

ICREO 2016



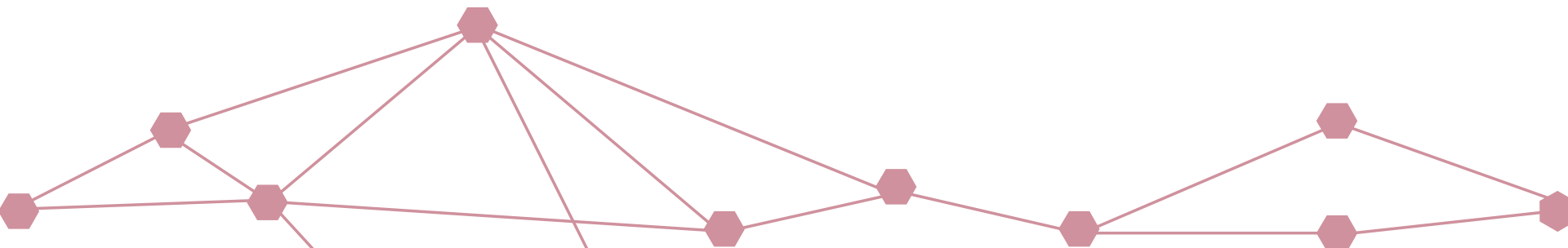


¿QUÉ ES EL ICREO?

ICREO
2016

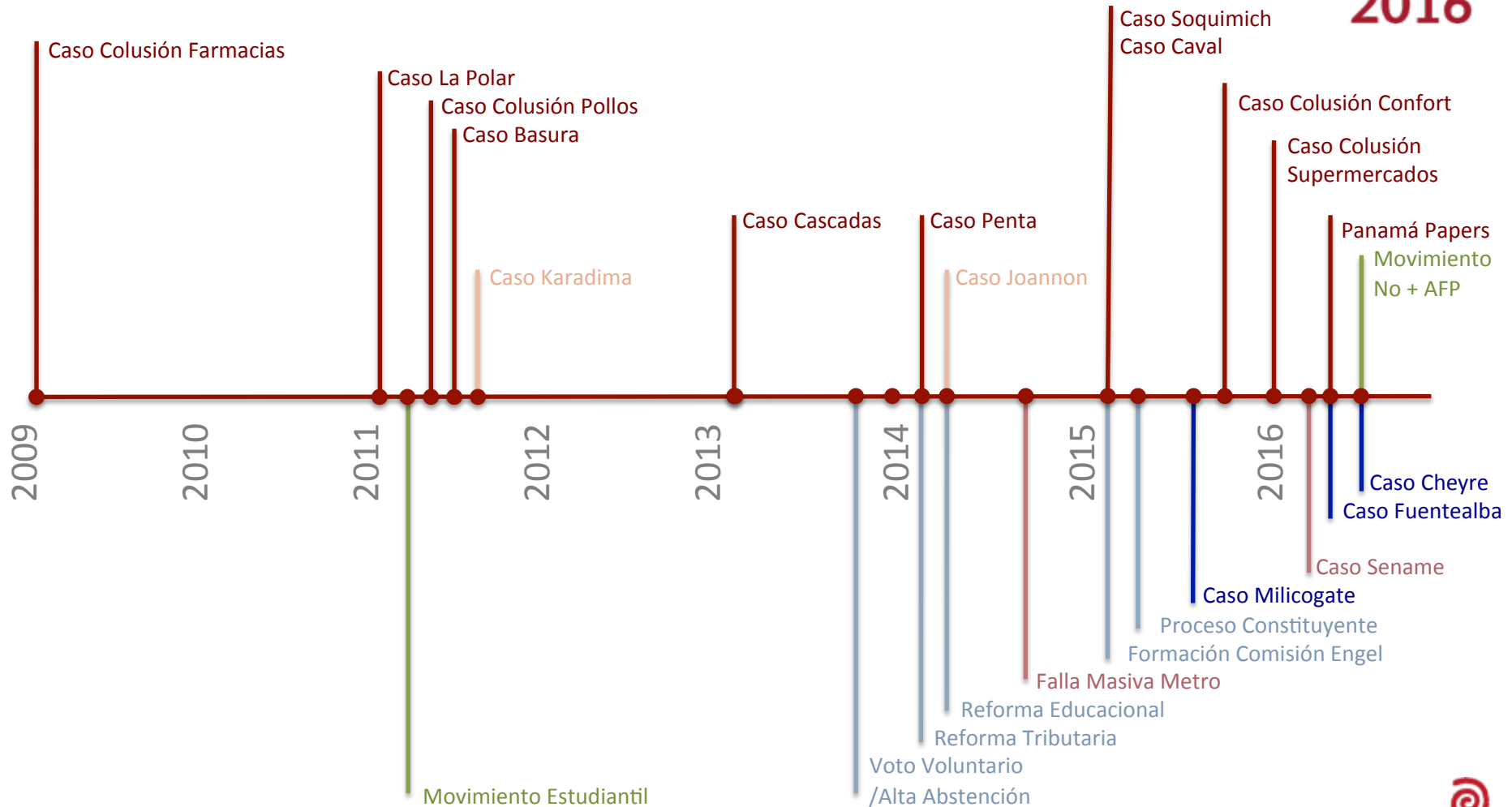
ICREO es el primer índice en Chile que permite evaluar y monitorear las distintas dimensiones que construyen confianza en las principales categorías y marcas que se relacionan con las personas.

ICREO mide marcas de consumo, instituciones, servicios públicos y políticos.



Datos de CONTEXTO

ICREO
2016



¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO
HABLAMOS DE **CONFIANZA**?



Dimensiones de ICREO

01

Respaldo



Su trayectoria me da seguridad y respaldo

02

Responsabilidad



Son responsables, cumplen lo que prometen y se hacen cargo de sus errores

03

Honestidad y transparencia



Son honestas y transparentes, dicen la verdad y no ocultan información

04

Empatía



Se preocupan de verdad por los intereses de las personas

05

Cercanía



Son cercanas y accesibles



Construcción Índice ICREO

01

Respaldo



02

Responsabilidad



03

Honestidad y
transparencia



04

Empatía



05

Cercanía



Promedio **evaluación** de las dimensiones de confianza, ponderado por la **importancia** de cada dimensión

Los valores del índice a nivel categorías van de 1 a 10.

Los valores del índice a nivel marcas van de 1 a 100.





METODOLOGÍA

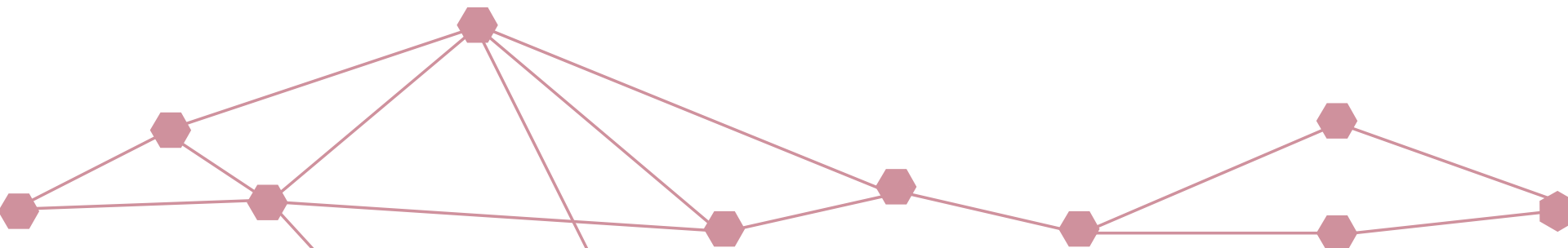
Personas mayores de 18 años

Segmentos C1, C2, C3 y D

1.013 Casos en Gran Santiago

139 Marcas Medidas

Entre el 28 de septiembre y el 15 de octubre de 2016

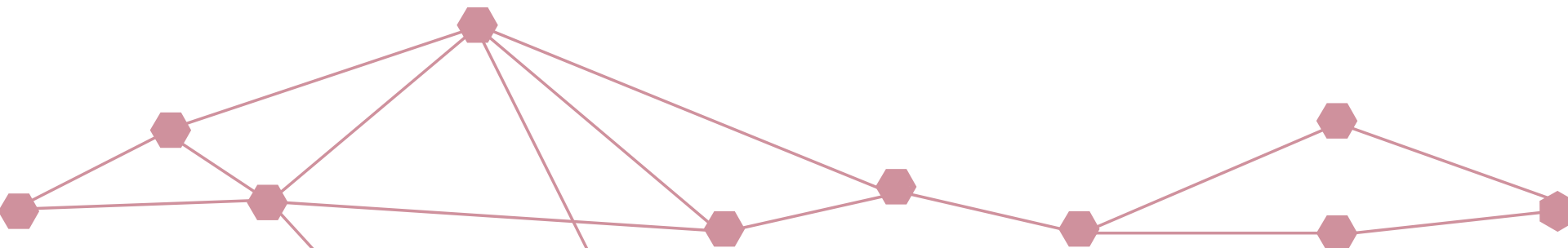


¿CUÁLES SON LOS RESULTADOS DEL ICREO 2016?



