

Estudio

5



CADEM



Marcas Ciudadanas

marcas
CIUDADANAS
— CADEM

10
AÑOS

ENTRE LO ESENCIAL Y LO EMERGENTE

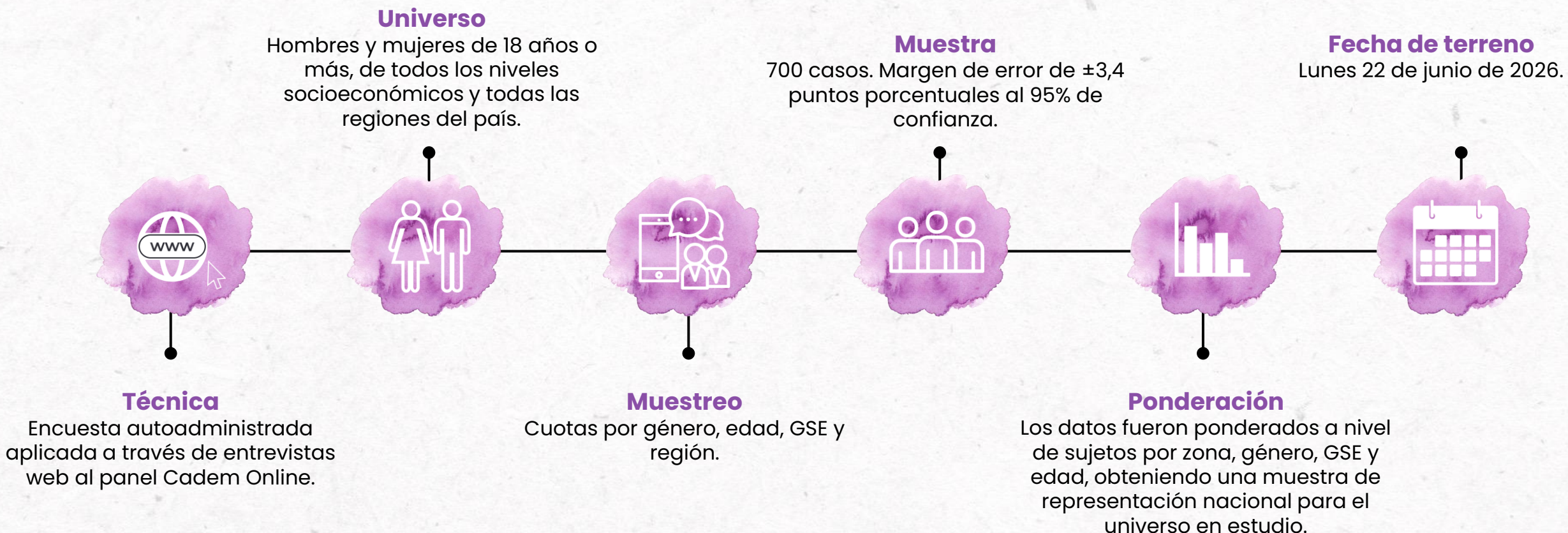
385 marcas medidas

¿ya sabes cómo le fue a la tuya?

 CADEM  **Deloitte.**

Contacta a: catalinalizana@cadem.cl

Metodología



5Claves de la semana

- El **caso de los niños haitianos** es el tema de la semana, con 55% de las menciones. Le sigue el **mundial de fútbol**, con 30 pts. menos.
- **Waka Waka** (Shakira y Freshlyground, 2010) es por lejos, la canción oficial favorita de los mundiales, con 42% de las preferencias. Le sigue **La Copa de la Vida** (Ricky Martin) con 19% de las preferencias.
- Con 14% de las menciones espontáneas, **Lider** es la marca que más valoran los chilenos. En publicidad memorable, **WOM** retoma el primer lugar, con 8% de las menciones espontáneas.
- En evaluación de campañas publicitarias, Easy alcanza los mayores niveles de conocimiento (66%), pero la de Empresas Copec es la mejor evaluada (72%).
- El **mes del orgullo** es la coyuntura de esta semana. 50% sabe que durante junio se celebra el mes del orgullo LGBTIQ+, siendo especialmente alto entre mujeres, jóvenes de 18 a 34 años y segmento C2. 46% sabe lo que significa este mes y **28% lo asocia a inclusión y respeto** mientras que 25% a visibilidad y derechos humanos y 20% a exageración o provocación. Cerca de la mitad de las personas **está de acuerdo con que las marcas apoyen a la comunidad LGBTIQ+**, pero un 50% está en desacuerdo con que los municipios pongan banderas LGBTIQ+. 35% cree que el apoyo de las marcas al movimiento **es una estrategia de marketing**, y 39% está de acuerdo con que las marcas implementen políticas internas de diversidad e inclusión, siendo la medida más respaldada. Por último **WOM** es reconocida como la marca que **ha hecho algo visible en el contexto del mes del orgullo**.



01.

Conexión

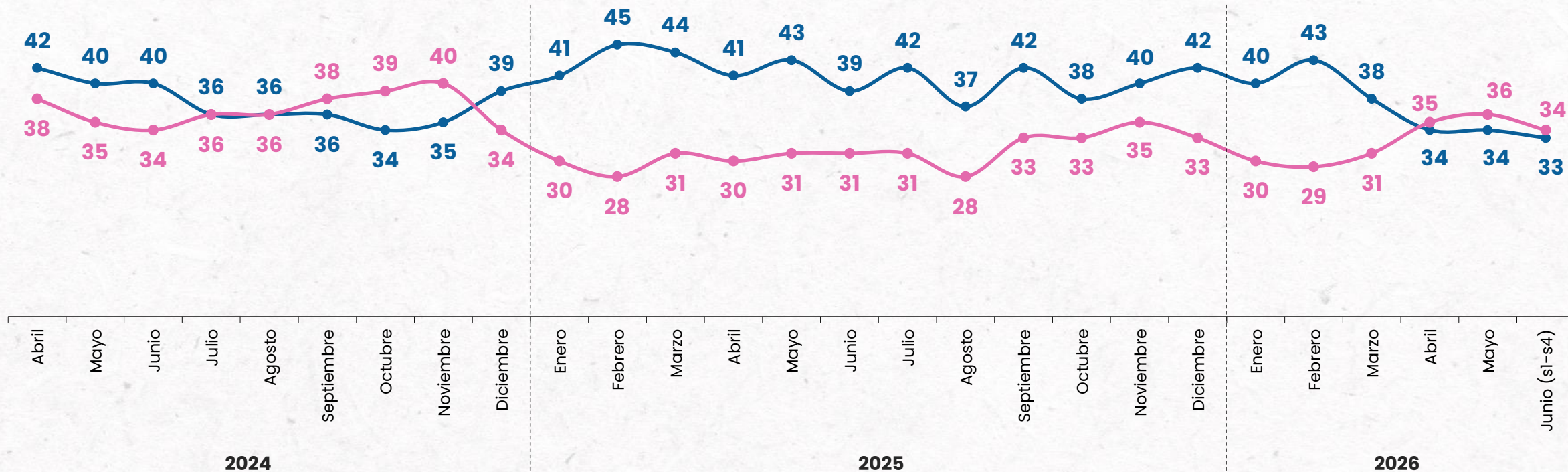
ESTADO DE ÁNIMO DE LOS CHILENOS

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**?

