

# **Lo que la crisis nos dejará**

**“Construyendo Marcas en Tiempos de Crisis”  
Facultad de Comunicaciones  
Universidad del Desarrollo**

**Sergio España**

Socio Subjetiva – Investigador Mediática UDD

## EL MERCURIO

[www.emol.com](http://www.emol.com)

Santiago de Chile  
sábado 7 de marzo de 2009  
Actualizado a las 10:20 hrs.

Cómo se están apretando el cinturón los consumidores:  
**Preocupación por empleo modifica  
gastos de chilenos en marzo**

**La visión pesimista en materia laboral comienza a cundir. Según el Índice de Percepción Económica (Ipec), que elabora mensualmente Adimark GfK, la gran mayoría de los chilenos cree que el desempleo va a aumentar en los próximos doce meses y, en este escenario, está comenzando a frenar su consumo.**

Todos queremos saber los cambios que produce la crisis en el consumo

Sociedad

## Cómo cambiaremos con la **crisis**

Nuestros niños serán más adversos al riesgo pero buscarán el liderazgo; habrá menos quejas en la oficina, la gente se casará más y volveremos al hogar. Esos son algunos de los cambios sociales que asoman en época de “vacas flacas”.



Un conocimiento de conductas, percepciones,  
actitudes

- Lo relevante son los **cambios que emergen** en la crisis y se instalan en la post crisis
- La crisis es un **clivaje** que determina nuevos patrones culturales con impacto en el consumo

# 1982



- **De asalariado a vendedor por comisión**
- **El desamparo v/s la promesa del bienestar por el esfuerzo individual**

# 1997



## ■ El emprendedor que sorteó crisis

■ "Aló Faúndez, ingeniería electrónica, programación de sistemas, instalación de redes, pintura, costuras, gasfitería, carpintería, llaves al minuto, confección de cortinas, animación de eventos, cumpleaños, jardinería, hojalatería, riego automático, albañilería, piscinas, opinología, reiki e instalaciones varias... buenas tardes... sí, sí, voy para allá". **Su instinto le dice que quizás ya es tiempo de diversificarse.** Marcelo Con Riera: Que Pasa

# ¿Post 2009?

- **Crisis** = fracaso
- ¿qué valores internalizaremos?.....el valor del **fracaso**
- En los 80 y en los 90 internalizamos **valores individuales**: superación y emprendimiento.
- En el Bicentenario: valor **social**