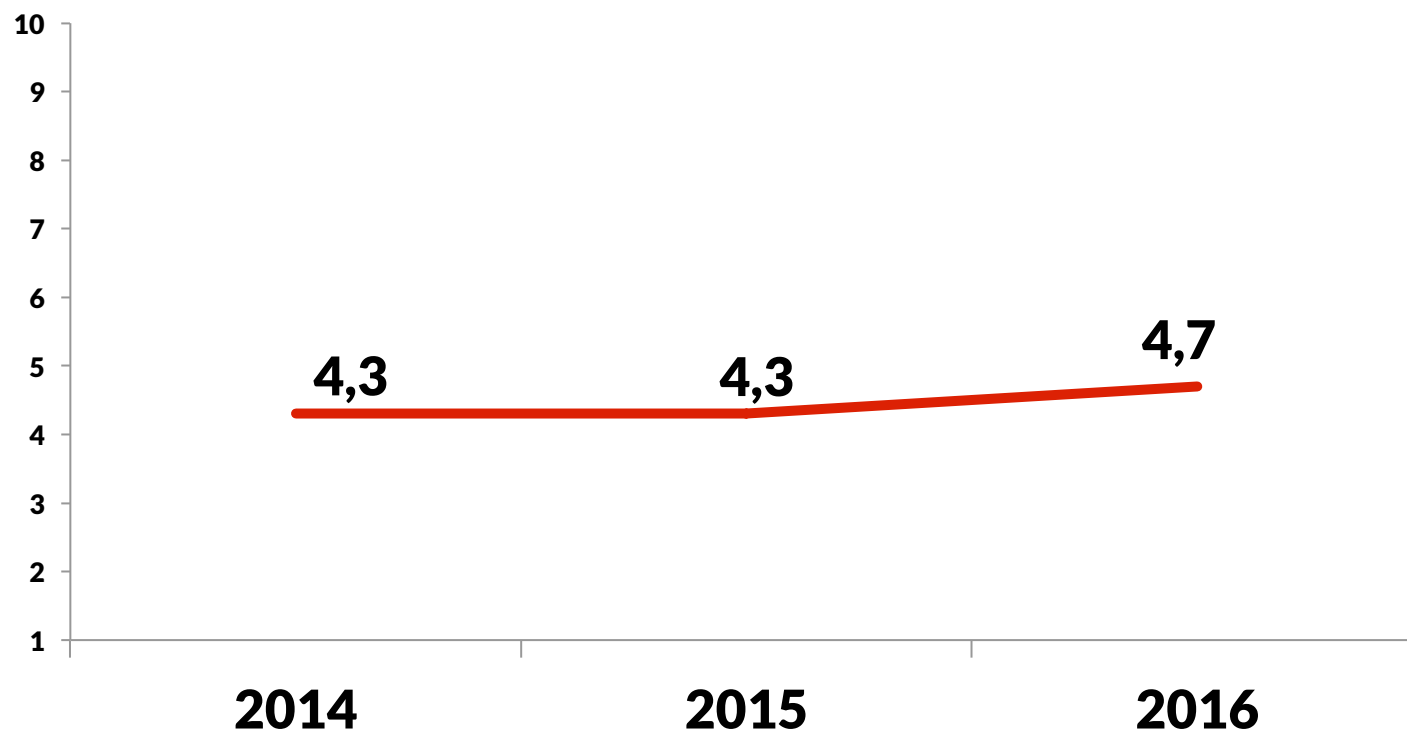


NOS QUEDA DEMASIADO TRABAJO PARA FORTALECER LA CONFIANZA



EL ICREO MUESTRA UNA LEVE RECUPERACIÓN GLOBAL DESDE EL 2014

ICREO
2016



Comparación ICREO 2014-2015-2016 misma base de categorías



RECUPERACIÓN QUE SE EXPLICA POR ALGUNAS CATEGORÍAS

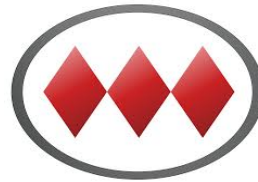
ICREO
2016

AEROLINEAS

TRANSPORTE
PUBLICO

EDUCACION
SUPERIOR

BUSES



UNIVERSIDAD
DE CHILE

Pullman Bus

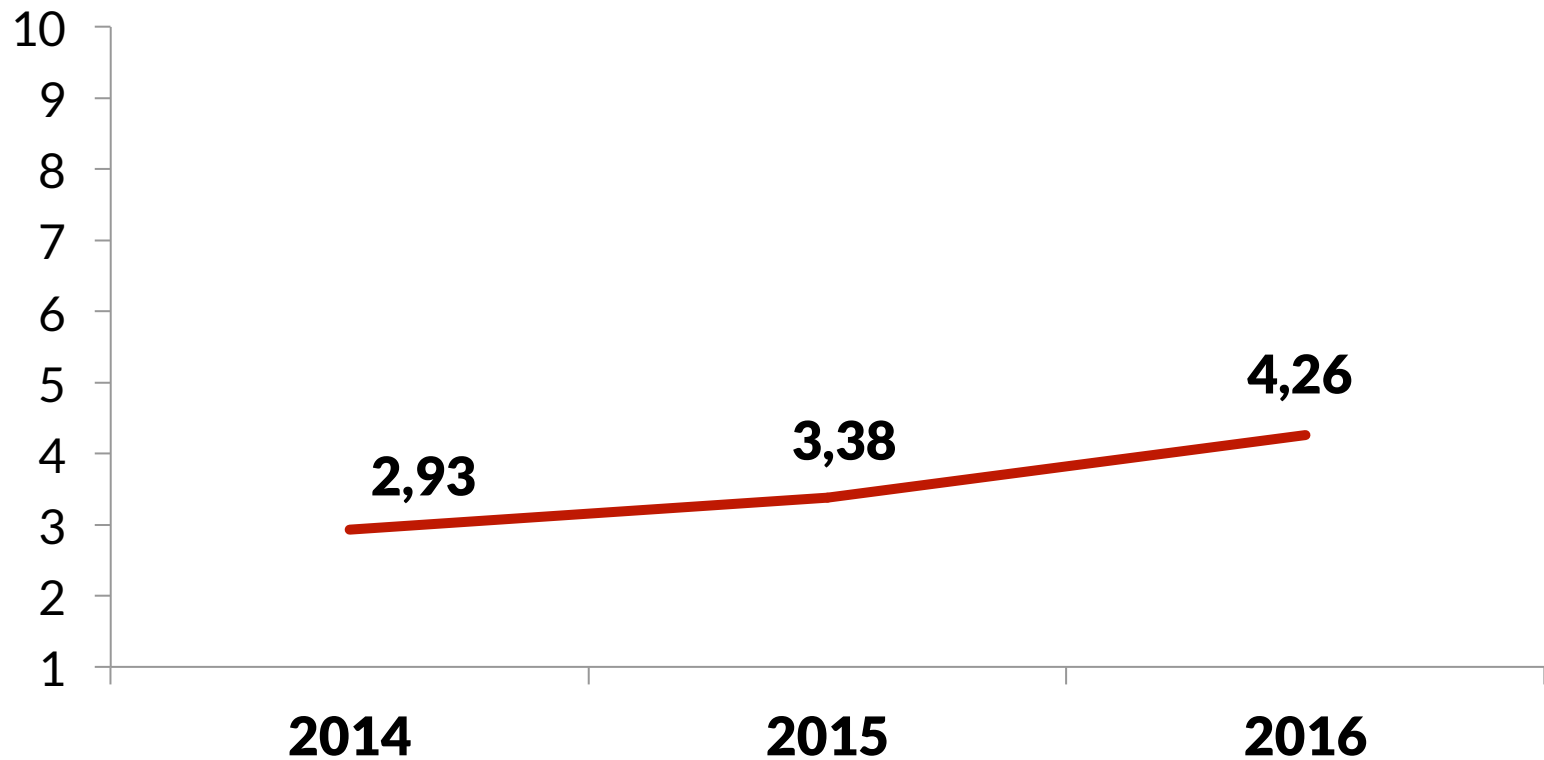


Marcas que se fortalecen y/o ocupan un lugar destacado en el ICREO 2016



EVOLUCIÓN ICREO TRANSPORTE PÚBLICO

