

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

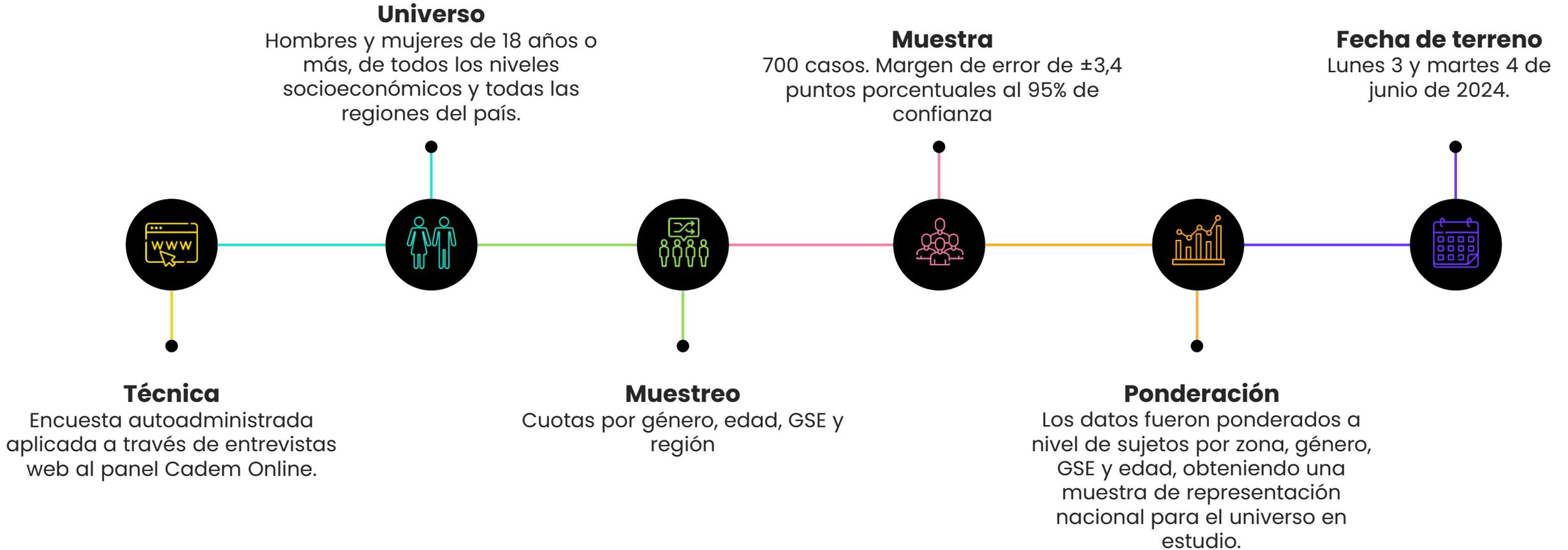
que una persona tiene de un producto,
servicio o empresa.



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



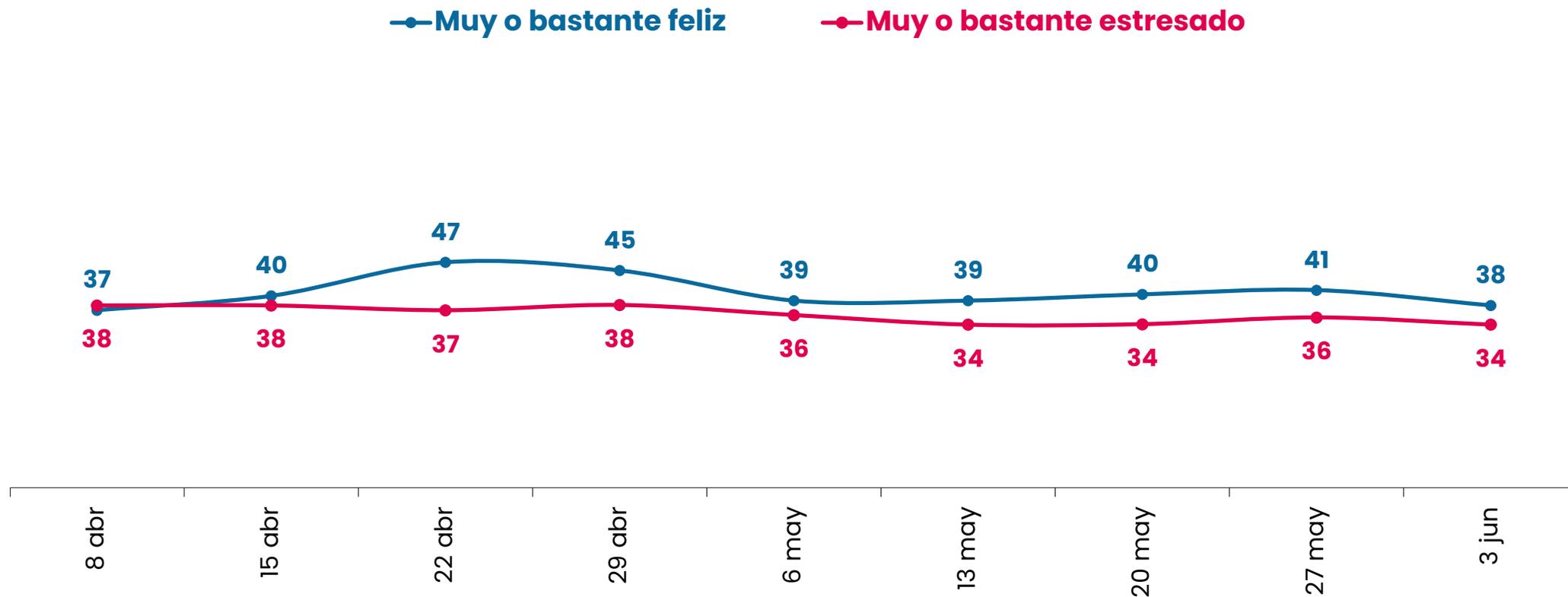
Daniel Jadue es el personaje de la semana, con **26%** de menciones.

- Baja levemente el nivel de estrés **34%**(-2 pts.) y de felicidad **38%** (-3 pts.).
- Los mayores cambios se observan en las personas de entre 34-55 años, que **disminuye su felicidad** en 8 puntos, llegando a **38%** y **aumenta su nivel de estrés**, que llega al **43%**.
- Las mayores brechas entre felicidad y estrés se dan en los segmentos de mayores de 55 años (**48%** vs **28%**) y los ABC1 (**48%** vs **34%**).

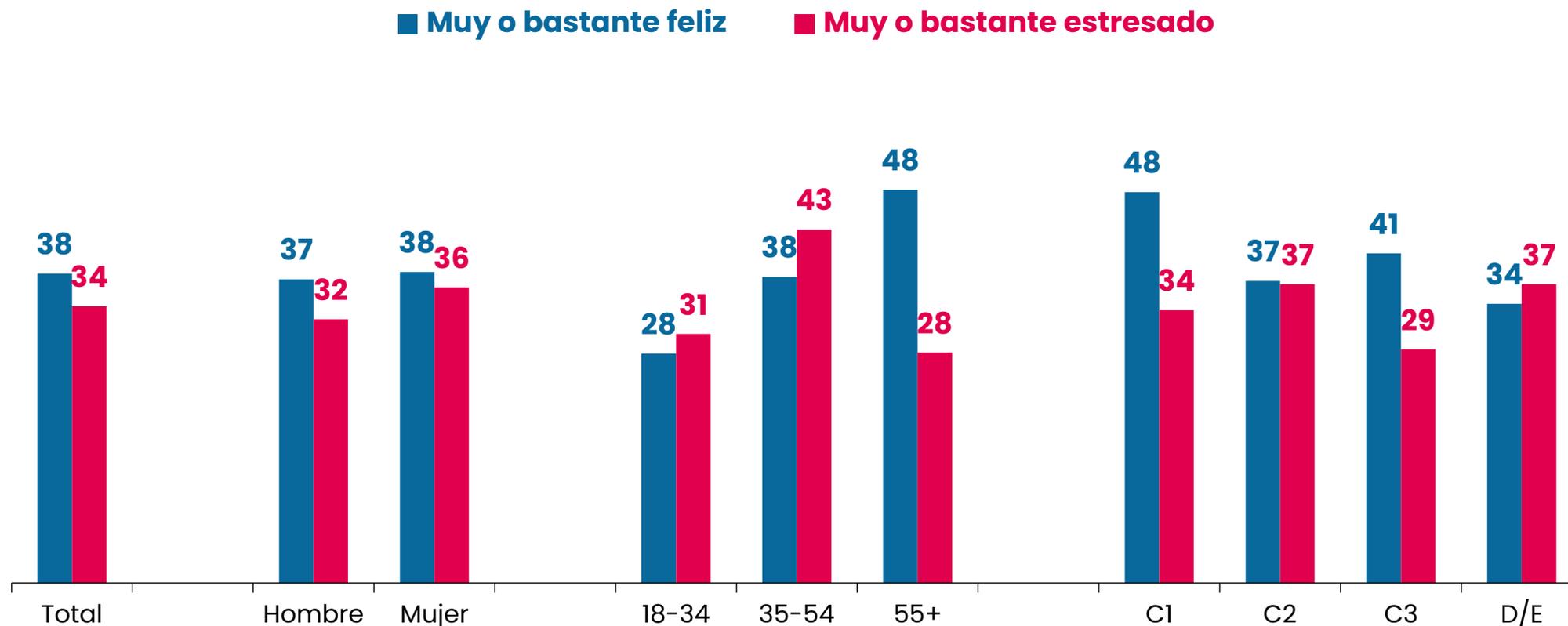
ESTADO DE ÁNIMO DE LOS CHILENOS

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



ESTADO DE ÁNIMO DE LOS CHILENOS

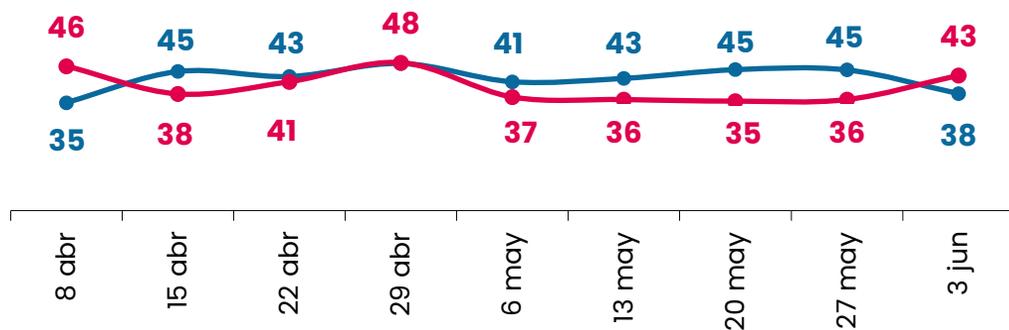
En una escala de 1 a 7, donde 1 es "nada de feliz" y 7 es "muy feliz", ¿cómo calificarías tu **estado de ánimo actual**?

