

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

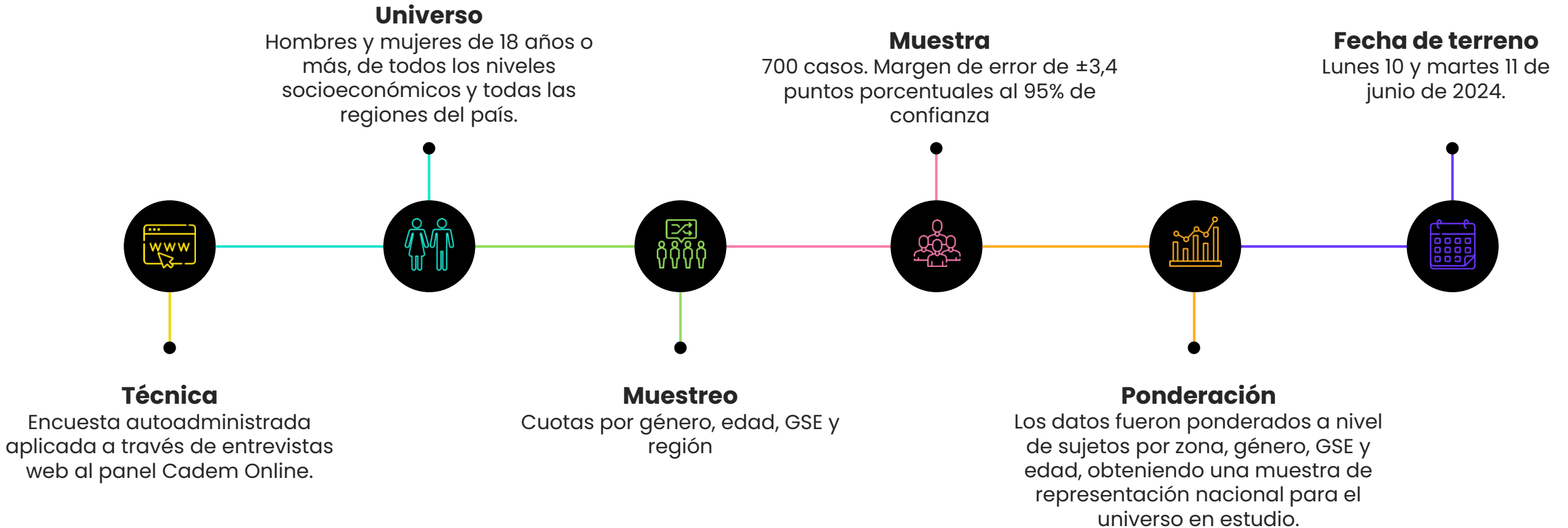
que una persona tiene de un producto,
servicio o empresa.



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



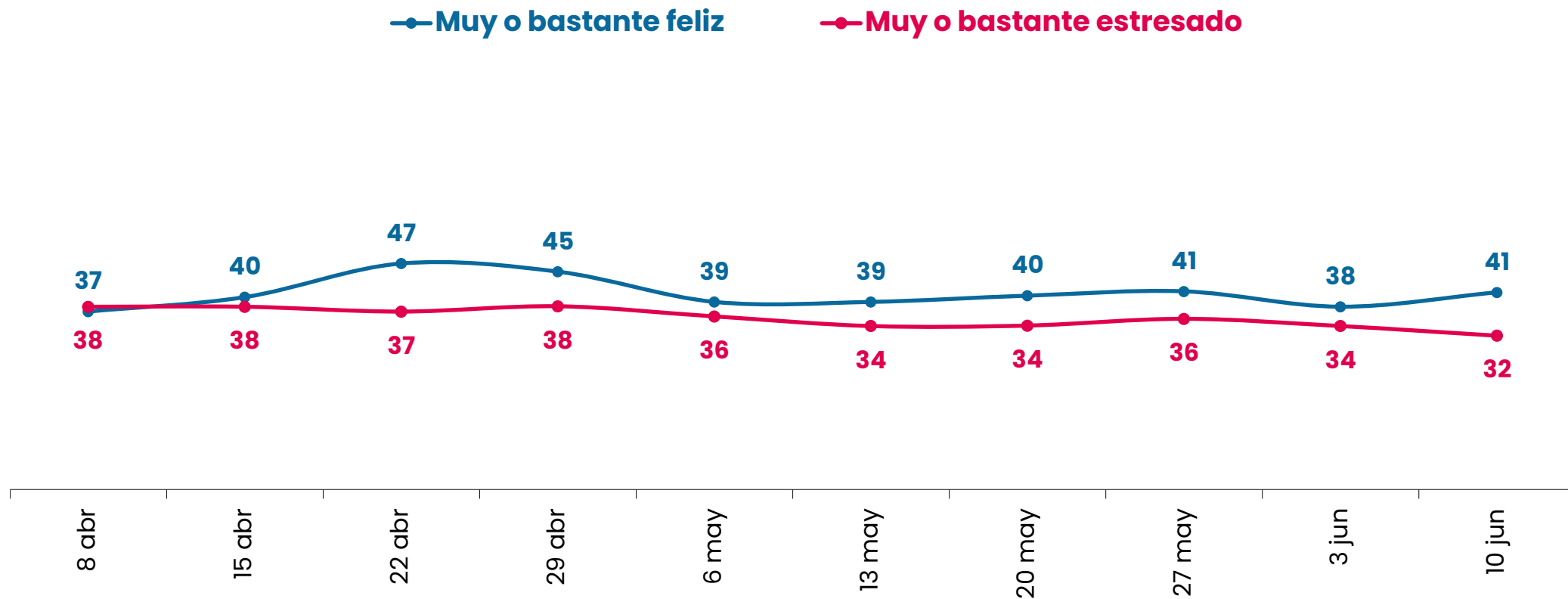
Daniel Jadue es nuevamente el personaje de la semana, aunque baja su nivel de menciones al **12%** (vs. 26% semana anterior)

- 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

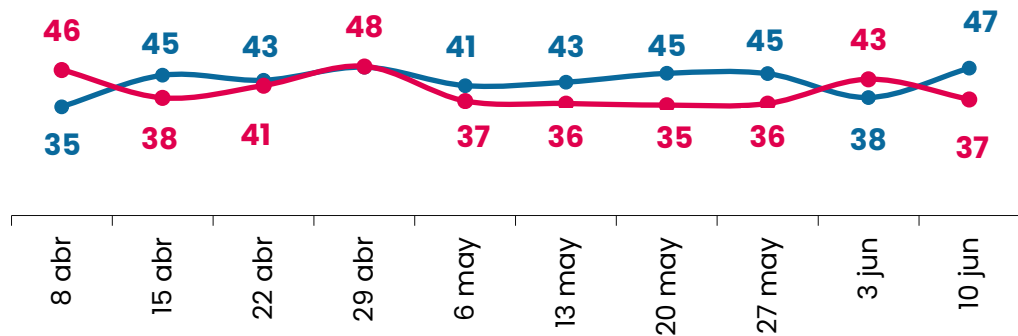
En una escala de 1 a 7, donde 1 es “nada de feliz” y 7 es “muy feliz”, ¿cómo calificarías tu **estado de ánimo actual**?

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

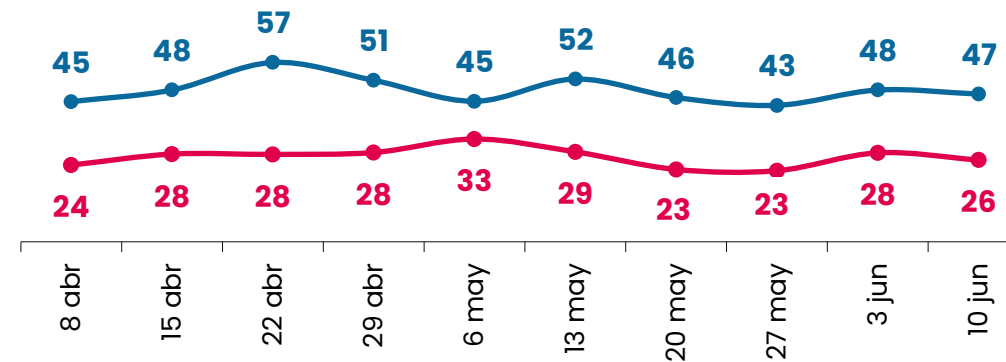
—●— Muy o bastante feliz

—●— Muy o bastante estresado

35-54 años



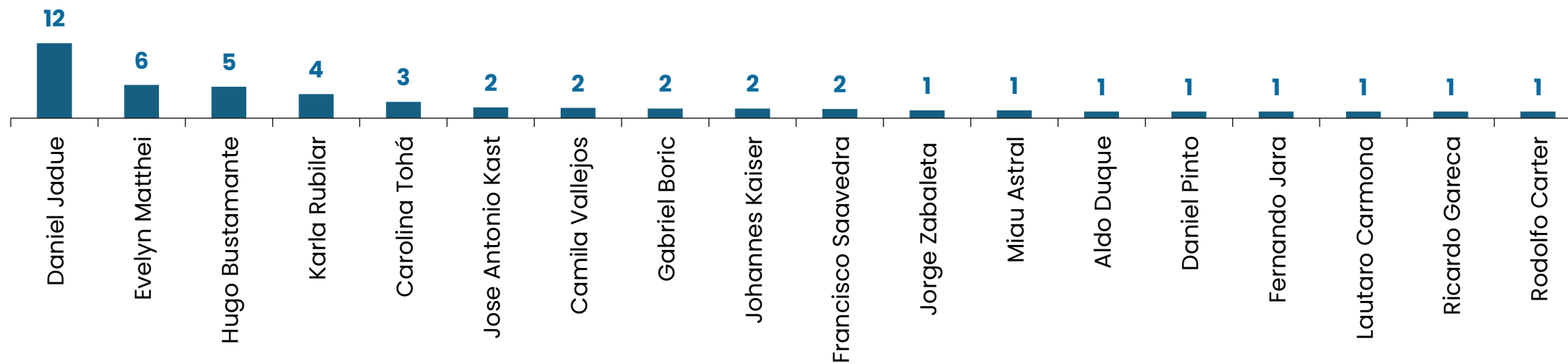
55+ años



Casos: 700

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



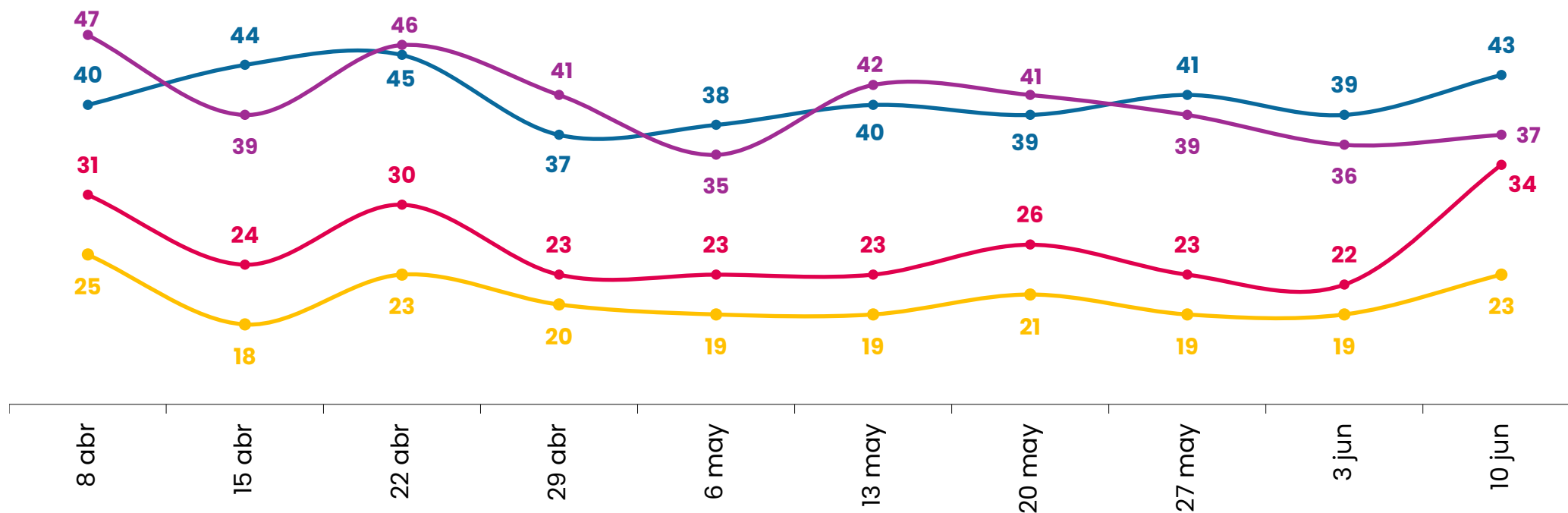
Posibilidad de adquirir **bienes y servicios** llega

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.

