

Estudio

5



CADEM





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

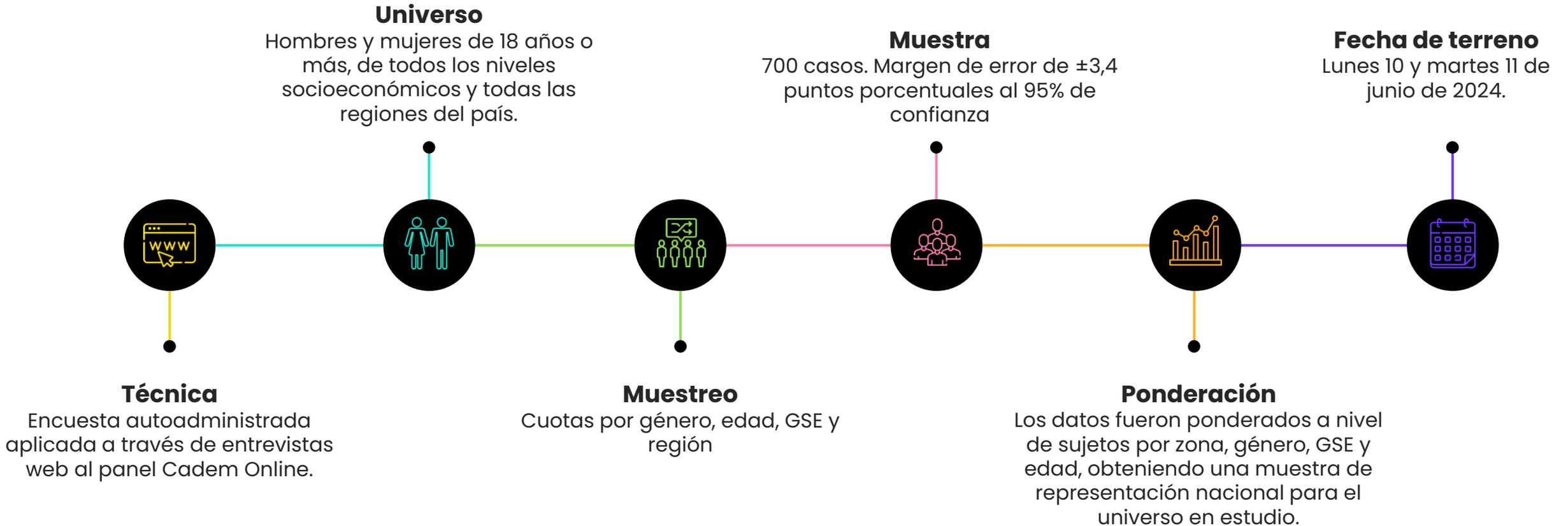
que una persona tiene de un producto,
servicio o empresa.



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



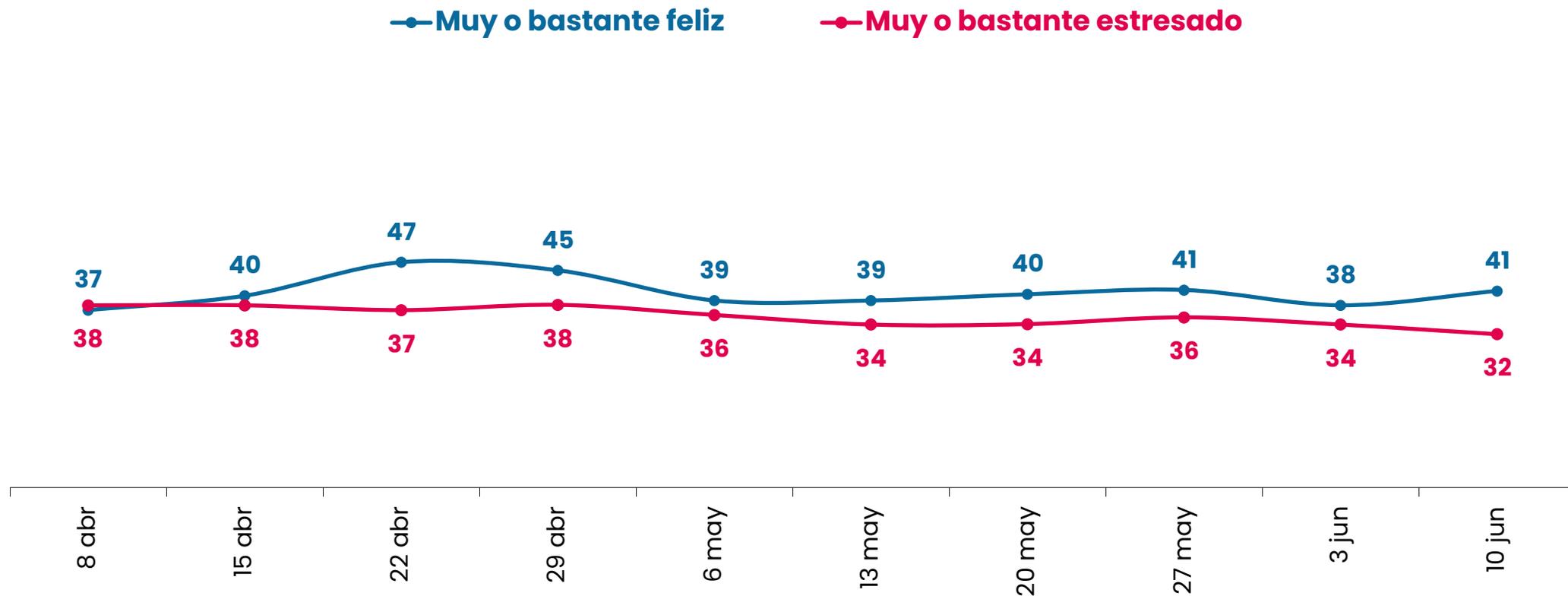
Daniel Jadue es nuevamente el personaje de la semana, aunque baja su nivel de menciones al **12%** (vs. 26% semana anterior)

- Baja nuevamente el nivel de estrés, llegando a **32%** (-2 pts.) y aumenta el de felicidad a **41%** (+3 pts.).
- Los mayores **cambios** se observan en las personas de entre 34-55 años, quienes **aumentan su felicidad** en 9 puntos y **disminuyen su nivel de estrés** en 6 puntos.
- Las mayores **brechas** entre felicidad y estrés se dan en los mayores de 55 años (**47%** vs **26%**), siendo el segmento de mayor nivel de felicidad y menor nivel de estrés.

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**?

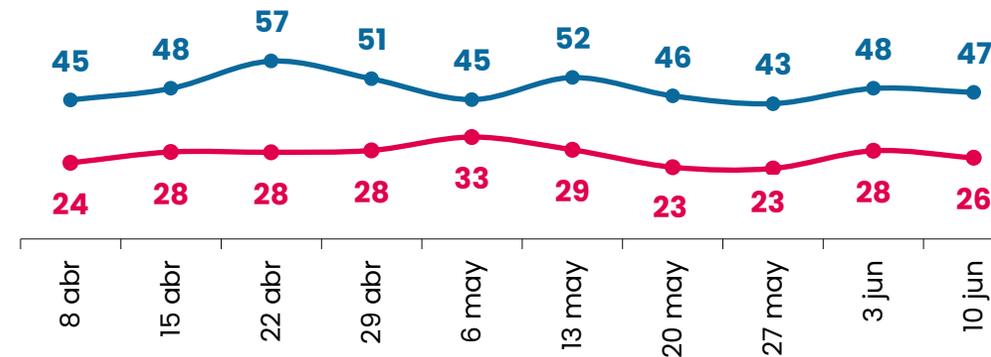
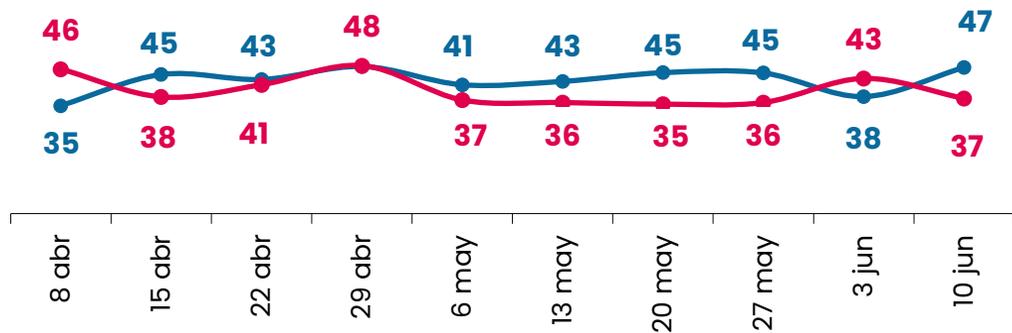
En una escala... ¿cómo calificarías tu **nivel de estrés**? % 6 + 7

—●— Muy o bastante feliz

—●— Muy o bastante estresado

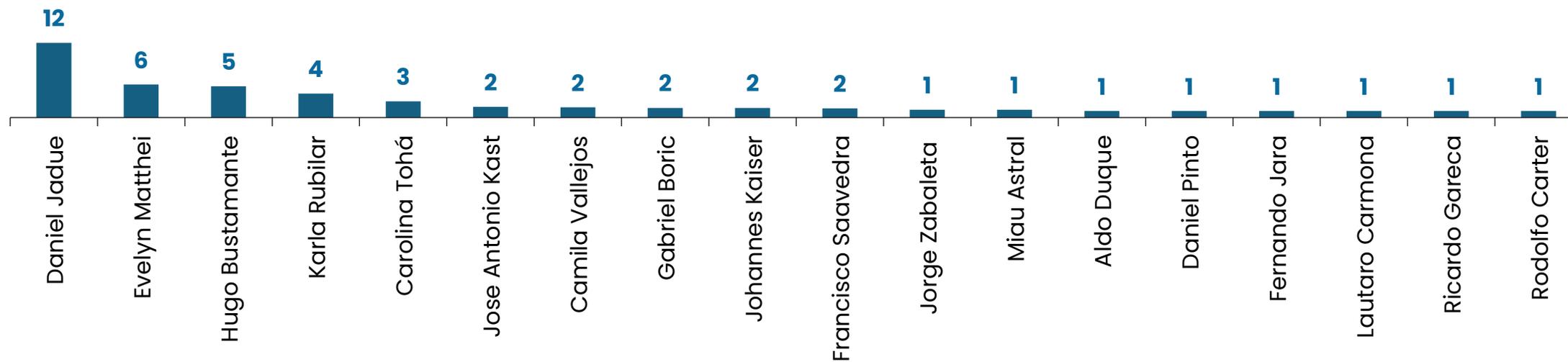
35-54 años

55+ años



PERSONAJE DE LA SEMANA

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



Casos: 700

*100% se completa con alternativas menores a 1%, "Nadie" y "No sé, prefiero no responder"



PERSONAJE DE LA SEMANA

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



Semana 13_mayo
Camila Gómez
10%

Semana 20_mayo

Nicolás Jarry
11%



Semana 27_mayo
Claudio Iturra
23%

Semana 3_junio

Daniel Jadue
26%



Semana 10_junio
Daniel Jadue
12%



Consumo

02



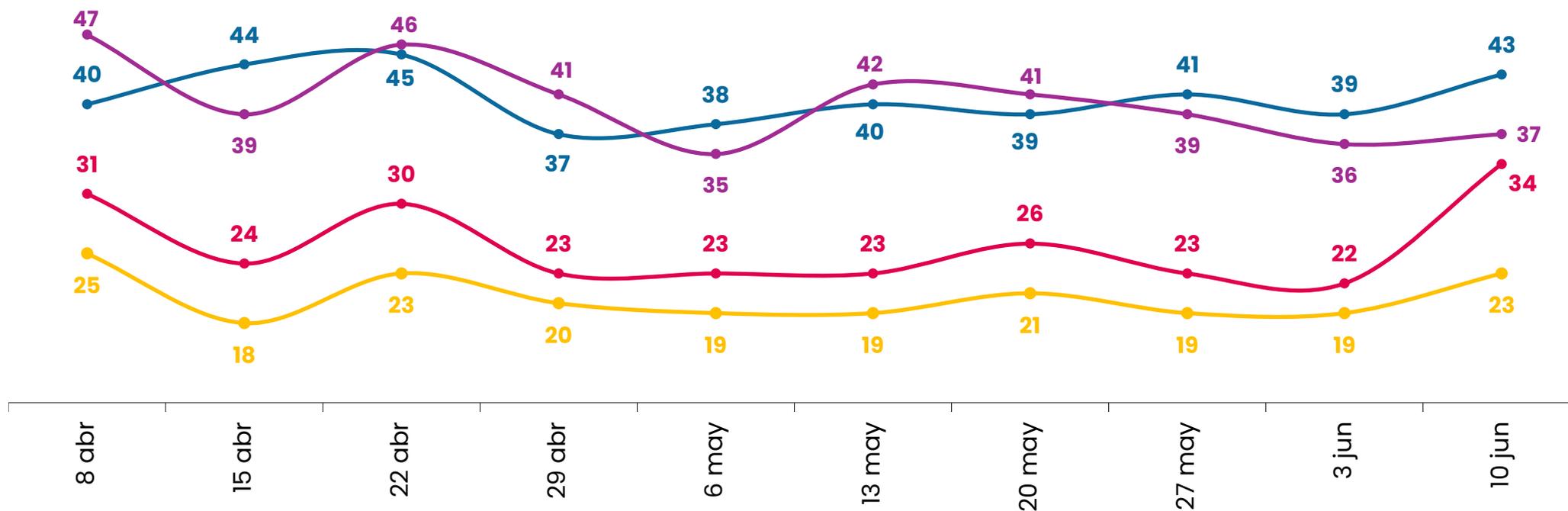
Posibilidad de adquirir **bienes y servicios** llega

a **34%**, el nivel más alto en 10 semanas

- Pese a que la **cuenta del supermercado** se mantiene dentro de las tres principales preocupaciones, es la dimensión que experimenta la mayor baja (-5 pts.).
- **36% compró algo en el Cyber**, 7 puntos por sobre quienes tenían intenciones de hacerlo.
- **80% de las personas recibió publicidad** durante el Cyber, siendo el **mail** el principal canal de comunicación (54%), seguido de la TV (43%) e Instagram (41%).
- **Accesorios de deporte, artículos para el hogar y tecnología** entre los principales productos comprados en el Cyber.

