



EL CHILE QUE VIENE

ECONOMÍA Y
ENDEUDAMIENTO

MAYO 2020

Metodología

Técnica

Encuesta autoadministrada aplicada a través de entrevistas web al panel Cadem Online.

Universo

Chilenos, hombres y mujeres, mayores de 13 años, de todos los niveles socioeconómicos y todas las regiones del país. Se recogió una muestra representativa de 4 generaciones (Z, Millennials, X y Baby Boomers).

Trabajo de campo

El estudio se realizó entre el lunes 11 y el viernes 15 de mayo de 2020.

Muestra

Se realizaron 1.742 entrevistas.

Muestreo

Muestreo estratificado a través de cuotas. Referencialmente, si la muestra fuera probabilística, el error muestral sería de +/- 2,3% en total muestra, bajo supuesto de varianza máxima y un 95% de confianza, y de +/- 5,0% para cada una de las generaciones. Los datos fueron ponderados a nivel de sujetos por GSE, Zona, Sexo y Edad, obteniendo una muestra de representación nacional para el universo en estudio.

¿Qué es el Chile que viene?

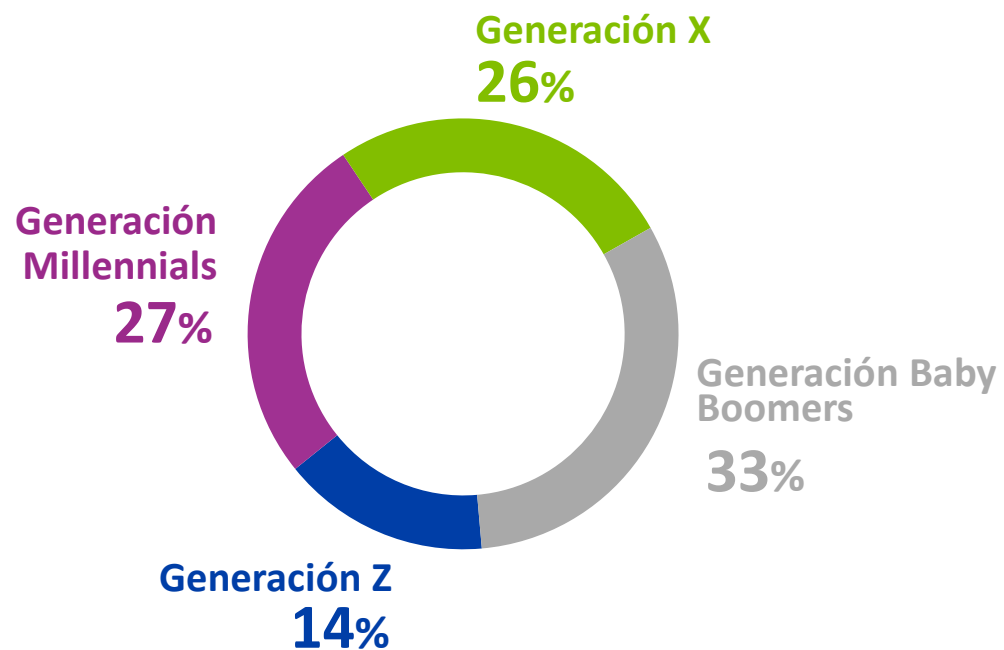
Con el fin de comprender el cambio que está viviendo Chile, Cadem ha desarrollado un trabajo de aproximación al consumidor a través de la mirada generacional, para reflejar a través de los distintos grupos, cómo se manifiesta esta revolución.

“El Chile que viene” busca conocer cómo los consumidores de diferentes generaciones miran y viven el mundo, tanto desde sus sueños, anhelos, valores y motivaciones, como desde su relación con diferentes categorías, marcas, canales de compra y medios de comunicación.

Las diferencias entre generaciones, y especialmente lo que diferencia a las generaciones más jóvenes (Generación Z y Millennials) de las generaciones mayores (Generación X y Baby Boomers), nos permitirá identificar tendencias y latencias desde diferentes miradas.



Estructura de las generaciones en Chile consideradas en el estudio



Generación Z

Personas entre 13 y 21 años.
Es la generación de las APPs, nativos digitales.

Generación Millennials

Entre 22 y 35 años.
Es la generación de los "90". La revolución tecnológica, redes sociales, globalización.


Generación X

Tienen entre 36 y 51 años.
Es la generación de los "80". La transición a la democracia, la democratización del consumo.

Generación Baby Boomers

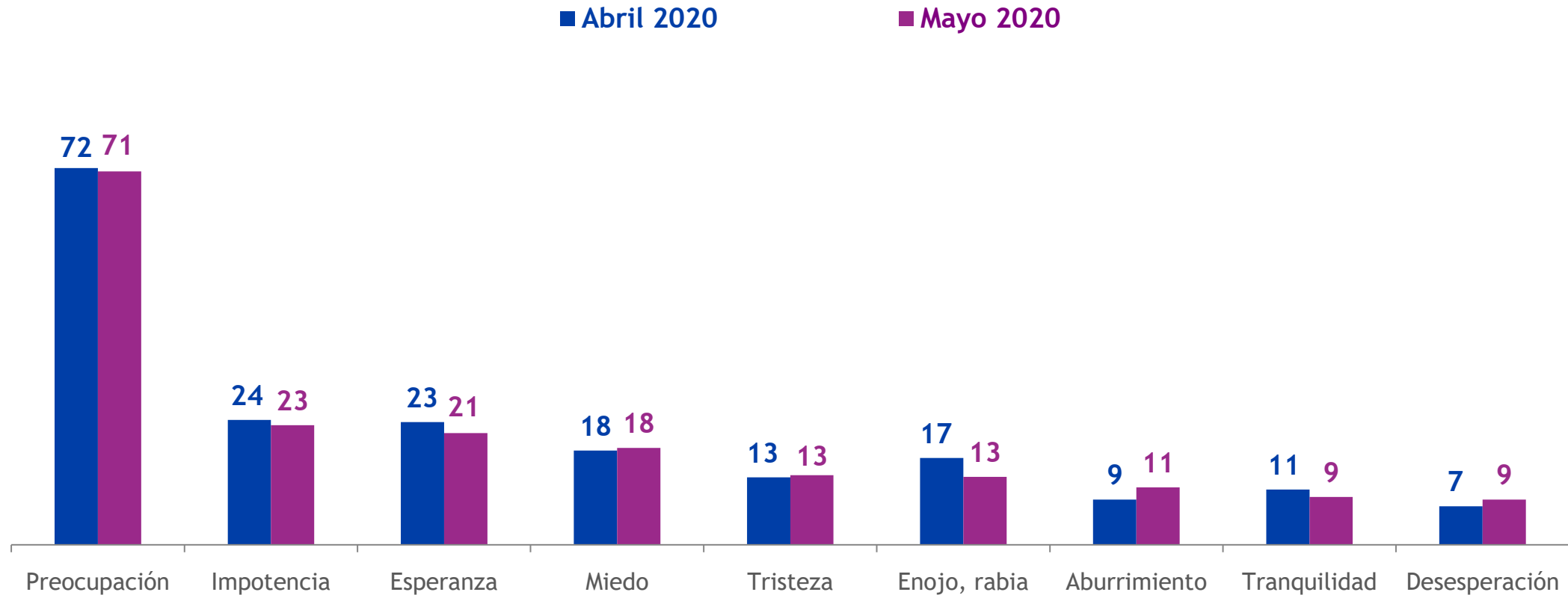
Tienen entre 52 y 71 años.
Es la generación de los "70". La guerra fría, el mundo Hippie, La revolución del 68, la polarización política.

I. Conductas de compras en tiempos de Coronavirus



Principal sentimiento frente a situación país

¿Cuál es tu principal sensación o sentimiento frente a la actual situación que está viviendo el país?
% Total menciones

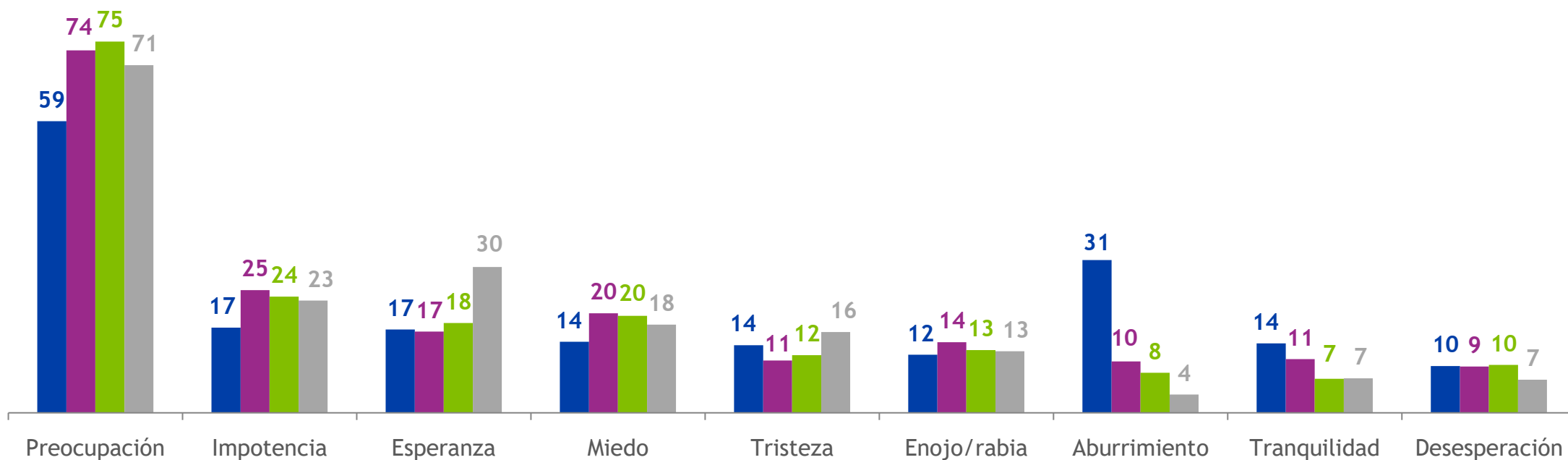


Principal sentimiento frente a situación país – Por generación

¿Cuál es tu principal sensación o sentimiento frente a la actual situación que está viviendo el país?

