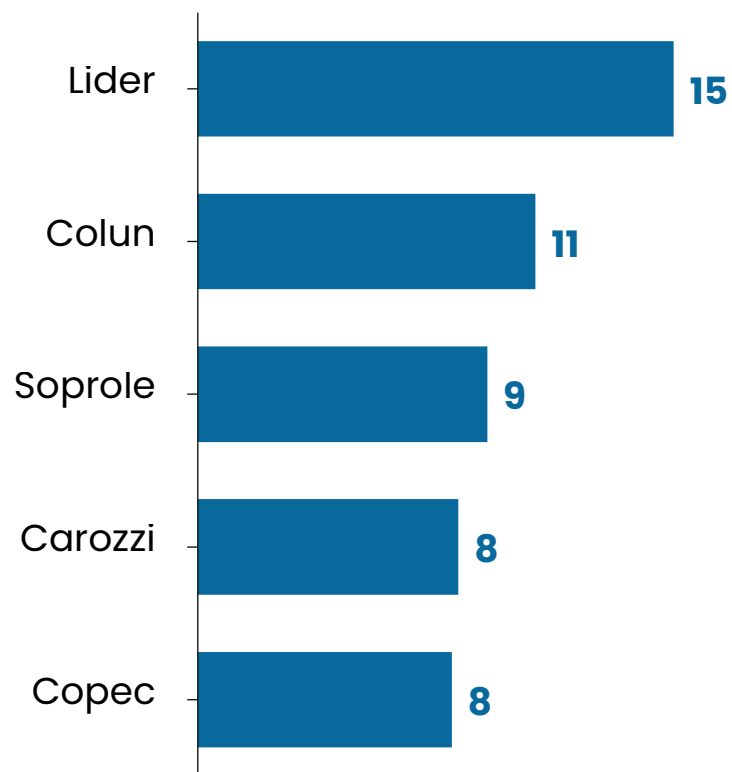
Respecto de **consumo de medios de información**: los chilenos se informan principalmente a primera hora y a última hora del día

- **Whatsapp e Instagram** son los principales medios para informarse. **TV abierta baja** como medio de información respecto de mediciones anteriores.
- 28% señala que ve siempre algún noticiero central, lo que disminuye significativamente respecto de mediciones anteriores. 44% señala que confía en ellos (- 1pto respecto de enero 2024).
- **Cae de manera significativa la confianza en programas políticos** a 16% (-13pts)
- **Mega** se reconoce como el mejor noticiero central por 23% y mejor matinal, **Radio Biobío** como la mejor radio por 35% y **El Mercurio** como el mejor diario 17%.



## MARCAS RELEVANTES: TOP 5

Pensando en las marcas que son relevantes en tu vida, ¿cuál es la primera que viene a tu mente? % Espontáneo

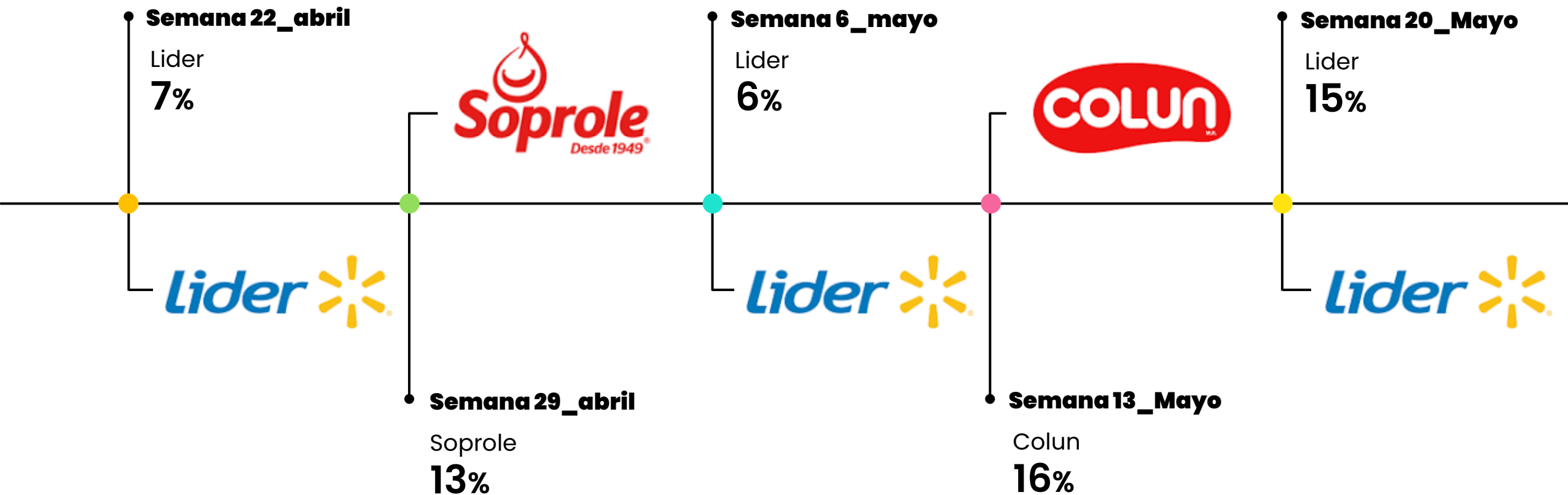


Casos: 700



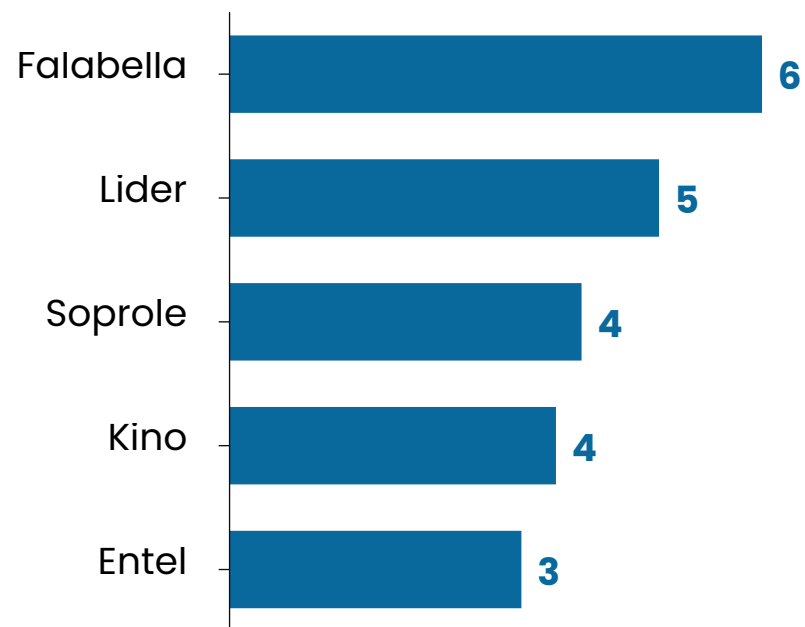
## EVOLUTIVO: MARCAS RELEVANTES

Pensando en las marcas que son relevantes en tu vida, ¿cuál es la primera que viene a tu mente? % Espontáneo