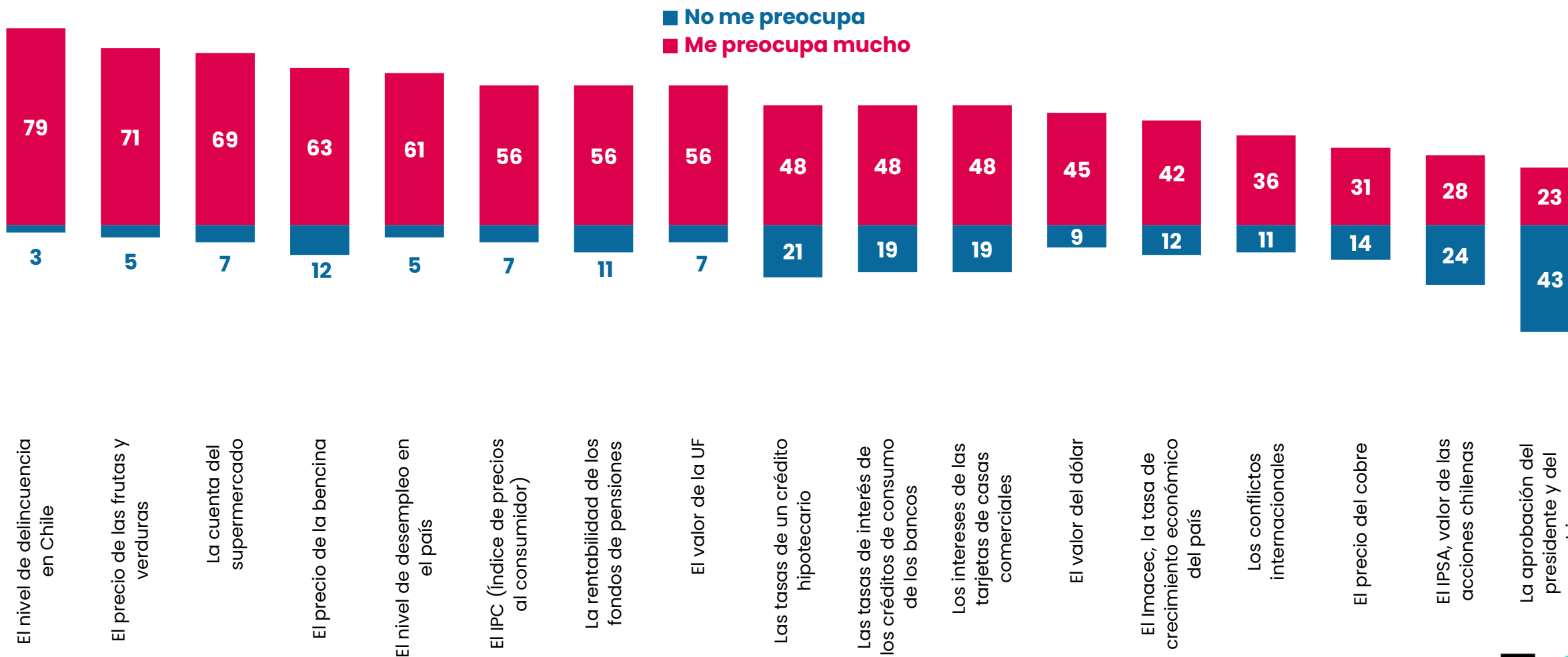
EXPECTATIVAS DE CONSUMO

- 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? %



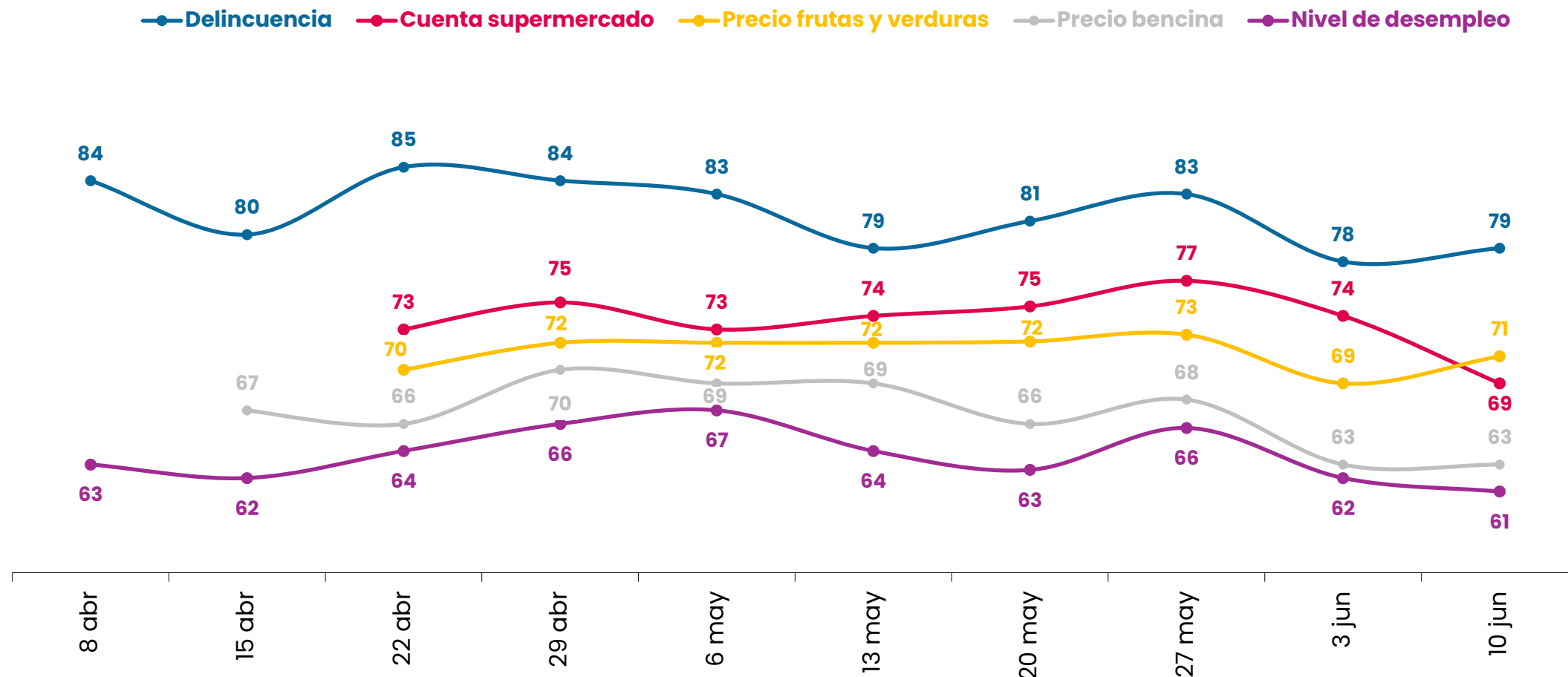
Casos: 700

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



TOP 5: TEMAS QUE GENERAN PREOCUPACIÓN

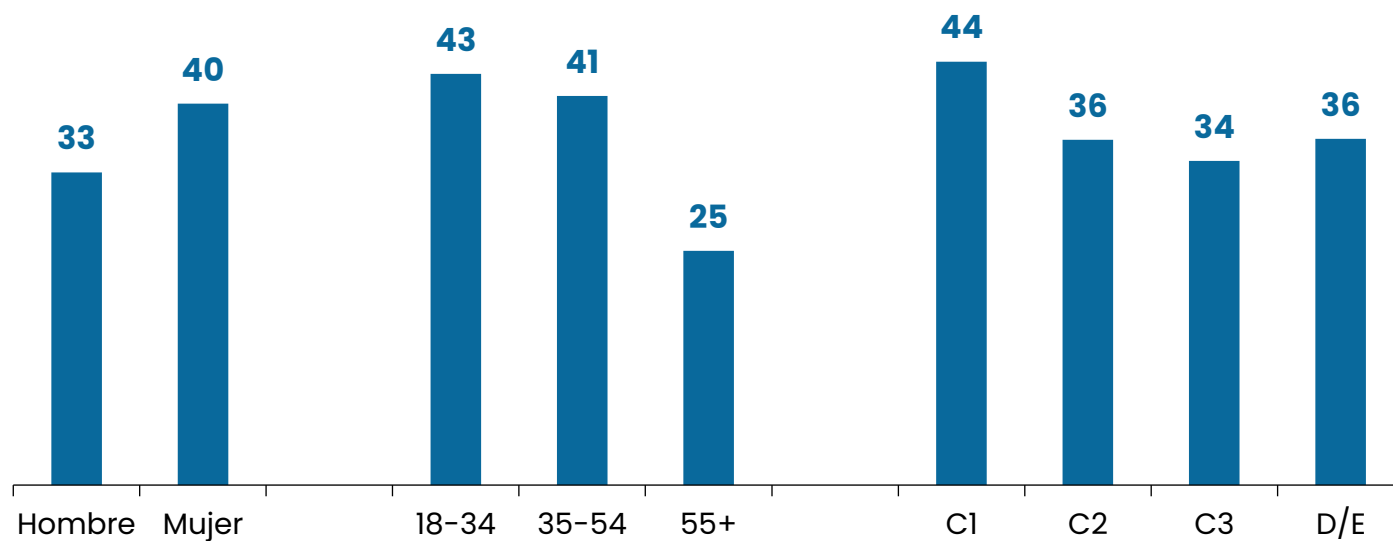
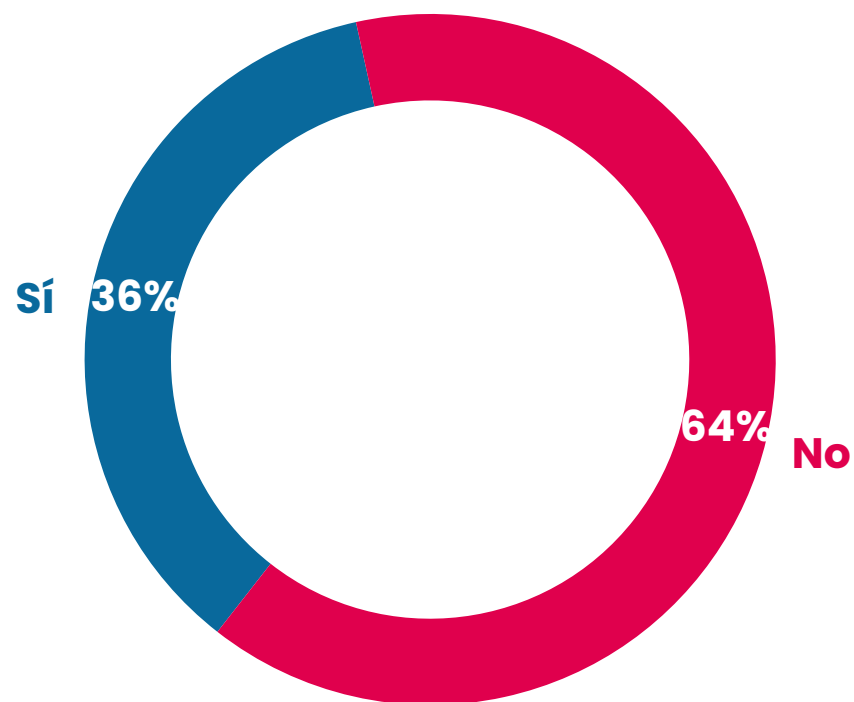
¿Cuánto te preocupan los siguientes temas? % Me preocupa mucho