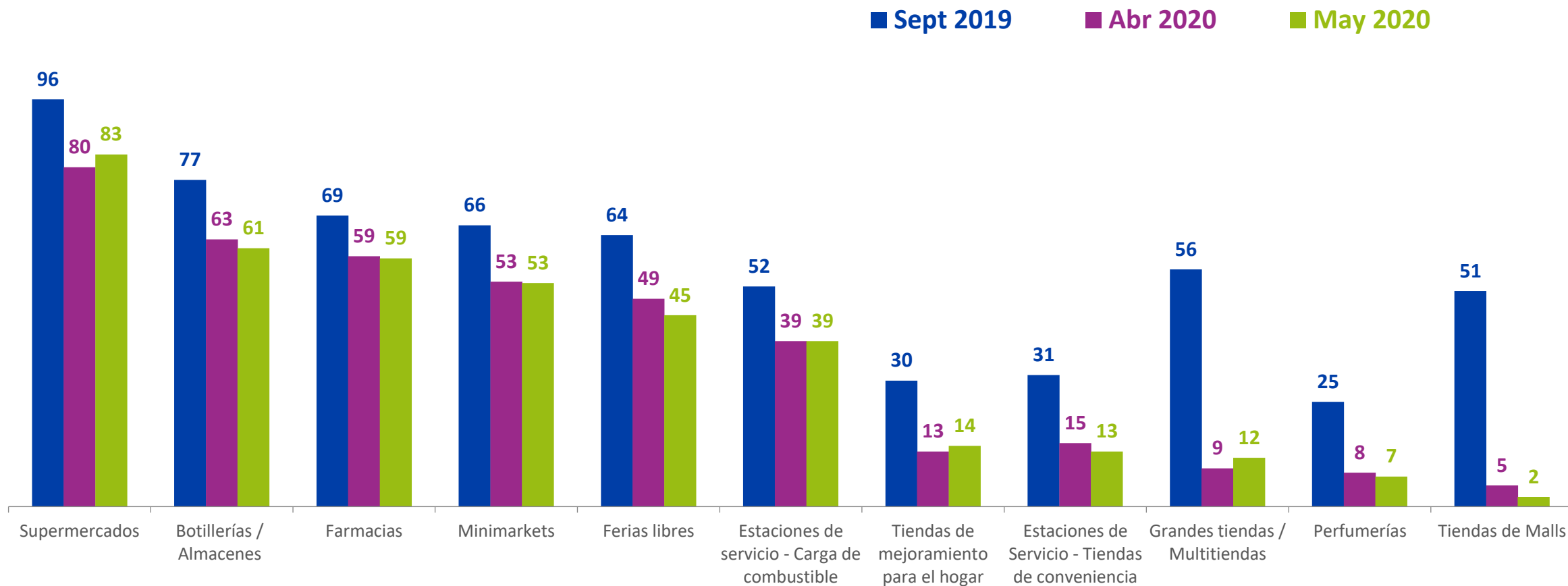
% Total menciones

■ Generación Z ■ Millenials ■ Generación X ■ Baby boomers



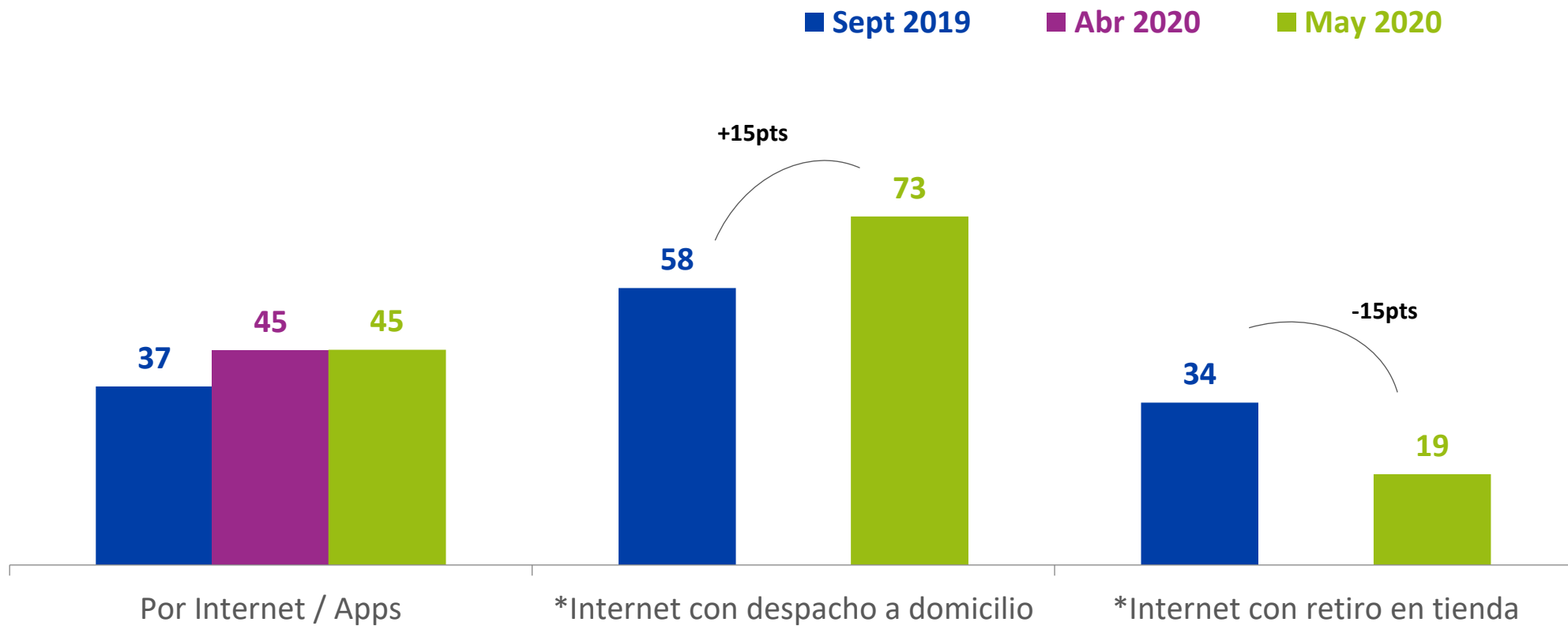
Lugares de compra según canal

En los últimos 7 días, ¿Compraste algo en...?
% Sí



Lugares de compra según canal

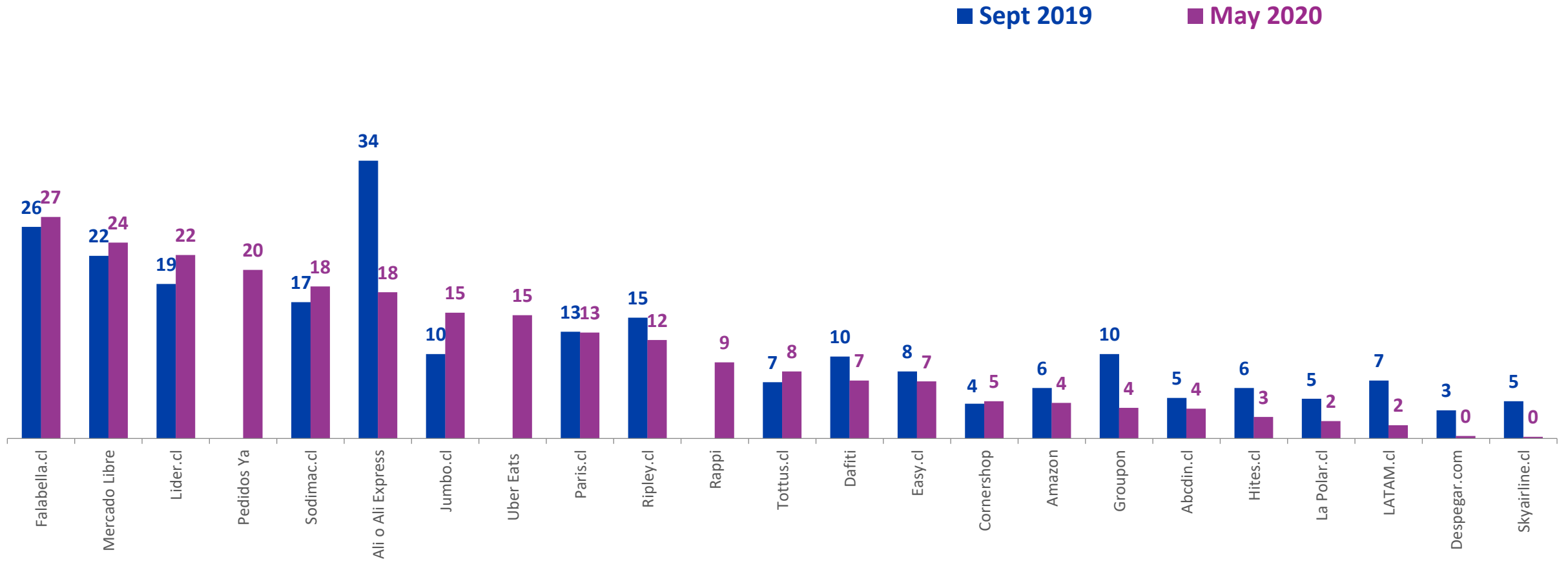
¿Compraste algo en...?
% Sí



*Casos: Entre quienes han comprado por internet

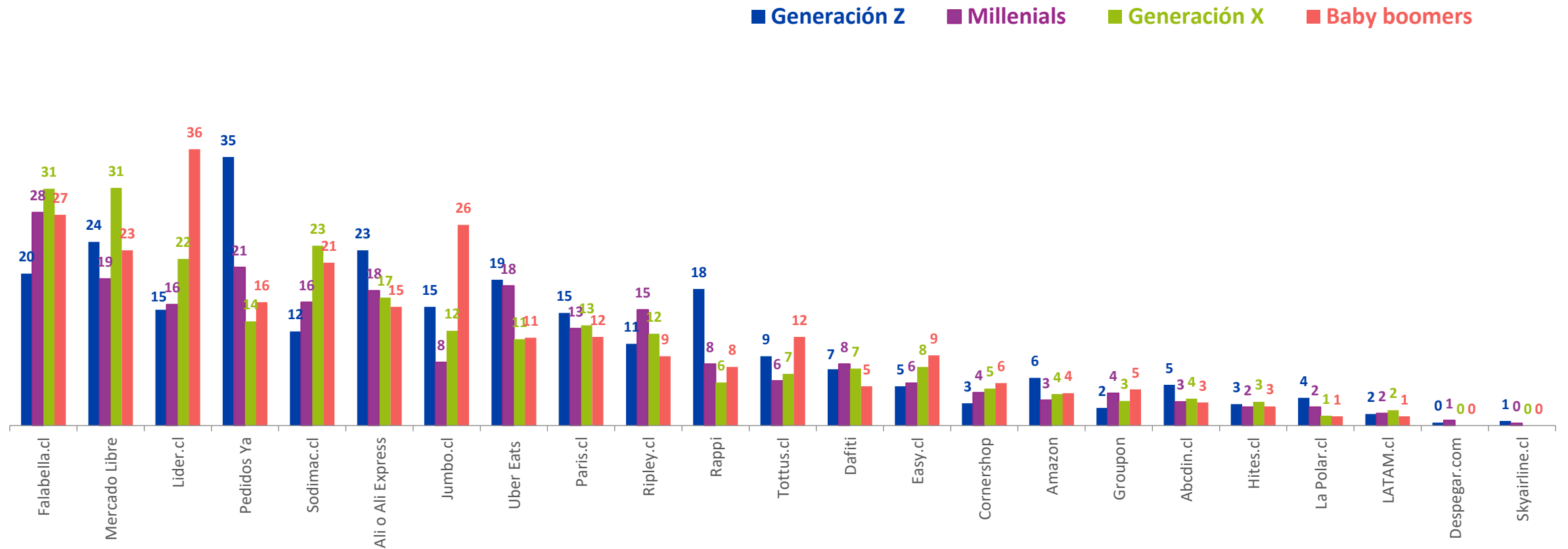
Compras por internet

Y en estos últimos 30 días, ¿Compraste algo en...?
% Sí



Compras por internet – Por generación

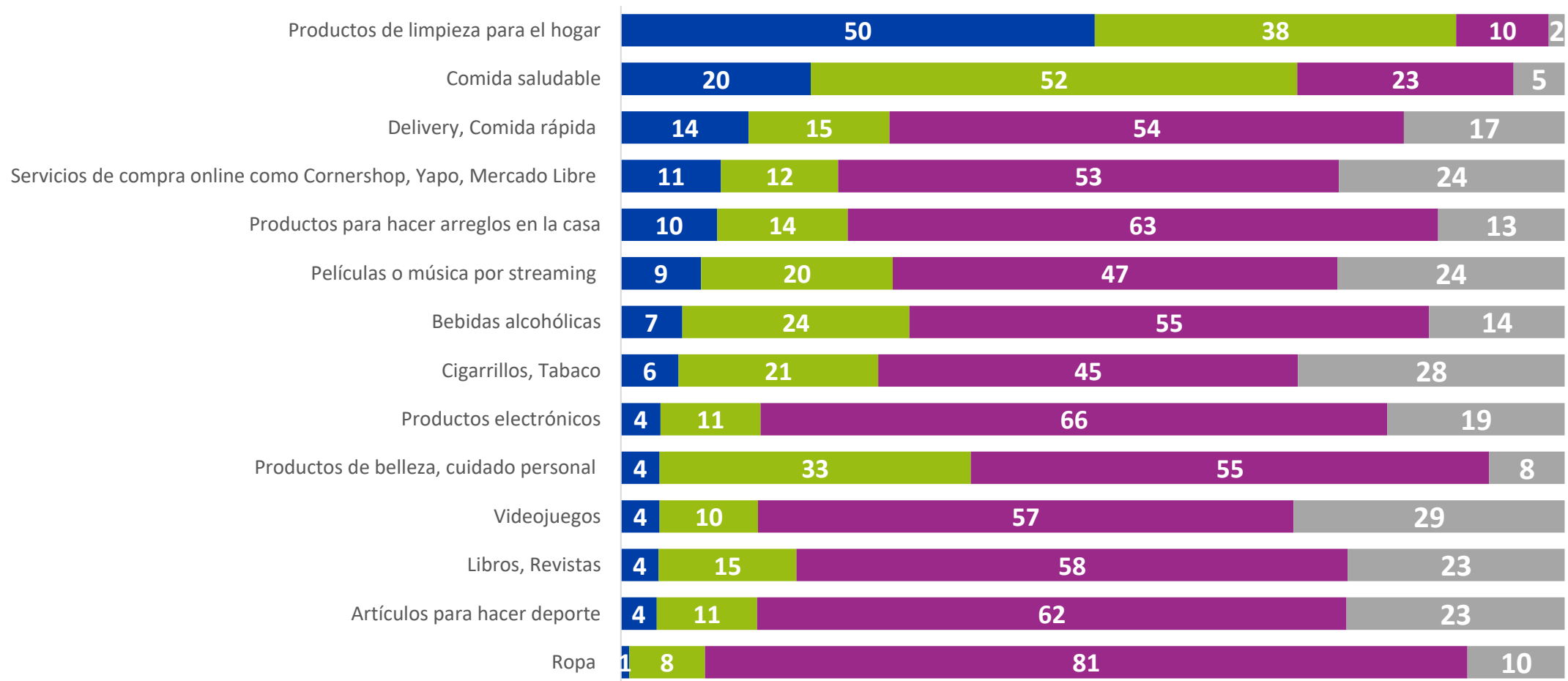
Y en estos últimos 30 días, ¿Compraste algo en...?
% Sí



Compra de productos/servicios

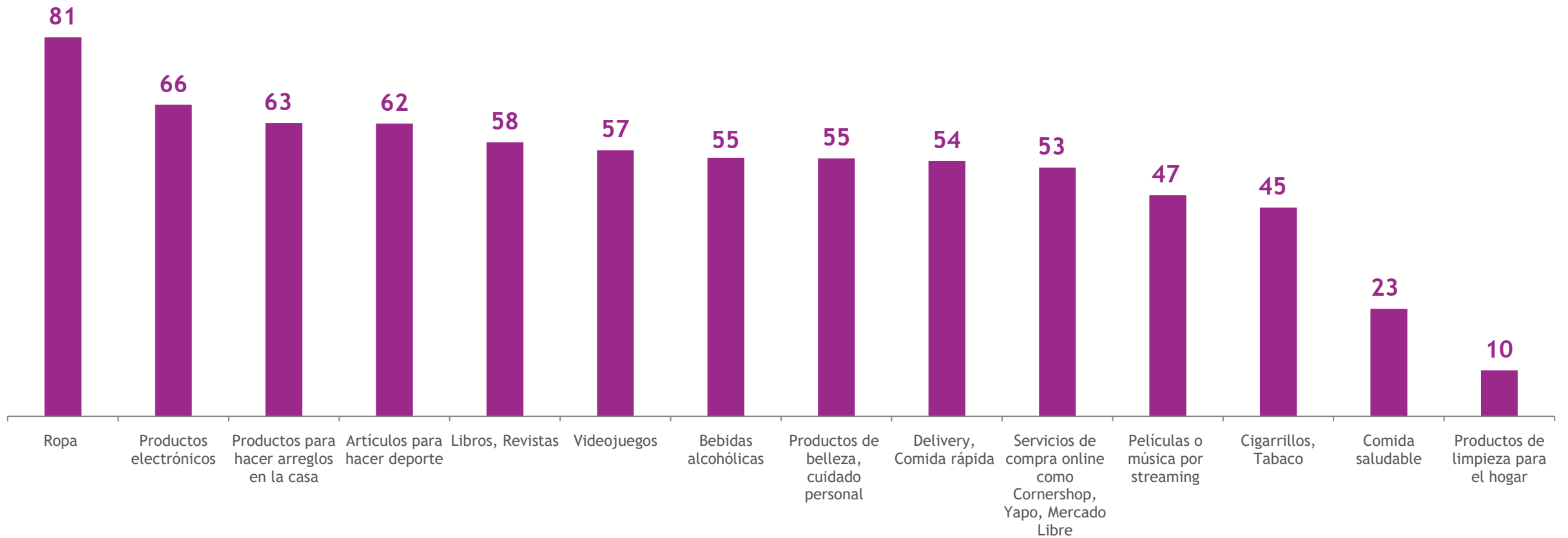
Desde el inicio de la crisis por el Coronavirus, ¿tu o tu familia han comprado más, lo mismo de siempre o menos...?
%