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

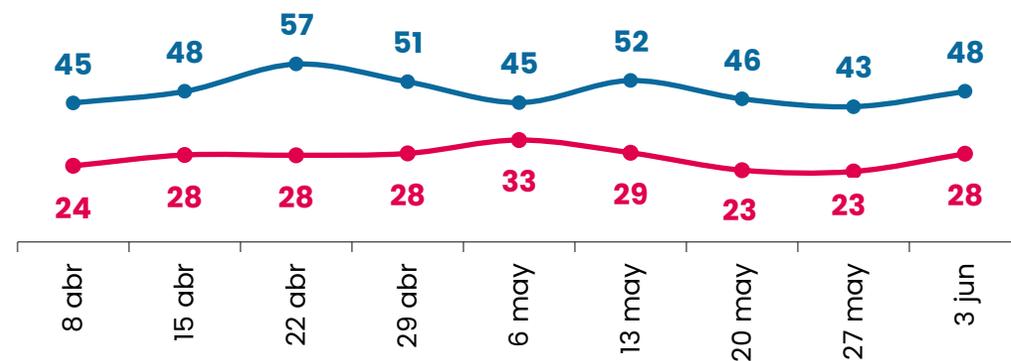
—●— Muy o bastante feliz

—●— Muy o bastante estresado

35-54 años



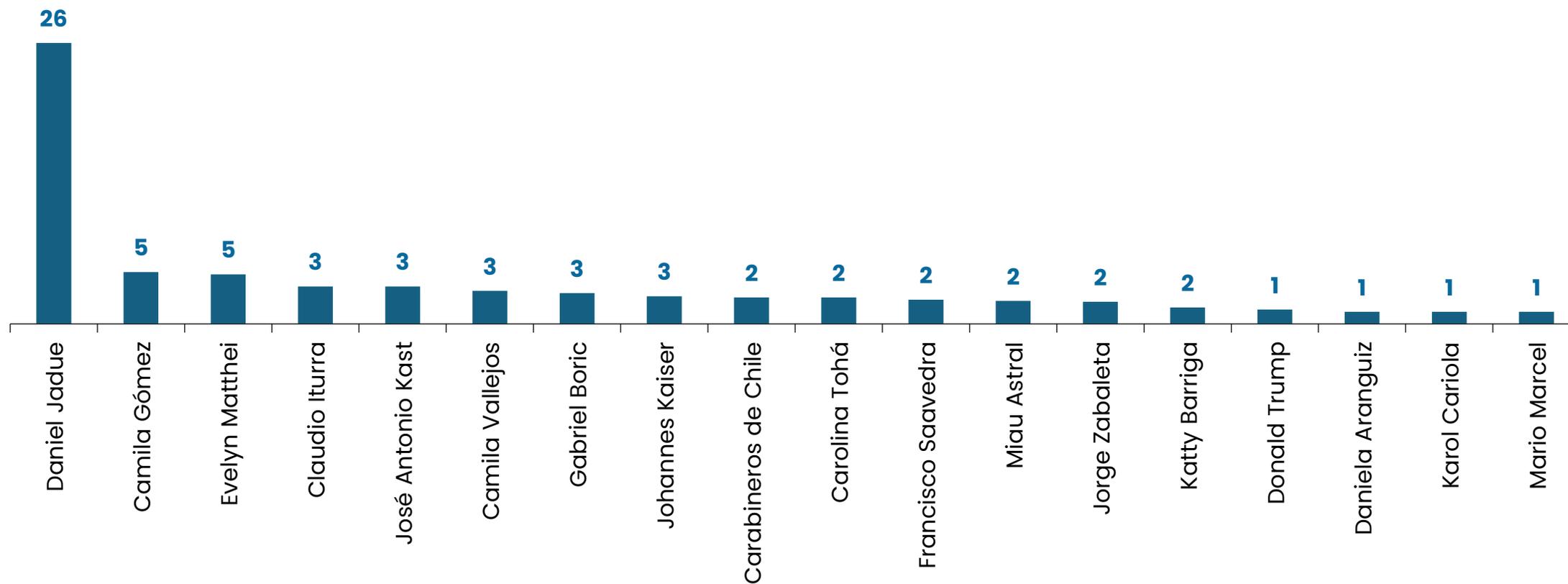
55+ años



PERSONAJE DE LA SEMANA

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

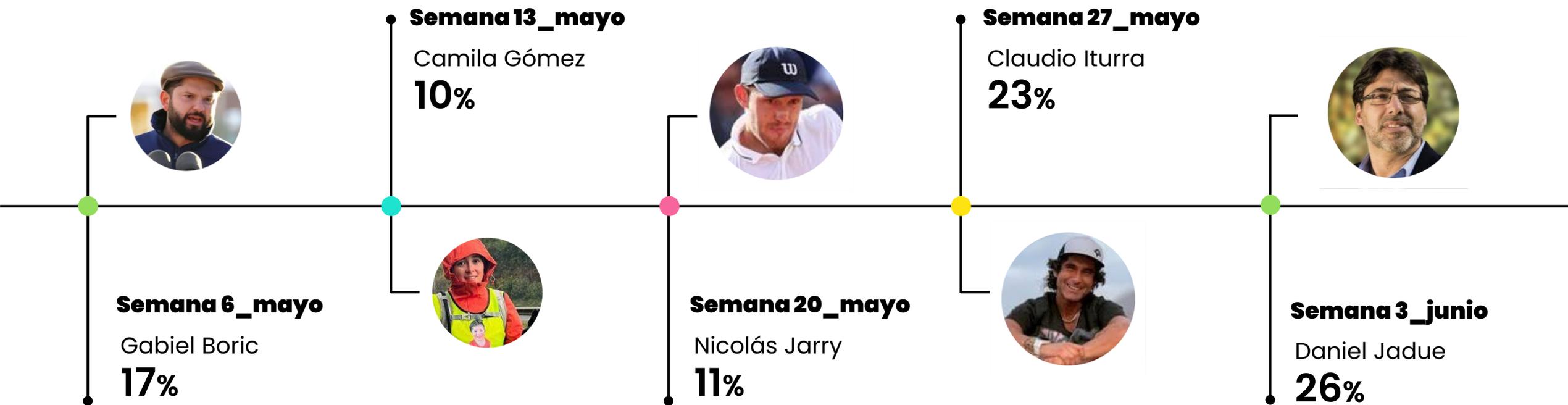
% Espontáneo



Casos: 700

PERSONAJE DE LA SEMANA

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



Consumo

02

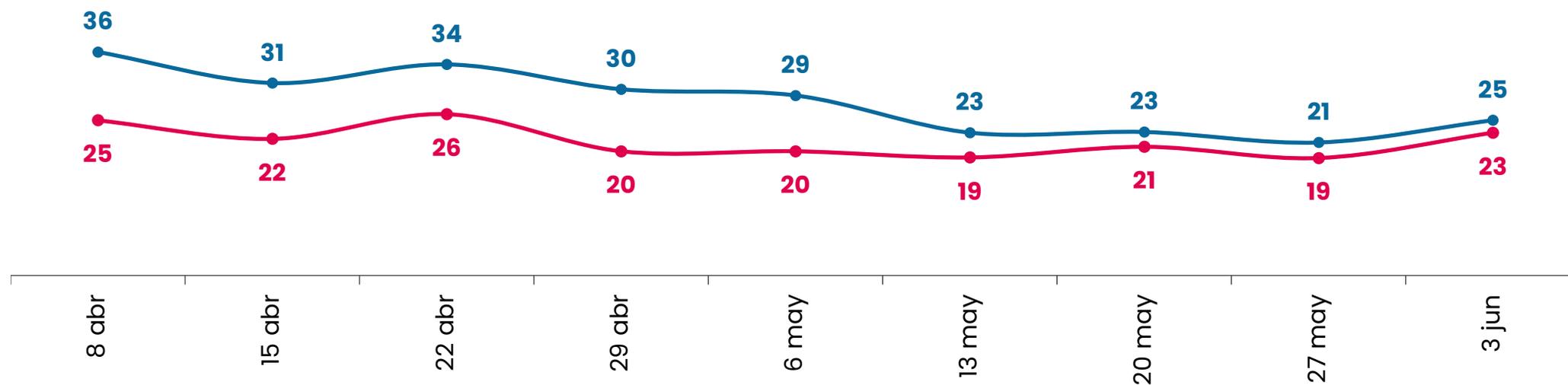


Aumenta considerablemente el índice de **expectativas del país** (+4 pts.) y de **consumo** (+4 pts.) rompiendo la tendencia a la baja observada

- El cambio positivo en las expectativas de consumo se da principalmente en **mujeres** (**16% a 25%**) y **jóvenes** (**19% a 24%**)
- Se mantienen las tres **principales preocupaciones**: delincuencia, la cuenta del supermercado y los precios de las frutas y verduras, donde cerca del **70%** señala que le preocupan mucho.
- Se observa una **baja generalizada en las preocupaciones** medidas, **excepto** en los intereses de los **créditos hipotecario** (+1 pto.) y el **IPSA** (+1 pto.).

ÍNDICE DE EXPECTATIVAS DE CONSUMO Y PAÍS

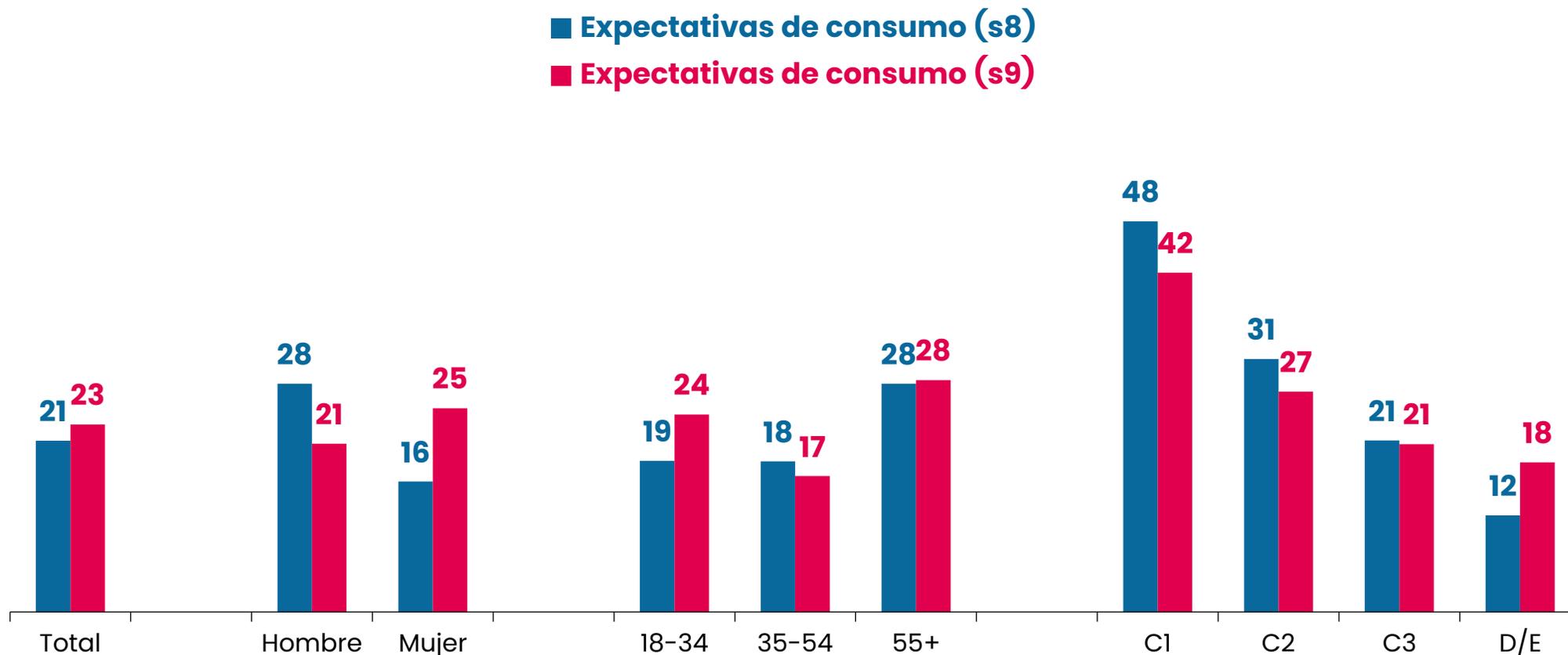
— Índice de expectativas de consumo — Índice de expectativas del país



*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.

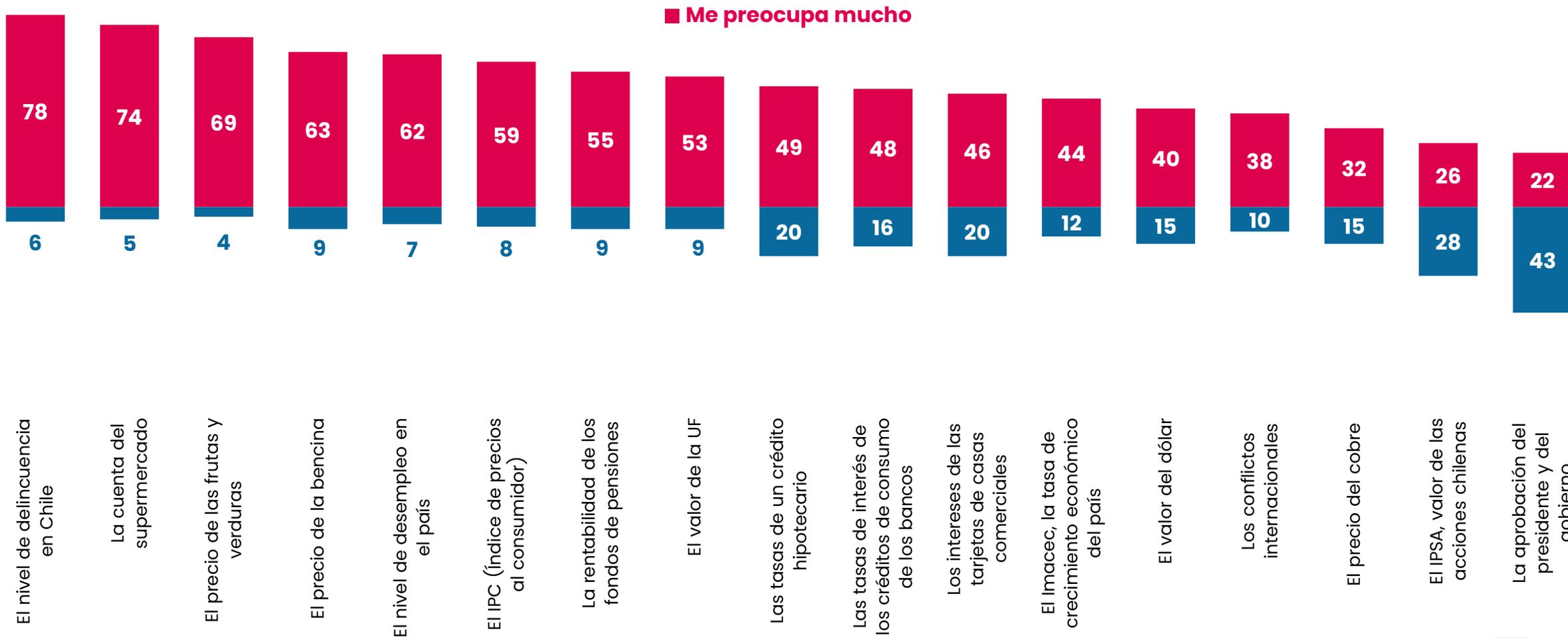
*El **índice de expectativas del país** es un promedio de las notas 5 a 7 de la situación económica del país y del empleo

