

Estudio



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

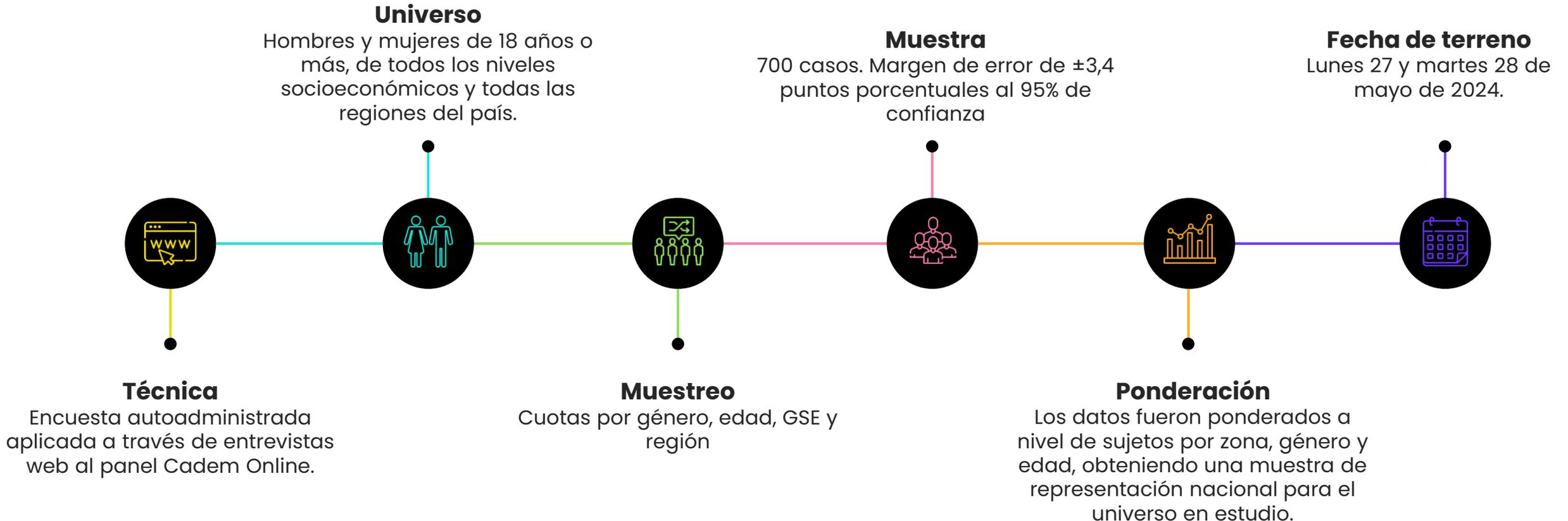
que una persona tiene de un producto,
servicio o empresa.



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



Claudio Iturra es el principal personaje de la semana, con **23%**

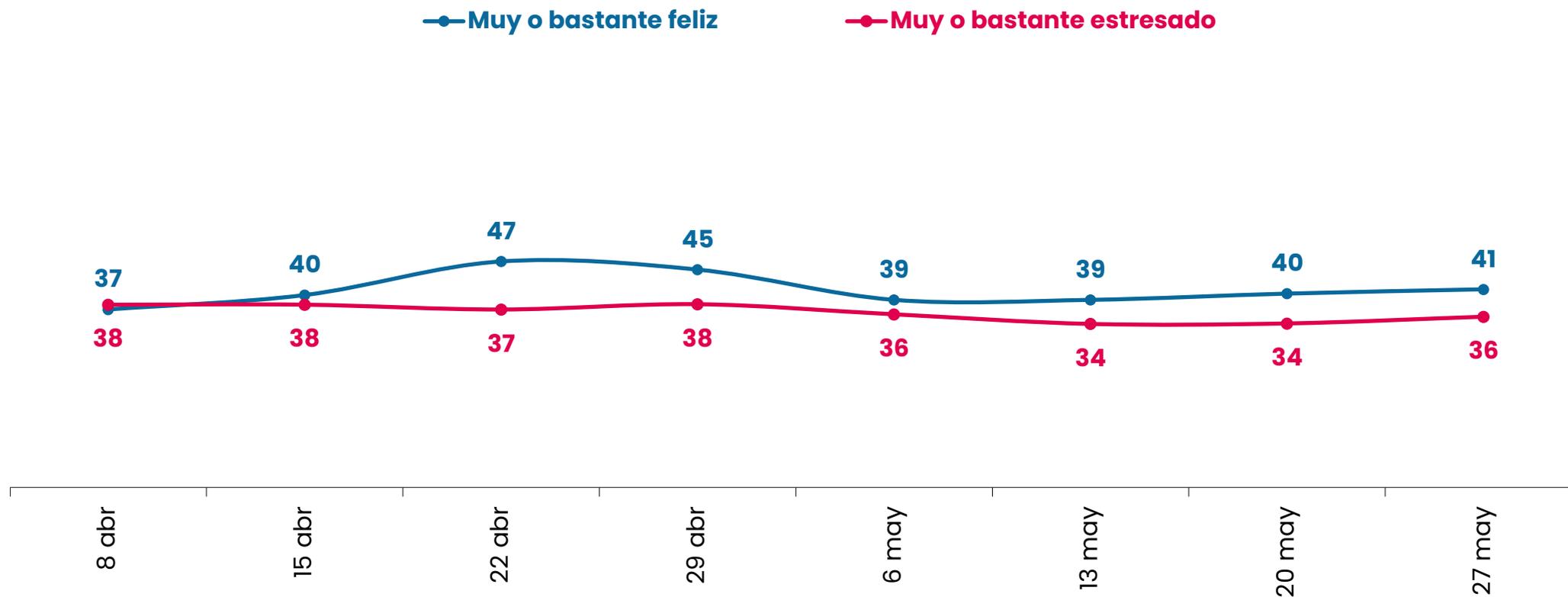
Mejora levemente el **nivel de felicidad** de los chilenos (+1 pt.), pese a que los **niveles de estrés** también aumentan (+2 pts.)

- El segmento más feliz son las personas de NSE C1 con un **50% (-2)**.
- Los jóvenes se mantienen como los más estresados **47% (+4)**, mientras que los hombres son los que más aumentan su nivel de estrés, a **36% (+8)**.

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

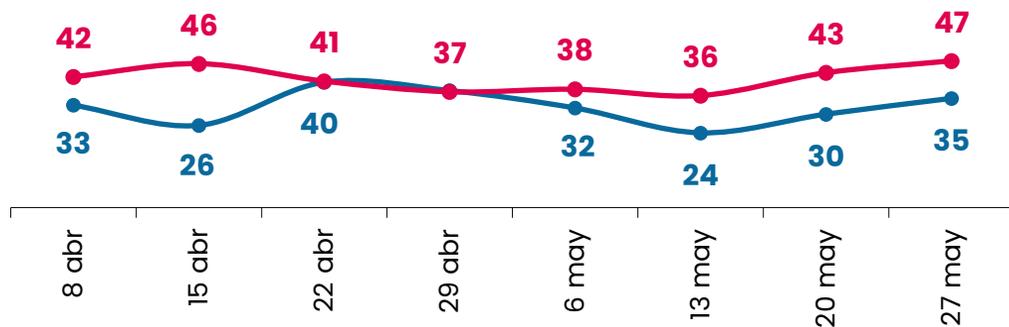
En una escala de 1 a 7, donde 1 es "nada de feliz" y 7 es "muy feliz", ¿cómo calificarías tu **estado de ánimo actual**?

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

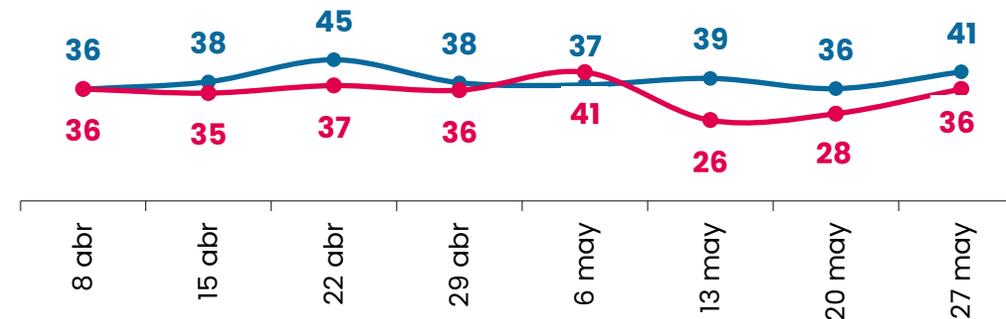
—●— Muy o bastante feliz

—●— Muy o bastante estresado

18-34 años

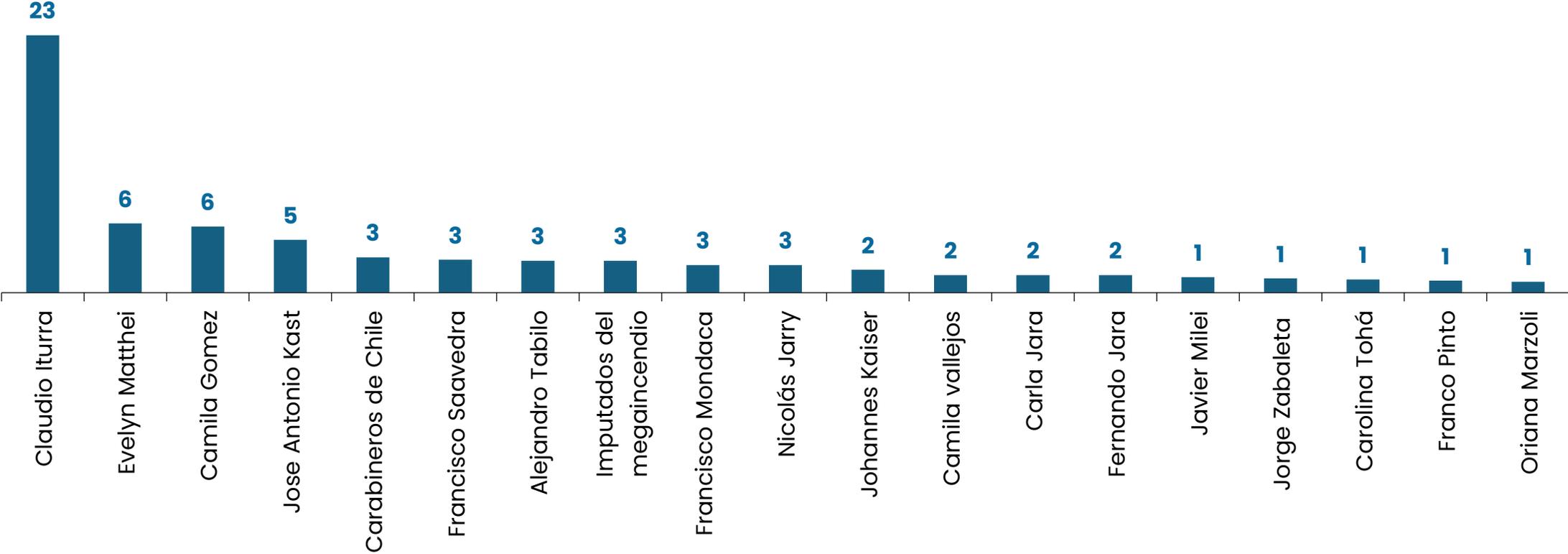


Hombres



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



Semana 29_abril
Carabineros
de Chile
34%

Semana 6_Mayo
Gabiél Boric
17%



Semana 13_Mayo
Camila Gómez
10%

Semana 20_mayo
Nicolás Jarry
11%



Semana 27_Mayo
Claudio Iturra
23%

Consumo

02

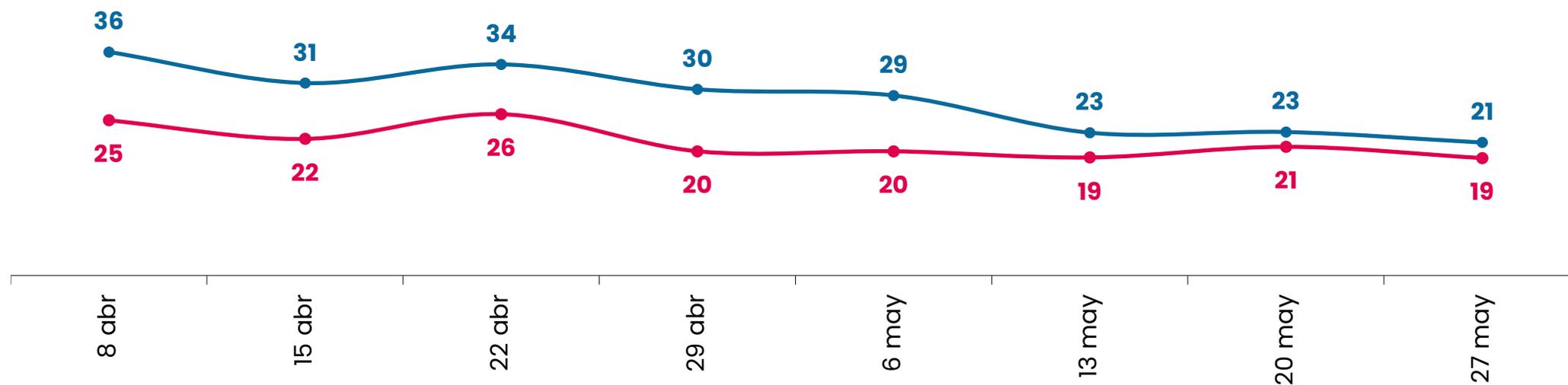


El índice de **expectativas del país** (-2 pts.) y de **consumo personal** (-2 pts.) alcanzan su **peor nivel**