■ Más ■ Lo mismo ■ Menos ■ No sabe



Compra de productos/servicios

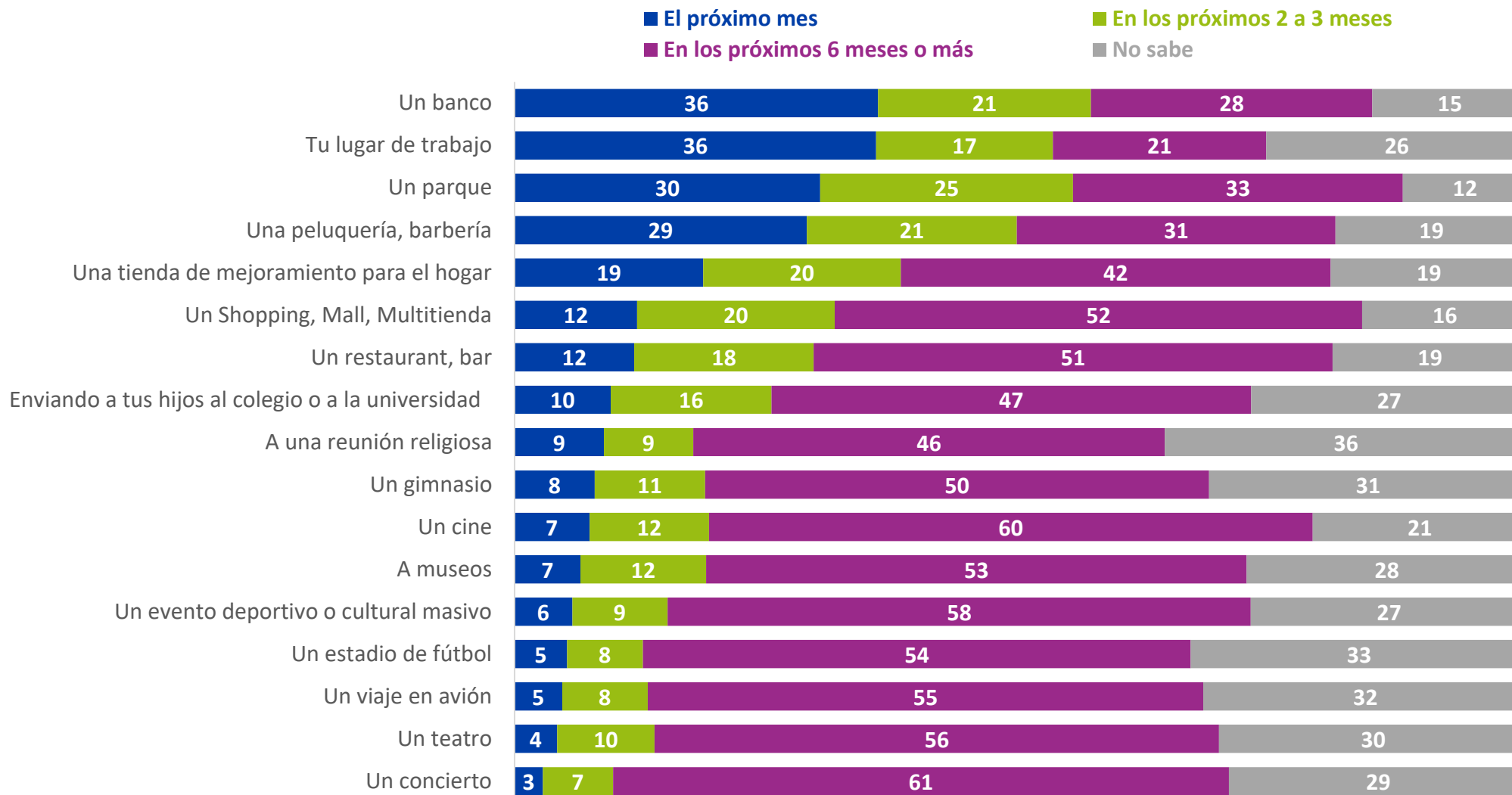
Desde el inicio de la crisis por el Coronavirus, ¿tu o tu familia han comprado más, lo mismo de siempre o menos...?
% Menos



Comodidad para realizar actividades

En el caso de comenzar a retomar tus actividades y rutinas más habituales de tu vida, ¿Cuándo te sentirías cómodo yendo a...?

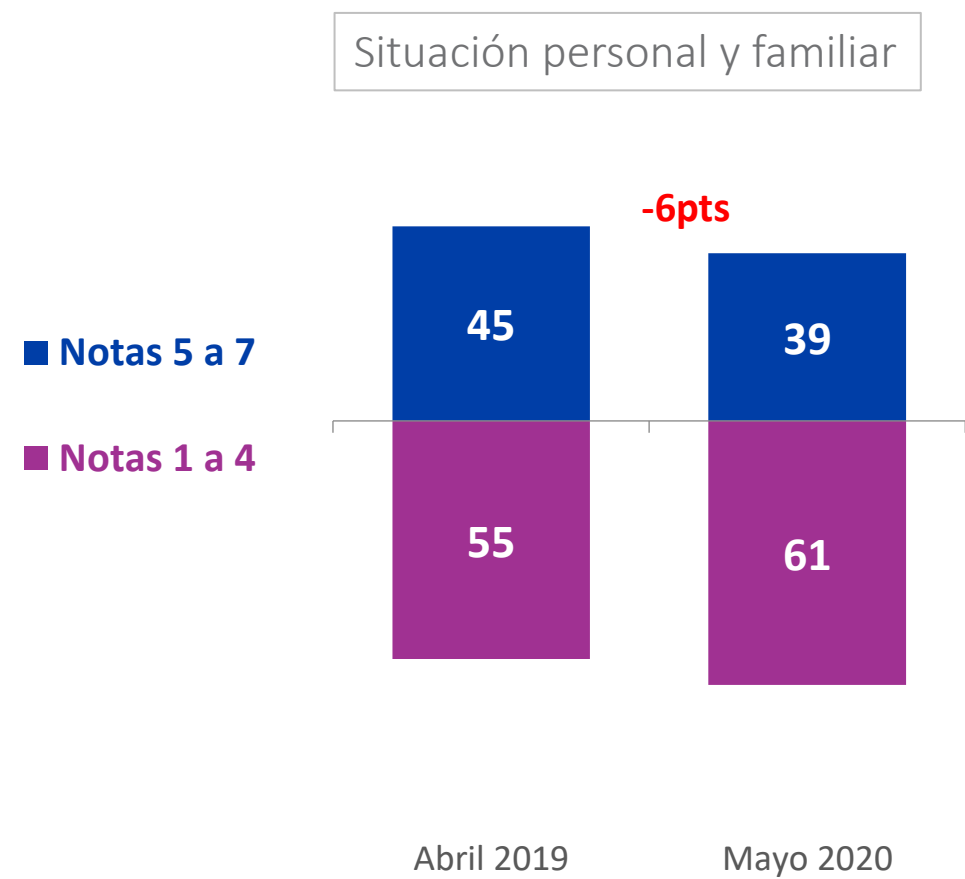
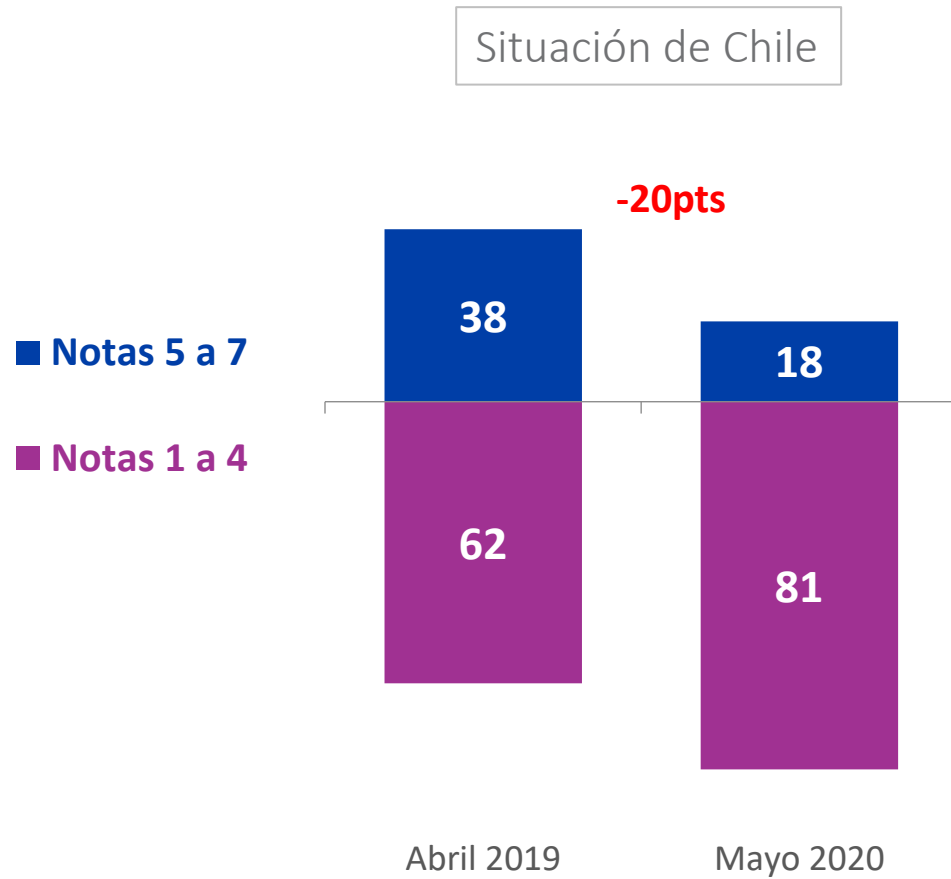
%



II. Situación económica personal y país

Situación económica

En una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, ¿cómo calificarías la actual situación económica del país / personal y familiar?
%



Situación económica personal/familiar – Por nivel socioeconómico

En una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, ¿cómo calificarías la actual situación económica del país / personal y familiar?
%

Situación personal y familiar

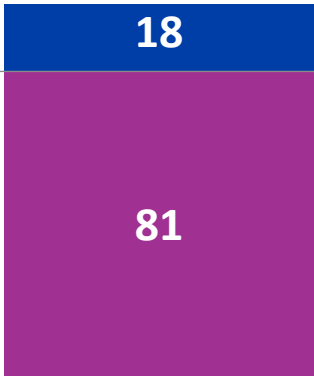


Situación económica – Por segmentos

En una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, ¿cómo calificarías la actual situación económica del país / personal y familiar?
%

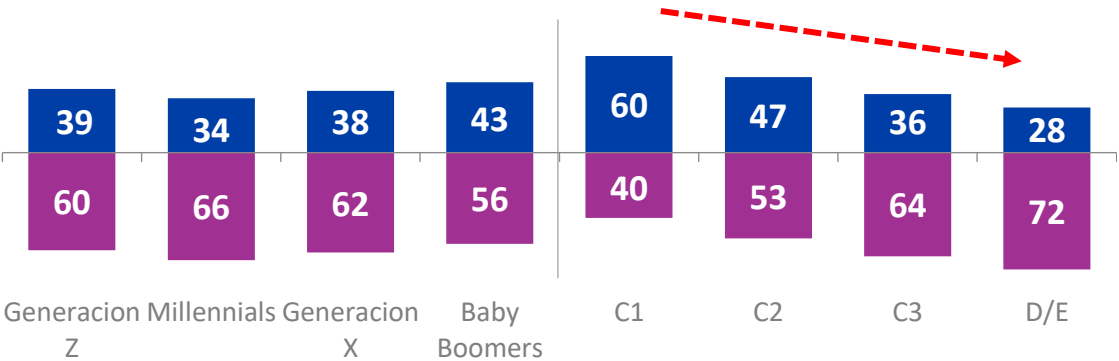
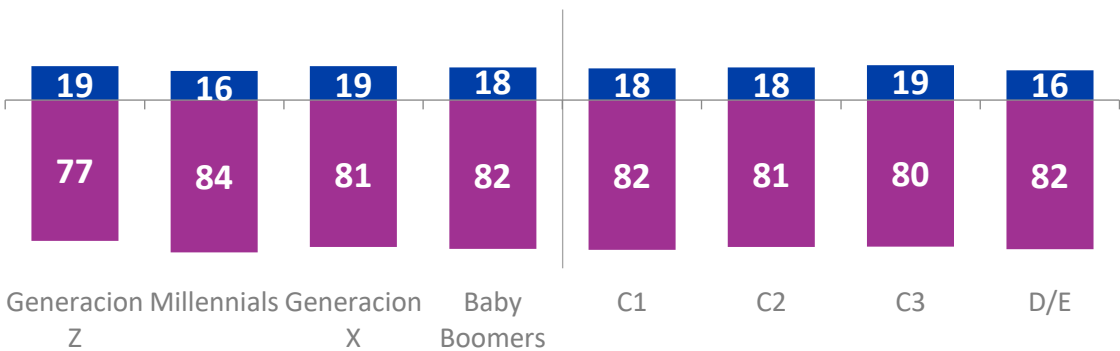
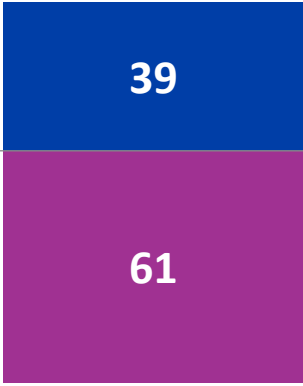
Situación de Chile