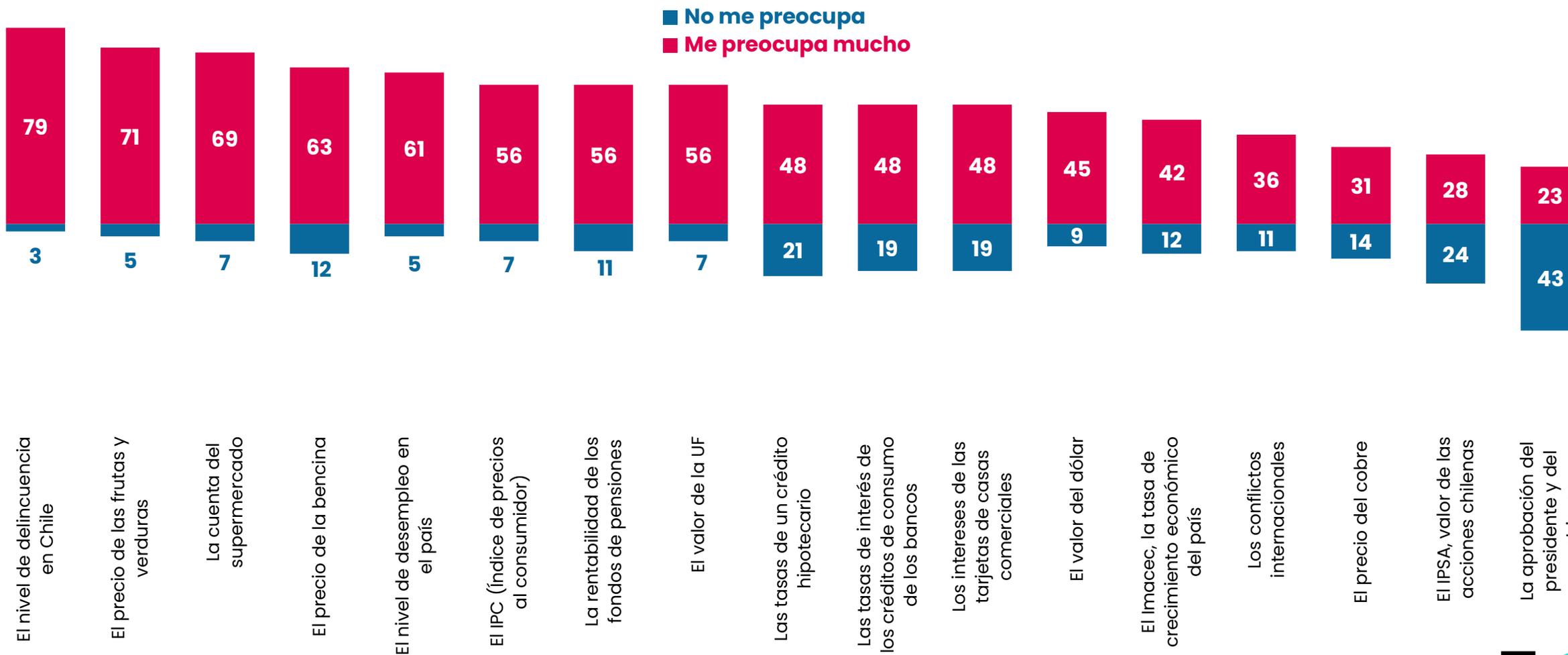
EXPECTATIVAS DE CONSUMO

- Tú situación económica y la de tu familia
- Tu capacidad de ahorro o inversión
- Tu posibilidad para poder comprar bienes y servicios
- Tu capacidad para pagar tus deudas o créditos



TEMAS QUE GENERAN PREOCUPACIÓN

¿Cuánto te preocupan los siguientes temas? %



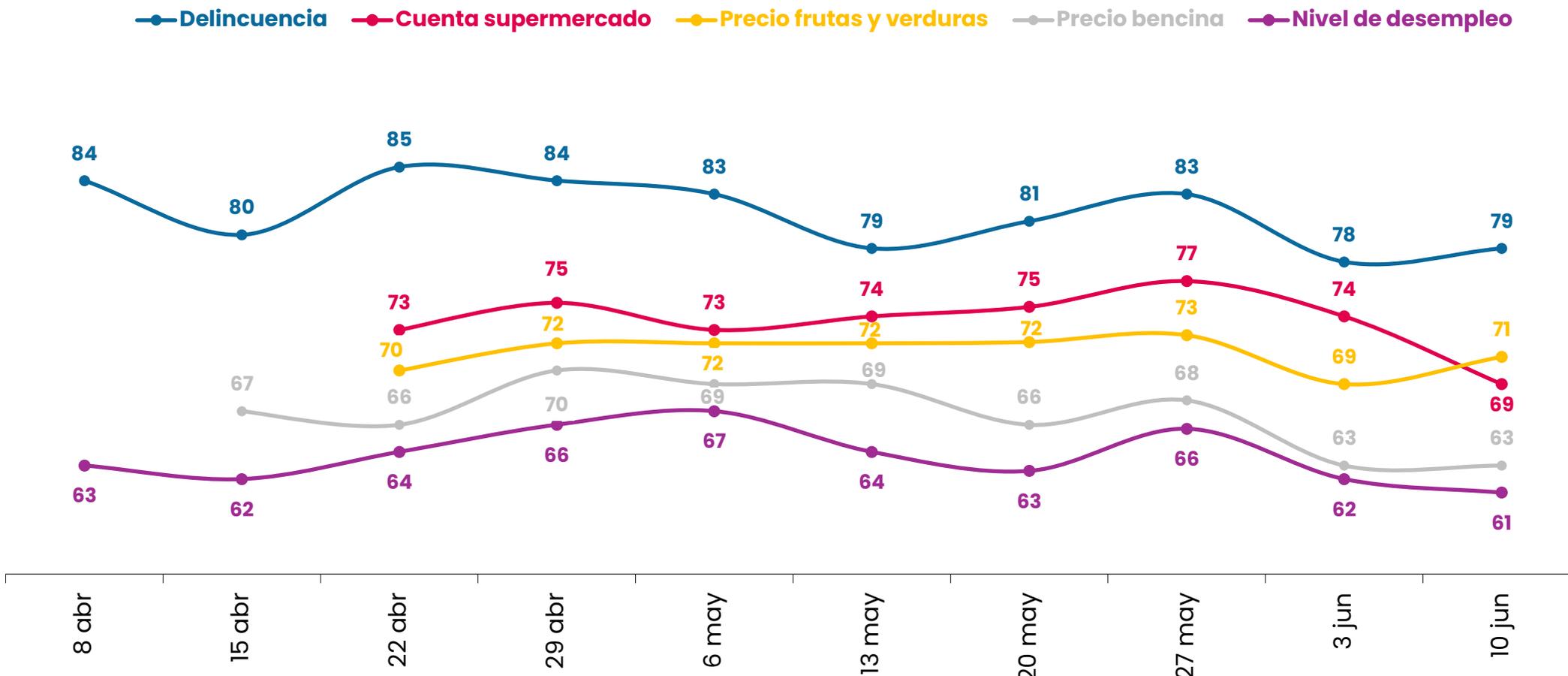
Casos: 700

*100% se completa con alternativas "Me preocupa algo" y "No sé, prefiero no responder"



TOP 5: TEMAS QUE GENERAN PREOCUPACIÓN

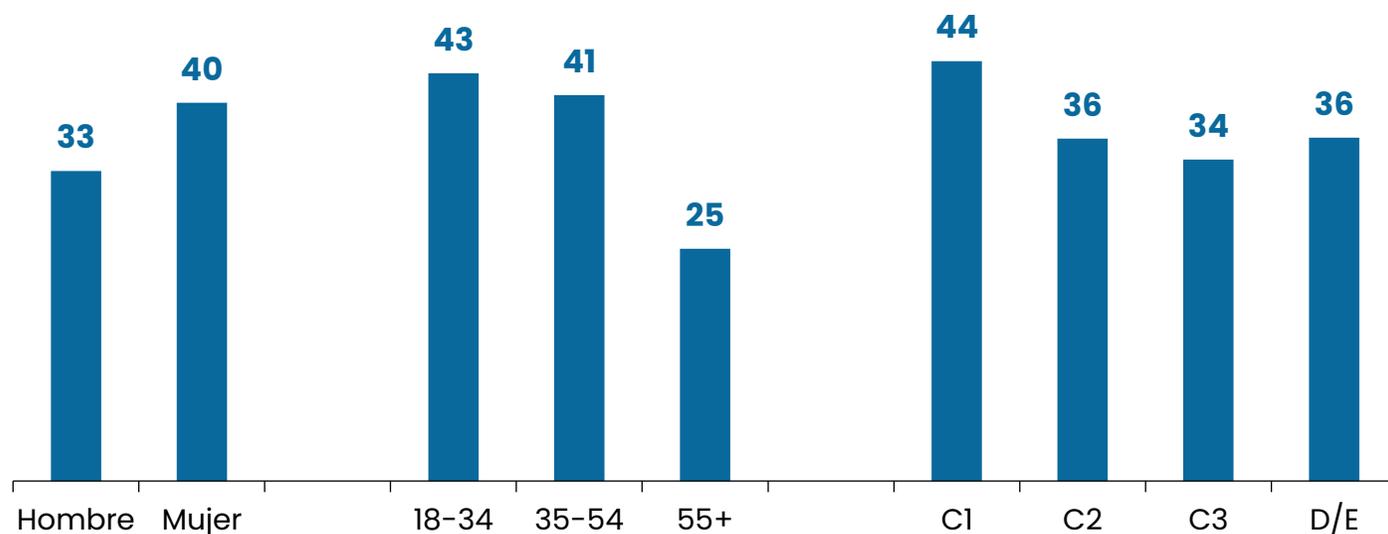
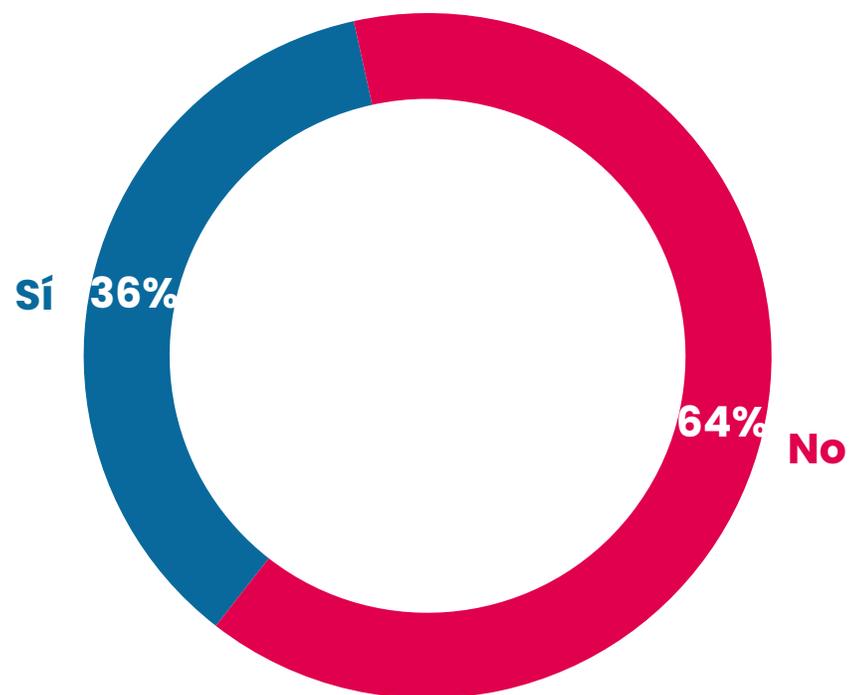
¿Cuánto te preocupan los siguientes temas? % Me preocupa mucho



