



EL CHILE QUE VIENE

ENDEUDAMIENTO

ABRIL 2019

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 durante el mes de Marzo.

Muestra

Se realizaron 1.612 entrevistas, 400 casos aproximadamente por generación.

Muestreo

Muestreo estratificado a través de cuotas. El muestreo es una aproximación al método probabilístico, ya que toma una muestra aleatoria del panel. Si fuera probabilística el error muestral sería a nivel del total de la muestra de +/- 2,5% 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?

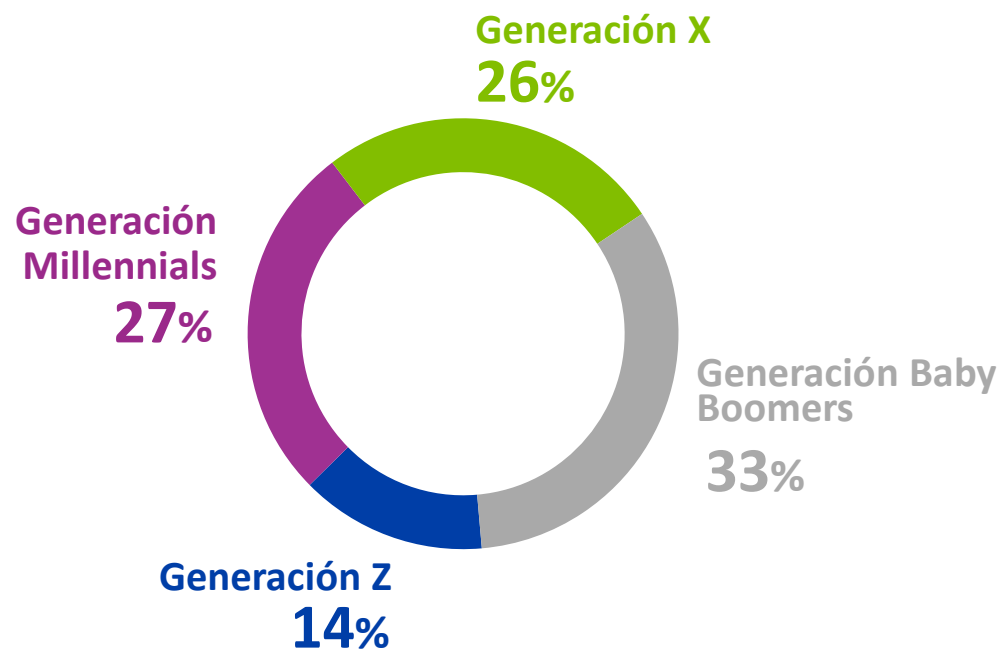
Con el fin de comprender el cambio que está viviendo Chile, Cadem ha desarrollado un trabajo de aproximación al consumidor a través de la mirada generacional, para reflejar a través de los distintos grupos, cómo se manifiesta esta revolución.

“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 aplicaciones, 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". El gobierno militar, la transición a la democracia, la democratización del consumo.

Generación Baby Boomers

Tienen entre 52 y 71 años.

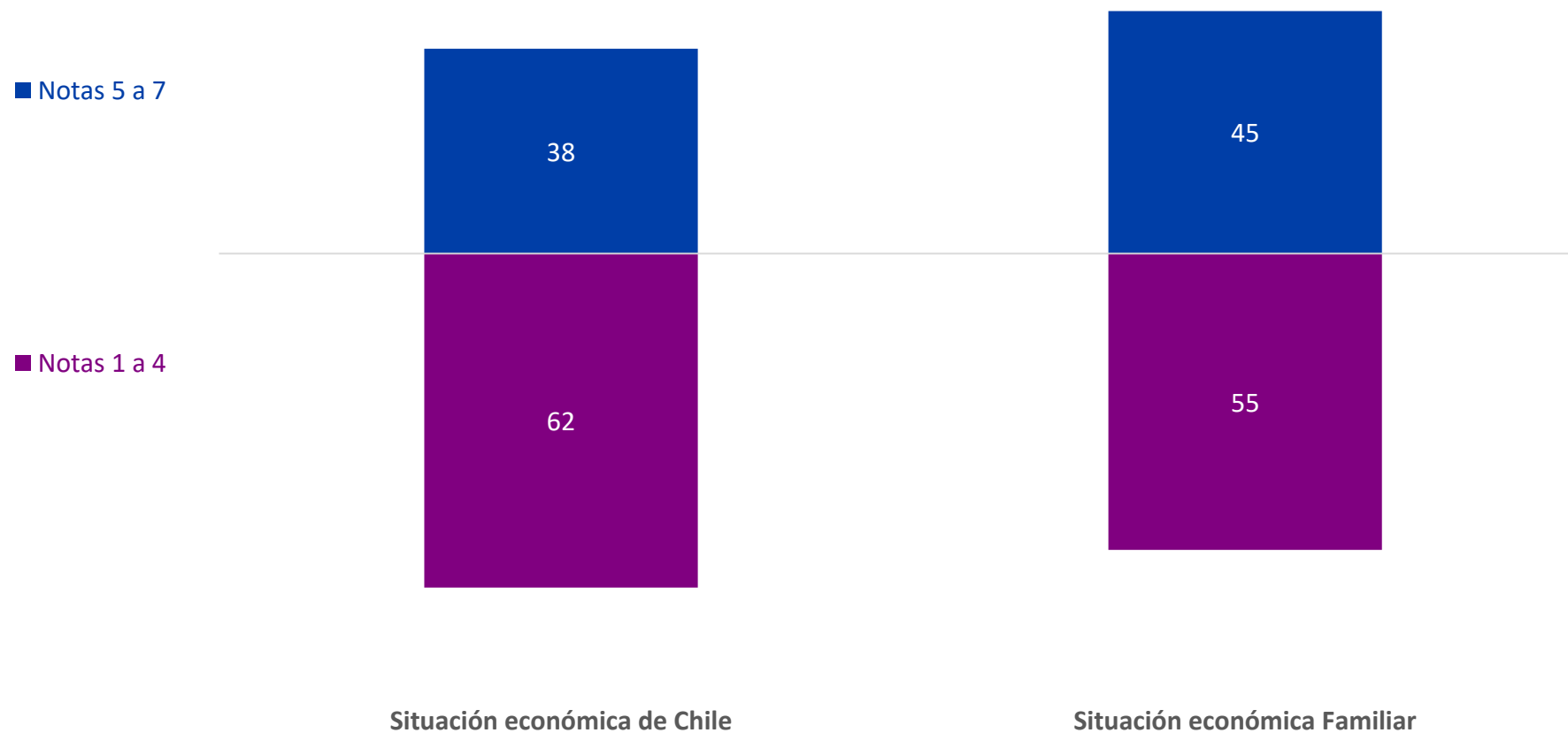
Es la generación de los "70". 68. La guerra fría, el mundo Hippie, La revolución del 68, la polarización política.

Endeudamiento



Percepción de situación económica de Chile y familiar

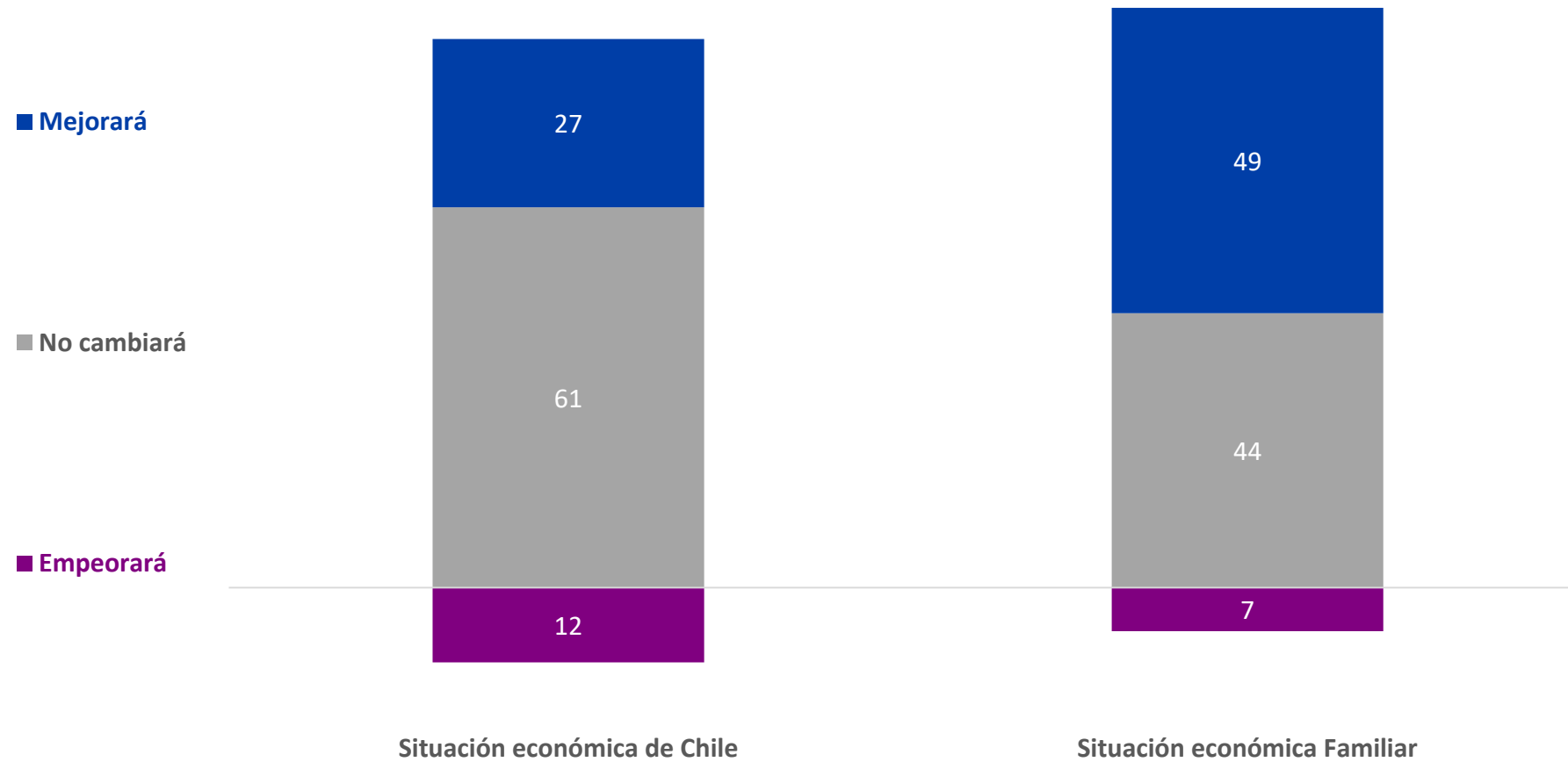
En una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 es excelente ¿cómo calificarías la actual situación económica de Chile?
¿cómo calificarías tu actual situación económica o la de tu familia? - R. Guiada y única.



Casos totales: 1.612

Proyección de situación económica de Chile y familiar

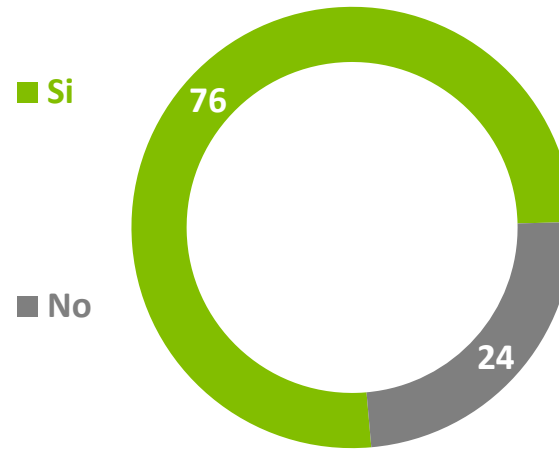
¿Piensas que en los próximos 12 meses la situación económica del país/ tu situación económica actual y la de tu familia mejorará, no cambiará o empeorará?



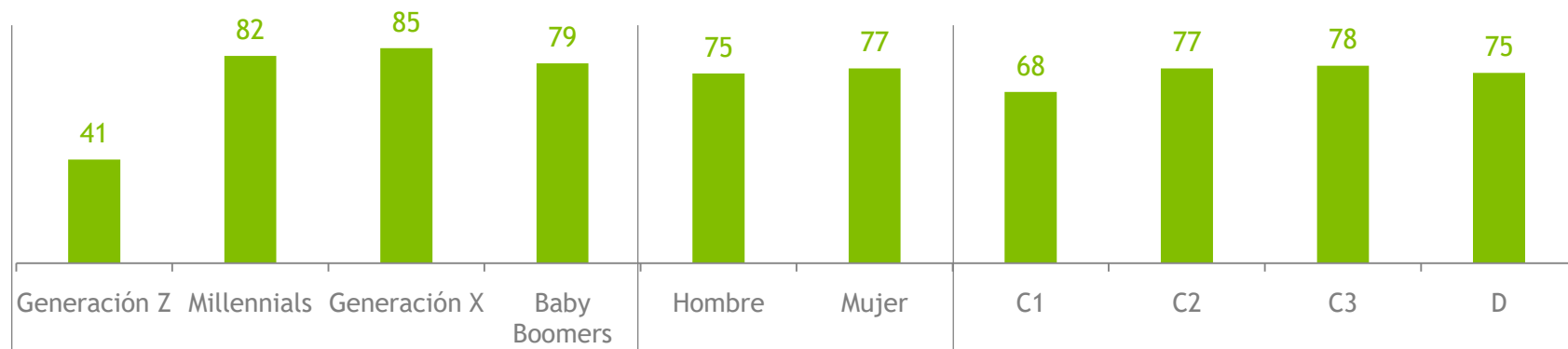
Casos totales: 1.612

¿Están endeudados los chilenos?

¿Estás endeudado?



■ Sí



Base total: 1.612

¿Qué es estar endeudado?