Casos: 700

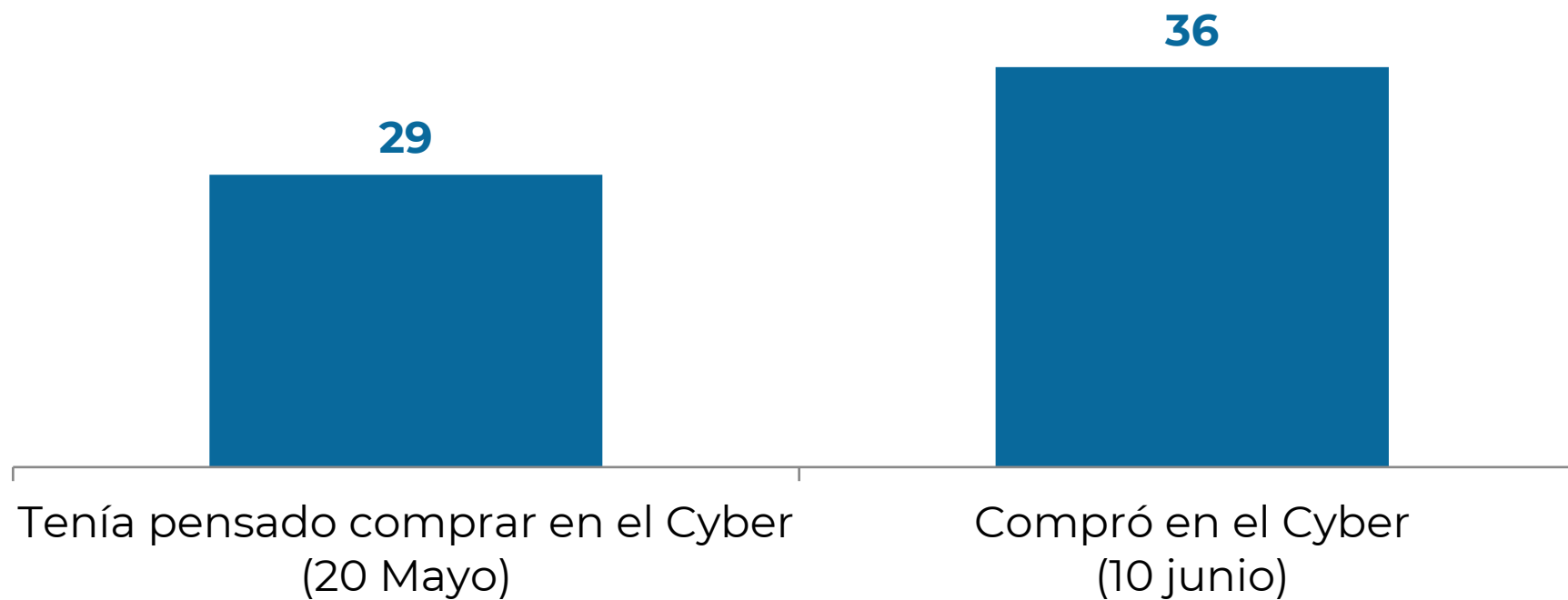
CYBER

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



Casos: 700

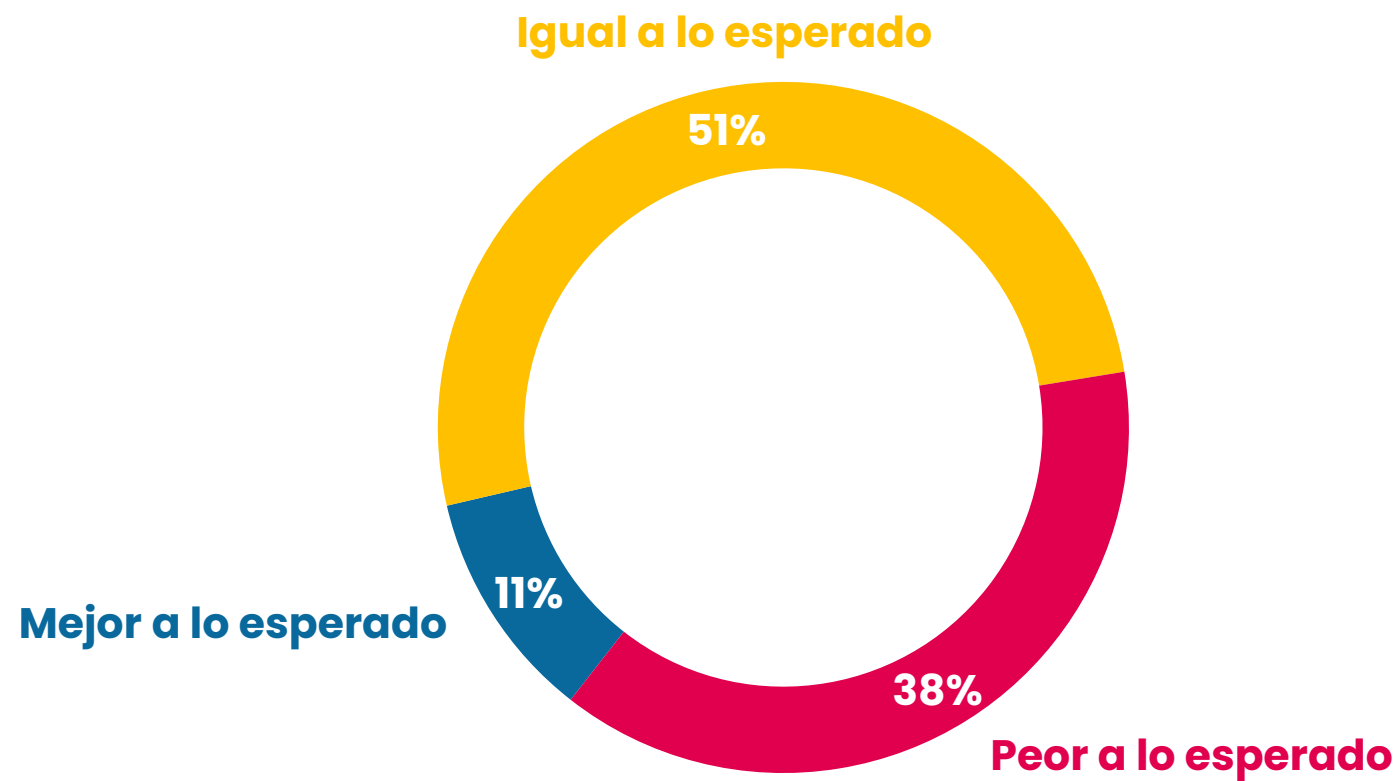
CYBER: PROYECCIÓN DE COMPRA Y COMPRA REAL



Casos: 700

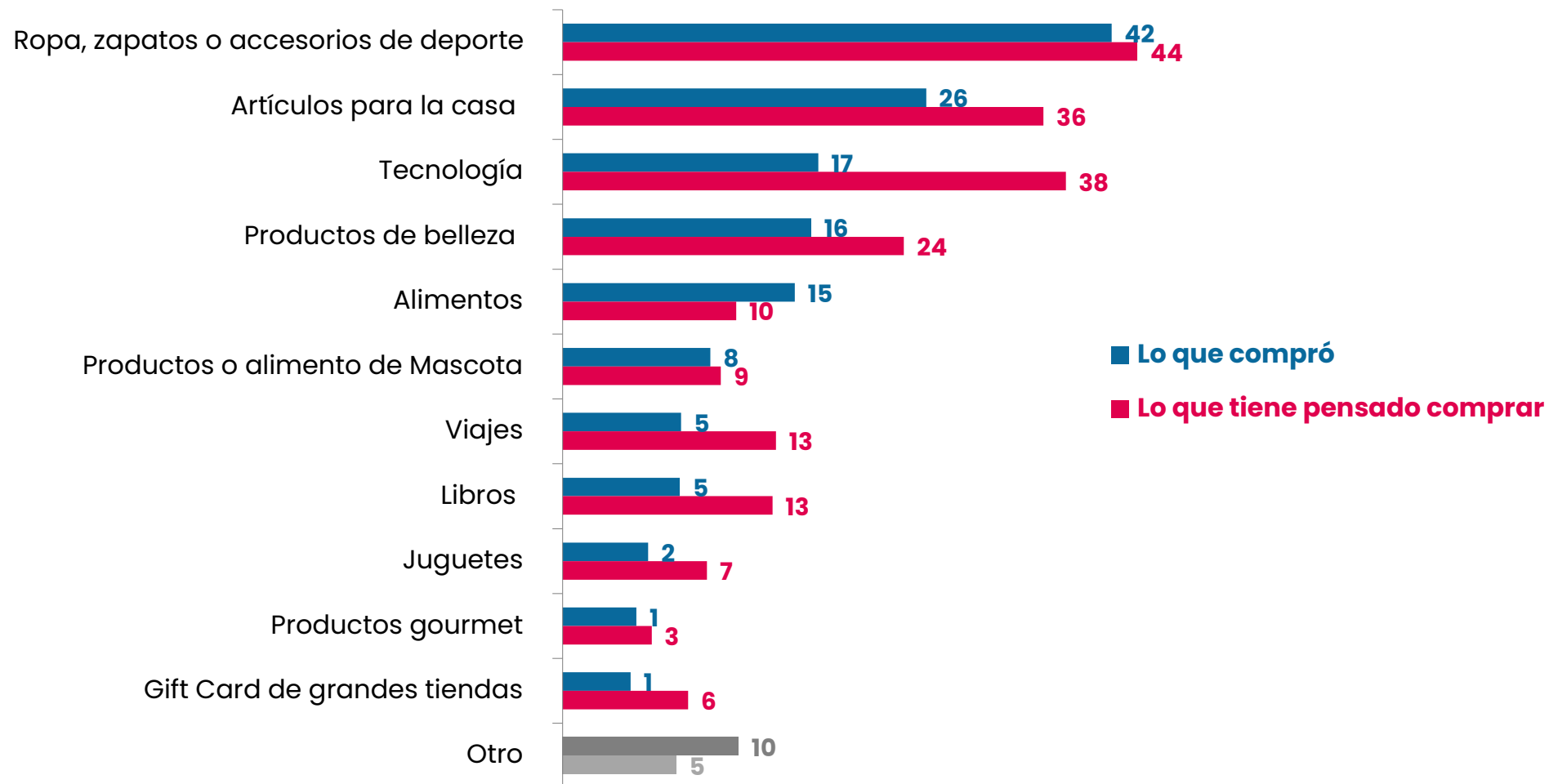
EVALUACIÓN DEL CYBER

¿Cómo evaluarías el cyber? %



PRODUCTOS DE COMPRA EN CYBER

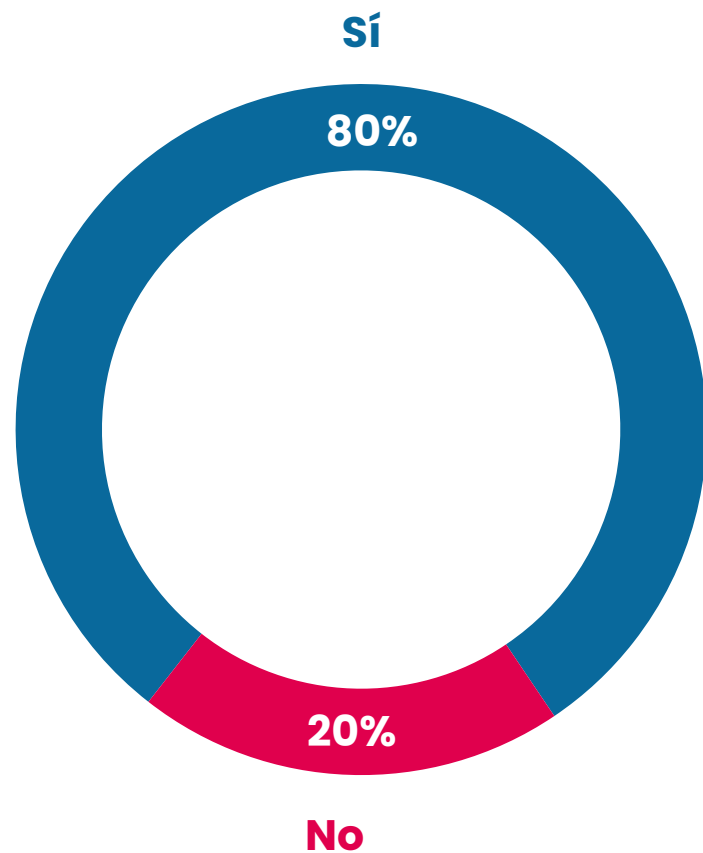
¿Qué compraste?; ¿Qué tienes pensado comprar? %