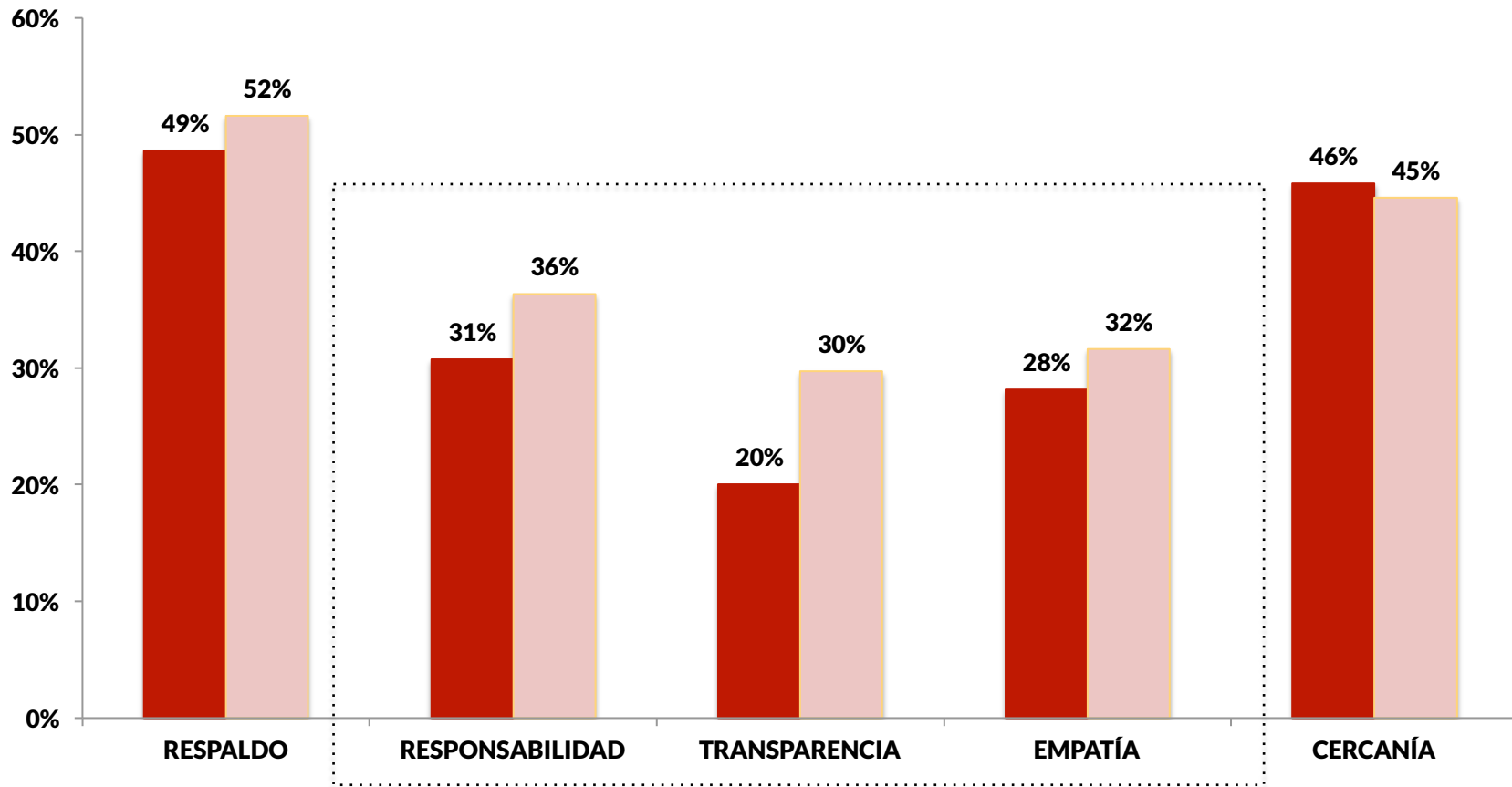
ICREO
2016



EVOLUCIÓN METRO DIMENSIONES DE CONFIANZA

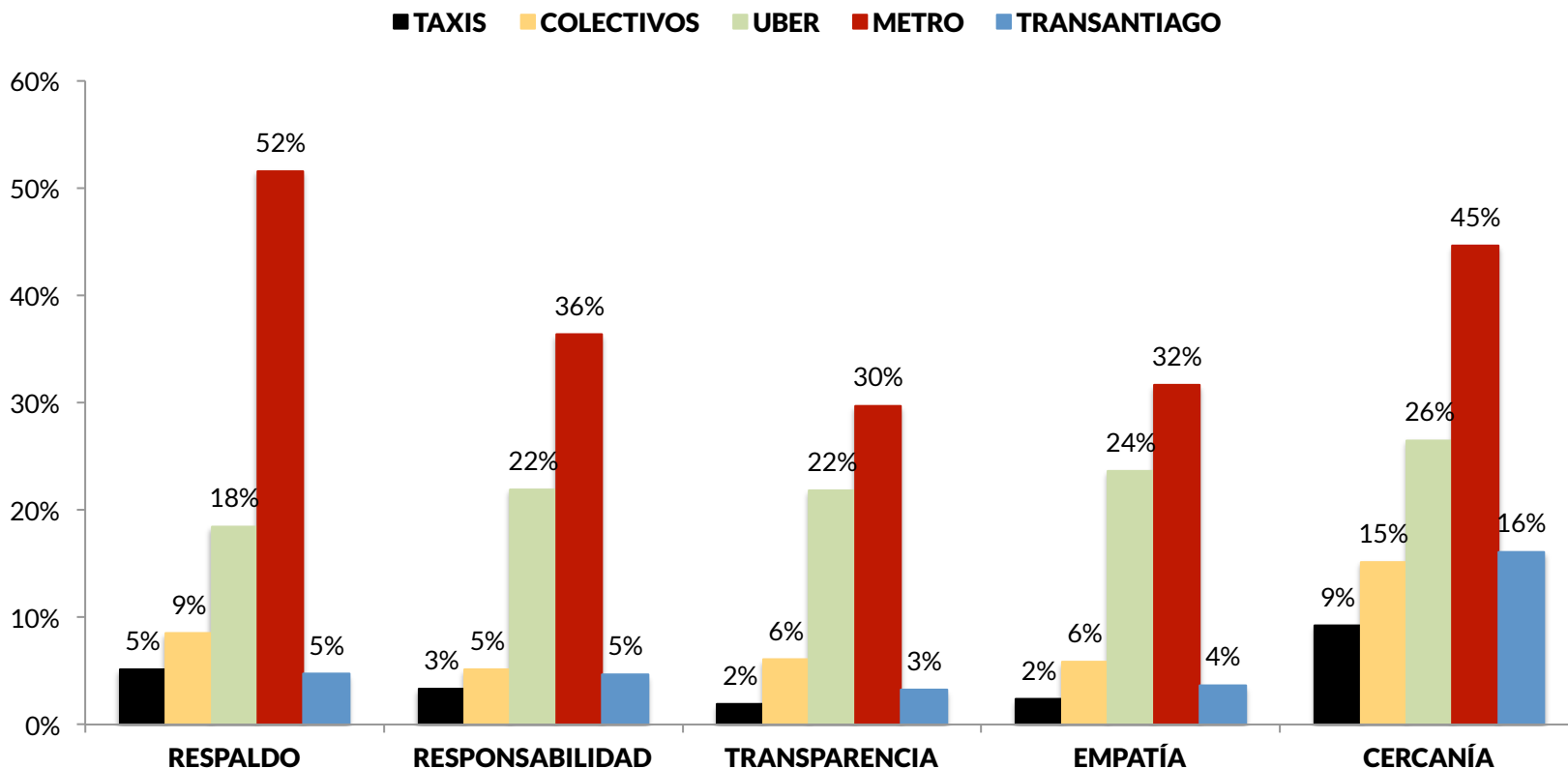
ICREO
2016

■ METRO 2015 ■ METRO 2016



DESEMPEÑO DIMENSIONES CONFIANZA EN MEDIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO

ICREO
2016



SIN EMBARGO EL NETO DE CONFIANZA
SIGUE SIENDO NEGATIVO

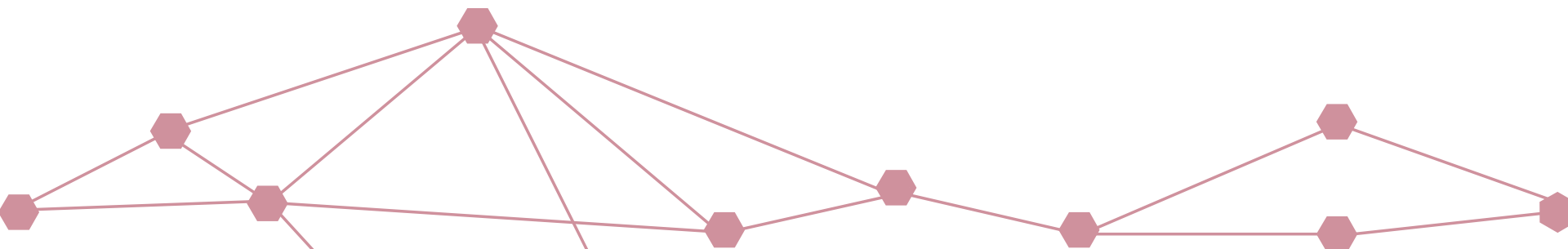
Neto 2016

(Muy de acuerdo+Acuerdo)- (Muy en desacuerdo+Desacuerdo) = -17%

Neto promedio entre todas las categorías medidas el año 2016



ESTAMOS TRABAJANDO SOBRE LAS VARIABLES EQUIVOCADAS



¿QUÉ ES LO MAS RELEVANTE PARA CONSTRUIR CONFIANZA?