# ¿Post 2009?

**Confianza**



**Nuevas relaciones**



**Redes**

**Valor social**

**Instrumento**

**Estrategias**

# Valor social: confianza

Satisfacción de los chilenos % 6 -7

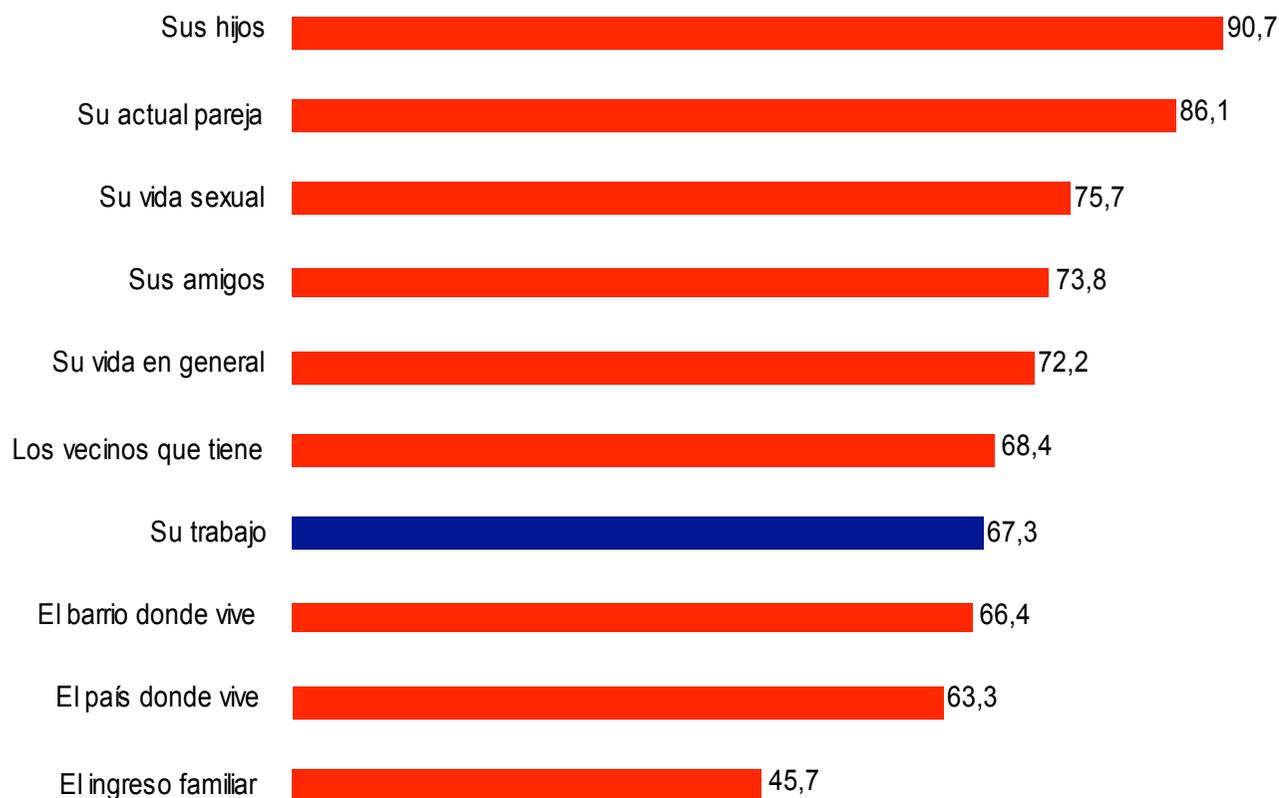
## Mi familia



## Los otros



## El País



Subjetiva: Octubre 2008

# Valor social: la familia



C.P.W. y H.A.M. aseguran que "independiente de que seas gay o no, tienes que preocuparte por la integridad moral de los niños".

Foto:DANNY ALVEAL



# Nuevas relaciones

Una Presidenta más querida que exitosa

mar. 09 , 2009

[45 Comentarios](#)

**Bachelet ha recuperado la popularidad que tenía al asumir según la última encuesta Adimark.** Si bien algunos asocian su repunte al manejo del gobierno ante la crisis internacional, parte del renacer se explica también por el alto componente simbólico de la Presidenta. Los chilenos parecen celebrar que el primer gobierno dirigido por una mujer termine bien.

Aunque lejos de ser la mejor, **su administración ha estado por arriba del promedio en estos 200 años de vida independiente nacional.** Es cierto que será el gobierno concertacionista menos exitoso en crecimiento y que ha estado marcado por una seguidilla de resbalones. Desde las dudas sobre el apoyo a Venezuela para el Consejo de Seguridad de la ONU, hasta su viaje a Cuba, los desaciertos en política exterior fueron más ruidosos que los aciertos. Las protestas estudiantiles y la incapacidad para lograr una nueva Loce opacaron las reformas en educación preescolar y el financiamiento a la subvención. Las discusiones sobre las reformas laborales distrajeron las iniciativas económicas impulsadas desde Hacienda. **El Transantiago opacó la reforma previsional.**



Una nueva forma de relación de las empresas con las personas....¿sobre qué se construye?

# Nuevas relaciones

ADIMARK GfK

Encuesta de Opinión Pública: Evaluación Gestión del Gobierno

FEBRERO 2009

Independiente de su posición política,  
¿Usted aprueba o desaprueba la forma como Michelle Bachelet está  
conduciendo su gobierno?