EVOLUTIVO: EXPECTATIVAS DE CONSUMO



TEMAS QUE GENERAN PREOCUPACIÓN

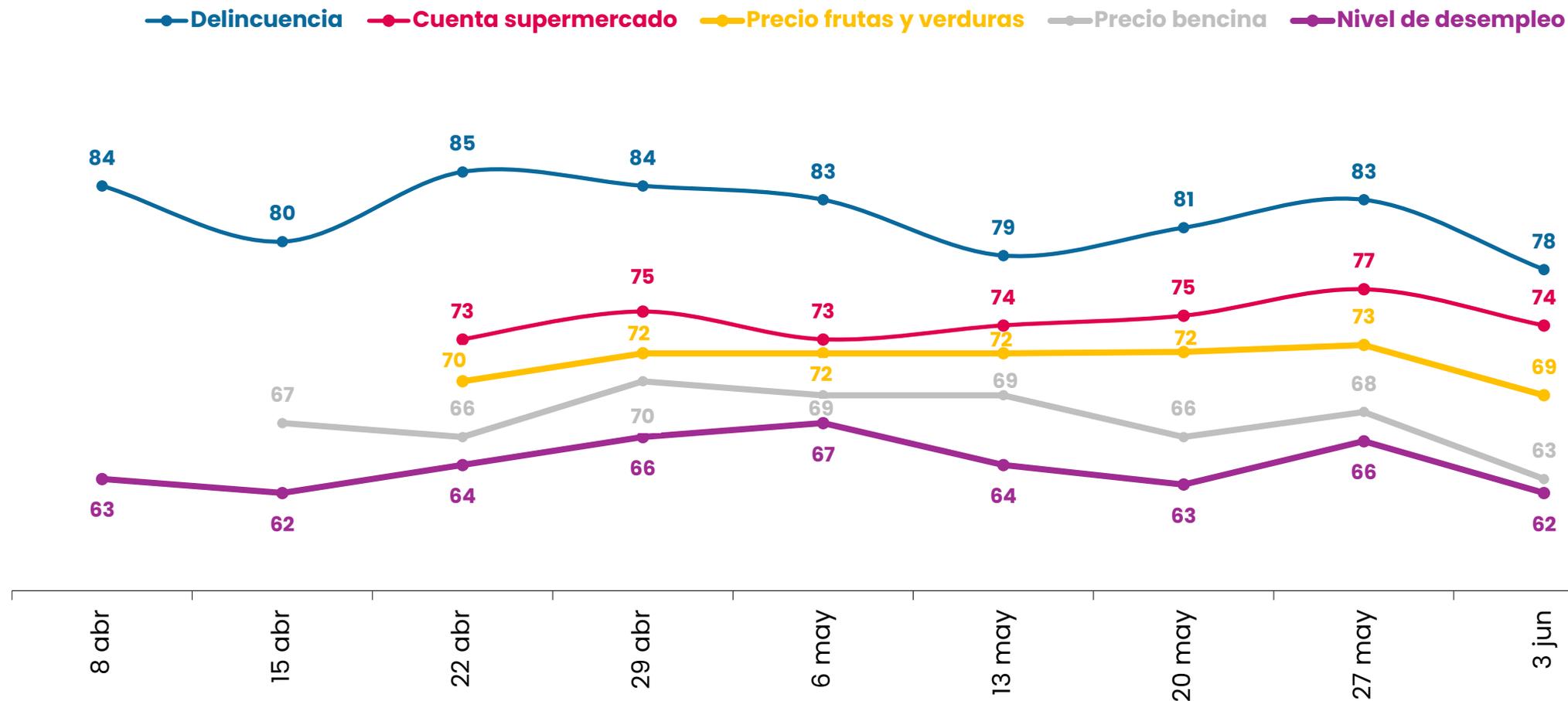
¿Cuánto te preocupan los siguientes temas? %



Casos: 700

TEMAS QUE GENERAN PREOCUPACIÓN

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



Clientes

03

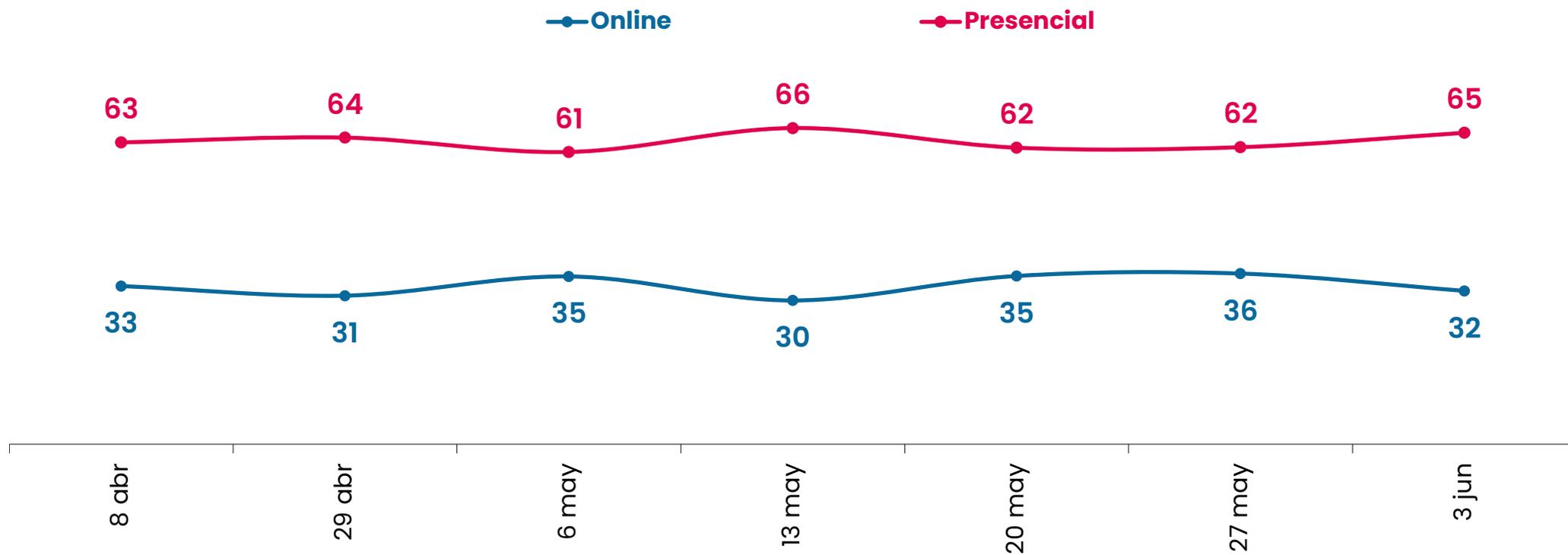


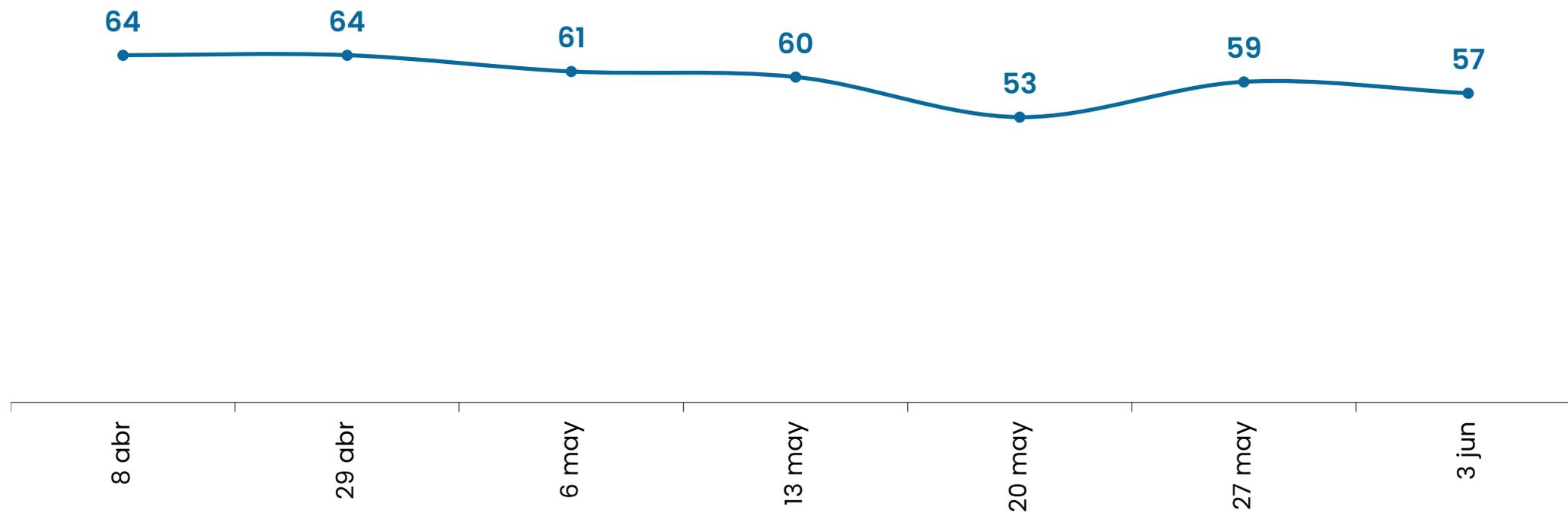
Mercado Libre es la principal **plataforma de compra** online, con **15%** y **Webpay** es la principal **plataforma de pago online** usada, con **22%** de las menciones

- **Los supermercados** son el canal más usado; el **82%** de los encuestados ha comprado o ha ido a uno durante la última semana.
- Si bien las compras en todos los canales son principalmente presenciales, **aumenta la compra online** en comparación a abril

PREFERENCIA DE COMPRA ONLINE O PRESENCIAL

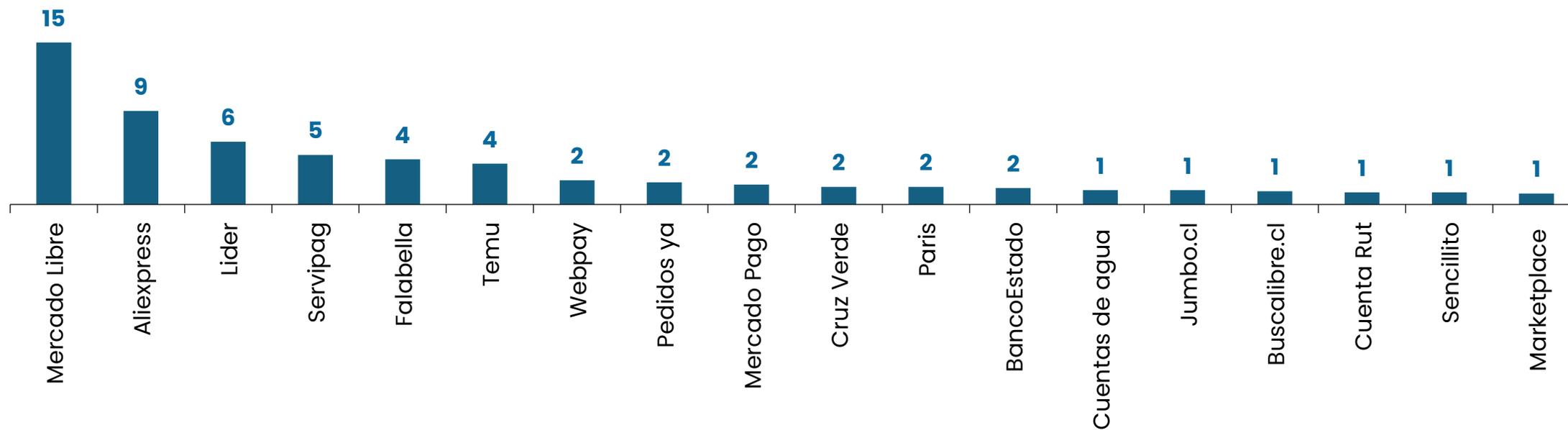
Pensando en la mayoría de las cosas que compras o pagas durante una semana, ¿prefieres hacerlo de manera presencial u online? %