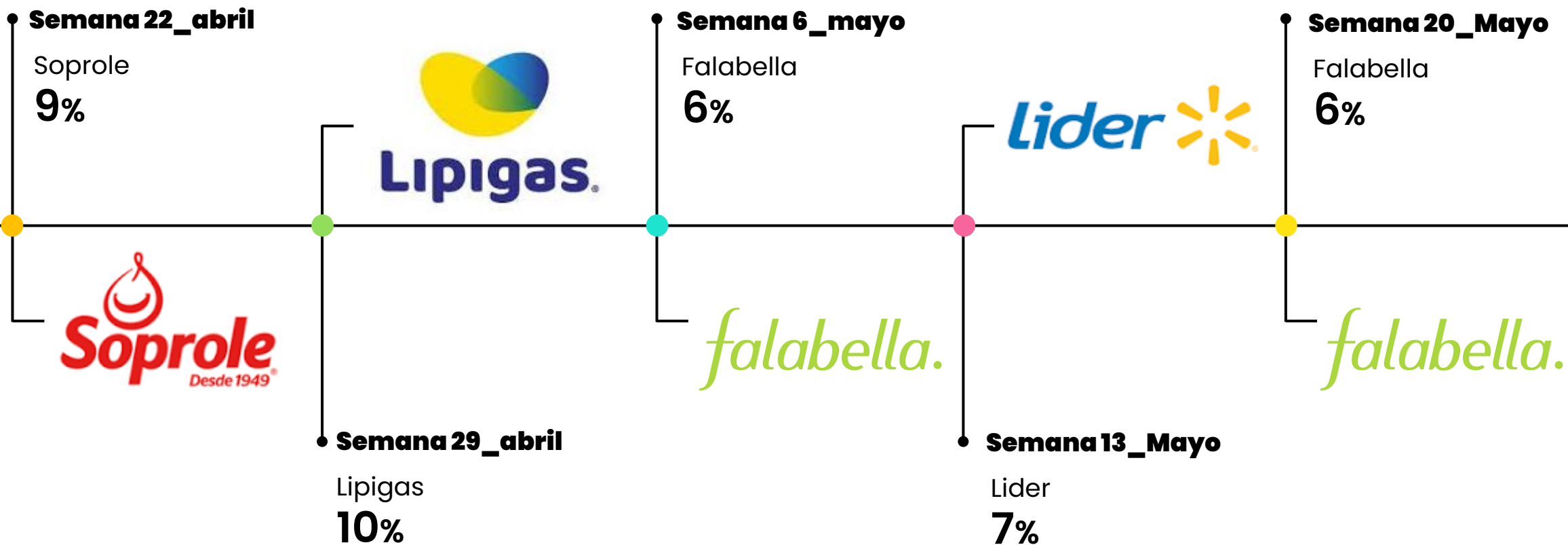
## PUBLICIDAD MEMORABLE: TOP 5

¿De qué marcas has visto publicidad que te haya gustado esta semana? % Espontáneo



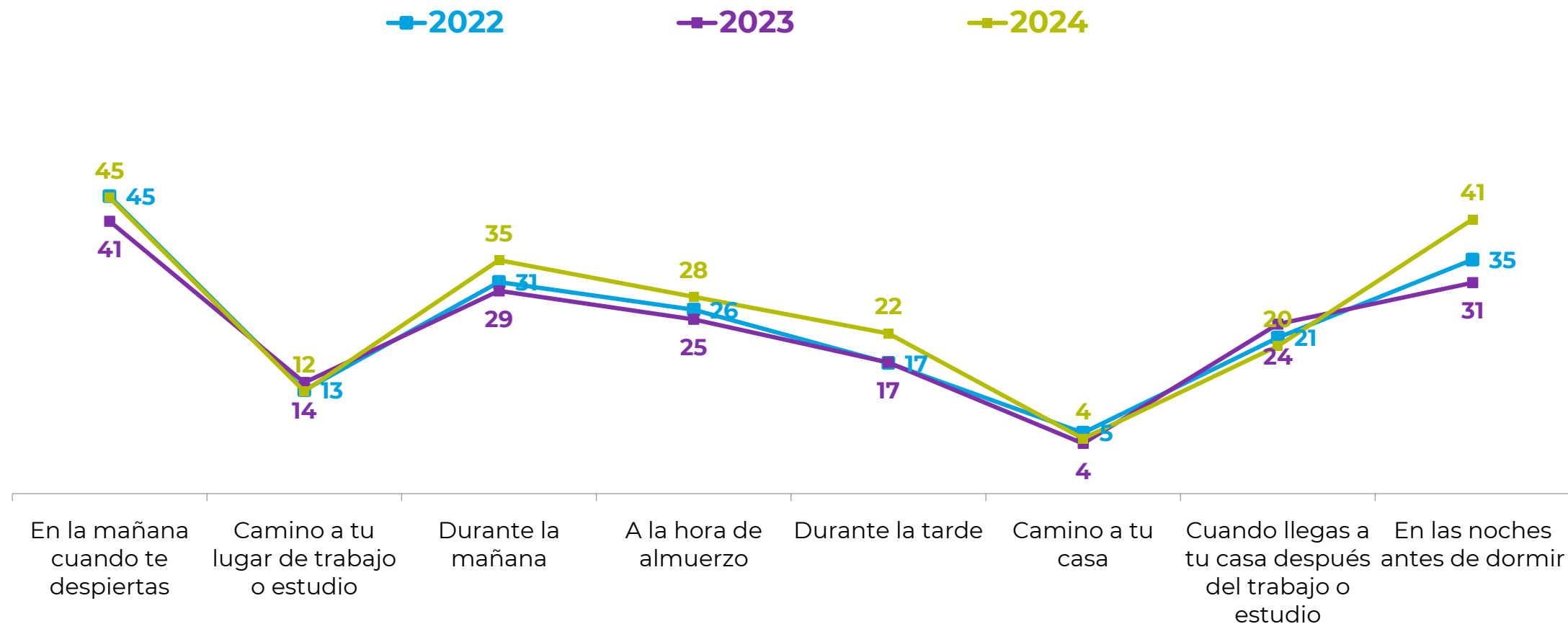
## EVOLUTIVO: PUBLICIDAD MEMORABLE

¿De qué marcas has visto publicidad que te haya gustado esta semana? % Espontáneo



## MOMENTO DEL DÍA PARA INFORMARSE

Pensando en una semana normal, ¿en qué momento del día te informas principalmente? %