ICREO
2016

+ IMPORTANTE

- IMPORTANTE

TRANSPARENCIA

RESPONSABILIDAD

EMPATIA

CERCANIA

RESPALDO

29,7%

24,7%

21,6%

12,3%

11,7%

1

2

3

4

5



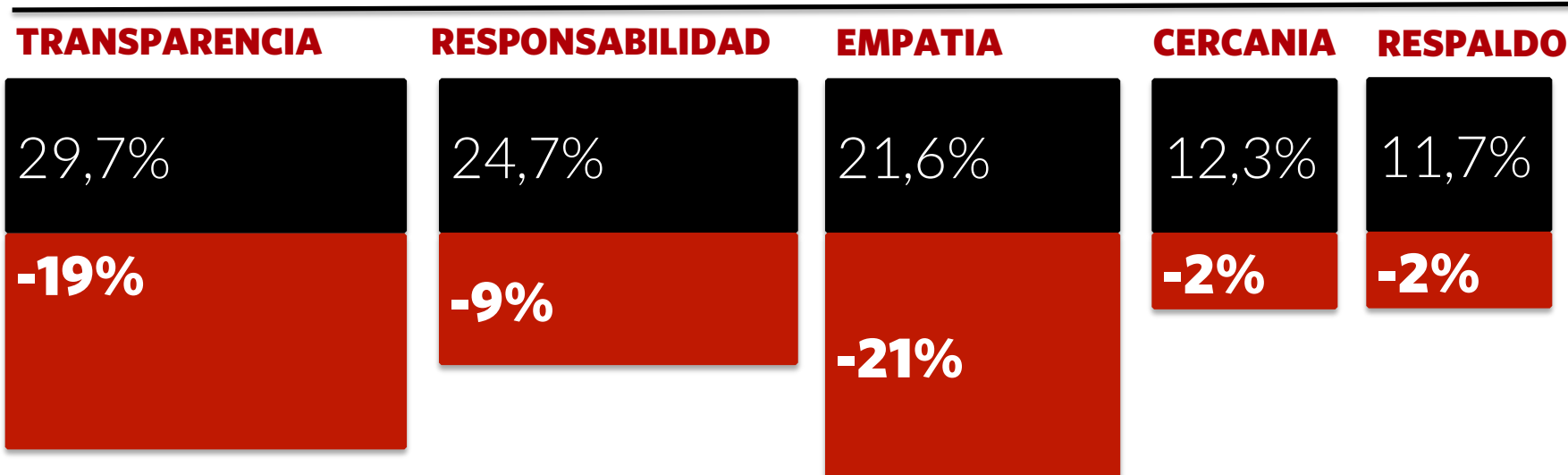
¿QUÉ ES LO QUE LAS CATEGORÍAS ESTÁN DESARROLLANDO?

ICREO
2016

+ IMPORTANTE

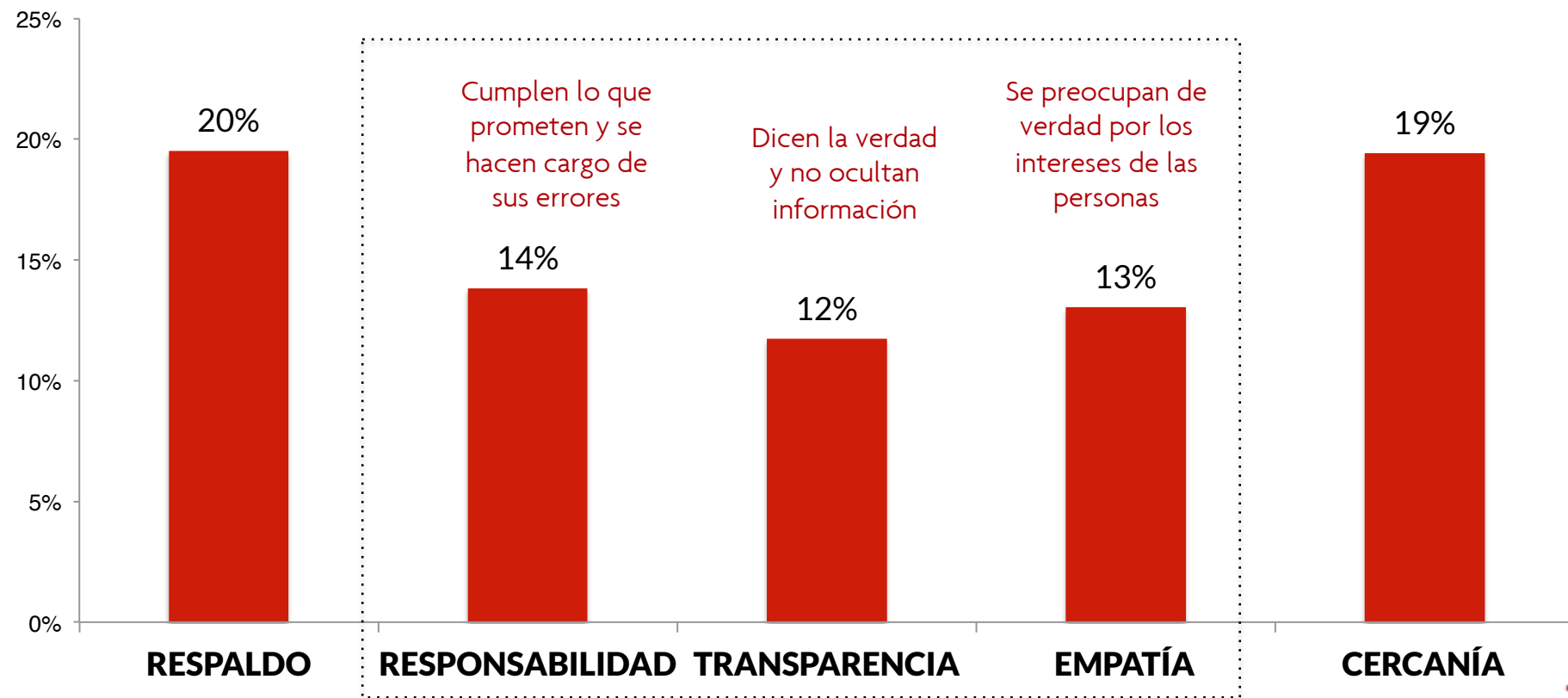
- IMPORTANTE

DESEMPEÑO NETO NEGATIVO



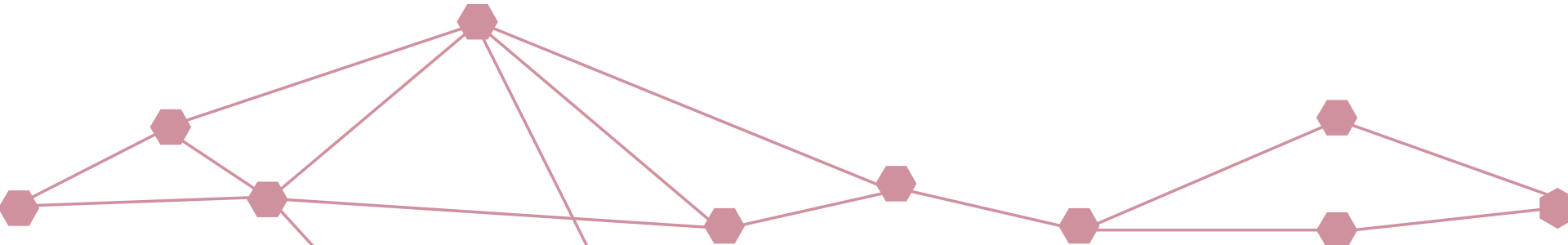
¿CUÁL ES EL PERFIL PROMEDIO DE MARCAS?