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

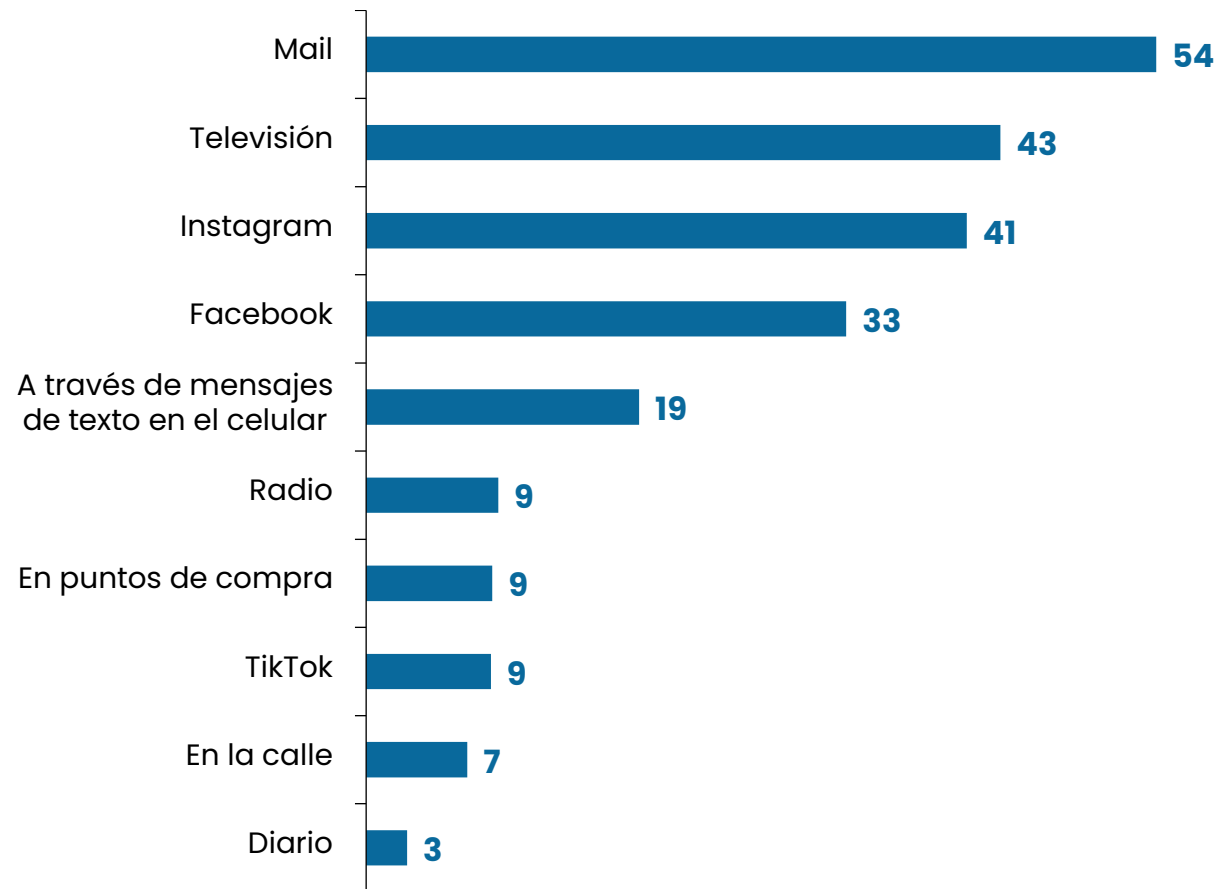
PUBLICIDAD DEL CYBER

¿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

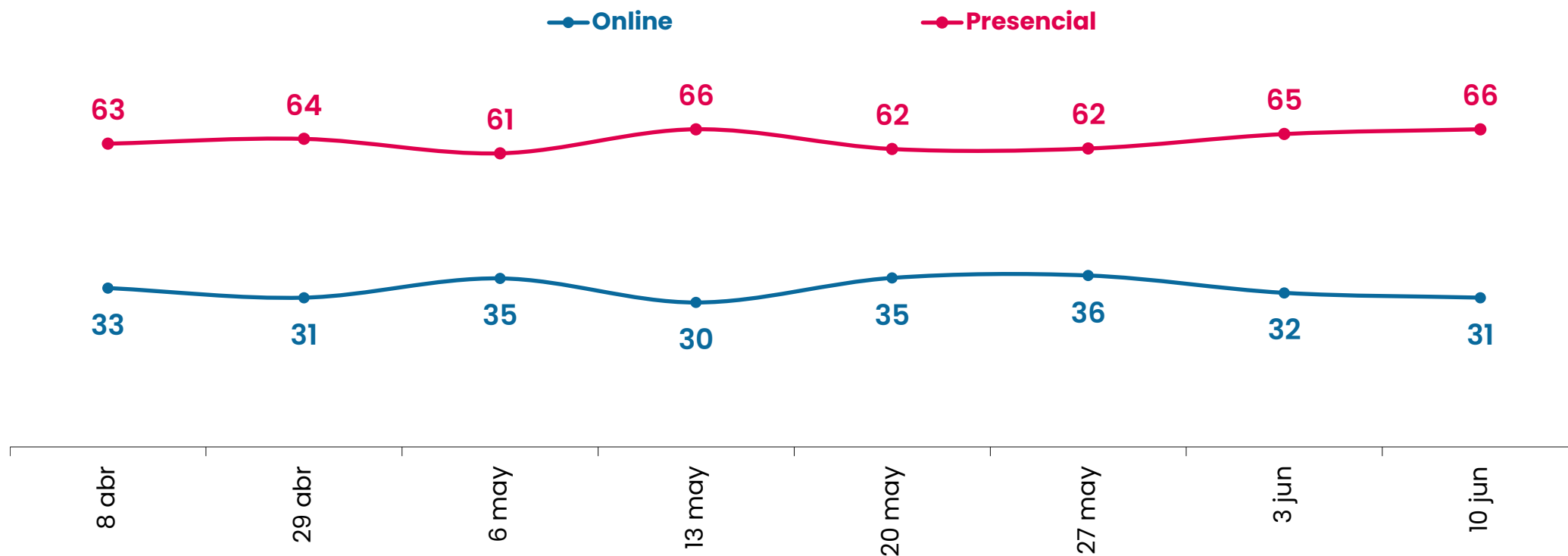


Un **38%** ha pensado en cambiarse de empresa de **compañía de seguro** en lo que va del año

- **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? %

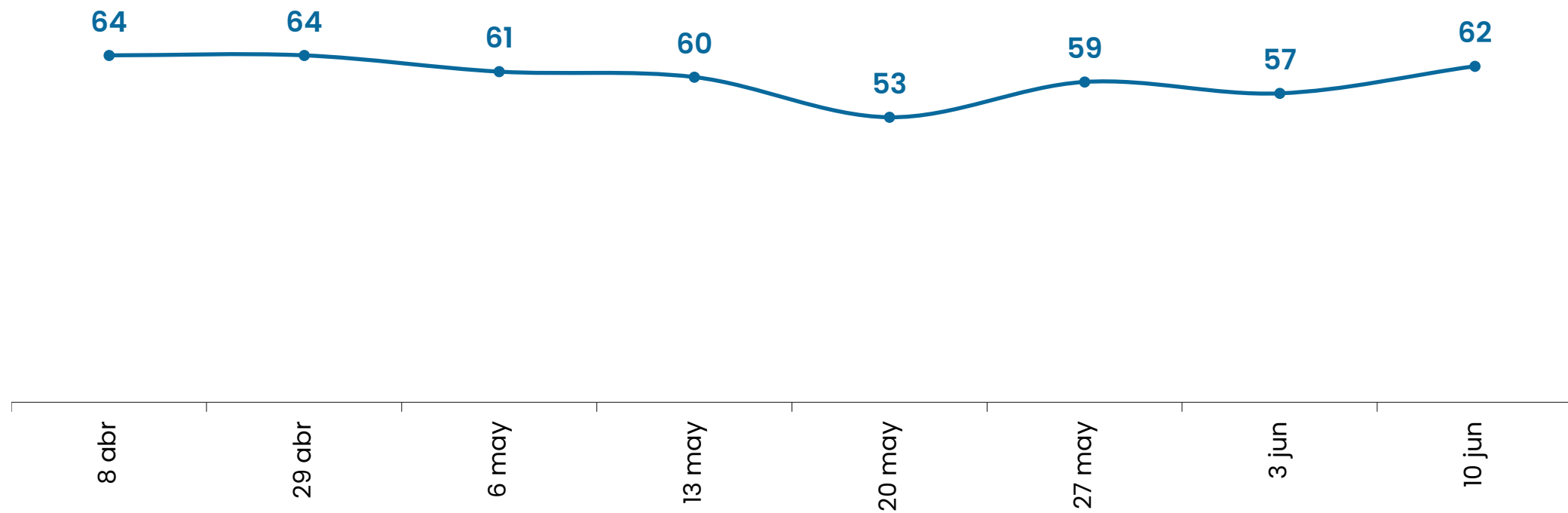


Casos: 700

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

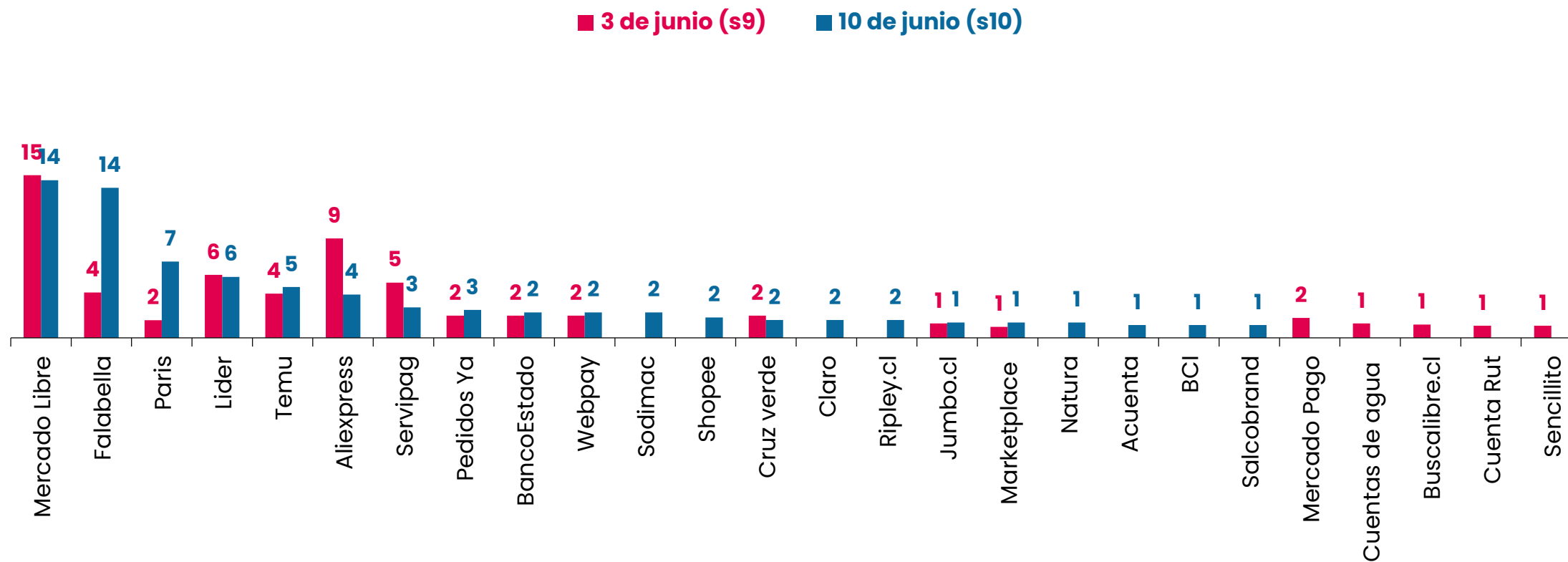
COMPRA ONLINE EN LA ÚLTIMA SEMANA

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



PLATAFORMA DE COMPRA ONLINE

¿En qué plataforma compraste? % Espontánea

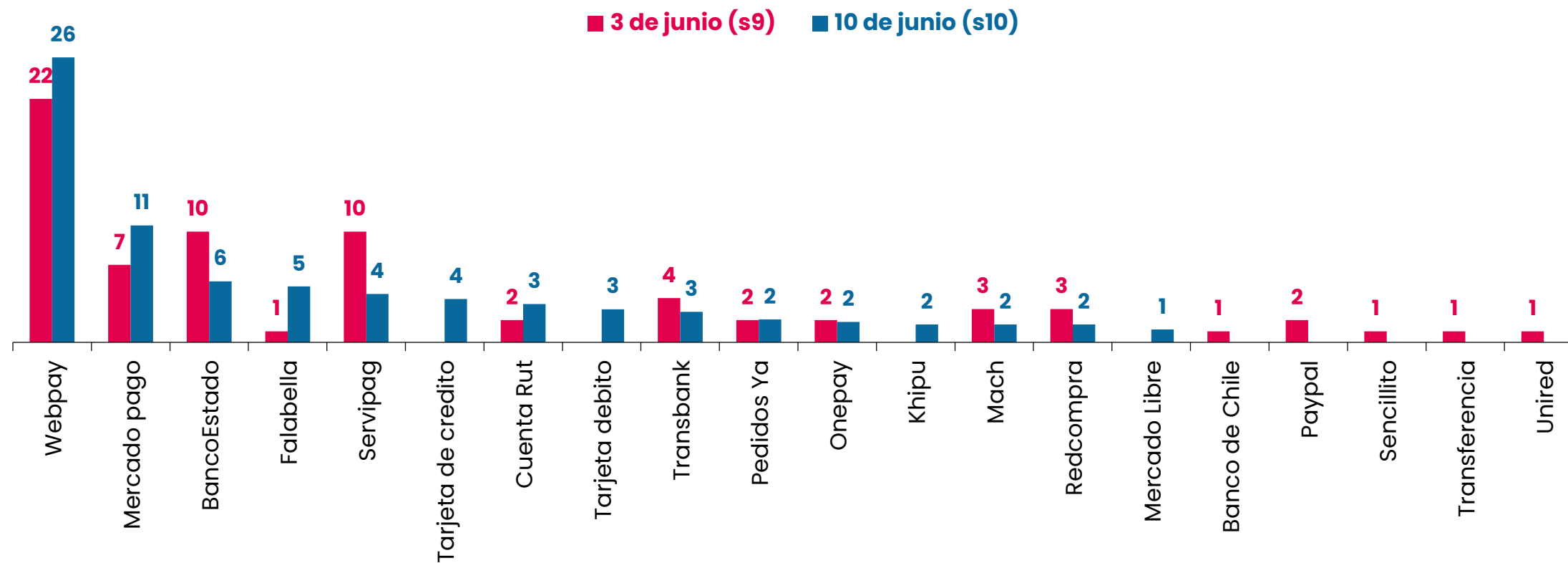


Casos: Entre quienes compraron o pagaron algo de manera online durante los últimos 7 días s9 N=397; s10 N=435

*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**

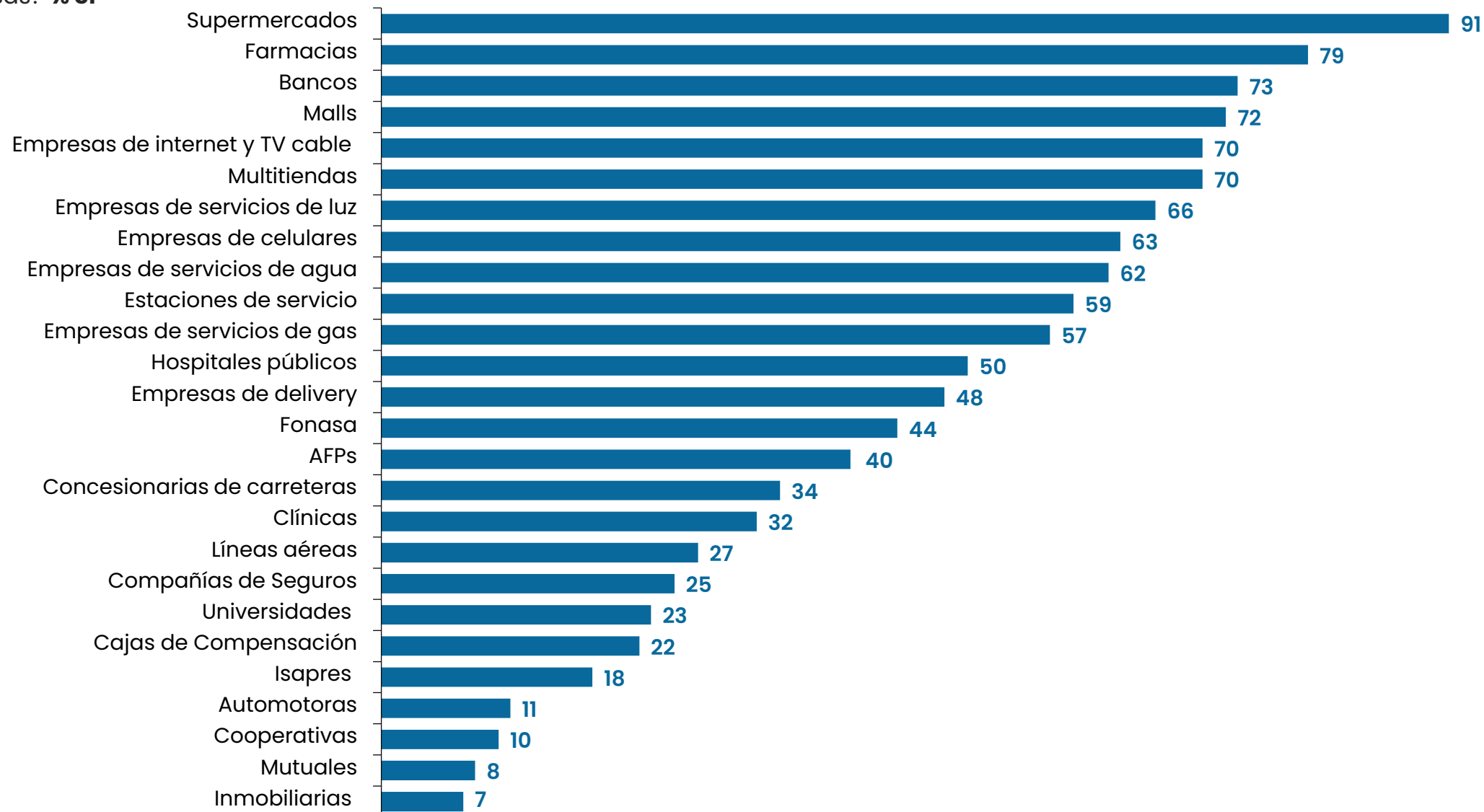


Casos: Entre quienes compraron o pagaron algo de manera online durante los últimos 7 días s9 N=397; s10 N=435