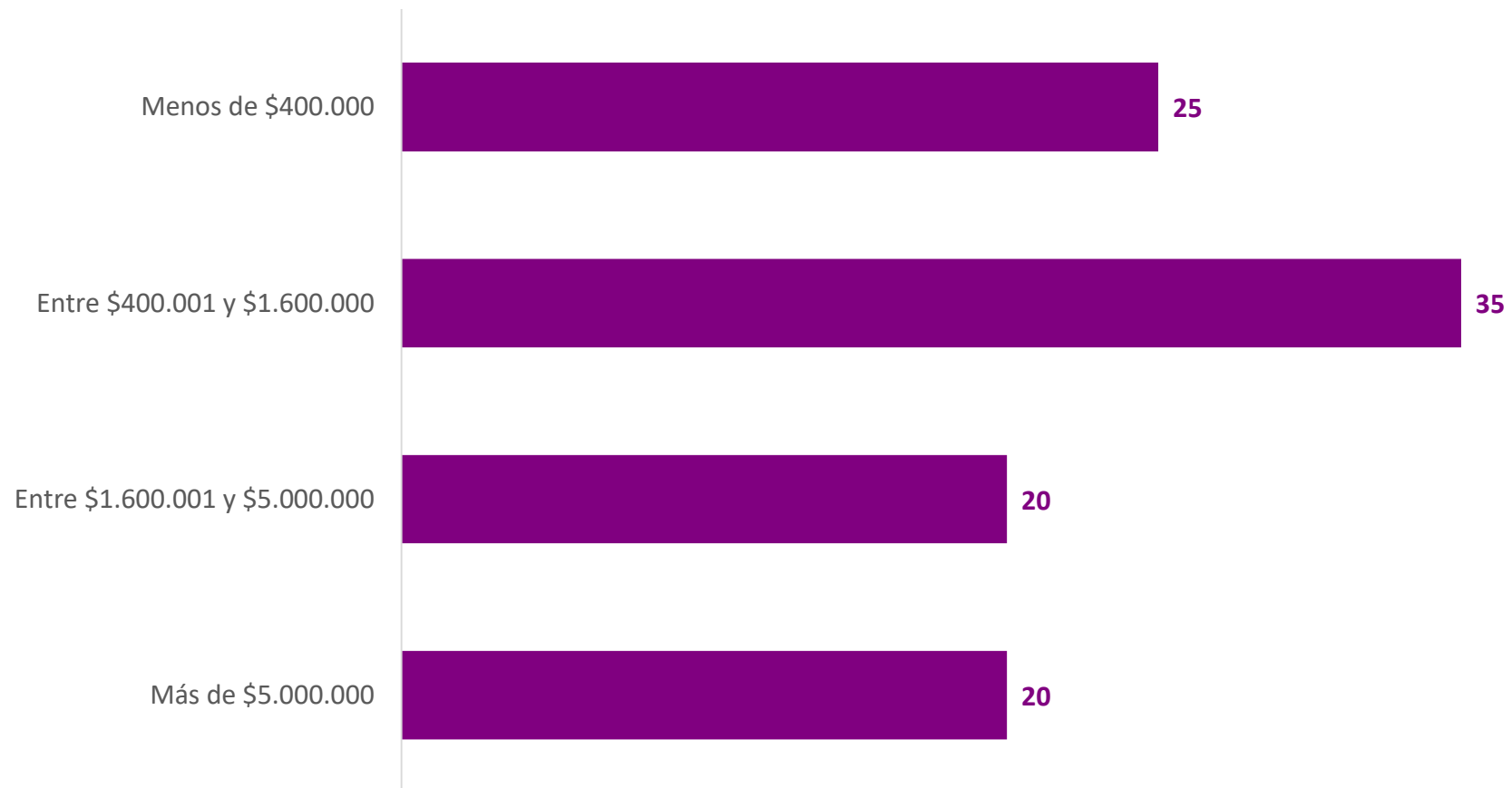
¿Cuál de estas situaciones consideras que es estar endeudado? R.M
%Si



Base total: 1.612

Monto de deuda actual

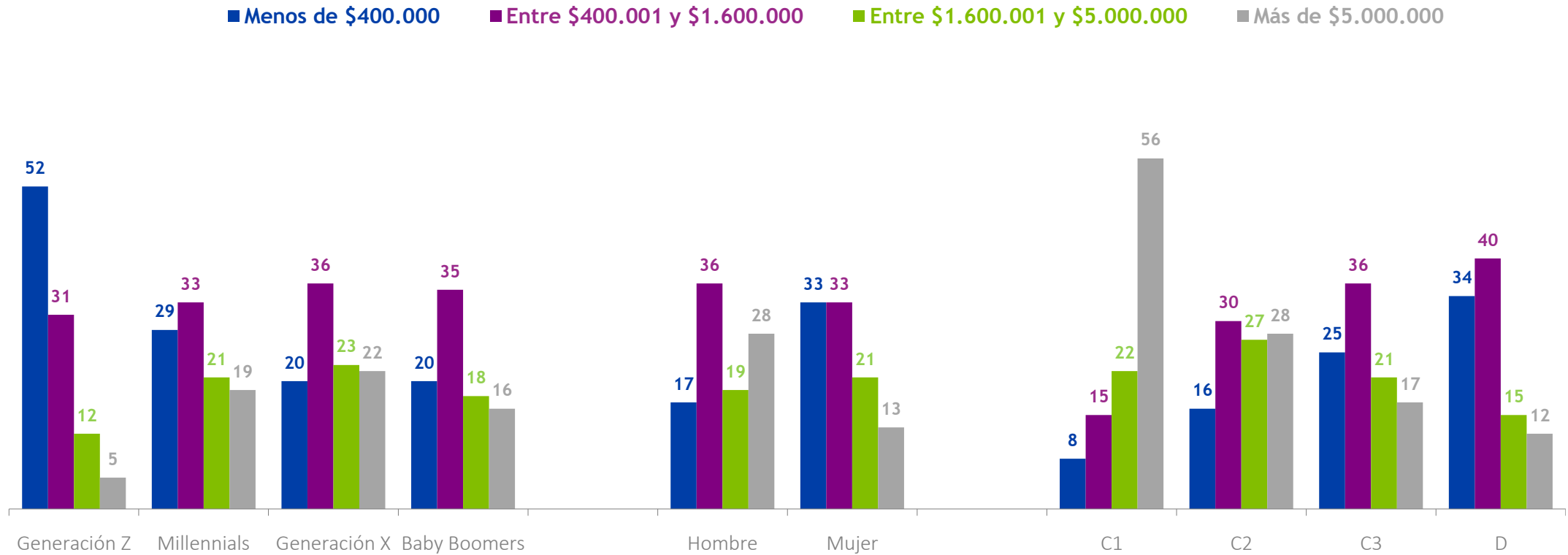
¿Cuánto es el monto actual de tu deuda?



Base Quienes declaran estar endeudados: 1.151

Monto de deuda actual

¿Cuánto es el monto actual de tu deuda?

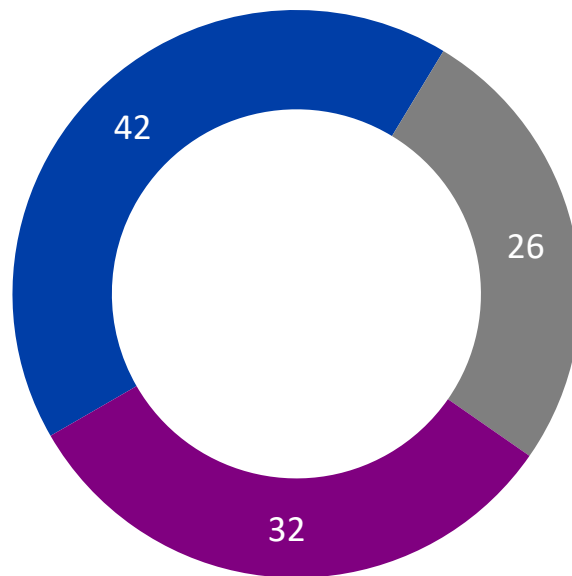


Nivel de endeudamiento actual vs hace un año

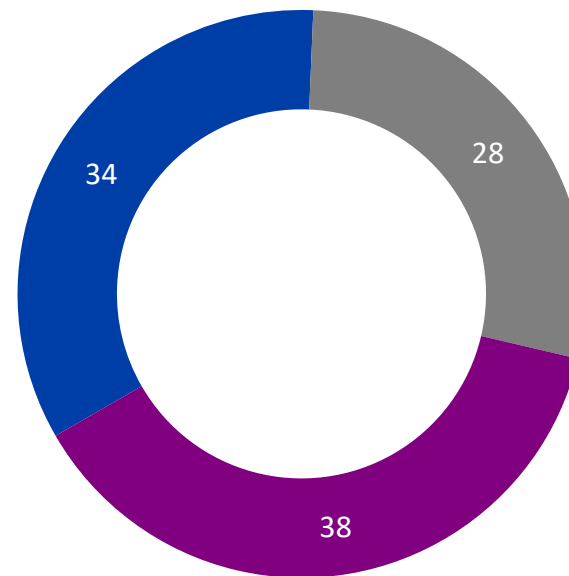
En una escala de 1 a 5 ¿cómo calificarías tu nivel de endeudamiento actual/hace un año?

- Excesivamente o bastante alto
- Adecuado
- Bajo o muy bajo sin deudas

Endeudamiento actual



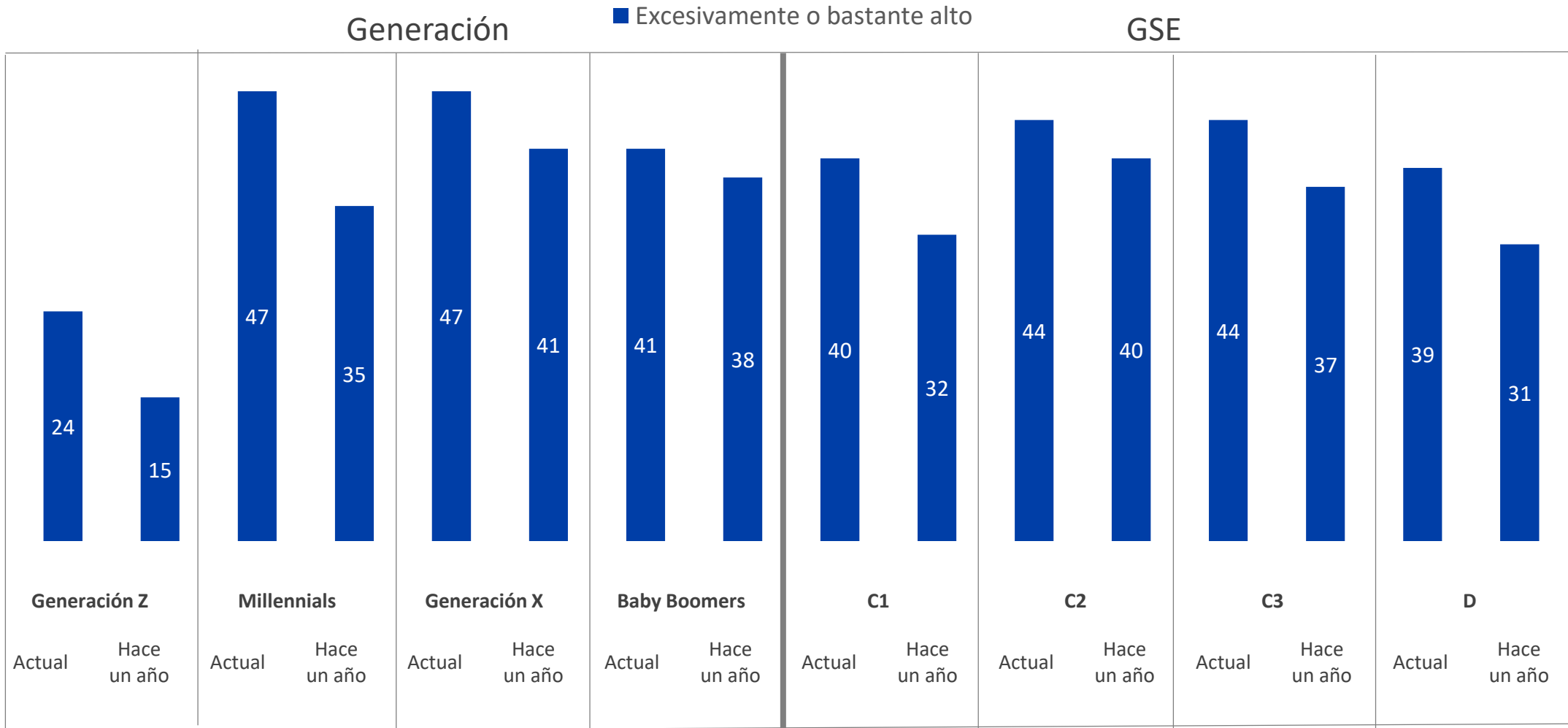
Endeudamiento hace un año



Casos totales: 1.612

Nivel de endeudamiento actual vs hace un año

En una escala de 1 a 5 ¿cómo calificarías tu nivel de endeudamiento actual/hace un año?



Razones de endeudamiento

Principalmente, tus deudas se deben a:
R.M %Si



Razones de endeudamiento – Por generación

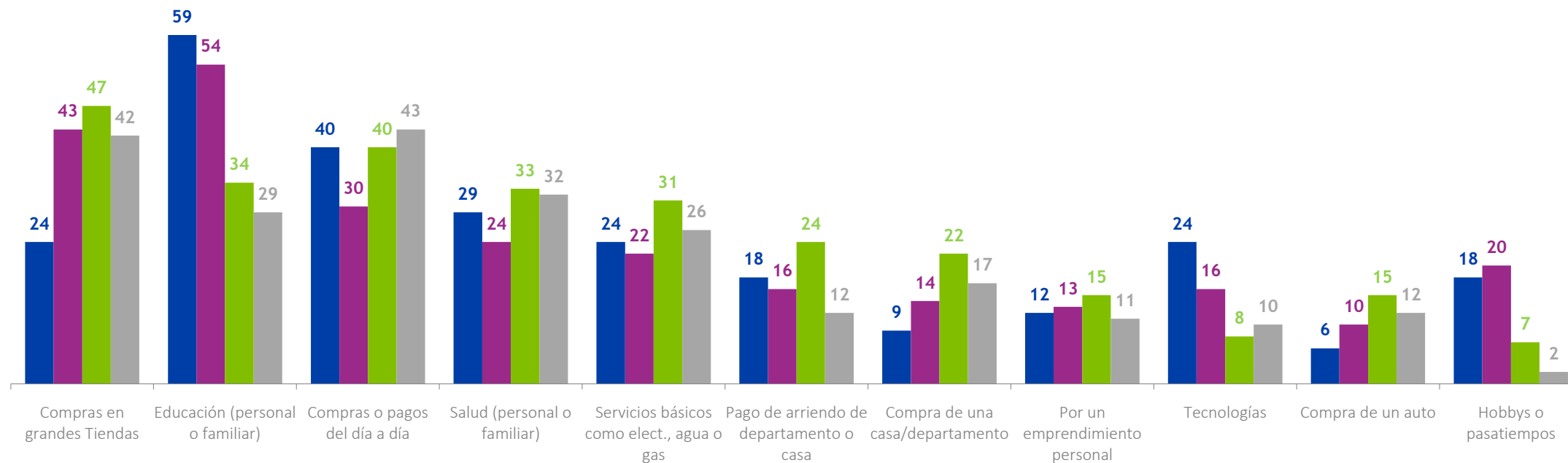
Principalmente, tus deudas se deben a:
R.M %Si

■ Generación Z
n: 173

■ Millennials
n: 328

■ Generación X
n: 344

■ Baby Boomers
n: 306



Forma de endeudamiento

¿De qué forma estás endeudado?

R.M %Si



Forma de endeudamiento – Por generación

¿De qué forma estás endeudado?