8



Adimark GfK

# Redes

*Si alguien pusiera una antena para celulares frente a su casa ¿Cuál es la alternativa que usted consideraría más útil para resolver esta situación?*

Habitantes de Vitacura rechazaron tres proyectos:

## Amplio triunfo del “no” en primer plebiscito urbano vinculante del país

- > Municipio deberá acatar la decisión de los vecinos, dada la alta participación ciudadana.
- > Ex candidato a edil Rodolfo Terrazas fue el promotor de las opciones ganadoras.
- > Alcalde Raúl Torrealba afirmó que “me esperaba estos resultados”.
- > Rechazo a las modificaciones promedió el 75% de los votos.

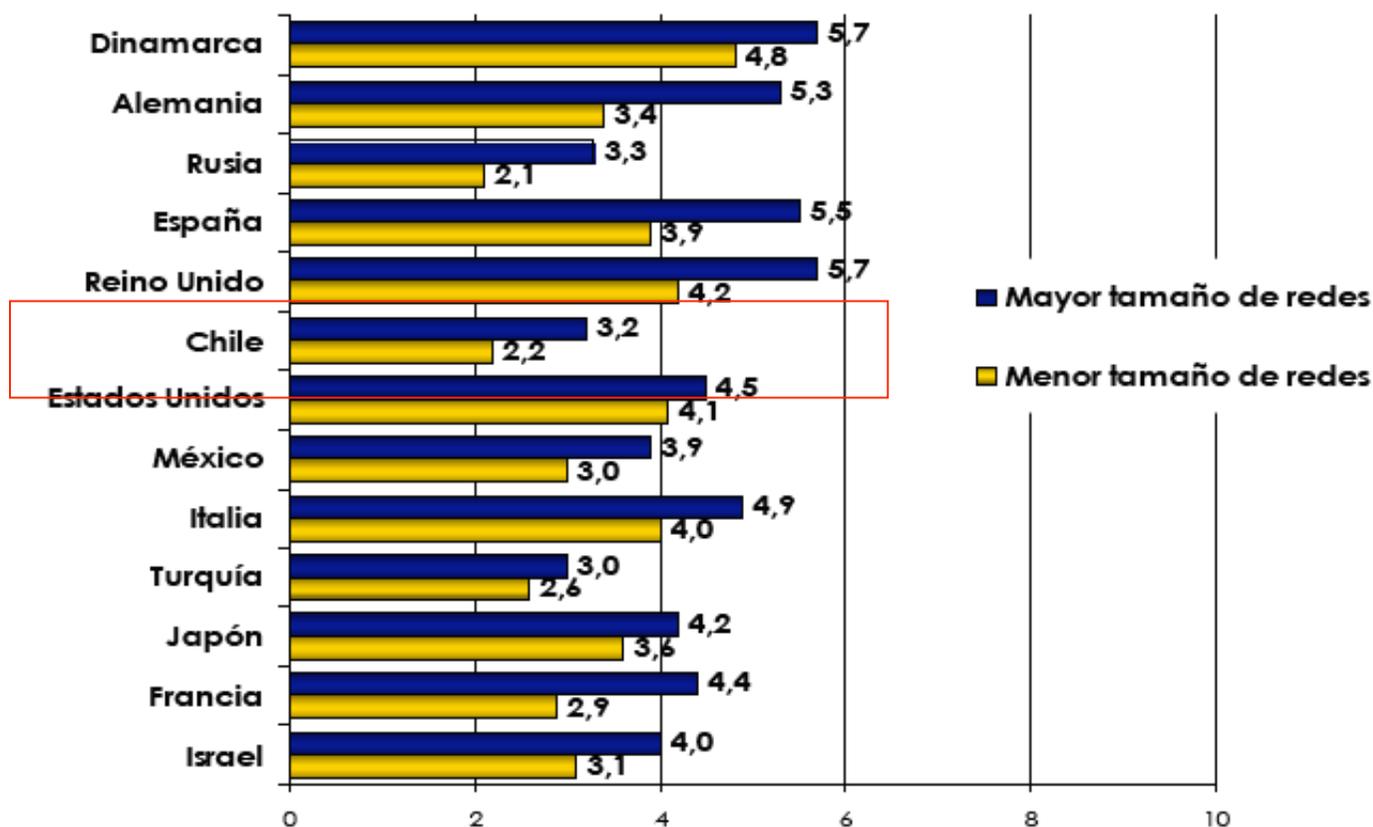


GiroPaís-Subjetiva 2008

**Estrategia** ...diferencia a la nueva clase media

# Redes

**Gráfico 3.2: Percepción de facilidad de pedir ayuda “si tuviera problemas de dinero y necesita que alguien le preste 1,000€” según tamaño de redes personales**  
Media de facilidad en escala de 0 a 10 donde 0 indica que “sería muy difícil” y 10 que “sería muy fácil” (Base: total de casos)

