

ICREO 2022

Confianza: El desafío cotidiano para ser mejores empresas



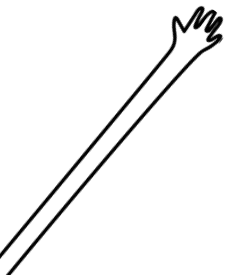
icreo Almajbrands Opinión Pública 2022: **un icreo mejorado**



Evaluación **individualizada** de la confianza para todas las marcas medidas

Incorporación de las variables **Entorno y Sociedad** a la definición de las Dimensiones de Confianza

Nuevas preguntas: **Relevancia de categorías y Conocimiento y Familiaridad de marcas**



icreo Almagrandes Opinión Pública – Dimensiones de la Confianza



Transparencia

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



Responsabilidad

Son responsables **con las personas y el entorno**, cumplen lo que prometen y se hacen cargo de sus errores



Empatía

Se preocupan de verdad por los intereses de **las personas y la sociedad**



Respaldo

Su trayectoria **y desempeño** dan seguridad y respaldo



Cercanía

Son cercanas y accesibles

Nueva Confianza

Confianza Tradicional

Metodología 8ª edición Icreo - 2022

Medición realizada entre el 5 y el 19 de julio de 2022



GÉNERO

Mujeres	1.405
Hombres	1.479

GSE

ABC1	711
C2	435
C3	833
D	905



EDAD

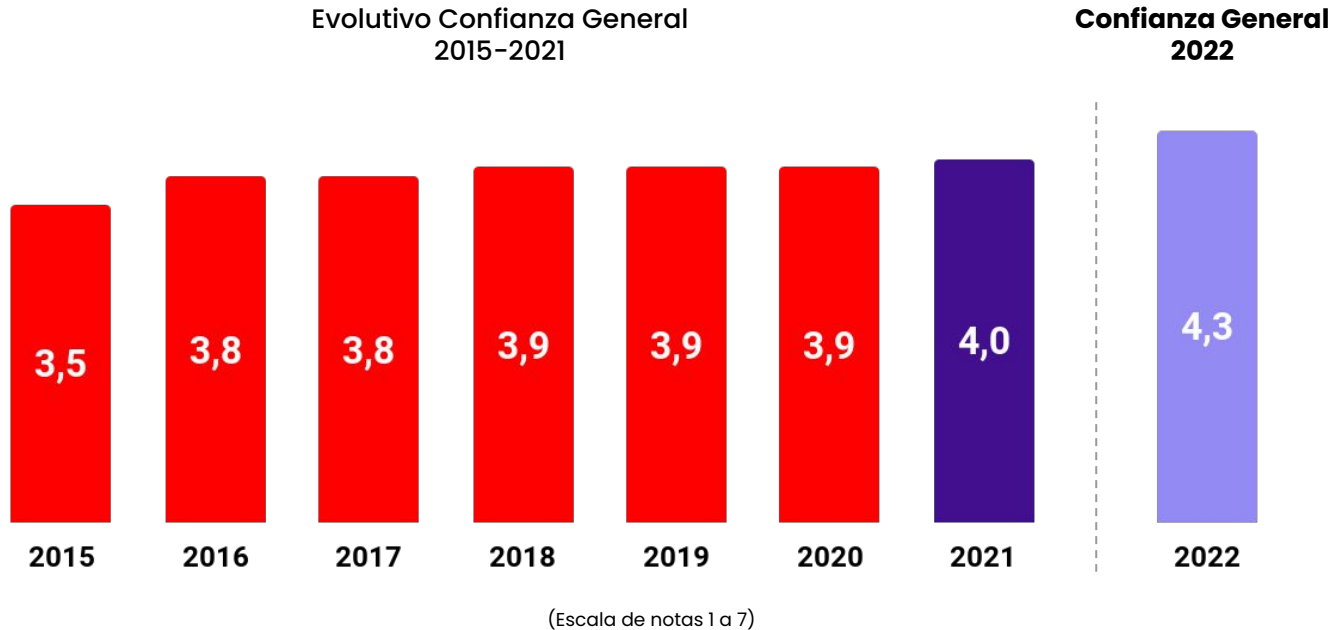
18-35 años	1.223
36-54 años	1.056
55-70 años	605

*El margen de error de la muestra total es de **2,5%**

resultados generales icreo 2022

**¿Qué nivel alcanza la
confianza general en marcas
y empresas este 2022?**

La Opinión Pública evalúa con un 4,3 su confianza en marcas, empresas e instituciones este 2022, lejano aún de un desempeño aceptable