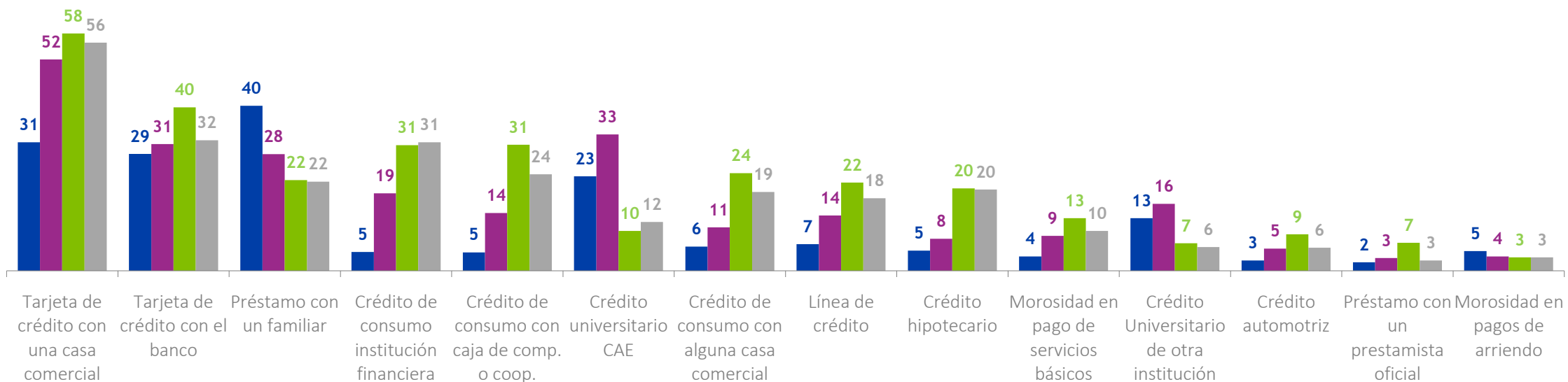
R.M %Si

■ Generación Z
n: 173

■ Millennials
n: 328

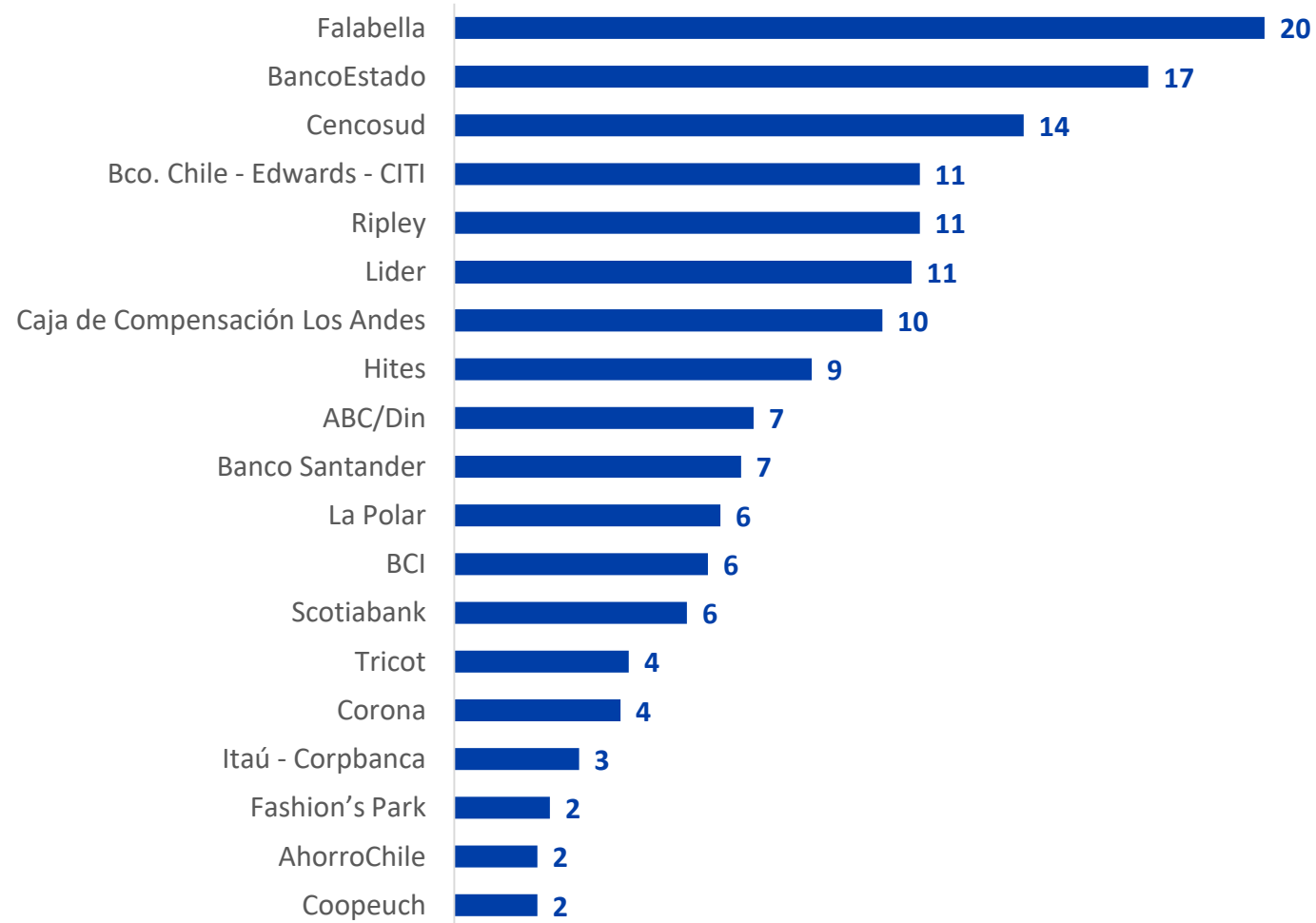
■ Generación X
n: 344

■ Baby Boomers
n: 306



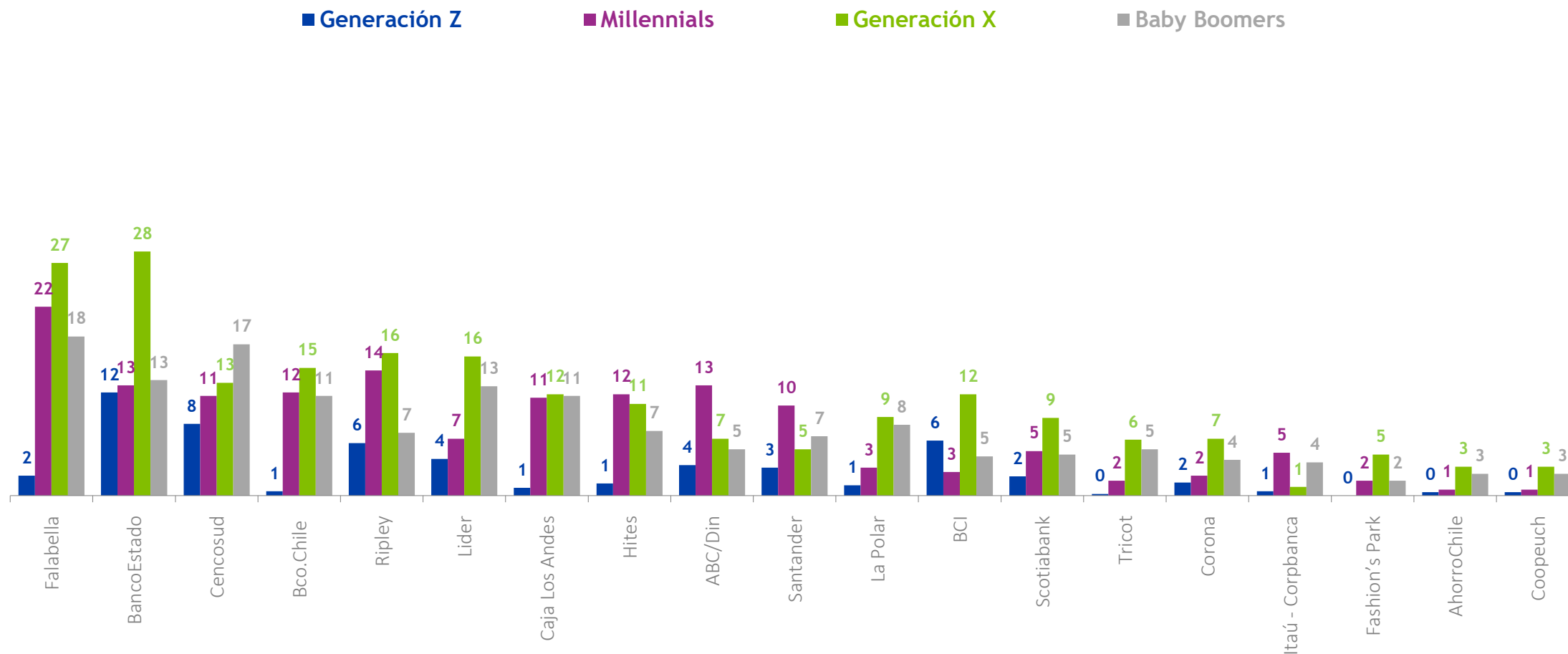
Institución con la que tienen deuda

¿Con cuál o cuáles de las siguientes instituciones financieras tienes deudas?



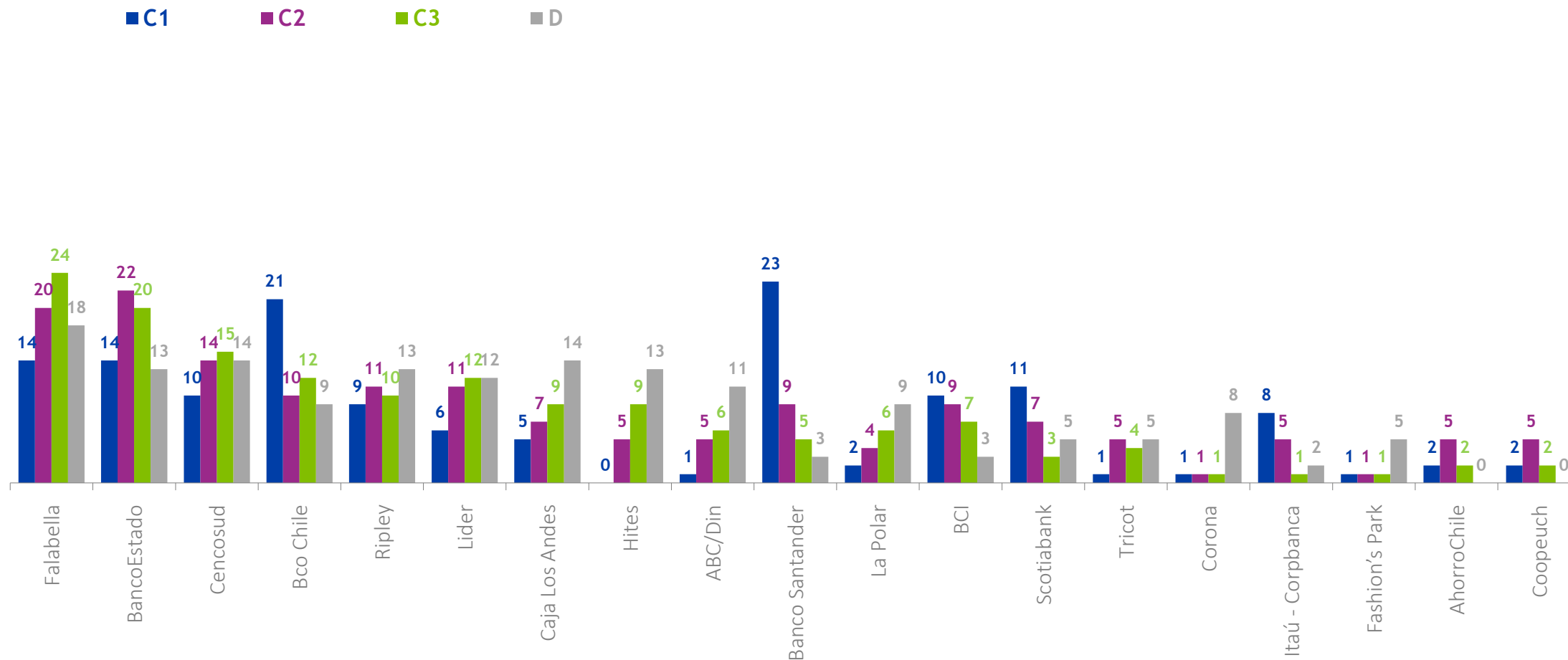
Institución con la que tienen deuda – Por generación

¿Con cuál o cuáles de las siguientes instituciones financieras tienes deudas?



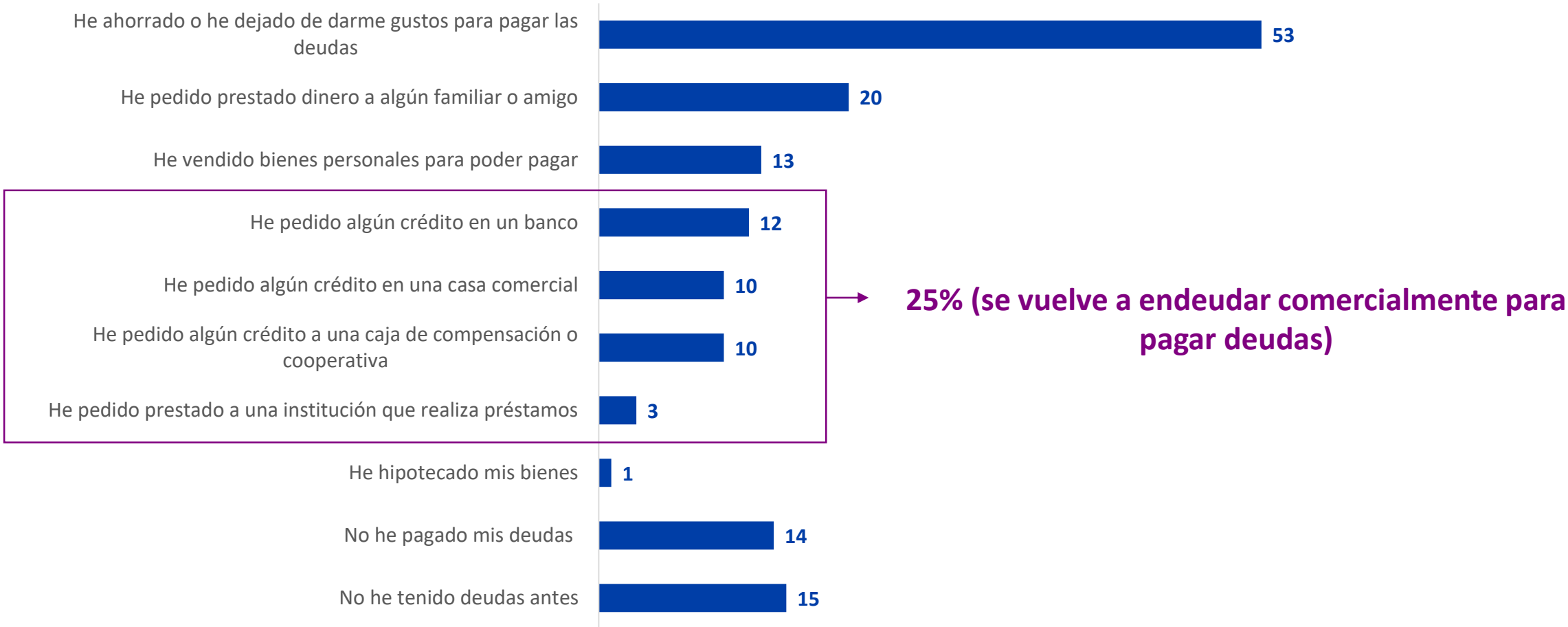
Institución con la que tienen deuda – Por GSE

¿Con cuál o cuáles de las siguientes instituciones financieras tienes deudas?