- 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 nivel de preocupación por el desempleo vuelve a aumentar (+3 pts.), alcanzando un 66% de alta preocupación.
- En la **evaluación de lanzamientos** de estos últimos meses, el yogurt light sin azúcar de chirimoya de **Colun** es el producto más conocido por los consumidores, alcanzando un **41%** de conocimiento.
- Por su parte, el Corte Churrasco de **Super Pollo** es el producto nuevo más probado, con un **54%** (entre quienes lo han visto).

ÍNDICE DE EXPECTATIVAS DE CONSUMO Y PAÍS

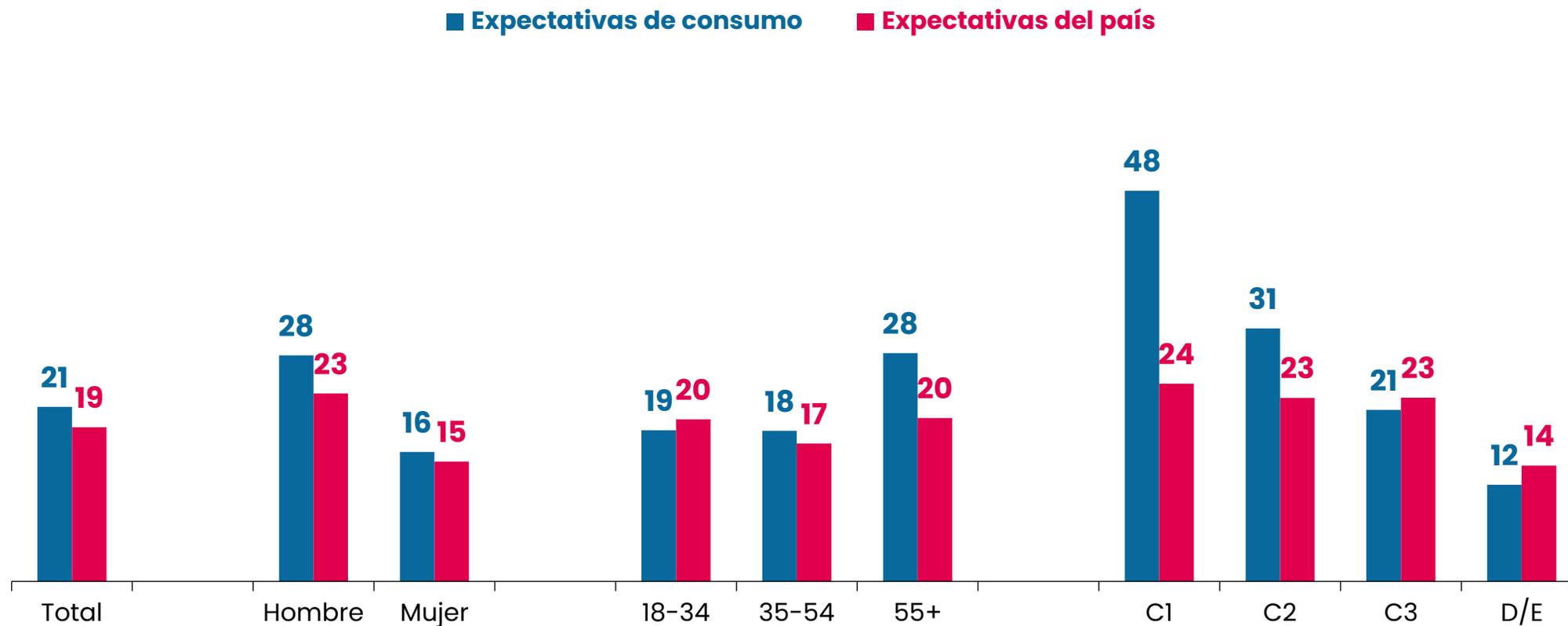
—● Índice de expectativas de consumo —● Índice de expectativas del país



*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.

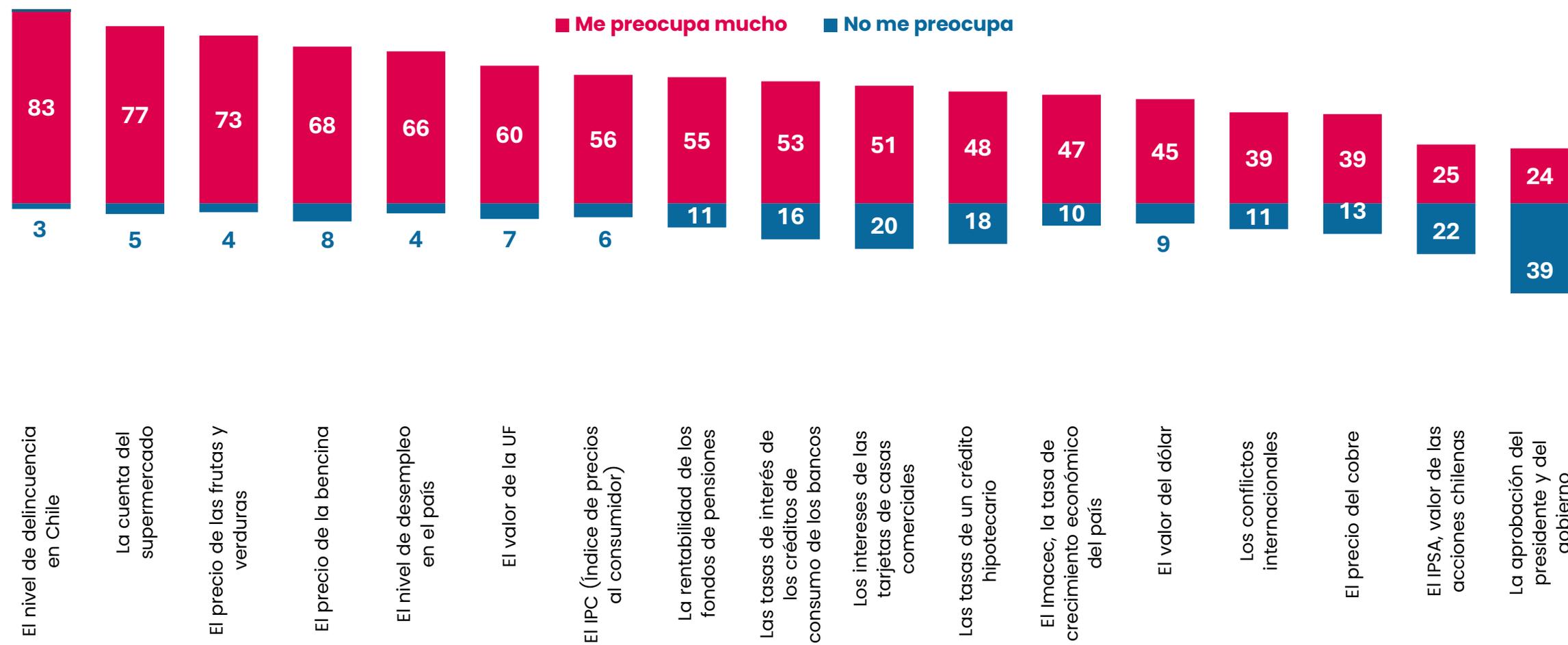
*El **índice de expectativas del país** es un promedio de las notas 5 a 7 de la situación económica del país y del empleo

ÍNDICE DE EXPECTATIVAS DE CONSUMO Y PAÍS



TEMAS QUE GENERAN PREOCUPACIÓN

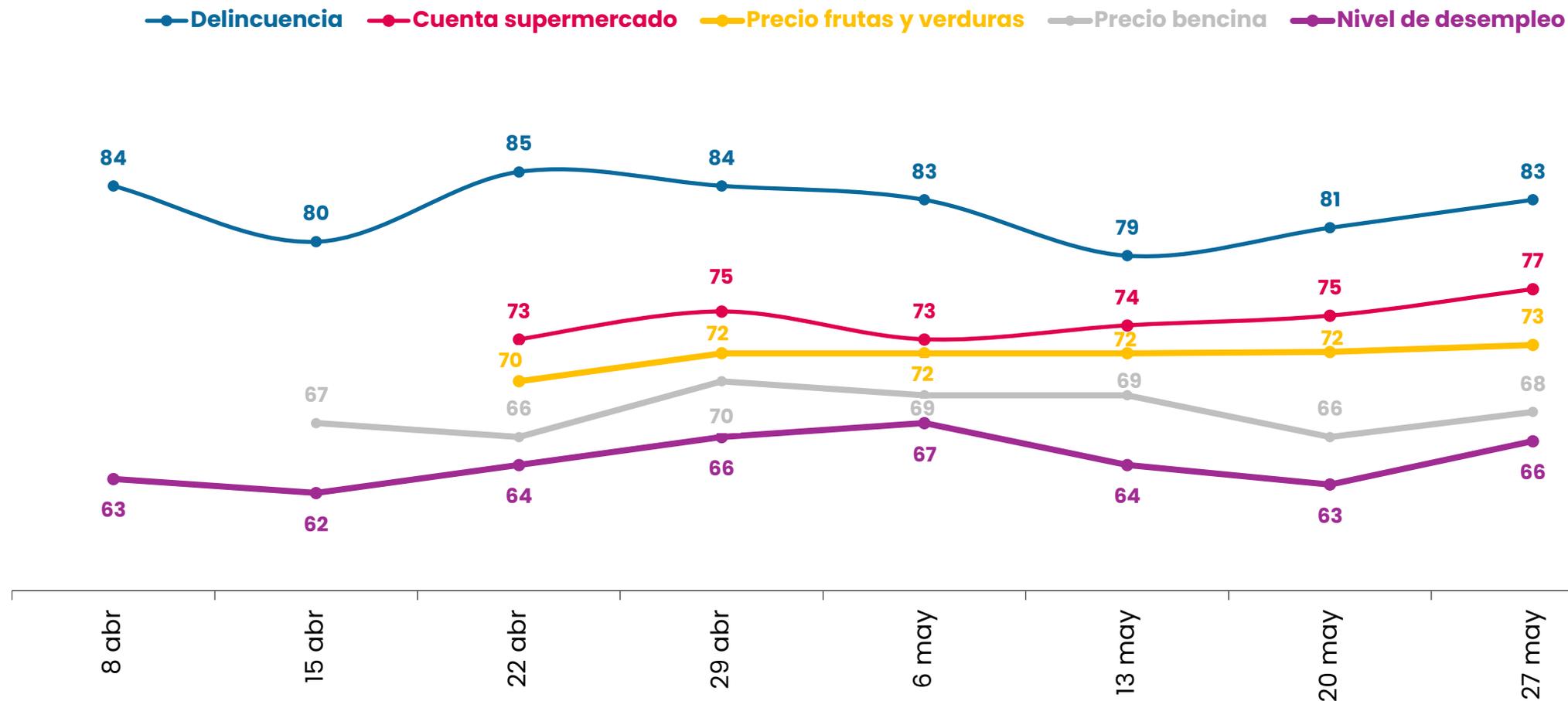
¿Cuánto te preocupan los siguientes temas? %