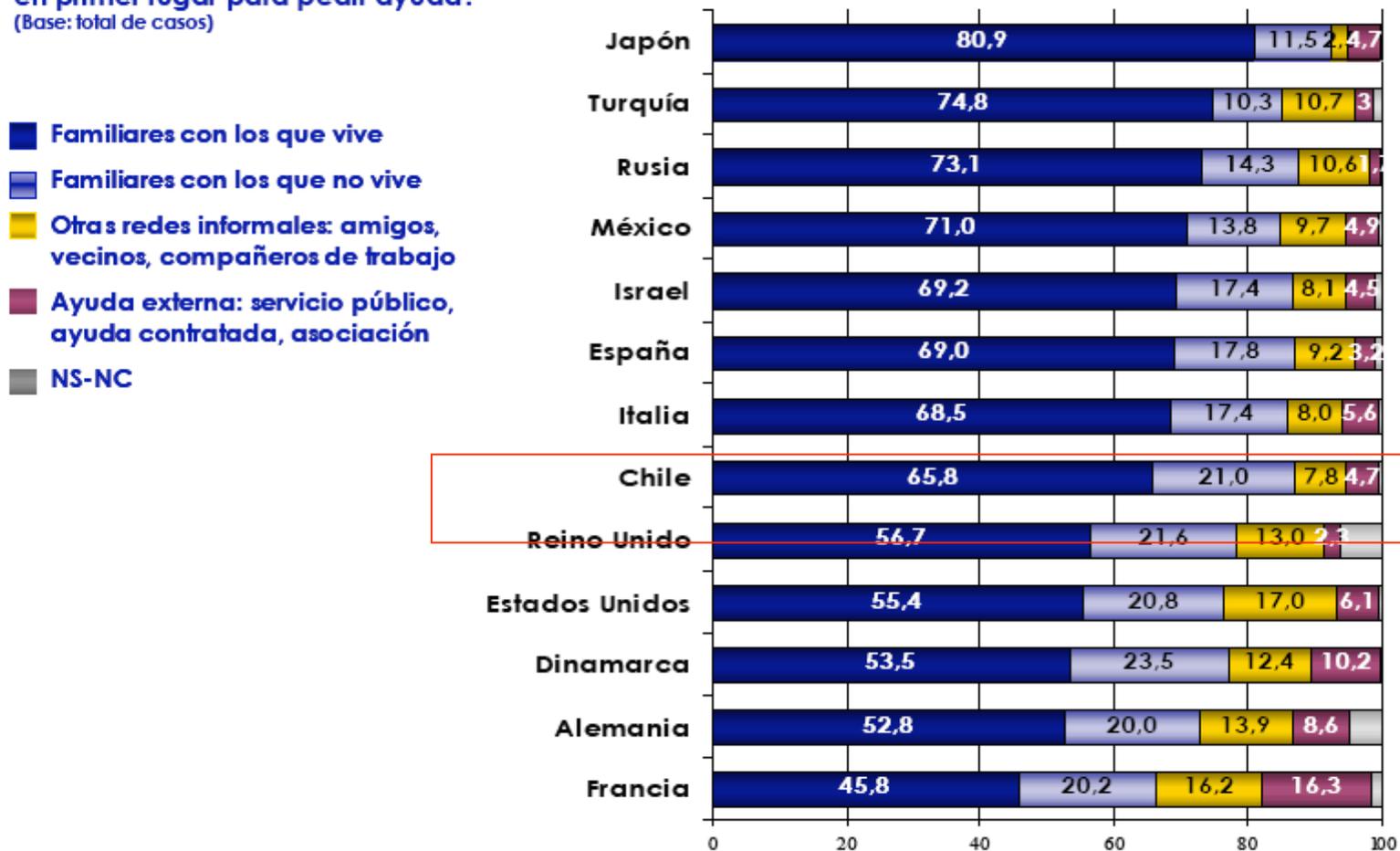


**Fundacion BBVA: Capital Social: confianza., Redes y Asociacionismo en 13 países. 2006**

# Redes

**Gráfico 3.4: Supongamos que debe guardar reposo durante varios meses debido a una enfermedad o accidente. Si necesitara ayuda con las cosas de la casa, compras, entre otras, ¿a quién recurriría en primer lugar para pedir ayuda?**

(Base: total de casos)



**Fundacion BBVA: Capital Social: confianza., Redes y Asocianismo en 13 países. 2006**

Seminario

# ¿Construyendo marcas en tiempos de crisis ?

## Expositores

Rafael Quiroga, Gerente General Acción RSE  
"Sosteniendo iniciativas de RSE en tiempos de crisis"

Luis Hernán Morales, Socio-Director Strategika  
"Construyendo reputación corporativa en tiempos de crisis"

Juan Pablo Tapia, Director Regional de Marketing Activ@mente  
"Optimizando relaciones digitales"

Pablo Muñoz, Director Magister en Comunicación Aplicada UDD  