Pago de deudas anteriores

¿Cómo has pagado anteriormente tus deudas?



Pago de deudas anteriores – Por generación

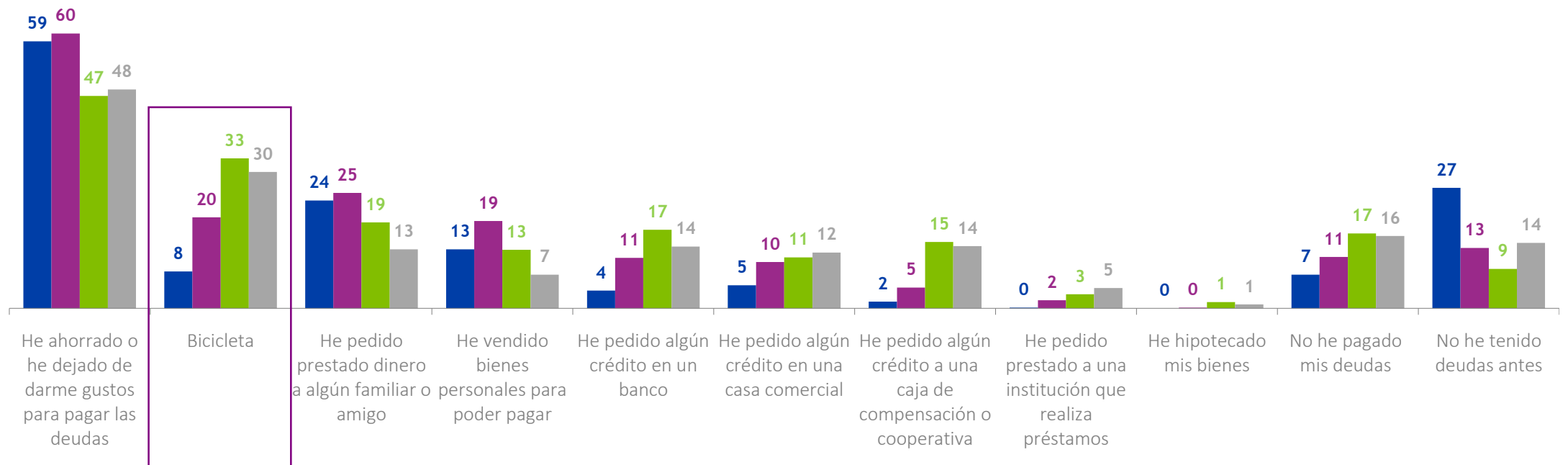
¿Cómo has pagado anteriormente tus deudas?

■ Generación Z
n: 401

■ Millennials
n: 404

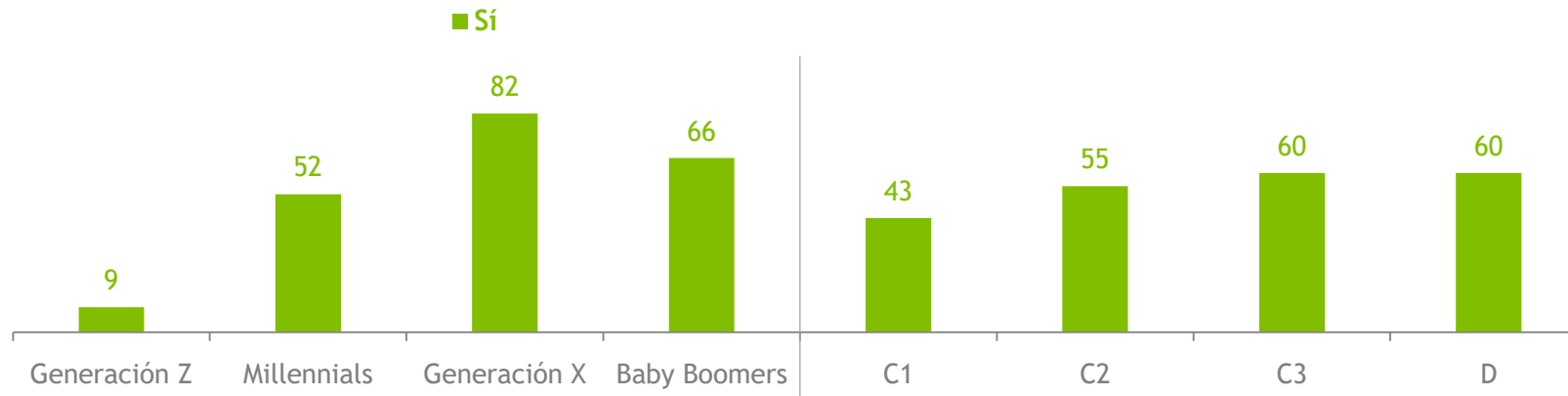
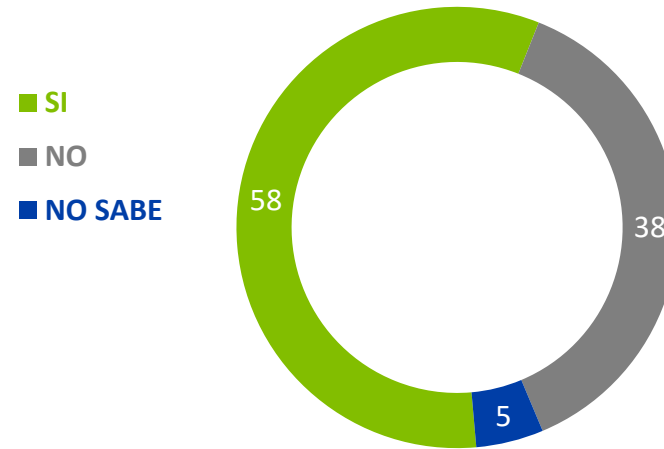
■ Generación X
n: 403

■ Baby Boomers
n: 404



Dicom

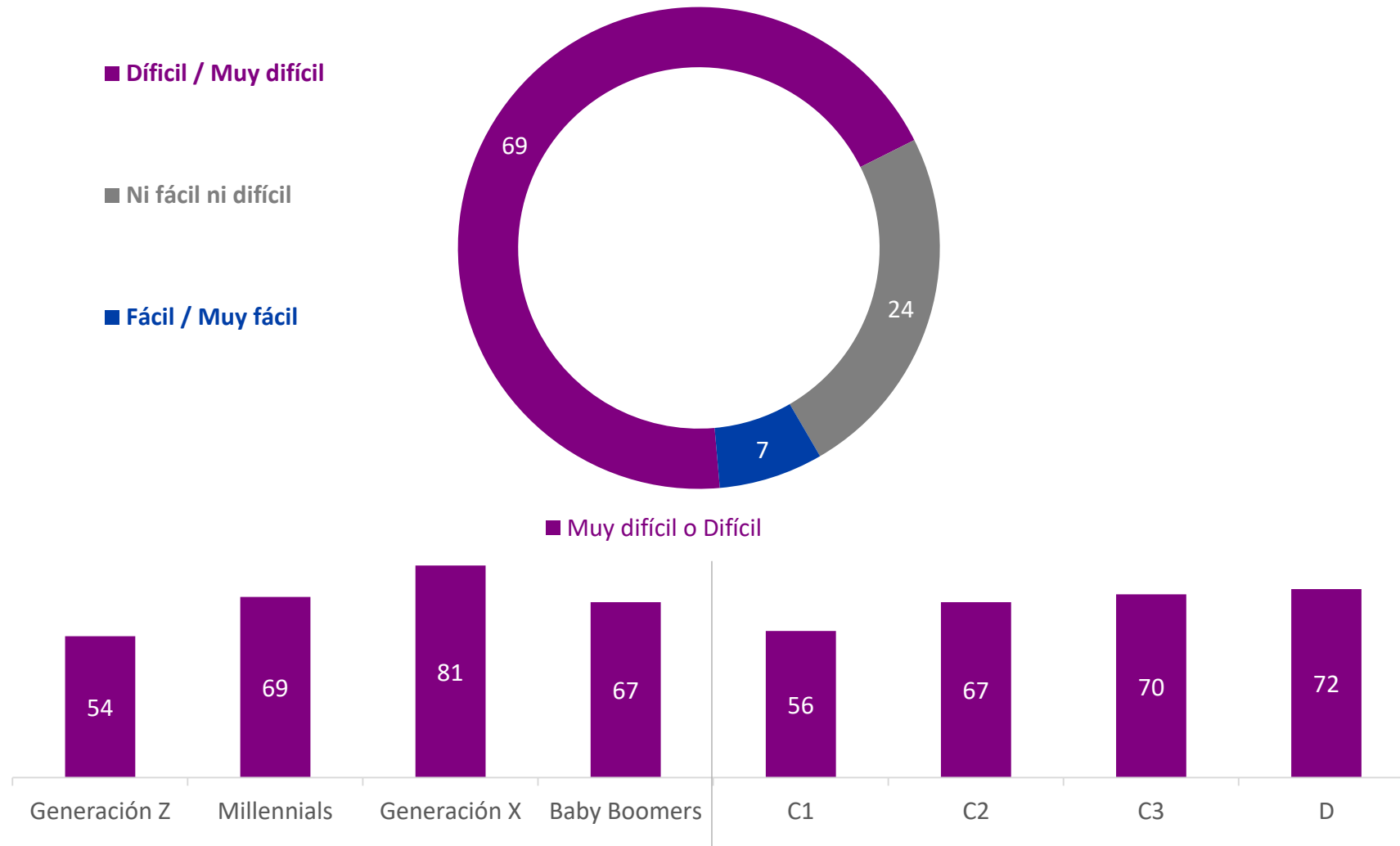
¿Has estado en Dicom alguna vez?



Base total: 1.612

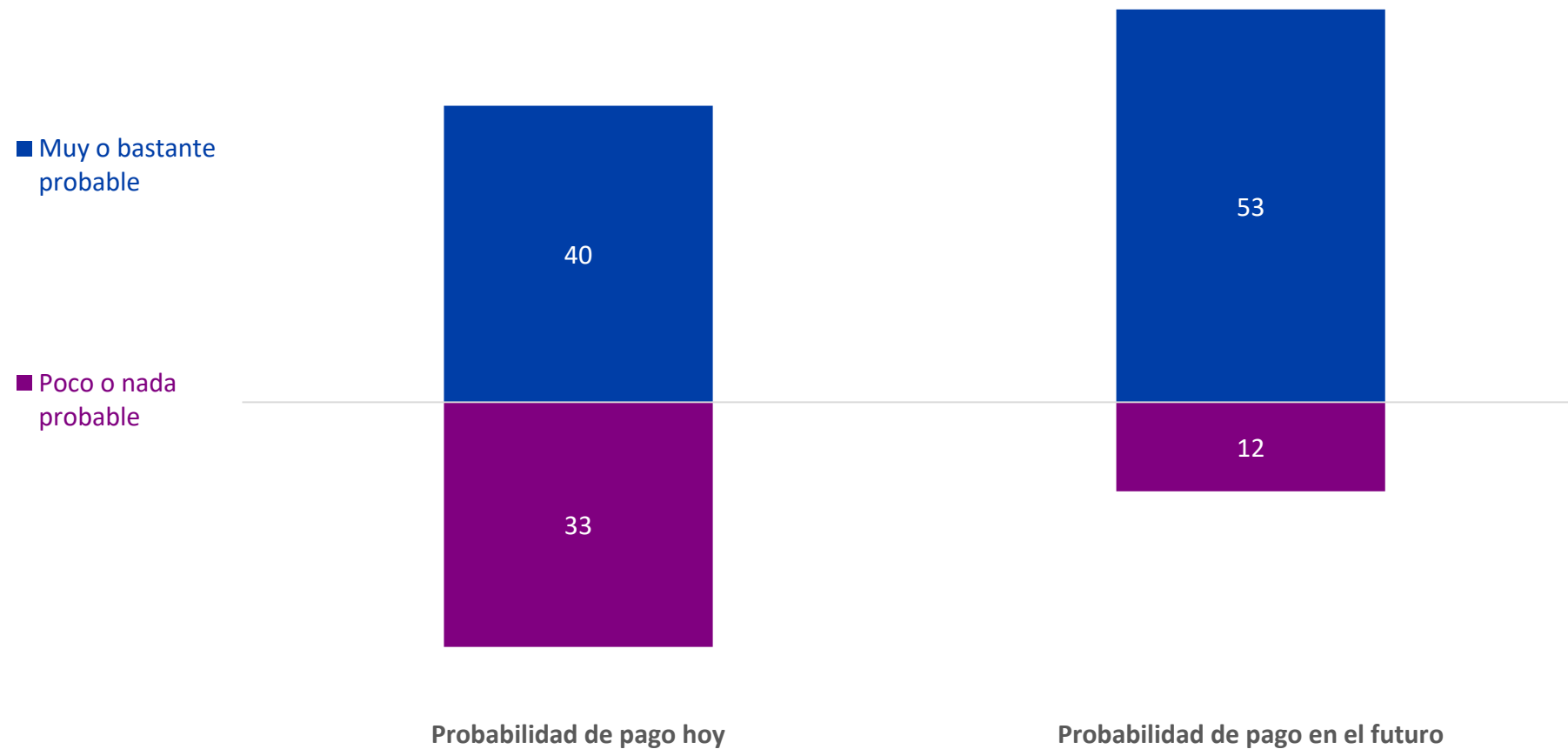
Dificultad para salir de las deudas

¿Qué tan difícil ha sido para ti o para tu familia salir de las deudas?