■ Notas 5 a 7
■ Notas 1 a 4



Situación personal y familiar

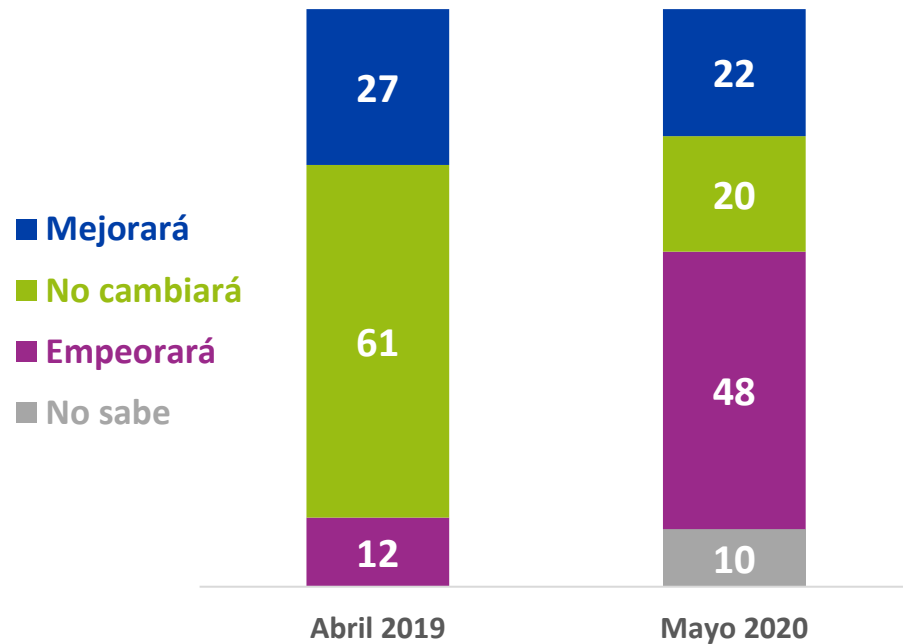
■ Notas 5 a 7
■ Notas 1 a 4



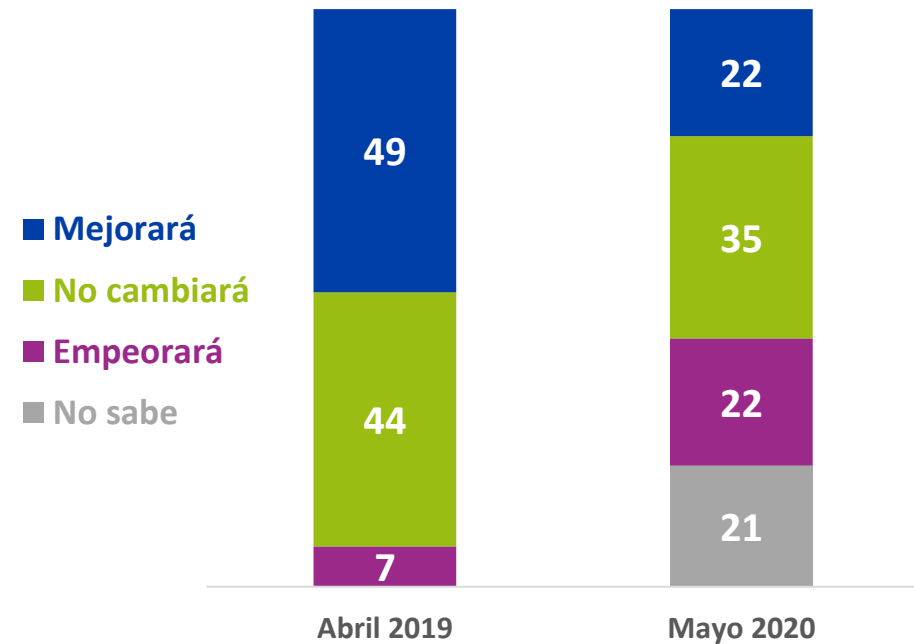
Expectativas económicas

¿Piensas que en los próximos 12 meses la situación económica del país / personal y familiar mejorará, no cambiará o empeorará?
%

Situación de Chile

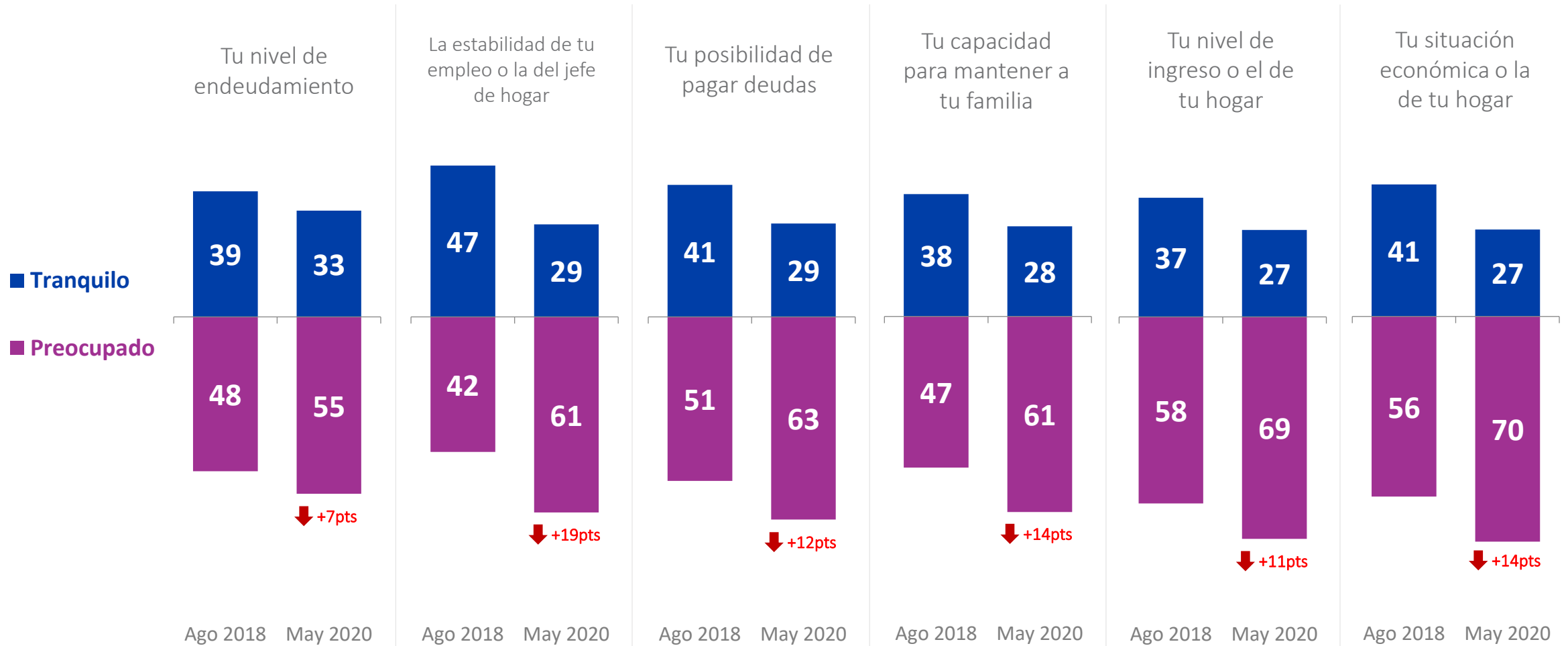


Situación personal y familiar



Nivel de preocupación sobre la economía familiar

Actualmente, ¿te sientes tranquilo o preocupado sobre...?
%



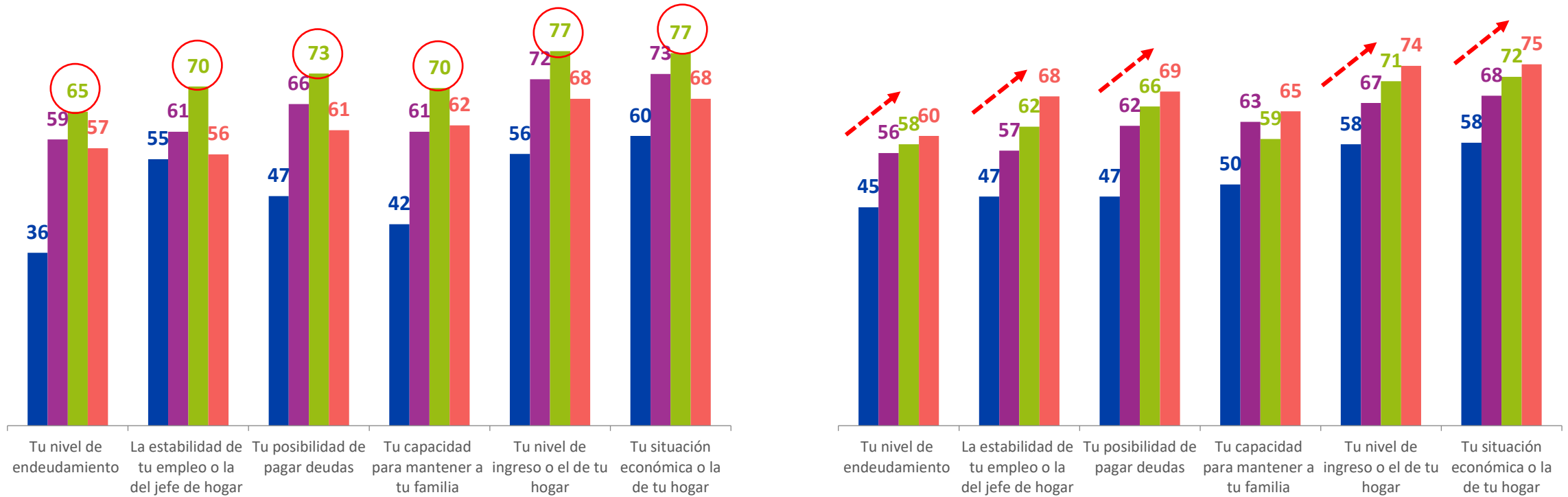
Nivel de preocupación sobre la economía familiar

Actualmente, ¿te sientes tranquilo o preocupado sobre...?

% Preocupado

■ Generacion Z ■ Millennials ■ Generacion X ■ Baby Boomers

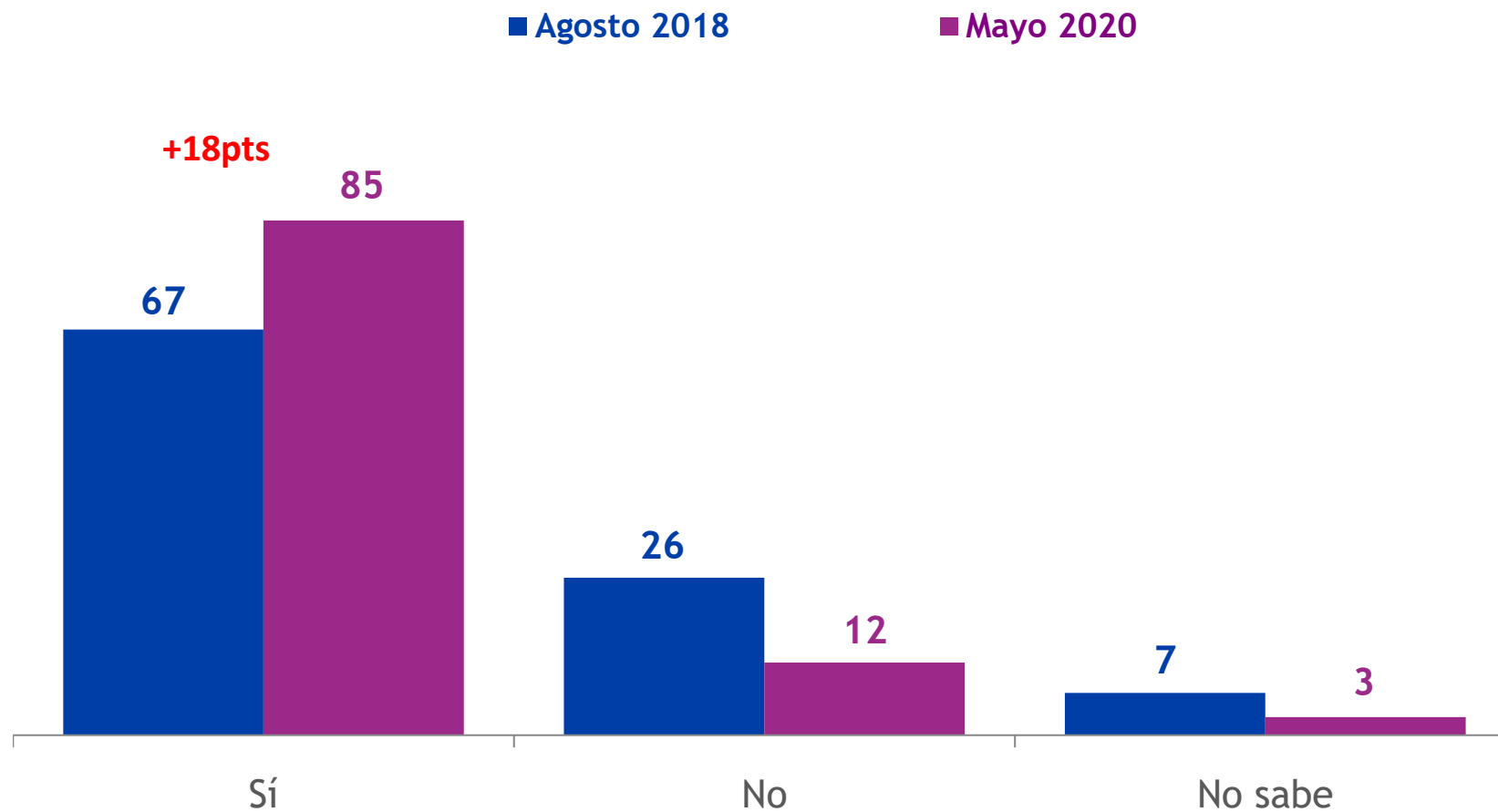
■ C1 ■ C2 ■ C3 ■ D/E



Postergación del consumo por situación económica

¿Tú o alguien de tú familia ha dejado de hacer cosas, ha dejado de comprar o postergado la compra de algún tipo de bien o servicio, o ha bajado su nivel de consumo, producto de la situación económica actual del país?