"Nuevas capacidades para una industria en cambio"



Francisco Fuhrer, Medios Digitales Copesa  
"El negocio de la convergencia de medios"

Sergio España, Investigador Mediática-UDD  
"Reconfiguración del consumo en tiempos de crisis"

Fecha:  
Jueves 19 de marzo 2009  
08:30 - 12:30 hrs

Lugar:  
Universidad del Desarrollo  
Avenida Plaza 700, Las Condes  
Auditorio 114

Consultas e inscripciones:  
Carolina Hargreaves  
chargreaves@udd.cl

Seminario gratuito previa inscripción  
Cupos limitados

# Las empresas desaprovechan la oportunidad construir marcas en un clivaje de crisis

- La **confianza** es *traicionada*, a veces por simples problemas de gestión
- Se desconoce el **poder de las redes** (más allá de lo instrumental). La relación marca-consumidor

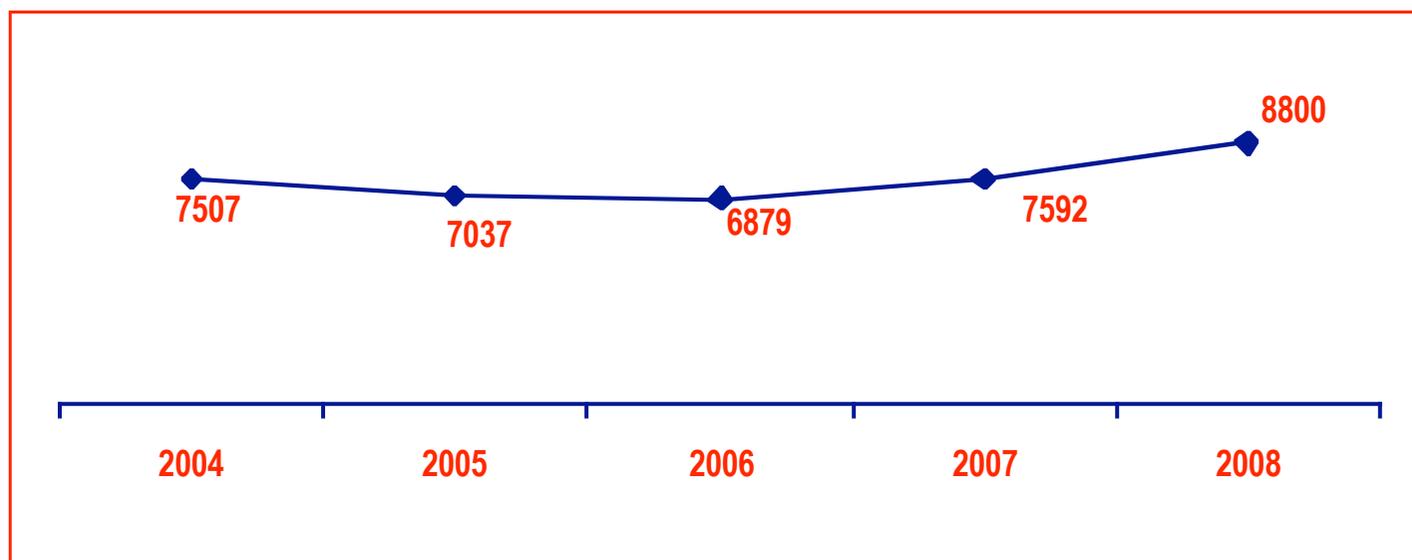
# Las empresas desaprovechan la oportunidad construir marcas en un clivaje de crisis