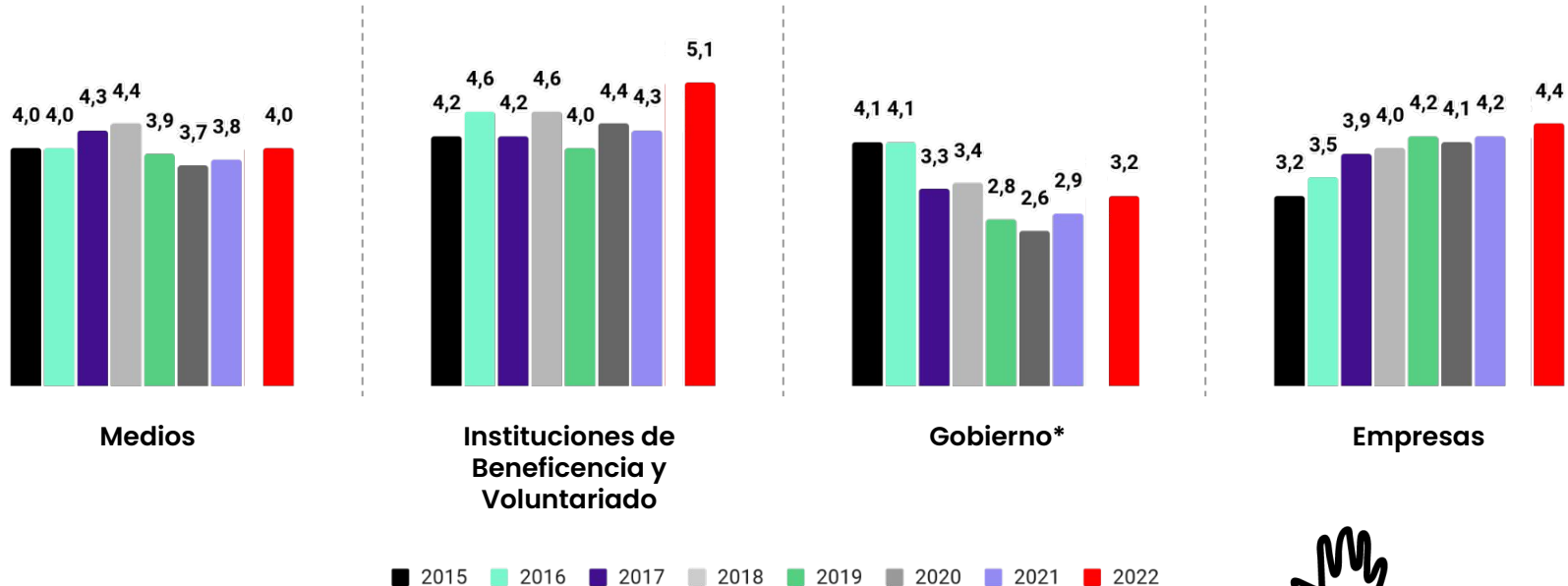


(Base Total 2022: 2.884 casos)

Confianza en Categorías agrupadas

Esta nueva medición se muestra en línea con el aumento progresivo de la confianza en las Empresas observado el 2021, tendencia a la que se suma el resto de las categorías

Confianza en Categorías Agrupadas



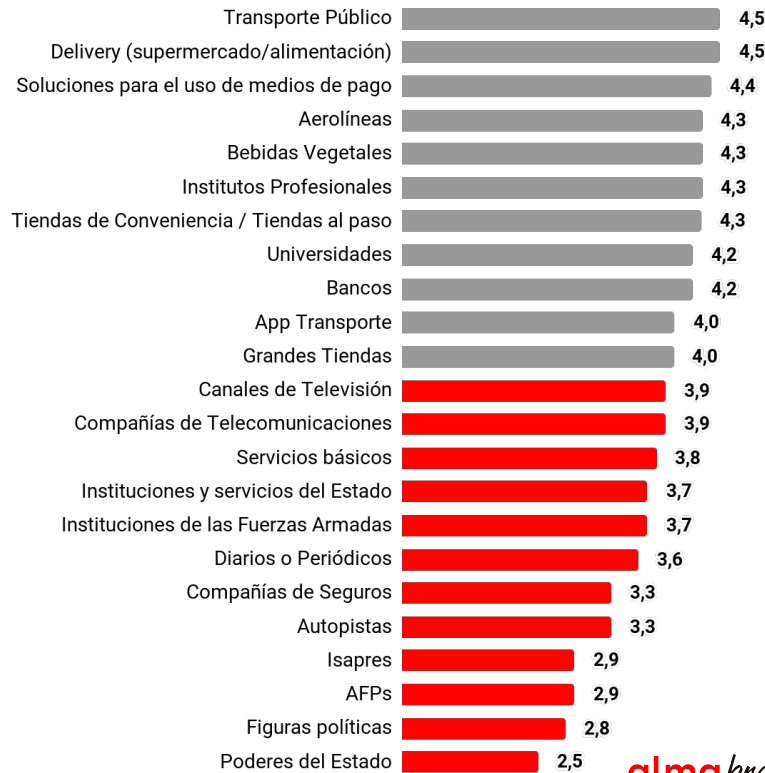
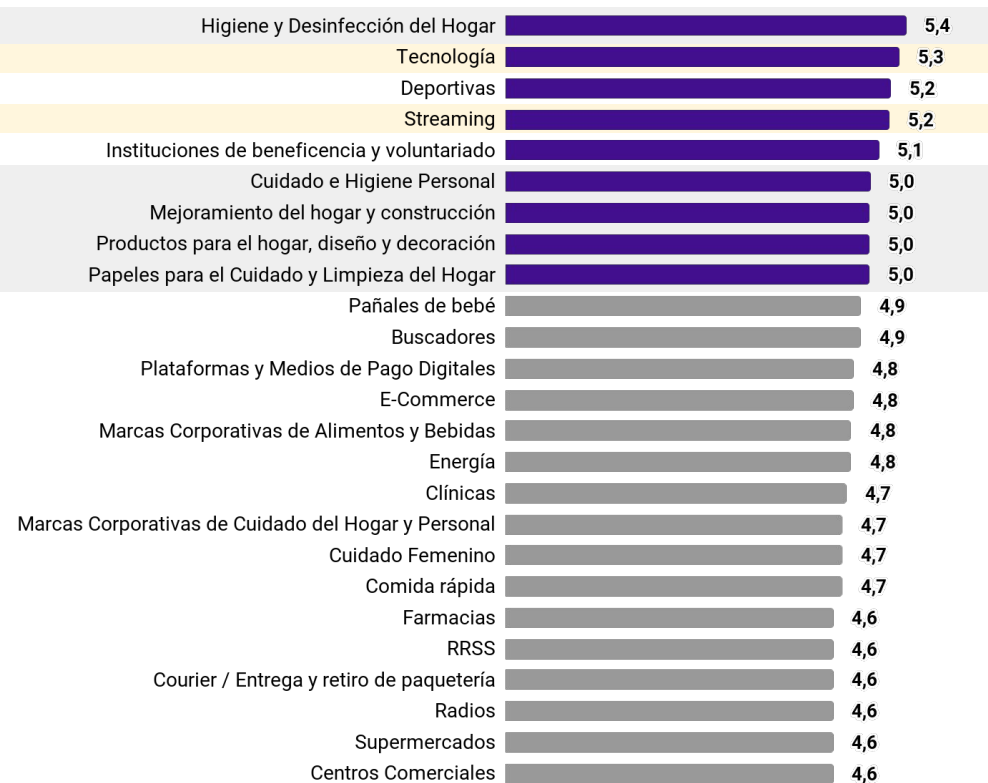
* Gobierno: Poderes del Estado | Instituciones y Servicios del Estado | FFAA