% Notas 6 + 7

—●— **Muy o bastante feliz** —●— **Muy o bastante estresado**

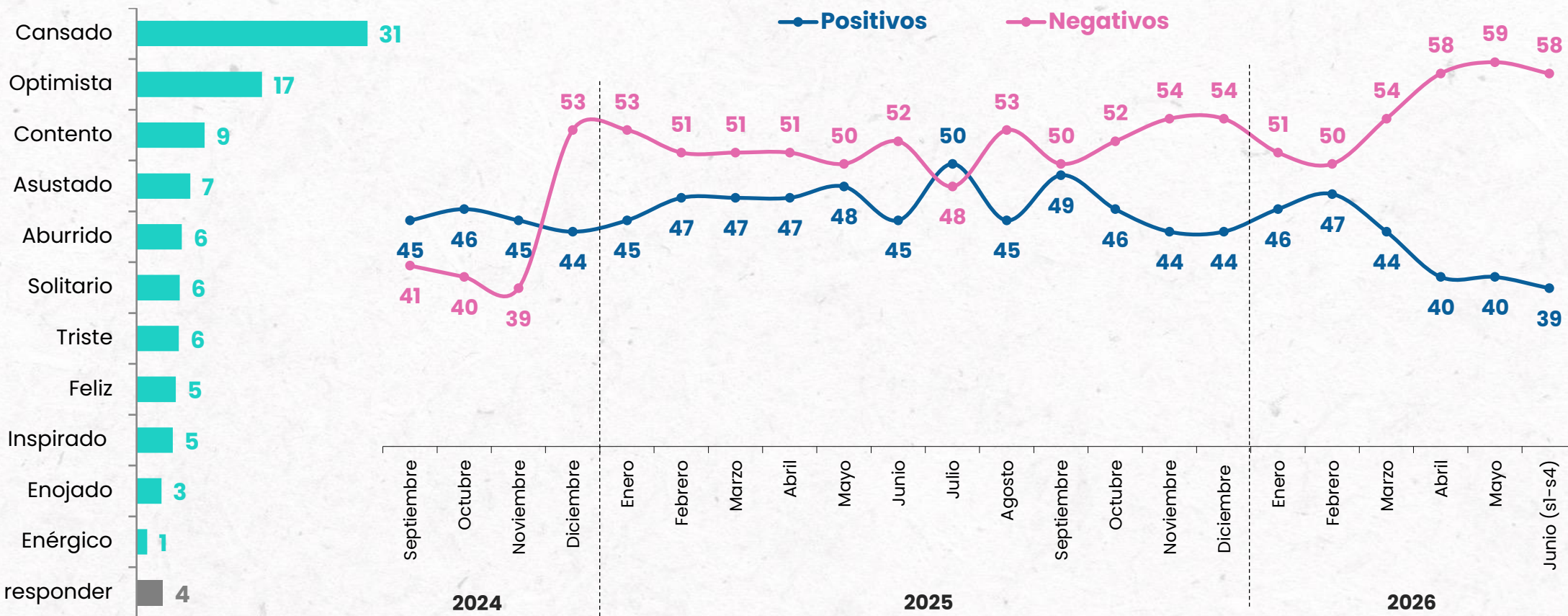


SENTIMIENTO PREDOMINANTE

En términos generales, ¿cuál de las siguientes opciones describe mejor tu estado de ánimo y/o cómo te sentiste durante la semana pasada?

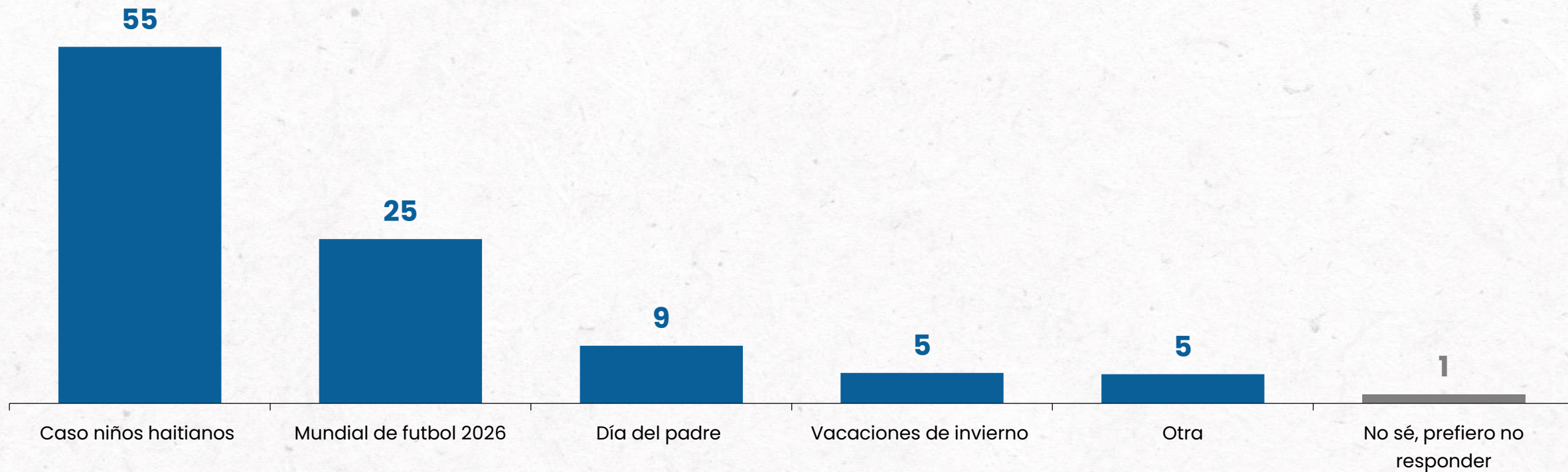
%

S4 junio



PERSONAJE/TEMA DE LA SEMANA

Del siguiente listado de personajes o temas, ¿quién dirías que fue el personaje o tema de la semana?
%



PERSONAJE/TEMA DE LA SEMANA

Del siguiente listado de personajes o temas, ¿quién dirías que fue el personaje o tema de la semana?
%



Semana 25_mayo
Niña de 2 años cae del piso 11 de un edificio

42%



Semana 15_junio
Embargo de cuentas a deudores del CAE

51%



Semana 22_junio
Caso niños haitianos

55%

Semana 18_mayo

Presidente Kast afirma que expulsión de 300mil migrantes irregulares fue una metáfora

46%



Semana 1_junio

Cesantía en su peor nivel desde la pandemia

39%

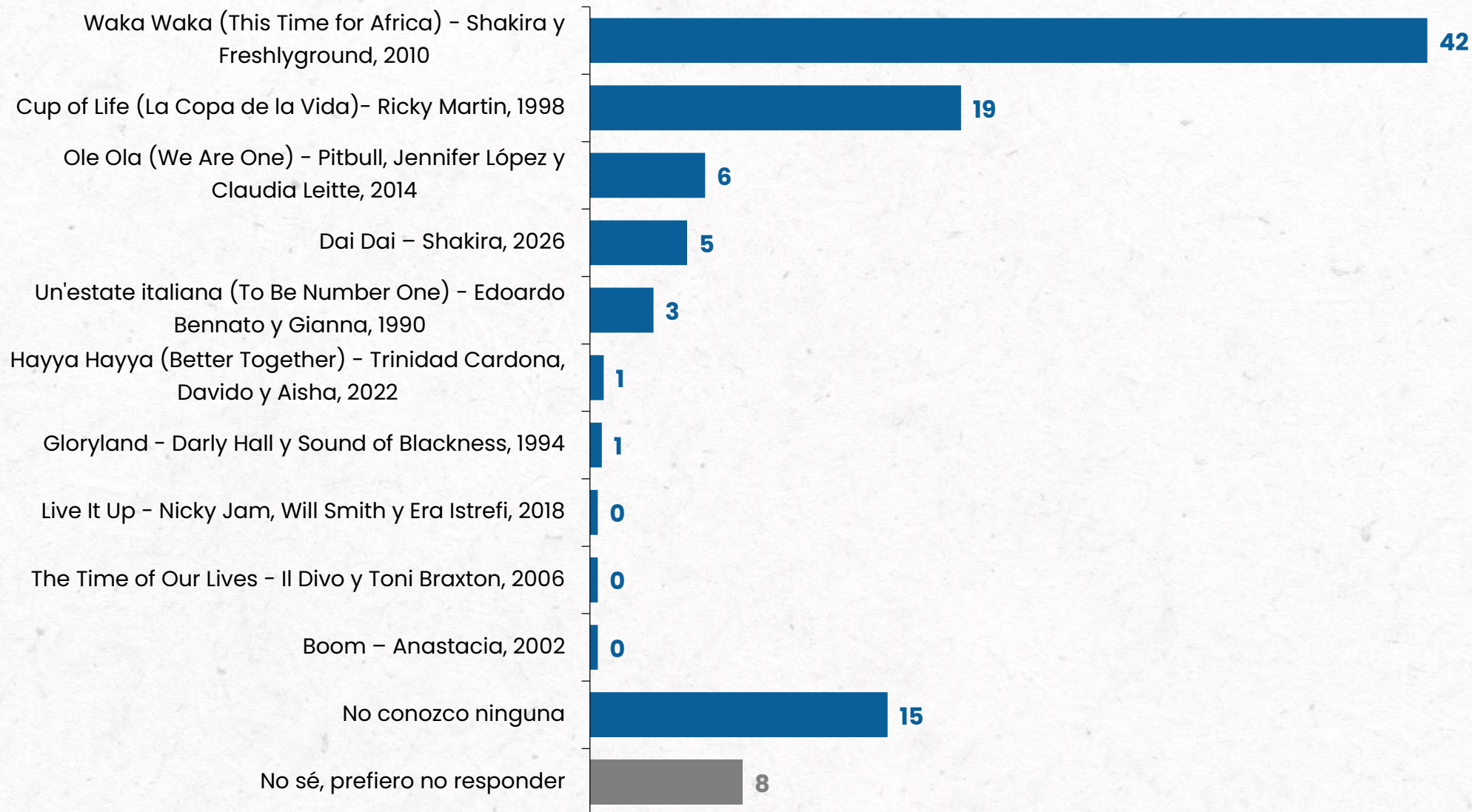


RANKING DE LA SEMANA: CANCIÓN DEL MUNDIAL FAVORITA

N° 114 Junio S4 • 2026

De las canciones oficiales de cada mundial, ¿cuál dirías que ha sido la mejor?