Casos: 700

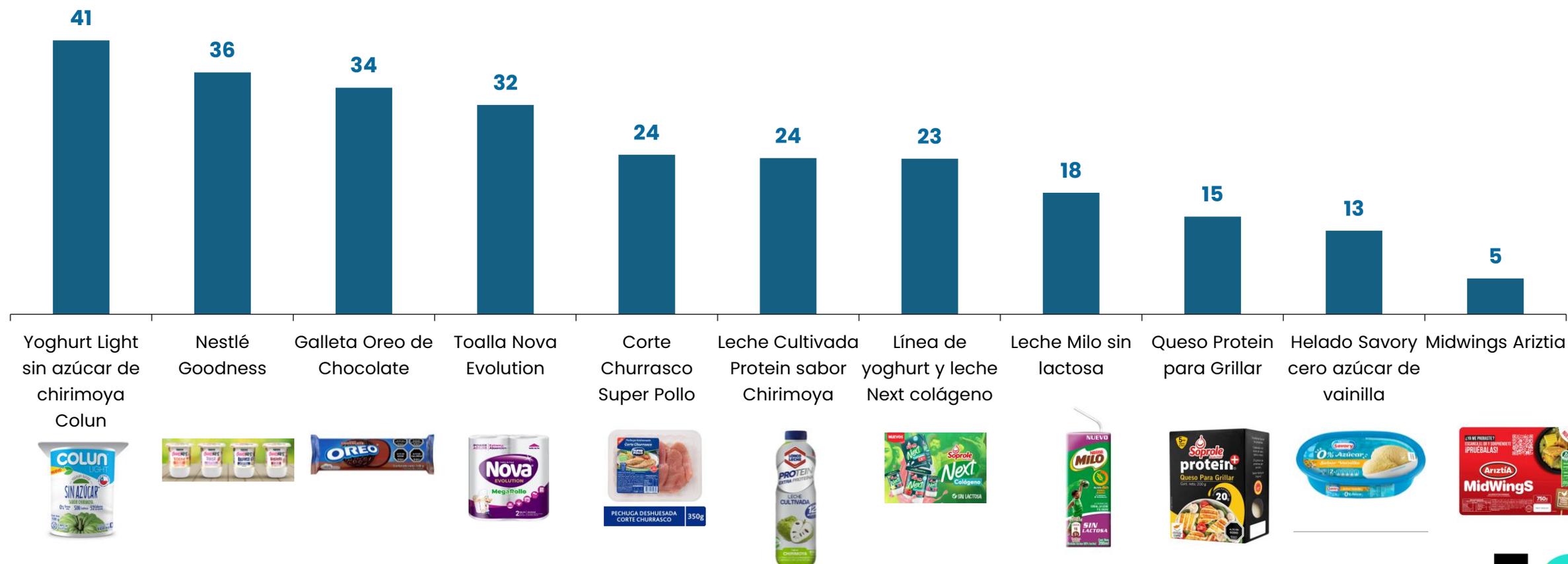
TEMAS QUE GENERAN PREOCUPACIÓN

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



CONOCIMIENTO NUEVOS PRODUCTOS

A continuación, te mostraremos una serie de productos que se lanzaron recientemente al mercado. ¿Has visto alguno de ellos, ya sea en televisión, diarios, redes sociales u otro medio? **%Sí**



Casos: 700

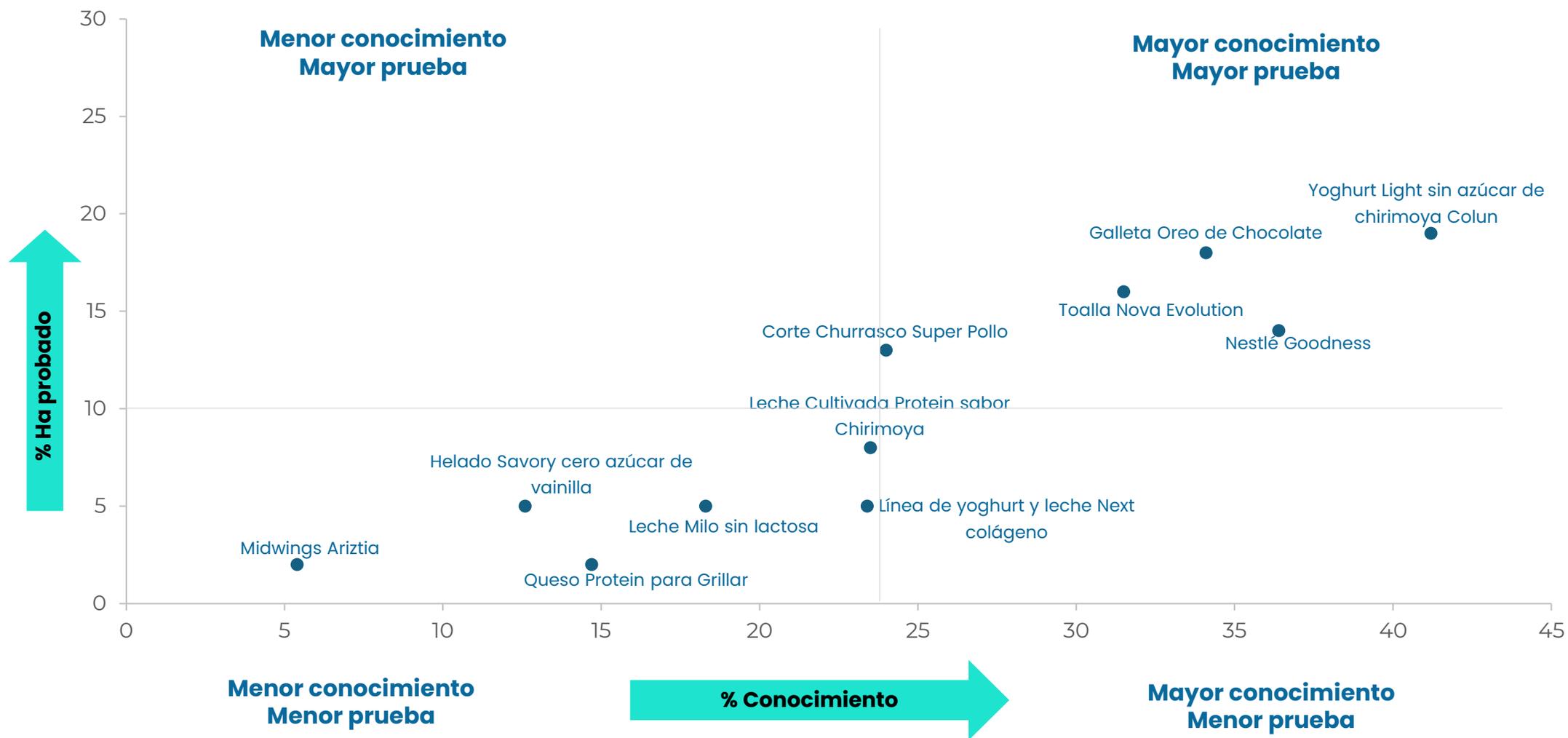
PRUEBA NUEVOS PRODUCTOS

¿Lo has probado? %SÍ



Casos: 700

CONOCIMIENTO Y PRUEBA DE NUEVOS PRODUCTOS



Casos: 700

Clientes

03

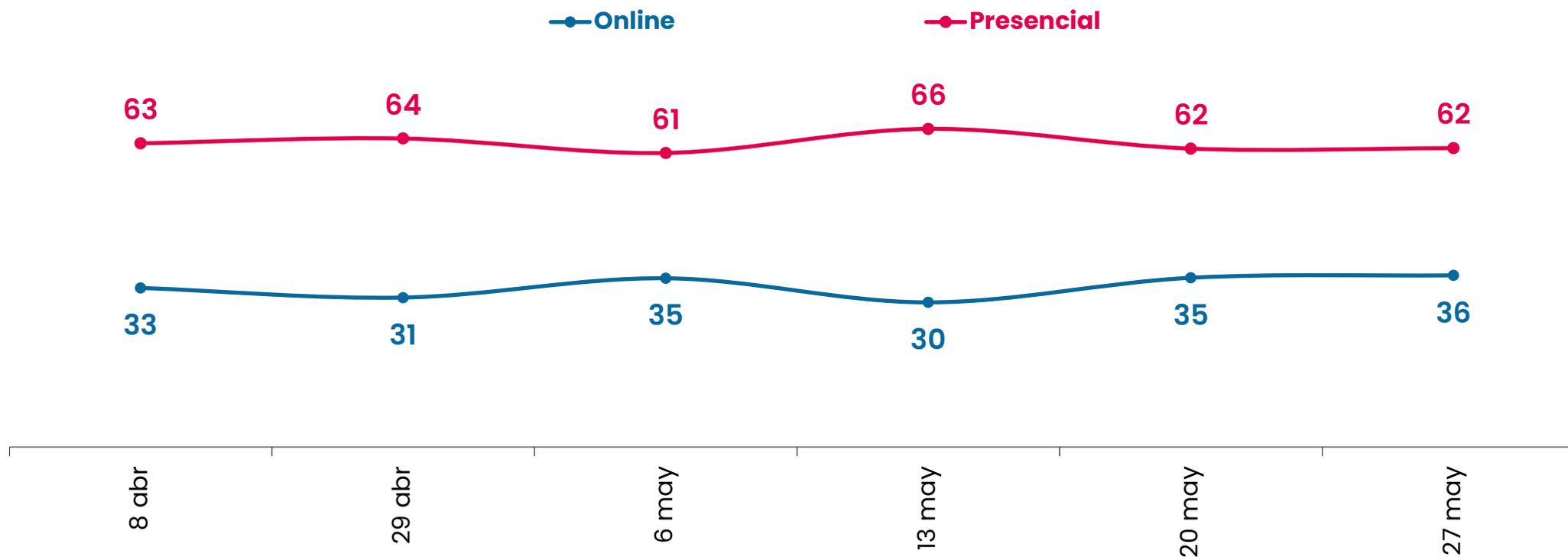


Se mantiene el alza por la preferencia por compra online, alcanzado un **36%** (+ 1 pto.)

→ Así mismo aumenta el porcentaje de compras online a **59%** (+ 6 ptos.) durante la última semana.