Ranking Categorías icreo 2022



La higiene, el cuidado y la preocupación en un enfoque integral hacia las personas y el hogar, ocupa el espacio más importante de la confianza hacia marcas y empresas. Este mundo se combina con otro importante compañero de la vida cotidiana de todos: la tecnología y el acceso a contenidos en nuevos formatos.

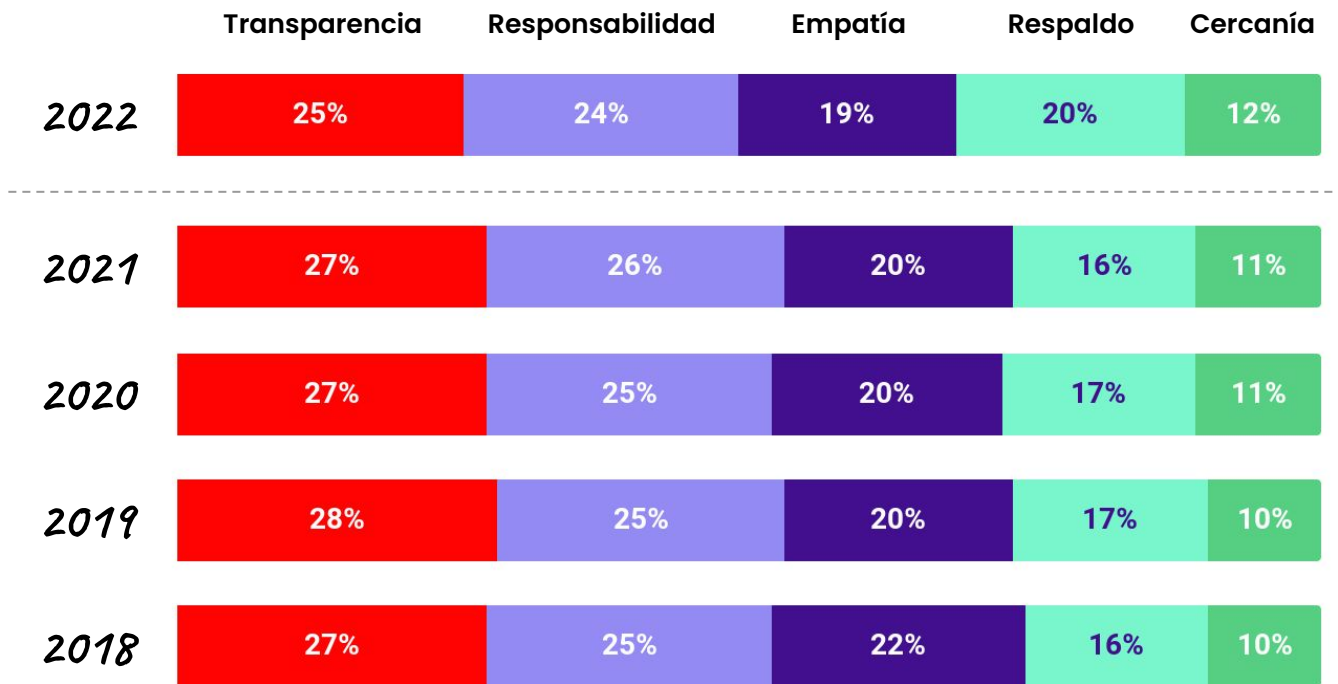


Indicador Icreo Categorías: nota, en escala de 1 a 7, de cada categoría obtenida a partir del promedio de las marcas medidas en cada una de ellas, en las 5 dimensiones de confianza.

¿Cómo se comportan las dimensiones de confianza?