Alternativas dadas. %



Casos: 700

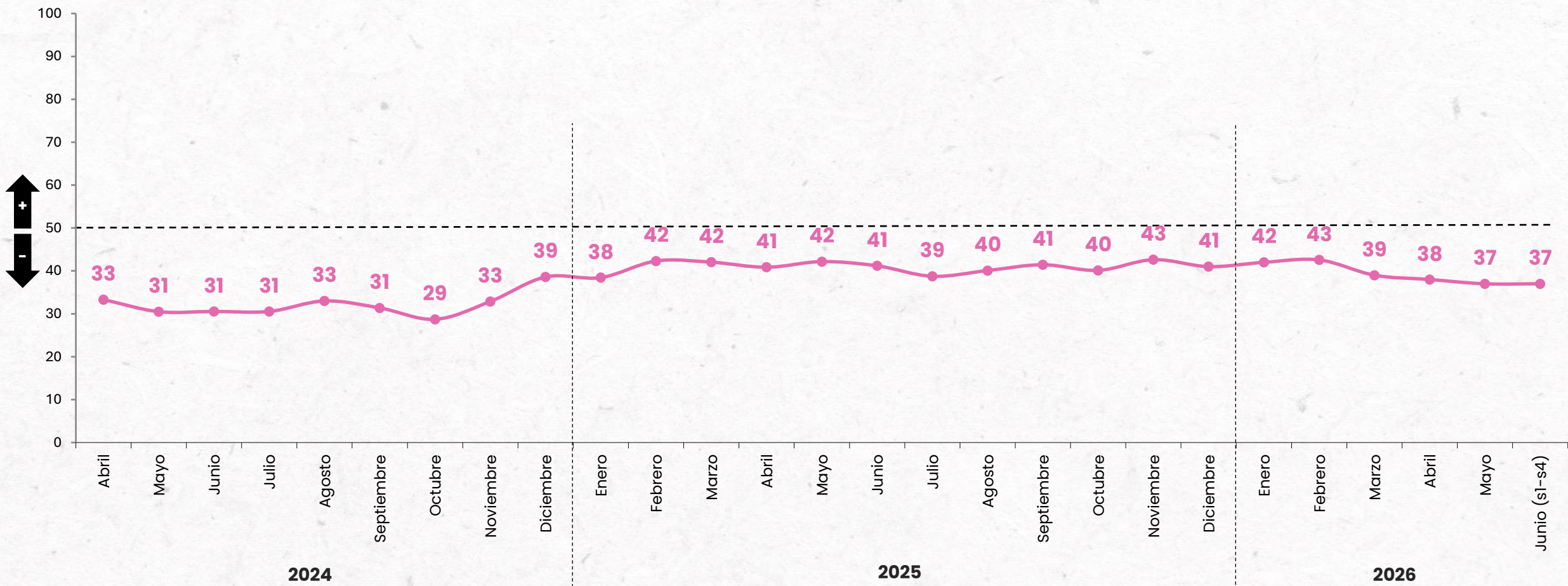


02.

Consumo

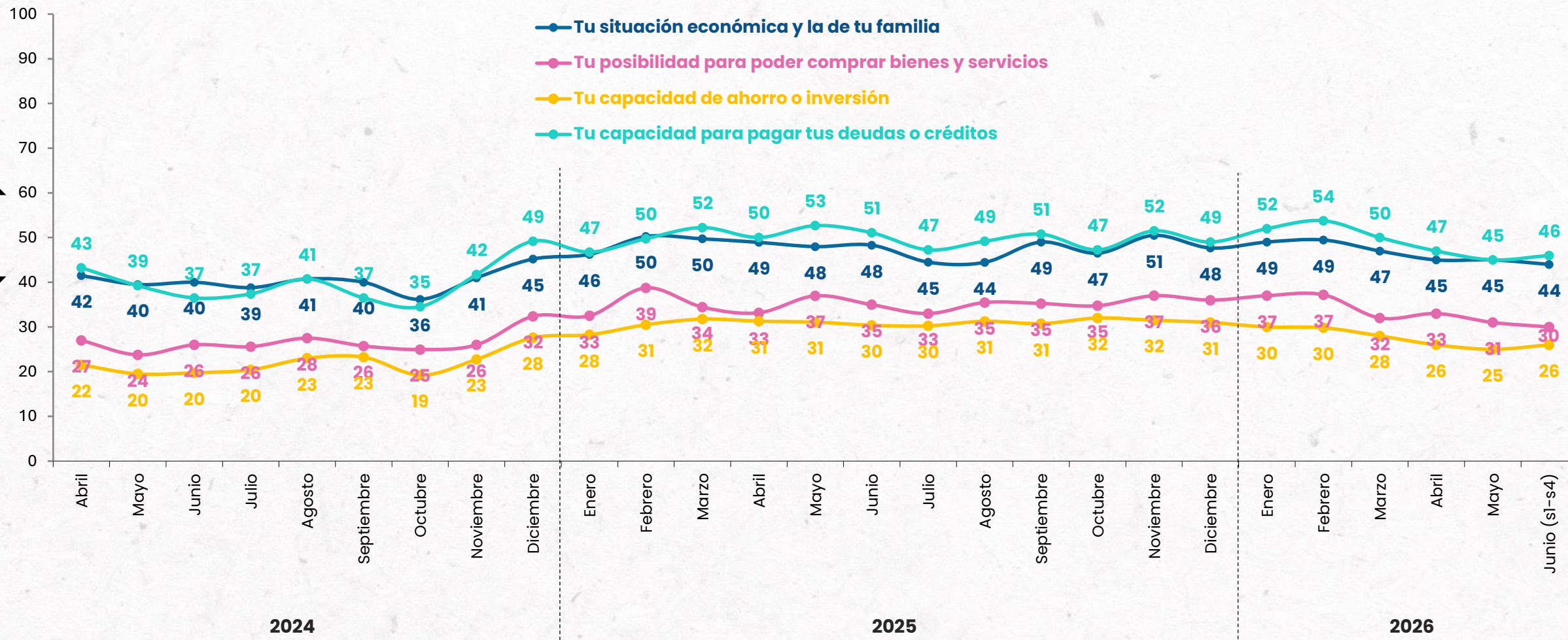
EVALUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL

En una escala de 1 a 7, ¿cómo calificarías la situación...?
**Económica y la de tu familia / Tu posibilidad para poder comprar bienes y servicios /
 Tu capacidad de ahorro e inversión / Tu capacidad para pagar tus deudas o créditos**
 % Notas 5 a 7



EVALUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL

En una escala de 1 a 7, ¿cómo calificarías la situación...?
% Notas 5 a 7





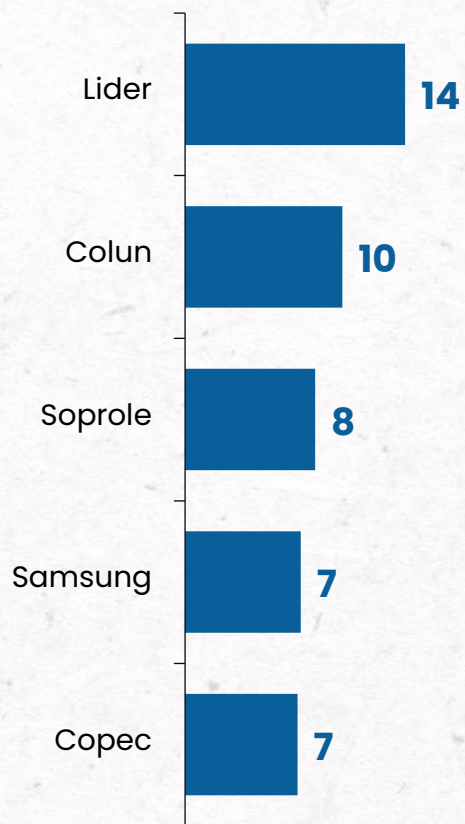
03.