PREFERENCIA DE COMPRA ONLINE O PRESENCIAL

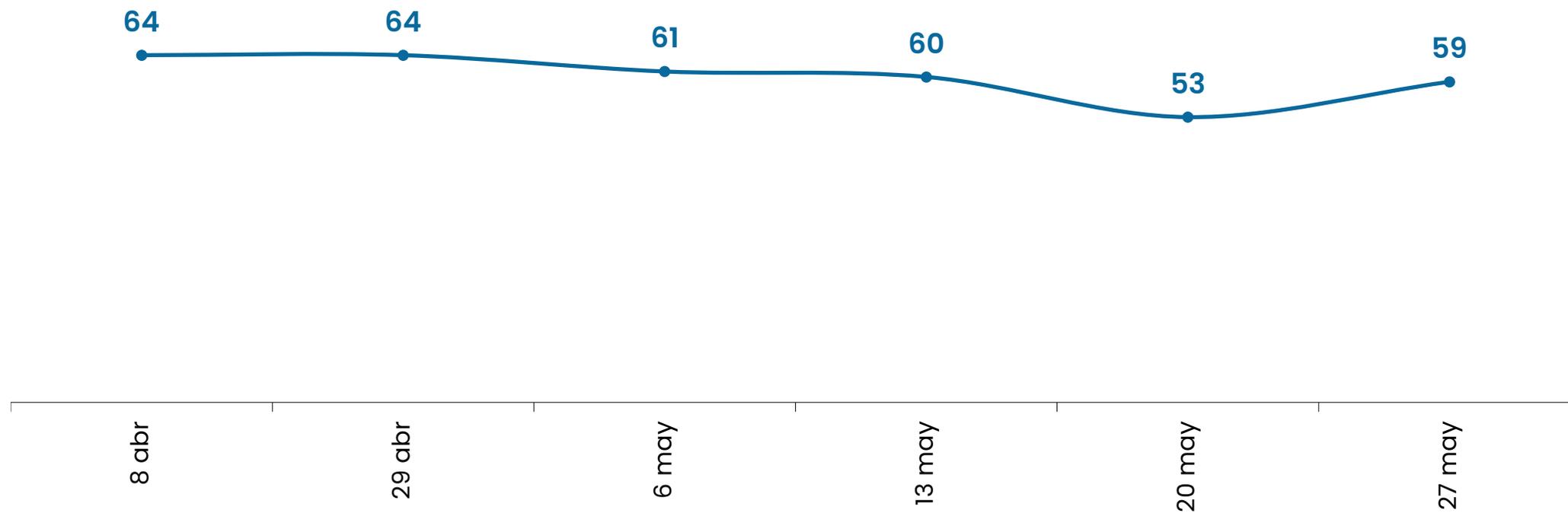
Pensando en la mayoría de las cosas que compras o pagas durante una semana, ¿prefieres hacerlo de manera presencial u online? %



COMPRA ONLINE EN LA ÚLTIMA

SEMANA

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



Comunicación



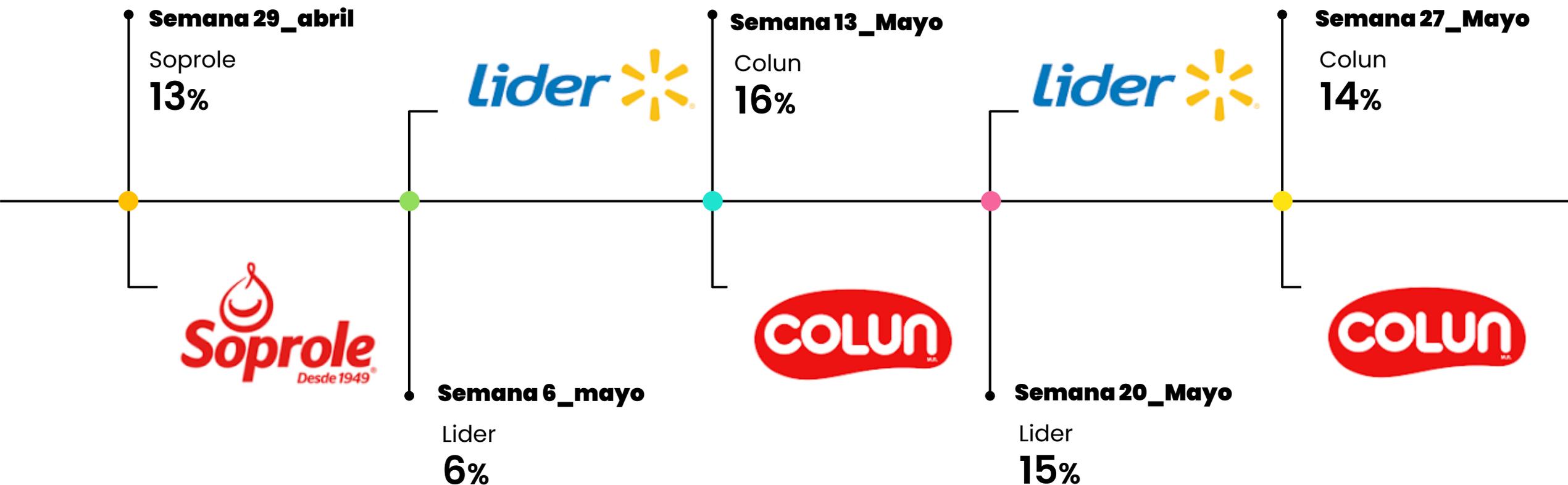
04

Colun es la **marca más relevante** de la semana con un **14%** de mención espontánea

→ Falabella aparece nuevamente como la marca con publicidad más memorable, con un 8% de las menciones espontáneas

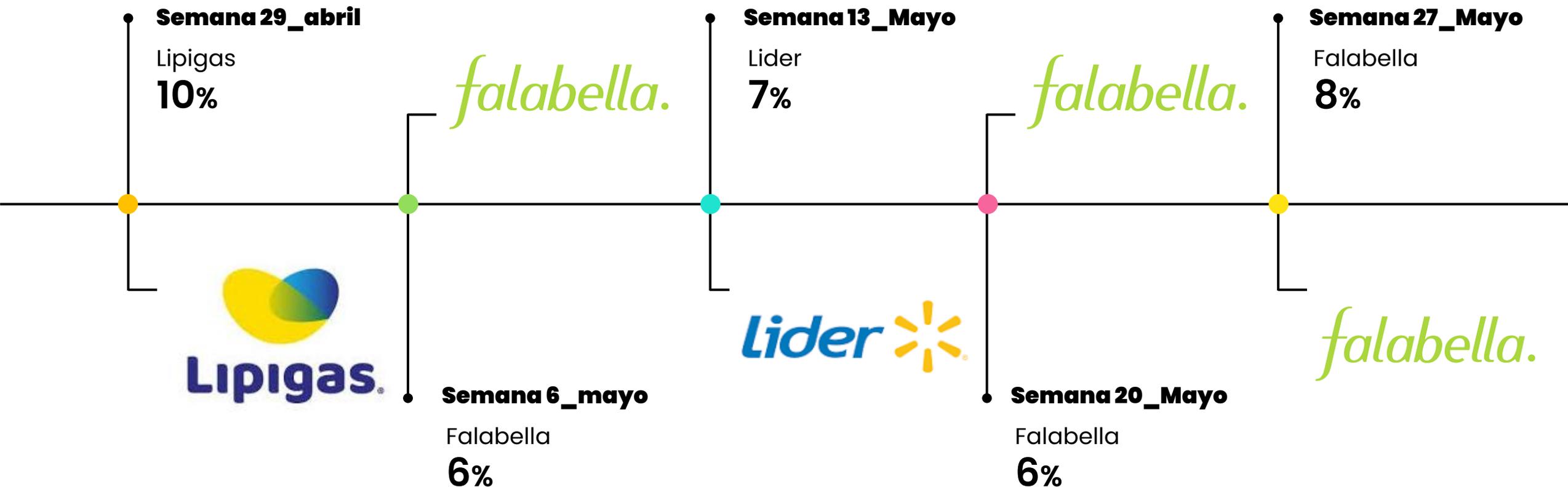
EVOLUTIVO: MARCAS RELEVANTES

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



EVOLUTIVO: PUBLICIDAD MEMORABLE

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



Casos: 700

Coyuntura: Alimentación

05

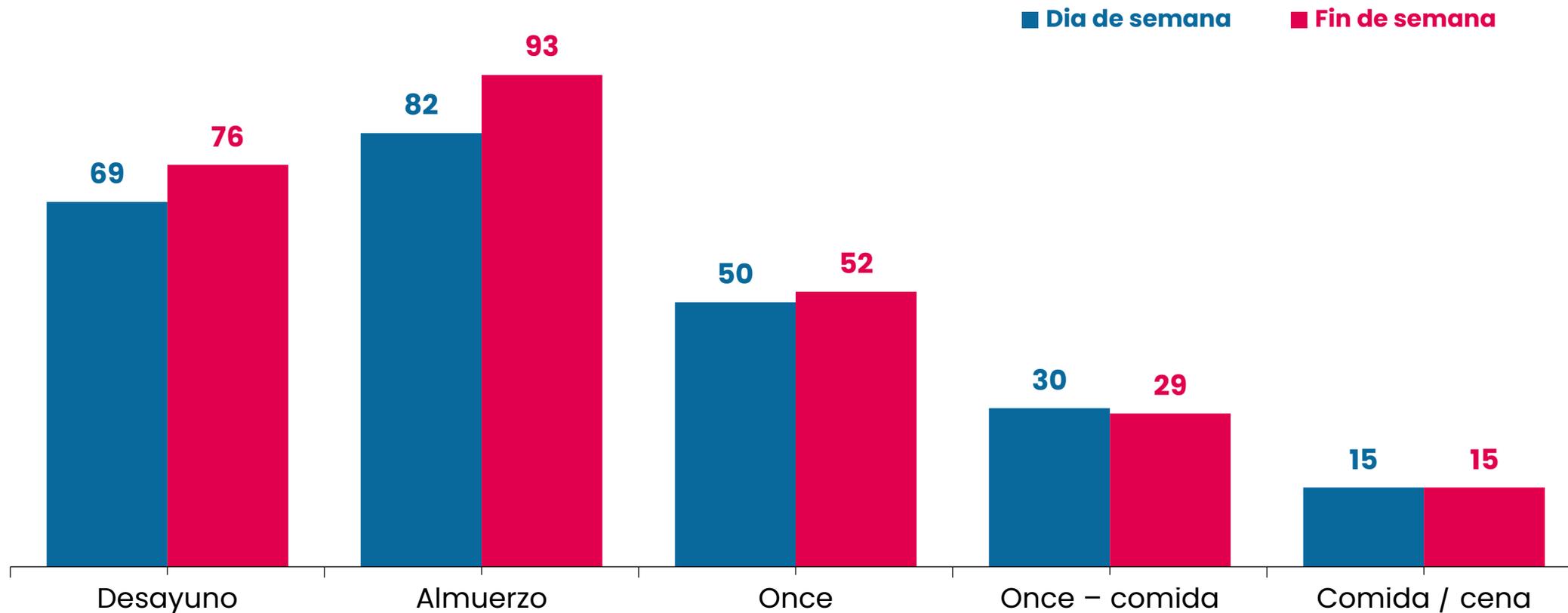


Un **75%** cree que el **precio de los alimentos** es la principal barrera para tener una **alimentación saludable**

- Salir a comer fuera de casa es más frecuente que pedir comida a domicilio: Un **49%** dice salir a comer al menos una vez al mes, mientras que **44%** pide comida a domicilio al menos una vez al mes
- **29%** se declara intolerante a la lactosa, siendo la principal restricción alimentaria de los chilenos
- **9%** se declara vegetariano o vegano.