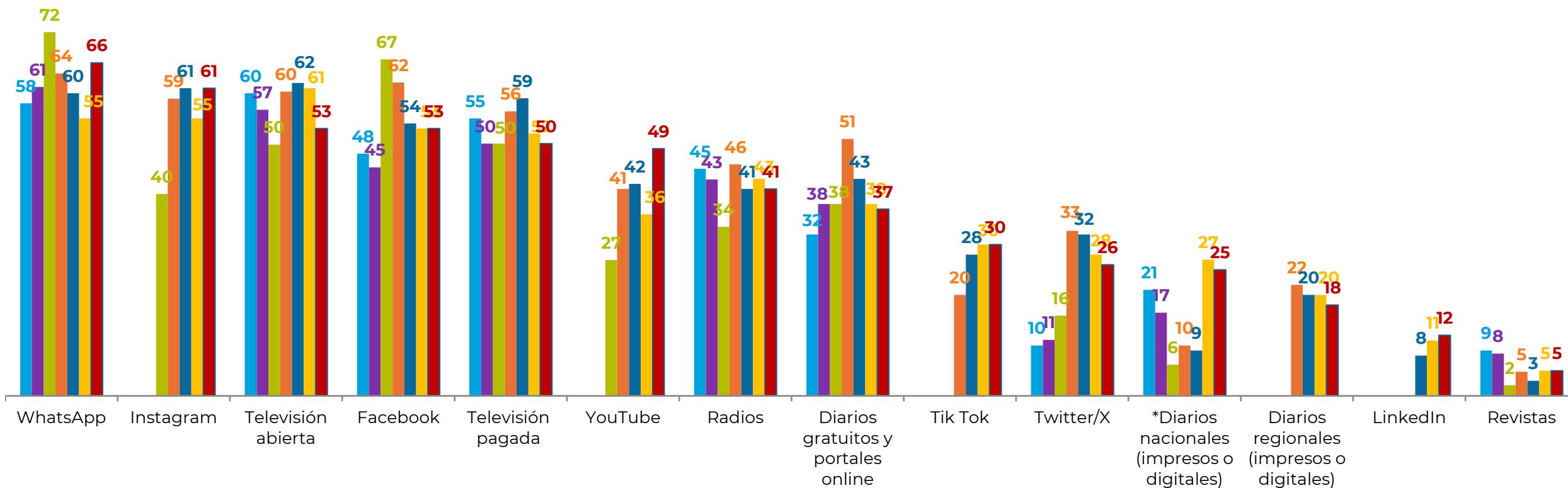




## USO DE MEDIOS PARA INFORMARSE

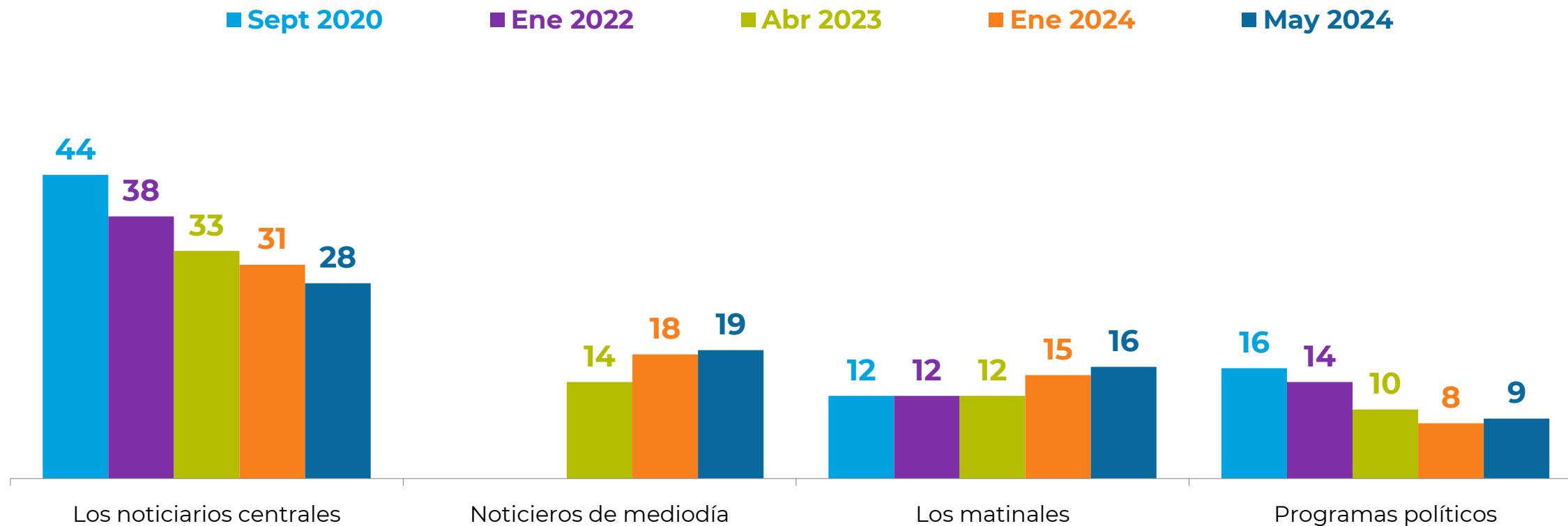
Hablando específicamente de noticias, ¿con cuánta frecuencia usas los siguientes medios de comunicación y plataformas digitales para seguir noticias y mantenerte informado? %

■ Nov 2017 ■ Abr 2018 ■ Ene 2020 ■ Ene 2022 ■ Abr 2023 ■ Ene 2024 ■ May 2024



## SINTONÍA EN PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

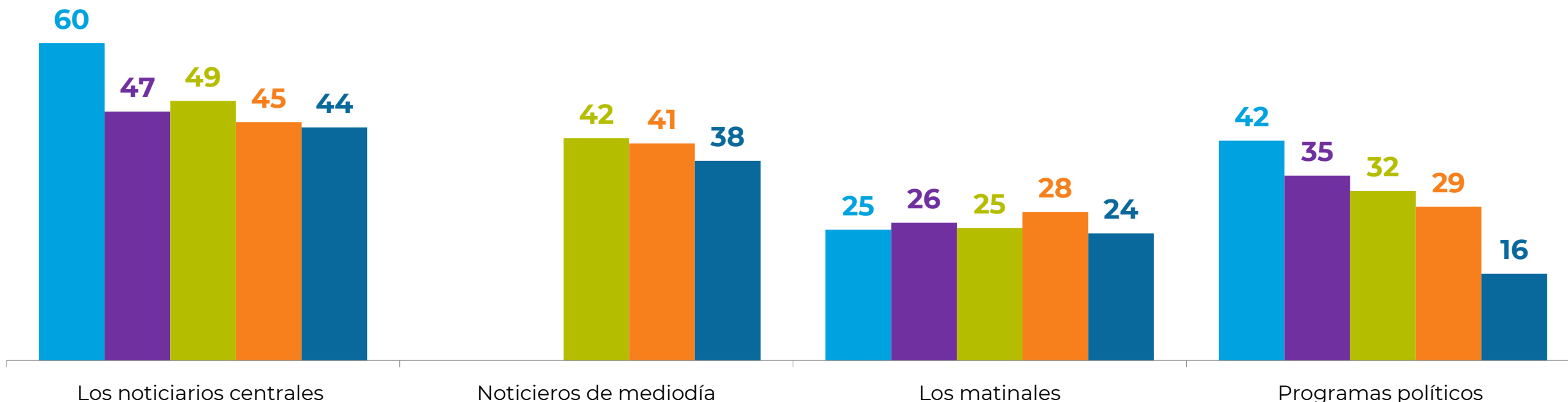
Pensando específicamente en la Televisión, ¿con cuánta frecuencia ves...? % Siempre