%

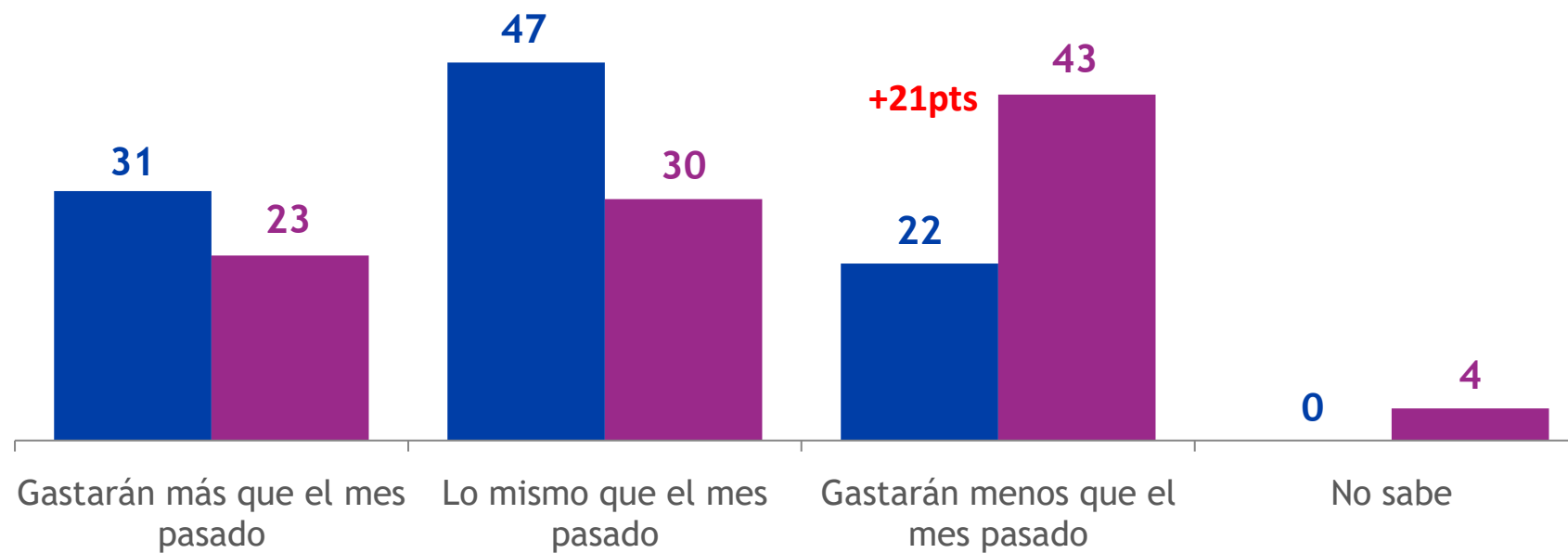


Gasto familiar

En comparación al mes pasado, ¿dirías que este mes tú o tu familia...?
%

■ Agosto 2018

■ Mayo 2020

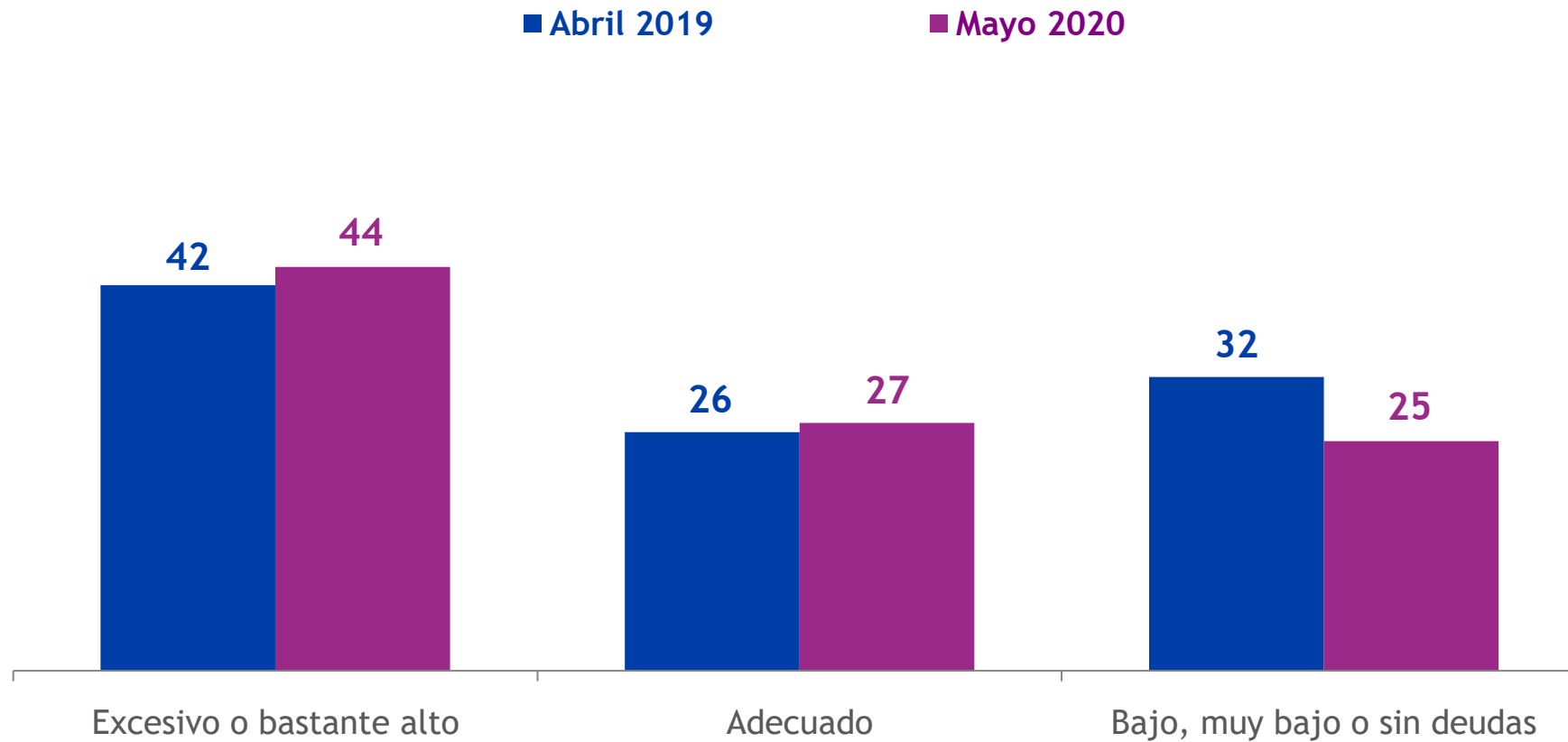


III. Endeudamiento



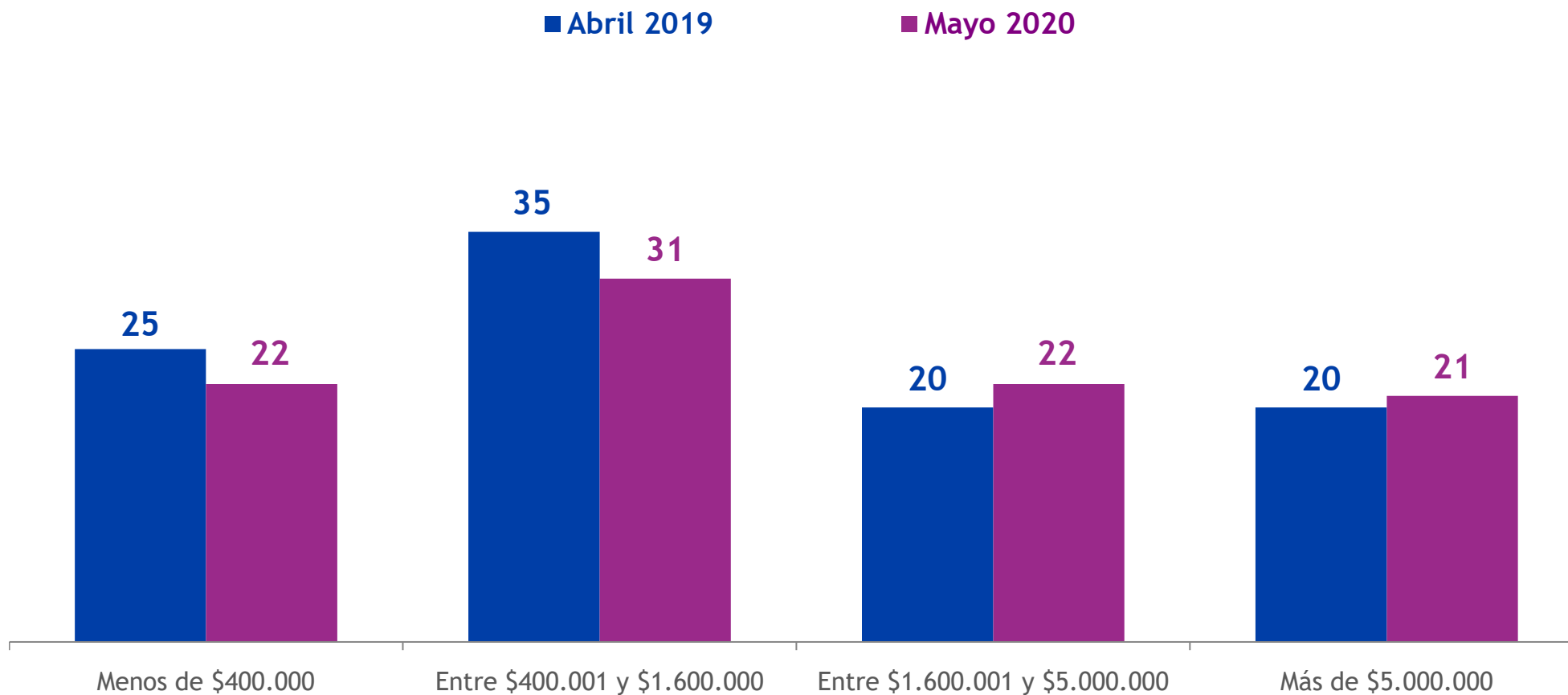
Nivel de endeudamiento actual

Actualmente, ¿Consideras que tu nivel de endeudamiento es...?
%



Monto de deuda actual

¿Cuánto es el monto actual de tu deuda?
%



Razones de endeudamiento

Principalmente, ¿Tus deudas se deben a...?

Respuesta múltiple. %



Forma de endeudamiento

Actualmente, ¿de qué forma estás endeudado?

Respuesta múltiple. %



Forma de endeudamiento – Por generación

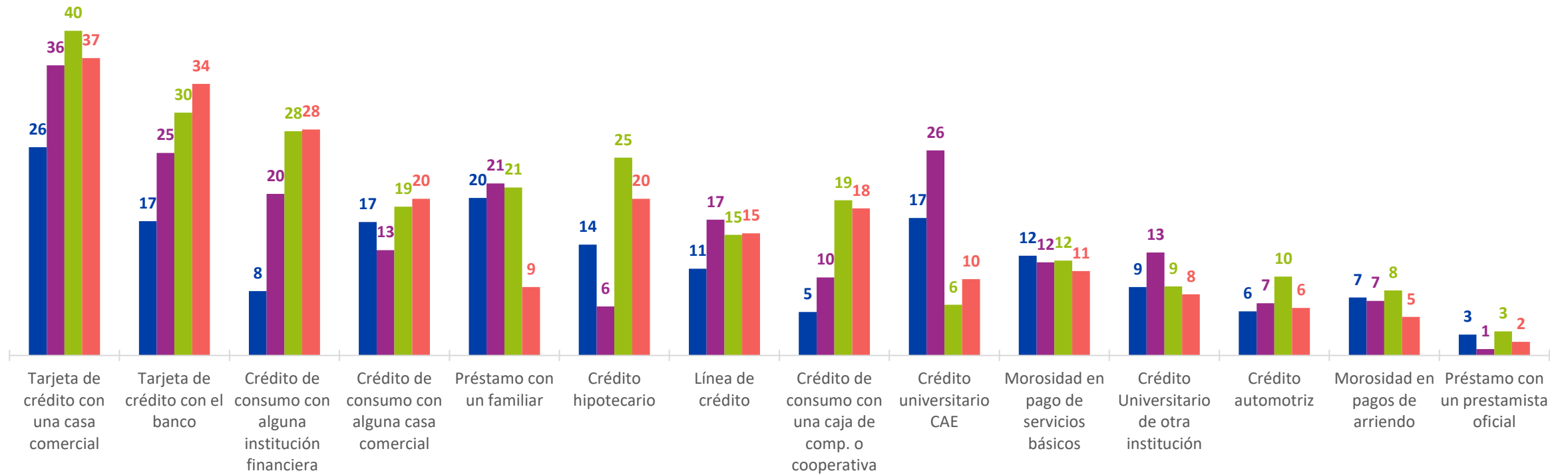
Actualmente, ¿de qué forma estás endeudado?
Respuesta múltiple. %