*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

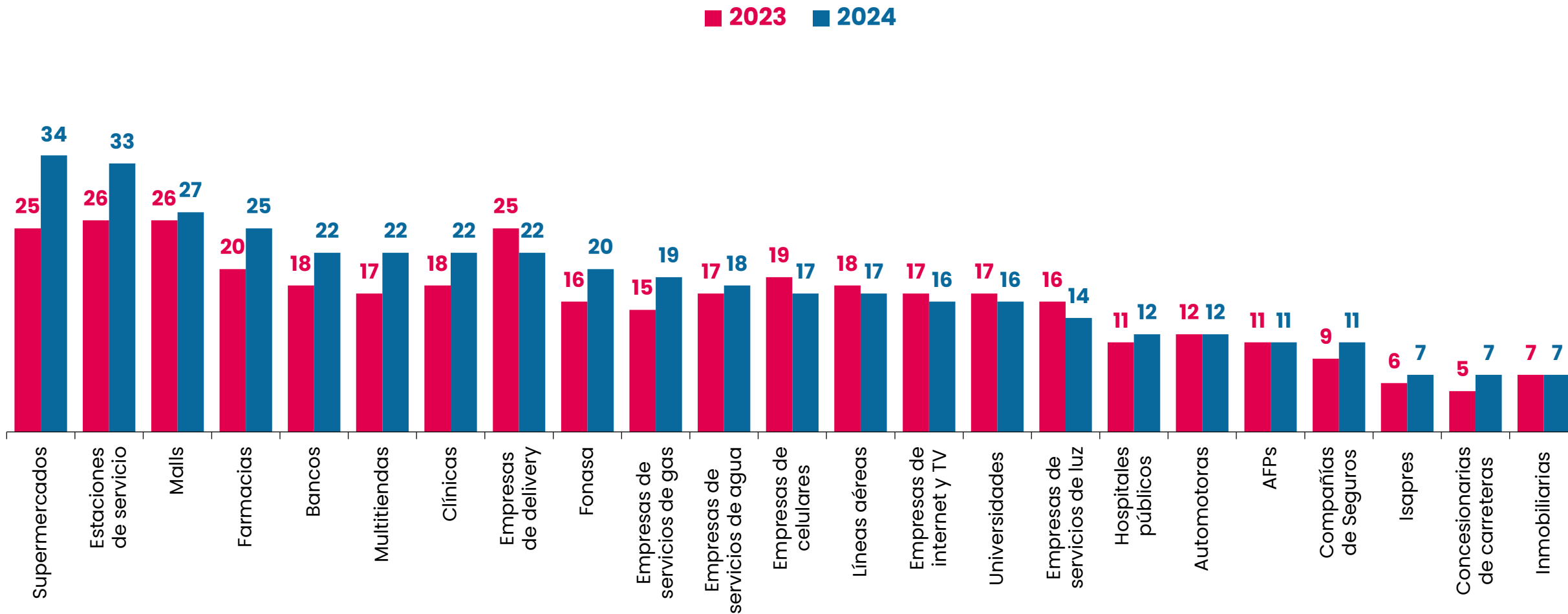


Casos: 700

EVOLUTIVO: EVALUACIÓN DE INDUSTRIAS

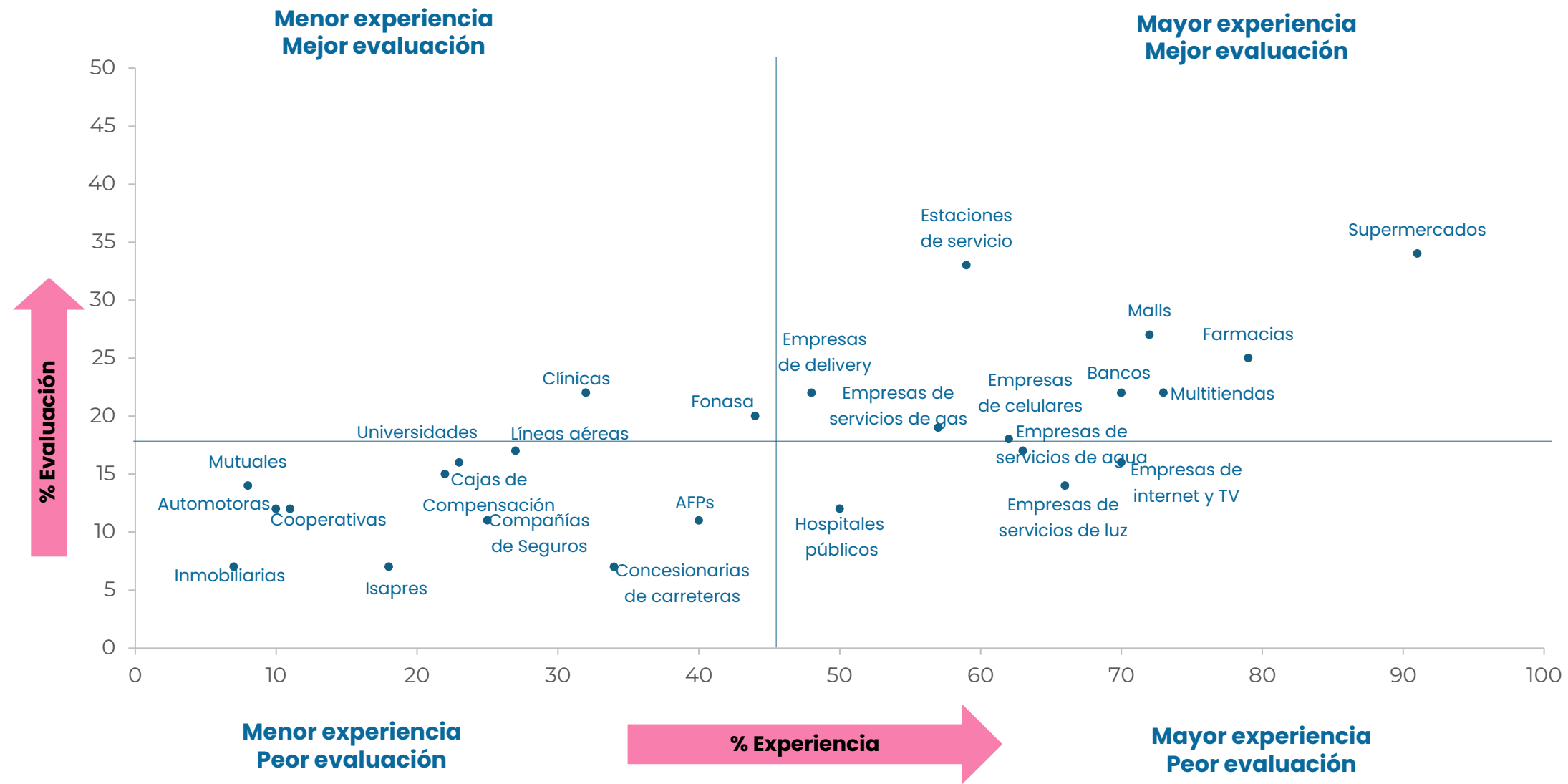
Usando una escala de 1 a 7 como en el colegio, donde 1 es “pésimo” y 7 es “excelente”,
¿Cómo evaluarías la forma en que las siguientes industrias se relacionan con sus clientes/consumidores?