## CONFIANZA EN PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

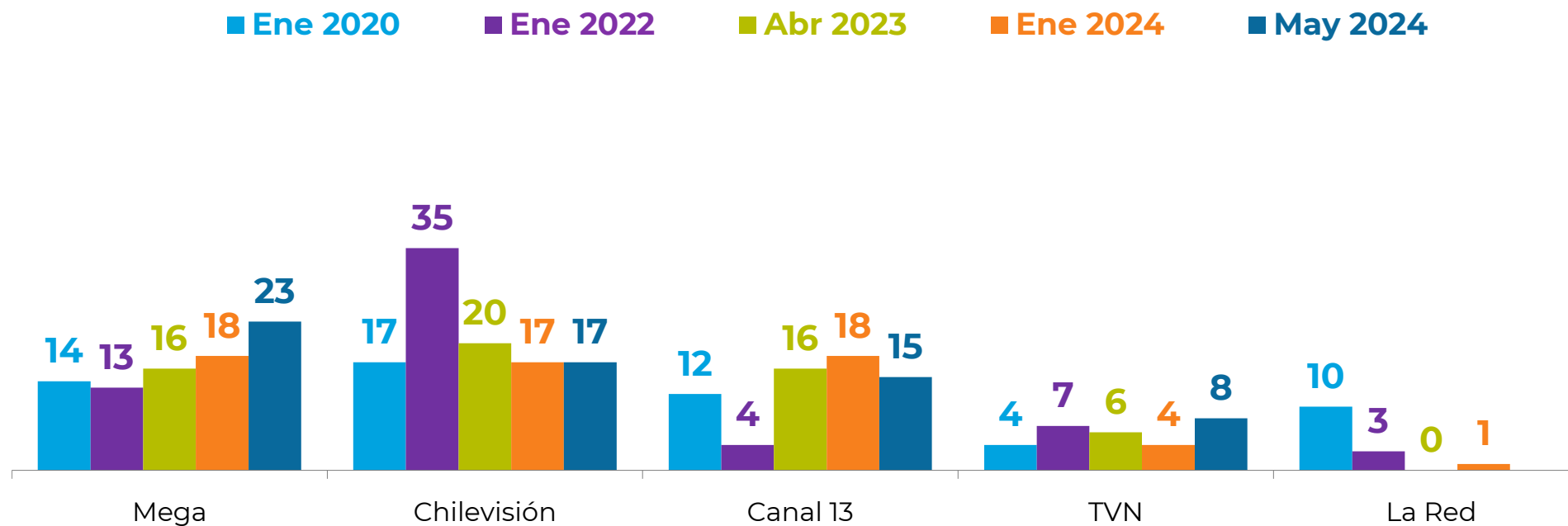
Pensando específicamente en la Televisión y utilizando una escala de 1 a 7 como en el colegio, donde 1 es nada de confianza y 7 es mucha confianza, ¿cuánta confianza tienes en la información que proviene de...? % **Notas 5 a 7**

■ Sept 2020 ■ Ene 2022 ■ Abr 2023 ■ Ene 2024 ■ may-24



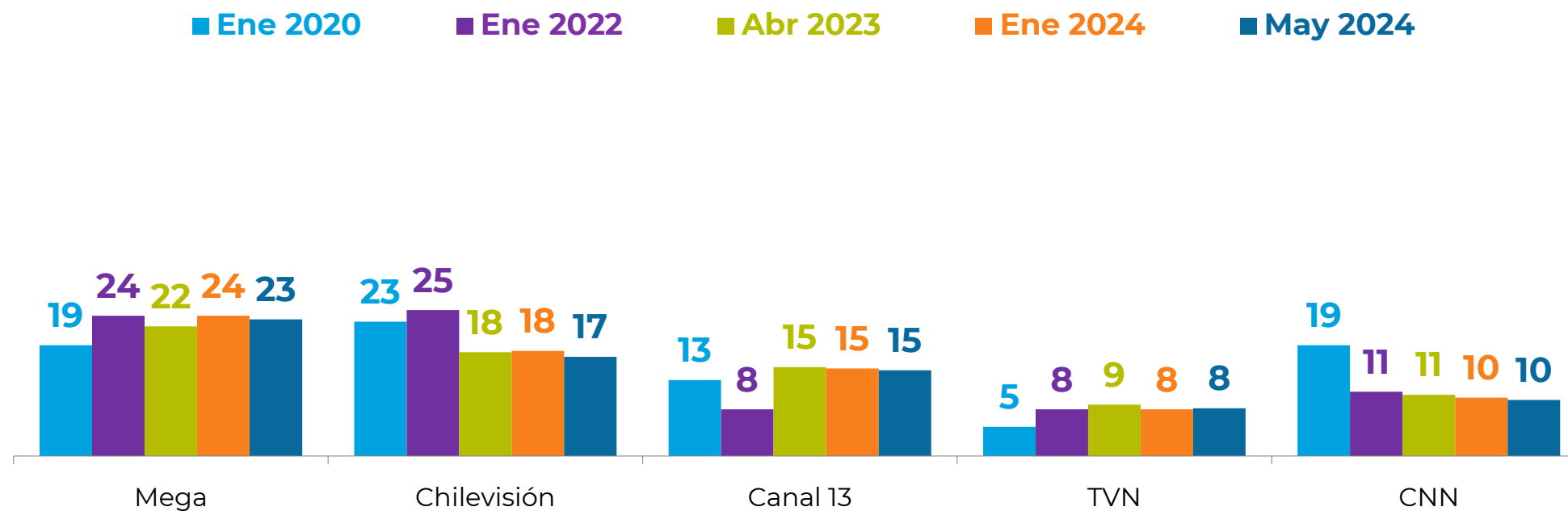
## MEJOR MATINAL DE TELEVISIÓN

¿Cuál crees que es el mejor matinal de la televisión actualmente? %



## MEJOR NOTICIERO CENTRAL DE TELEVISIÓN

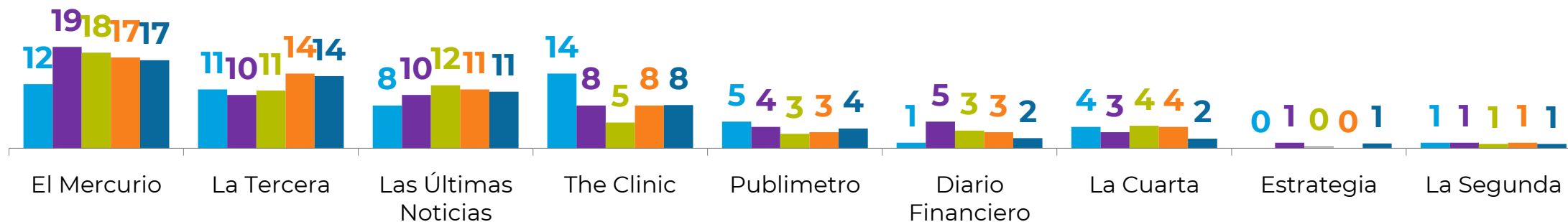
¿Cuál crees que es el mejor noticiero central de la televisión actualmente? %