■ Generacion Z

■ Millennials

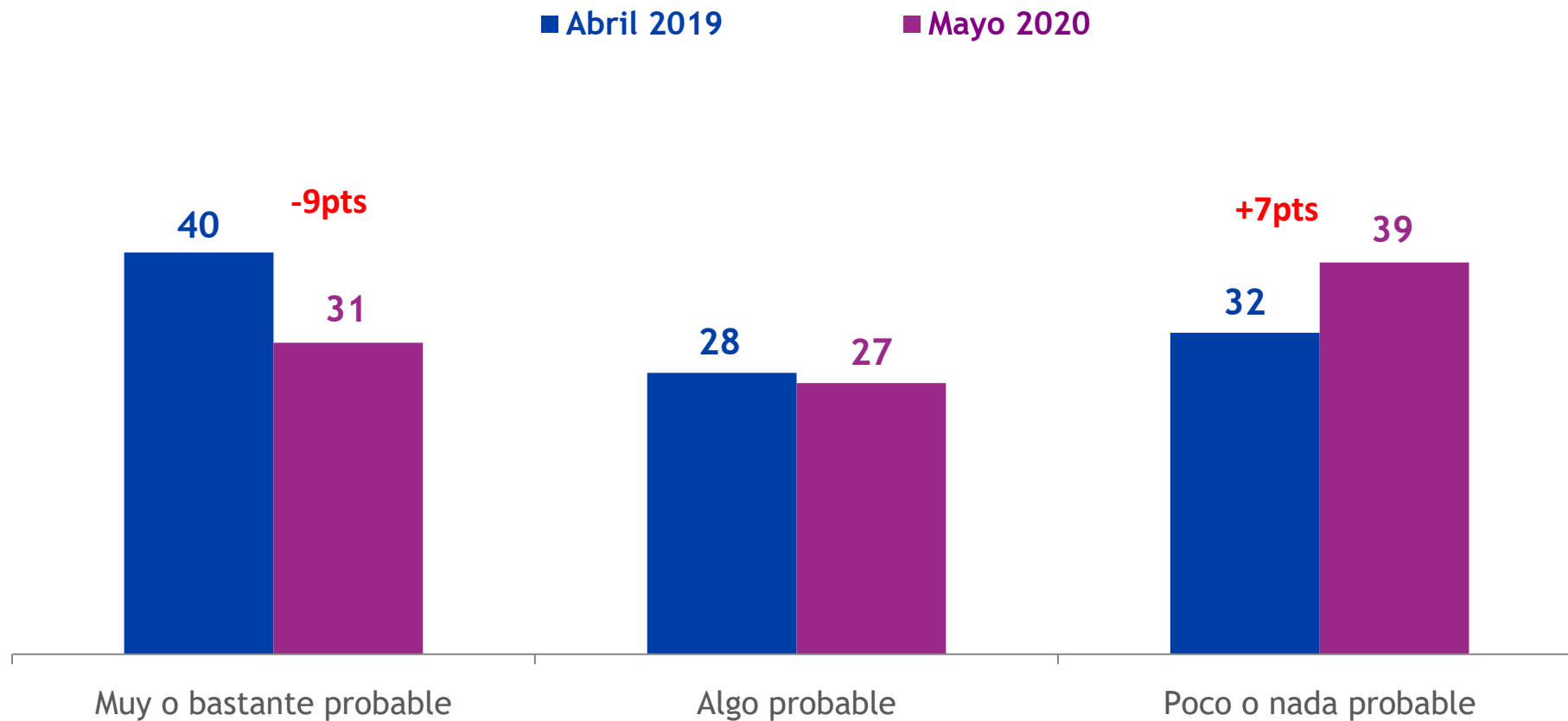
■ Generacion X

■ Baby Boomers



Probabilidad de pago de deudas

¿Cuán probable es que tú o tu familia puedan pagar sus deudas con normalidad hoy...?
%



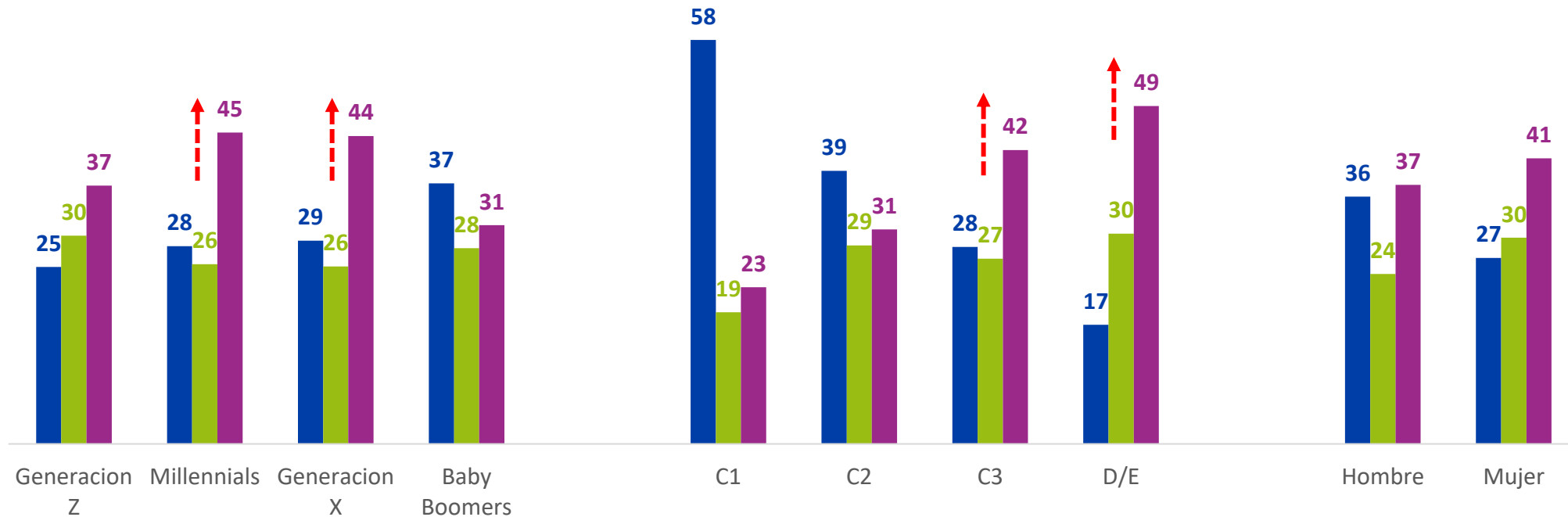
Probabilidad de pago de deudas

¿Cuán probable es que tú o tu familia puedan pagar sus deudas con normalidad hoy...?
%

■ Muy o bastante probable

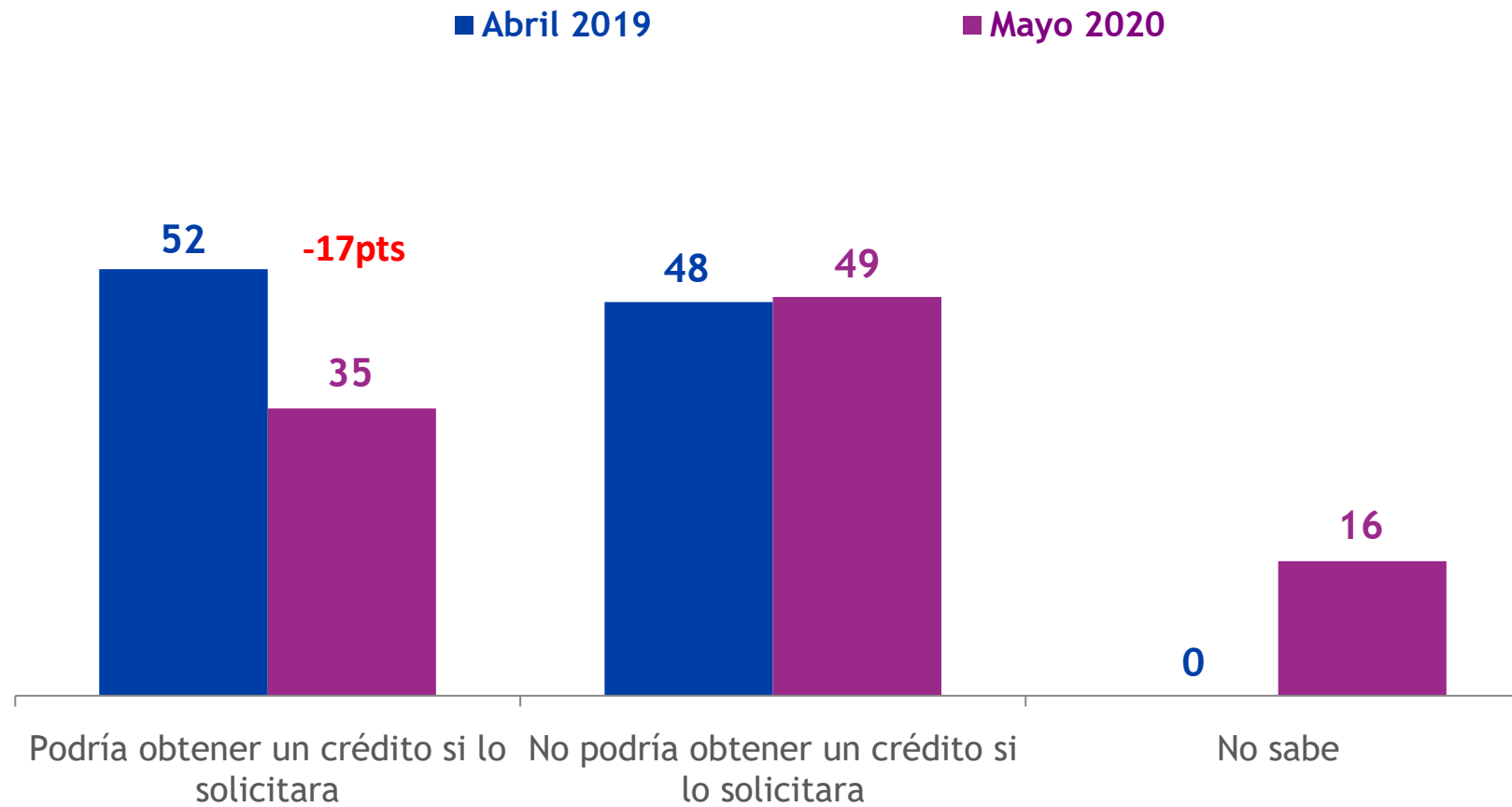
■ Algo probable

■ Poco o nada probable



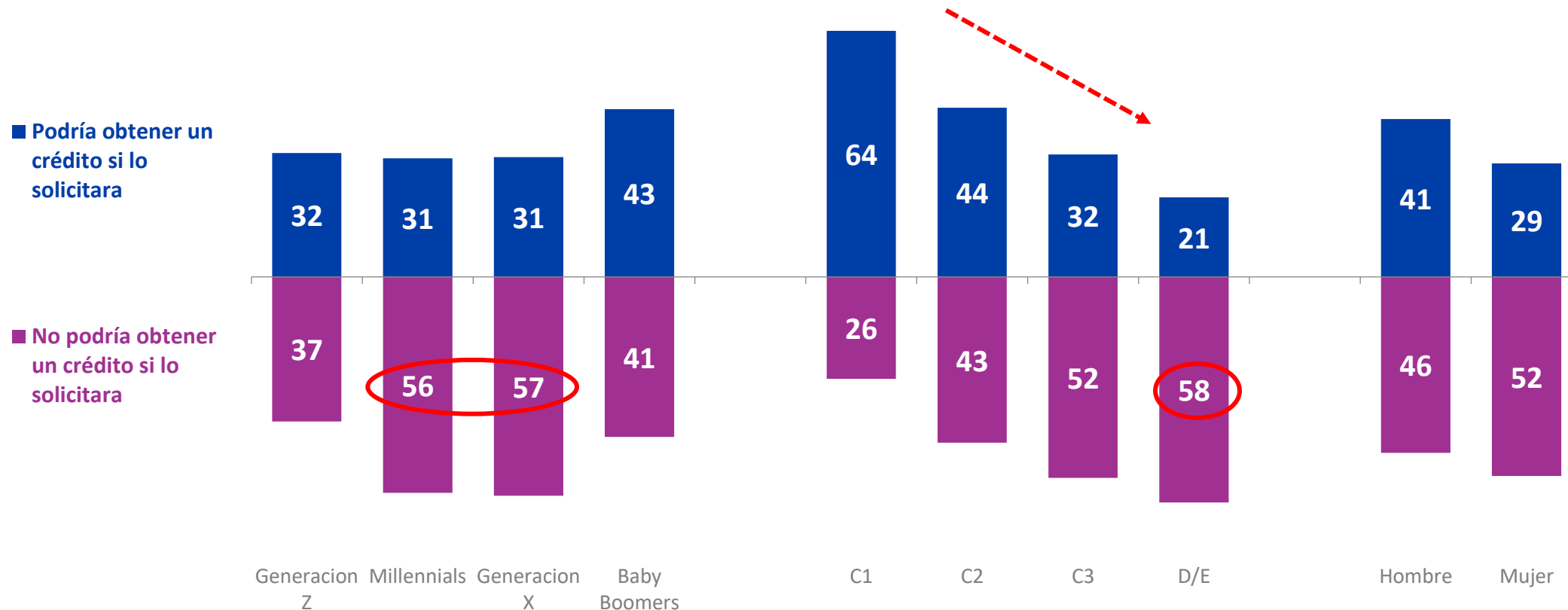
Capacidad para acceder a crédito

¿Cómo definirías hoy en día tu capacidad o la de tu familia para acceder a créditos...?
%



Capacidad para acceder a crédito

¿Cómo definirías hoy en día tu capacidad o la de tu familia para acceder a créditos...?
%