Casos: 700

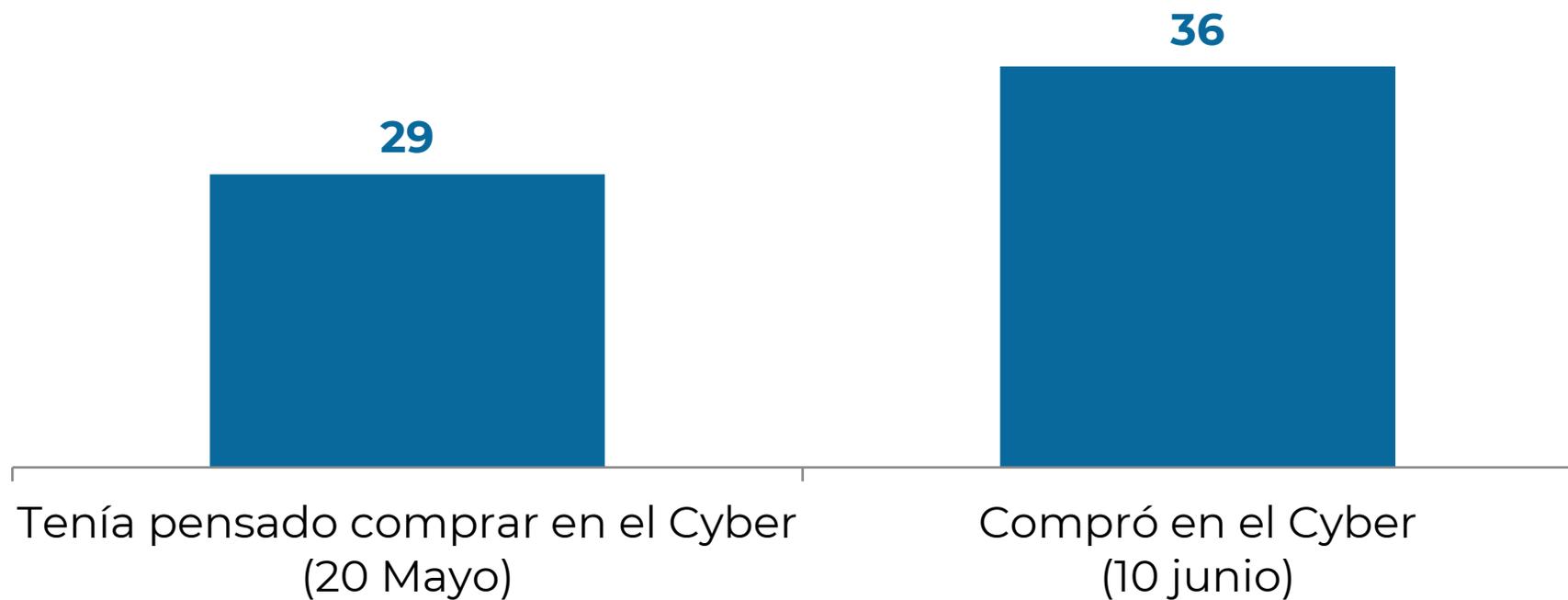
CYBER

A propósito del cyber que recién pasó, ¿compraste algo? %



Casos: 700

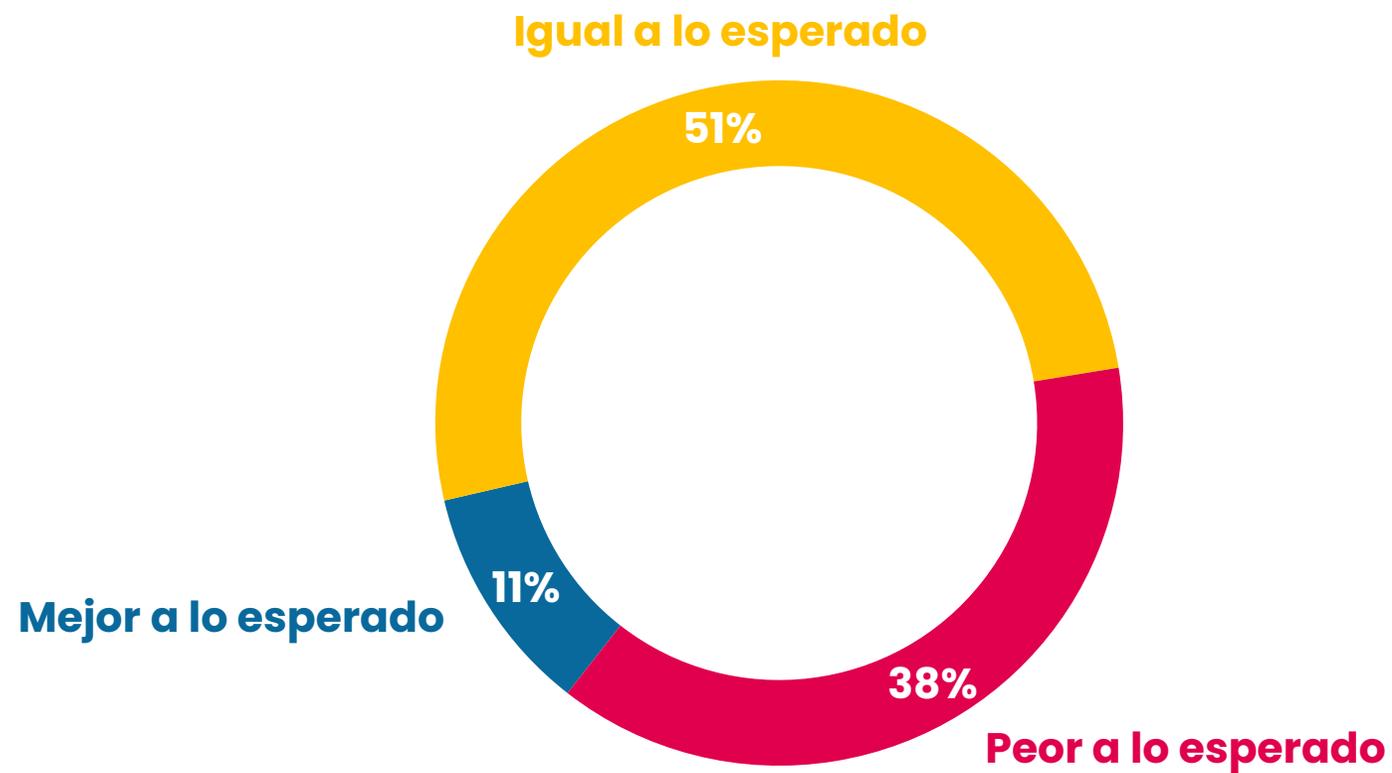
CYBER: PROYECCIÓN DE COMPRA Y COMPRA REAL



Casos: 700

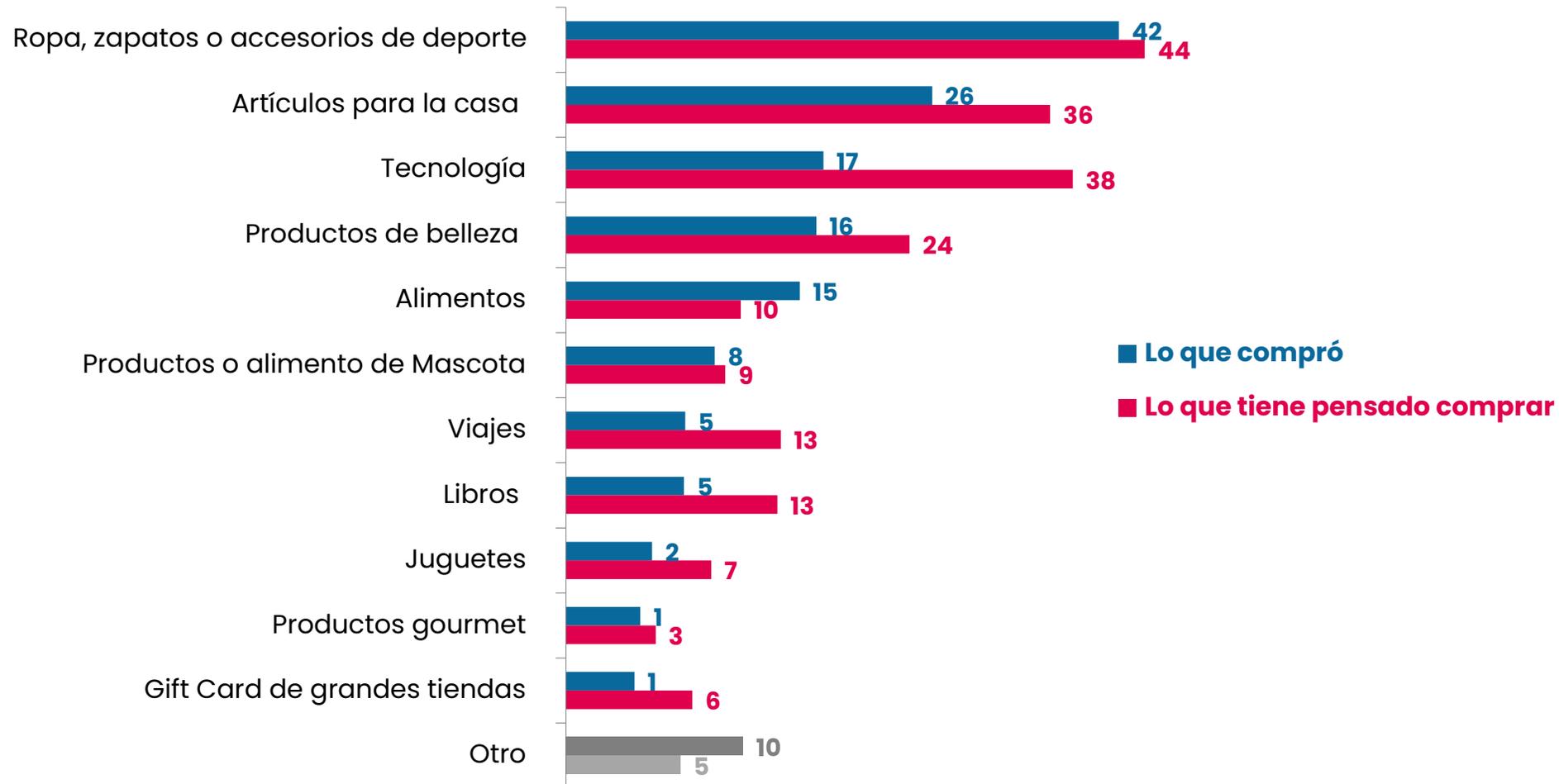
EVALUACIÓN DEL CYBER

¿Cómo evaluarías el cyber? %



PRODUCTOS DE COMPRA EN CYBER

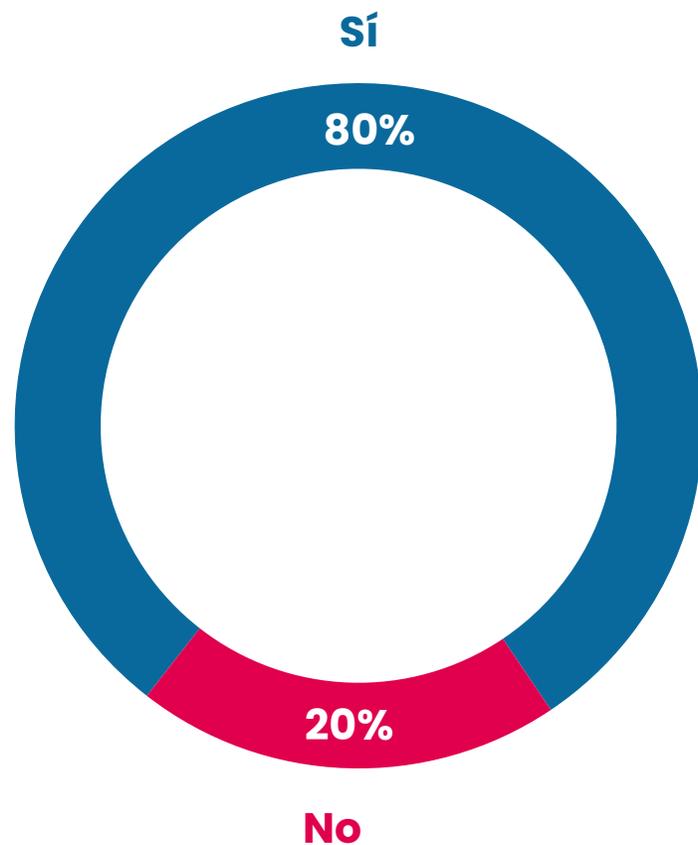
¿Qué compraste?; ¿Qué tienes pensado comprar? %



Casos: Entre quienes compraron en el cyber N=255; Entre quienes pensaban comprar en el cyber N= 189