COMPRA ONLINE EN LA ÚLTIMA SEMANAEn los últimos 7 días, ¿compraste o pagaste algo de manera online...? % **Sí**

PLATAFORMA DE COMPRA ONLINE

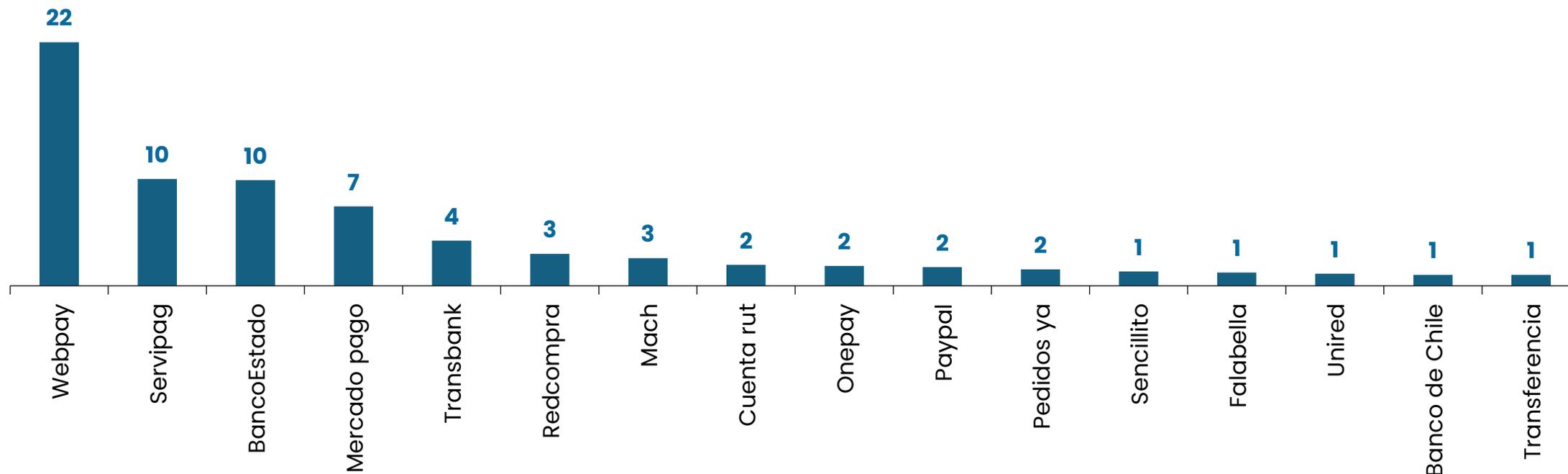
¿En qué plataforma compraste? % Espontánea



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

PLATAFORMA DE PAGO ONLINE

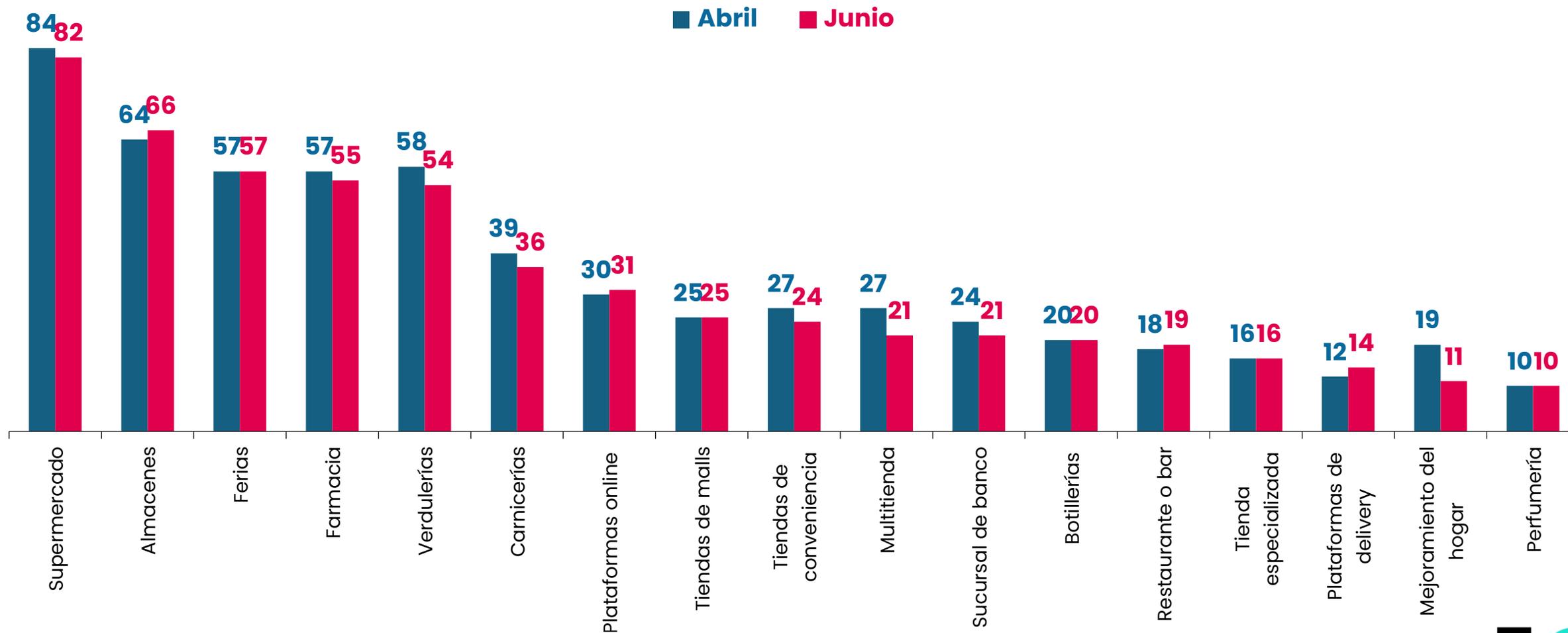
¿A través de qué plataforma pagaste? % Espontánea



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

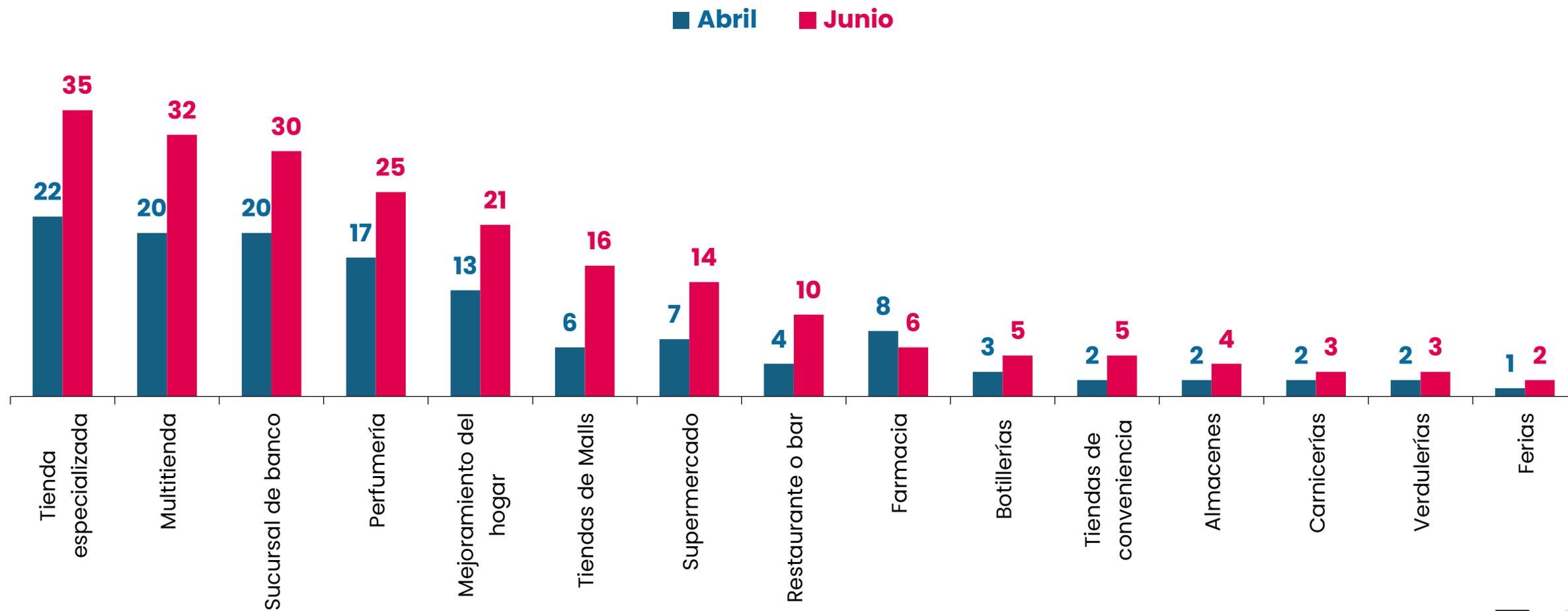
EVOLUTIVO: CANALES DE COMPRA EN LA ÚLTIMA SEMANA

En los últimos 7 días, ¿compraste, pagaste algo o fuiste a ...? % Sí



EVOLUTIVO: COMPRA ONLINE

Lo que compraste en (canal de compra), ¿fue de manera online o presencial? % Online



Casos: entre quienes compran en cada canal

Comunicación



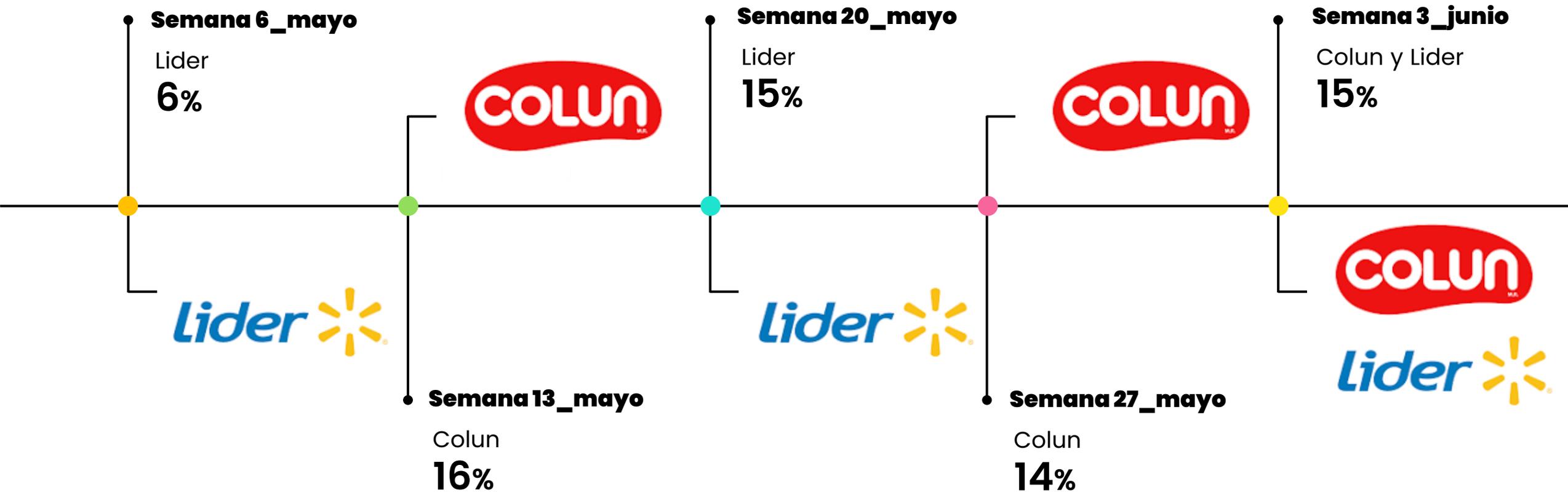
04

Falabella aparece por tercera semana consecutiva como la marca con mayor **recordación publicitaria**, con un **7%** de las menciones espontáneas

- Le sigue **Soprole (6,5%)**, **Lider (6%)**, **Colun (5%)** y **Movistar(3%)** como marcas con **mayor recuerdo publicitario** en la para la semana del 3 de junio (s9).
- En cuanto a las **marcas relevantes**, **Colun** y **Lider** empatan en el primer lugar (**15%**), seguidos por **Soprole (12%)**, **Nestlé (8%)** y **Copec (8%)**.