% Notas 6 y 7



Casos: 2023 N=1000
2024 N=700

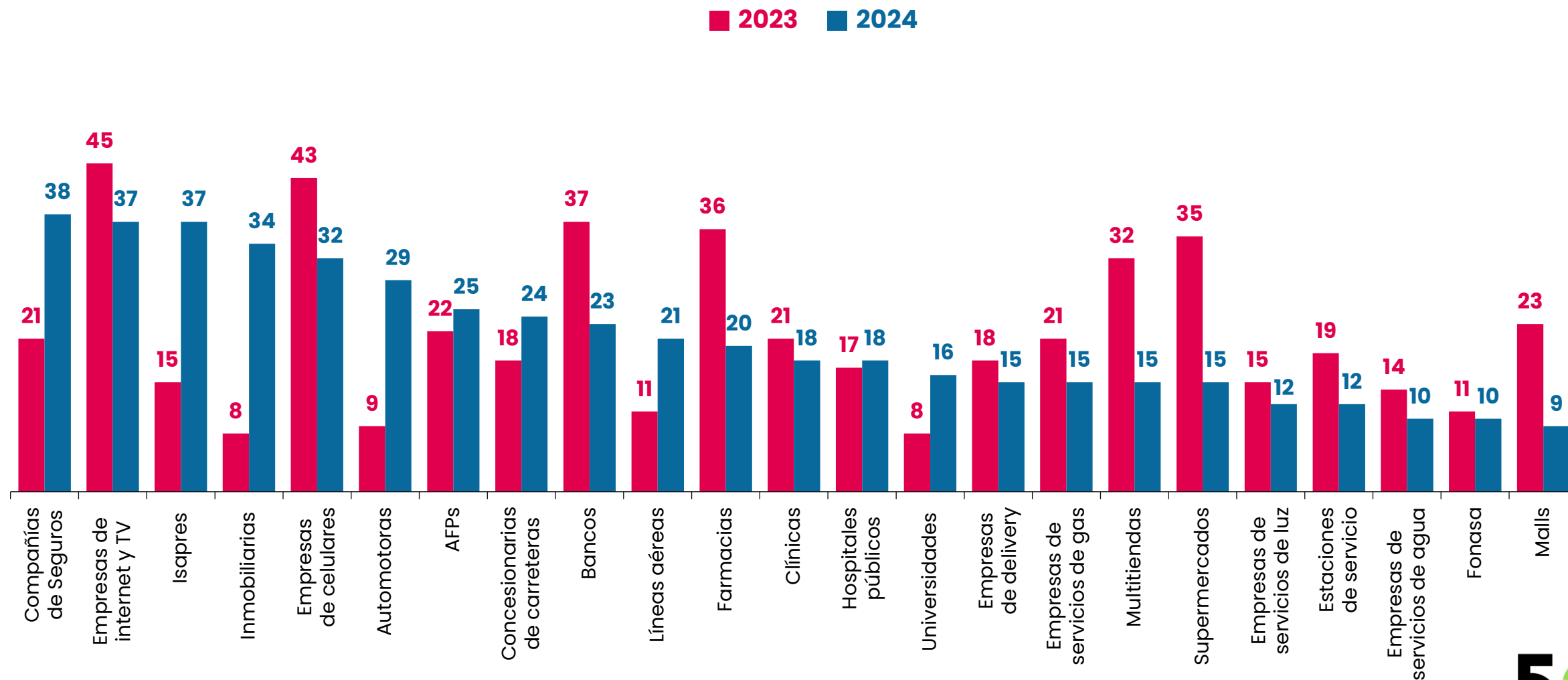
EXPERIENCIA Y EVALUACIÓN DE INDUSTRIAS



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



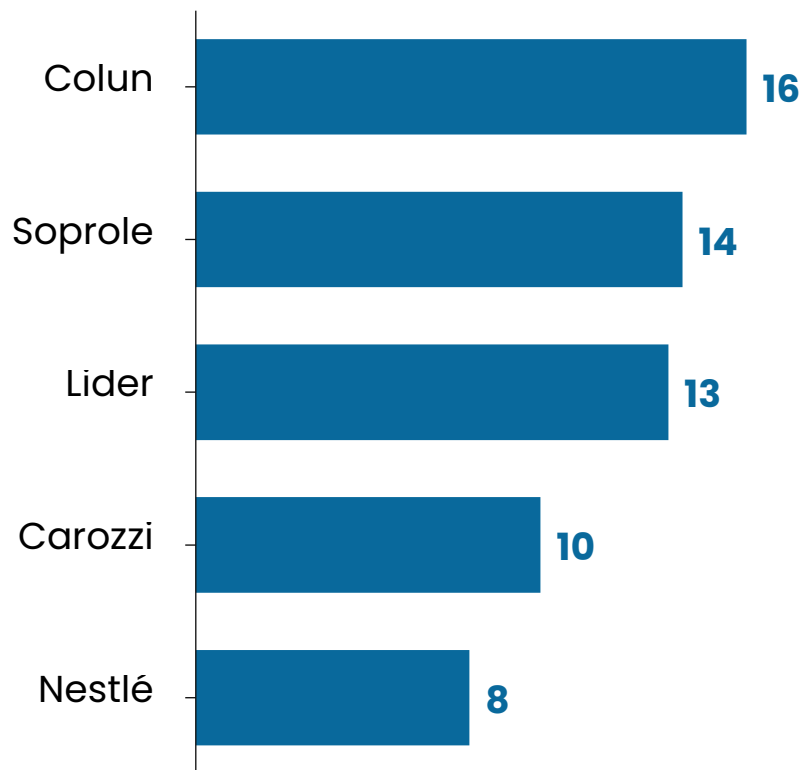
04

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

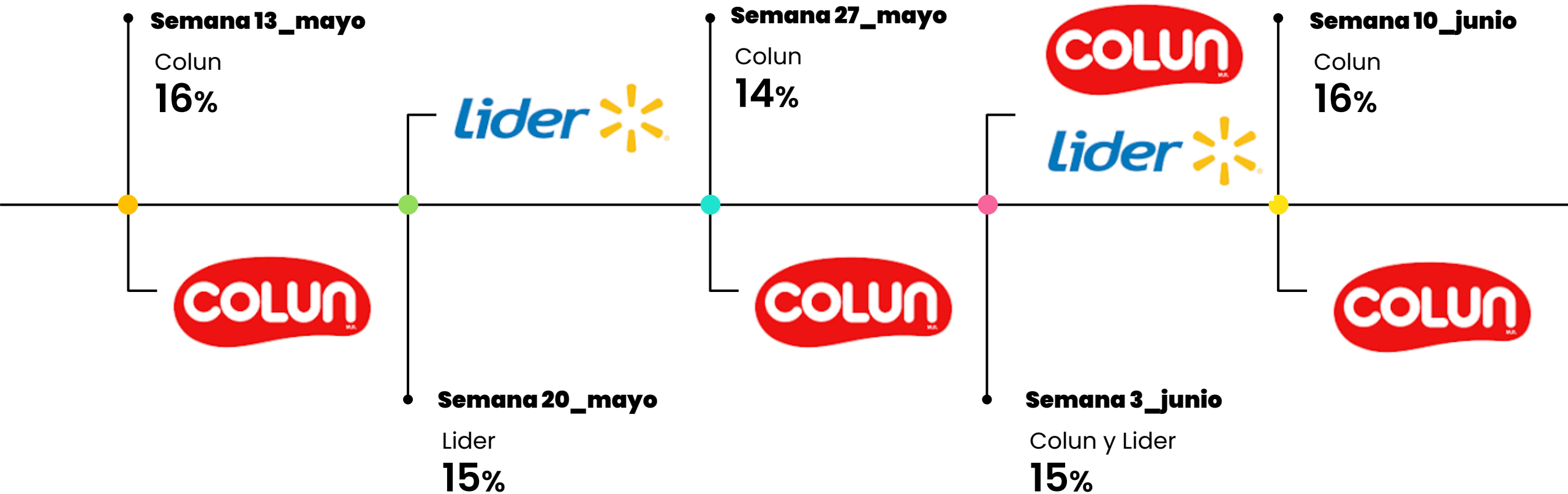
Pensando en las marcas que son relevantes en tu vida, ¿cuál es la primera que viene a tu mente? % Espontáneo



Casos: 700

EVOLUTIVO: MARCAS RELEVANTES

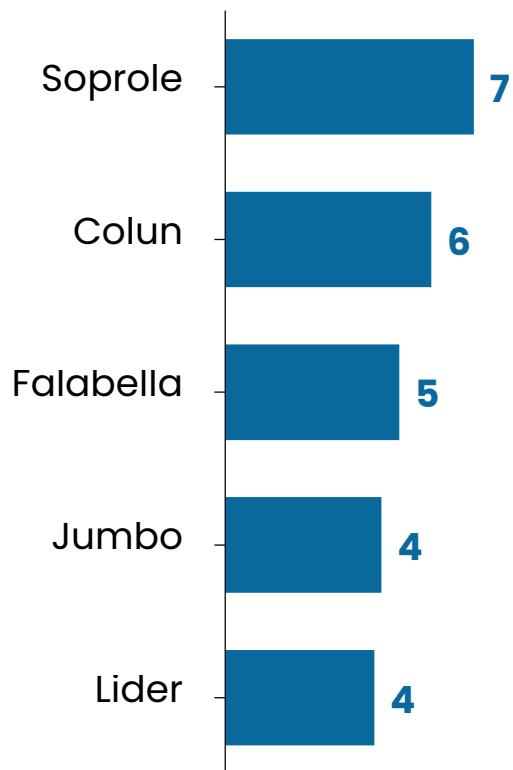
Pensando en las marcas que son relevantes en tu vida, ¿cuál es la primera que viene a tu mente? % Espontáneo