Importancia de las dimensiones

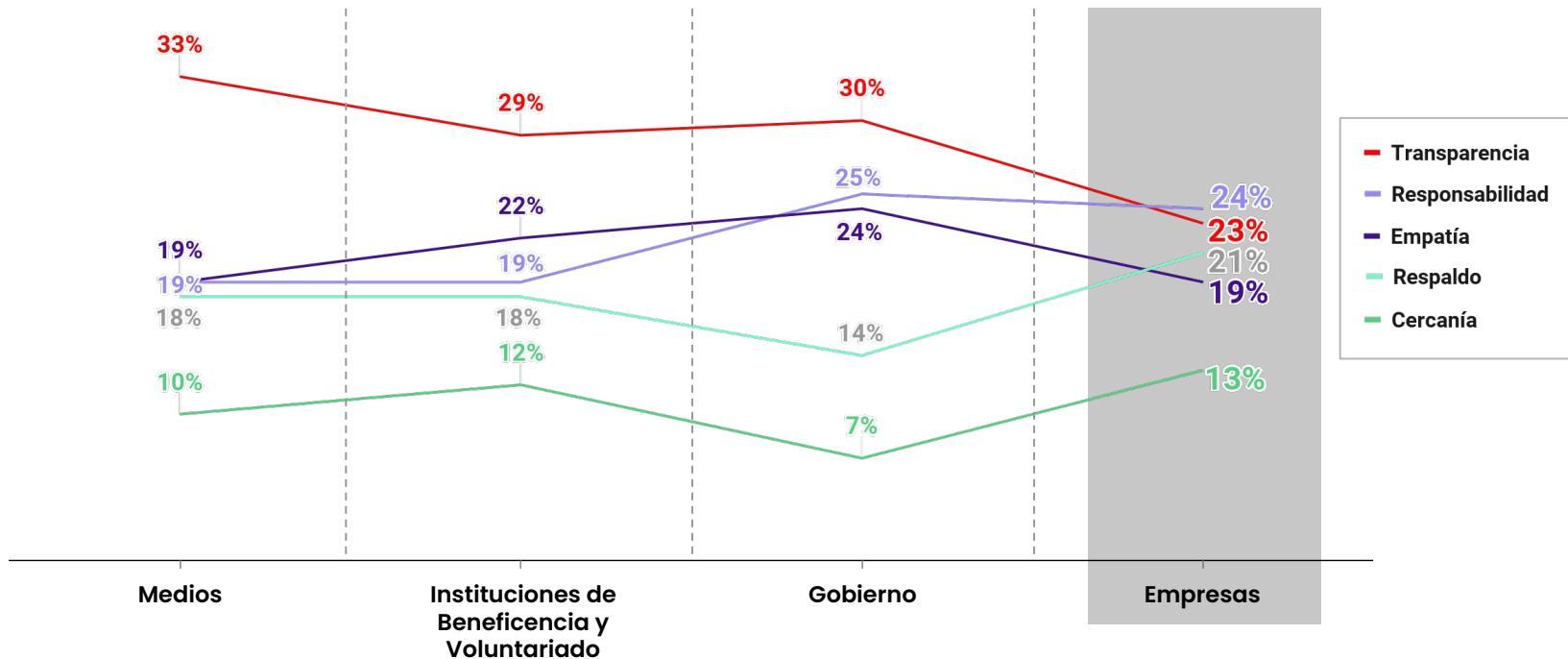
Con la nueva definición de las dimensiones de Icreo, se mantienen **Transparencia** y **Relevancia** como las más relevantes en el total categorías, e **ingresa Respaldo** a un tercer nivel de importancia en la construcción de confianza.



¿Cuáles son los requisitos más importantes para que pueda confiar en las marcas de...?

Importancia de las dimensiones según categoría agrupada

En el mundo Empresas, construir de confianza muestra una complejidad mayor al exigirse la acción conjunta de un mayor número de dimensiones





Transparencia

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



25%*

% de importancia en el promedio de
todas las categorías medidas

Más importante para:

Donde la dimensión alcanza su mayor
nivel de importancia



Canales de TV

Importancia: **38%**



Diarios y
Periódicos

Importancia: **37%**



RRSS

Importancia: **35%**

SAMSUNG 57%

Google 57%

adidas 57%

**mercado
libre 56%**

Spotify® 55%

Desempeño: % de notas 6 y 7 marca



Responsabilidad

Son responsables con las personas y el entorno, cumplen lo que prometen y se hacen cargo de sus errores



24%*

% de importancia en el promedio de todas las categorías medidas

Más importante para:

Donde la dimensión alcanza su mayor nivel de importancia



Delivery

Importancia: **31%**



Courier/Entrega y retiro de paquetería

Importancia: **30%**



Compañías de Telecomunicaciones

Importancia: **30%**

Google **68%**

SAMSUNG **66%**



61%



59%



58%

Desempeño: % de notas 6 y 7 marca



Empatía

Se preocupan de verdad por los intereses de las personas y la sociedad



19%*

% de importancia en el promedio de todas las categorías medidas

Más importante para:

Donde la dimensión alcanza su mayor nivel de importancia



AFP

Importancia: **27%**



Poderes del Estado

Importancia: **26%**



Instituciones y Servicios del Estado

Importancia: **25%**

SAMSUNG 58%



58%



55%



54%



Teletón

54%

Desempeño: % de notas 6 y 7 marca



Respaldo

Su trayectoria y desempeño me da seguridad y respaldo



20%*

% de importancia en el promedio de todas las categorías medidas

Más importante para:

Donde la dimensión alcanza su mayor nivel de importancia



Universidades

Importancia: **29%**



Tecnología

Importancia: **28%**



Institutos Profesionales

Importancia: **27%**



81%



80%

SAMSUNG

74%

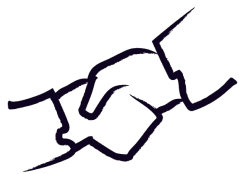


73%



69%

Desempeño: % de notas 6 y 7 marca



Cercanía

Son cercanas y accesibles



12%*

% de importancia en el promedio de todas las categorías medidas

Más importante para:

Donde la dimensión alcanza su mayor nivel de importancia



Tiendas de conveniencia

Importancia: **22%**



Centros comerciales

Importancia: **20%**



Supermercados

Importancia: **20%**

Google **69%**



61%



57%



57%



55%

Desempeño: % de notas 6 y 7 marca

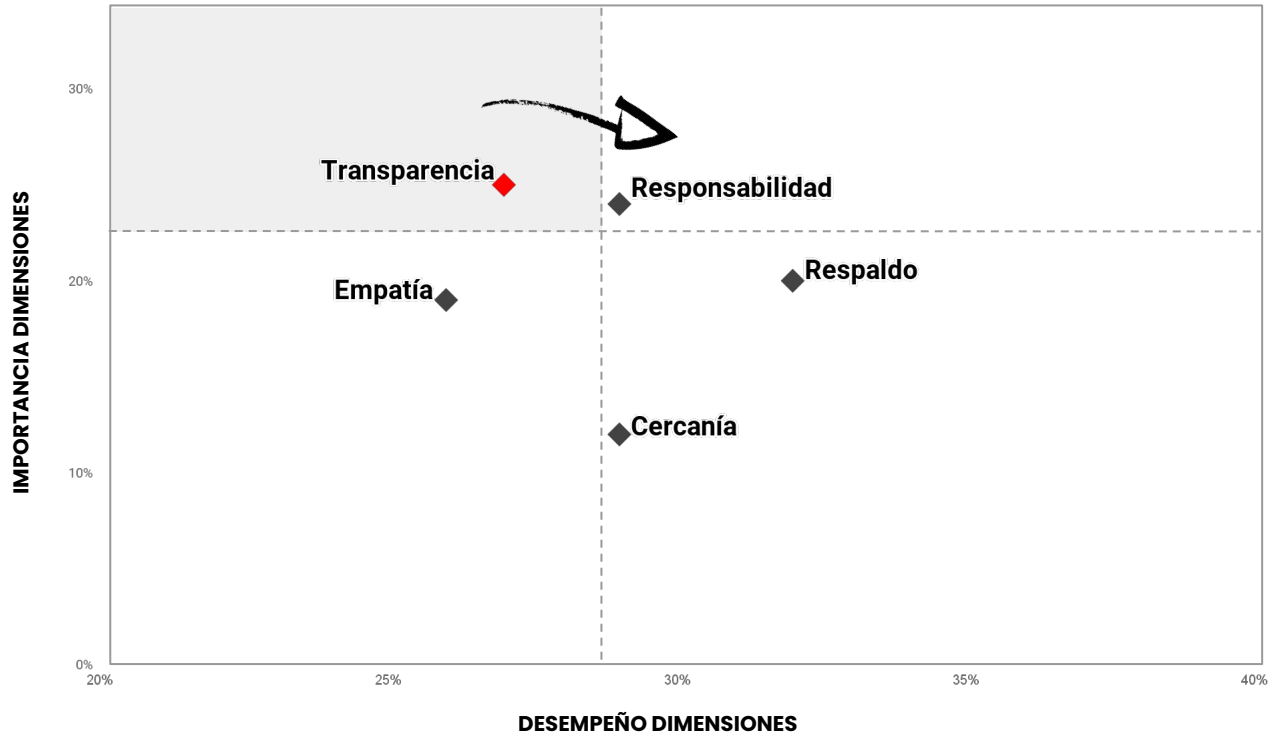
principales **hallazgos** en torno a la confianza

**La confianza entre
personas y empresas se
pone en juego todos los
días, y hoy, en más
planos que nunca.**

Saber 01
más de ti
es ganar
confianza

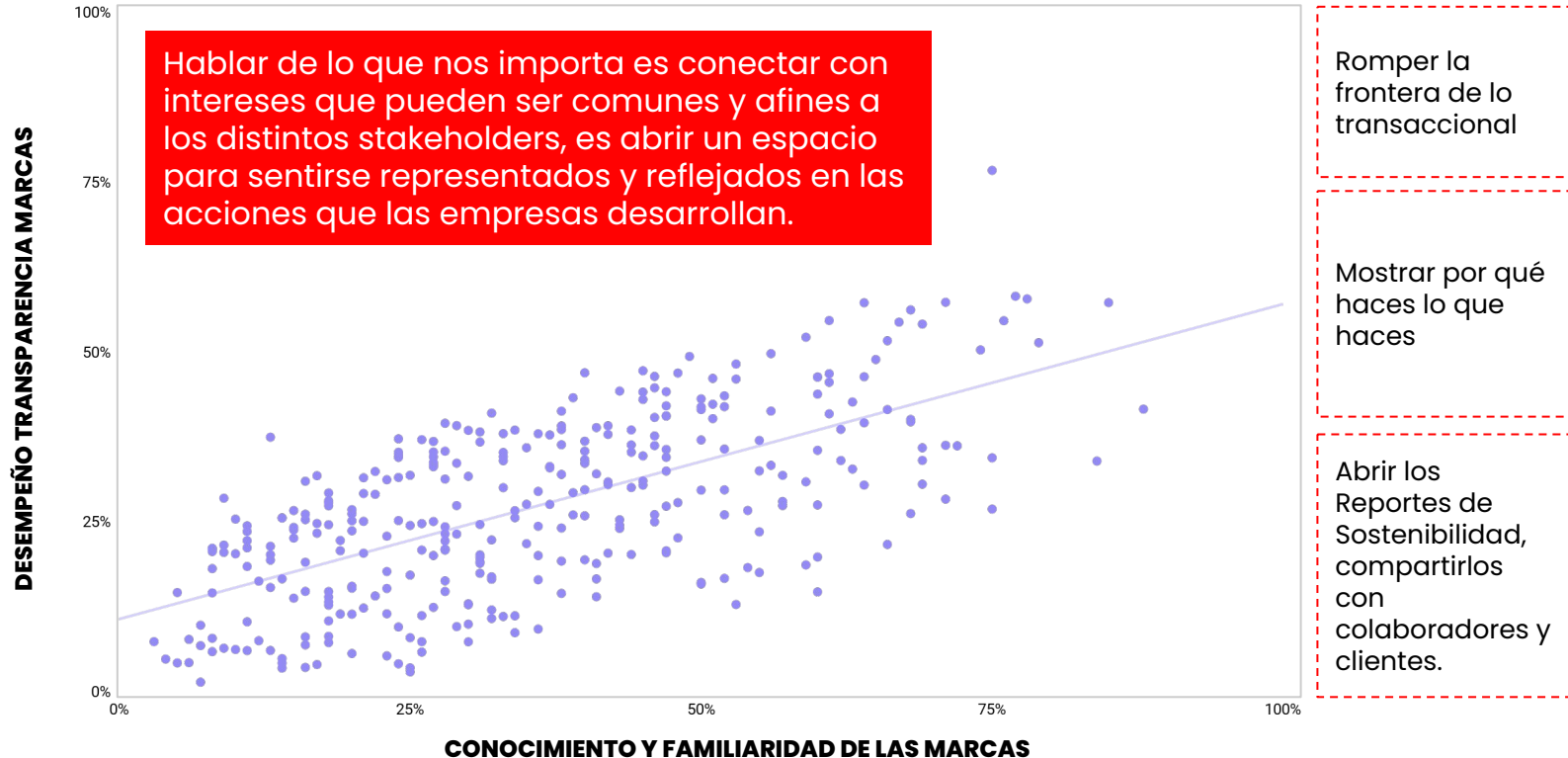
Importancia vs Desempeño - Dimensiones de Confianza