- 5 indicadores públicos, de organismos independientes
- Sergio@subjetiva.cl

# Las empresas desaprovechan la oportunidad

## Reclamos entidades bancarias



Fuente: SBIF

*“El día 3 de octubre de 2008 .... ingresé mi tarjeta cuenta cte vista del BBVA en el cajero n°182 el cual no me dispensó el dinero solicitado, pero fue descontada de mi cuenta la suma de \$50.000, realicé todos los reclamos por los conductos regulares a través del BBVA tanto en forma presencial como telefonica, a la fecha solo obtengo respuesta que debo esperar ya que los bancos tienen un plazo **de 15 días para responder**, mi pregunta es que hago durante esta espera ya que ese dinero estaba destinado a cancelar compromisos básicos que tengo pendientes. **Quién compensa este tipo de robos y las perdidas de tiempo?, los intereses conraídos por no pago de obligaciones?”***

# Las empresas desaprovechan la oportunidad

- Un 71% de los consumidores de Internet conoce la velocidad con que navega.
- El 85% reconoce haber tenido problemas con la velocidad, especialmente en tareas de navegación y cuando descarga música o películas.

Subtel, 2008

# Las empresas desaprovechan la oportunidad

## Informe Reclamos Mercado Asegurador:

- 1.509 reclamos escritos durante primer semestre 2008
- Respecto al segundo semestre de 2007, **se registra un incremento de reclamos de 6,6%**

Fuente: SVS

# Las empresas desaprovechan la oportunidad



El Sernac detectó que 2 locales de venta declararon precios bajos en sus listas y cuando los funcionarios del organismo fueron como incógnitos, los precios eran mayores. En **Di Meiggs** la diferencia llegó a un 25 por ciento y en **Lápiz López** un 95 por ciento. **Teletrece**