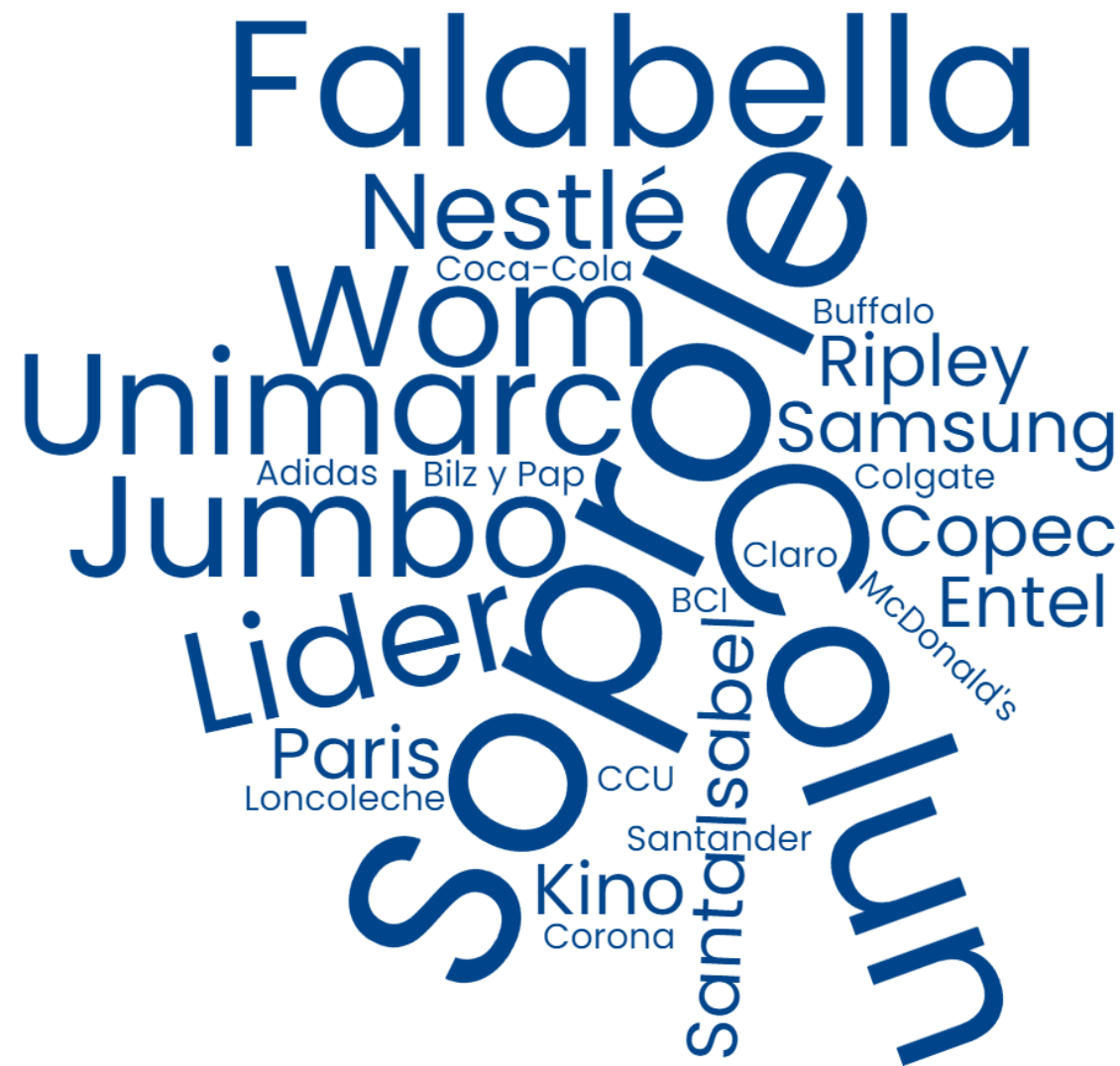
Casos: 700

PUBLICIDAD MEMORABLE: TOP 5

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

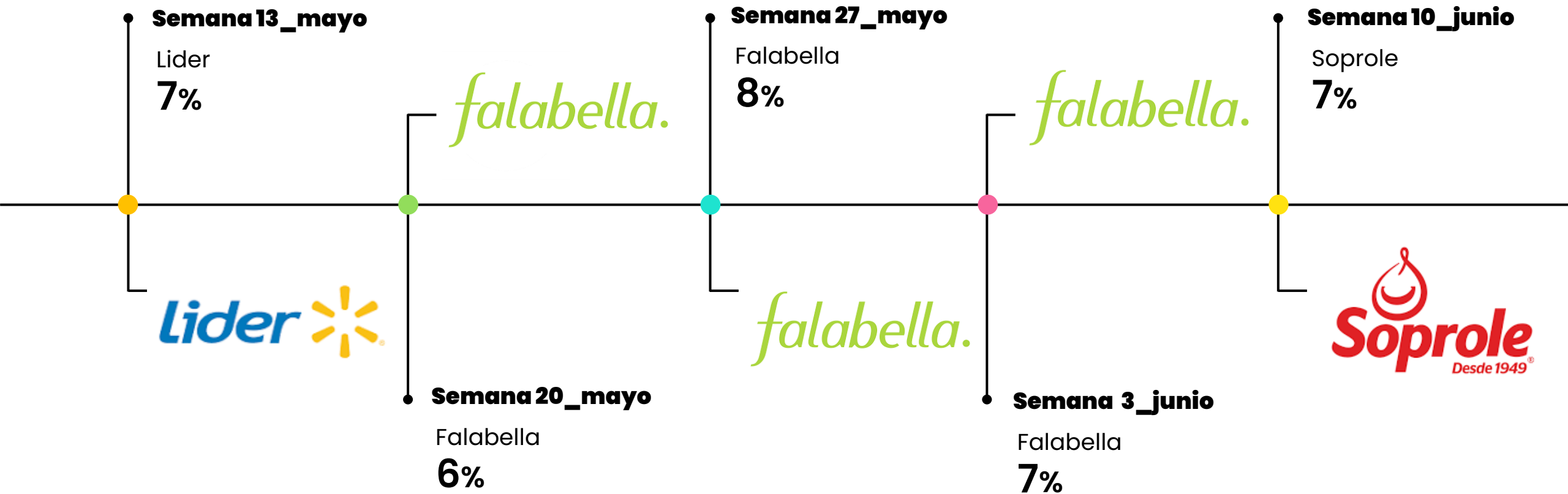


Casos: 700



EVOLUTIVO: PUBLICIDAD MEMORABLE

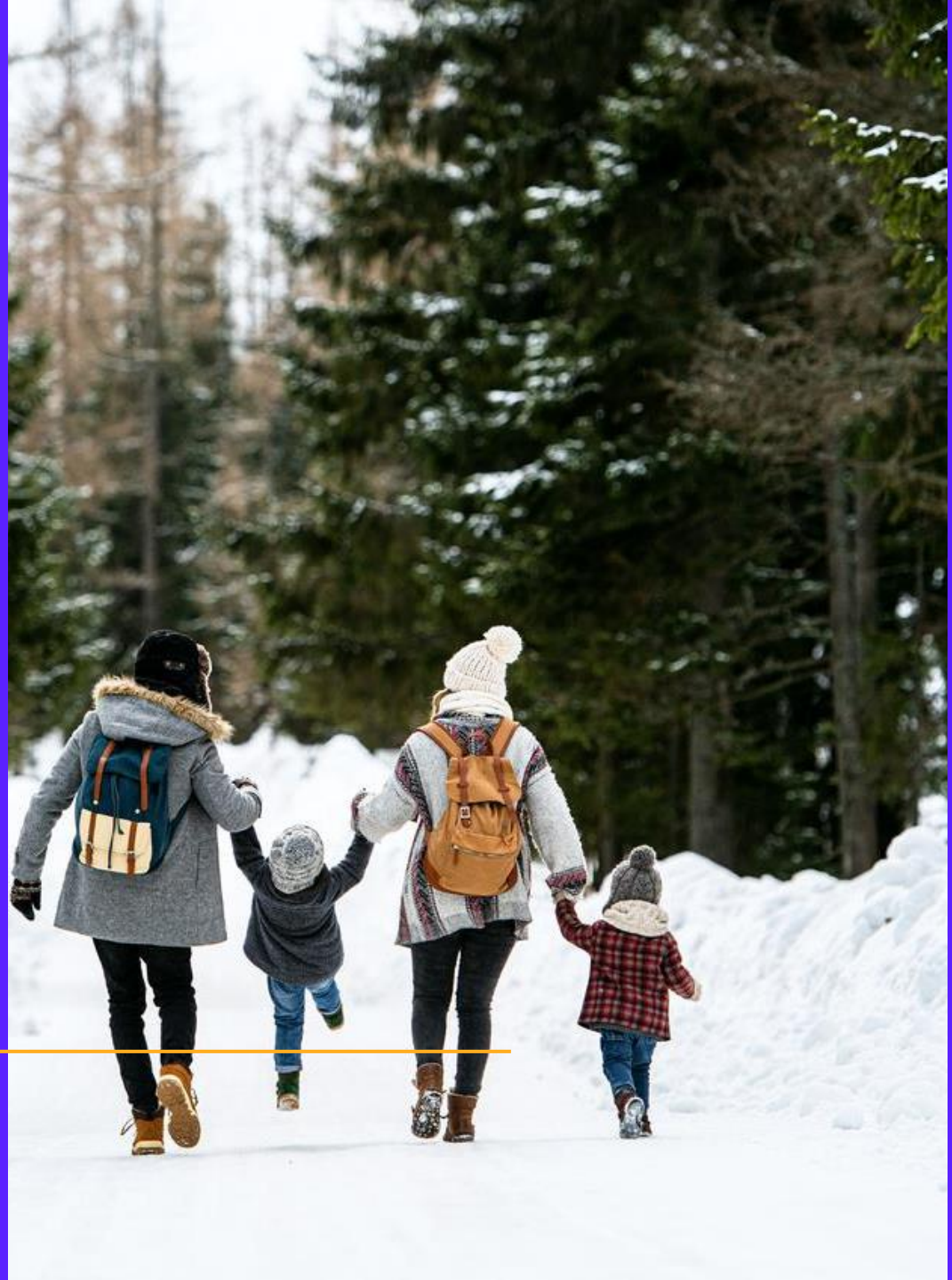
¿De qué marcas has visto publicidad que te haya gustado esta semana? % Espontáneo



Casos: 700

Coyuntura: Vacaciones y Disney

05

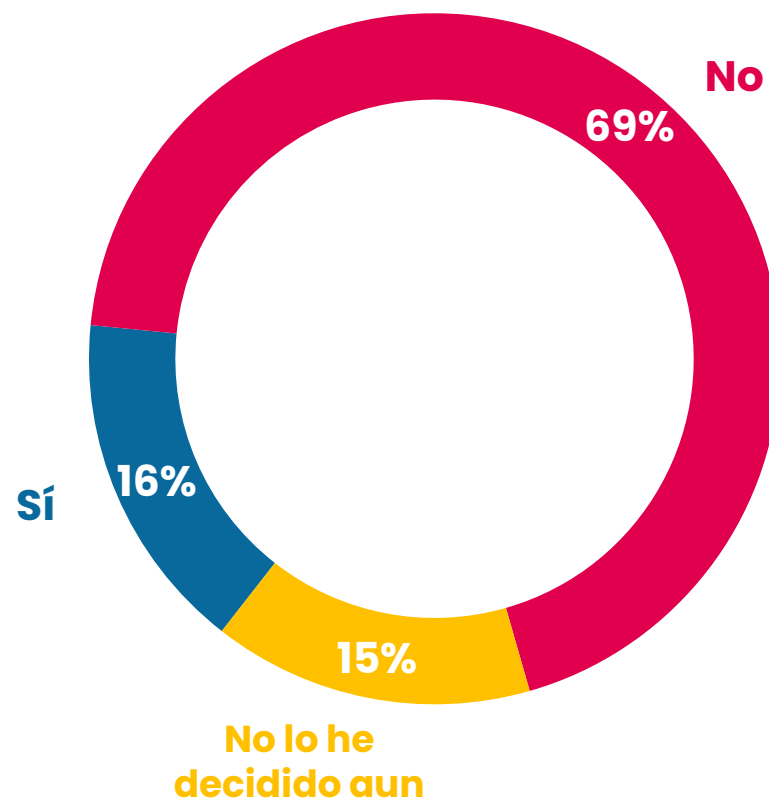


16% declara que tomará **vacaciones** de invierno, pero **55% realizará al menos un panorama**

- 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%).

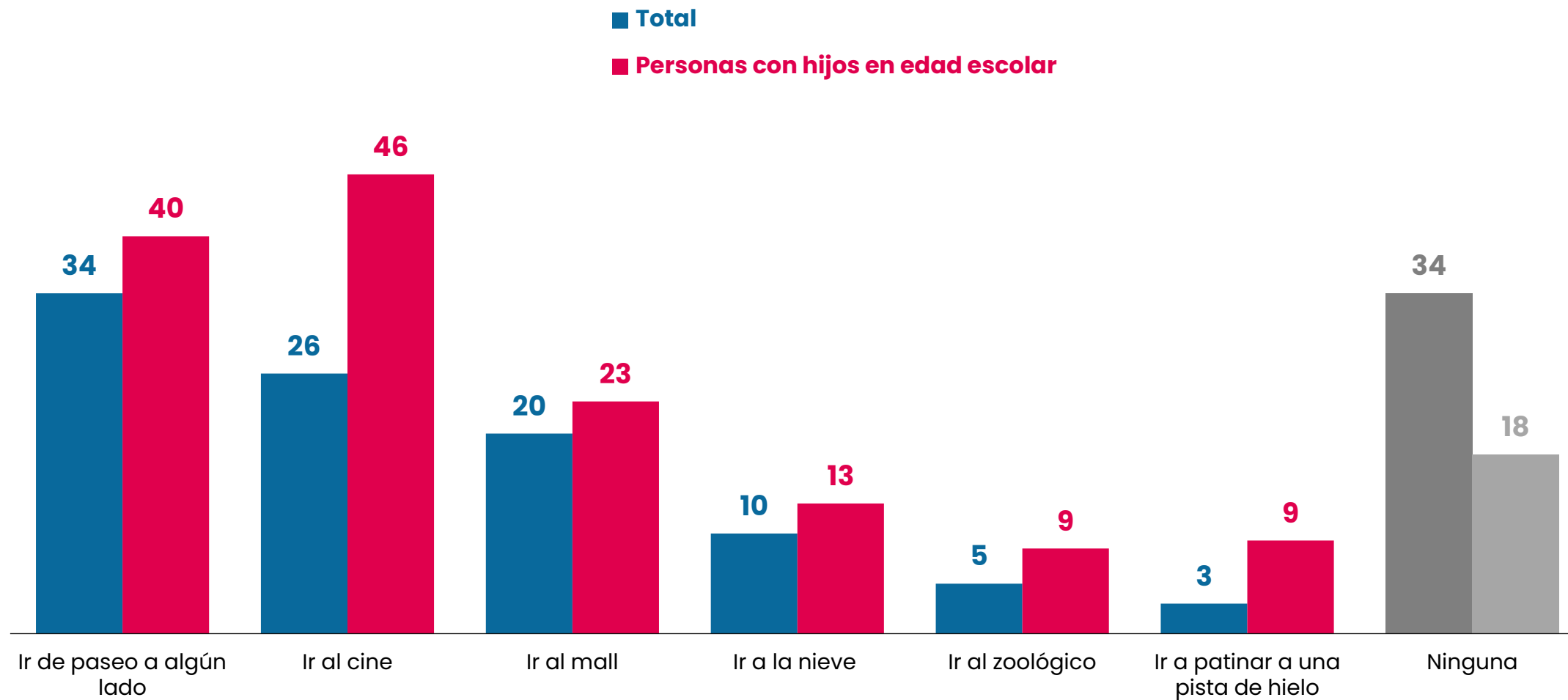
VACACIONES DE INVIERNO

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? %

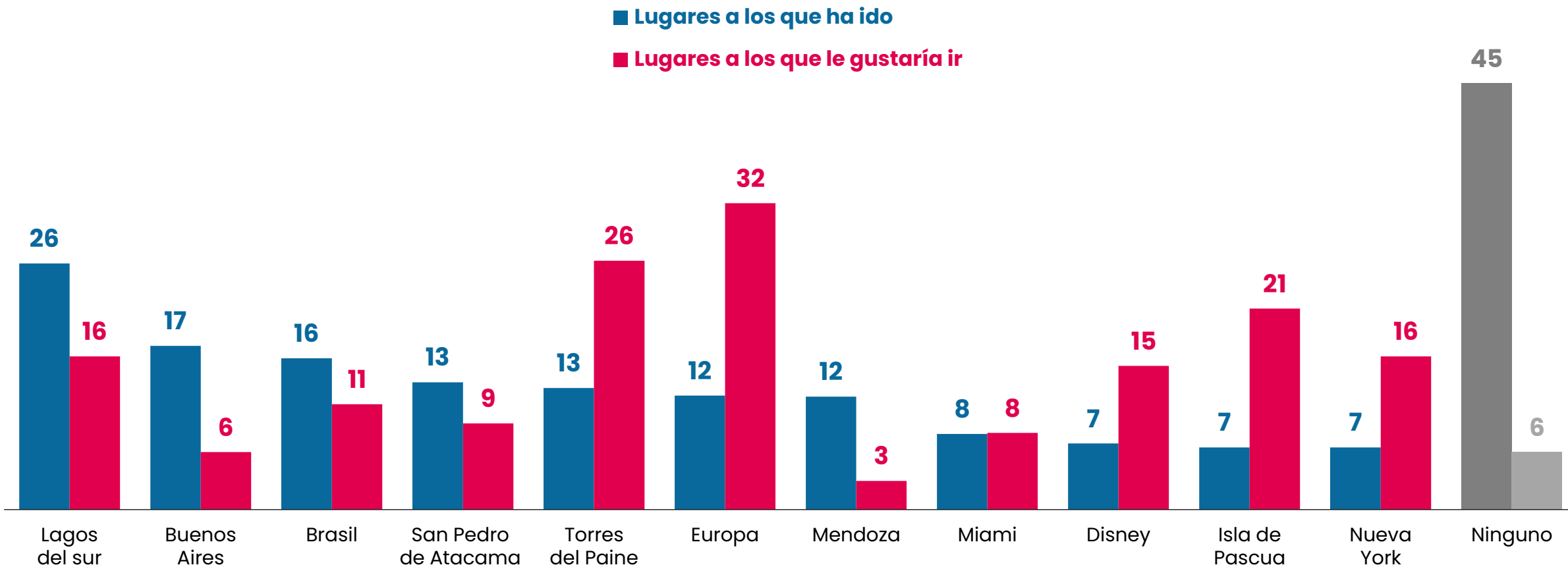


Casos: Total muestra N=700;
Personas con hijos en edad
escolar N=194

LUGARES DE VACACIONES QUE HA IDO

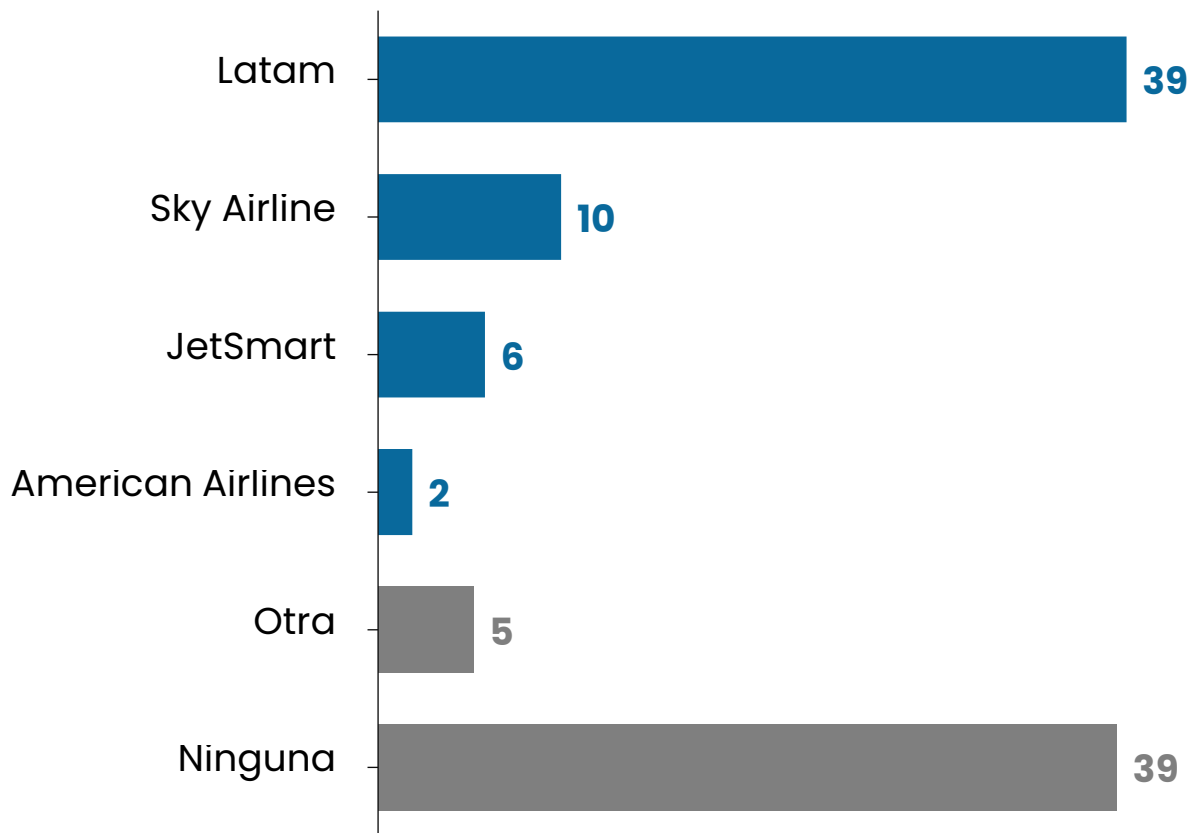
¿A cuál de los siguientes lugares has ido de vacaciones? %