El desafío para las marcas está en seguir reforzando la Transparencia, aportando un conocimiento que incluso vaya más allá de los productos/servicios que ofrecen



A mayor conocimiento, mayor transparencia, más confianza

Una nueva Transparencia que incluya también el comunicar, ser valiente en contar lo que el mundo no sabe de ti





02

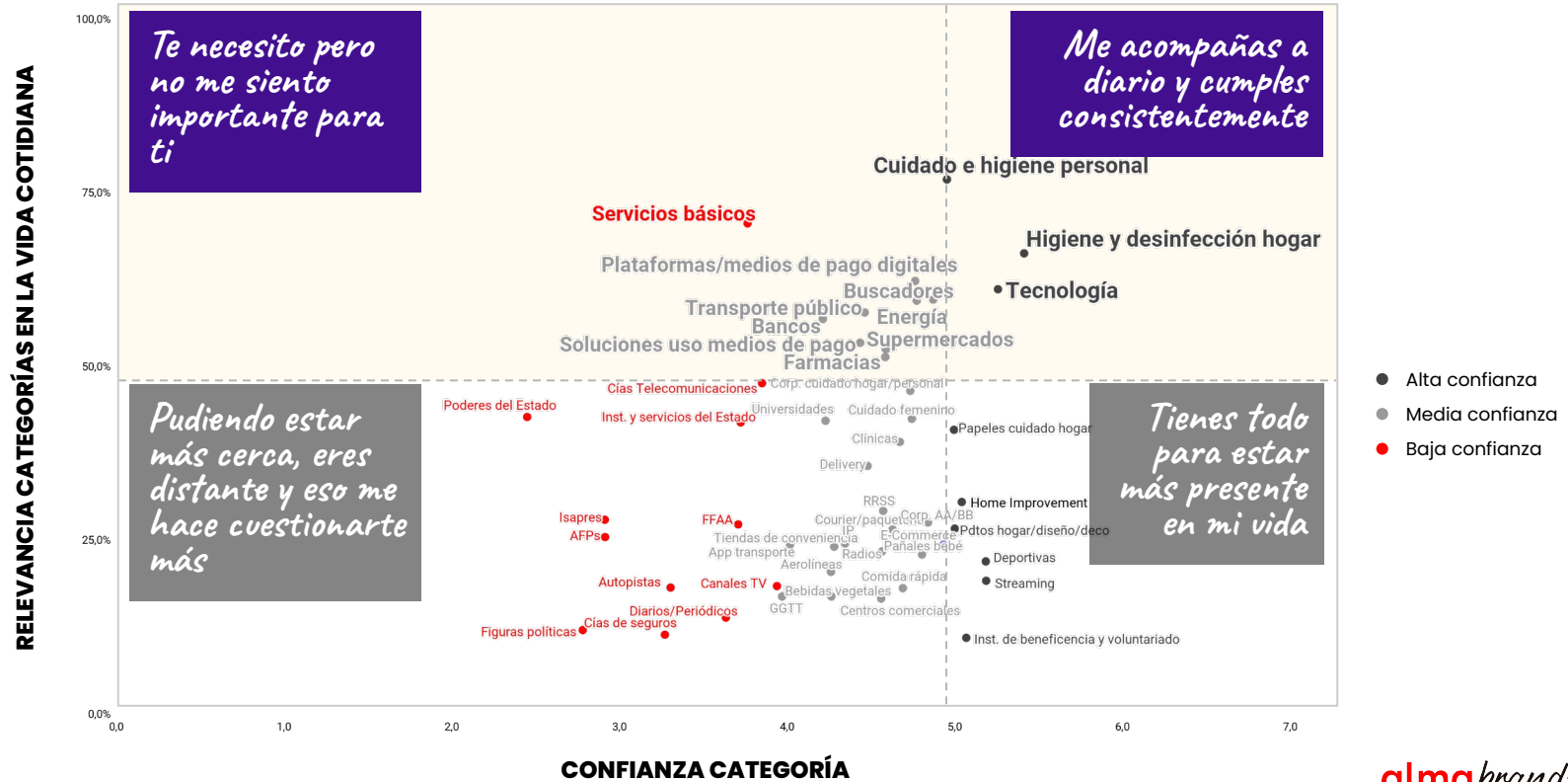
**Estar
presente
no basta
para ser
confiable**

12 categorías (de un total de 48 categorías medidas) surgen hoy como las más relevantes en la vida cotidiana de las personas



¿Qué tan relevante es cada una de estas categorías en su vida cotidiana? Utilice una escala de 1 a 7 donde 1 es "Nada relevante" y 7 es "Muy relevante" (% notas 6 y 7, relevante y muy relevante)

Sin embargo, **solo 3 alcanzan altos niveles de confianza**. El resto, con el desafío de generar mayor consistencia en el cumplimiento de sus promesas y experiencias.