# MEJOR DIARIO PARA INFORMARSE

¿Cuál crees que es el mejor diario para informarse? %

■ Ene 2020 ■ Ene 2022 ■ Abr 2023 ■ Ene 2024 ■ May 2024



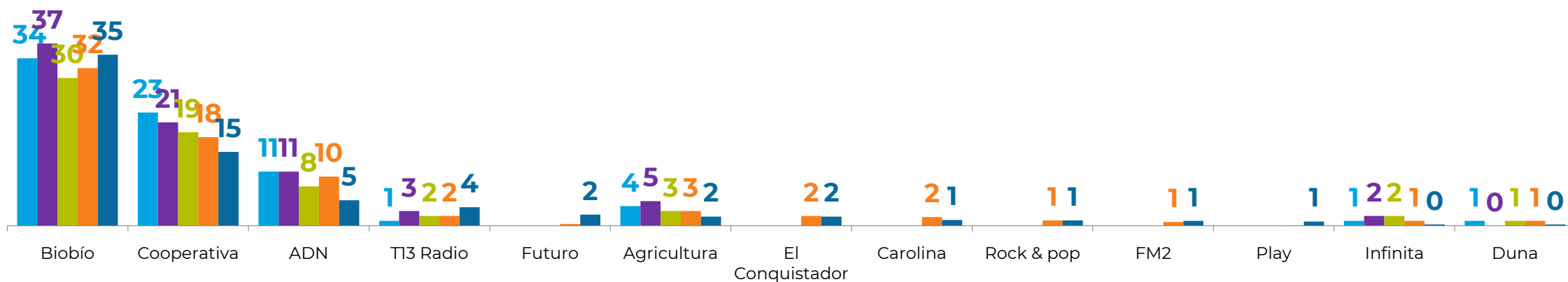
Casos: 700



# MEJOR RADIO PARA INFORMARSE

¿Cuál crees que es la mejor radio para informarse? %

■ Ene 2020   ■ Ene 2022   ■ Abr 2023   ■ Ene 2024   ■ May 2024



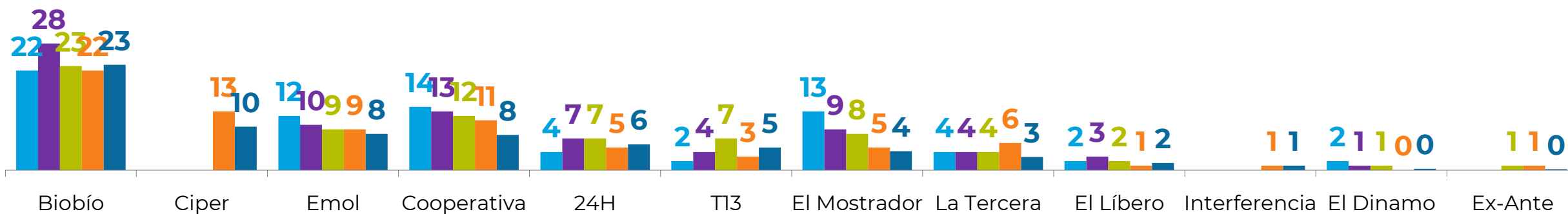
Casos: 700



## MEJOR SITIO DE INTERNET O DIARIO ONLINE PARA INFORMARSE

¿Cuál crees que es mejor sitio de internet o diario online para informarse?%

■ Ene 2020 ■ Ene 2022 ■ Abr 2023 ■ Ene 2024 ■ May 2024



# Coyuntura: CyberDay

05

---

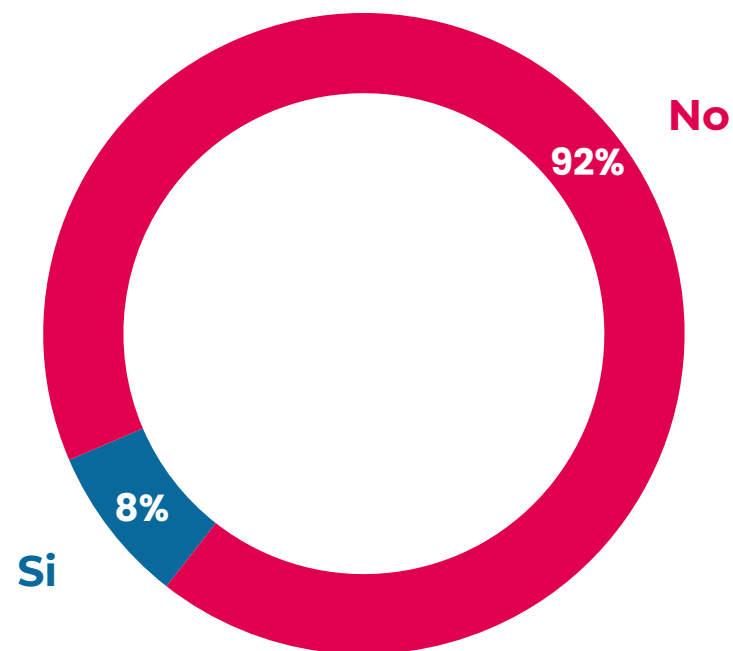