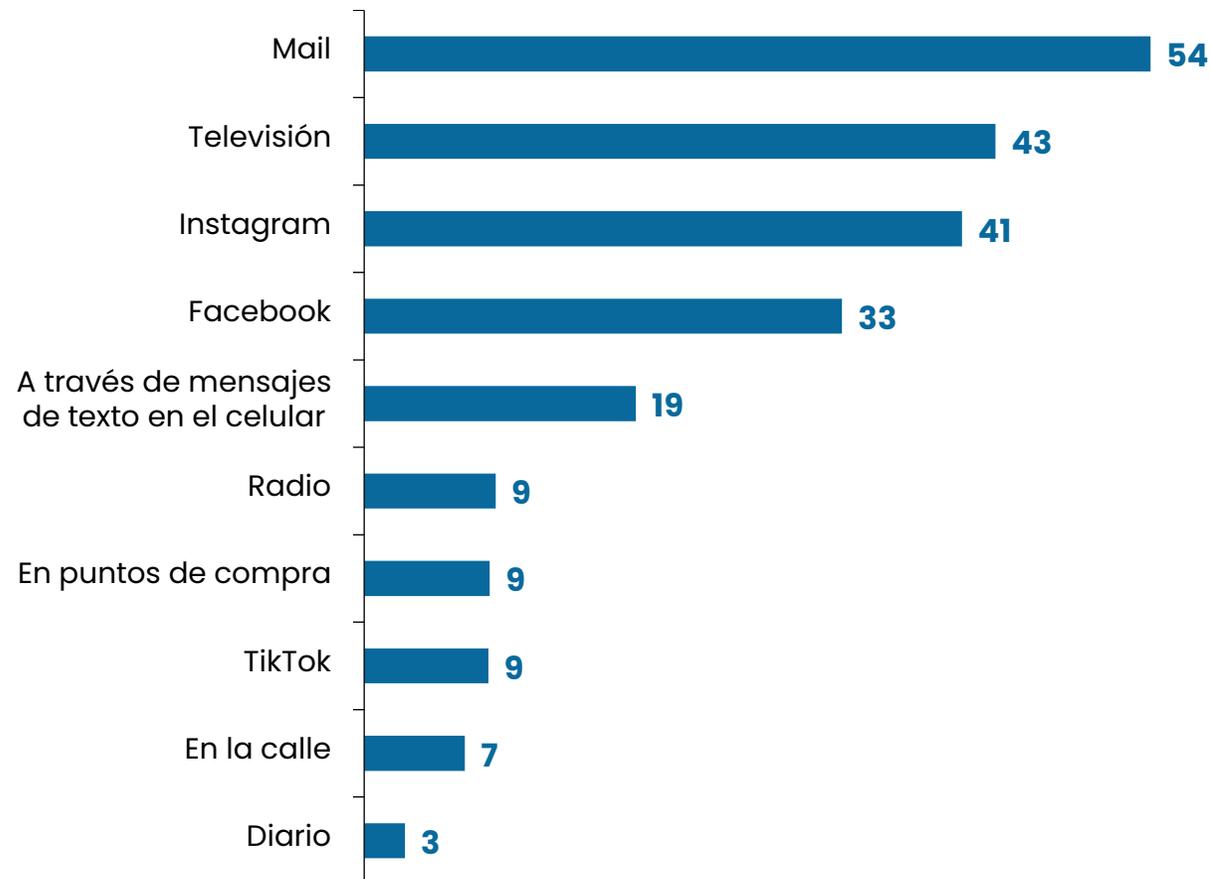
PUBLICIDAD DEL CYBER

¿Viste o recibiste publicidad durante el cyber? %



Casos: 700

¿A través de qué medios recibiste publicidad? %



Casos: Entre quienes recibieron publicidad del cyber N=567

Clientes

03

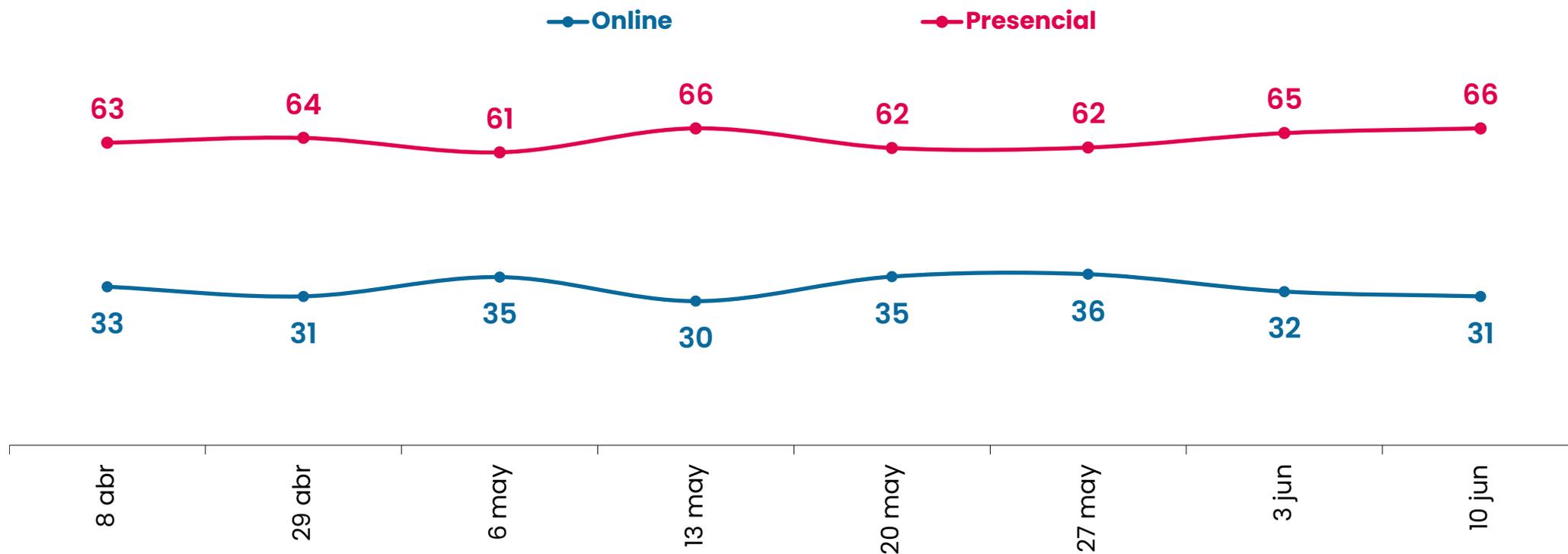


Un **38%** ha pensado en cambiarse de empresa de **compañía de seguro** en lo que va del año

- **Los supermercados** destacan como el canal con más frecuencia (91%) y que **mejor trata a sus clientes** (34%).
- Pese a que **MercadoLibre** (14%) se mantiene como líder de las plataformas de compra online, **Falabella** lo acompaña en el podio con un crecimiento de 10 puntos porcentuales en solo una semana (**4% a 14%**).

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? %

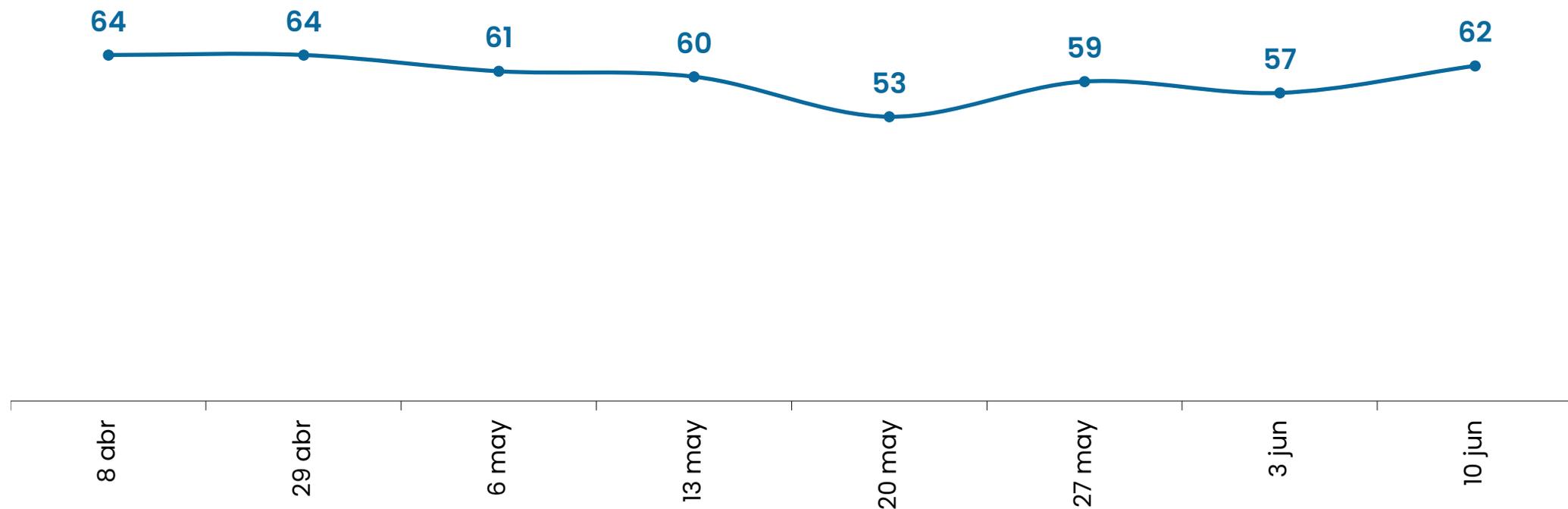


Casos: 700

*100% se completa con alternativa "No sé, prefiero no responder"

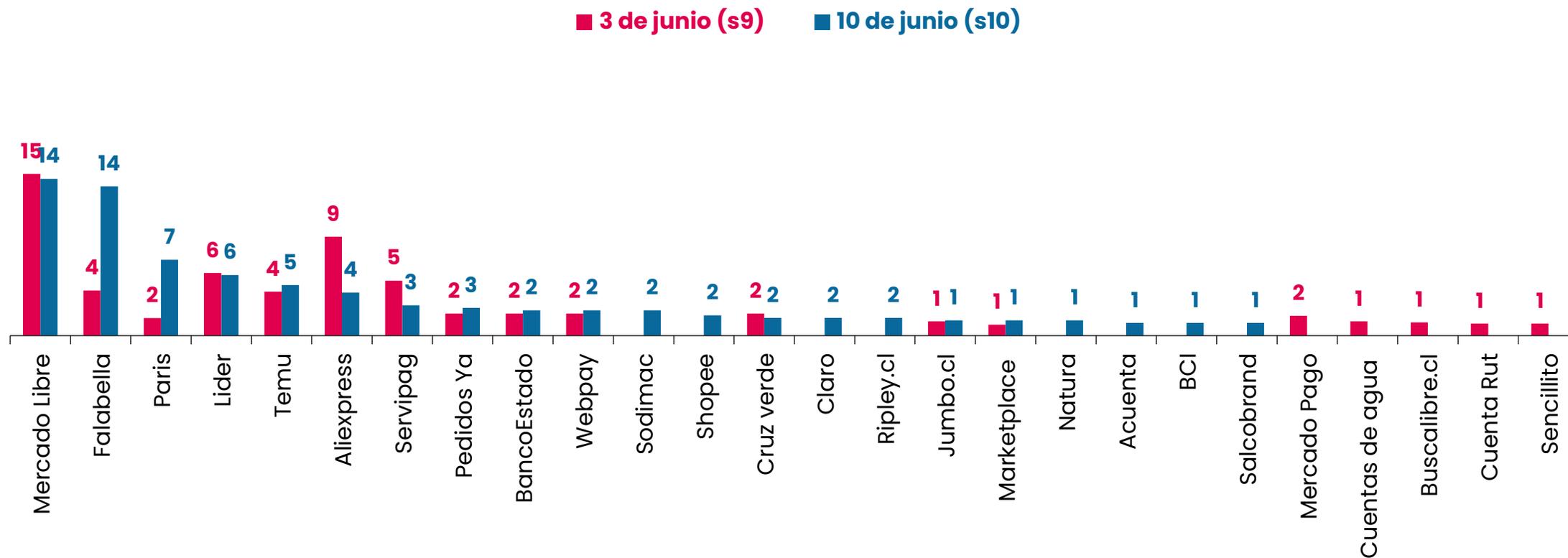
COMPRA ONLINE EN LA ÚLTIMA SEMANA

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



PLATAFORMA DE COMPRA ONLINE

¿En qué plataforma compraste? % Espontánea

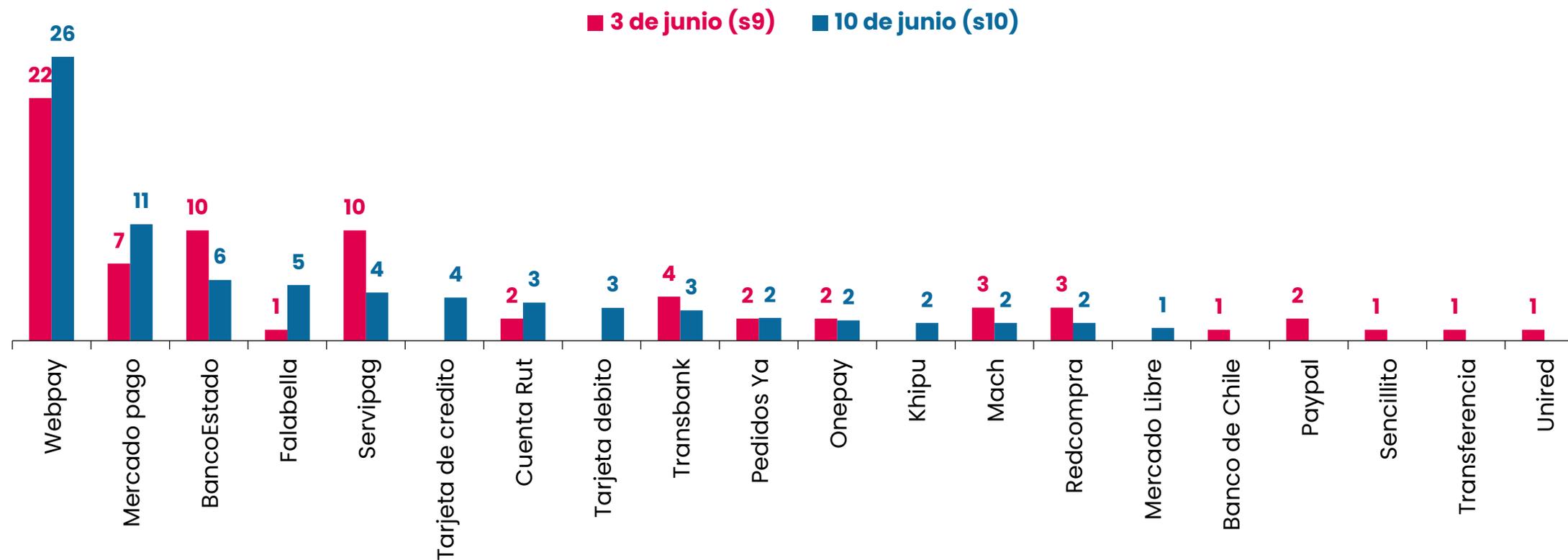


Casos: Entre quienes compraron o pagaron algo de manera online durante los últimos 7 días s9 N=397; s10 N=435

*100% se completa con alternativas menores a 1% , "No recuerdo" y "No sé, prefiero no responder"