(promedio neto por dimensión total marcas medidas 2016)





PERO HAY MARCAS QUE ROMPEN LAS REGLAS



PERFILES DE MARCAS

ICREO
2016

CONFIANZA DE SIEMPRE

TRADICIONALES RESPALDO CERCANIA > TRANSPARENCIA RESPONSABILIDAD EMPATIA	INTEGRADAS RESPALDO CERCANIA = TRANSPARENCIA RESPONSABILIDAD EMPATIA
DESCONOCIDAS O DESVALORIZADAS RESPALDO CERCANIA TRANSPARENCIA RESPONSABILIDAD EMPATIA } MUY BAJOS	MODERNAS RESPALDO CERCANIA < TRANSPARENCIA RESPONSABILIDAD EMPATIA

NUEVA CONFIANZA 

EJEMPLOS DE MARCAS POR PERFIL

ICREO
2016

TRADICIONALES

COPEC



INTEGRADAS



UNIVERSIDAD
DE CHILE



PDI



DESCONOCIDAS O DESVALORIZADAS



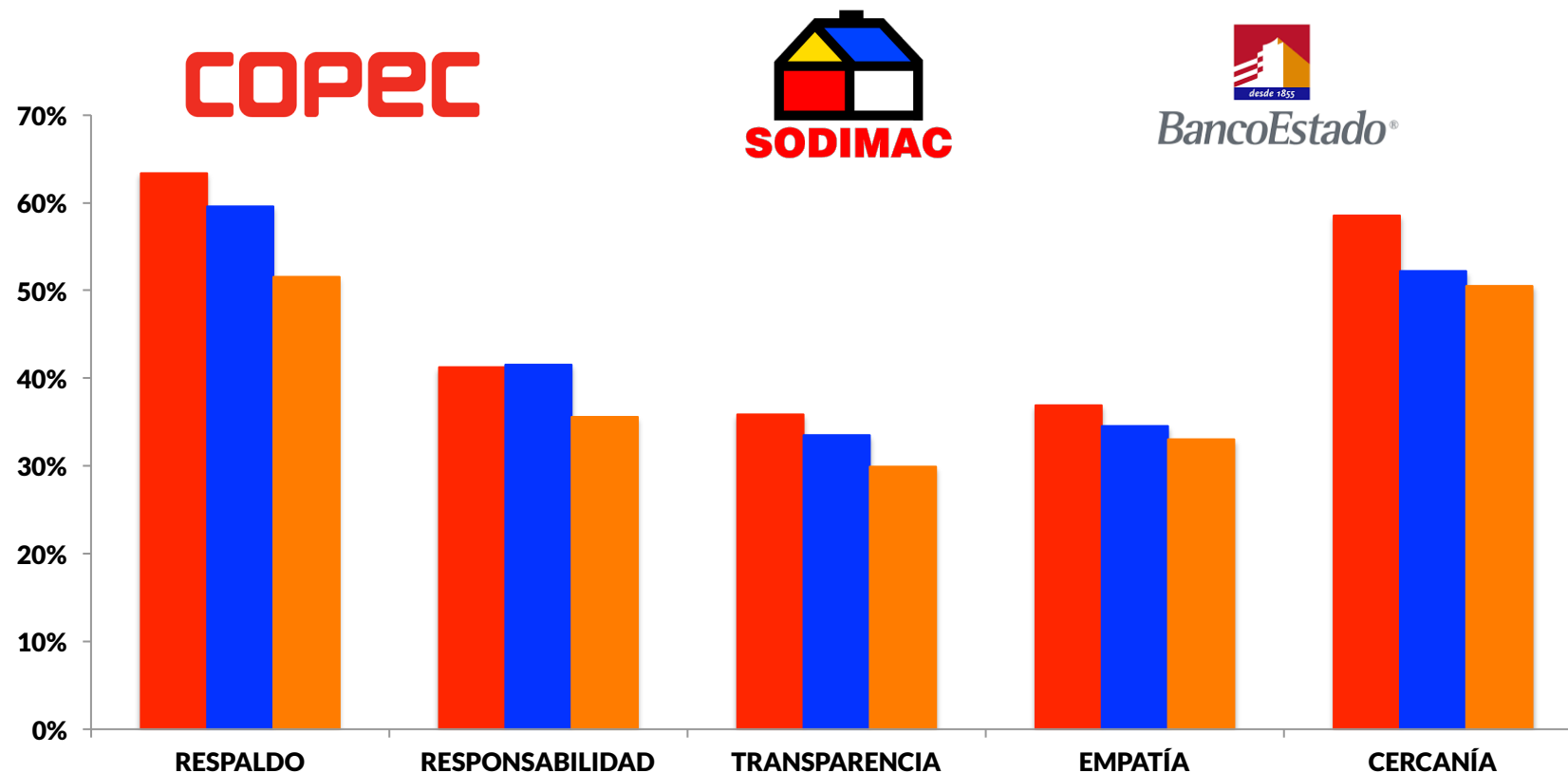
MODERNAS



PERFIL CONFIANZA GRANDES MARCAS

MARCAS TRADICIONALES

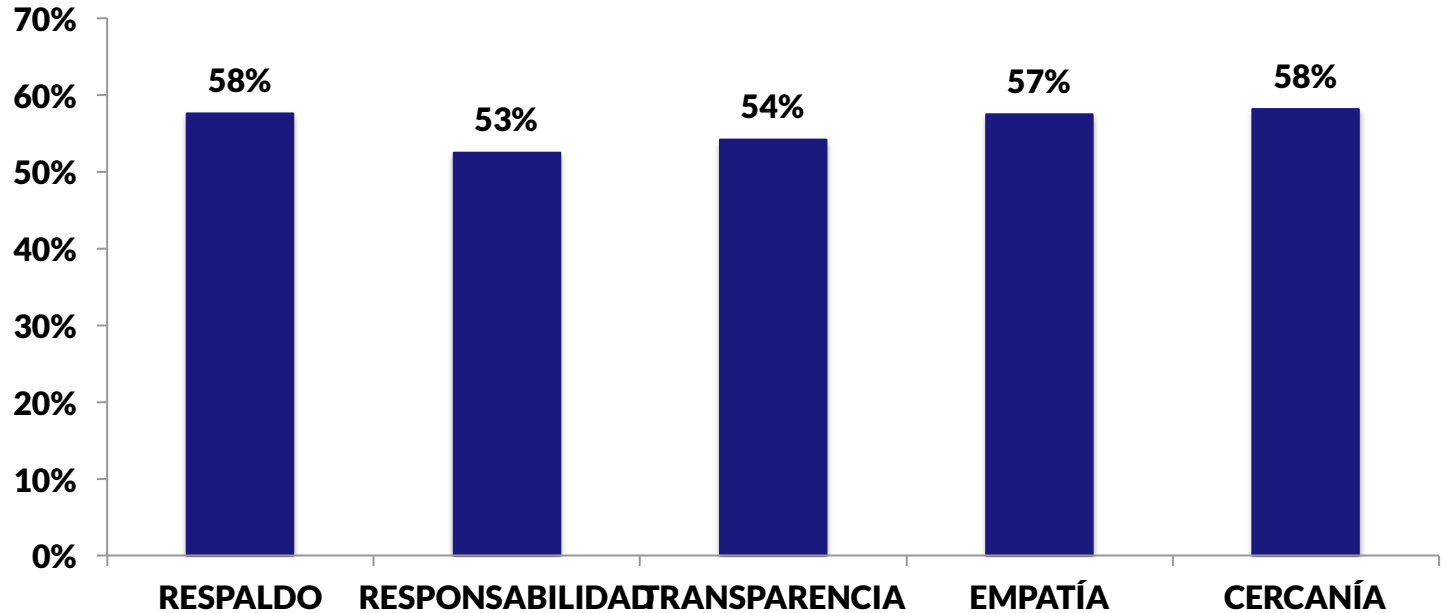
ICREO
2016



