



Metodología

El estudio más amplio sobre marcas y estilos de vida en Chile

CHILE3D es un análisis exhaustivo que abarca los estilos de vida, el capital de marca y la inversión publicitaria, con el fin de entender los patrones de consumo y las expectativas de los ciudadanos chilenos dentro del panorama nacional.

Por: Germán Kreisel

Como la plataforma de información de mercado, marcas y estilos de vida más relevante del país, CHILE3D consolida 16 años de historia entregando una visión integral de la interacción de las personas con el consumo, la publicidad, los medios y más, con el objetivo de comprender mucho mejor a los chilenos. Es por ello, que CHILE3D es una herramienta clave que proporciona información para navegar en los tiempos actuales, ofreciendo perspicacia sobre las necesidades de los consumidores y los elementos esenciales que deberían incluir en la estrategia de marca, entre otros aspectos relevantes.

En ese sentido, CHILE3D funciona como una enciclopedia, brindando Insights para comprender a las personas, permitiendo perfilarlas y así diseñar estrategias efectivas para conectarse con ellas. Lorena Turano, CMI Latam Leader GfK – an NIQ company | Chile, destaca que se trata de un hito significativo y además impulsa a seguir trabajando en análisis y en las perspectivas relevantes sobre las distintas dinámicas sociales y culturales que existen en Chile.

"CHILE3D comparte los aprendizajes para tomar decisiones concretas, una herramienta crucial para ejecutar los planes de acción de las marcas. Desde la fusión de dos grandes compañías como NIQ y GfK hoy tenemos la oportunidad de potenciar nuestros insights y además poder empezar a entregar una visión 360° o full view, donde no solamente entendemos los comportamientos de los consumidores y sus creencias, sino que también cómo impactan en el desempeño concreto del mercado y su potencial evolución", comenta Turano.

En esa línea, CHILE3D entrega las claves para entender el consumo en una era postpandemia, donde las marcas deben



MODELO DE ANÁLISIS DE MARCA

Vínculo con 351 marcas de consumo



- Recordación
- Contenido de la recordación (positivo/negativo)
- Familiaridad
- Publicidad

- Preocupación por los clientes
- Credibilidad
- Variación
- Preciojusto
- Liderazgo
- Calidad
- Innovación

- Cariño
- Recomendación
- Preferencia
- Identificación
- Admiración
- Diferenciación

Índice de Capital de Marca (ICM) es un valor entre 0 y 1.000 puntos, resultante del promedio de 3 dimensiones.

GANADORES CHILE3D 2024

MARCA	NOMBRE PREMIO
GOOGLE	Gran Marca de Excelencia en Chile
WHATSAPP	Marca de excelencia para los chilenos
COLUN (YOGURT)	Marca de excelencia para los chilenos
COLÚN (LECHE)	Marca de excelencia para los chilenos
SAMSUNG (SMARTPHONES)	Marca de excelencia para los chilenos
SAMSUNG (TELEVISORES)	Marca de excelencia para los chilenos
ROSEN	Marca de excelencia para los chilenos
YOUTUBE	Marca de excelencia para los chilenos
NESCAFE	Marca de excelencia para los chilenos
LÍDER	Marca de excelencia para los chilenos
IANSA	Marca de excelencia para los chilenos
SAVORY	Marca de excelencia para los chilenos
COLÚN (MANJAR)	Marca de excelencia para los chilenos
DOCTOR SIMI	Marca de excelencia para los chilenos
MINUTO VERDE	Marca de excelencia para los chilenos
SODIMAC	Marca de excelencia para los chilenos
COLGATE	Marca de excelencia para los chilenos
QUIX	Marca de excelencia para los chilenos
SOPROLE (YOGURT)	Marca de excelencia para los chilenos
HELLMANS	Marca de excelencia para los chilenos
CONFORT	Marca de excelencia para los chilenos
COSTA	Marca de excelencia para los chilenos
CAROZZI (PASTAS)	Marca de excelencia para los chilenos
NETFLIX	Marca de excelencia para los chilenos
LAYS	Marca de excelencia para los chilenos
SAMSUNG (LINEA BLANCA)	Marca de excelencia para los chilenos
KRAFT	Marca de excelencia para los chilenos
MERCADO LIBRE	Marca de excelencia para los chilenos
TUCAPEL	Marca de excelencia para los chilenos

29 MARCAS DE EXCELENCIA 2024

PREMIOS ESPECIALES 2024

MARCA	NOMBRE PREMIO
COCACOLA	Marca que tiene la mejor publicidad
SAMSUNG	Marca que más quieren los chilenos en su hogar

adaptarse. Carolina Cuneo, MCI Manager GfK – an NIQ company | Chile, sostiene que “en un año marcado por la inflación económica, hoy la necesidad de entender al consumidor es altísima, los cambios son muy rápidos, por lo tanto, es clave ir entendiendo constantemente cómo estamos, y la buena noticia es que hoy tenemos mejores resultados que el año pasado”.