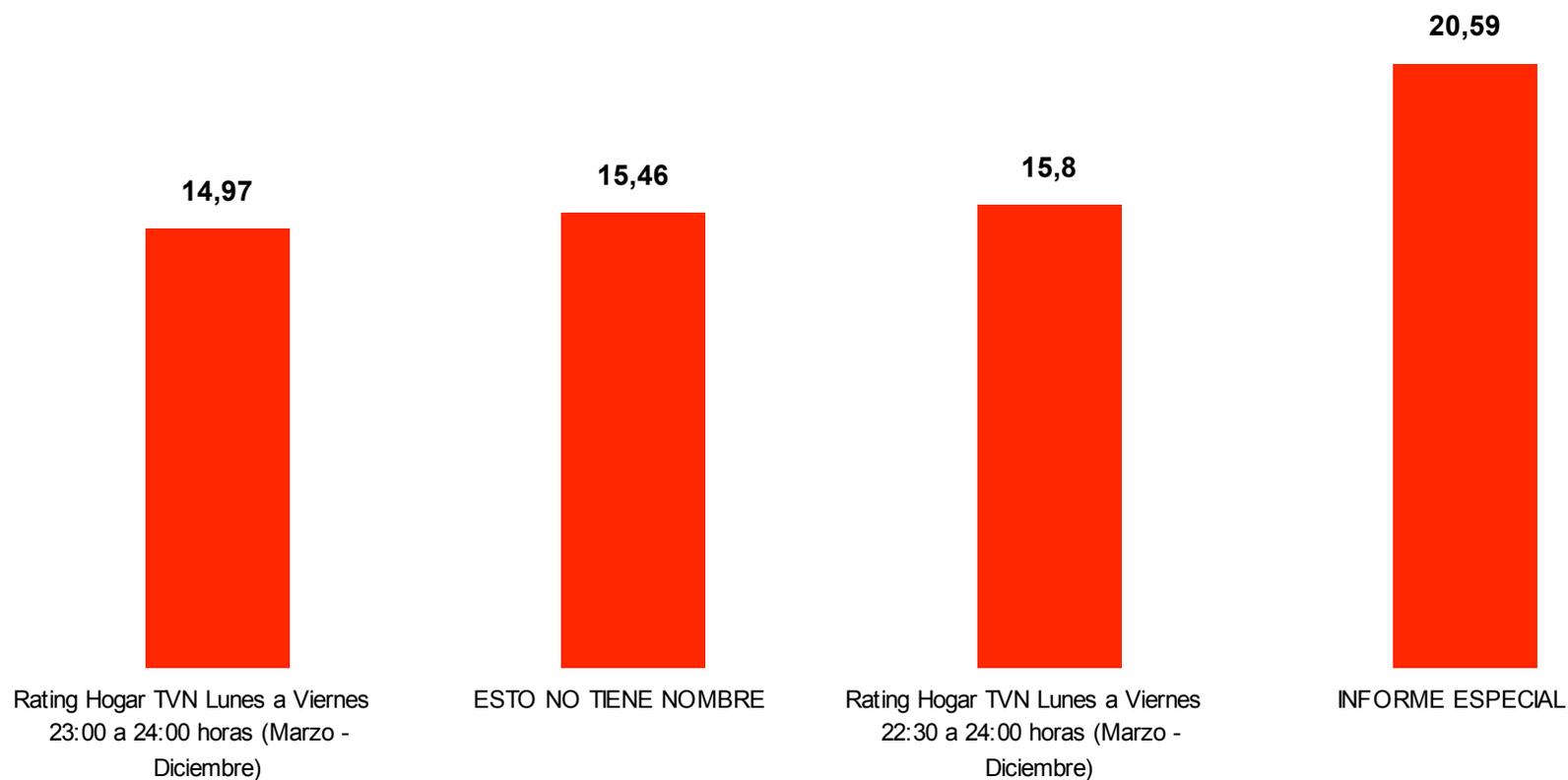
# Las empresas desaprovechan la oportunidad



En conversación con La Gran Mañana Interactiva de Radio Agricultura, el gerente general de ForexChile, **Cristóbal Forno**, recomendó fijarse en el valor de la UF por metro cuadrado antes de decidirse por un proyecto inmobiliario, esto en el marco del acuerdo de venta masiva de 53 proyectos anunciados para este fin de semana.

A juicio de Forno, “fui a varios proyectos a analizar y me encontré que los descuentos no alcanzaban a ser atractivos cuando uno analizaba el valor por metro cuadrado”.