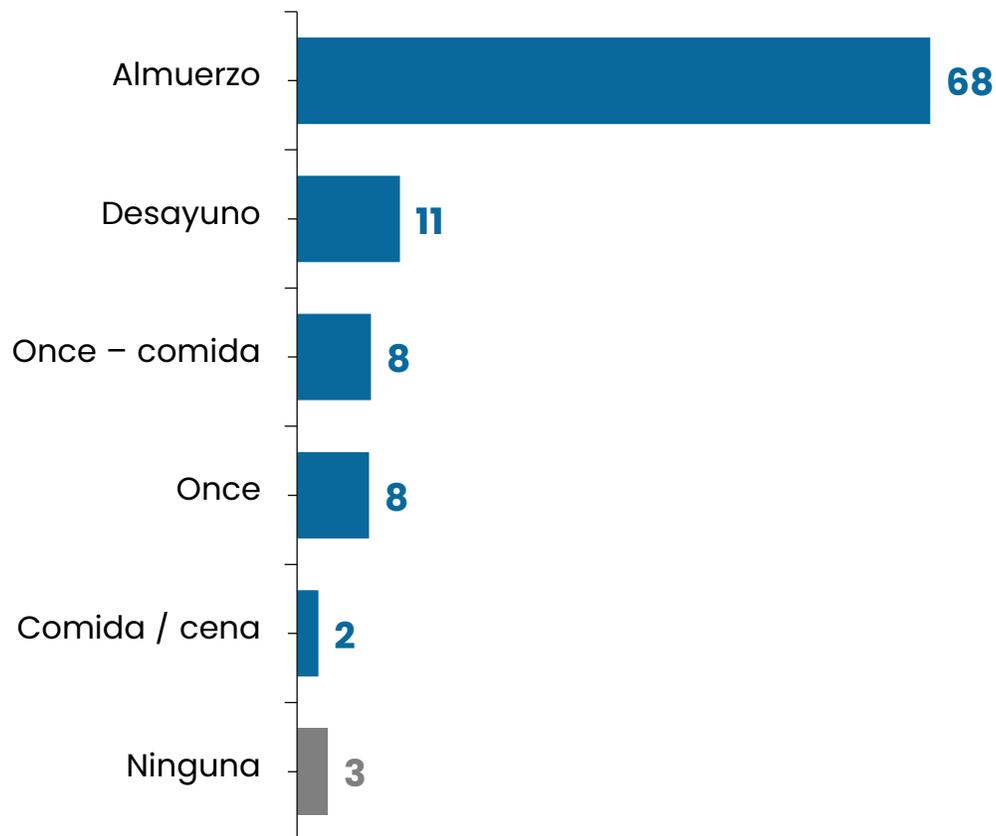
COMIDAS QUE SE HACEN EN EL HOGAR

¿Qué comidas se hacen en tu casa en **día de semana** de lunes a viernes/**fin de semana**? %



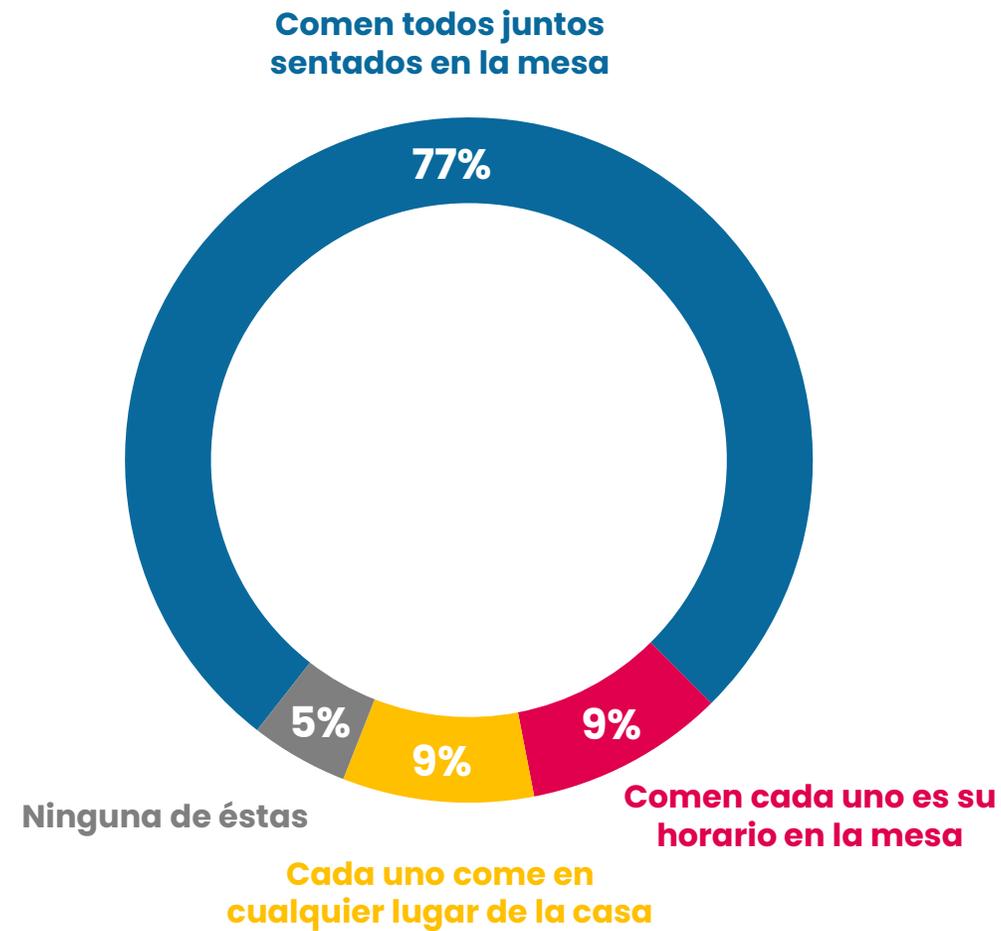
TIPO DE COMIDA DE SU HOGAR

¿Cuál es tu comida favorita? %



Casos: 700

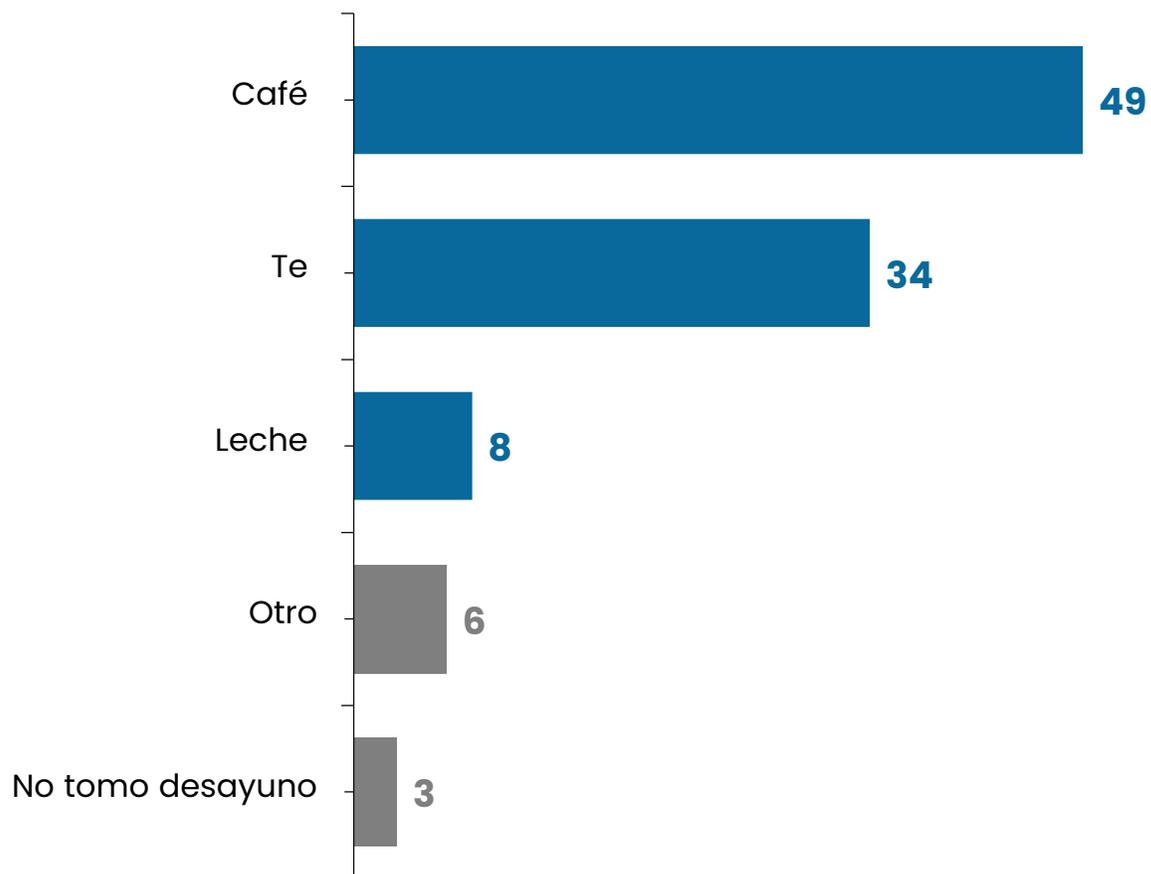
¿Cuál de estas formas representa mejor a tu hogar? %