Comunicación

MARCAS RELEVANTES: TOP 5

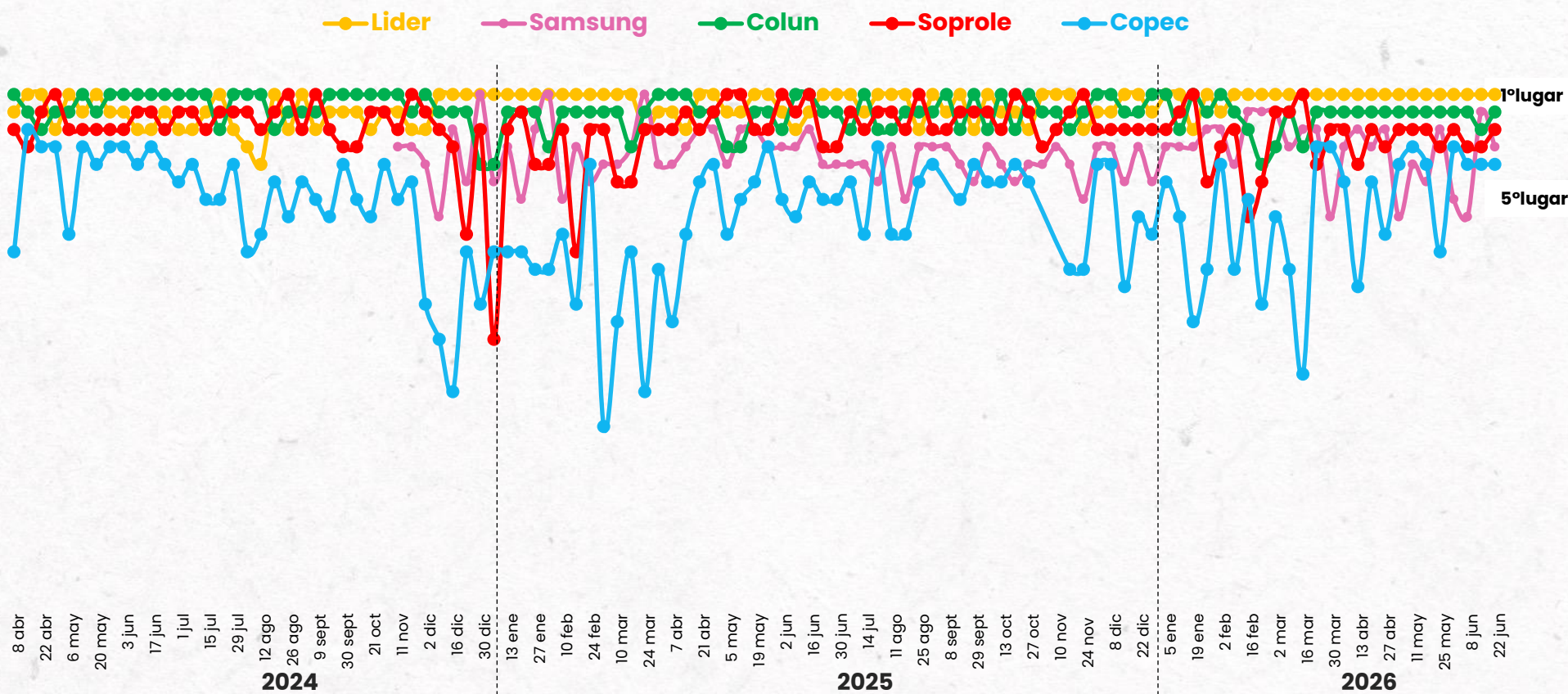
Pensando en las marcas que son relevantes en tu vida, ¿cuál es la primera que viene a tu mente?
% Espontáneo

S4 junio



Evolución en ranking de posición

Marcas Top 5

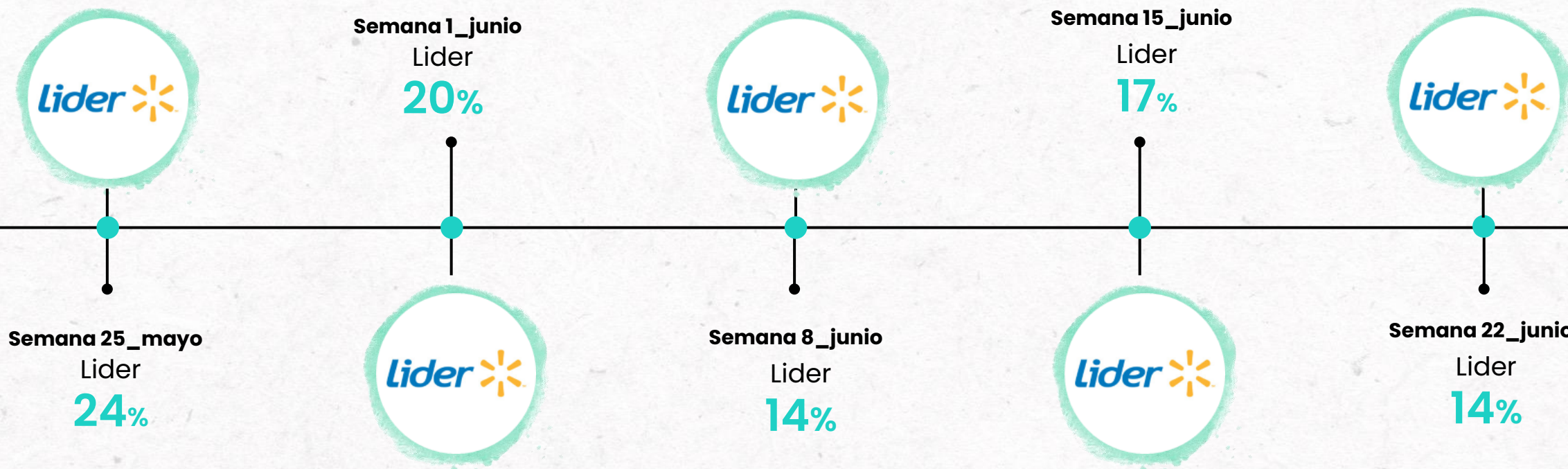


Casos: 700



EVOLUTIVO: MARCAS RELEVANTES

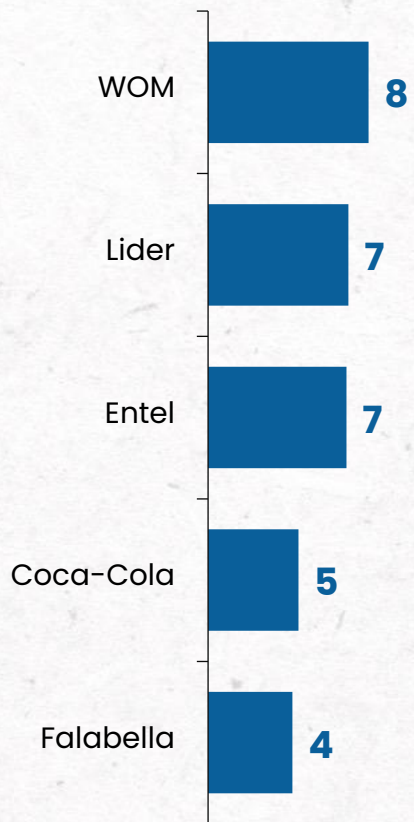
Pensando en las marcas que son relevantes en tu vida, ¿cuál es la primera que viene a tu mente?
% Espontáneo



PUBLICIDAD MEMORABLE: TOP 5

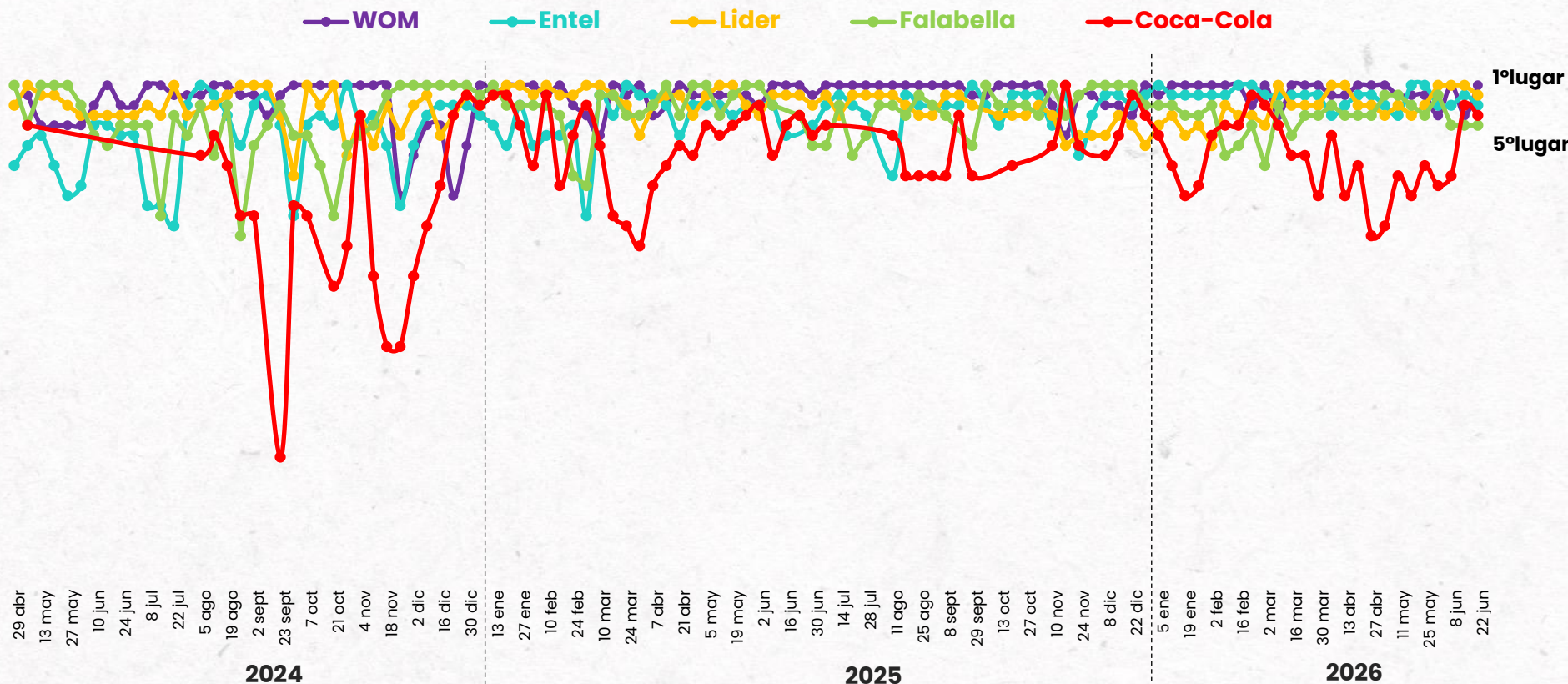
¿De qué marcas has visto publicidad que te haya gustado esta semana?
% Espontáneo