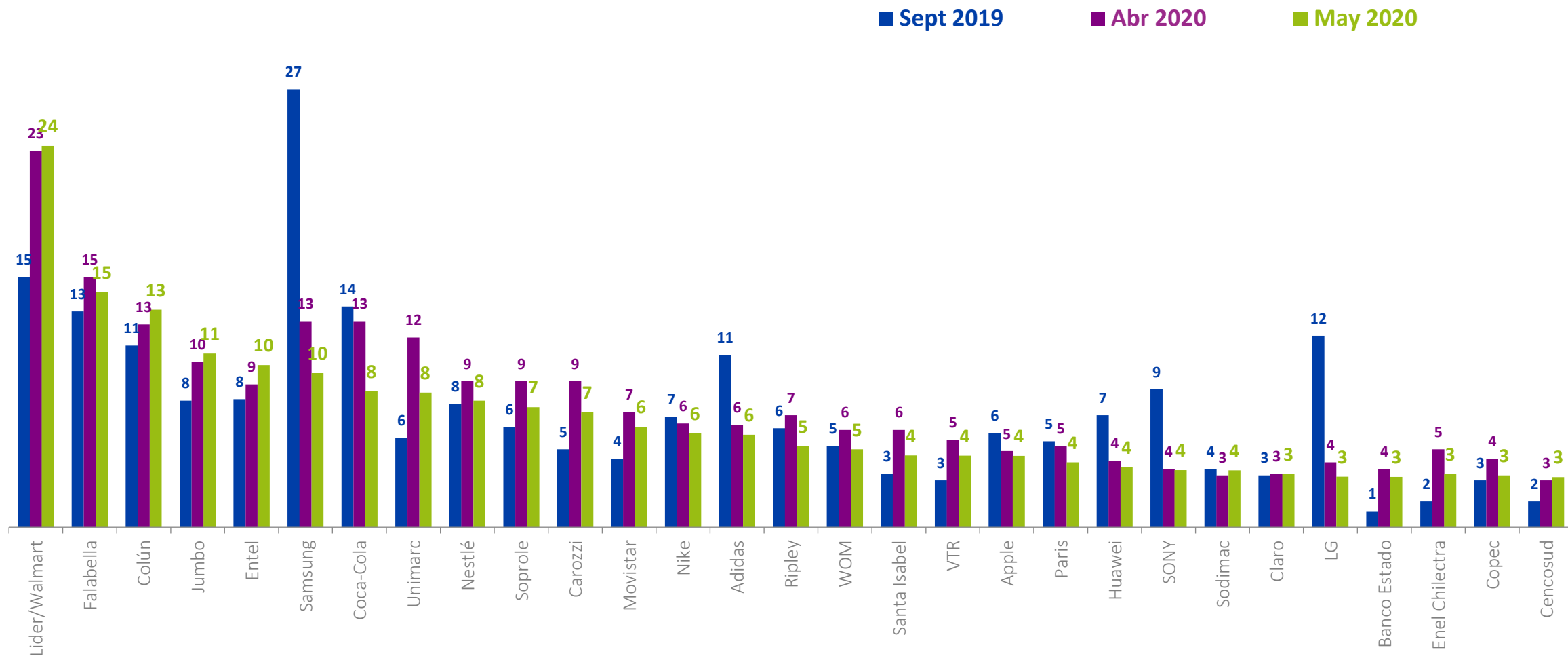


IV. Top of Mind, recordación de marcas y publicidad

Marcas relevantes. Total menciones

Pensando en todas las marcas/empresas que son relevantes para tu vida, ¿Cuál es la primera que se te viene a la cabeza?

Respuesta espontánea y múltiple. %



Media menciones: 3,8 marcas

Marcas relevantes. Total menciones - Evolutivo

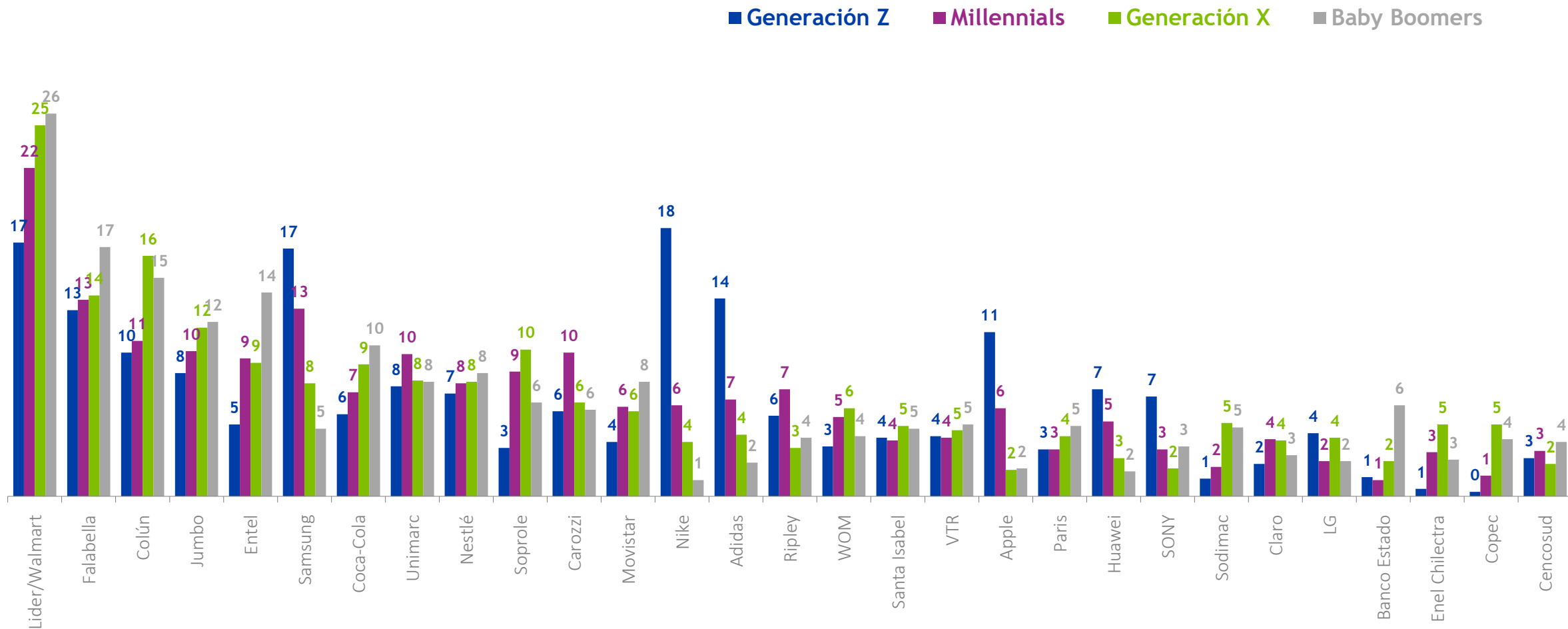
Pensando en todas las marcas/empresas que son relevantes para tu vida, ¿Cuál es la primera que se te viene a la cabeza?

Respuesta espontánea y múltiple. %

	Jun 2018	Jul 2018	Ago 2018	Sept 2018	Oct 2018	Nov 2018	Dic 2018	Feb 2019	Mar 2019	Abr 2019	May 2019	Jun 2019	Sept 2019	Abr 2020	May 2020
Lider/Walmart	17	13	17	13	16	16	19	18	15	17	14	15	15	23	24
Falabella	14	12	19	11	16	13	17	20	14	13	10	15	13	15	15
Colún	10	9	25	14	14	11	12	14	14	15	13	11	11	13	13
Jumbo	7	8	9	7	9	9	8	10	10	9	8	7	8	10	11
Entel	10	5	6	9	6	6	5	8	5	5	5	5	8	9	10
Samsung	25	23	19	19	16	20	17	19	17	15	19	18	27	13	10
Coca-Cola	15	15	13	13	12	13	16	18	15	15	16	12	14	13	8 ↓
Unimarc	6	3	6	6	7	7	7	8	6	7	5	5	6	12	8 ↓
Nestlé	6	8	6	6	5	6	6	9	6	7	7	7	8	9	8
Soprole	10	10	8	7	7	6	8	8	7	9	8	7	6	9	7
Carozzi	8	6	5	6	6	5	5	9	7	7	7	7	5	9	7
Movistar	8	5	5	5	4	5	5	4	4	3	5	5	4	7	6
Nike	12	10	12	11	10	9	10	13	10	13	10	12	7	6	6
Adidas	12	13	12	12	13	12	11	14	15	15	12	13	11	6	6
Ripley	6	5	8	4	8	7	9	11	7	5	4	6	6	7	5
WOM	4	4	5	6	6	4	4	5	4	5	3	5	5	6	5
Santa Isabel	3	3	3	4	5	5	4	5	4	4	2	4	3	6	4
VTR	4	3		2	2	3	2	5	2	2	2	2	3	5	4
Apple	7	6	5	6	5	7	5	4	5	4	4	6	6	5	4
París	6	4	6	4	7	4	6	9	6	6	4	6	5	5	4
Huawei	4	4	4	5	4	4	4	6	5	4	6	4	7	4	4
SONY	7	8	8	5	5	6	4	5	4	5	6	5	9	4	4
Sodimac	3	2	4	2	5	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4
Claro	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
LG	10	10	8	7	5	10	6	8	8	6	8	6	12	4	3
Banco Estado	2	1	-	2	3	2	2	4	1	2	1	2	1	4	3
Enel Chilectra	3	2	-	2	2	2	2	3	-	1	1	-	2	5	3
Copec	3	2	1	4	2	3	-	2	3	3	3	4	3	4	3
Cencosud	2	1	-	2	1	2	2	3	-	2	1	2	2	3	3

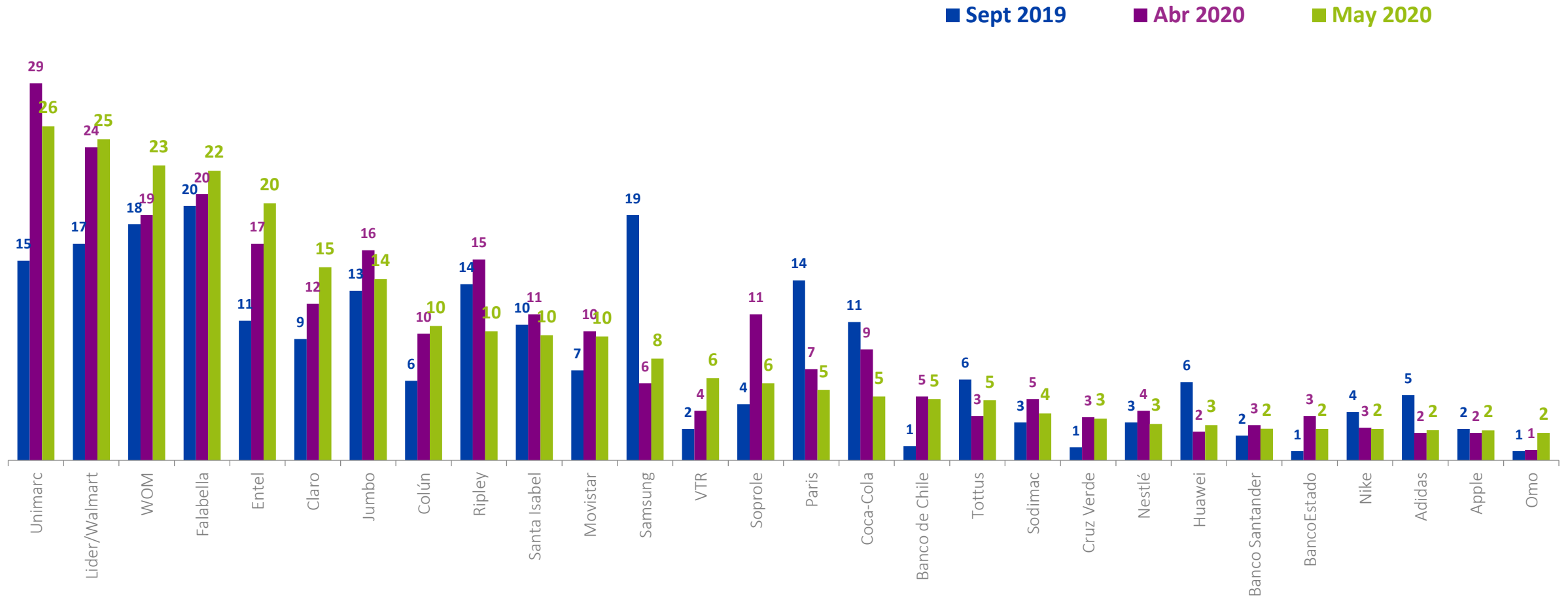
Marcas relevantes. Total menciones – Por generación

Pensando en todas las marcas/empresas que son relevantes para tu vida, ¿Cuál es la primera que se te viene a la cabeza?
Respuesta espontánea y múltiple. %



Recuerdo publicitario. Total menciones

En los últimos 15 días, ¿De qué marcas/empresas recuerdas haber visto o escuchado publicidad ya sea a través de televisión, radios, online, vía pública, etc.?
Respuesta espontánea y múltiple. %



Recuerdo publicitario. Total menciones - Evolutivo

En los últimos 15 días ¿De qué marcas/empresas recuerdas haber visto o escuchado publicidad ya sea a través de televisión, radios, online, vía pública, etc.?