PLATAFORMA DE PAGO ONLINE

¿A través de qué plataforma pagaste? % **Espontánea**

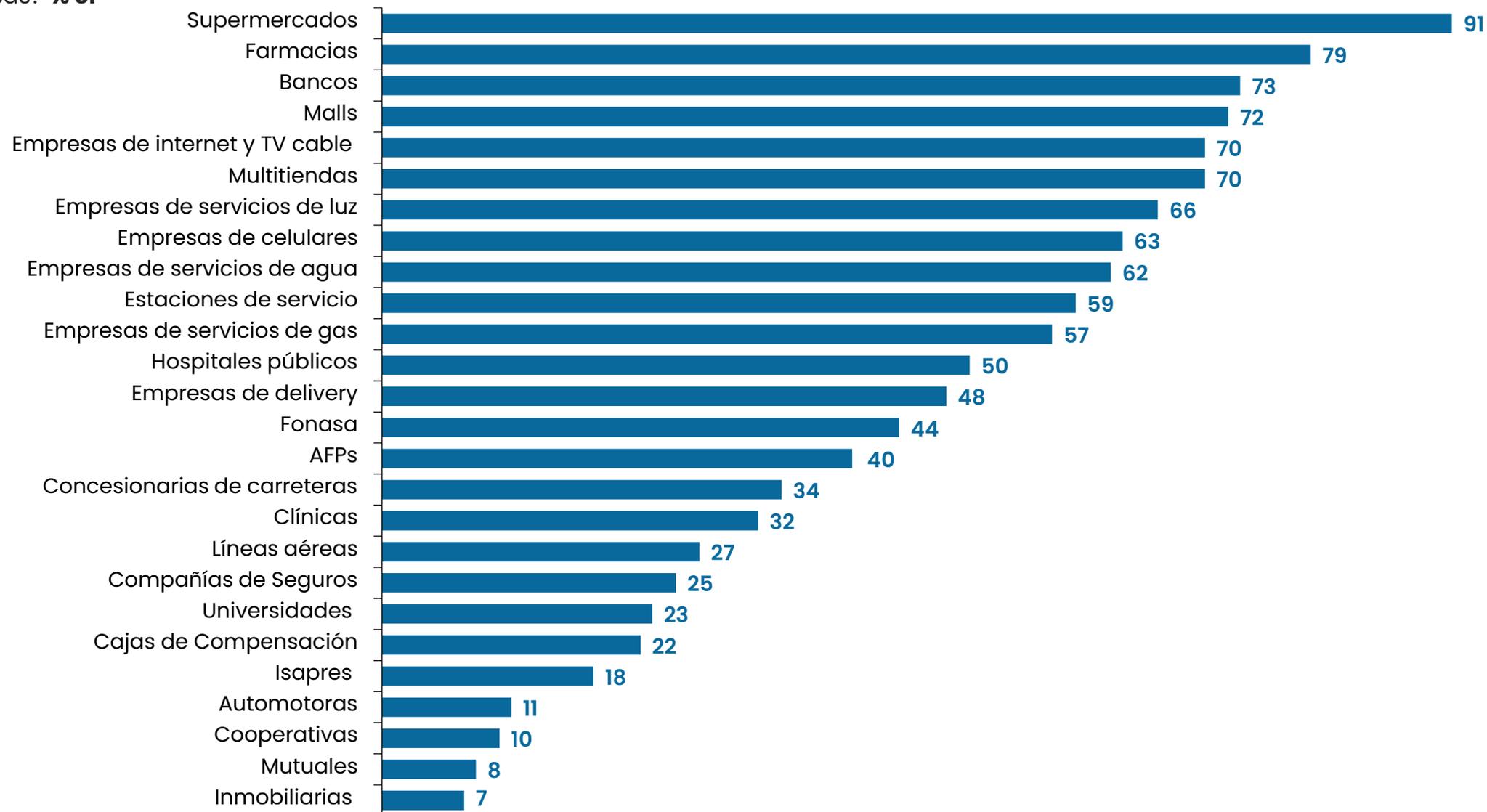


Casos: Entre quienes compraron o pagaron algo de manera online durante los últimos 7 días s9 N=397; s10 N=435

*100% se completa con alternativas menores a 1% , "No recuerdo" y "No sé, prefiero no responder"

EXPERIENCIA CON INDUSTRIAS

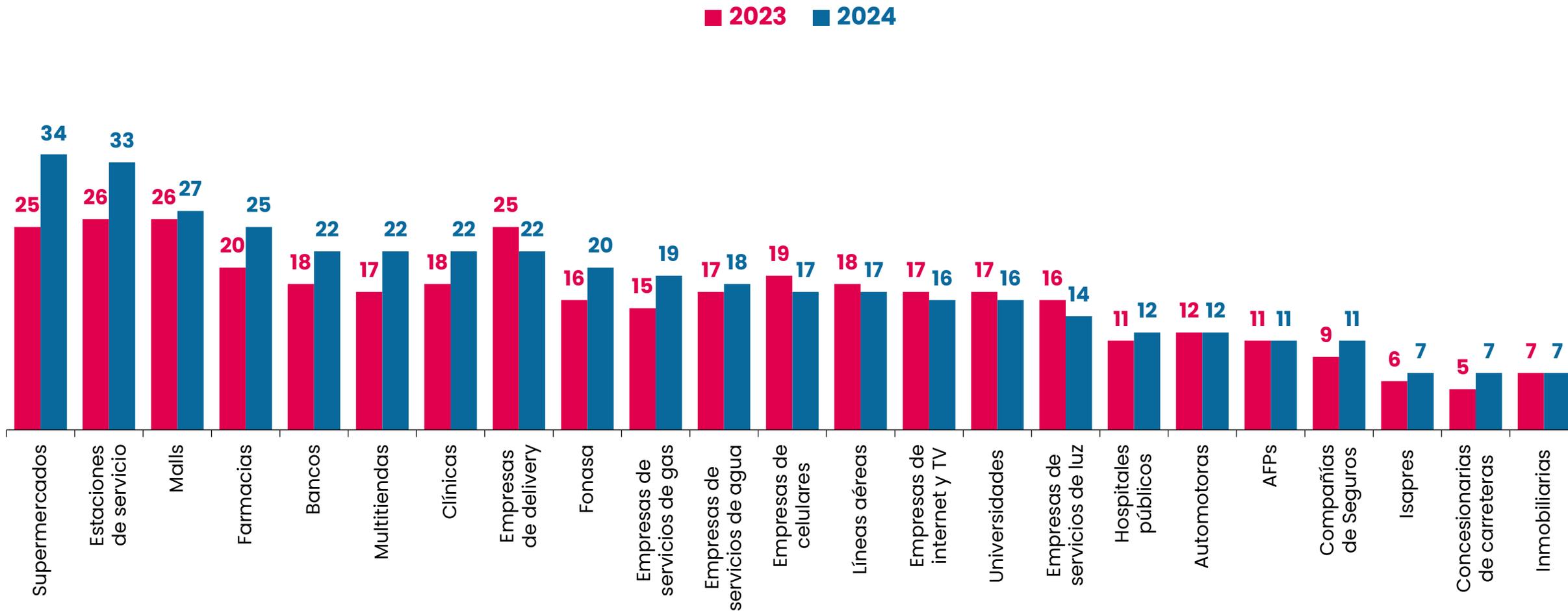
Pensando en lo que llevamos del año 2024, ¿con cuál de las siguientes industrias has tenido alguna experiencia directa o contacto con alguna de sus empresas? % Sí



EVOLUTIVO: EVALUACIÓN DE INDUSTRIAS

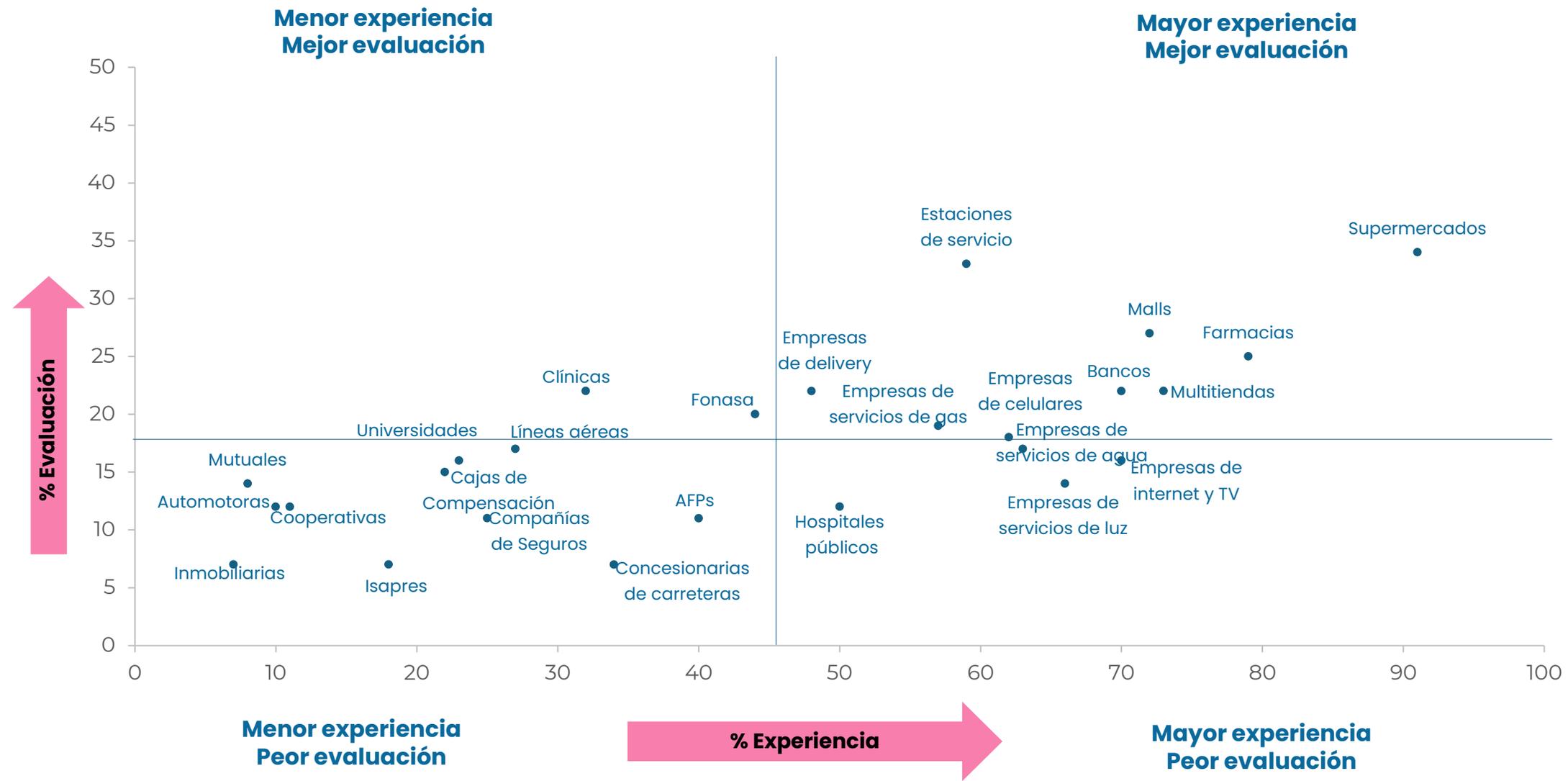
Usando una escala de 1 a 7 como en el colegio, donde 1 es “pésimo” y 7 es “excelente”,
¿Cómo evaluarías la forma en que las siguientes industrias se relacionan con sus clientes/consumidores?

% Notas 6 y 7



Casos: 2023 N=1000
2024 N=700

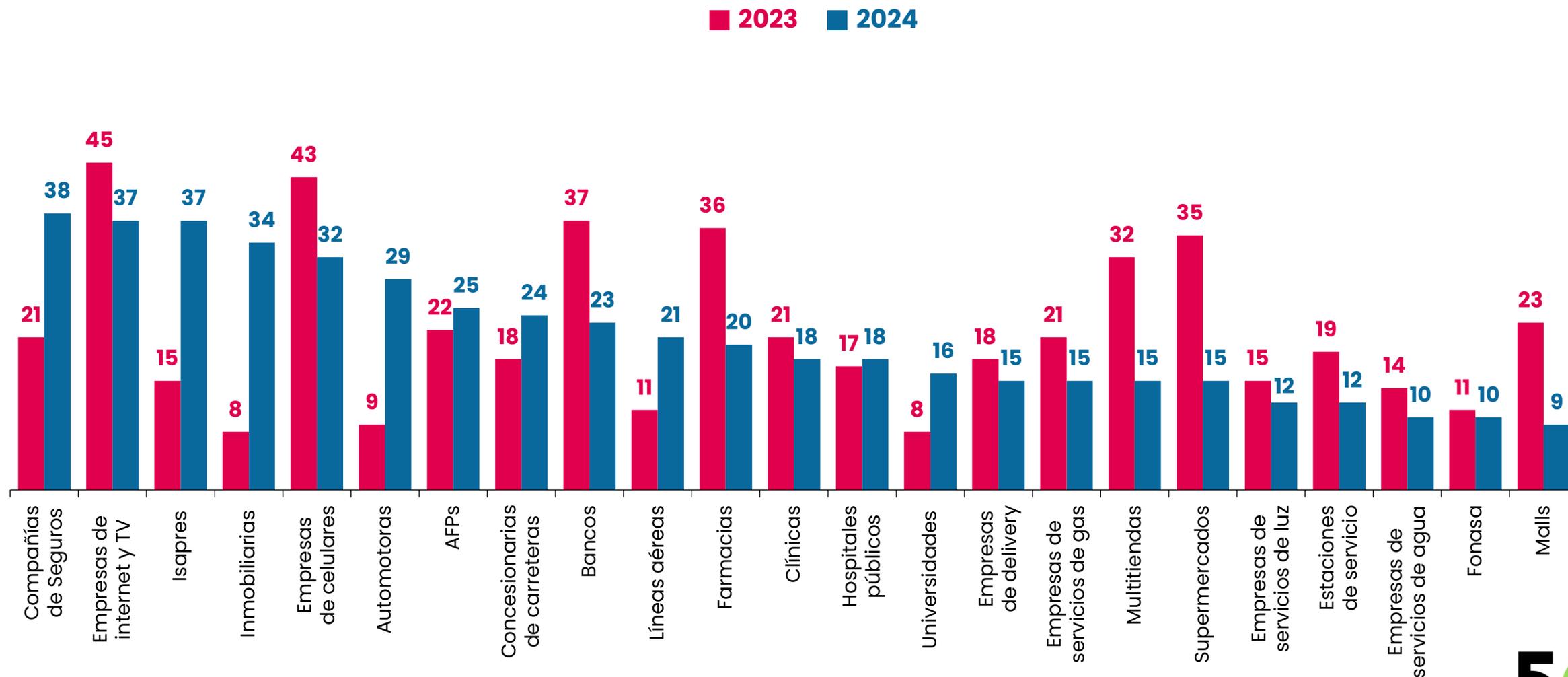
EXPERIENCIA Y EVALUACIÓN DE INDUSTRIAS



EVOLUTIVO: CAMBIO DE EMPRESA POR INDUSTRIA

En el último mes, ¿has pensado salirte o cambiarte de marca o empresa de...?