Casos: 700

DESAYUNO

Pensando en un día cualquiera, ¿qué tomas al desayuno? %



Casos: 700

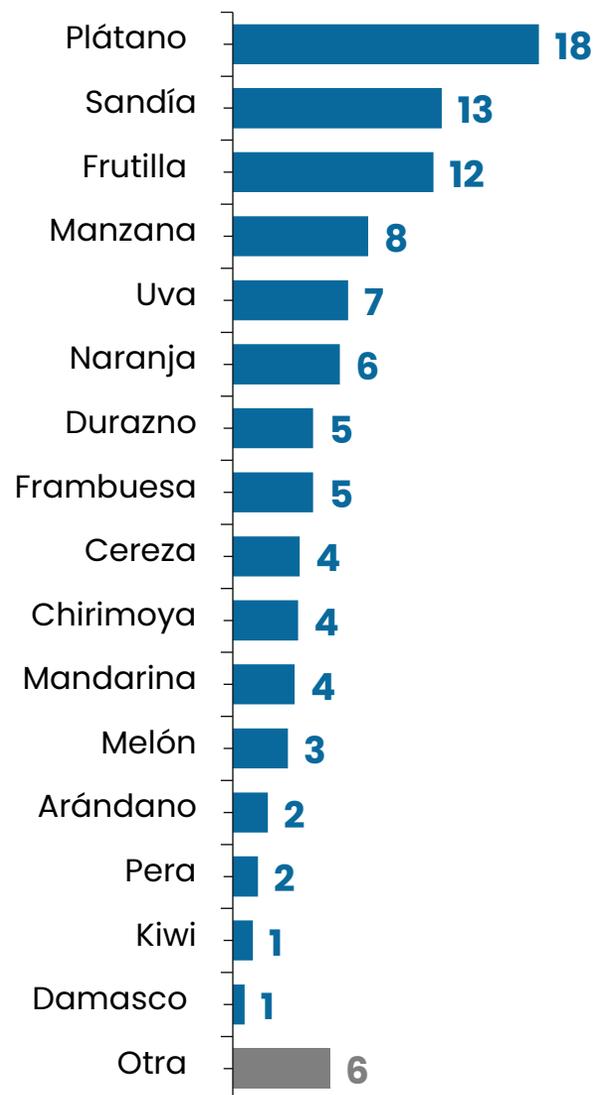
Al desayuno, ¿qué prefieres? %



Casos: 700

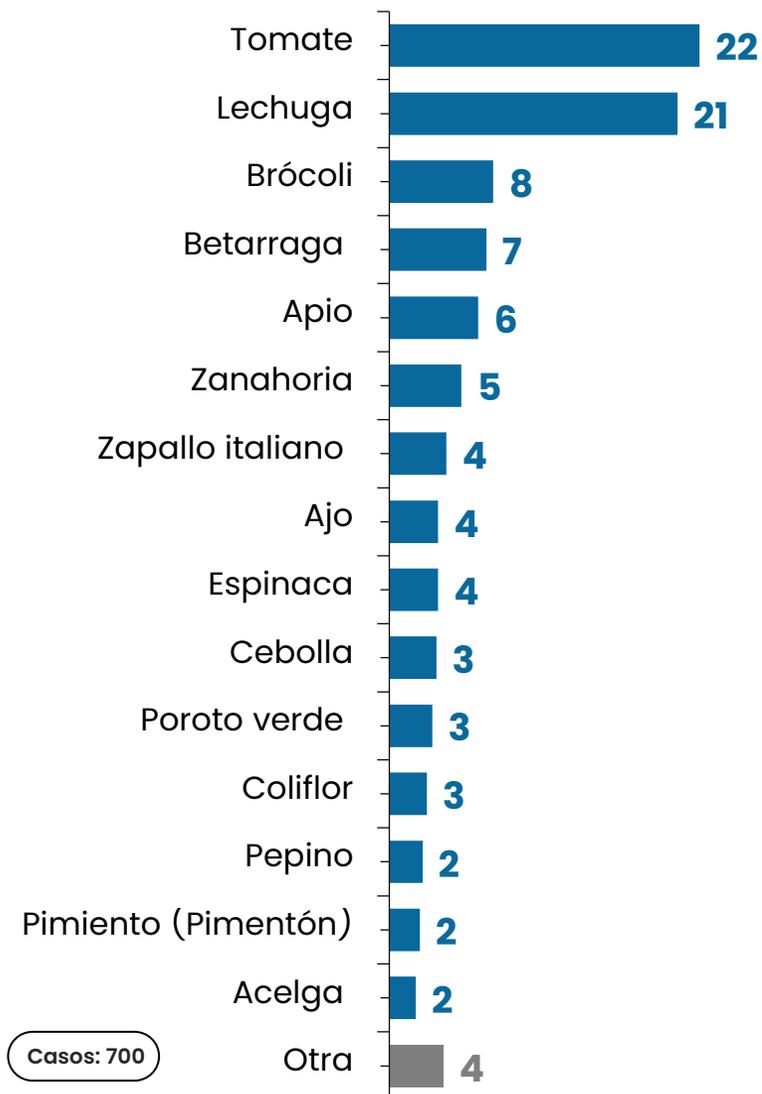
FRUTA Y VERDURA FAVORITA

¿Cuál es tu fruta favorita? %



Casos: 700

¿Cuál es tu verdura favorita? %

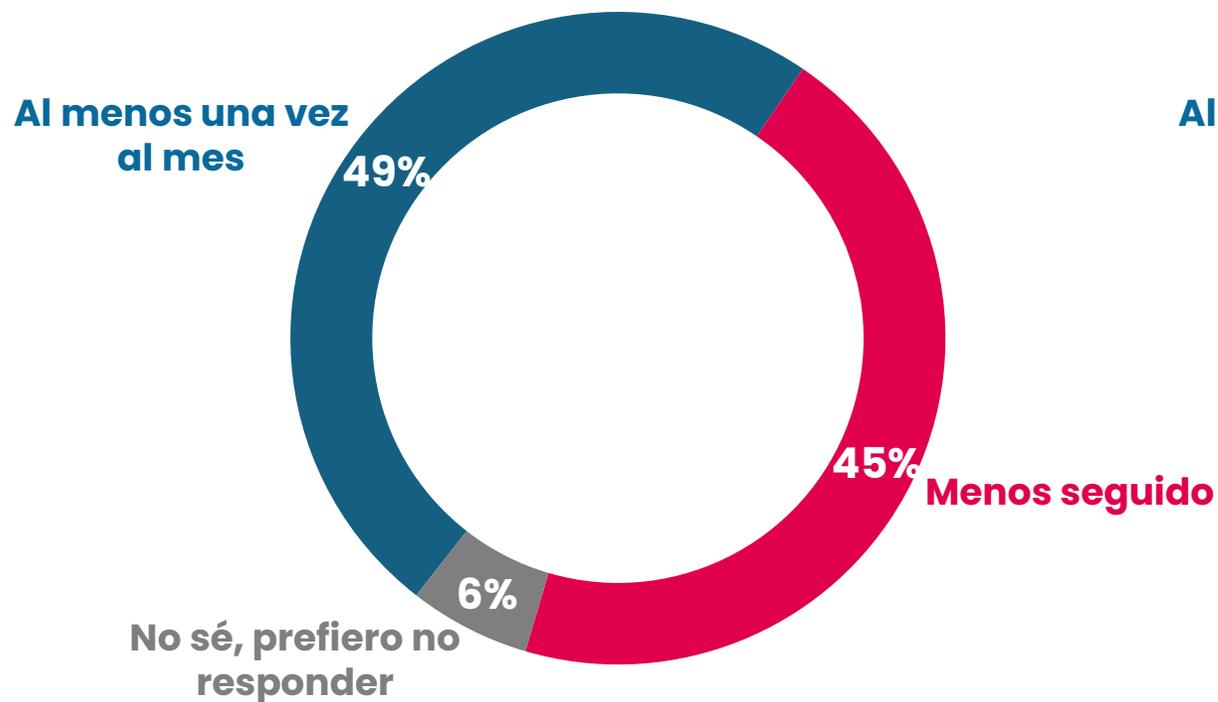


Casos: 700

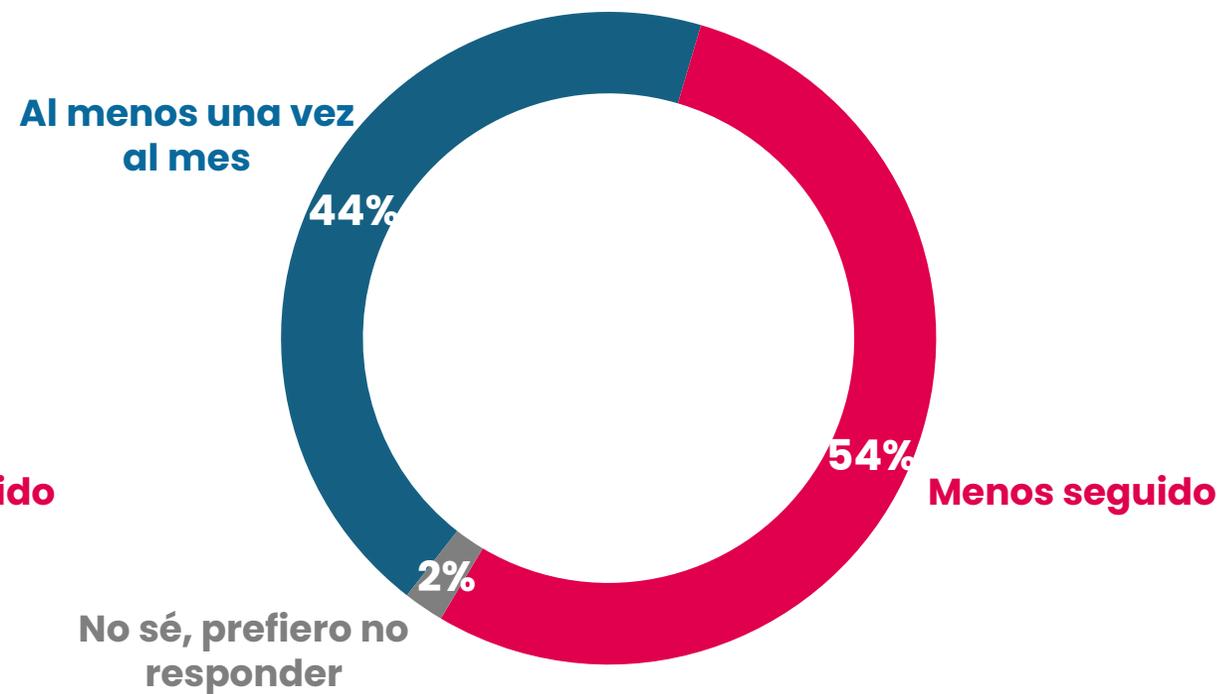
FRECUENCIA DE COMIDAS DE DELIVERY O RESTAURANTE