Probabilidad de pago de deudas

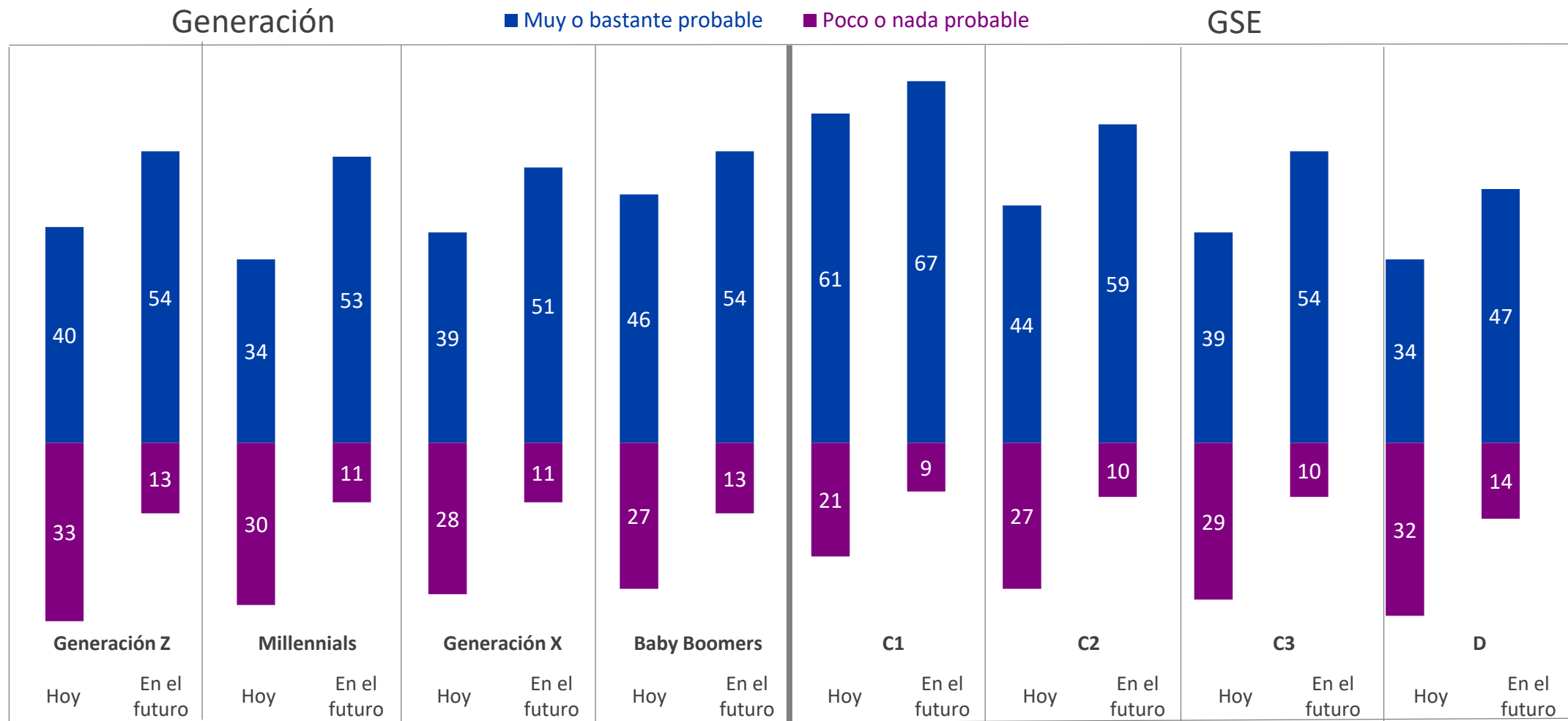
¿Cuán probable es que tú o tu familia puedan pagar sus deudas con normalidad hoy?



Casos totales: 1.612

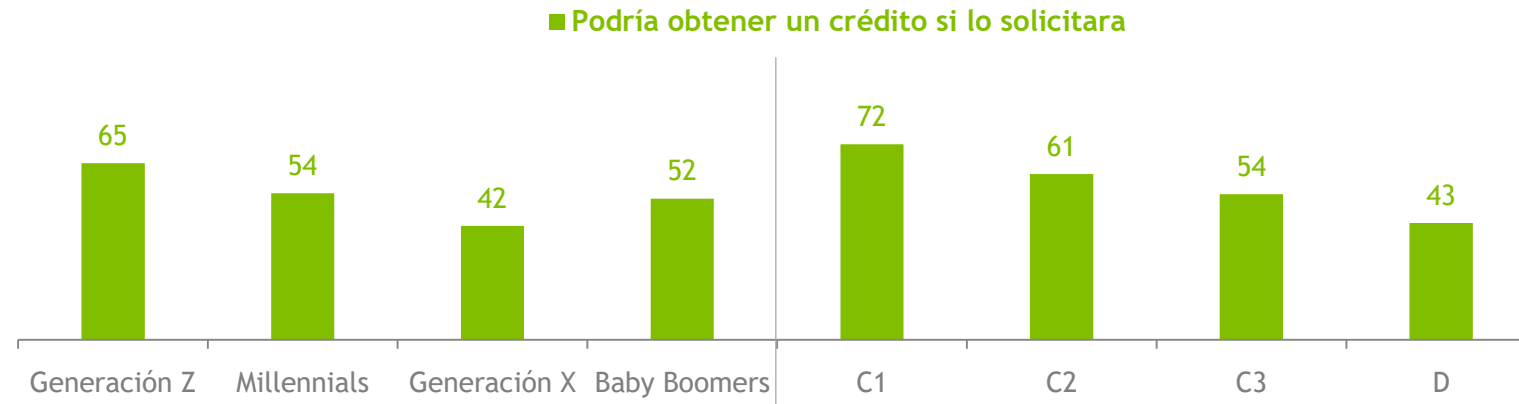
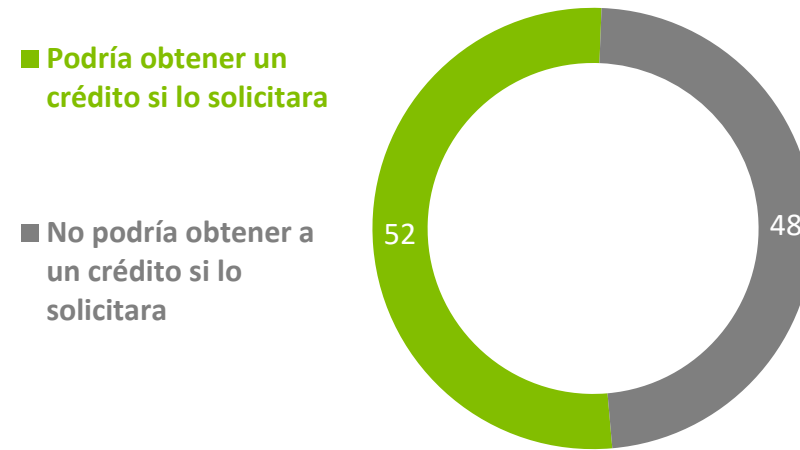
Probabilidad de pago de deudas – Por generación

¿Cuán probable es que tú o tu familia puedan pagar sus deudas con normalidad hoy/en el futuro?



Capacidad para acceder a un crédito

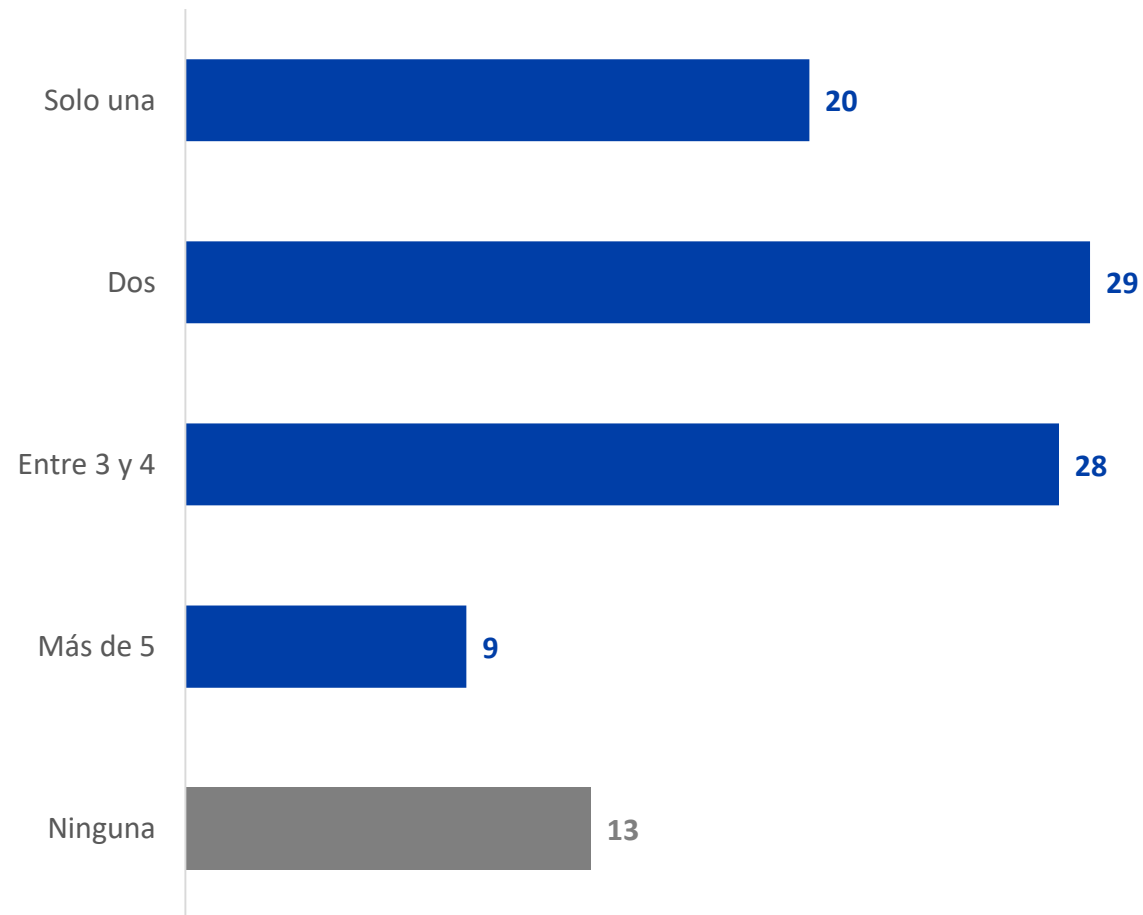
¿Cómo definirías hoy en día tu capacidad o la de tu familia para acceder a créditos?



Base total: 1.612

Cantidad de créditos con distintas instituciones financieras

¿Con cuántas instituciones financieras o casas comerciales has tenido algún tipo de crédito? Ya sea crédito de consumo, tarjetas de crédito, crédito hipotecario, etc.

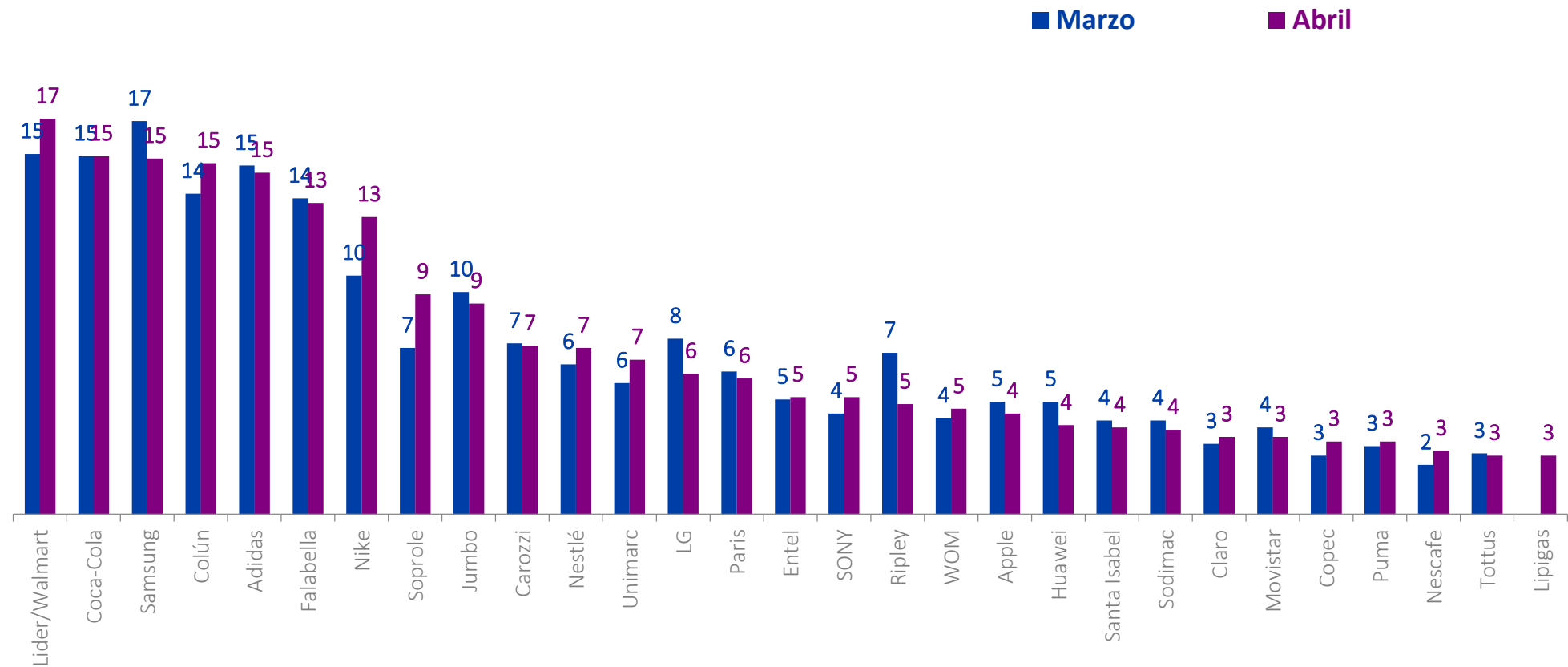


Marcas y publicidad



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?
¿Alguna otra? ¿Otras? (R. Espontánea y múltiple).



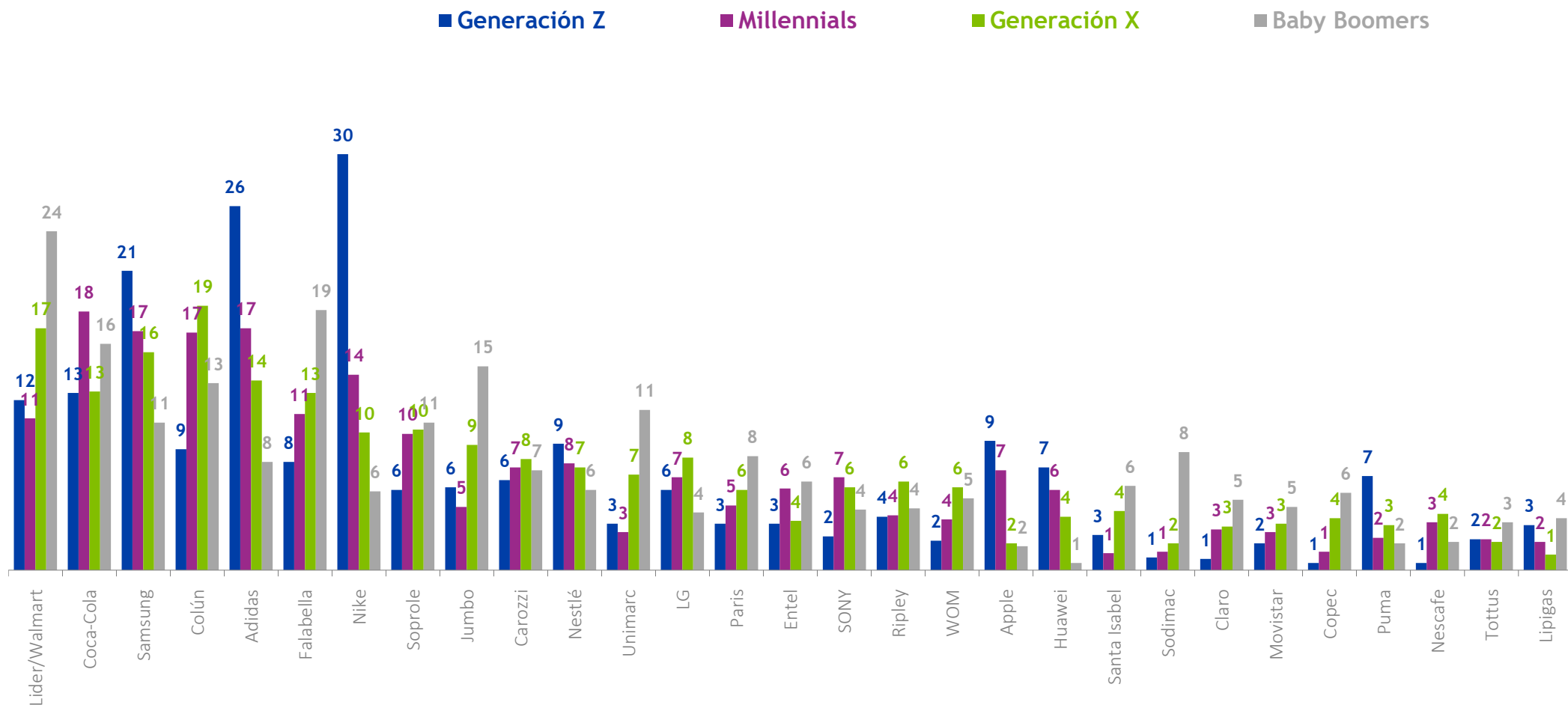
Marcas relevantes Total menciones - Evolutivo

Pensando en todas las marcas/empresas que son relevantes para tu vida, ¿Cuál es la primera que se te viene a la cabeza?
¿Alguna otra? ¿Otras? (R. Espontánea y múltiple).