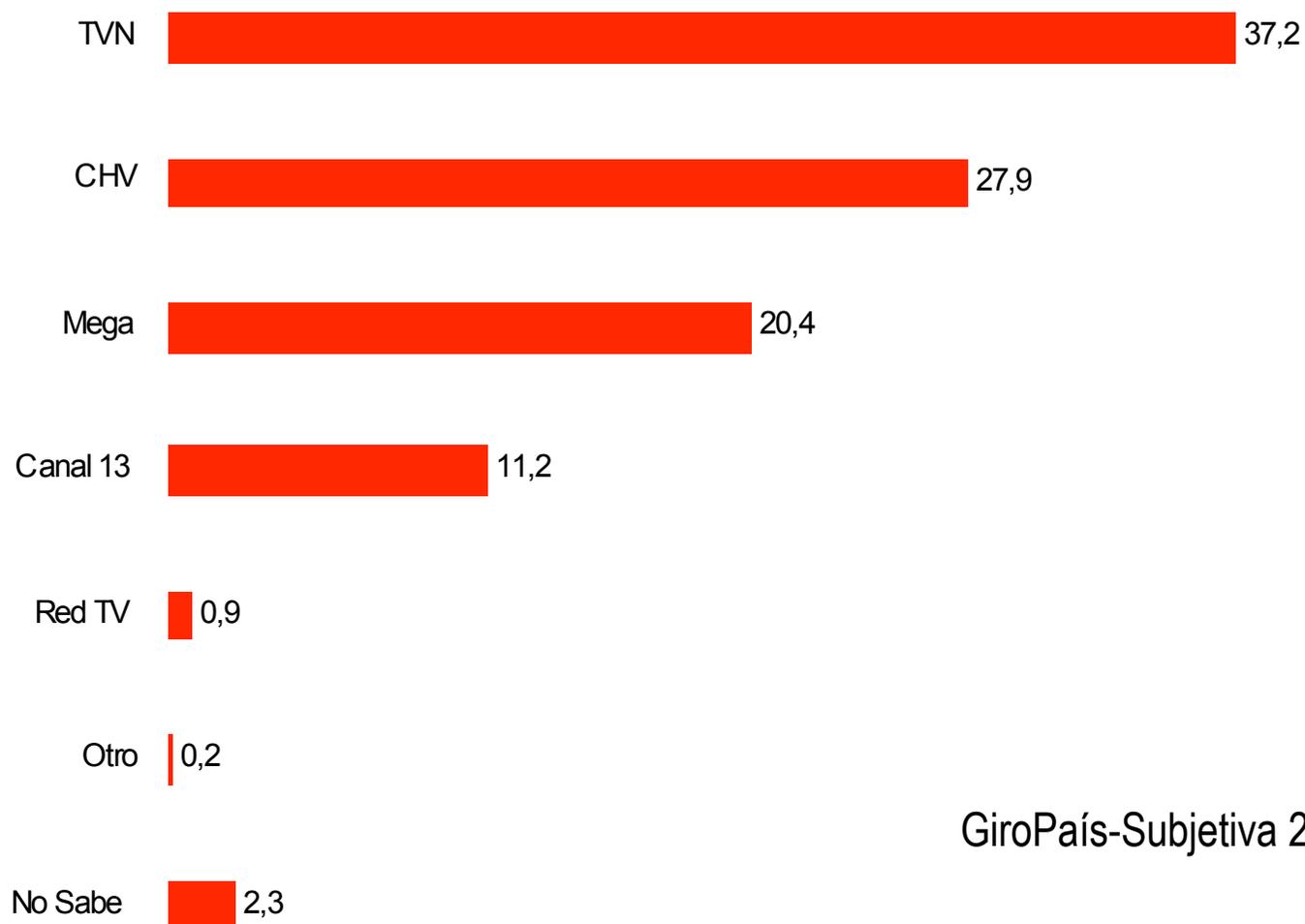
# Los medios aprovechan la oportunidad



Fuente: Gerencia de Estudios TVN

# Los medios aprovechan la oportunidad

Quienes dijeron Televisión (62,3%) ¿Qué canal elegiría para hacer la denuncia?



GiroPaís-Subjetiva 2008

# Desafío

**¿Cómo se construye la relación de confianza entre marca y consumidores, pero desde una perspectiva **social** (no individual)?**