PERFIL CONFIANZA BOMBEROS

MARCAS INTEGRADAS

ICREO
2016

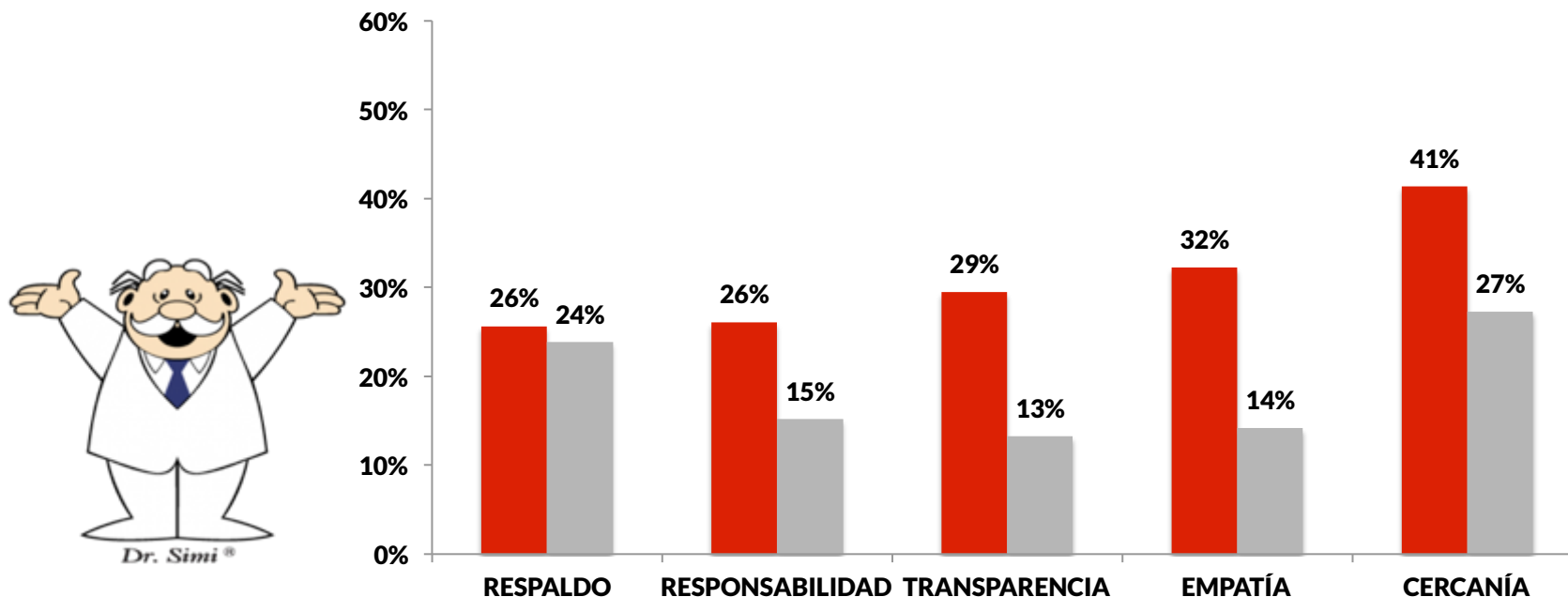


PERFIL CONFIANZA DOCTOR SIMI

MARCAS MODERNAS

ICREO
2016

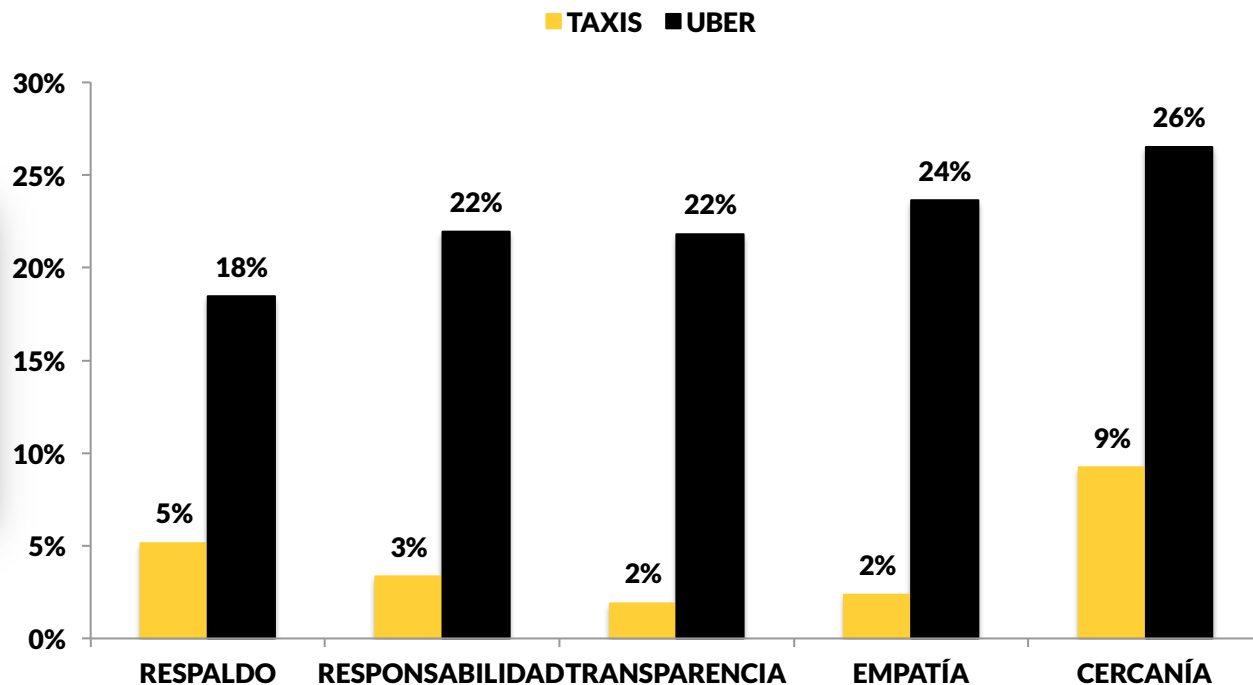
■ DR. SIMI ■ PROMEDIO FARMACIAS



PERFIL CONFIANZA UBER

MARCAS MODERNAS

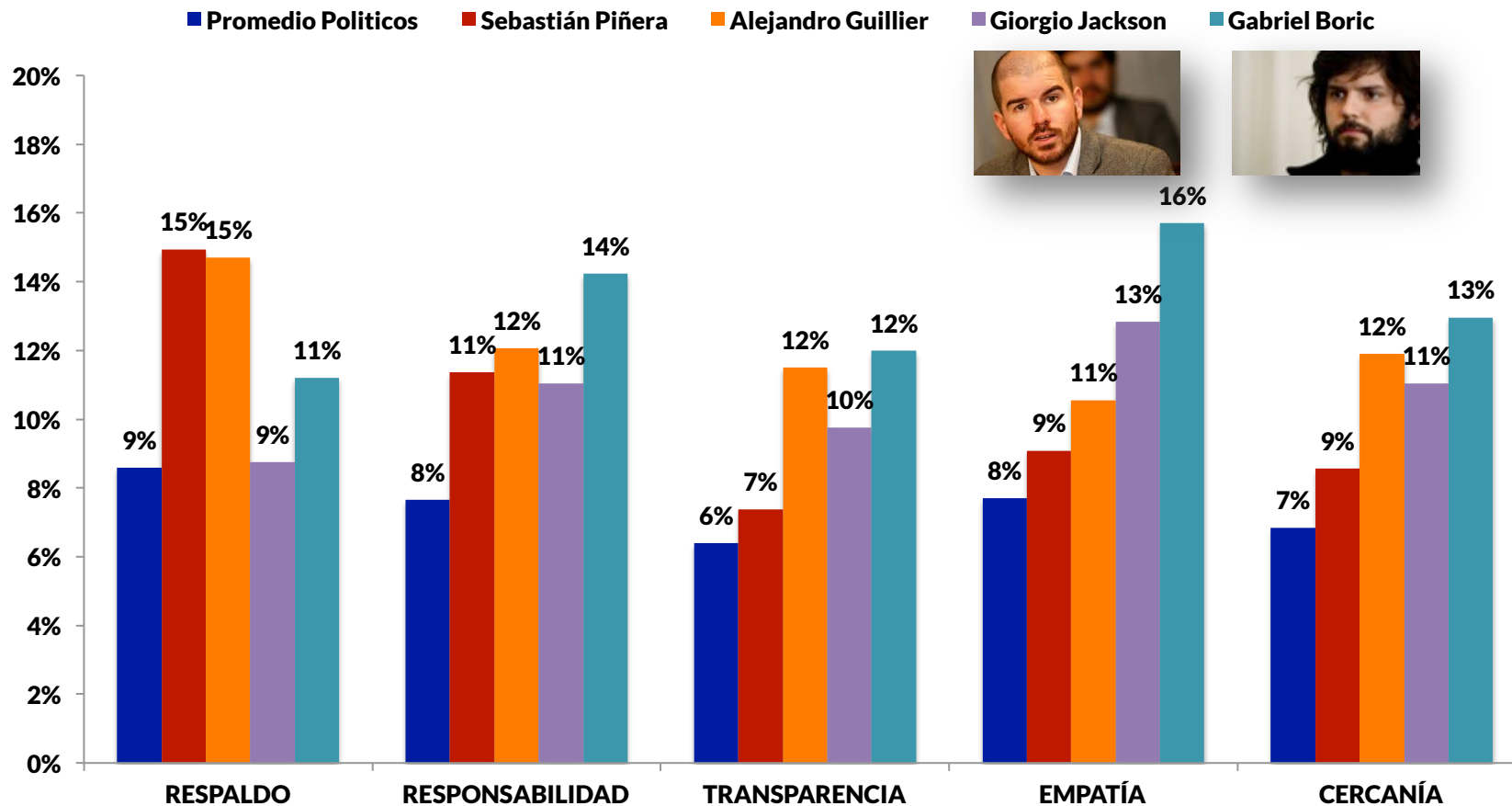
ICREO
2016



PERFIL CONFIANZA POLÍTICOS

MARCAS MODERNAS

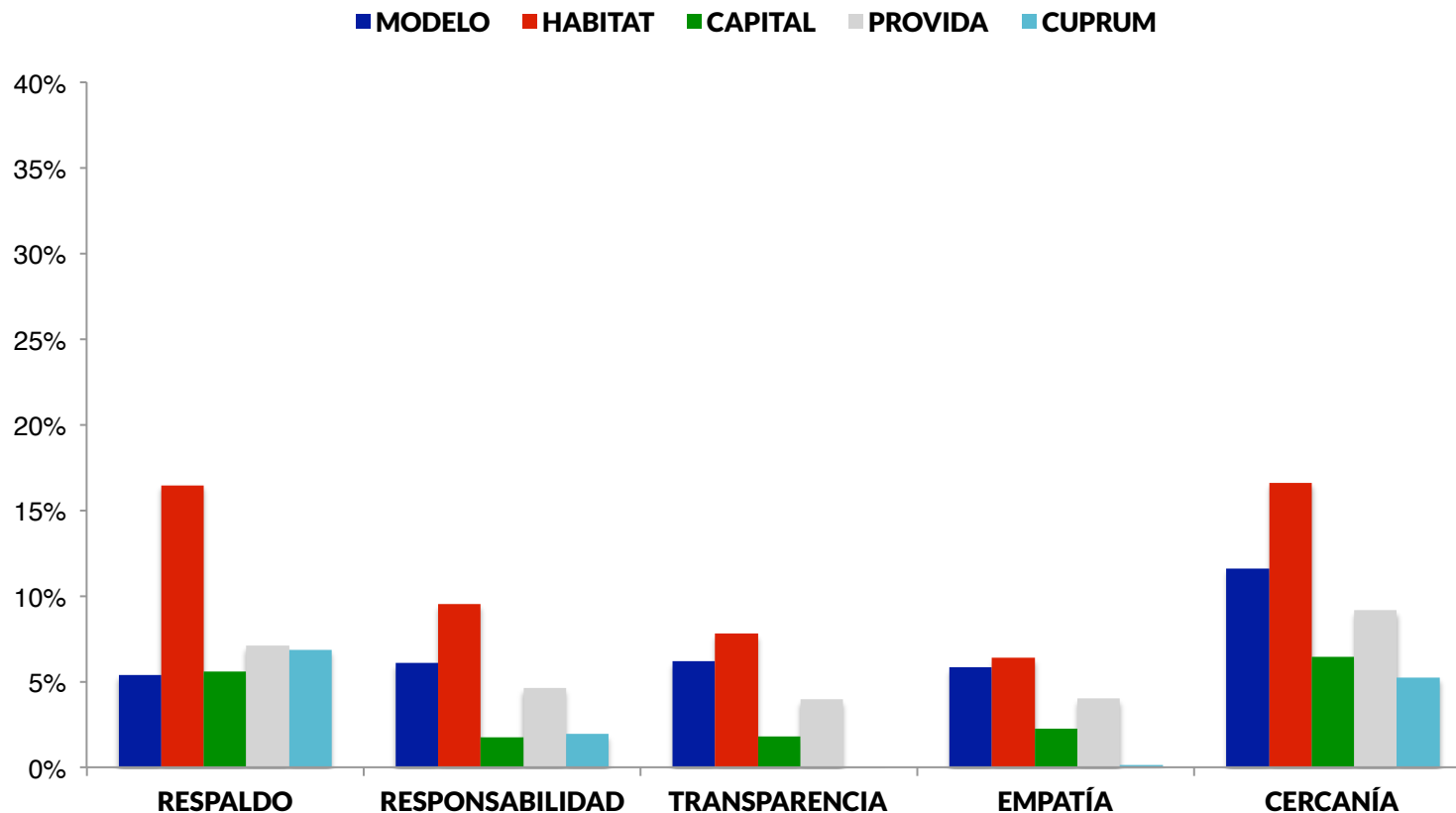
ICREO
2016



PERFIL CONFIANZA AFP

MARCAS DESVALORIZADAS

ICREO
2016



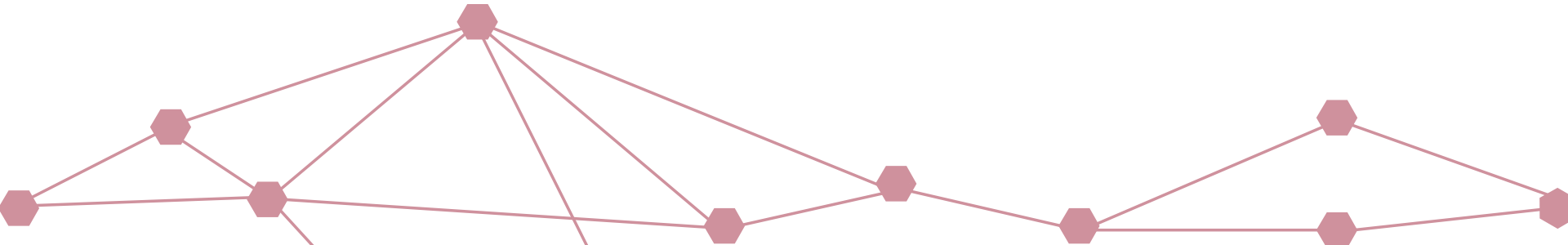
¿QUÉ PODEMOS OBSERVAR
MÁS ALLÁ DE LOS PROMEDIOS?





AUNQUE TRANSPARENCIA, RESPONSABILIDAD Y
EMPATÍA SON LOS DESAFÍOS MÁS GRANDES,

NO TODAS LAS DIMENSIONES SON IGUALMENTE
IMPORTANTES PARA CONSTRUIR CONFIANZA
EN CADA CATEGORÍA



¿PARA QUÉ CATEGORÍAS SON MÁS IMPORTANTES LAS **DIMENSIONES** **TRADICIONALES**?

ICREO
2016

CERCANIA

Importancia promedio 12,3%

- Supermercados 22%
- Estaciones de servicio 21%
- Radios 19%
- Hogar y Construcción 17%

RESPALDO

Importancia promedio 11,7%

- Buses 23%
- Gas 21%
- Bancos 21%
- Inmobiliarias 19%
- Estaciones Servicio 18%
- Alimentos y Bebidas 18%
- Aerolíneas 16%



¿PARA QUÉ CATEGORÍAS SON MÁS IMPORTANTES LAS **NUEVAS DIMENSIONES**?

ICREO
2016

TRANSPARENCIA

Importancia promedio 29,7%

- Diarios 39%
- Isapres 38%
- Seguros 37%
- Mundo Político 37%
- AFP 35%
- Medios 35%

RESPONSABILIDAD

Importancia promedio 24,7%

- Grandes Tiendas 31%
- Inmobiliarias 31%
- Transporte Público 29%
- Telecomunicaciones 29%
- Supermercados 28%
- Hogar y Const 28%
- Luz y Agua 28%
- Partidos Políticos 28%