¿Con que frecuencia realizas las siguientes actividades? %

Salir a comer afuera

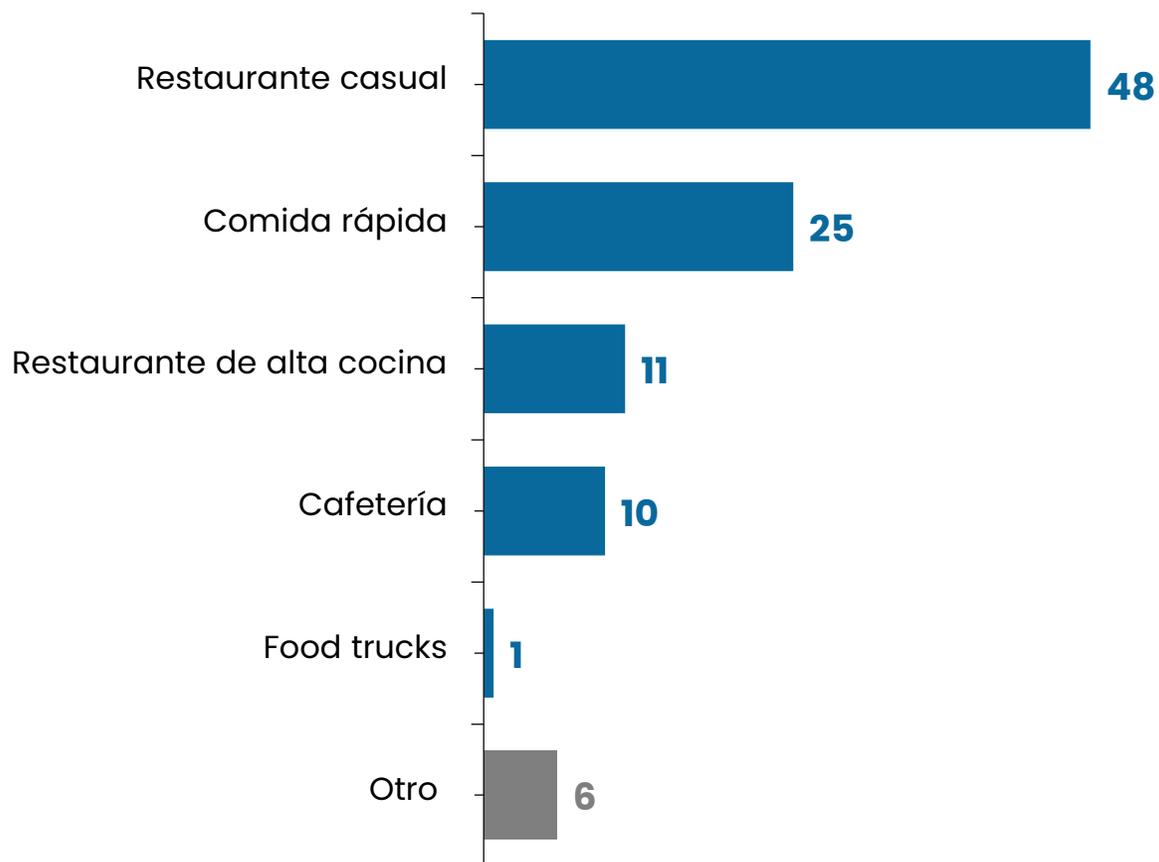


Pedir comida a domicilio



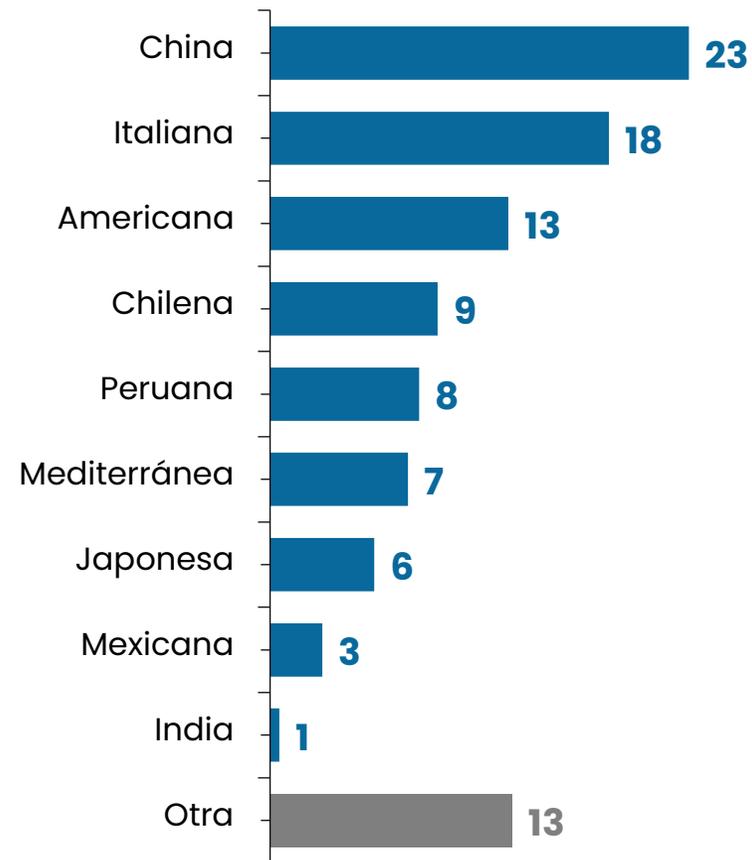
TIPO DE RESTAURANTE Y COMIDA PREFERIDA

¿Cuál es tu tipo de **restaurante preferido** cuando comes fuera? %



Casos: Quienes comen afuera N=479

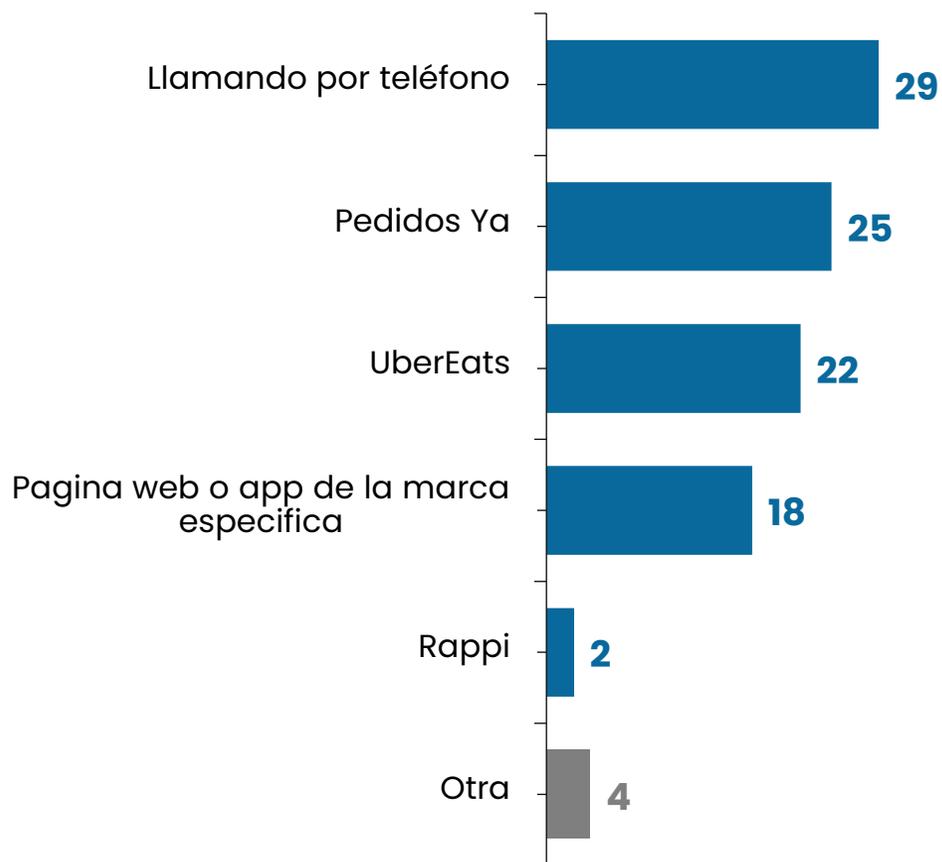
¿Qué tipo de **cocina prefieres** cuando comes fuera? %



Casos: 700

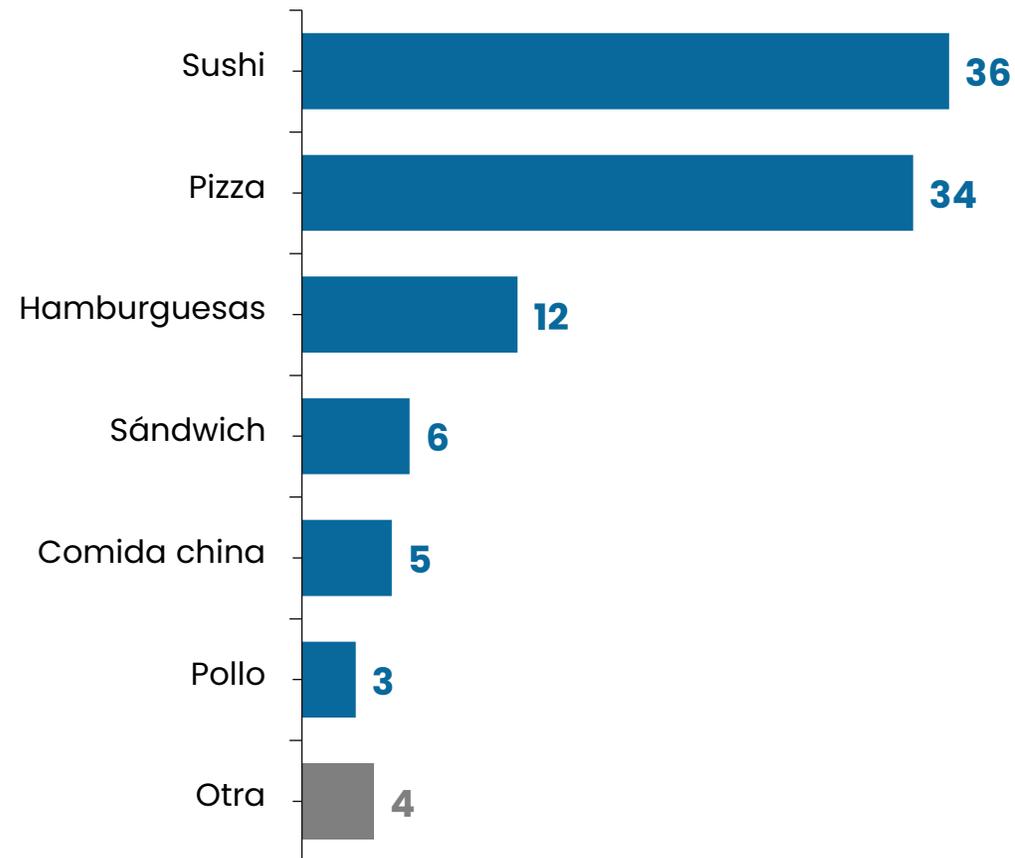
TIPO DE PLATAFORMA Y COMIDA DELIVERY PREFERIDA

¿Cómo pides **comida a domicilio**? %



Casos: Quienes piden comida delivery
N=499

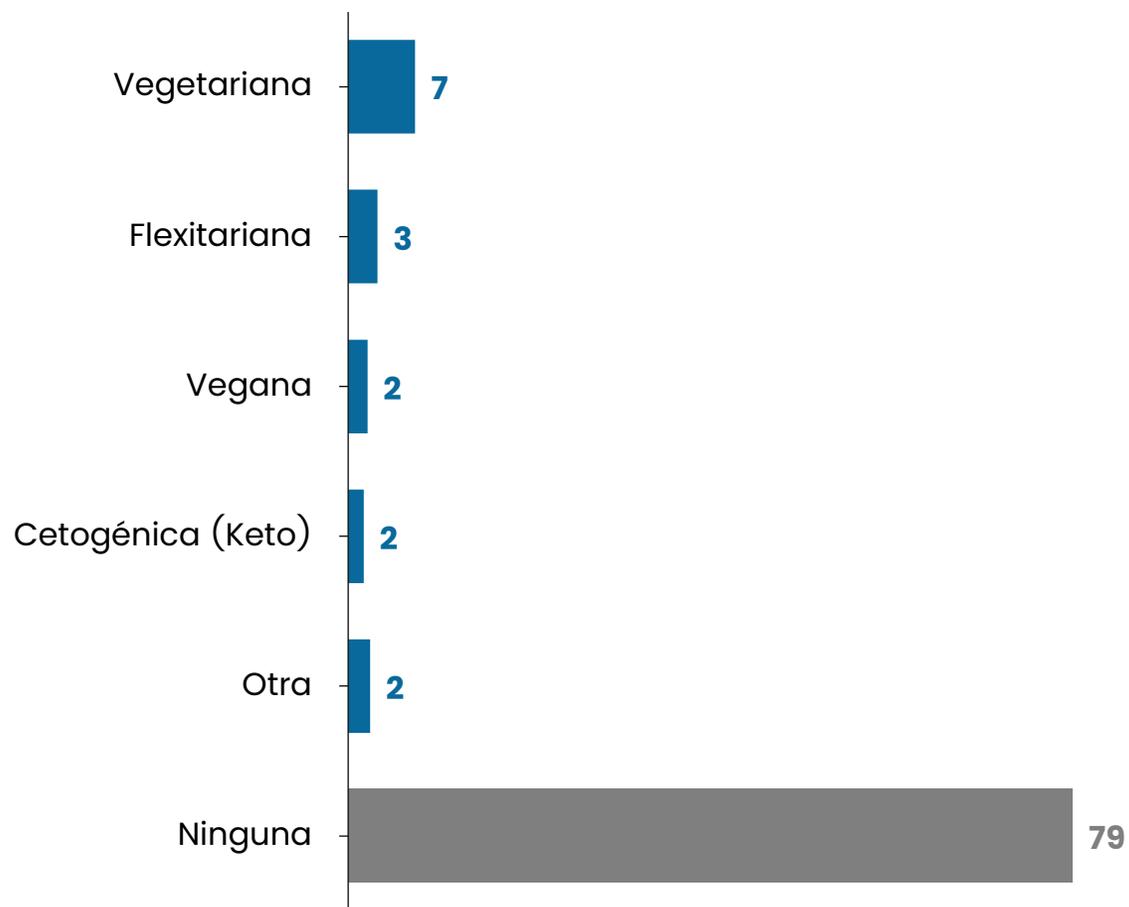
¿Cuál es la **comida que más se pide** en tu hogar con entrega a domicilio? %



Casos: 479

DIETAS ESPECÍFICAS

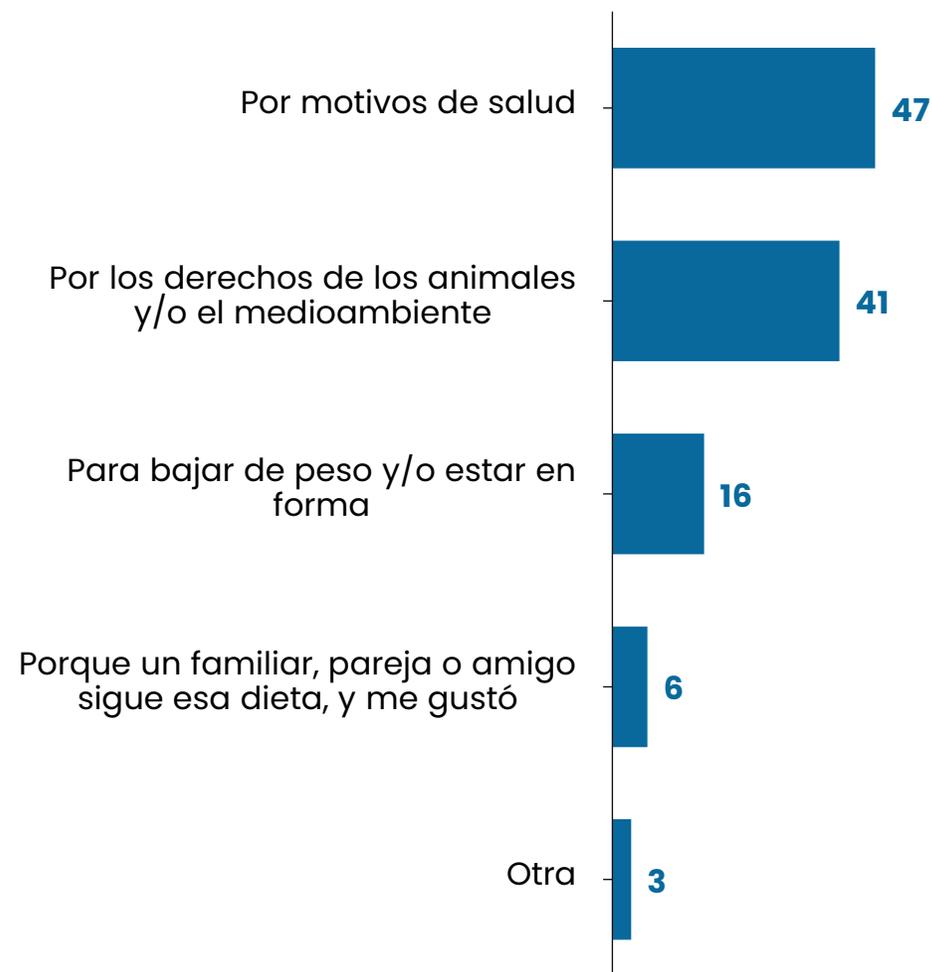
Tu o alguien de tu familia, ¿sigue algún tipo de dieta específica? %