**La tarea como
Organizaciones
está en
disminuir
brechas**

03

Confianza al interior de las organizaciones - Dimensiones



Si bien las empresas muestran un nuevo avance en la construcción de confianza entre sus colaboradores



1.969

trabajadores/as
(N 2022)

3,2

2020

4,9

2021

5,2

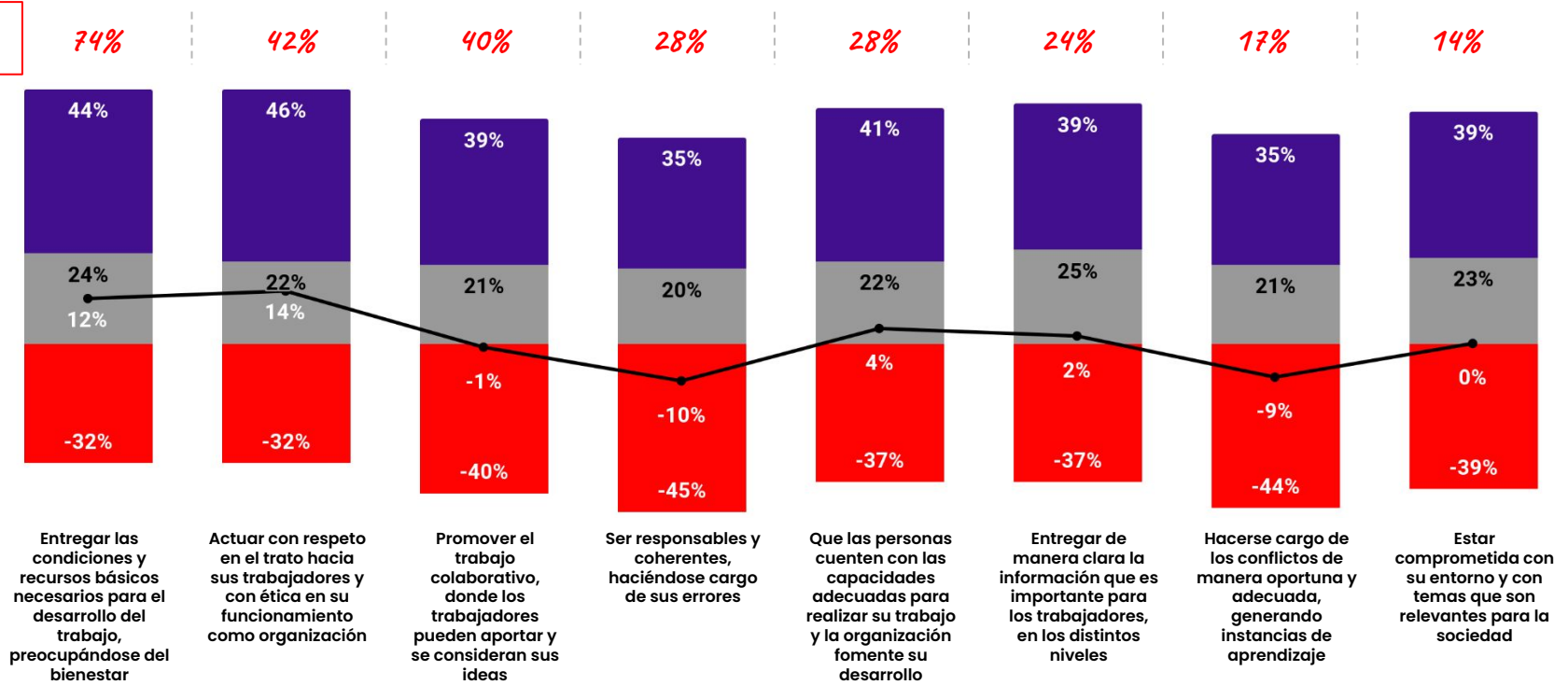
2022

En términos generales, y pensando en la empresa donde trabaja actualmente, ¿Cuánto confía en su empresa en general? (escala de 1 a 7)

Desempeño dimensiones de Confianza Organizacional

Prevalecen importantes desafíos para disminuir índices de desconfianza

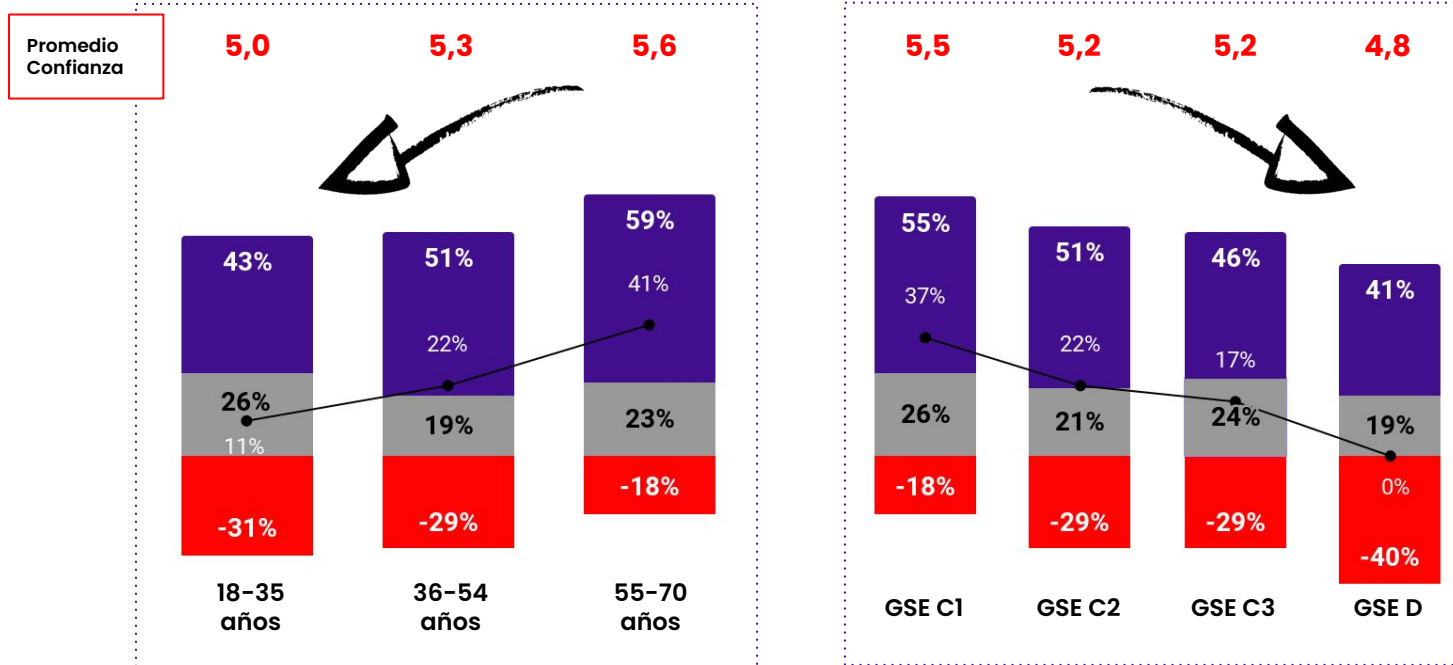
Importancia de cada dimensión



En términos generales, y pensando en la empresa donde trabaja actualmente, ¿Cuánto confía en su empresa en general? (escala de 1 a 7)