# Para el próximo CyberDay existe mayor **proyección de compra**, pero hay **desconocimiento de marcas** y desconfianza

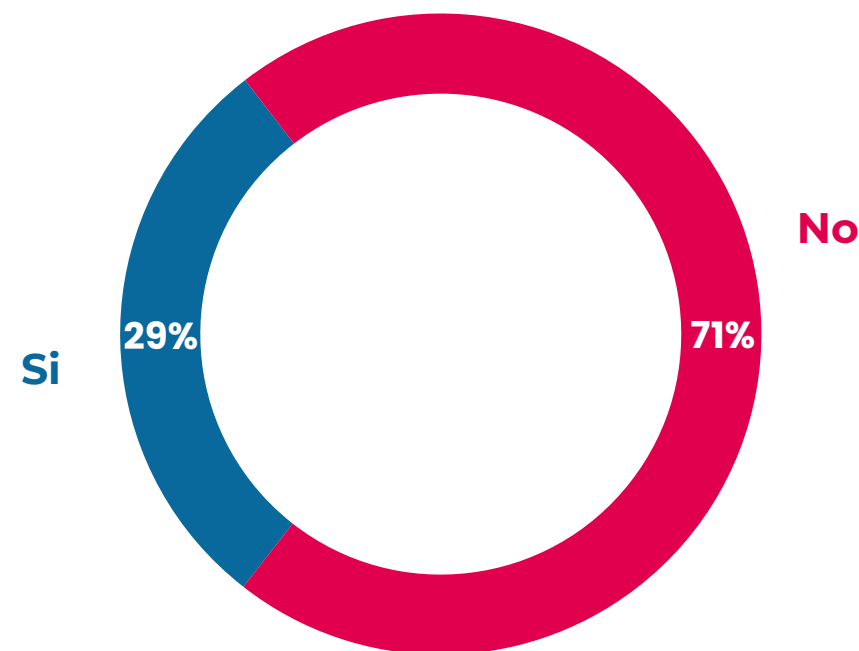
- Solo un 8% señala que compró en el Cyberday pasado, mientras que para el próximo Cyberday, **29% señala que comprará algo**
- Artículos deportivos y tecnología es lo que más se planifica comprar.
- 50% señala que pagará con Tarjeta de débito, mientras que 39% con Tarjeta de crédito.
- **46% desconoce las marcas** que estarán presentes en el Cyberday. Falabella es la marca más mencionada con un 13%
- 23% cree que los Cyberdays tienen buenos descuentos, el 64% cree que es una estrategia publicitaria.

## COMPRA EN CYBERDAY

¿Compraste algo en el **último** CyberDay?

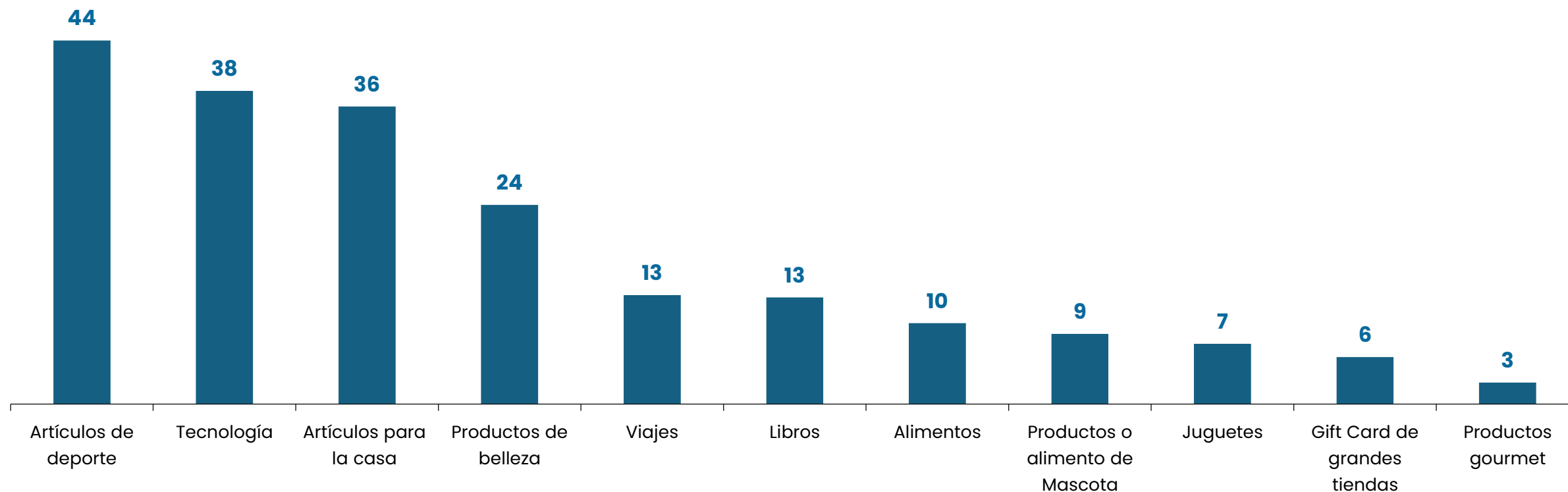


¿Tienes pensado comprar algo en **este** Cyber?