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

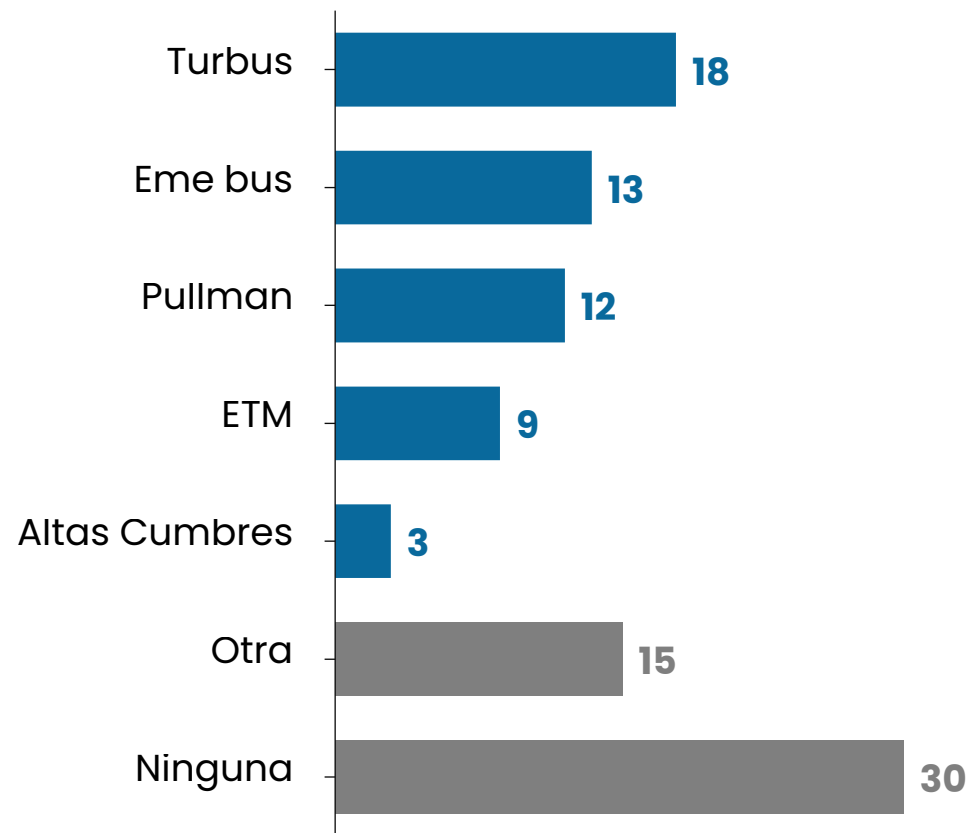


LINEAS DE TRANSPORTE FAVORITAS

¿Cuál es tu línea aérea favorita? %

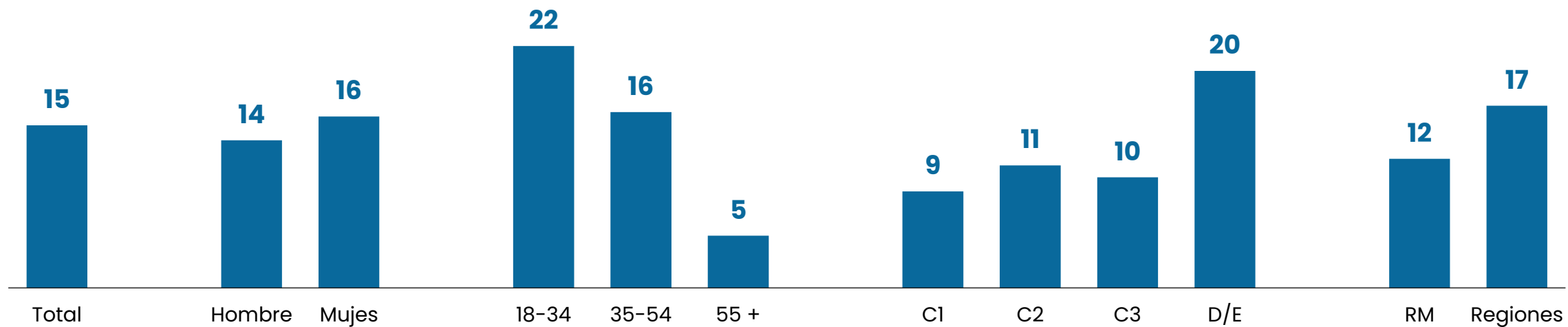


¿Cuál es tu línea de bus favorita? %



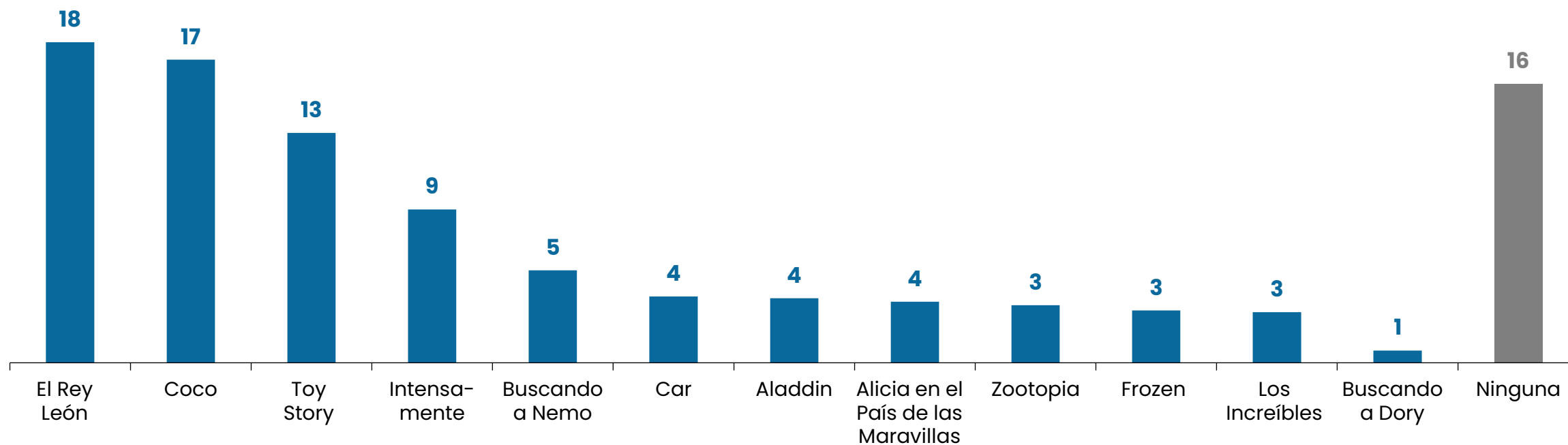
QUIENES ELEGIRÍAN DISNEY COMO DESTINO DE VACACIONES

¿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? %

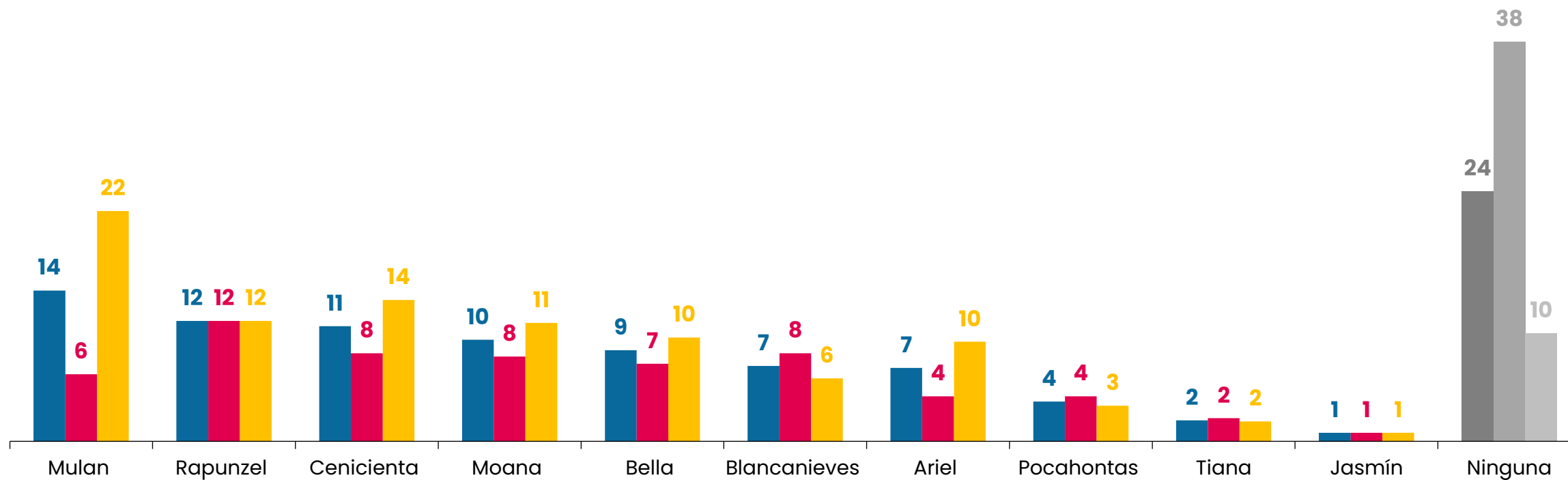


Casos: 700

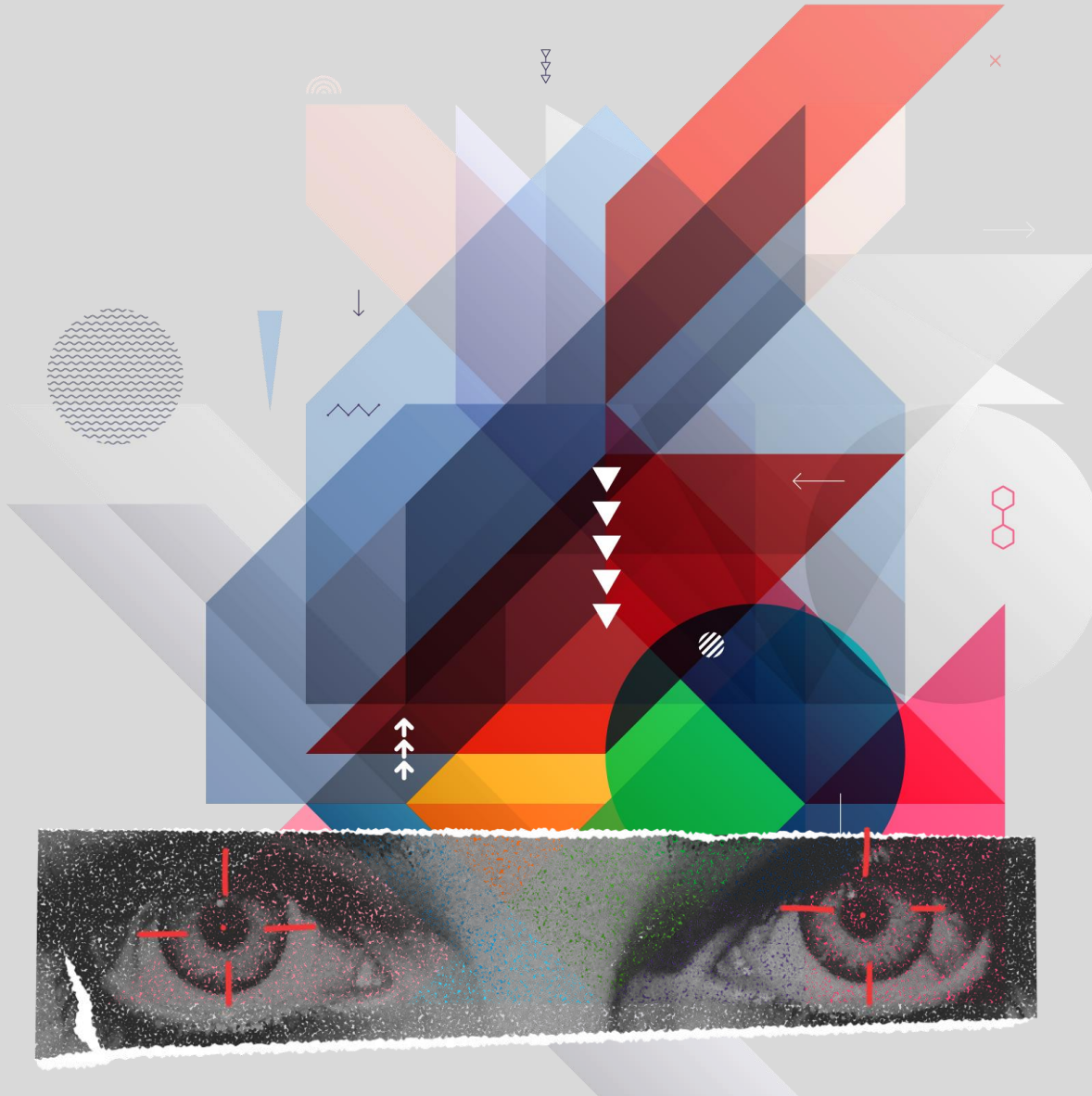
PRINCESA FAVORITA DE DISNEY

¿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