EVOLUTIVO: MARCAS RELEVANTES

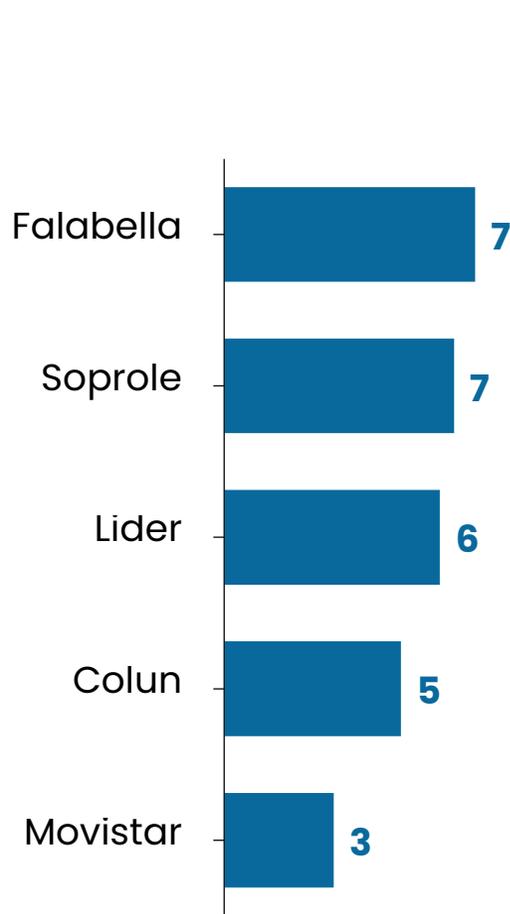
Pensando en las marcas que son relevantes en tu vida, ¿cuál es la primera que viene a tu mente? % Espontáneo



Casos: 700

PUBLICIDAD MEMORABLE: TOP 5

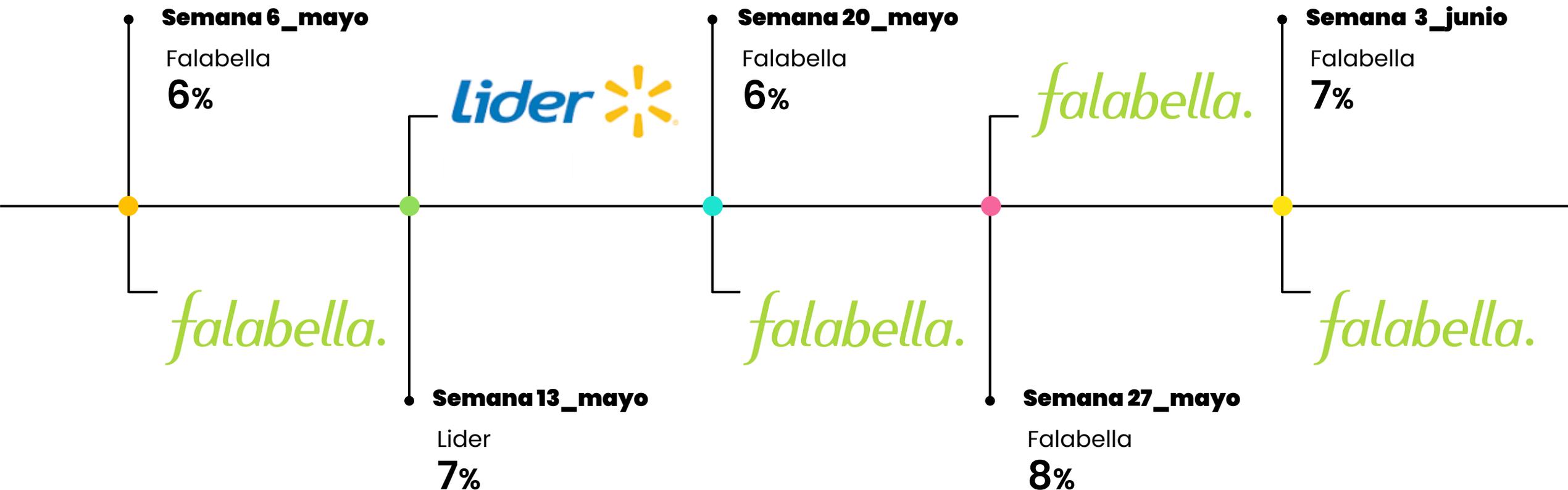
¿De qué marcas has visto publicidad que te haya gustado esta semana? % Espontáneo



Casos: 700

EVOLUTIVO: PUBLICIDAD MEMORABLE

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



Coyuntura: El Tiempo y el invierno

05

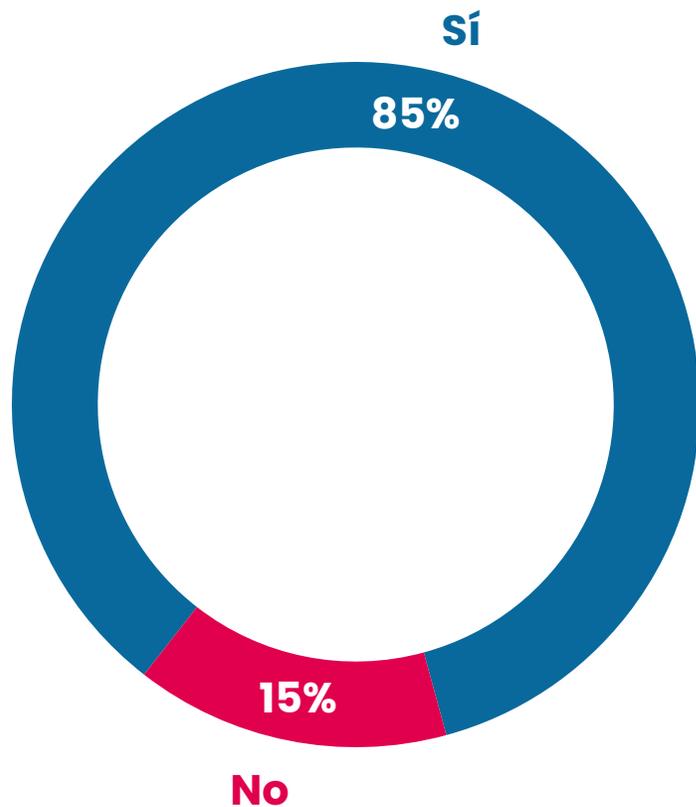


Tapsin y Paracetamol lidera como marca de remedios, con un **55%** de menciones

- **Lippi** lidera como marca asociada al invierno con un **14%**. En cambio, **Savory** lidera como marca de verano con un **29%**.
- **85%** revisa el pronóstico del tiempo diariamente. El **63%** lo hace a través del **celular** y **37%** en el noticiero de la **TV**, siendo **MEGA** el canal preferido para ver el tiempo para el **24%**.
- Los jóvenes (18-34 años) tienden a ser **inviernistas**, mientras que los mayores de 55 años a ser **veranistas**.
- Jaime Leyton (**24%**), Iván Torres (**23%**) y Michelle Adams (**20%**) son los tres meteorólogos favoritos.

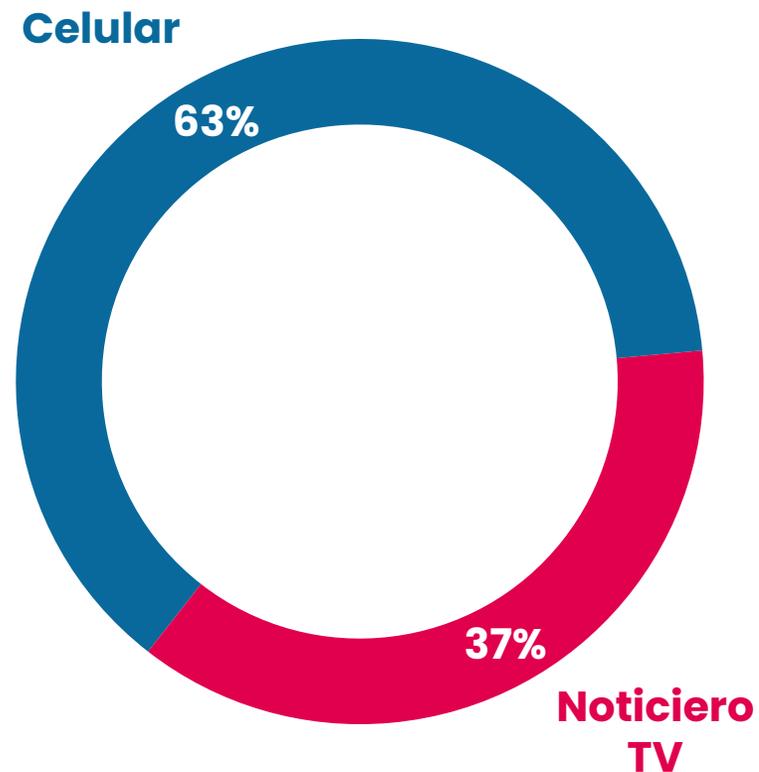
REVISIÓN DEL PRONÓSTICO DEL TIEMPO

Pensando en un día normal, ¿ves el pronóstico del tiempo? %



Casos: 700

¿A través de qué plataforma lo ves? %



Casos: 567

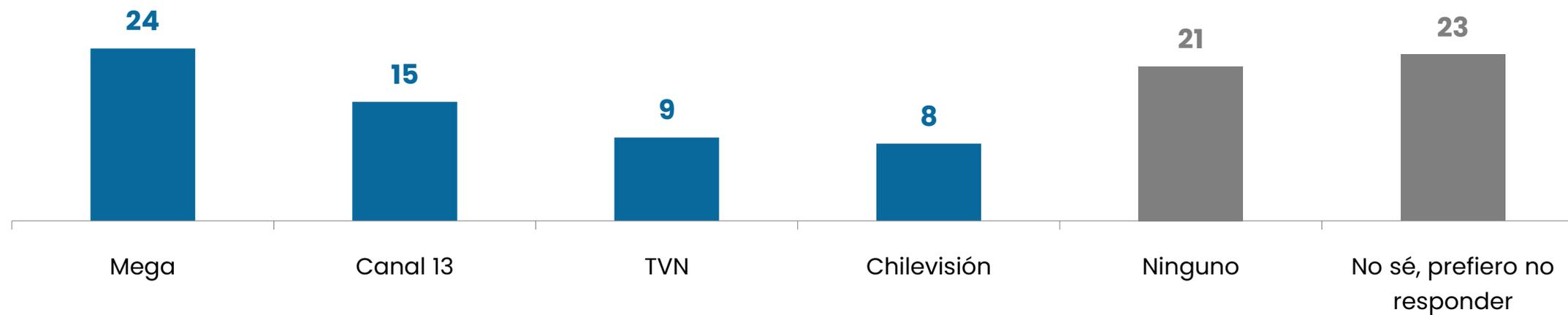
MOMENTO DEL DÍA QUE VE EL TIEMPO

¿En qué momento te informas del pronóstico del tiempo? %



CANAL PREFERIDO PARA VER EL TIEMPO

¿Qué canal tiene el mejor programa del tiempo? %



CONOCIMIENTO E IMAGEN DE METEORÓLOGOS

¿A cuál de los siguientes meteorólogos/as conoces? %;

¿Tienes una imagen muy positiva, positiva, negativa o muy negativa de los siguientes meteorólogos/as? % **Muy positiva + Positiva**