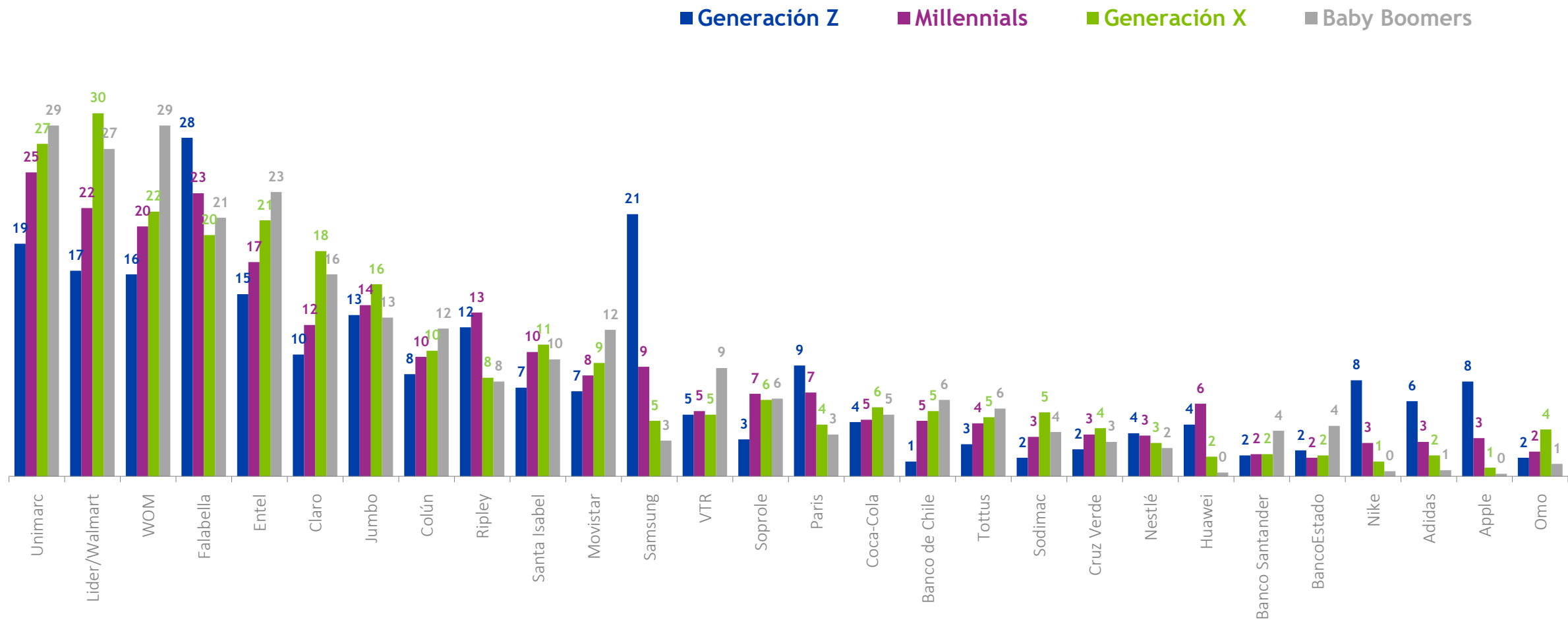
Respuesta espontánea y múltiple. %

	Jun 2018	Jul 2018	Agp 2018	Sept 2018	Oct 2018	Nov 2018	Dic 2018	Feb 2019	Mar 2019	Abr 2019	May 2019	Jun 2019	Sept 2019	Abr 2020	May 2020
Unimarc	18	13	16	21	17	13	17	20	19	17	17	16	15	29	26
Lider/Walmart	11	14	14	13	17	21	16	17	15	19	18	15	17	24	25
WOM	10	11	10	17	15	10	11	14	12	13	12	16	18	19	23 ↑
Falabella	25	22	25	19	26	23	32	28	20	21	20	26	20	20	22
Entel	12	10	6	11	10	7	7	14	7	9	8	7	11	17	20
Claro	14	12	9	11	10	8	8	11	9	10	8	9	9	12	15
Jumbo	11	13	18	15	14	11	13	14	15	11	10	10	13	16	14
Colún	9	6	21	11	7	5	7	7	5	9	6	6	6	10	10
Ripley	16	14	17	10	20	17	20	23	13	13	13	16	14	15	10 ↓
Santa Isabel	10	12	10	15	13	9	14	15	17	12	10	10	10	11	10
Movistar	7	8	6	6	9	6	6	8	7	9	9	9	7	10	10
Samsung	15	15	15	14	14	13	12	11	12	12	14	13	19	6	8
VTR	2	2	1	2	2	2	2	3	1	4	2	2	2	4	6
Soprole	6	11	14	10	6	8	7	8	6	8	5	6	4	11	6 ↓
Paris	16	12	14	10	19	15	19	17	10	13	14	14	14	7	5
Coca-Cola	14	15	12	15	12	11	14	17	15	15	11	10	11	9	5 ↓
Banco de Chile	-	-	-	-	1	2	1	-	-	2	1	-	1	5	5
Tottus	8	5	6	8	6	6	6	12	8	7	5	8	6	3	5
Sodimac	2	2	5	2	3	3	2	4	5	3	5	5	3	5	4
Cruz Verde	1	3	1	1	1	1	1	2	-	1	2	2	1	3	3
Nestlé	2	3	3	2	1	1	2	4	2	4	2	3	3	4	3
Huawei	4	3	4	3	3	4	4	5	4	5	7	6	6	2	3
Banco Santander	-	-	-	-	1	1	-	3	-	1	1	3	2	3	2
BancoEstado	-	-	1	3	2	1	1	-	-	-	1	-	1	3	2
Nike	6	5	4	5	5	4	4	4	4	6	5	6	4	3	2
Adidas	7	8	4	7	7	6	4	5	5	6	5	7	5	2	2
Apple	3	4	3	4	3	5	5	3	3	4	3	3	2	2	2
Omo	2	2	-	-	-	2	1	-	-	1	1	-	1	1	2

Recuerdo publicitario. Total menciones – Por generación

En los últimos 15 días ¿De qué marcas/empresas recuerdas haber visto o escuchado publicidad ya sea a través de televisión, radios, online, vía pública, etc.?

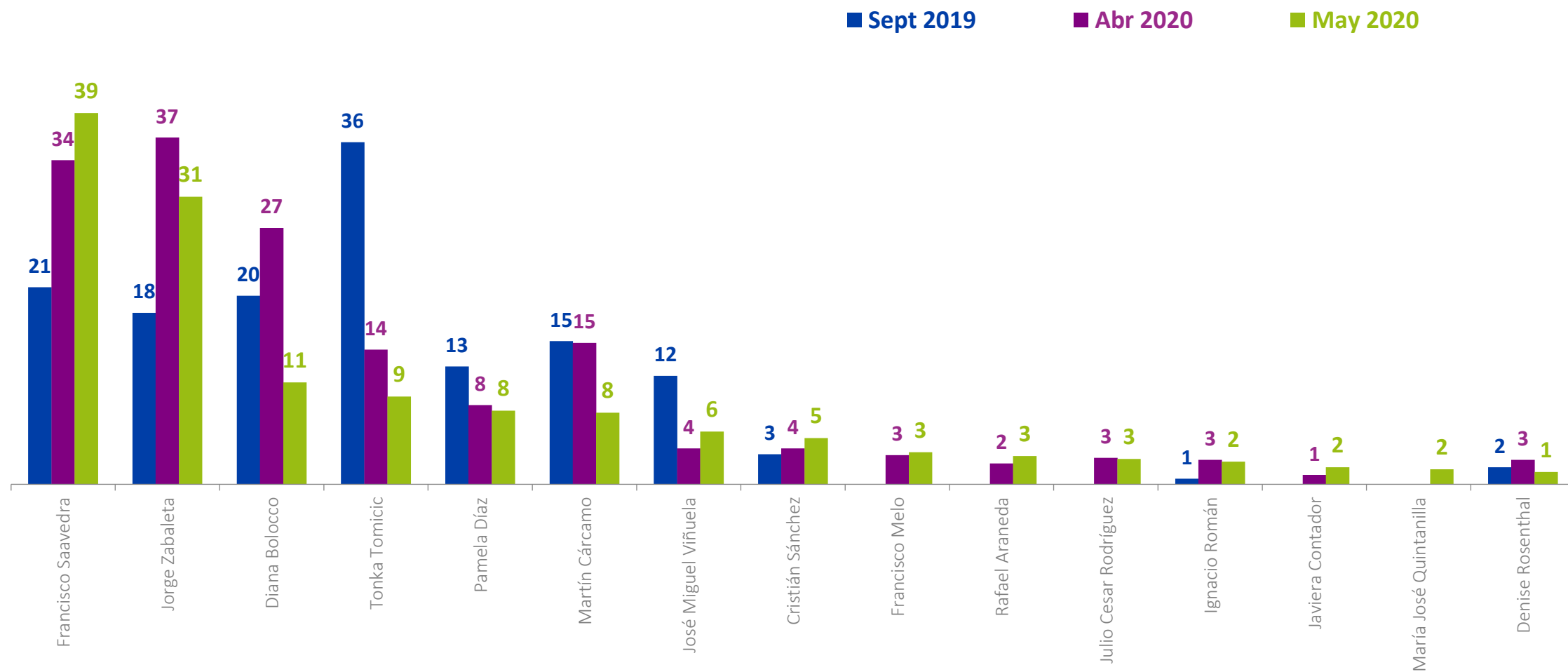
Respuesta espontánea y múltiple. %



Rostros publicitarios. Total menciones

Y en los últimos 15 días ¿Qué rostros publicitarios recuerdas haber visto o escuchado ya sea a través de televisión, radios, online, vía pública, etc.?

Respuesta espontánea y múltiple. %



Rostros publicitarios. Total menciones - Evolutivo

Y en los últimos 15 días ¿Qué rostros publicitarios recuerdas haber visto o escuchado ya sea a través de televisión, radios, online, vía pública, etc.?

Respuesta espontánea y múltiple. %

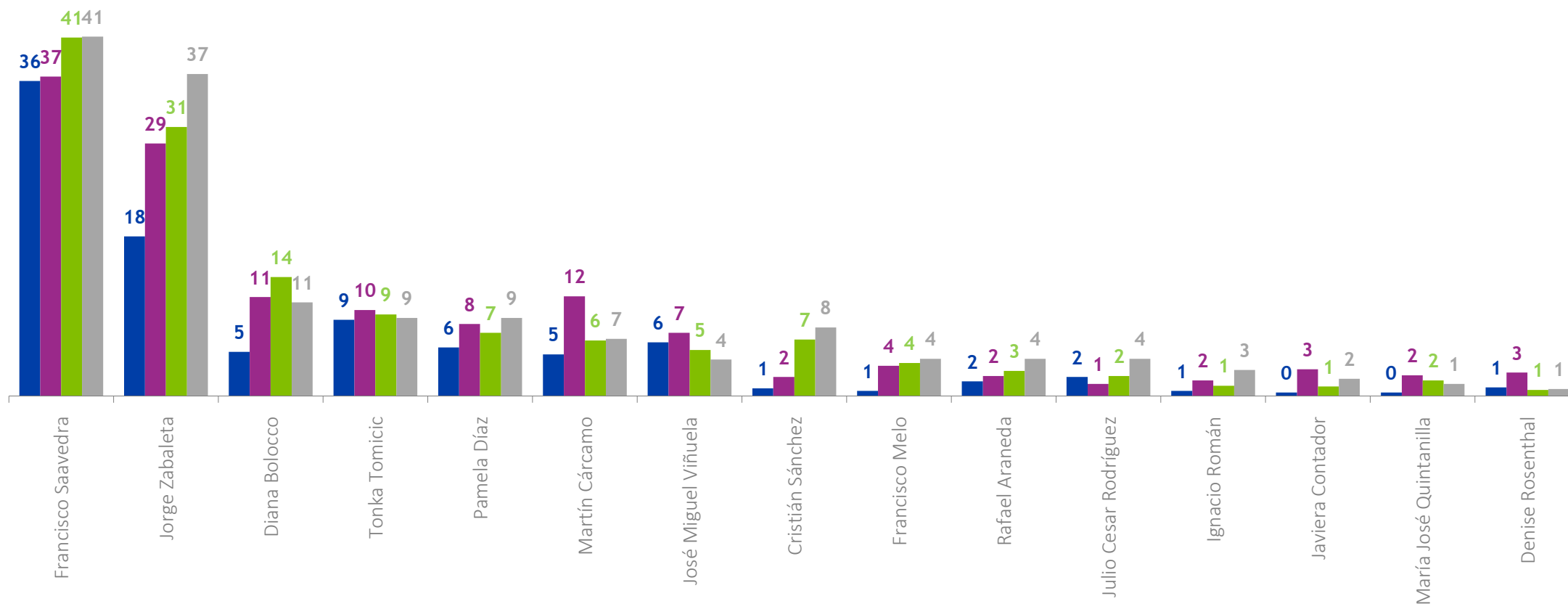
	Jun 2018	Jul 2018	Agp 2018	Sept 2018	Oct 2018	Nov 2018	Dic 2018	Feb 2019	Mar 2019	Abr 2019	May 2019	Jun 2019	Sept 2019	Abr 2020	May 2020
Francisco Saavedra	17	17	18	21	18	19	24	31	27	23	20	21	21	34	39
Jorge Zabaleta	32	22	26	24	23	21	23	29	26	26	23	21	18	37	31
Diana Bolocco	18	16	33	13	22	27	26	31	24	24	21	19	20	27	11
Tonka Tomicic	33	28	29	25	31	34	33	35	24	30	36	28	36	14	9
Pamela Díaz	18	12	16	18	13	11	19	19	22	16	14	15	13	8	8
Martín Cárcamo	30	26	28	20	28	18	19	22	25	18	14	18	15	15	8
José Miguel Viñuela	13	11	15	15	12	11	17	18	21	14	10	15	12	4	6
Cristián Sánchez	3	2	3	3	3	1	2	4	6	6	4	3	3	4	5
Francisco Melo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	3
Rafael Araneda	1	2	1	-	1	1	2	-	-	2	1	-	-	2	3
Julio Cesar Rodríguez	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	3	3
Ignacio Román	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	3	2
Javiera Contador	1	2	1	-	1	1	-	-	-	-	1	-	-	1	2
M. J. Quintanilla	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Denise Rosenthal	-	-	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	2	3	1

Rostros publicitarios. Total menciones – Por generación

Y en los últimos 15 días ¿Qué rostros publicitarios recuerdas haber visto o escuchado ya sea a través de televisión, radios, online, vía pública, etc.?

Respuesta espontánea y múltiple. %

■ Generación Z ■ Millennials ■ Generación X ■ Baby Boomers





EL CHILE QUE VIENE

ECONOMÍA Y
ENDEUDAMIENTO

MAYO 2020