% Sí



Casos: Entre quienes han tenido alguna experiencia con cada una de las industrias

Comunicación



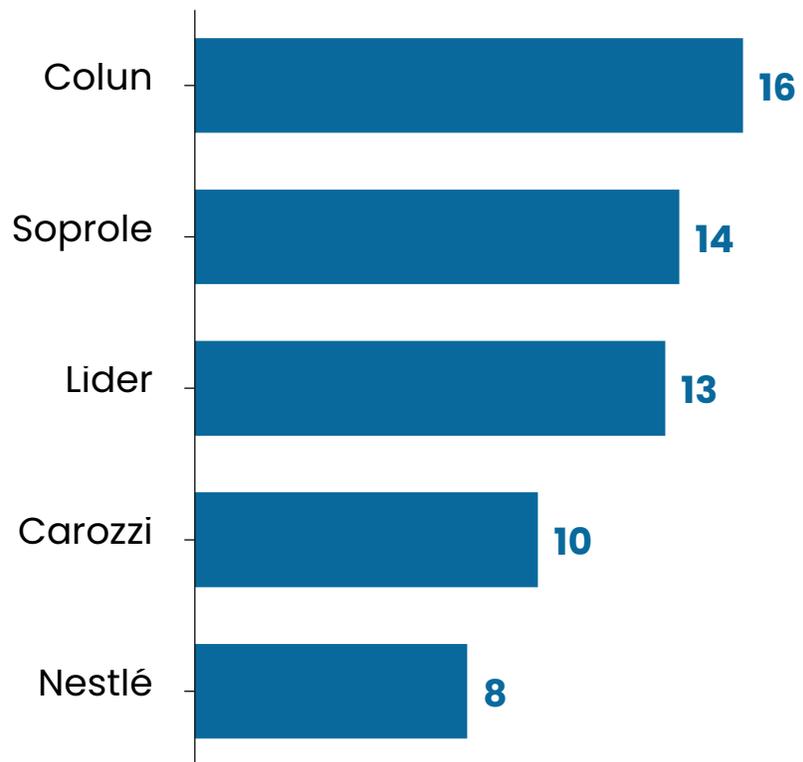
04

Marcas de la industria láctea se posicionan como **las más relevantes** y con mayor **recordación publicitaria**

- **Colun** es por tercera semana consecutiva, la marca más relevante para los chilenos, con un **15%** de las menciones. **Soprole** ocupa el segundo lugar con el **14%** de las menciones.
- **Soprole** lidera en recuerdo publicitario con un **7%**. Le sigue **Colun** con un **6%**.
- **Falabella** cae al tercer lugar de recuerdo publicitario, luego de tres semanas como líder de categoría.

MARCAS RELEVANTES: TOP 5

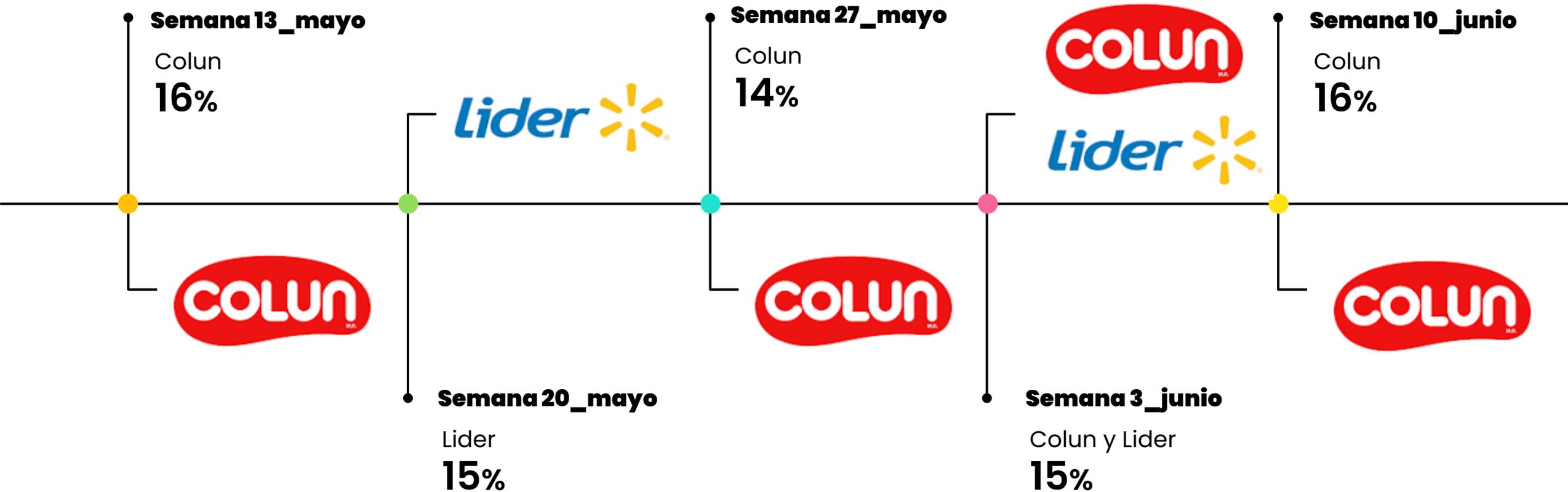
Pensando en las marcas que son relevantes en tu vida, ¿cuál es la primera que viene a tu mente? % Espontáneo



Casos: 700

EVOLUTIVO: MARCAS RELEVANTES

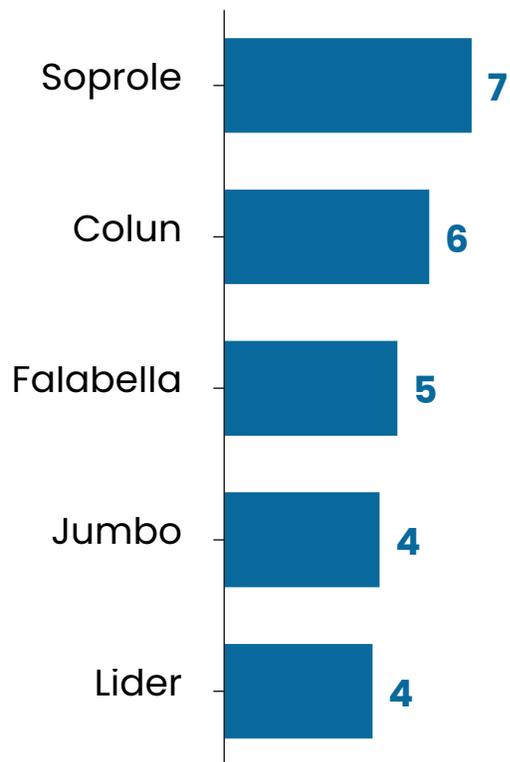
Pensando en las marcas que son relevantes en tu vida, ¿cuál es la primera que viene a tu mente? % Espontáneo



Casos: 700

PUBLICIDAD MEMORABLE: TOP 5

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

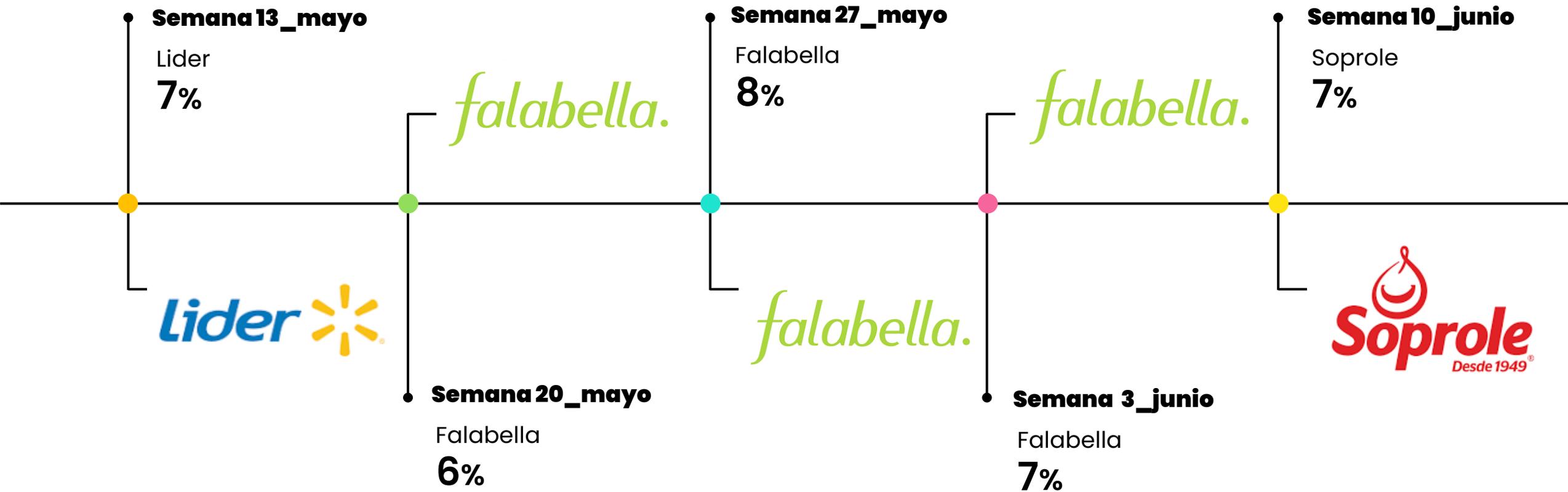


Casos: 700



EVOLUTIVO: PUBLICIDAD MEMORABLE

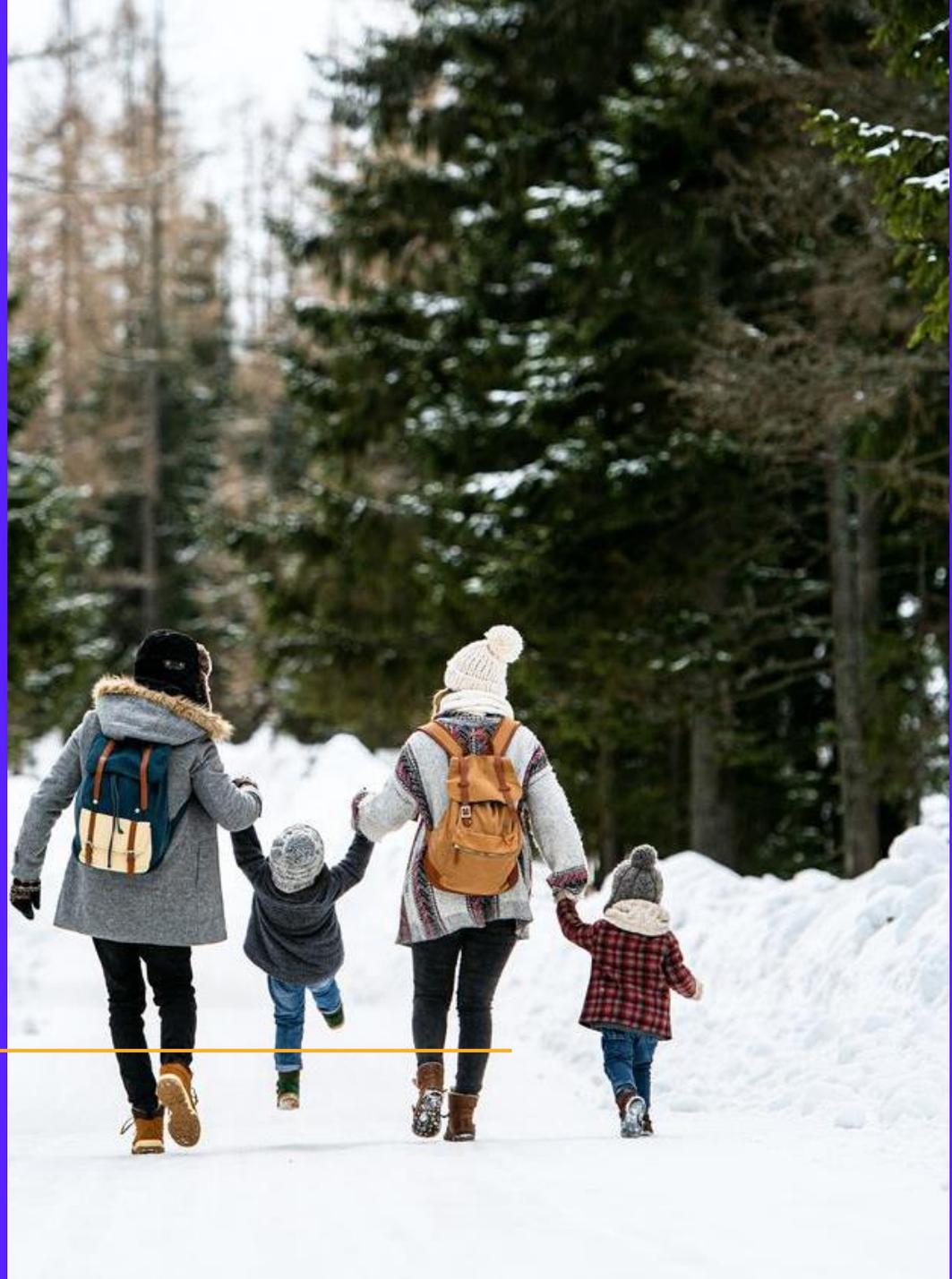
¿De qué marcas has visto publicidad que te haya gustado esta semana? % Espontáneo