¿Cómo se realiza el estudio?

Para analizar la situación actual, NIQ-GfK realizó 5.400 encuestas online a hombres y mujeres de todas las ciudades del país desde los 15 años en adelante durante enero y febrero de este año, para medir distintas variables que se trabajan en este estudio.

CHILE3D evaluó a 351 marcas en 72 categorías de consumo, para revisar desde distintos ángulos las características y el rol de dichas marcas. Para este análisis, se estudiaron 17 atributos dentro de tres dimensiones: Presencia, Prestigio y Afecto; y este año se incorporó la Evaluación Publicitaria.

Esto brindó la oportunidad de no solo evaluar cada categoría, sino también aprend

der del rendimiento de todas las marcas en evaluación; acceder a las mejores prácticas y obtener una comprensión más profunda de los elementos cruciales de evaluación por parte del consumidor.

A su vez, CHILE3D incorporó un análisis detallado de 100 rostros, centrado en entender su rendimiento publicitario para alimentar estrategias de imagen. De esta manera evaluó la eficacia de influencers, rostros televisivos, cantantes, entre otros, y su impacto específico en el público objetivo.

Temas en constante evolución y actualización

Entre los contenidos que se analizan en CHILE3D están:

- Medio Ambiente
- Cómo compran
- Transporte
- Consumo de medios
- Relación con las marcas
- Relación con la publicidad
- Situación financiera
- Tenencia de bienes
- Relación con el deporte y bienestar
- Satisfacción aspectos de la vida
- Causas sociales
- Contingencia

GANADORES POR CATEGORÍA CHILE3D 2024

CATEGORÍA	MARCA
Café	NESCAFE
Smartphones	SAMSUNG
Aerolíneas	LATAM
Lavalozas	QUIX
Farmacias	DOCTOR SIMI
Redes Sociales	WHATSAPP
Mejoramiento Del Hogar Y Construcción	SODIMAC
Aplicaciones De Celular Para Transporte	UBER
Colchones	ROSEN
Combustibles	COPEC
Tarjetas De Crédito	TARJETA CMR
Cervezas	KUNSTMANN
Leche Líquida / Polvo	COLÚN
Sitios Web Compras Online	MERCADO LIBRE
Televisores	SAMSUNG
Detergentes	OMO
Clubes De Fidelización	MI CLUB LIDER
Comida De Mascotas	MASTER DOG/ MASTER CAT
Telecomunicaciones	ENTEL
Papel Higienico	CONFORT
Supermercados	LÍDER
Conservas	WASIL
Pastas Dentales	COLGATE
Helados	SAVORY
Bancos	BANCO ESTADO
Arroz	TUCAPEL
Seguros	METLIFE
Fiambres Y Embutidos	RECETA DEL ABUELO
Sopas Y Caldos Concentrados	MAGGI
Línea Blanca	SAMSUNG
Tiendas De Conveniencia	PRONTO
Frutas Y Verduras Congeladas	MINUTO VERDE
Pinturas	CERESITA
Manjar	COLÚN
Aceite	MIRAFLORES
Clinicas Y Centros Médicos	REDSALUD
Snacks	LAYS
Malls	MALL PLAZA
Televisión Y Videos Por Internet	YOUTUBE
Gaseosas	COCA COLA
Suavizantes Para La Ropa	SOFT

72 CATEGORÍAS CON GANADORES

Los resultados de CHILE3D están siempre actualizados y son puestos en contexto por nuestro equipo de consultores con diversas fuentes de información propia

Todos los meses NIQ-GfK entrega capsulas de actualización trabajando los temas contingentes del momento. Día de la madre, diversidad, percepción económica, festividades, compras, cyber, etc.

CHILE3D se basa en 5.400 encuestas online realizadas a hombres y mujeres desde los 15 años en adelante de todas las ciudades del país.