## INTENCIÓN DE COMPRAR PARA EL CYBERDAY

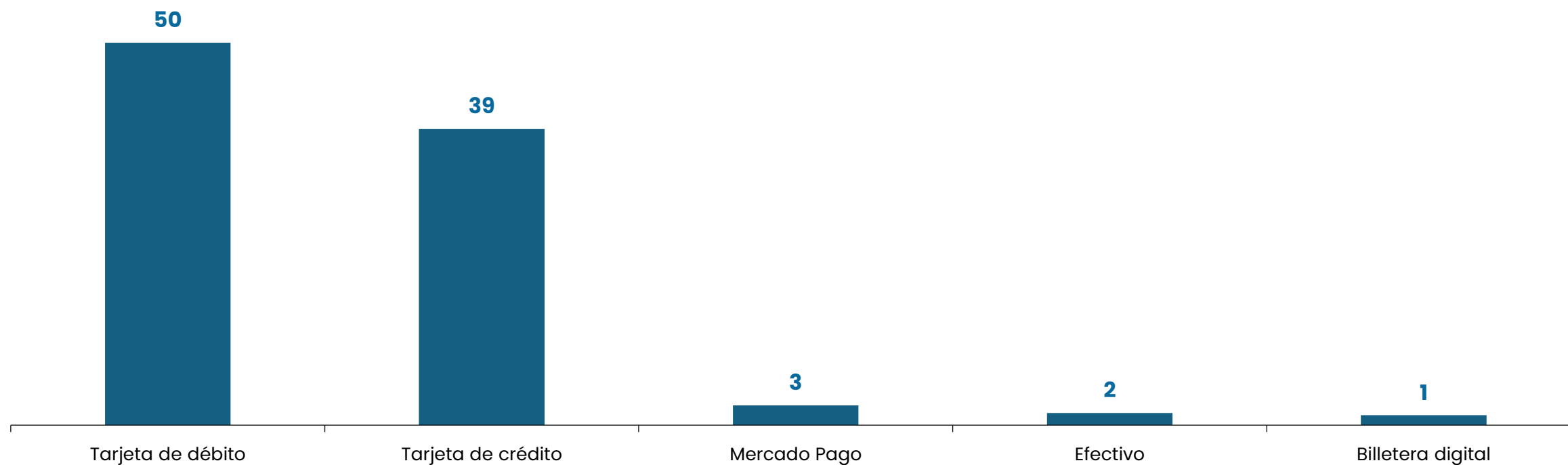
¿Qué tienes pensado comprar? %



Casos quienes tienen pensando comprar en el CyberDay: 189

## MEDIO DE PAGO PARA CYBERDAY

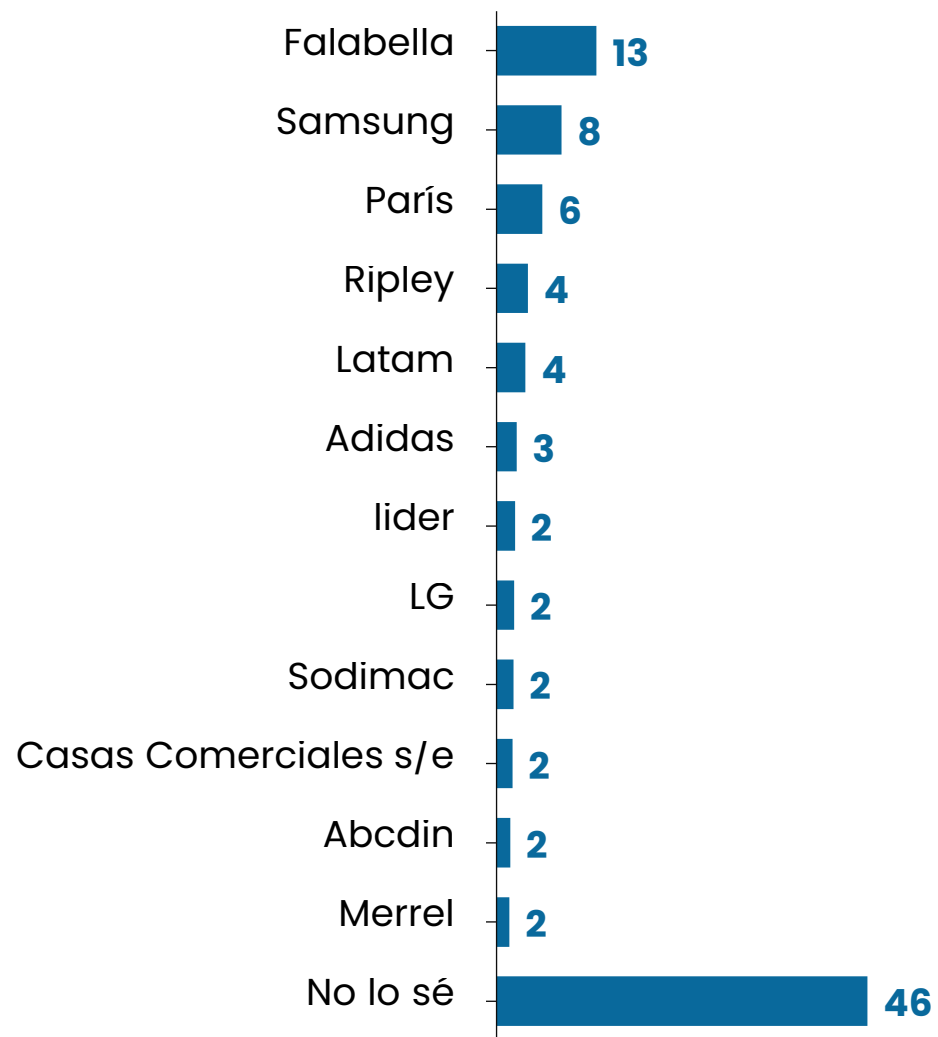
¿Con qué medio tienes pensado pagar tus compras en el CyberDay? %



Casos quienes tienen pensando comprar en el CyberDay: 189

**MARCAS PRESENTES EN CYBERDAY**

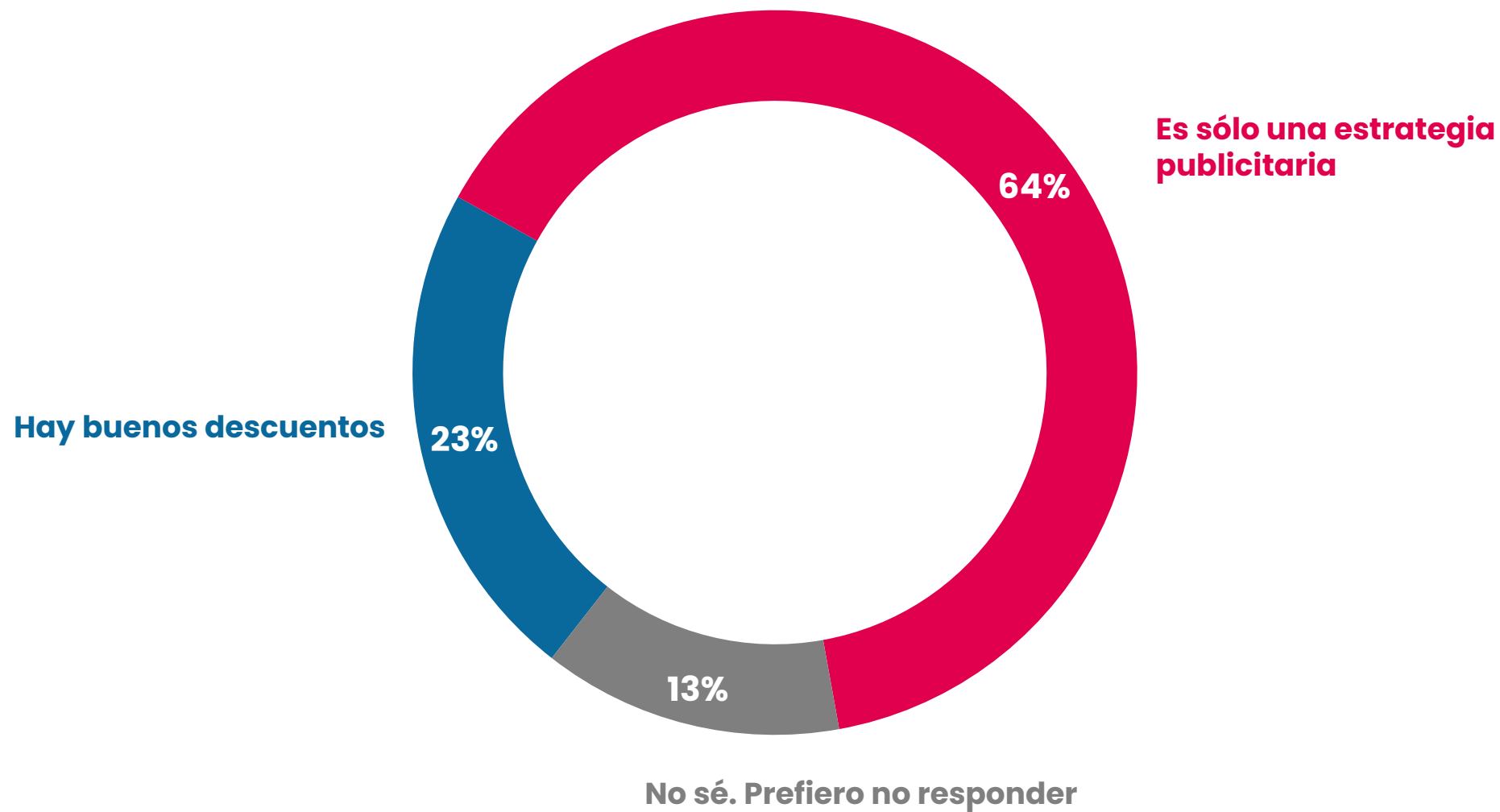
Según lo que has visto, escuchado o leído, ¿qué marca está presente en el CyberDay? **Espontáneo %**