S4 junio



Evolución en ranking de posición

Marcas Top 5

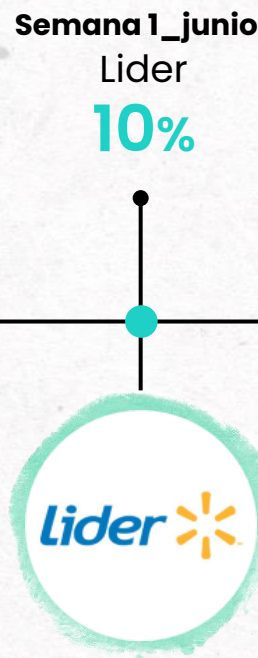


EVOLUTIVO: PUBLICIDAD MEMORABLE

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



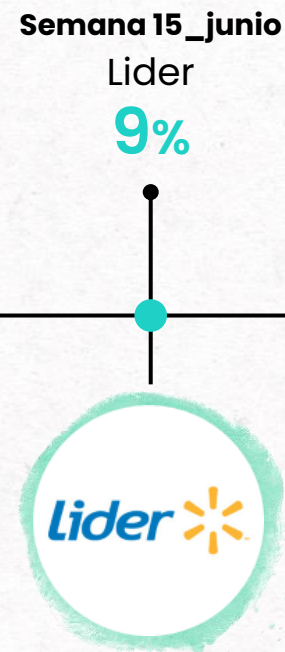
Semana 25_mayo
Entel
8%



Semana 1_junio
Lider
10%



Semana 8_junio
Lider, WOM
7%



Semana 15_junio
Lider
9%



Semana 22_junio
WOM
8%

CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EVALUADAS DE MANERA GUIADA

A continuación, te mostraremos una serie de fragmentos publicitarios:



Abastible



BHP



Consortio



Empresas Copec



Easy

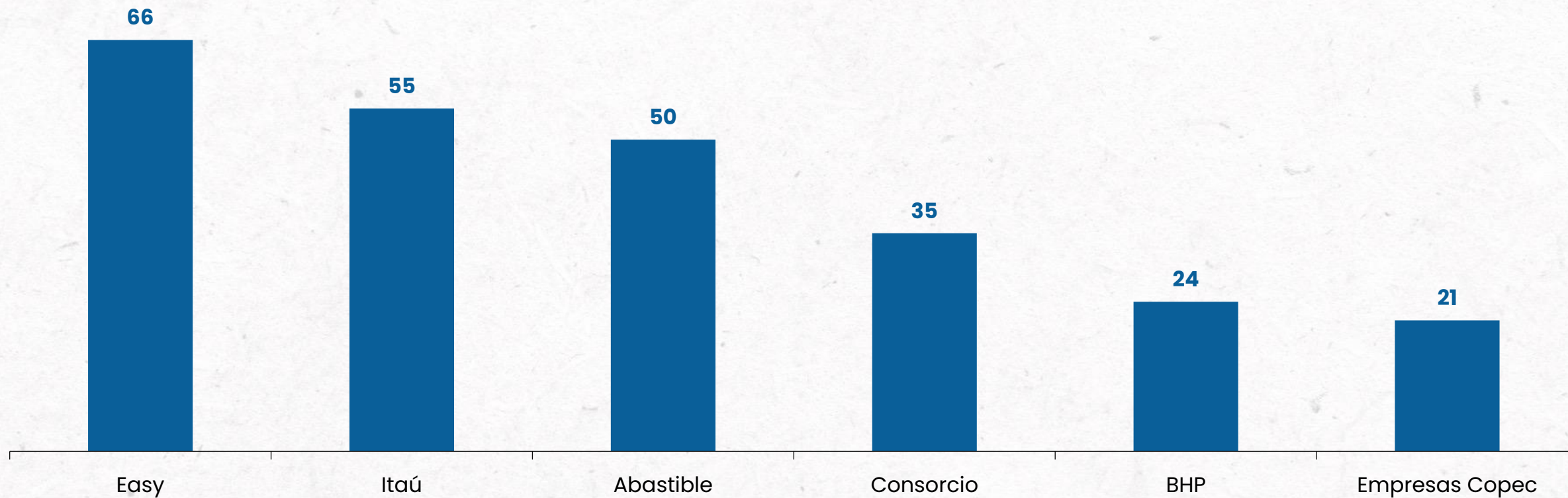


Itaú

VISIBILIDAD CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

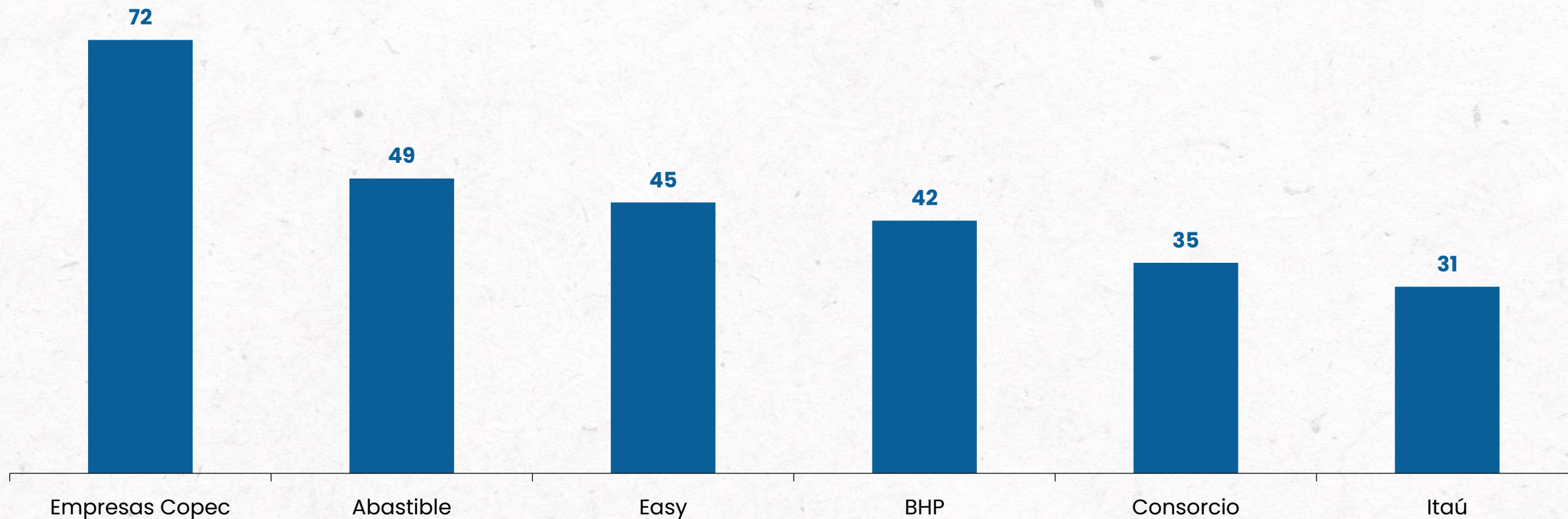
¿Has visto alguno de ellos, ya sea en televisión, diarios, redes sociales u otros medios?

%Sí



EVALUACIÓN CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

En una escala de 1 a 7 donde 1 es "muy malo" y 7 es "muy bueno", ¿con qué nota la evaluarías?
% Notas 6 y 7