Iván Torres

90% 80%



Alejandro Sepúlveda

64% 61%



Michelle Adams

82% 78%



Eduardo Sáez

53% 51%



Jaime Leyton

74% 73%



Yael Szwekis

26% 26%



Carolina Infante

69% 67%



Vanessa Noe

25% 24%

■ Conocimiento
■ Imagen positiva

FAVORITOS

¿Cuál de ellos/as es tu meteorólogo/a favorito/a? % Espontánea



Jaime Leyton

24%



Iván Torres

23%



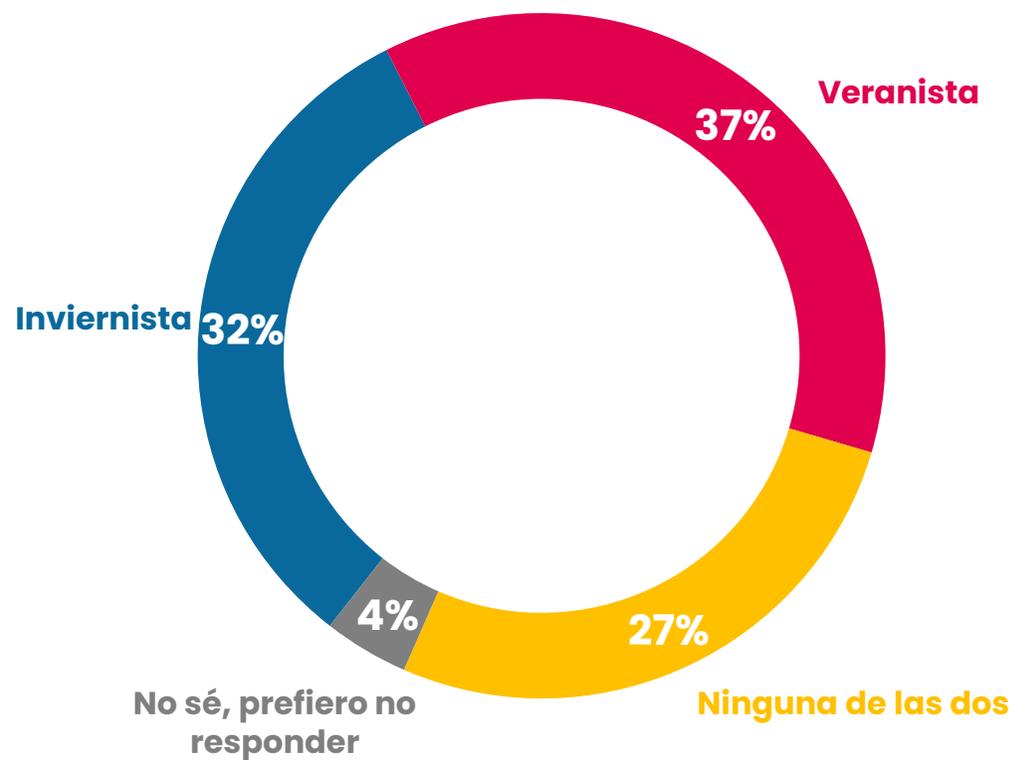
Michelle Adams

20%

INVIERNISTAS VS VERANISTAS

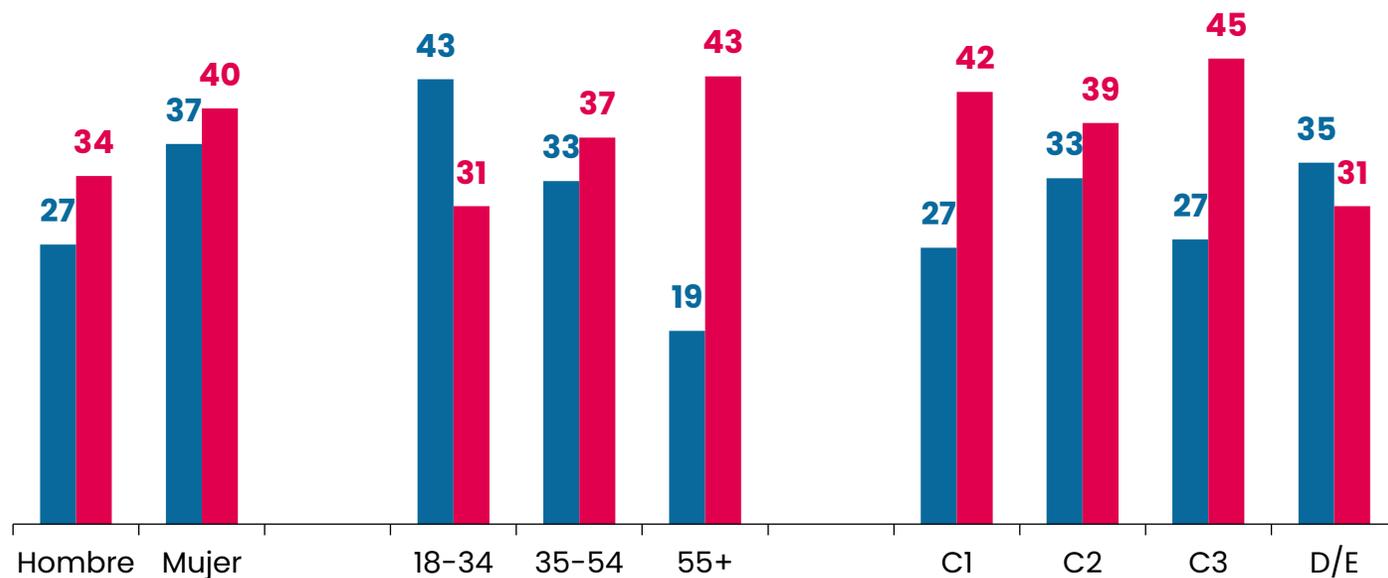
¿Te declaras inviernista o veranista?

%



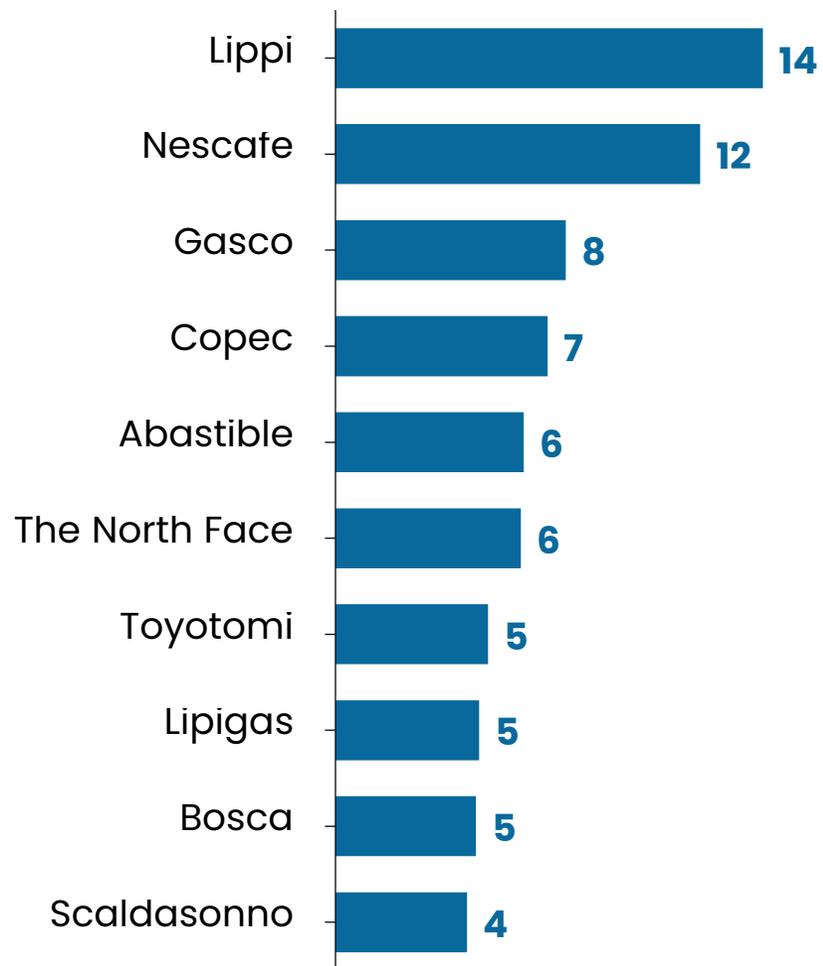
Casos: 700

■ Inviernista ■ Veranista

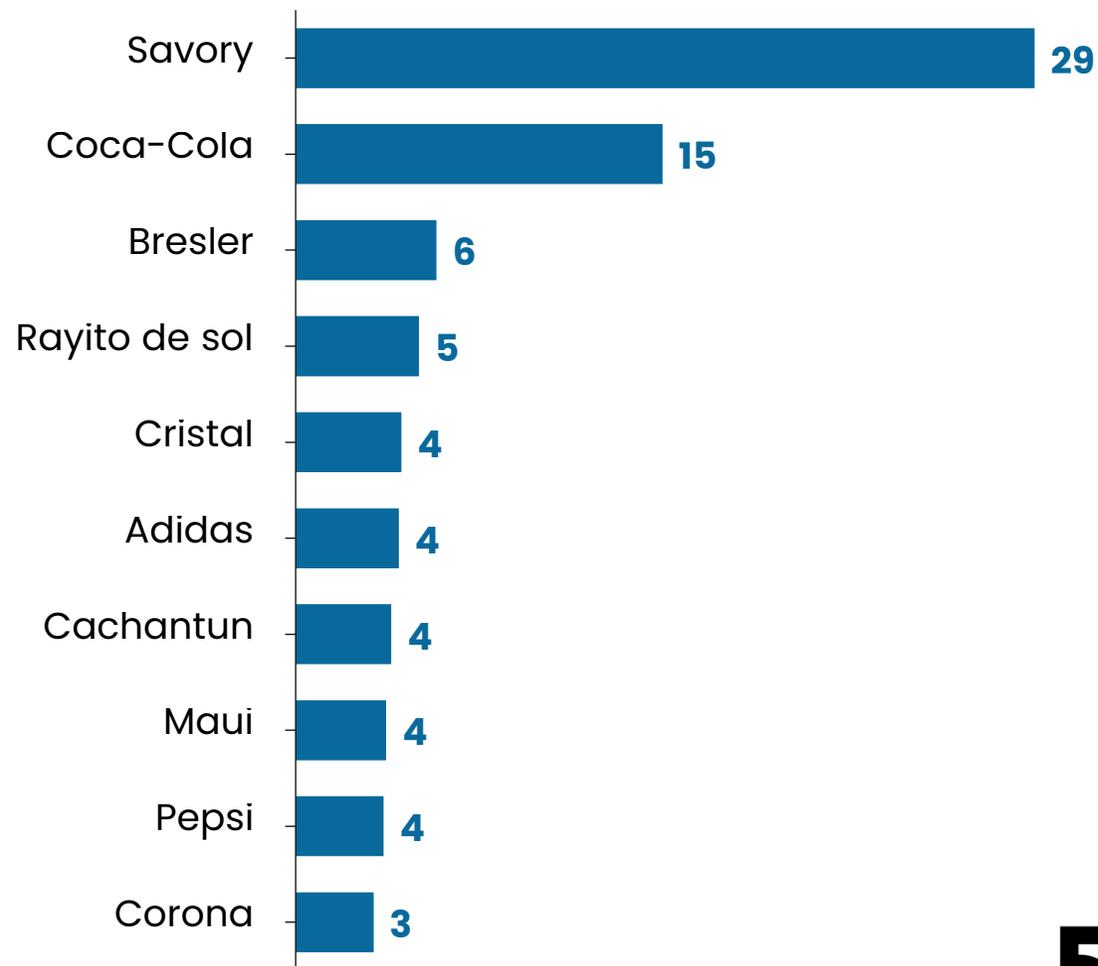


MARCAS ASOCIADAS AL INVIERNO Y VERANO

¿Qué marcas asocias al invierno? % Espontáneo

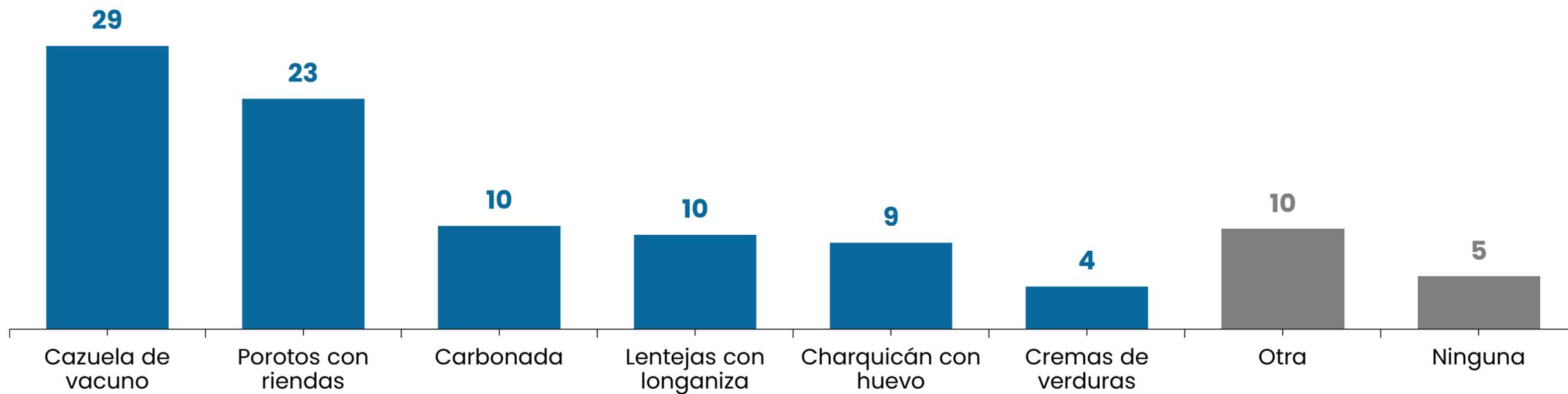


¿Qué marcas asocias al verano? % Espontáneo



COMIDAS DE INVIERNO

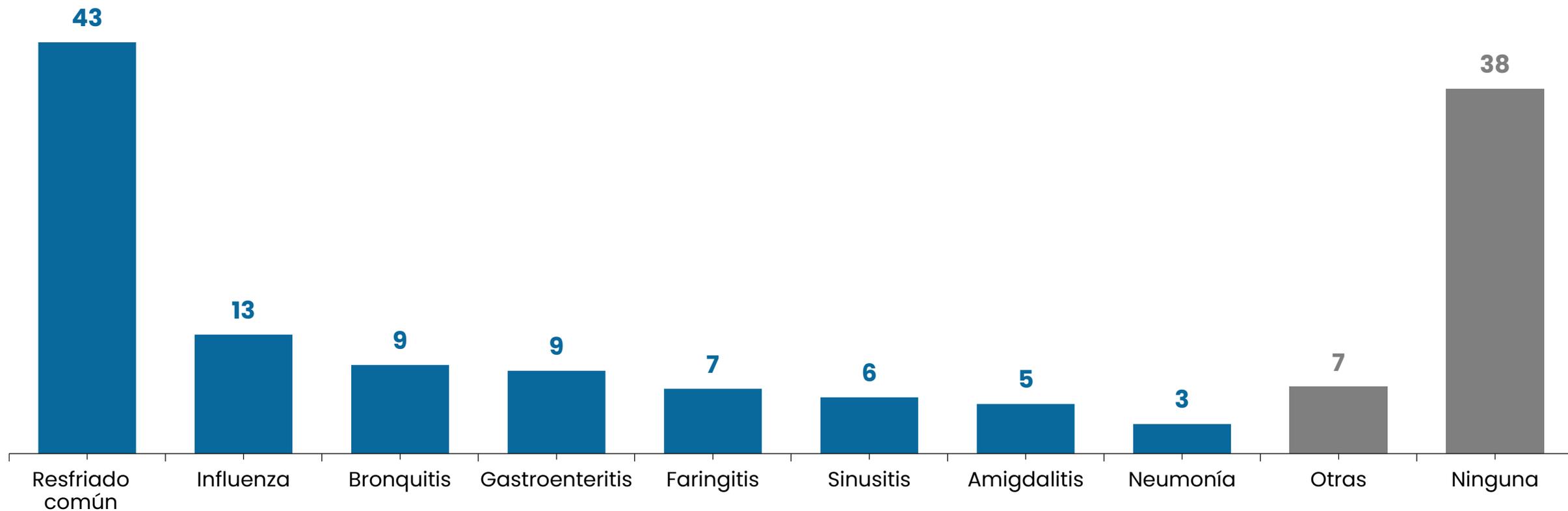
¿Cuál es tu comida favorita en invierno? %