● Neto ■ 6 y 7 ▒ Notas 5 ■ 4 y menos

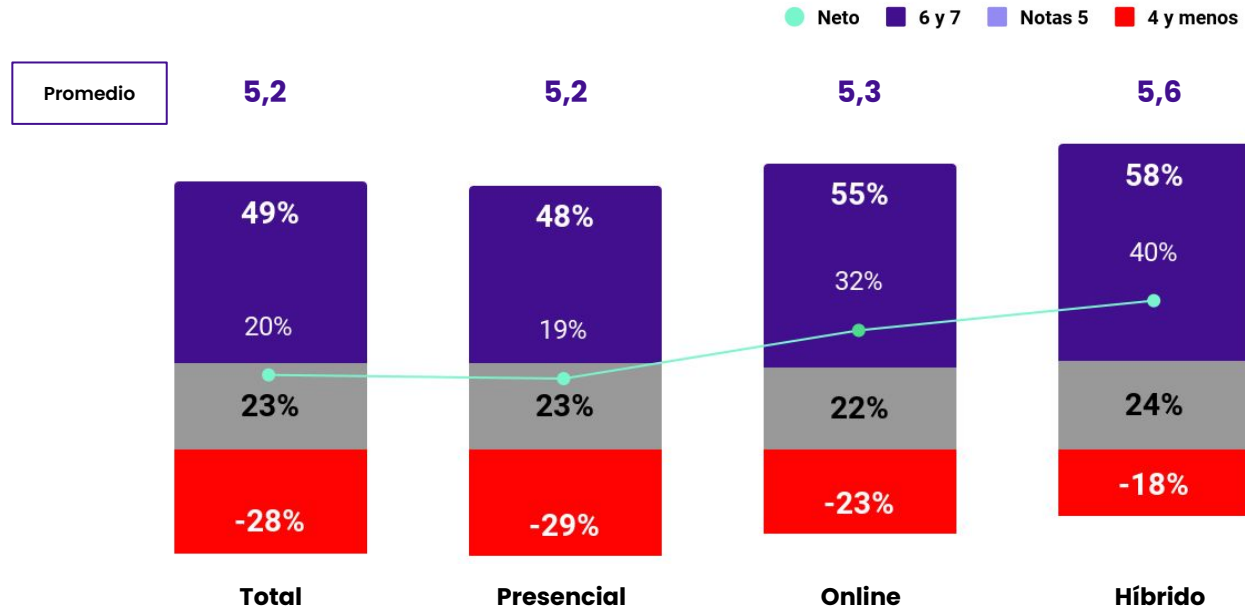
Y sigue existiendo una brecha importante en la confianza hacia la empresa en que se trabaja entre segmentos socioeconómicos y rango de edad: **menor confianza en colaboradores de menor edad y de segmentos medios bajos**



En términos generales, y pensando en la empresa donde trabaja actualmente, ¿Cuánto confía en su empresa en general? (escala de 1 a 7)

Confianza Organizacional según Modalidad de Trabajo

Y hoy, ante nuevas modalidades de trabajo híbrido, son quienes han vuelto al mundo presencial los que más mermada ven su confianza en la empresa



En términos generales, y pensando en la empresa donde trabaja actualmente, ¿Cuánto confía en su empresa en general? (escala de 1 a 7)

marcas
reconocidas
por categoría

Iceo 2022: Marcas reconocidas por Categoría



CATEGORÍA	MARCA		ICREO 2022
Instituciones de beneficencia y voluntariado	Bomberos		6,2
Buscadores	Google		5,8
Tecnología	Samsung		5,7
Higiene y Desinfección del Hogar	Lysoform Cif Clorox		5,6
			5,6
			5,6
E-Commerce	Mercado Libre		5,6
Deportivas	Adidas		5,6
Streaming	Spotify		5,5
Corp. de Alimentos y Bebidas	Colún		5,4
Mejoramiento del hogar y construcción	Sodimac		5,4
Farmacias	Dr. Simi		5,3
Pdts para el hogar, diseño y decoración	Casaideas		5,3
Pañales de bebé	Pampers Huggies		5,3
			5,3
Papeles para el Cuidado del Hogar	Elite		5,3

CATEGORÍA	MARCA		ICREO 2022
Plataformas y Medios de Pago Digitales	PayPal		5,3
Cuidado e Higiene Personal	Simond's Dove		5,2
			5,2
Courier / Entrega y retiro de paquetería	Chilexpress		5,2
Soluciones para el uso de medios de pago	Transbank Redbanc	 	5,1 5,1
RRSS	Whatsapp		5,1
Universidades	U. de Chile		5,0
Supermercados	Lider		5,0
Corp. de Cuidado Hogar y Personal	P&G		5,0
Energía	Copec		5,0
Delivery	Pedidos Ya		5,0
Comida rápida	Papa Johns Dominó		5,0
			5,0
Radios	Cooperativa		5,0

Marcas con promedio en evaluación de confianza de 5,0 o más.

**Saber de ti
es ganar
confianza**

**Estar
presente no
basta para
ser confiable**

**La tarea
central está
en
disminuir
las brechas**