Casos: 700

Coyuntura: Vacaciones y Disney

05

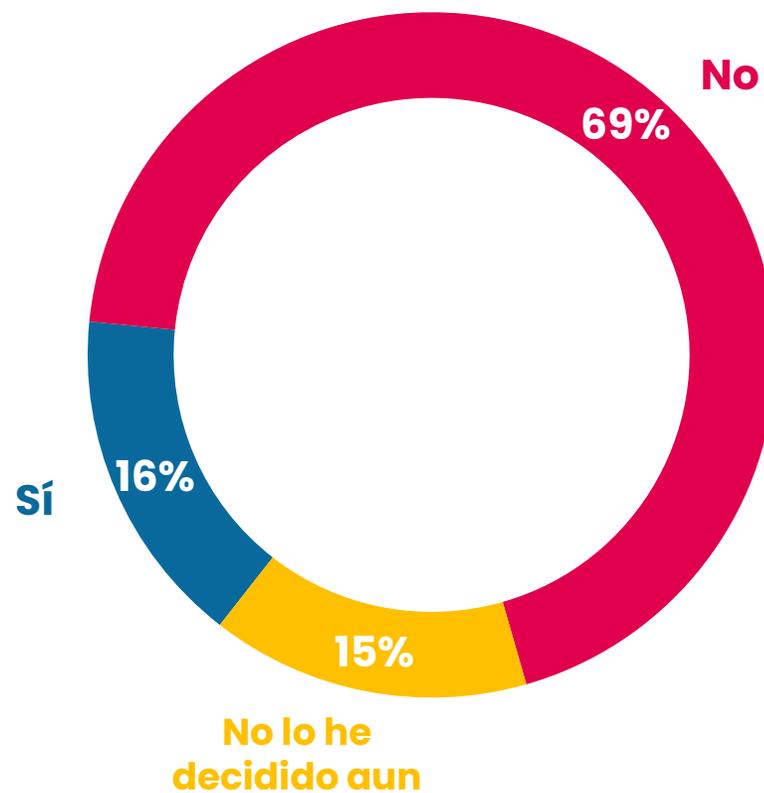


16% declara que tomará **vacaciones** de invierno, pero **55% realizará al menos un panorama**

- En **padres con hijos en edad escolar**, un **68%** realizará al menos un panorama, siendo ir al **cine** lo más mencionado por ellos con un **46%**.
- Los lagos del sur es el lugar más visitado en vacaciones (**26%**) y **Europa** es el destino que a más personas le gustaría ir de vacaciones (**32%**).
- **Latam** es la línea aérea preferida (**39%**) y **Turbus** la línea de buses preferida (**18%**).
- A un 15% le gustaría **ir de vacaciones a Disney**, siendo más alto en jóvenes de 18 a 34 años (22%). De las películas de Disney, **El Rey León** es la favorita (18%).

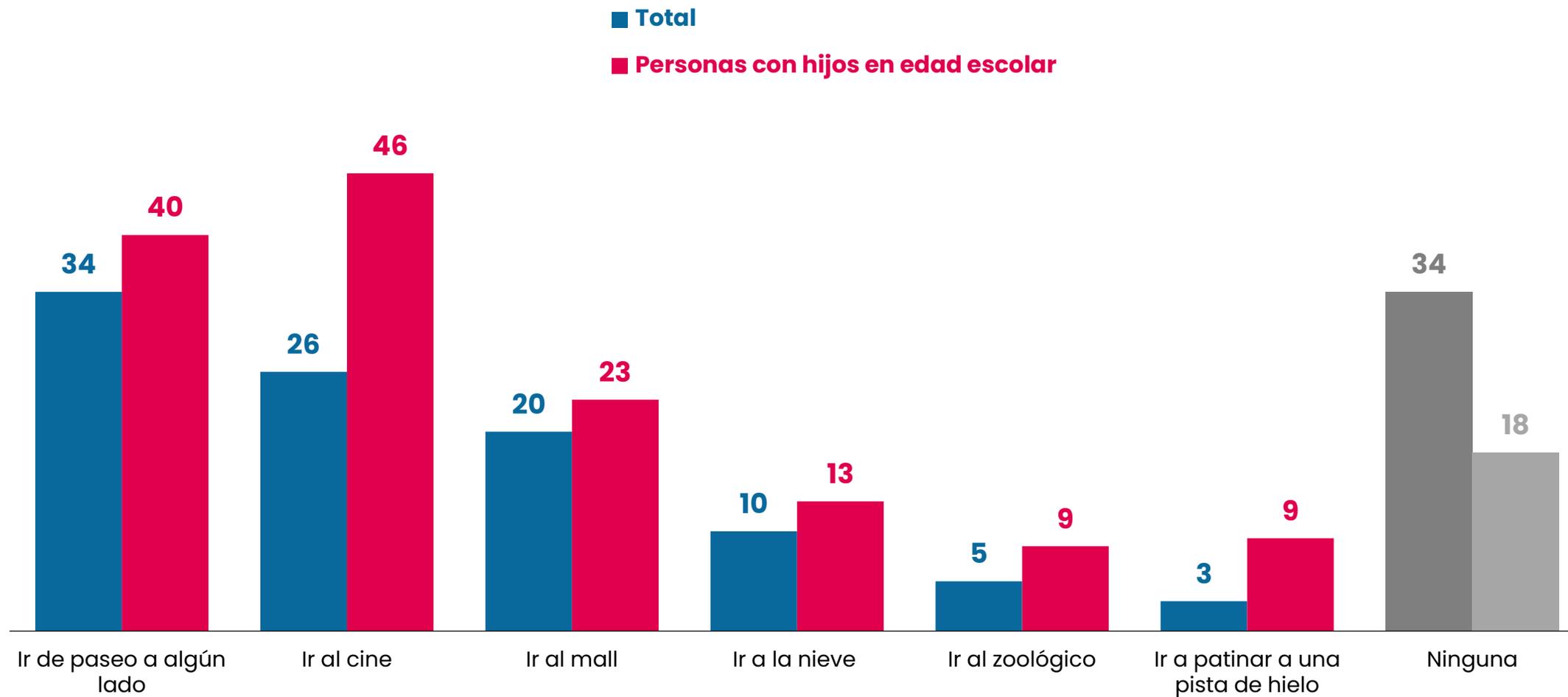
VACACIONES DE INVIERNO

A propósito de las vacaciones de invierno, ¿tienes pensado salir de vacaciones durante esas fechas? %



PANORAMAS DE INVIERNO

¿Tienes pensado realizar alguno de los siguientes panoramas de invierno durante las vacaciones de invierno? %

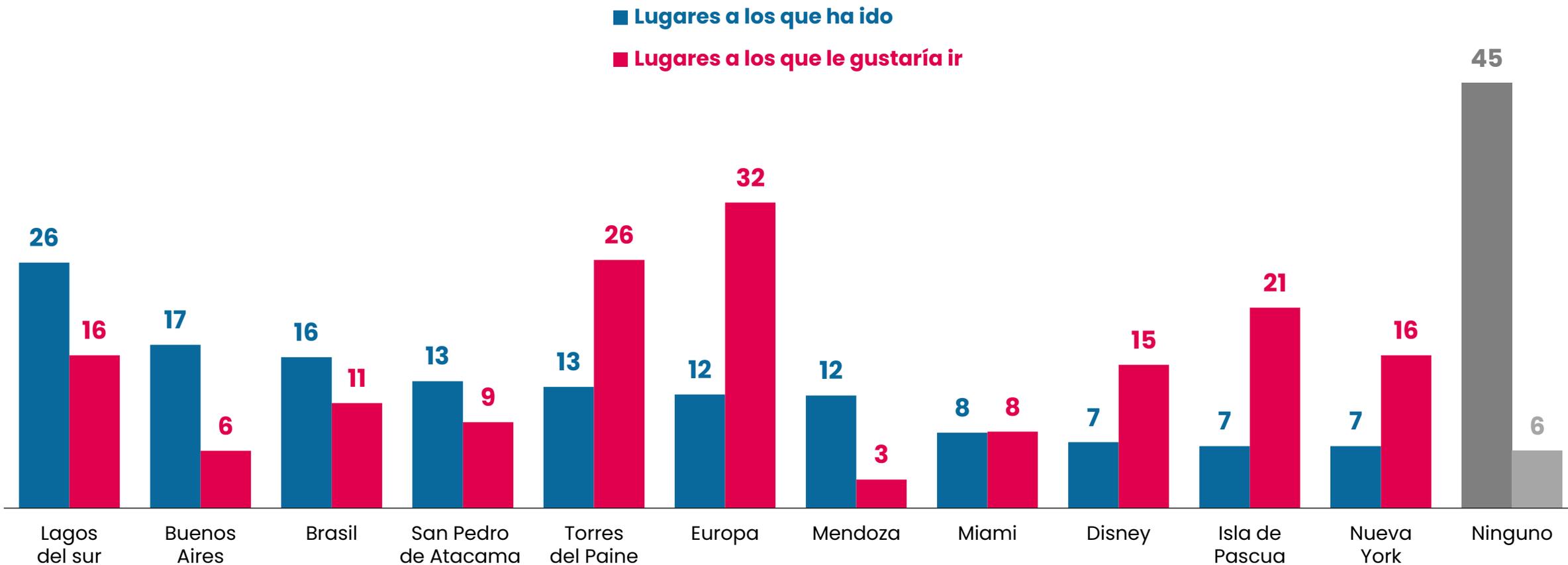


Casos: Total muestra N=700;
Personas con hijos en edad escolar N=194

LUGARES DE VACACIONES QUE HA IDO

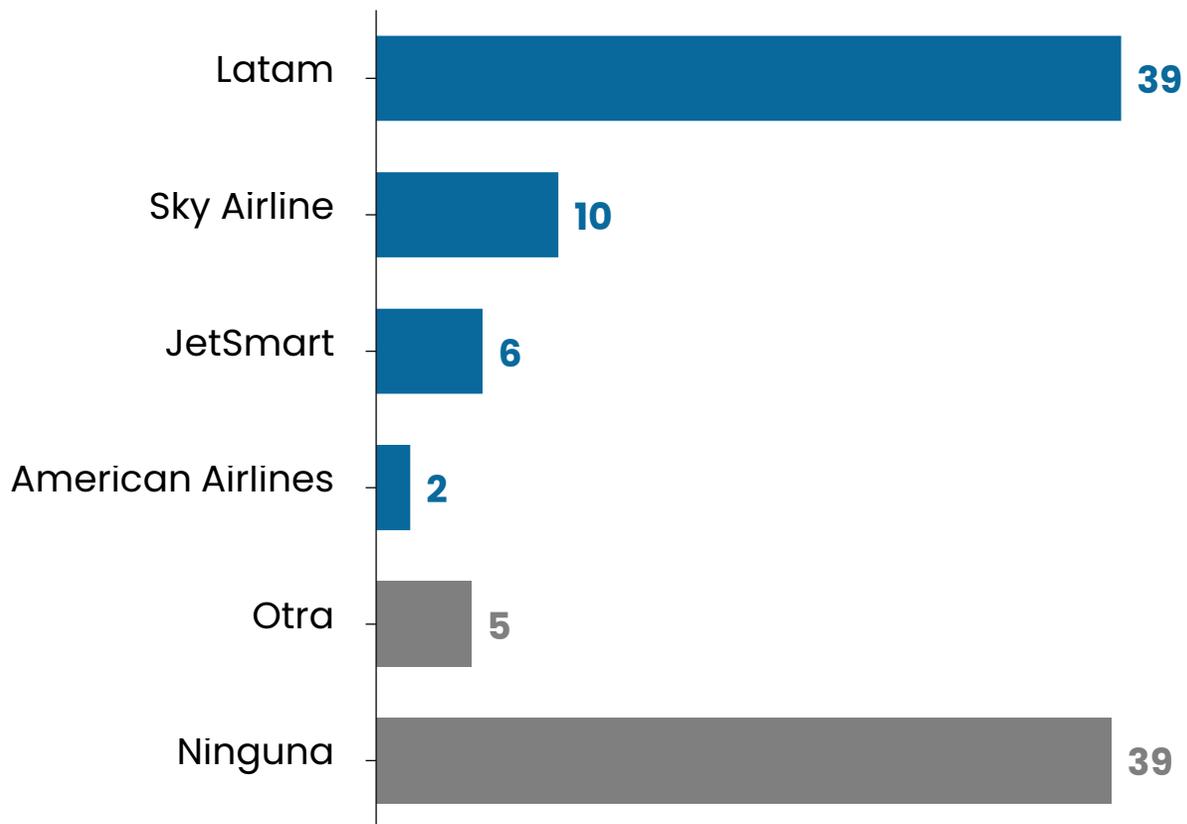
¿A cuál de los siguientes lugares has ido de vacaciones? %