	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Febrero	Marzo	Abril
Lider/Walmart	14	14	17	13	17	13	16	16	19	18	15	17
Coca-Cola	15	12	15	15	13	13	12	13	16	18	15	15
Samsung	40	36	25	23	19	19	16	20	17	19	17	15
Colún	7	7	10	9	25	14	14	11	12	14	14	15
Adidas	10	11	12	13	12	12	13	12	11	14	15	15
Falabella	9	13	14	12	19	11	16	13	17	20	14	13
Nike	6	10	12	10	12	11	10	9	10	13	10	13
Soprole	7	8	10	10	8	7	7	6	8	8	7	9
Jumbo	8	7	7	8	9	7	9	9	8	10	10	9
Carozzi	3	13	8	6	5	6	6	5	5	9	7	7
Nestlé	7	5	6	8	6	6	5	6	6	9	6	7
Unimarc	5	6	6	3	6	6	7	7	7	8	6	7
LG	27	23	10	10	8	7	5	10	6	8	8	6
Paris	3	4	6	4	6	4	7	4	6	9	6	6
Entel	6	7	10	5	6	9	6	6	5	8	5	5
SONY	16	8	7	8	8	5	5	6	4	5	4	5
Ripley	4	5	6	5	8	4	8	7	9	11	7	5
WOM	5	2	4	4	5	6	6	4	4	5	4	5
Apple	6	12	7	6	5	6	5	7	5	4	5	4
Huawei	4	5	4	4	4	5	4	4	4	6	5	4
Santa Isabel	1	4	3	3	3	4	5	5	4	5	4	4
Sodimac	-	3	3	2	4	2	5	3	3	4	4	4
Claro	6	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Movistar	4	7	8	5	5	5	4	5	5	4	4	3
Copec	-	2	3	2	1	4	2	3	-	2	3	3
Puma	-	-	2	4	3	2	2	3	1	4	3	3
Nescafé	-	-	2	2	-	1	1	1	2	2	2	3
Tottus	-	-	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3
Lipigas	-	-	1	1	-	1	2	1	1	2	-	3

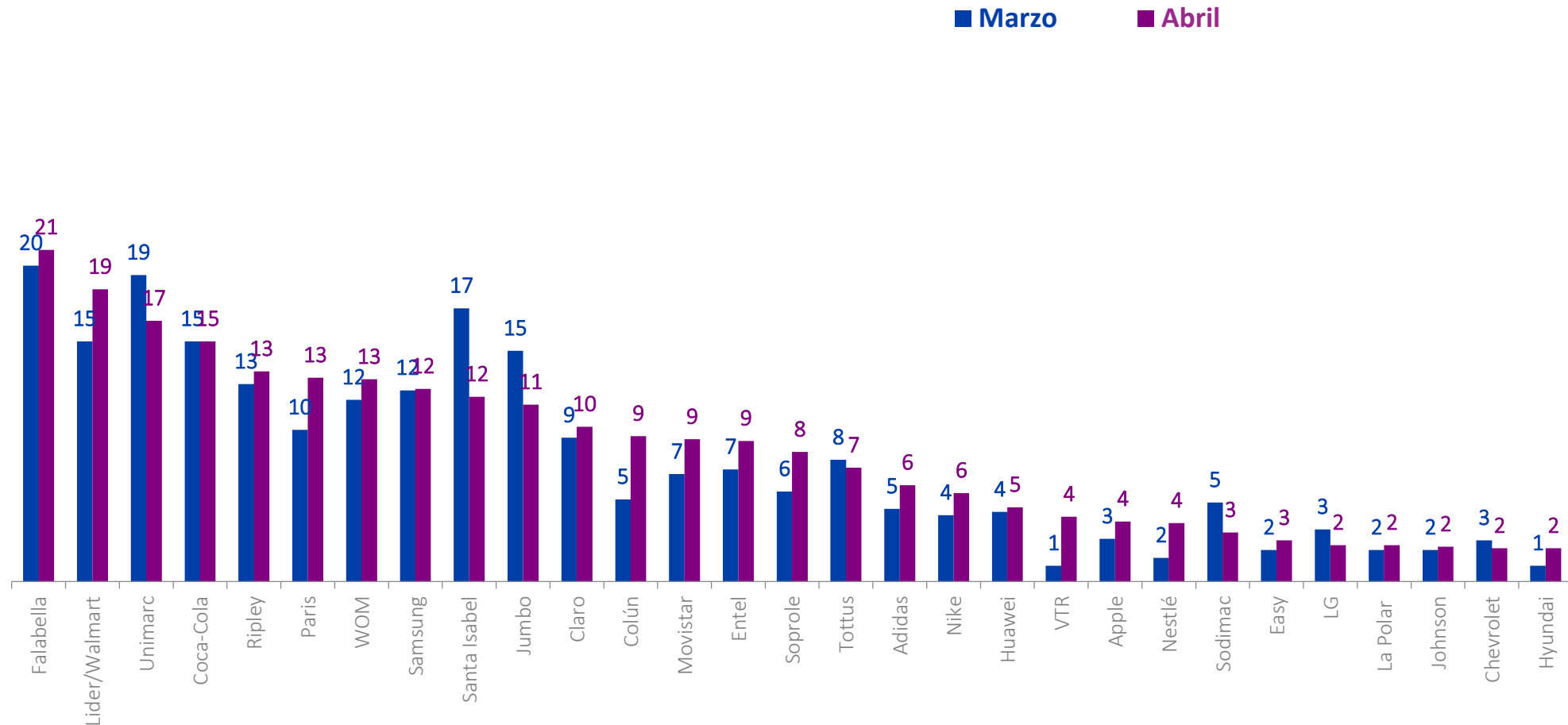
Marcas relevantes Total menciones – Por generación

Pensando en todas las marcas/empresas que son relevantes para tu vida, ¿Cuál es la primera que se te viene a la cabeza?
¿Alguna otra? ¿Otras? (R. 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.? ¿Alguna otra? ¿Otras? (R. Espontánea y múltiple).



Media menciones: 3,5 marcas

Recuerdo publicitario Total menciones - Evolutivo

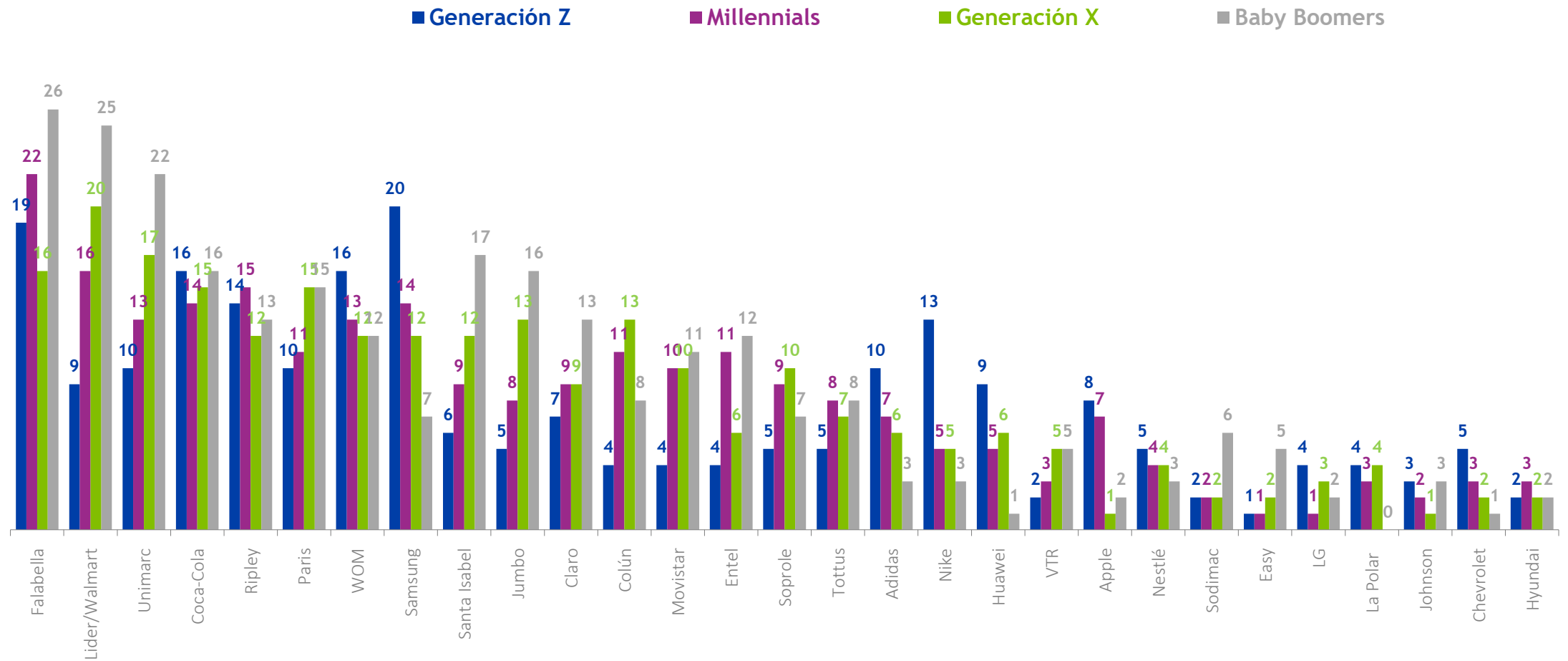
En los últimos 15 días ¿De qué marcas/empresas recuerdas haber visto o escuchado publicidad ya sea a través de televisión, radios, online, vía pública, etc.? ¿Alguna otra? ¿Otras? (R. Espontánea y múltiple).

	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Febrero	Marzo	Abril
Falabella	18	24	25	22	25	19	26	23	32	28	20	21
Lider/Walmart	16	14	11	14	14	13	17	21	16	17	15	19
Unimarc	11	11	18	13	16	21	17	13	17	20	19	17
Coca-Cola	16	17	14	15	12	15	12	11	14	17	15	15
Ripley	13	13	16	14	17	10	20	17	20	23	13	13
Paris	15	15	16	12	14	10	19	15	19	17	10	13
WOM	14	12	10	11	10	17	15	10	11	14	12	13
Samsung	29	26	15	15	15	14	14	13	12	11	12	12
Santa Isabel	10	11	10	12	10	15	13	9	14	15	17	12
Jumbo	12	11	11	13	18	15	14	11	13	14	15	11
Claro	16	12	14	12	9	11	10	8	8	11	9	10
Colún	4	4	9	6	21	11	7	5	7	7	5	9
Movistar	9	7	7	8	6	6	9	6	6	8	7	9
Entel	16	9	12	10	6	11	10	7	7	14	7	9
Soprole	4	6	6	11	14	10	6	8	7	8	6	8
Tottus	6	6	8	5	6	8	6	6	6	12	8	7
Adidas	2	6	7	8	4	7	7	6	4	5	5	6
Nike	13	3	6	5	4	5	5	4	4	4	4	6
Huawei	4	5	4	3	4	3	3	4	4	5	4	5
VTR		2	2	2	1	2	2	2	2	3		4
Apple	4	7	3	4	3	4	3	5	5	3	3	4
Nestlé	1	3	2	3	3	2	1	1	2	4	2	4
Sodimac		4	2	2	5	2	3	3	2	4	5	3
Easy		2		1		1	3	2	1	3	2	3
LG	5	12	3	5	4	4	3	5	4	3	3	2
La Polar		2	3	3	3	2	3	3	6	5	2	2
Johnson		2	3	3	2	2	3	4	2	4	2	2
Chevrolet		2		1	2	2	2	2	1	3	3	2
Hyundai		2	1	2	2	1	3	2	1	2	1	2



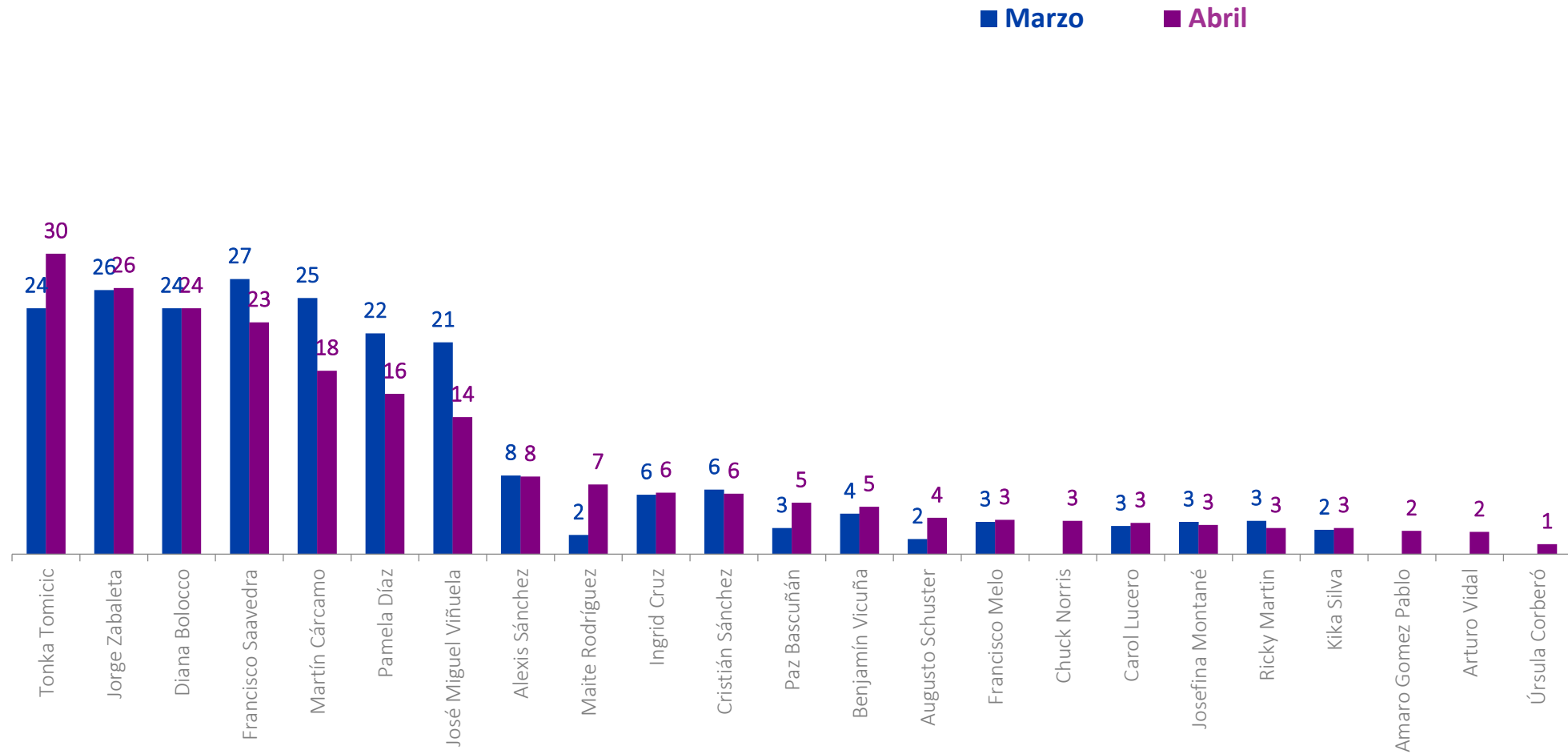
Recuerdo publicitario Total menciones – Por generación

Pensando en todas las marcas/empresas que son relevantes para tu vida, ¿Cuál es la primera que se te viene a la cabeza?
¿Alguna otra? ¿Otras? (R. 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.? ¿Algún otro? (R. Espontánea y múltiple).