Casos: 700

ENFERMEDADES QUE HA TENIDO

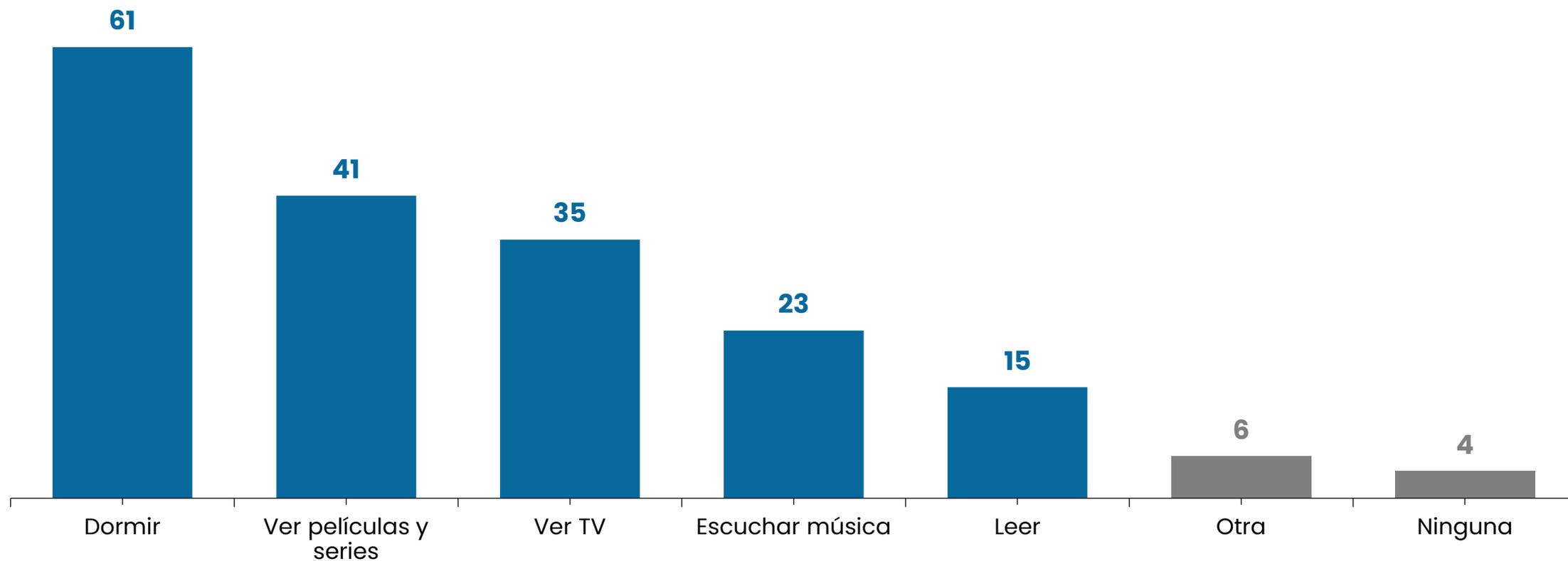
Pensando en lo que va de este otoño, ¿cuál de las siguientes enfermedades has tenido? %



Casos: 700

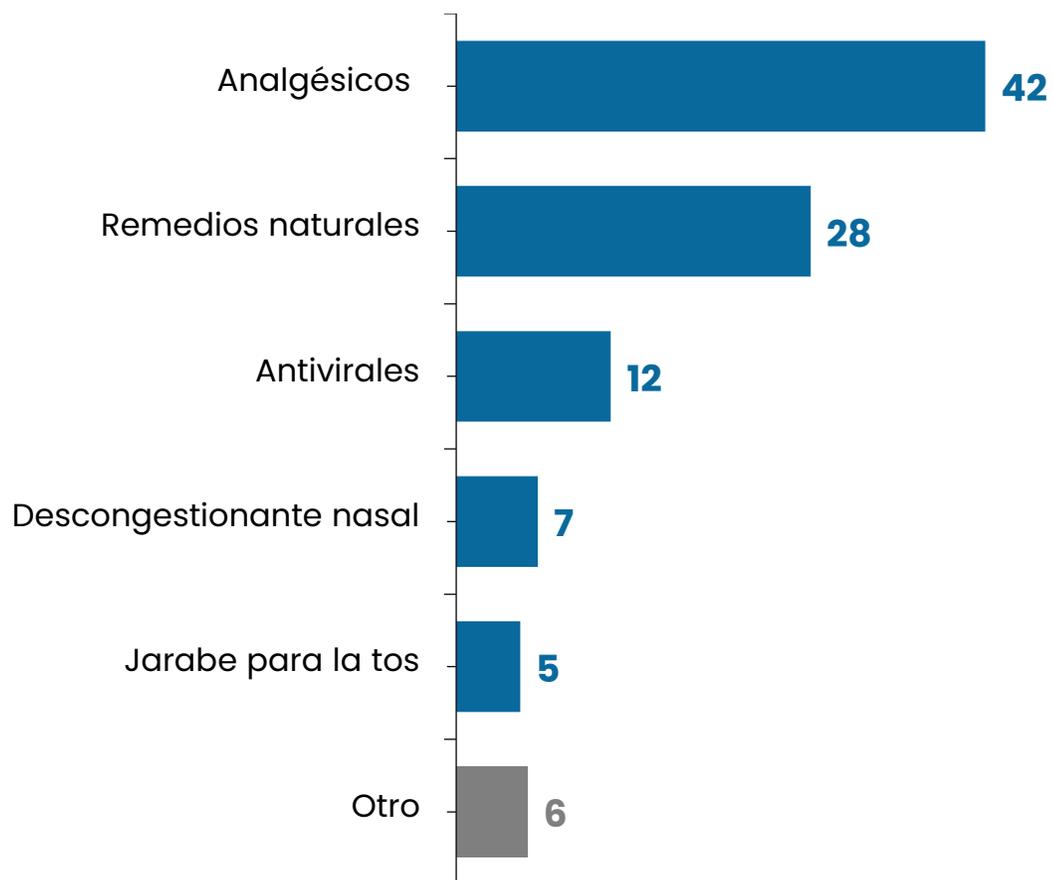
ACTIVIDADES DE ENFERMO

¿Cuál de las siguientes actividades sueles realizar cuando estás enfermo/a? %



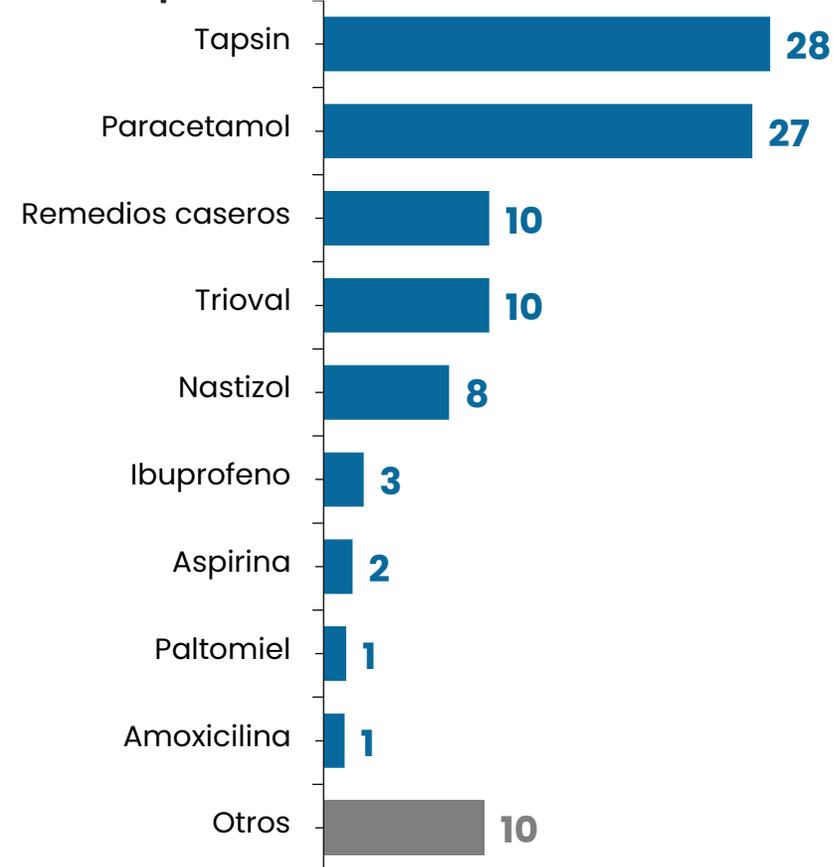
REMEDIOS

Si tuvieras influenza, ¿con cuál de los siguientes productos la combatirías? %



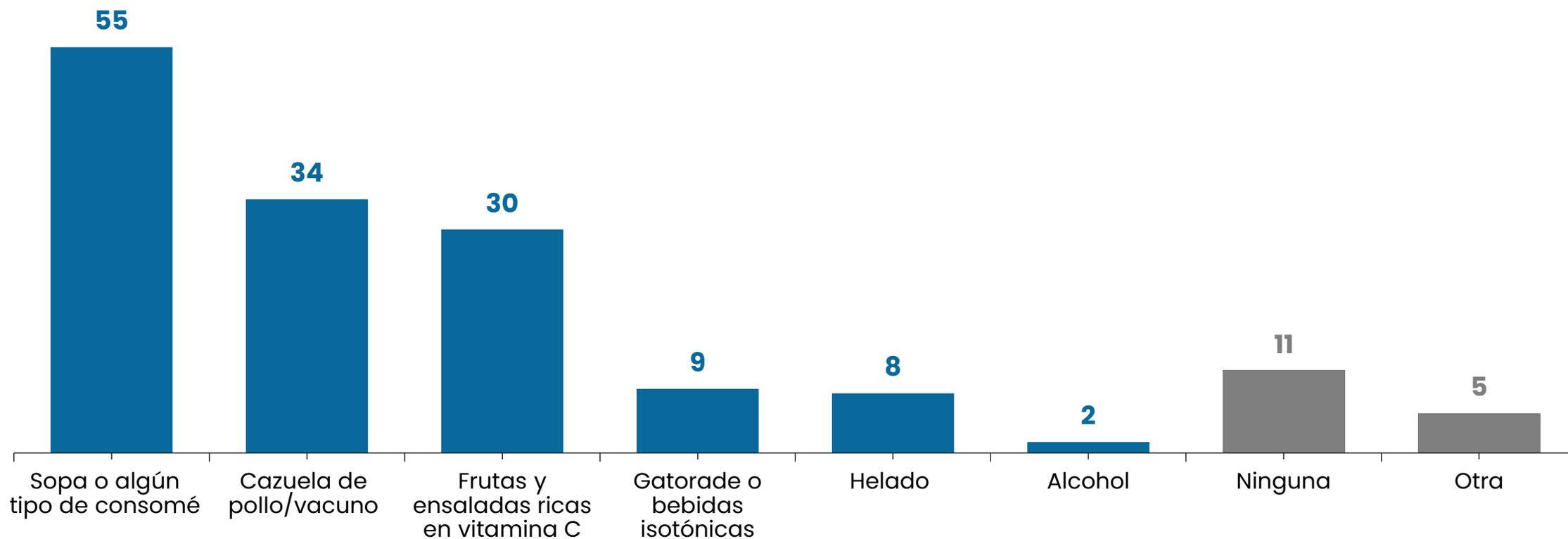
Pensando en remedios para el resfrío, la gripe, etc. ¿Cuáles es el primer remedio que vienen a tu mente? %