¿A cuál de los siguientes lugares te gustaría ir de vacaciones? Marca los dos que más te gustaría %

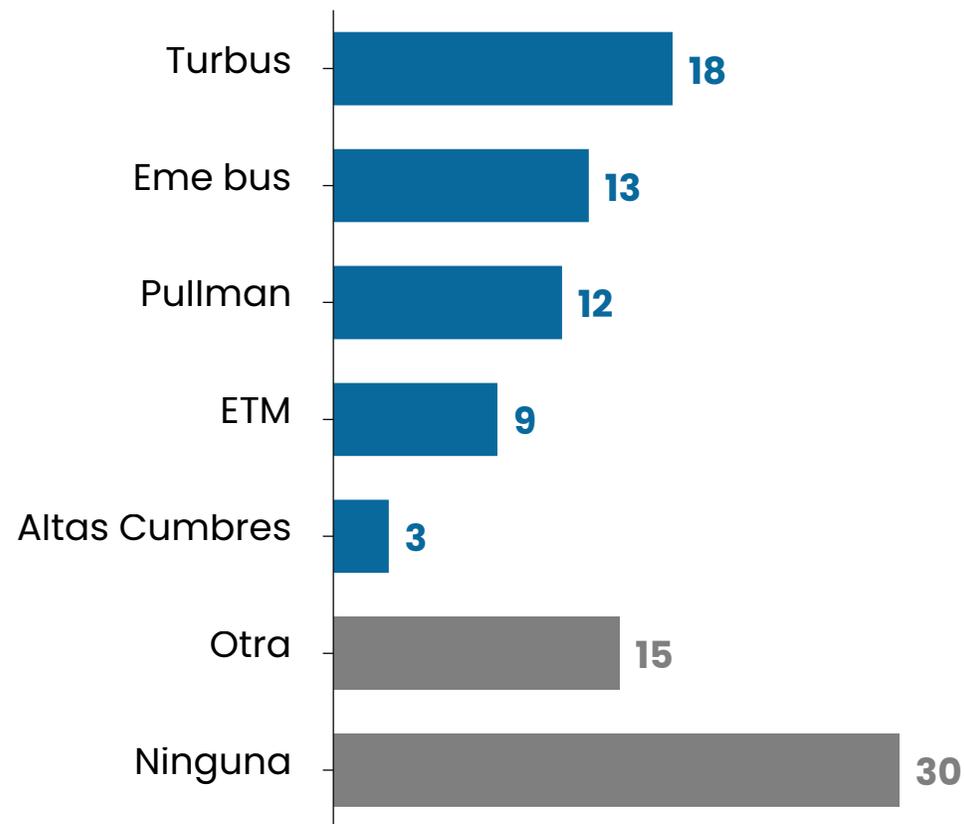


LINEAS DE TRANSPORTE FAVORITAS

¿Cuál es tu línea aérea favorita? %

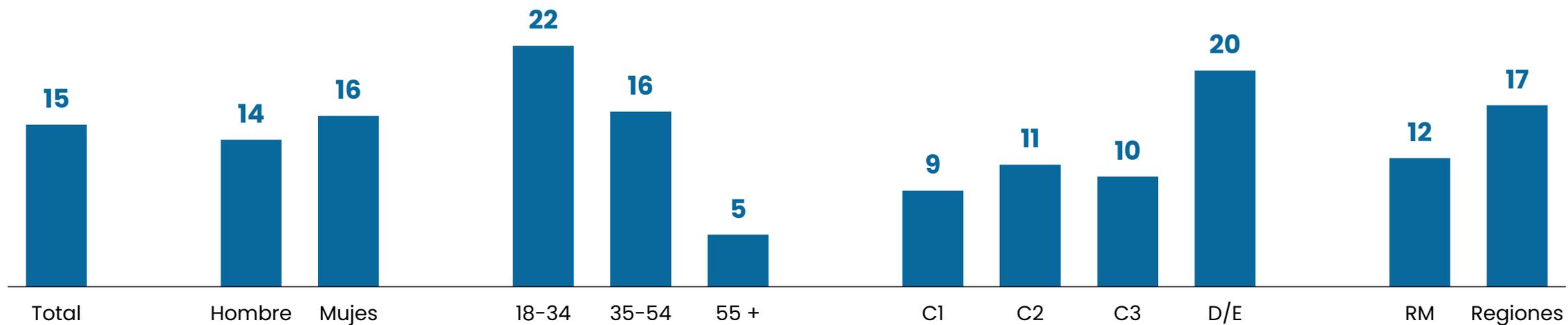


¿Cuál es tu línea de bus favorita? %



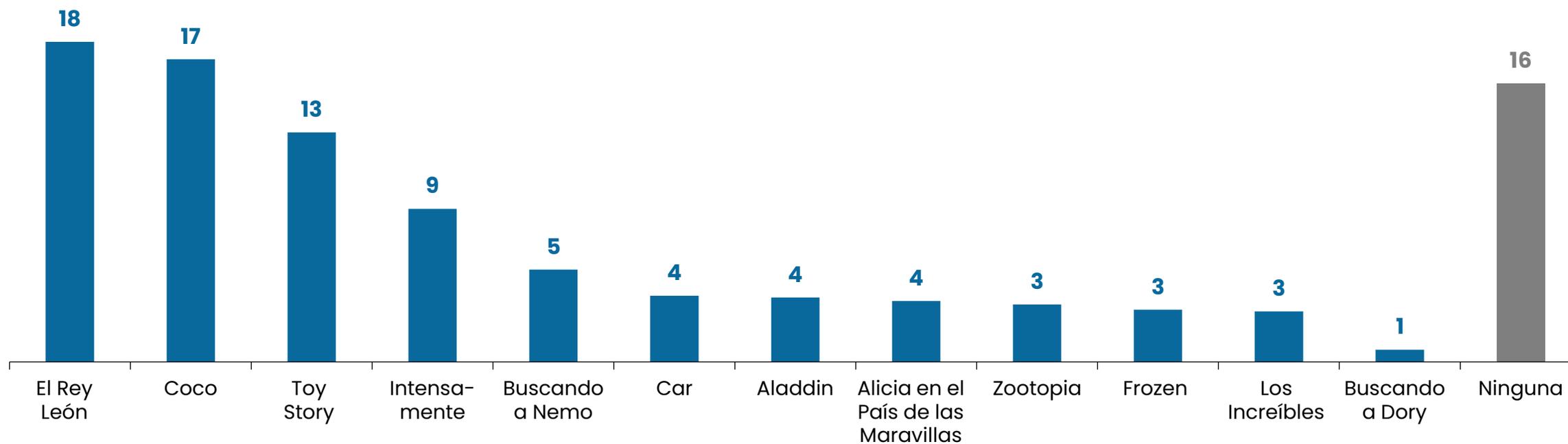
QUIENES ELEGIRÍAN DISNEY COMO DESTINO DE VACACIONES

¿A cuál de los siguientes lugares te gustaría ir de vacaciones? Marca los dos que más te gustaría
% Disney



PELÍCULA FAVORITA DE DISNEY

Pensando en las películas de Disney, ¿cuál es tu favorita? %

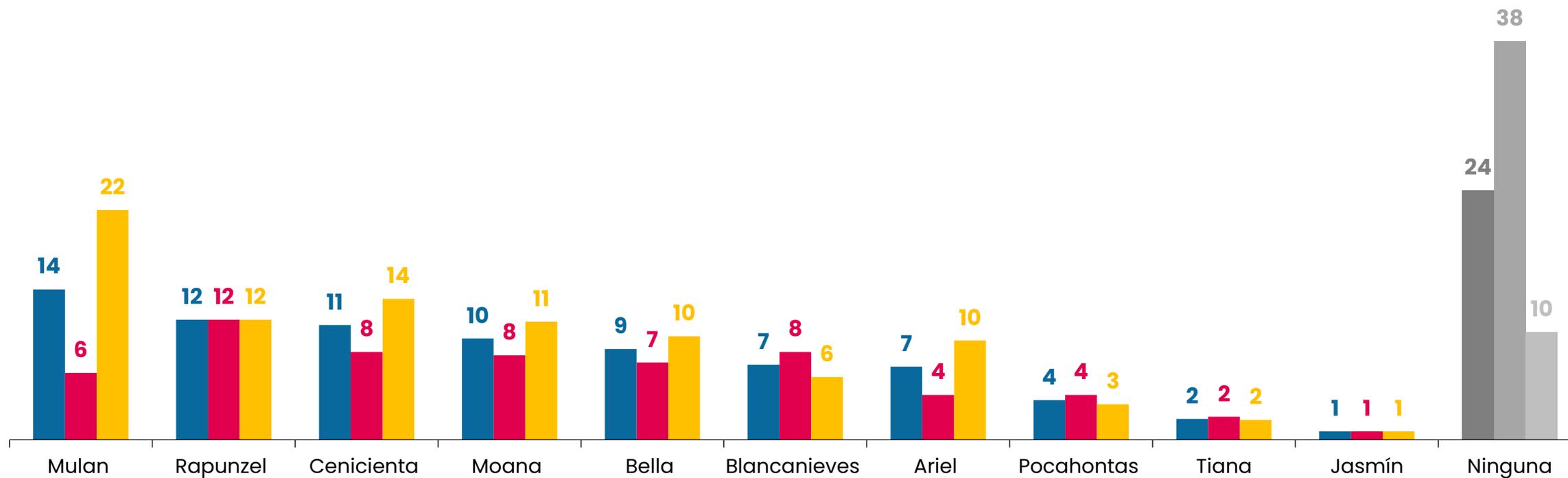


Casos: 700

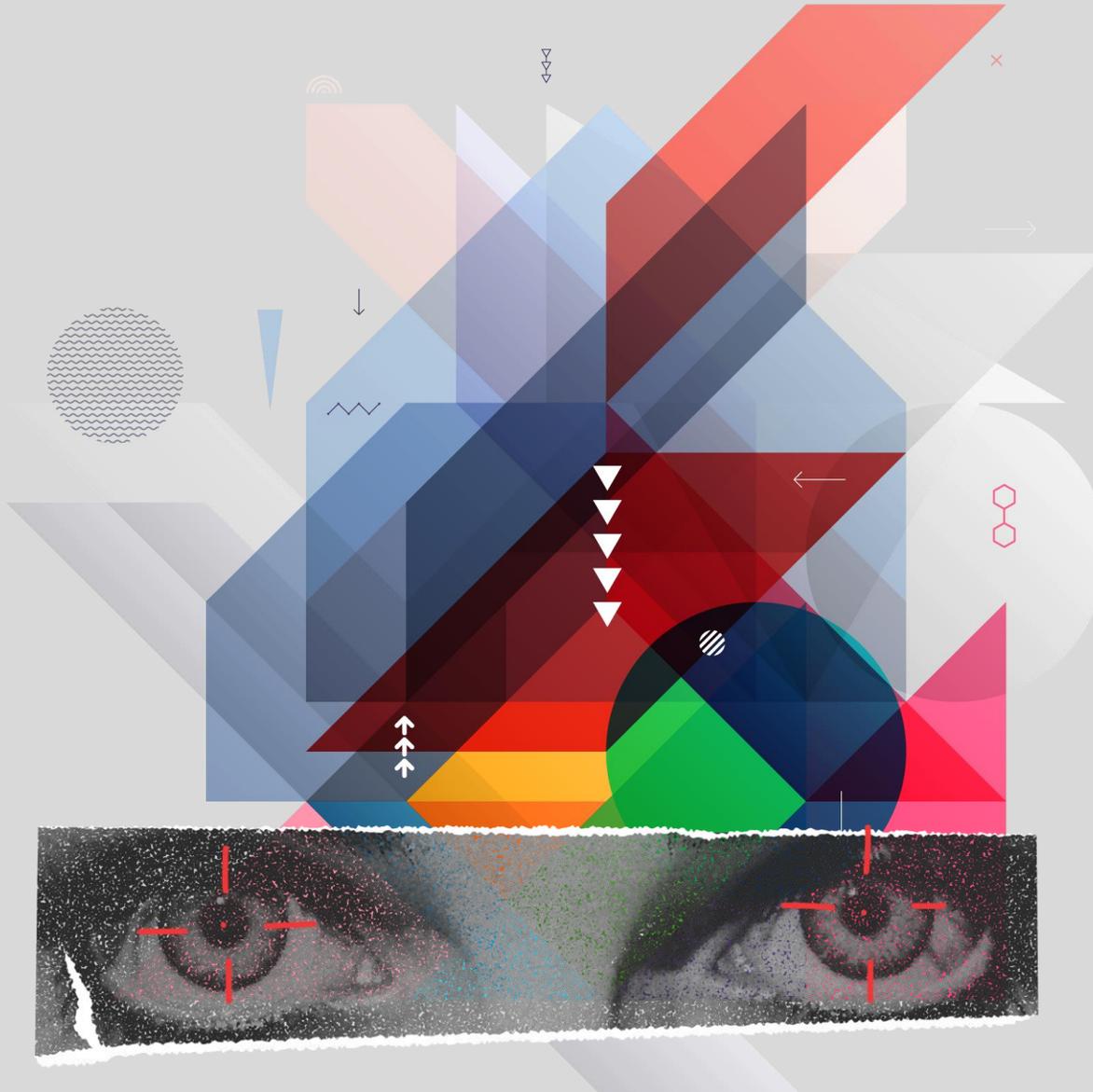
PRINCESA FAVORITA DE DISNEY

¿Y cuál es tu princesa favorita de las películas de Disney? %

■ Total ■ Hombre ■ Mujer



Casos: 700



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

www.cadem.cl