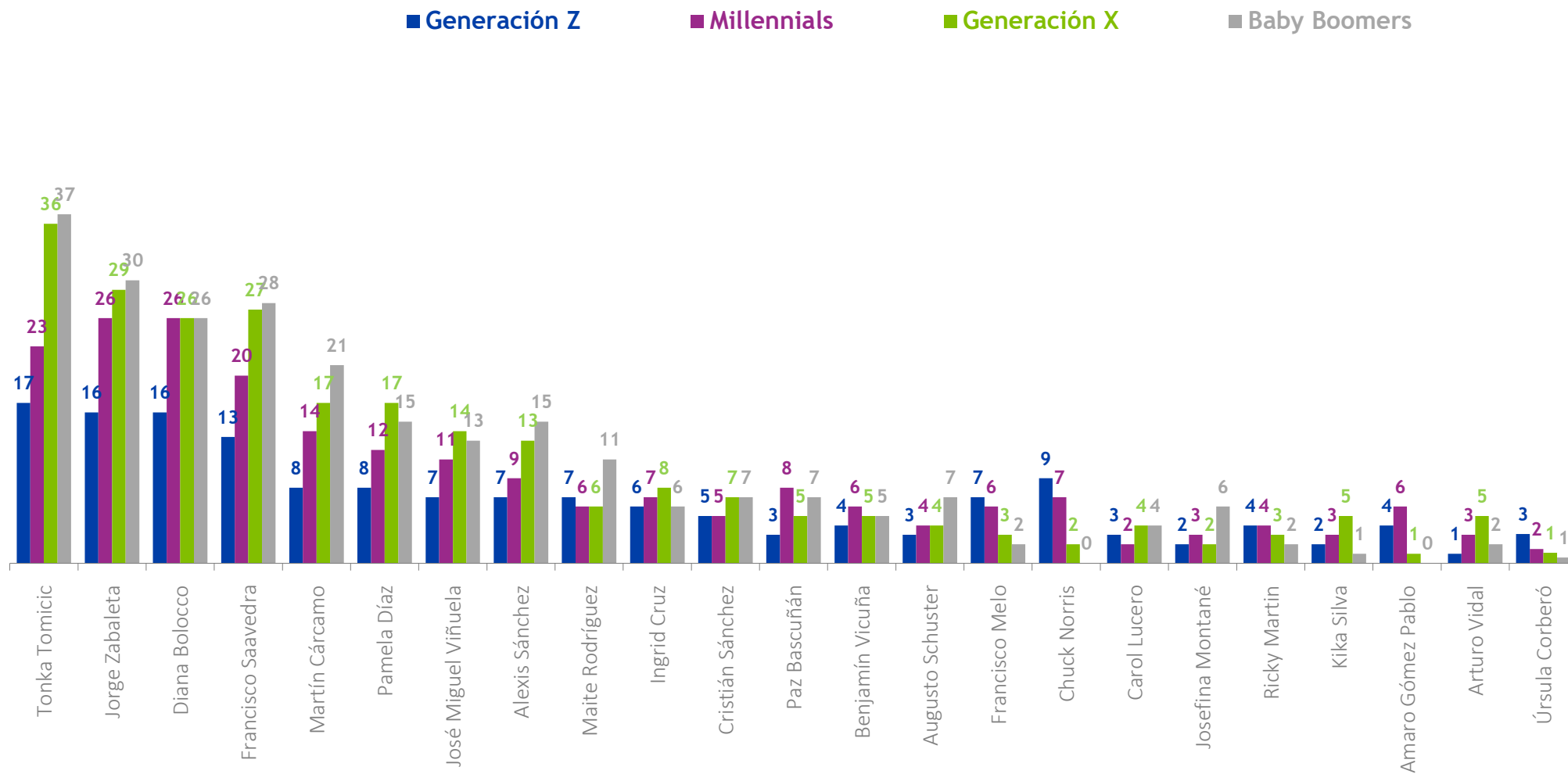
Rostros publicitarios Total menciones - Evolutivo

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.? ¿Algún otro? (R. Espontánea y múltiple).

	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Febrero	Marzo	Abril	
Tonka Tomicic	54	44	33	28	29	25	31	34	33	35	24	30	↑
Jorge Zabaleta	22	27	32	22	26	24	23	21	23	29	26	26	
Diana Bolocco	14	19	18	16	33	13	22	27	26	31	24	24	
Francisco Saavedra	15	14	17	17	18	21	18	19	24	31	27	23	↓
Martín Cárcamo	26	37	30	26	28	20	28	18	19	22	25	18	↓
Pamela Díaz	10	14	18	12	16	18	13	11	19	19	22	16	↓
José Miguel Viñuela	11	13	13	11	15	15	12	11	17	18	21	14	↓
Alexis Sánchez	12	7	5	8	13	12	10	6	6	9	8	8	
Maite Rodríguez	12	4	3	2	5	4	8	4	1	3	2	7	↑
Ingrid Cruz	3	3	5	6	3	4	3	3	3	5	6	6	
Cristián Sánchez			3	2	3	3	3	1	2	4	6	6	
Paz Bascuñán	11	11	6	6	6	4	5	6	3	4	3	5	
Benjamín Vicuña	5	9	9	3	6	5	6	2	10	10	4	5	
Augusto Schuster				0		4	2	2	2	2	2	4	
Francisco Melo				0,6	0,6	0,8	0,5		1		3	3	
Chuck Norris												3	
Carol Lucero	4	2	1	2	1	2	2	3	2	4	3	3	
Josefina Montané	8	8	7	4	4	3	4	5	5	4	3	3	
Ricky Martin											3	3	
Kika Silva				1,2		0,3	1	2	1	7	2	3	
Amaro Gómez-Pablo												2	
Arturo Vidal		2	1	0,9		0,6	1	1				2	
Úrsula Corberó												1	

Rostros publicitarios – Por generación

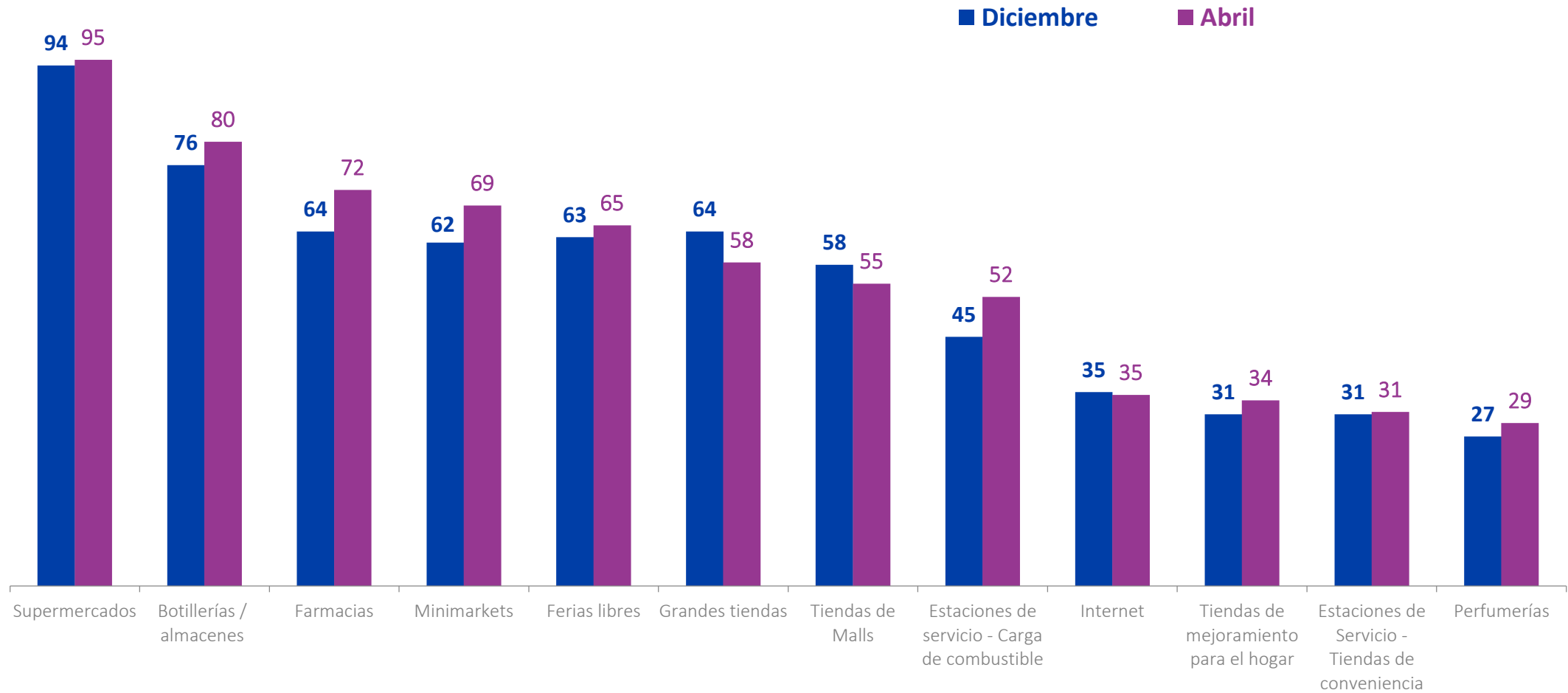
Y en los últimos 15 días ¿Qué rostros publicitarios recuerdas haber visto o escuchado ya sea a través de televisión, radios, online, vía pública, etc.? ¿Algún otro? (R. Espontánea y múltiple).



Compras por Canal

Compras según canal

En los últimos 7 días ¿Compraste algo en...? (% menciones sí)



*En la medición de diciembre se agregaron como canal Estaciones de servicio – carga de combustible y tiendas de conveniencia

Compras según canal - Evolutivo

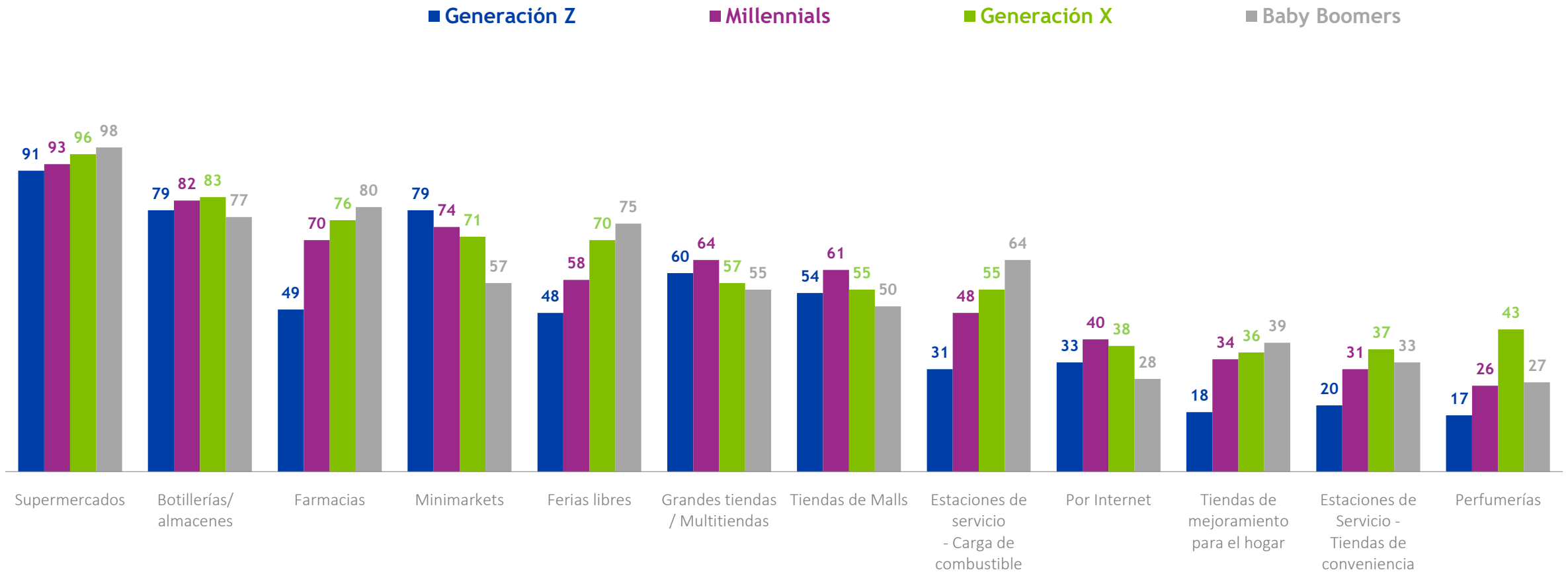
En los últimos 7 días ¿Compraste algo en...? (% menciones sí)

	Abril 2018	Mayo 2018	Agosto 2018	Septiembre 2018	Diciembre 2018	Abril 2019
Supermercados	93	94	95	95	94	95
Botillerías / almacenes	78	77	78	82	76	80 ↑
Farmacias	68	64	68	63	64	72 ↑
Minimarkets	69	68	68	68	62	69 ↑
Ferías libres	61	57	59	63	63	65
Grandes tiendas	55	55	57	57	64	58 ↓
Tiendas de Malls	49	50	52	49	58	55
Estaciones de servicio - Carga de combustible	-	-	-	-	45	52 ↑
Internet	29	30	33	31	35	35
Tiendas de mejoramiento para el hogar	29	31	29	25	31	34
Estaciones de Servicio - Tiendas de conveniencia	-	-	-	-	31	31
Perfumerías	23	24	23	22	27	29

*En la medición de diciembre se agregaron como canal Estaciones de servicio – carga de combustible y tiendas de conveniencia