Casos: entre quienes recuerdan cada campaña

CONOCIMIENTO Y EVALUACIÓN DE CAMPAÑAS



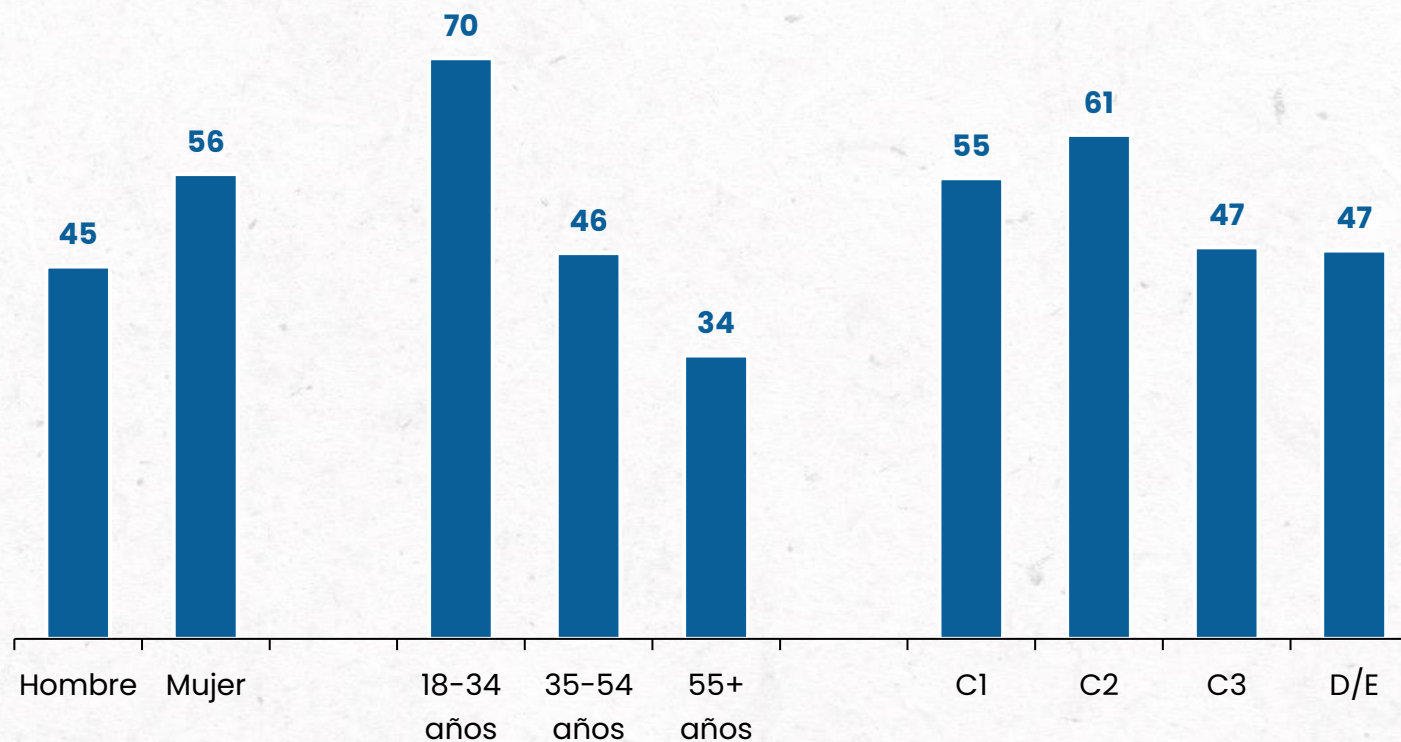
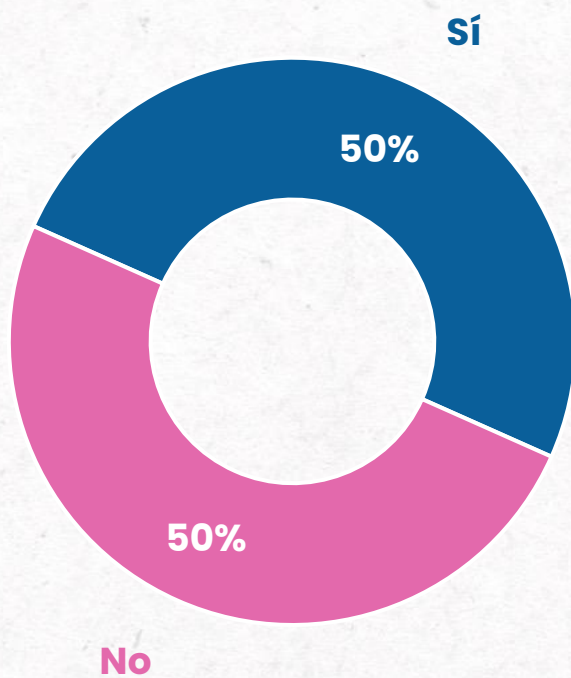


Coyuntura: Mes del orgullo

CONOCIMIENTO DEL MES DEL ORGULLO

¿Sabías que en junio se celebra el Mes del Orgullo LGBTQ+?

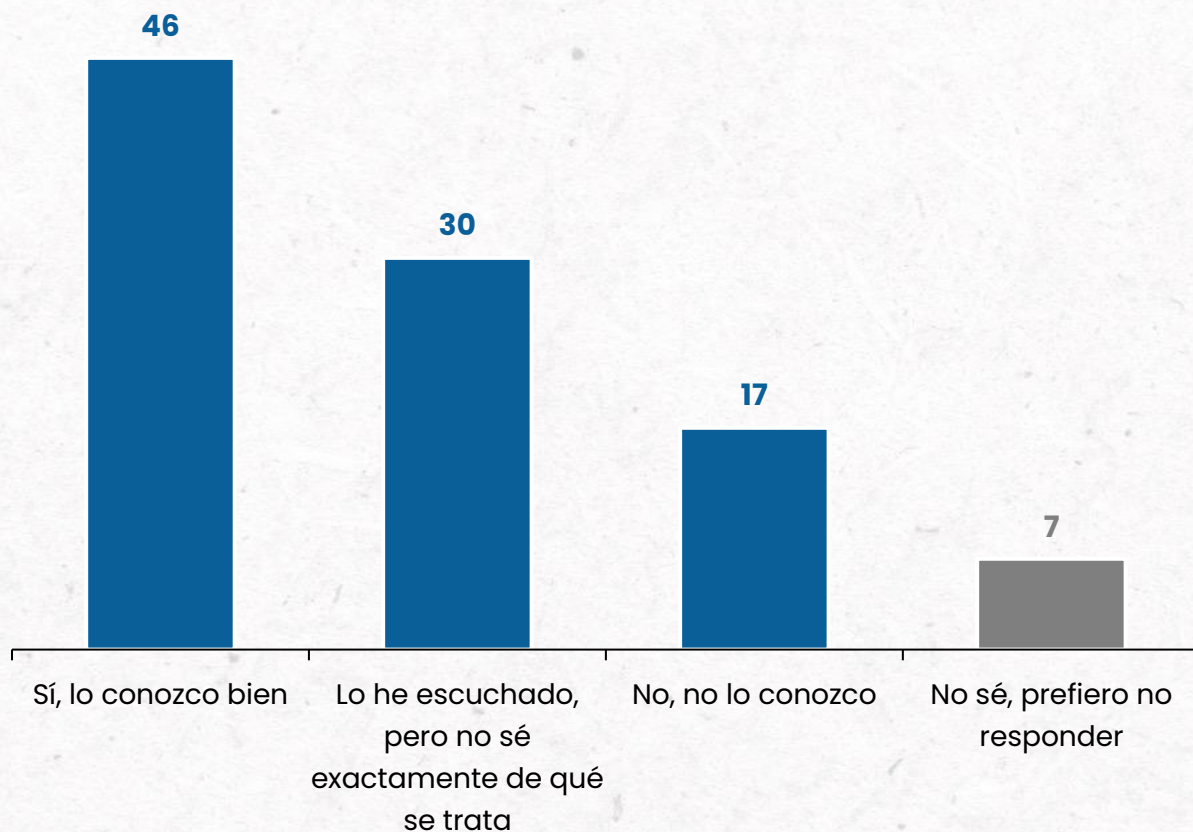
%



SIGNIFICADO Y EMOCIONES ASOCIADAS AL MES DEL ORGULLO

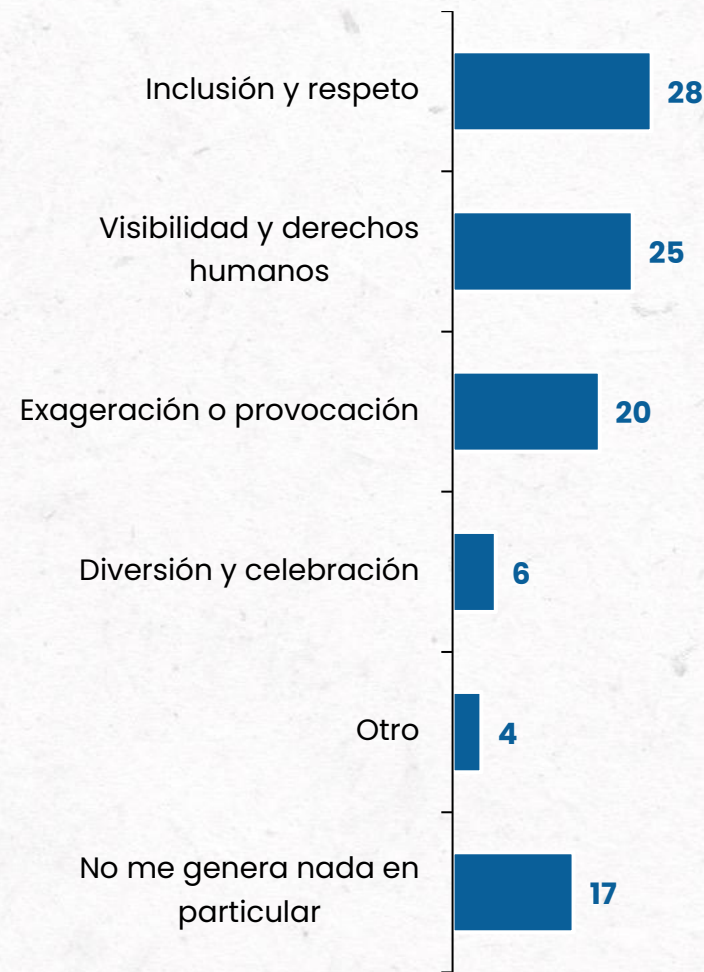
¿Conoces el significado del Mes del Orgullo LGBTIQ+?

%



¿Qué ideas o emociones asocias al Mes del Orgullo LGBTIQ+?