Casos: 700

*Se excluye la alternativa "No sé, prefiero no responder"

¿Por qué siguen la dieta que marcaste? %

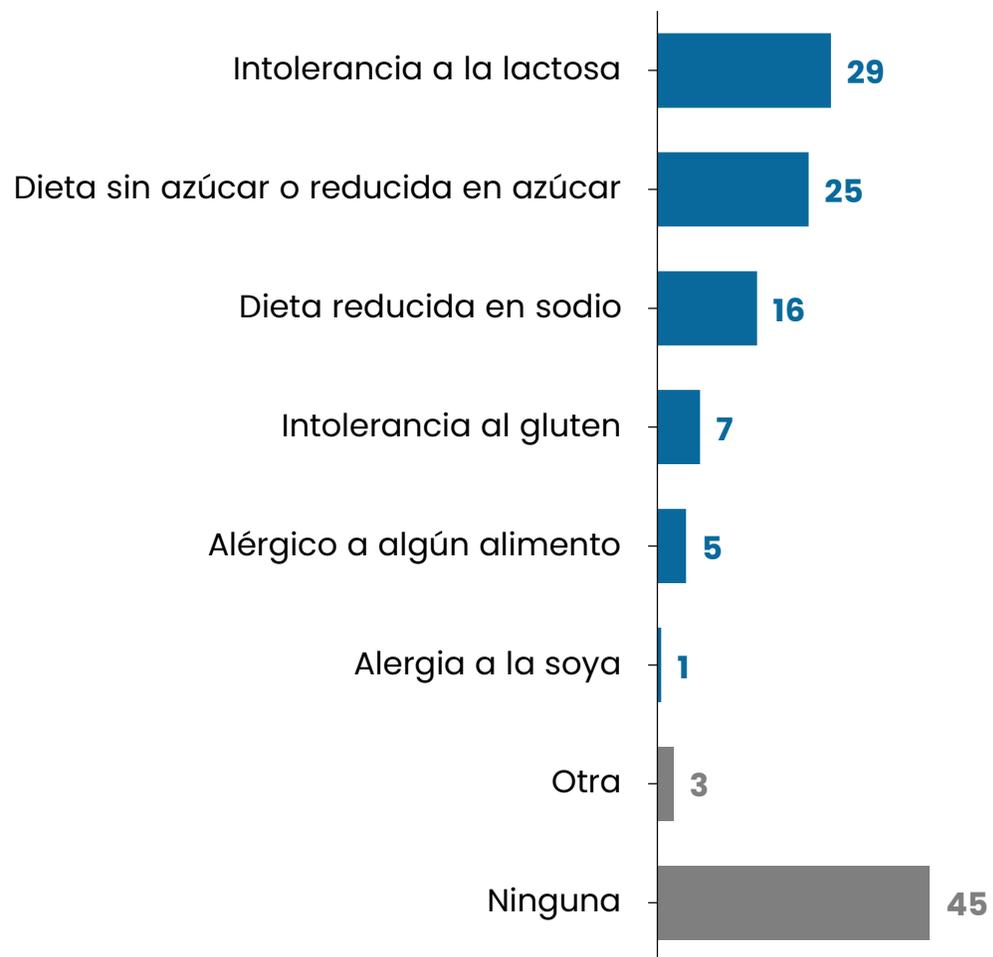


Casos: quienes siguen o alguien de su familia sigue alguna dieta:

111

RESTRICCIÓN ALIMENTARIA

Tu o alguien de tu familia ¿tienes alguna restricción alimentaria? %

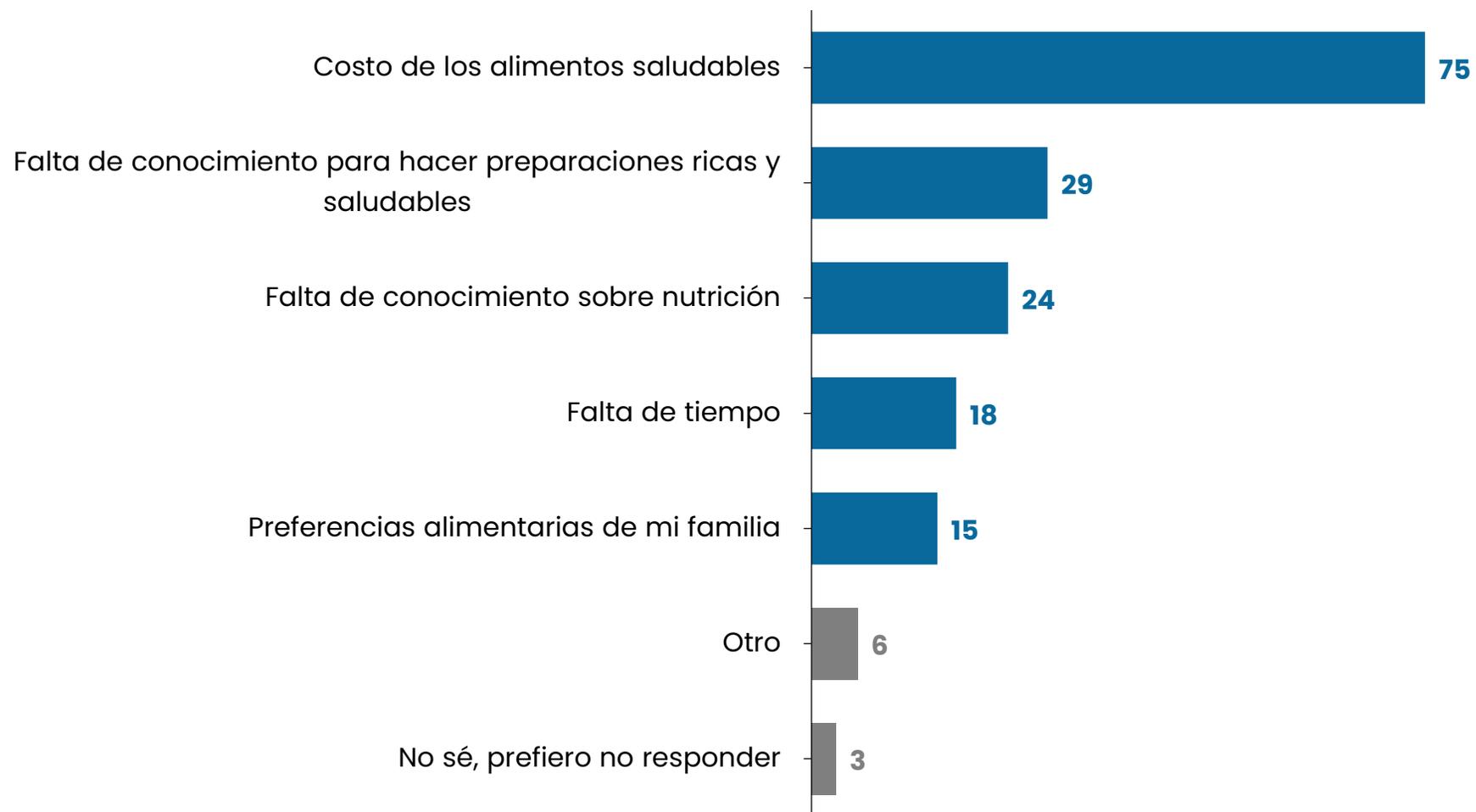


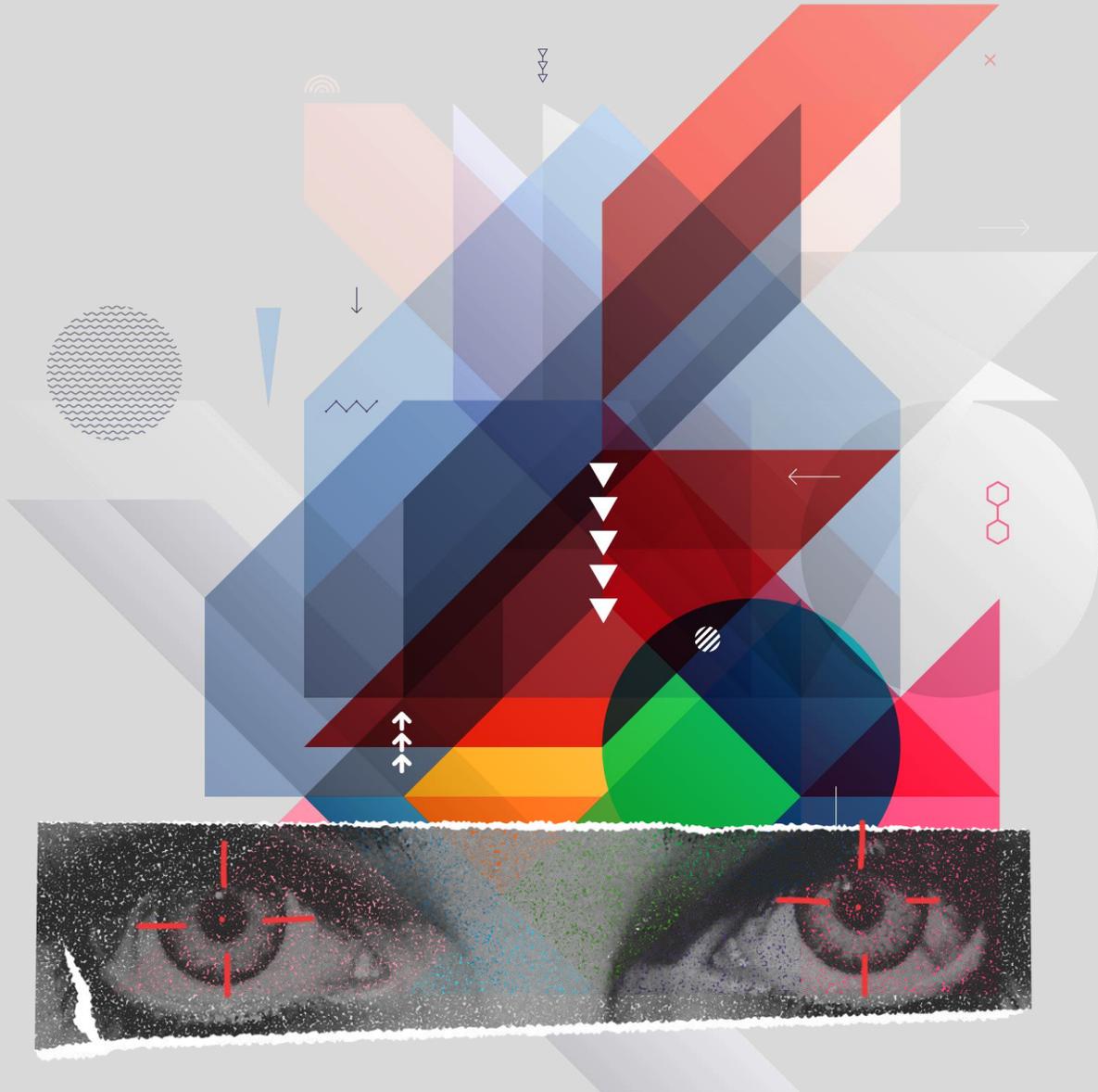
Casos: 700

*Se excluye la alternativa "No sé, prefiero no responder"

DESAFÍOS DE LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE

¿Cuáles crees que son los mayores desafíos que enfrentas para mantener una alimentación saludable? %





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

www.cadem.cl