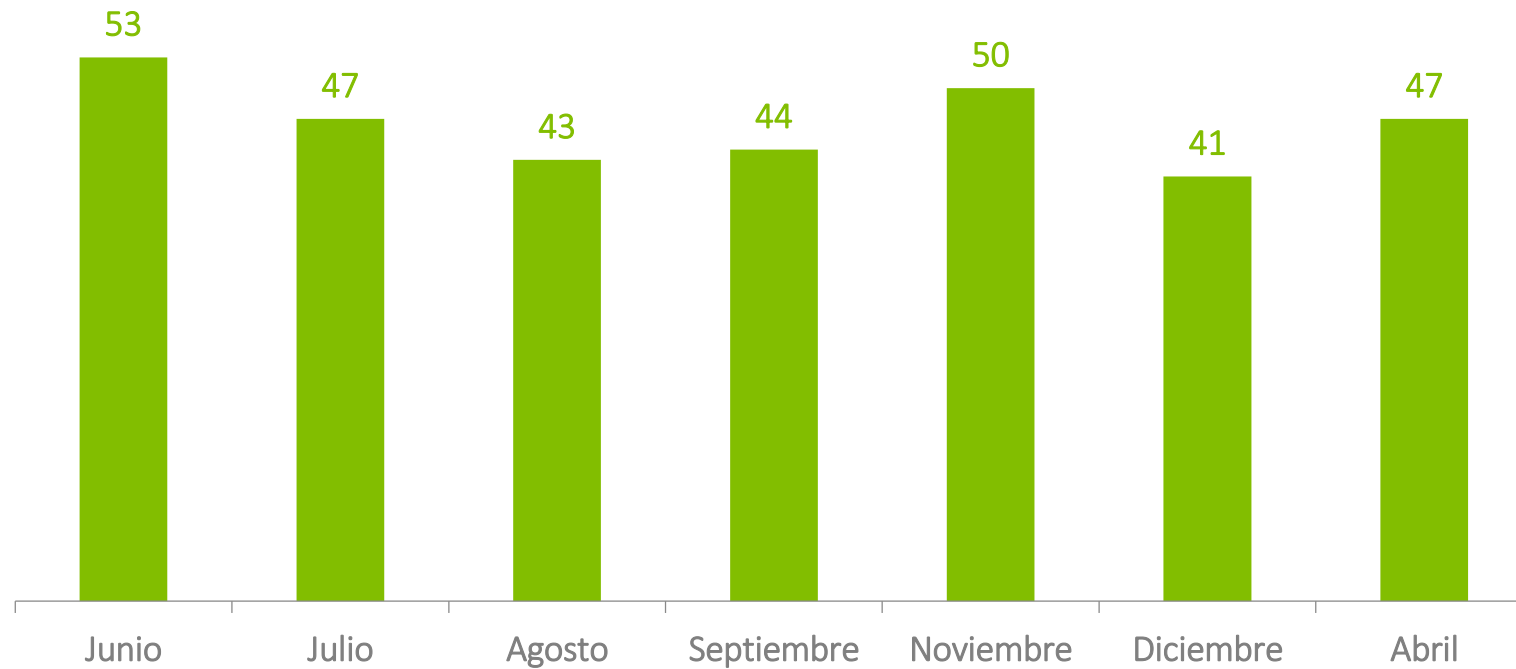
Compras según canal – Por generación

En los últimos 7 días ¿Compraste algo en...? (%Si)



Compras a través de Internet

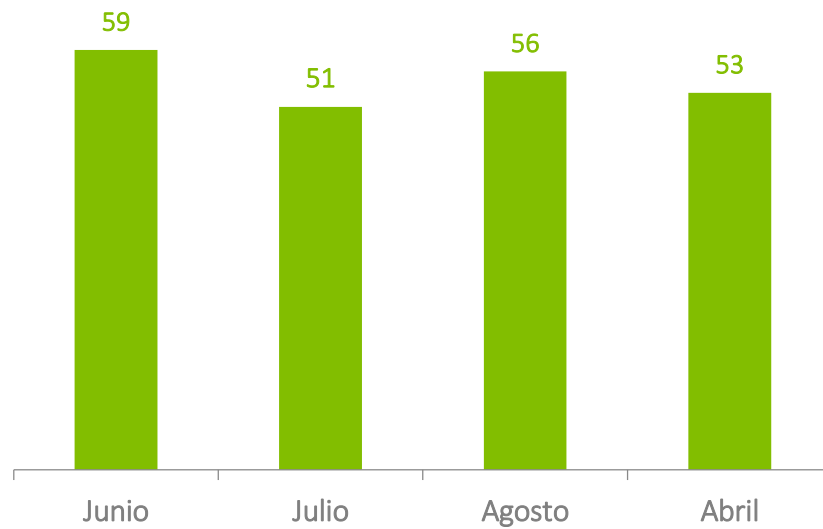
¿Compraste algo por Internet en los últimos 30 días? (% menciones sí)



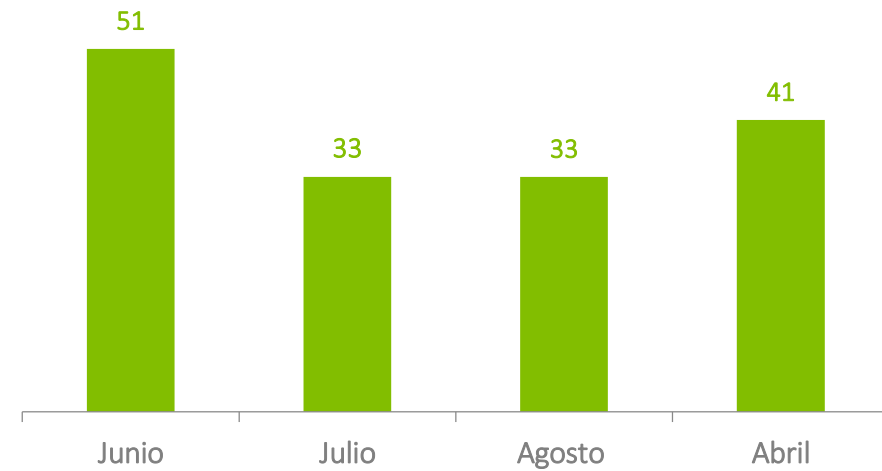
Compras a través de Internet

Sólo para quienes han comprado a través de Internet. En los últimos 30 días ¿Compraste algo...?
(% menciones sí)

Por Internet con despacho a domicilio

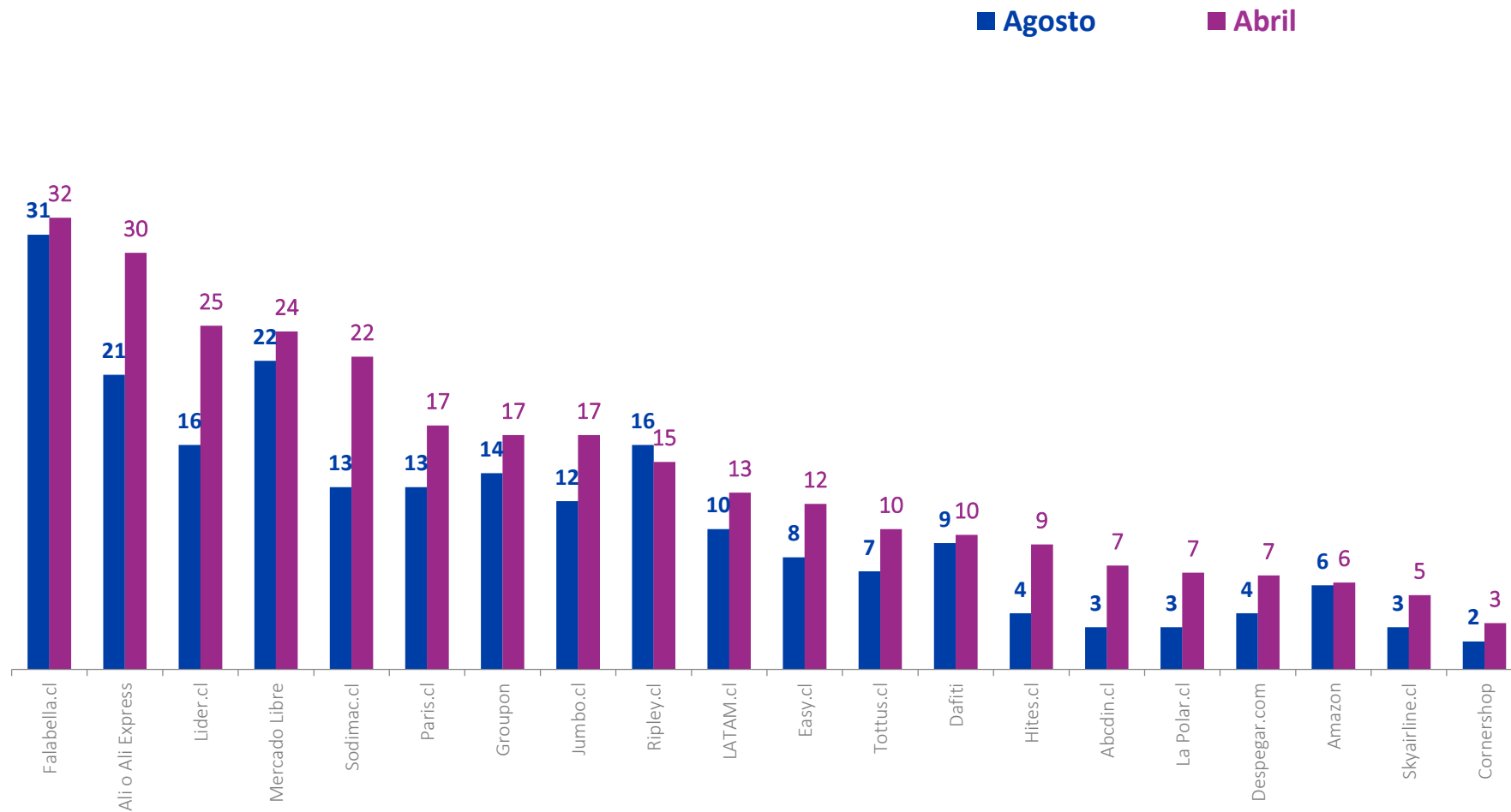


Por Internet con retiro en tienda



Compras a través de Internet

Sólo para quienes han comprado a través de Internet. En los últimos 30 días ¿Compraste algo...? (% menciones sí)



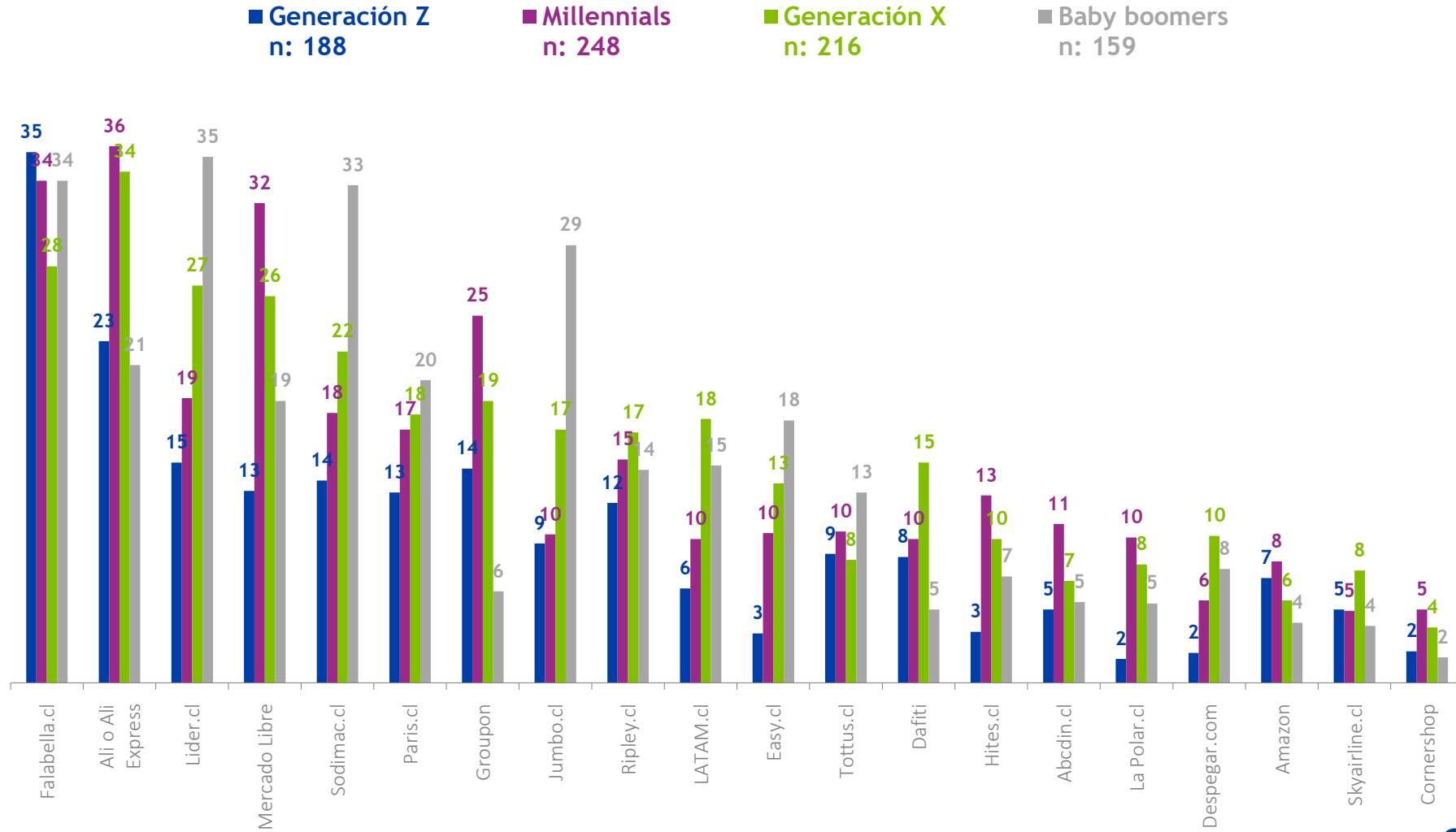
Compras a través de Internet

Sólo para quienes han comprado a través de Internet. En los últimos 30 días ¿Compraste algo...? (% menciones sí)

	Mayo N: 1.298	Junio N: 953	Julio N:776	Agosto N:727	Abril N:811
Falabella.cl	27	30	28	31	32
Ali o Ali Express	19	22	24	21	30 ↑
Lider.cl	23	14	17	16	25 ↑
Mercado Libre	22	21	24	22	24
Sodimac.cl	19	14	18	13	22 ↑
Paris.cl	16	12	13	13	17 ↑
Groupon	12	18	13	14	17
Jumbo.cl	13	8	10	12	17 ↑
Ripley.cl	20	12	17	16	15
LATAM.cl	11	11	12	10	13
Easy.cl	13	7	10	8	12 ↑
Tottus.cl	12	4	8	7	10 ↑
Dafiti	8	8	9	9	10
Hites.cl		3	5	4	9 ↑
Abcdin.cl	6	3	6	3	7 ↑
La Polar.cl	5	4	5	3	7 ↑
Despegar.com	3	4	4	4	7 ↑
Amazon	6	4	5	6	6
Skyairline.cl			5	3	5 ↑
Cornershop	1	1	4	2	3

Compras a través de Internet – Por generación

Sólo para quienes compraron a través de Internet. En los últimos 30 días ¿Compraste algo...? (% menciones sí)





EL CHILE QUE VIENE

ENDEUDAMIENTO

ABRIL 2019