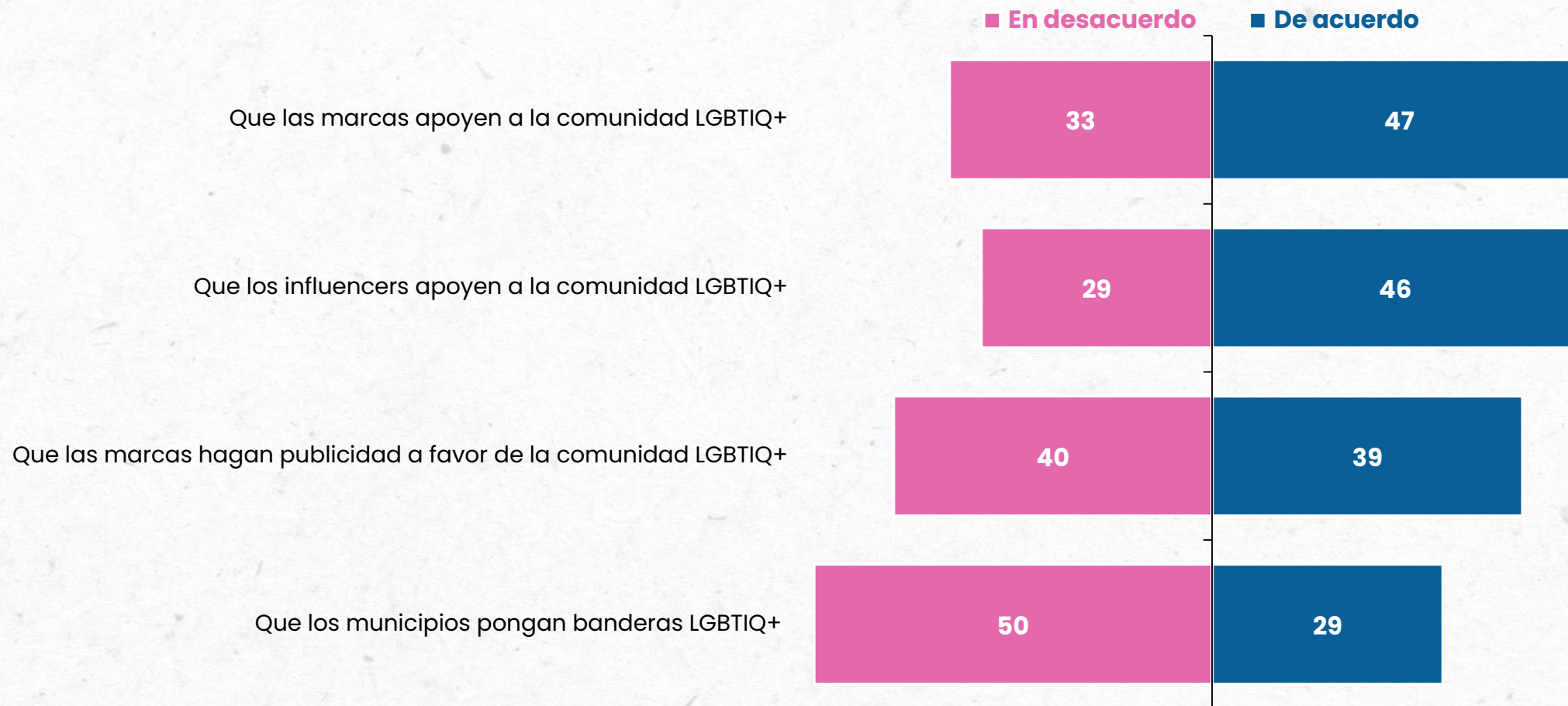
%



NIVEL DE ACUERDO CON MEDIDAS DE APOYO AL MOVIMIENTO LGBTIQ+

¿Estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes medidas?

%



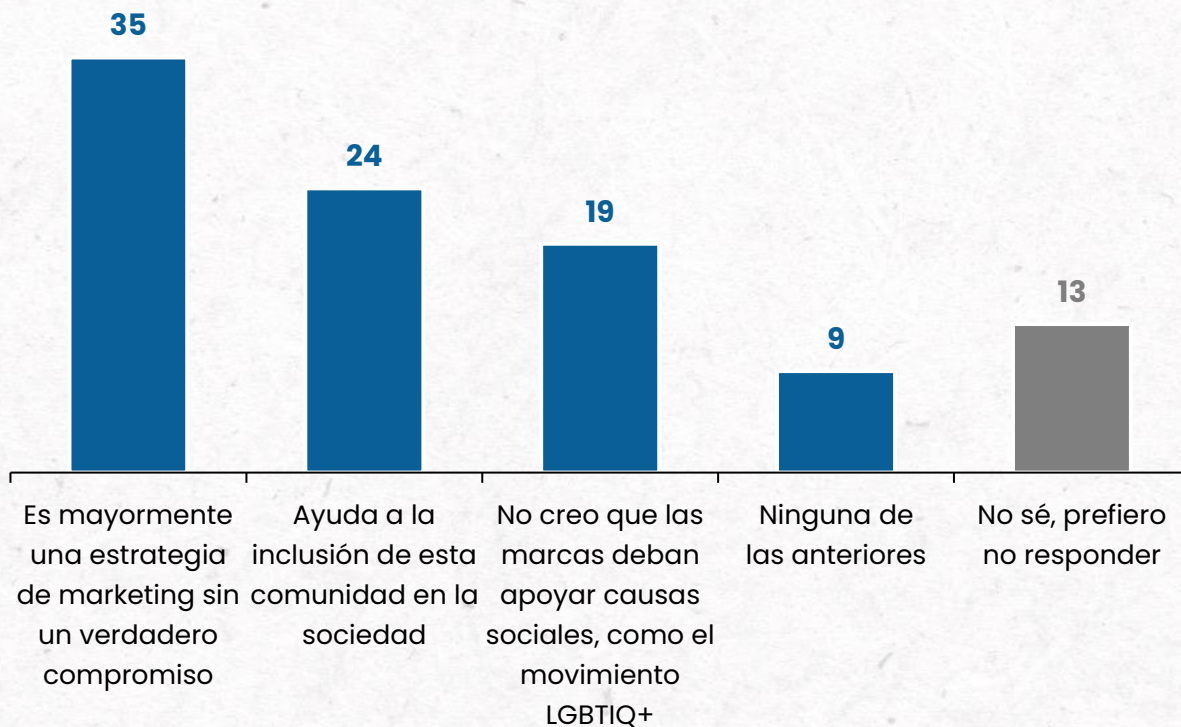
Casos: 700

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

OPINIÓN SOBRE EL APOYO DE LAS MARCAS AL MOVIMIENTO LGBTIQ+

¿Cuál de las siguientes frases representa mejor tu opinión sobre el apoyo de las marcas al movimiento LGBTIQ+?

%



¿Con cuáles de las acciones que realizan las marcas estás de acuerdo?

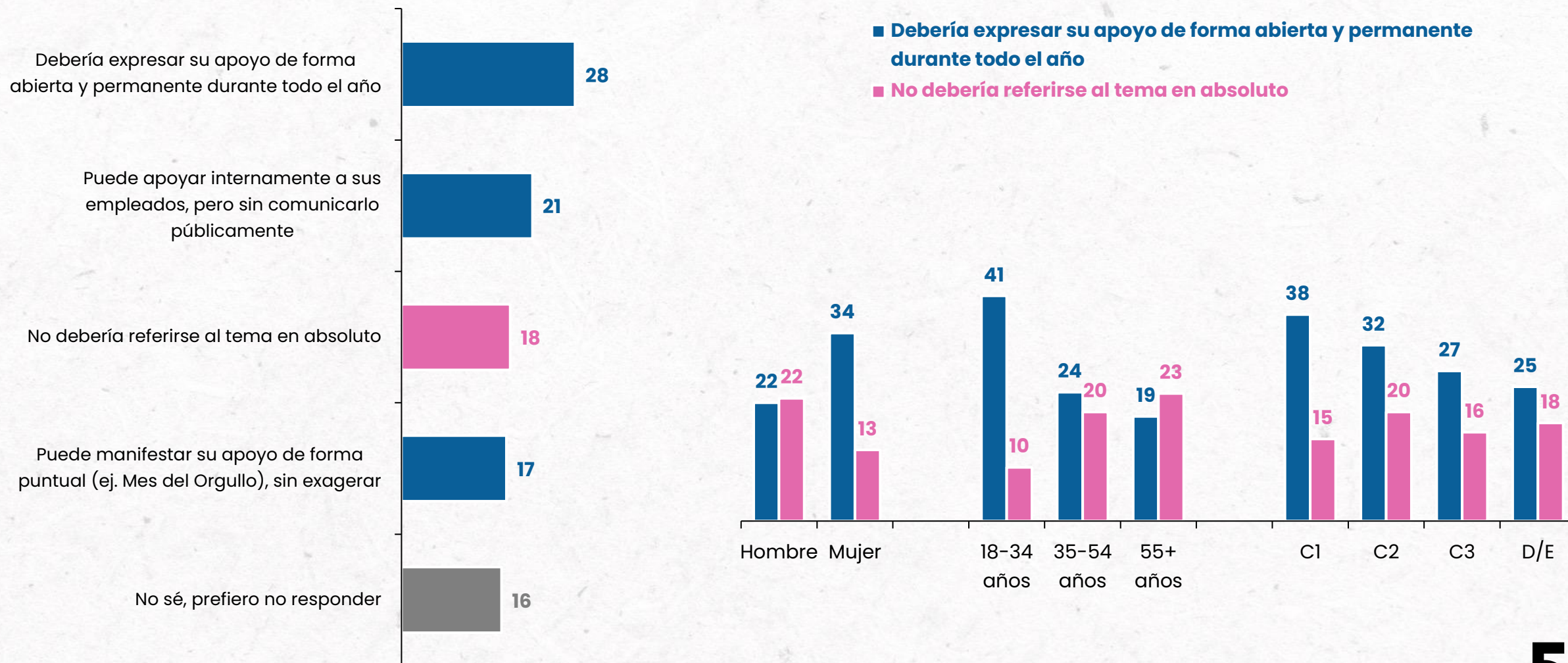
%



IDENTIFICACIÓN CON LA ACTITUD DE LAS MARCAS FRENTE A LA DIVERSIDAD SEXUAL

¿Cuál de las siguientes actitudes debería tener una marca respecto a la diversidad sexual e identidad de género?