Espontáneo



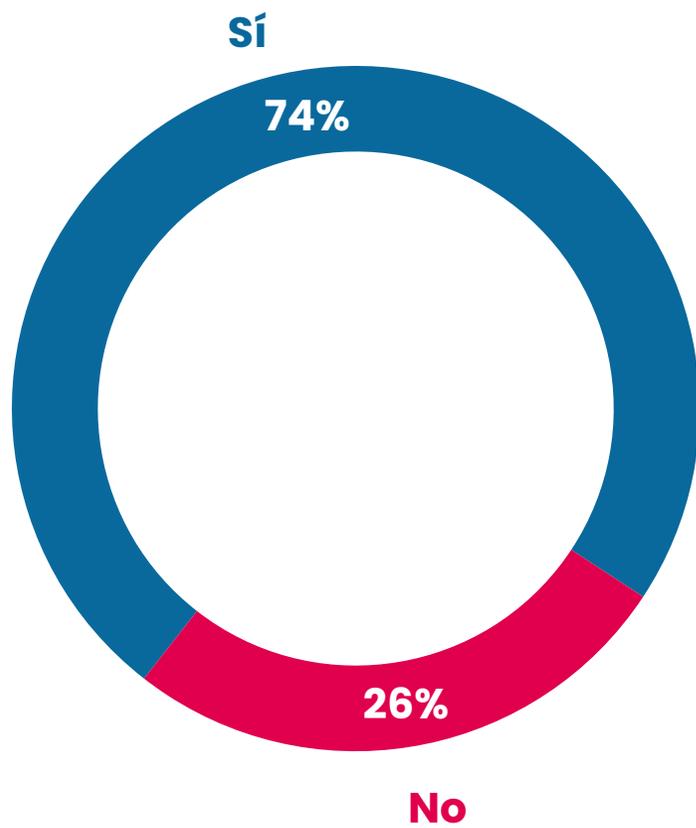
COMIDAS DE ENFERMO

¿Cuál de las siguientes comidas o bebidas tiendes a comer cuando tienes gripe o algún tipo de congestión? %



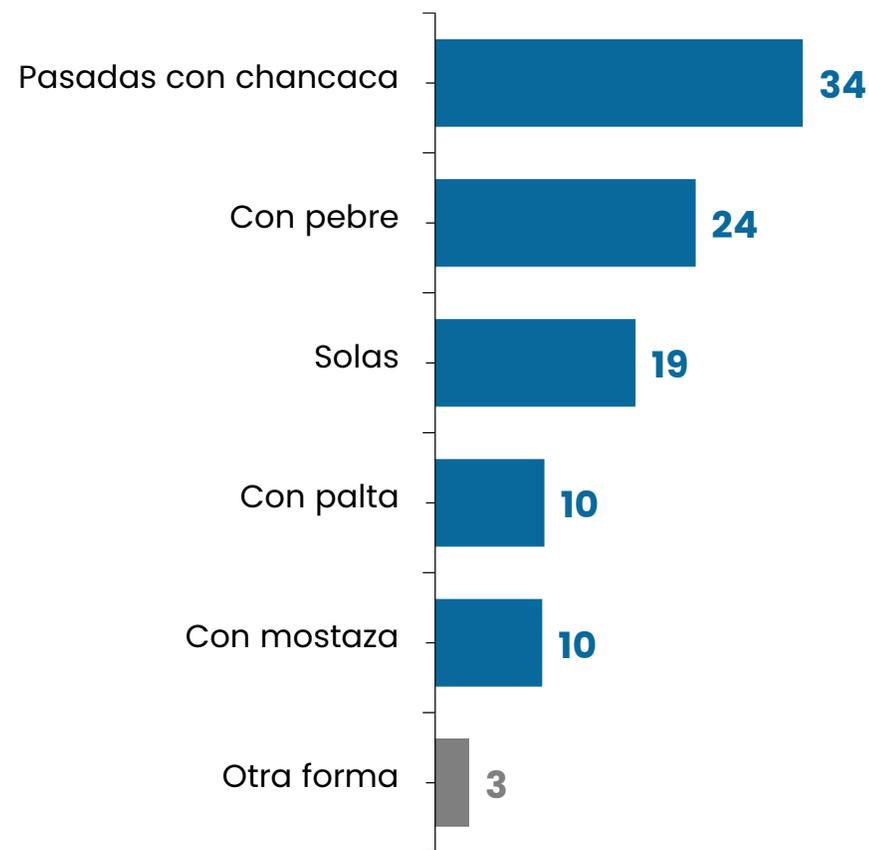
SOPAIPILLAS DE INVIERNO

Cuando llueve, ¿comes sopaipillas?
%



Casos: 700

¿Cómo prefiere las sopaipillas en invierno? %



Casos: 700

CUIDADORES DE ENFERMOS

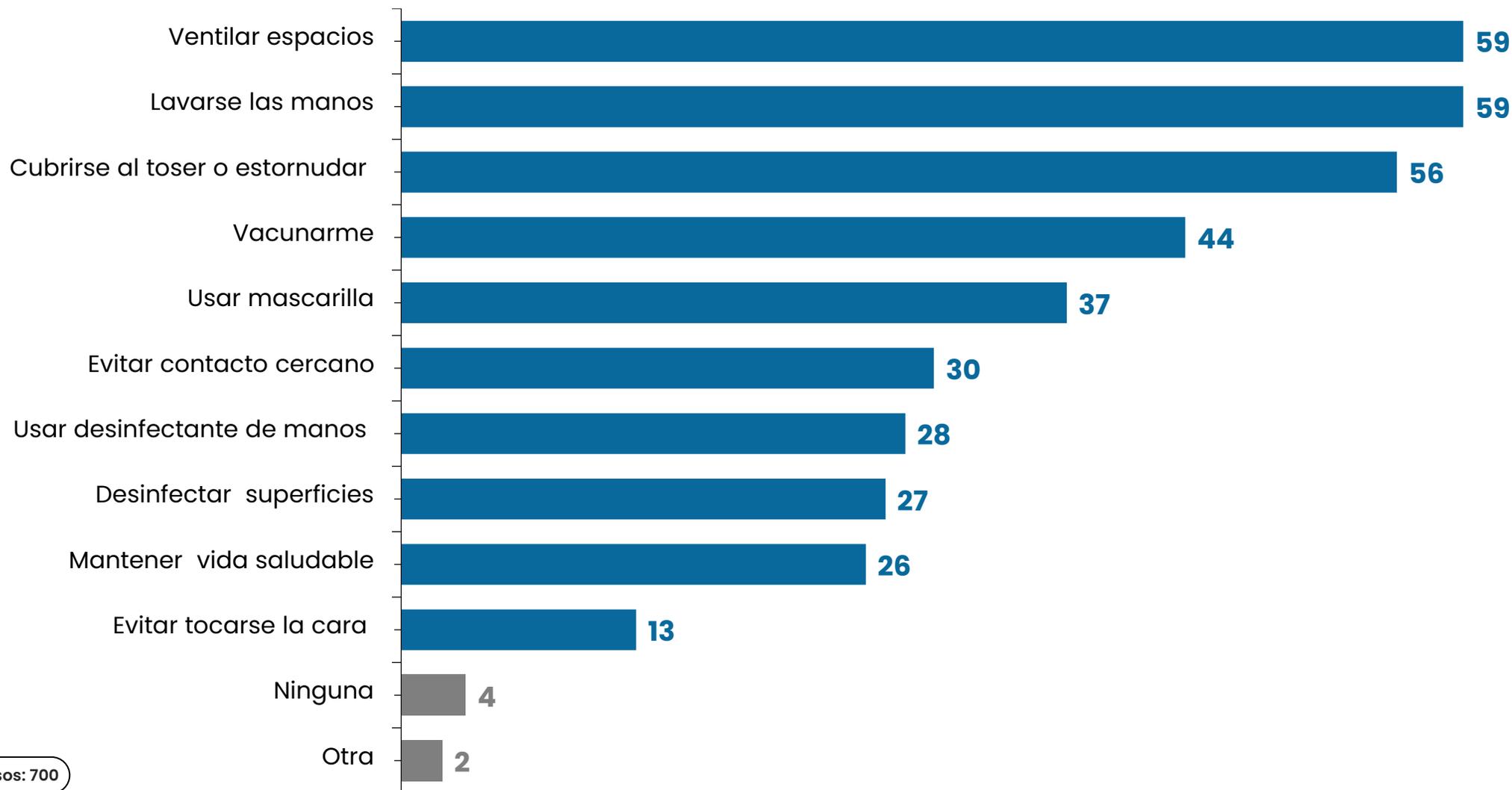
Cuando estás enfermo, ¿quién te cuida? %



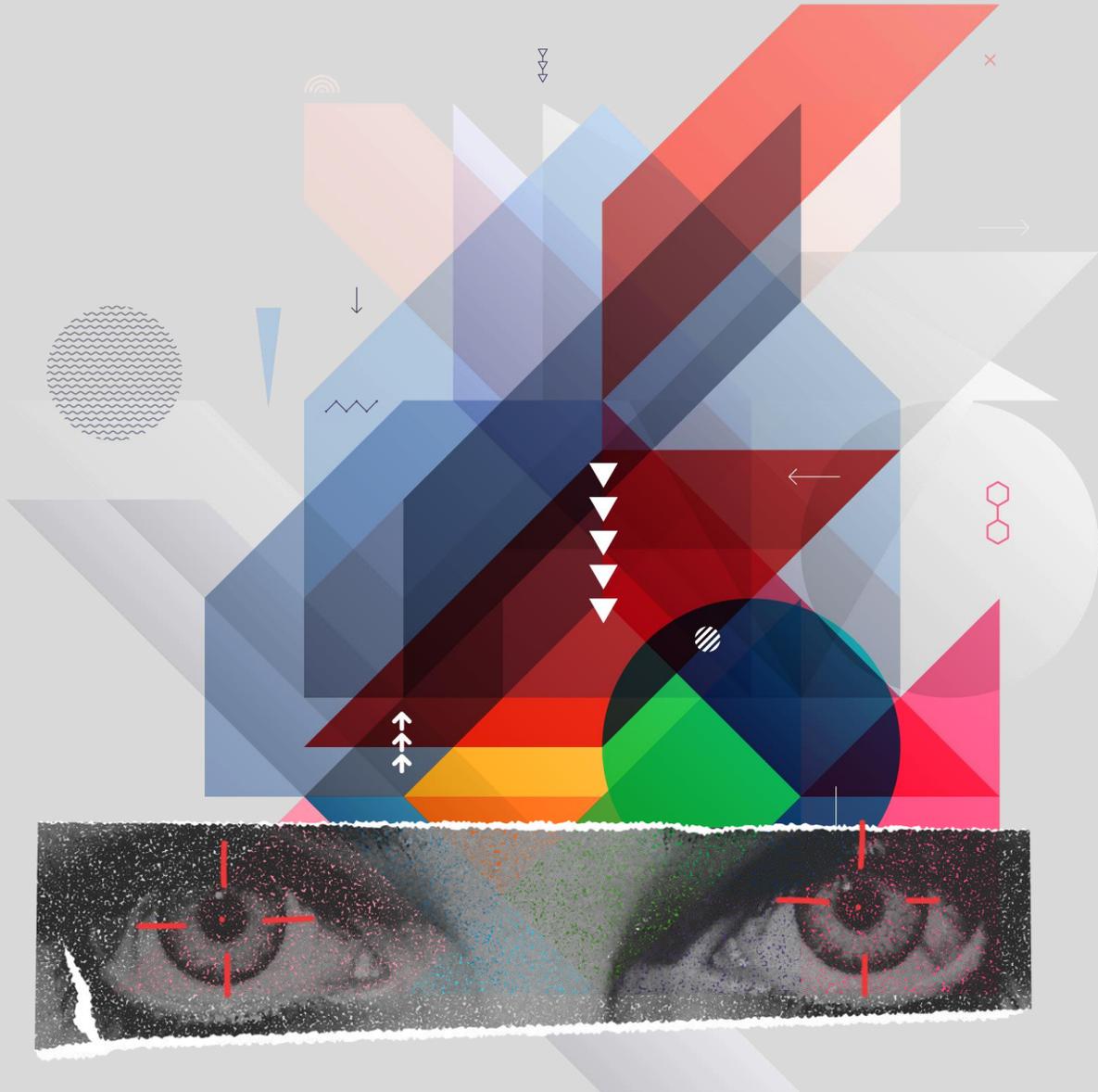
Casos: 700

CUIDADOS PARA EVITAR CONTAGIO

Y pensando en los últimos meses, ¿cuál de las siguientes medidas de precaución has tomado para evitar contagiarte de alguna enfermedad? %



Casos: 700



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

www.cadem.cl