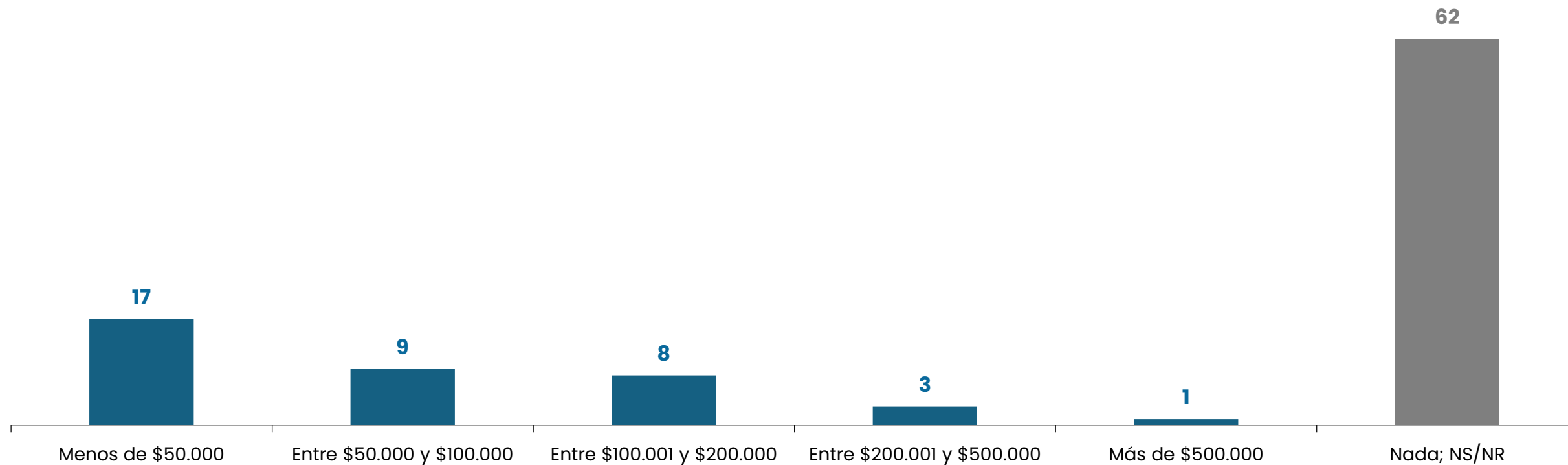
## PROYECCIÓN DE ESTRATEGIAS DE CYBERDAY

¿Cree que en el CyberDay hay buenos descuentos, o es solo una estrategia publicitaria? %

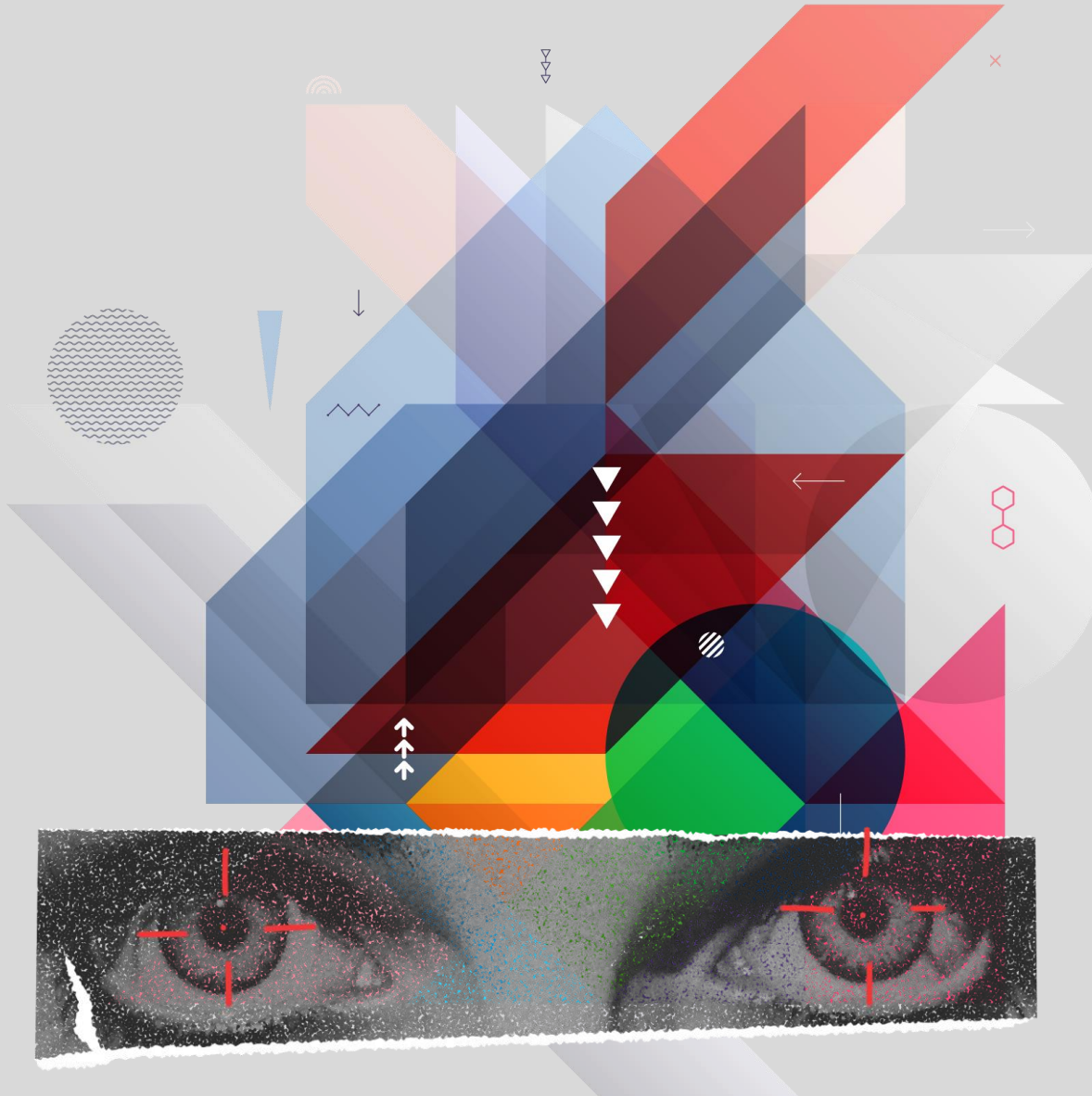


## INTENCIÓN DE GASTOS PARA CYBERDAY

Aproximadamente, ¿Cuánto piensas gastar?%



Casos: 700



Nueva de Lyon 145 Piso 2,  
Providencia Santiago, Chile.  
cadem@cadem.cl  
+562 2438 6500

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