%

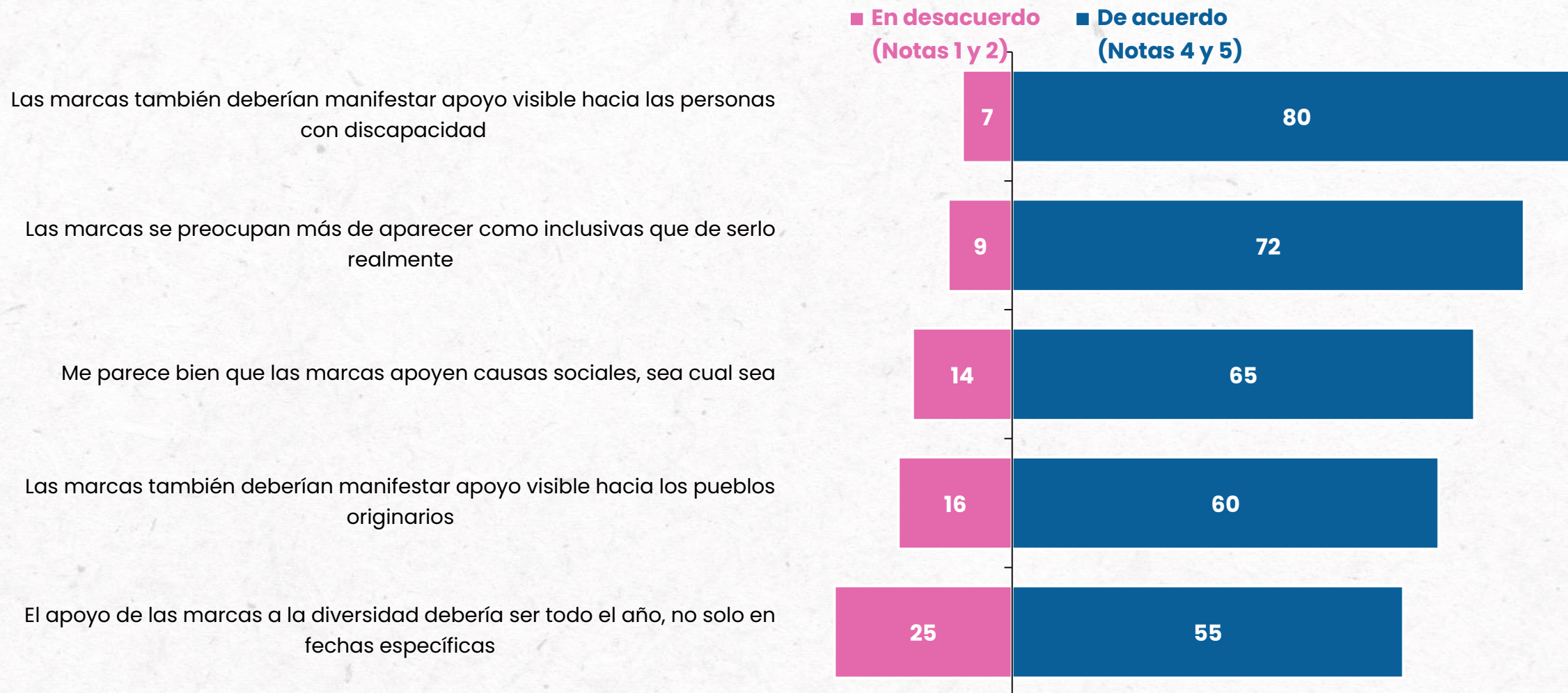


Casos: 700

NIVEL DE ACUERDO CON EL APOYO DE MARCAS EN CAUSAS SOCIALES

En una escala de 1 a 5 donde 1 es “totalmente en desacuerdo” y 5 es “totalmente de acuerdo”, ¿cuán de acuerdo estás con las siguientes afirmaciones?

%



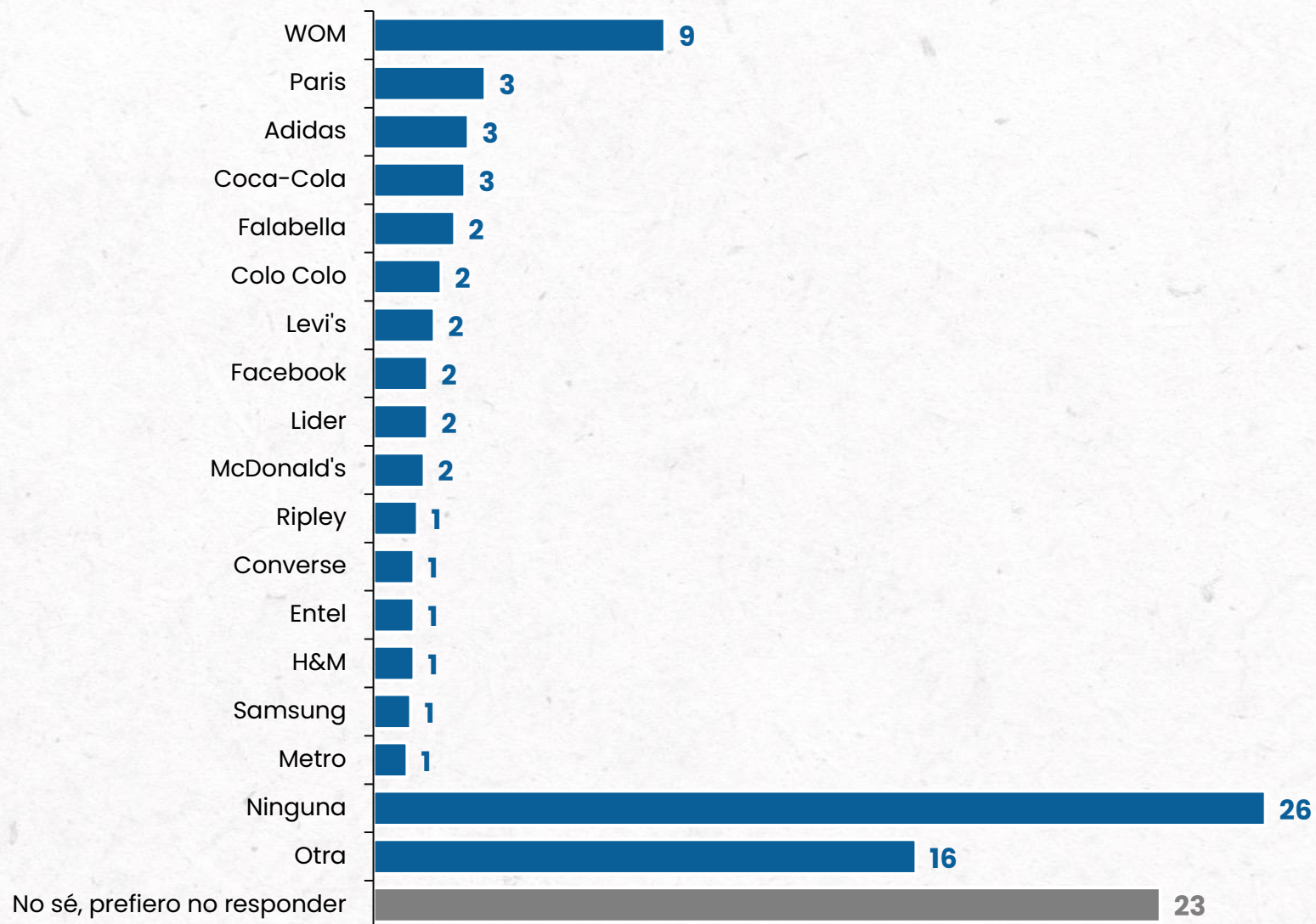
Casos: 700

*100% se completa con nota 3 y alternativa “No sé, prefiero no responder”

MARCA CON ACCIONES VISIBLES

¿Qué marcas recuerdas que hayan hecho algo especial o visible en el contexto del Mes del Orgullo este junio?

% Espontánea





Nueva de Lyon 145 Piso 15,
Providencia, Santiago, Chile.
cadem@cadem.cl
+562 2438 6500

www.cadem.cl