EMPATÍA

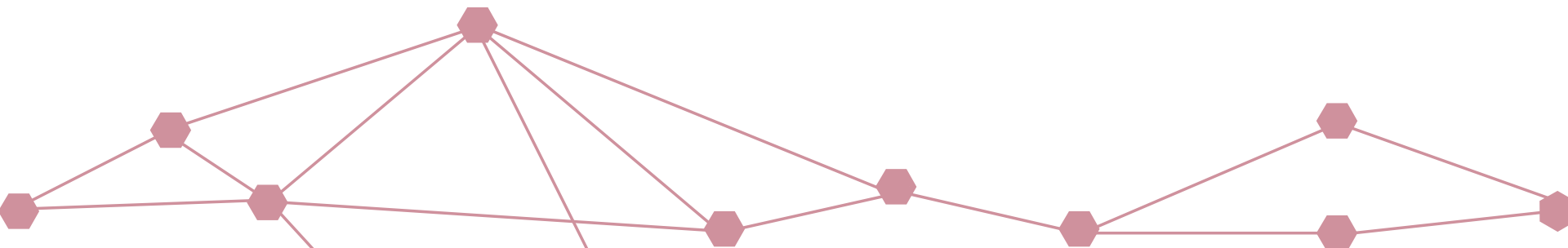
Importancia promedio 21,6%

- Beneficencia 29%
- Transporte Público 28%
- Mundo político 26%
- AFP 25%



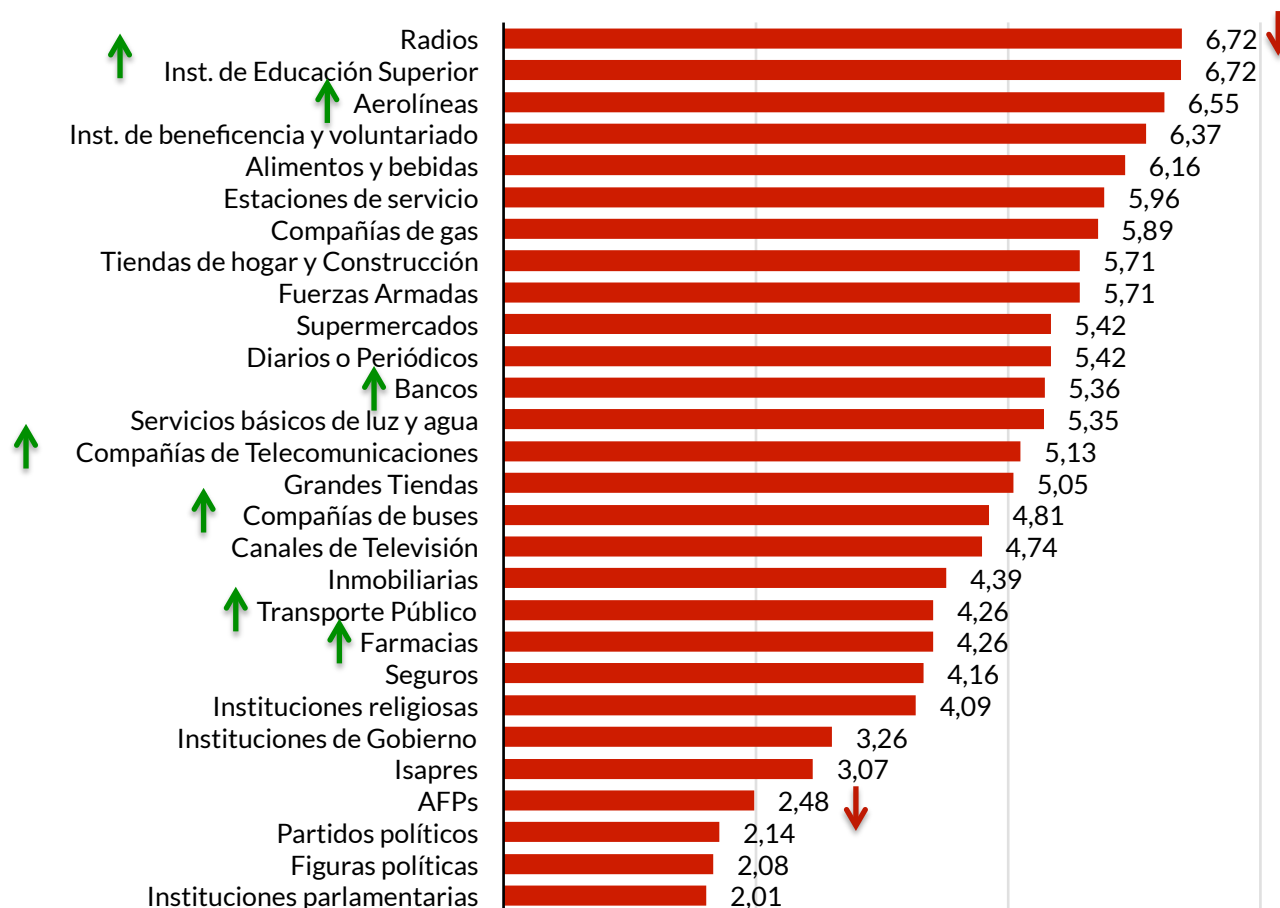


RANKING DE MARCAS Y DIFERENCIAS ENTRE GRUPOS



ÍNDICE DE CONFIANZA ICREO 2016 POR CATEGORÍAS

ICREO
2016



RANKING TOP 20 ICREO 2016

ICREO
2016

MARCA		LUGAR 2016	LUGAR 2015
	BOMBEROS	1	1
	CARABINEROS	2	3
	LATAM	3	4
	COPEC	4	5
	U. DE CHILE	5	8
	SODIMAC	6	2
	U. CATÓLICA	7	15
	BANCOESTADO	8	10
	METRO	9	16
	TELETÓN	10	13

MARCA		LUGAR 2016	LUGAR 2015
	ENTEL	11	20
	FALABELLA	12	9
	SOPROLE	13	-
	AGUAS ANDINAS	14	19
	PULLMAN	15	18
	DR. SIMI	16	11
	LIDER	17	14
	GASCO	18	7
	CAROZZI	19	-
	NESTLÉ	20	-



LAS MARCAS QUE MAS SE FORTALECEN EN EL ICREO 2016

ICREO
2016

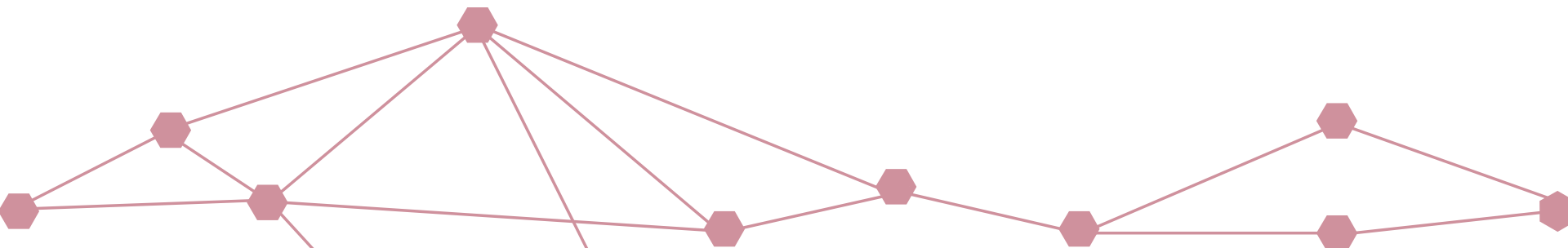
Las que más se fortalecen

	ICREO 2015	ICREO 2016	Ranking 2015	Ranking 2016	POR QUÉ SE FORTALECEN
U. Católica	3,94	4,89	15	7	MAS TRANSPARENCIA Y RESPONSABILIDAD
Sky	2,04	2,84	71	38	TODAS LAS DIMENSIONES, ESPECIALMENTE CERCANÍA
Entel	3,44	4,18	20	11	MAS TRANSPARENCIA Y EMPATIA
Movistar	2,37	3,11	54	29	MAS TRANSPARENCIA Y RESPONSABILIDAD
Metro	3,81	4,49	16	9	MAS TRANSPARENCIA Y RESPONSABILIDAD
U. De Chile	4,47	5,13	8	5	MAS TRANSPARENCIA Y EMPATIA
Socovesa	1,61	2,21	100	62	TODAS LAS DIMENSIONES
Copec	4,83	5,25	5	4	MAS EMPATÍA





LAS MARCAS MÁS CONFIABLES POR GSE



Ranking	C1	C2	C3	D
1	Bomberos	Bomberos	Bomberos	Copec
2	Latam	Sodimac	Sodimac	Sodimac
3	Copec	U. Católica	Copec	Bomberos
4	U. de Chile	Copec	BancoEstado	BancoEstado
5	U. Católica	Latam	Carabineros	Metro
6	Sodimac	U. de Chile	U. de Chile	Líder
7	Falabella	Falabella	Latam	Latam
8	Jumbo	Metro	Líder	Aguas Andinas
9	Bio Bio	Carabineros	Falabella	Carabineros
10	Entel	BancoEstado	Metro	Falabella
11	Carabineros	Teletón	Teletón	Pullman
12	Metro	Lider	Dr. Simi	Nestlé
13	Teletón	Entel	Pullman	Gasco
14	Paris	Soprole	Jumbo	Dr. Simi
15	Uber	Jumbo	U. Católica	Abastible
16	Easy	Easy	Aguas Andinas	Teletón
17	Lider	Gasco	Gasco	MEGA
18	Canal 13	Bio Bio	Entel	CCU
19	Nestlé	Nestlé	CCU	Cooperativa
20	Cooperativa	Chilectra	MEGA	Luchetti





TENEMOS UNA BRECHA IMPORTANTE PARA FORTALECER LA CONFIANZA EN LA RELACIÓN PERSONAS-MARCAS/INSTITUCIONES.

EL DESAFIO ESTÁ EN FORTALECER LAS NUEVAS DIMENSIONES DE LA CONFIANZA: RESPONSABILIDAD, TRANSPARENCIA, EMPATÍA.



LOS CIUDADANOS-CONSUMIDORES REACCIONAN FAVORABLEMENTE CUANDO PERCIBEN SEÑALES EN ESA DIRECCIÓN.

ICREO 2016

