

# Congreso Marketing 2016: Ojos que miran

Roberto Méndez  
GfK Adimark

## Icare

12 mayo, 2016



The background of the entire image is an aerial, top-down view of a crowded public space, likely a shopping mall or transit hub. The floor is made of light-colored, square tiles. Numerous people of various ages and ethnicities are seen walking, standing, and interacting. Some are pushing strollers, and others are carrying bags. The scene is captured from a high angle, providing a clear view of the movement and density of the crowd. Two large, semi-transparent orange circles are overlaid on the image, each containing white text. The first circle is on the left side, and the second is on the right side. The overall atmosphere is one of a busy, active environment.

**Ojos que miran:  
“Una mirada  
al alma de Chile”  
(2005-2015)**

**2005:  
Un momento de  
optimismo  
rampante**

**“Tenemos hoy, por fin, una Constitución democrática, acorde con el espíritu de Chile, del alma permanente de Chile”, ex Presidente Ricardo Lagos, 17 de septiembre de 2005.**

**2005: Un momento de optimismo rampante**

*Firma Constitución 2005*

PALACIO DE LA MONEDA

17 de septiembre de 2005

Se cumplían  
15 años en democracia

Ingreso per cápita  
llegaba a US\$12.000  
duplicando al de  
1990

Pobreza  
se había reducido  
desde 40 %  
en 1989  
hasta 14%  
(Casen 2006)

## El mágico 2005

La aparición de una  
nueva Clase Media era  
ya evidente

Pinochet en arresto  
domiciliario,  
muere al año siguiente  
(2006)

Ricardo Lagos terminaba  
su mandato  
con 60% de aprobación.  
(CEP Sept 2005).

Se inauguraba  
la  
Costanera Norte

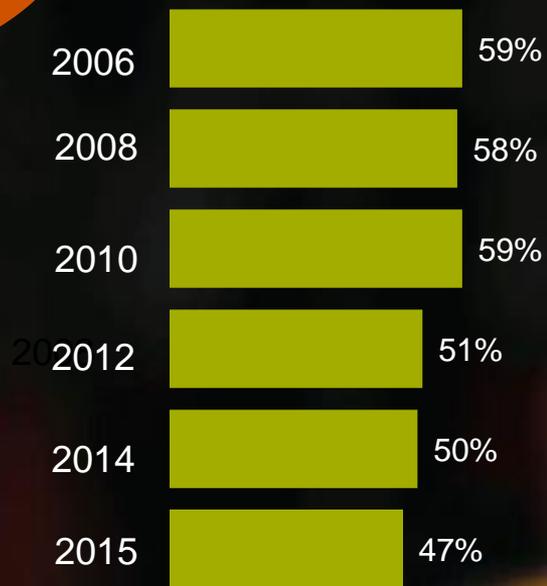
*Firma Constitución 2005*  
PALACIO DE LA MONEDA  
2005

The background of the entire image is an aerial, top-down view of a large, crowded public space, likely a shopping mall or transit hub. The floor is made of light-colored, square tiles. Numerous people of various ages and ethnicities are seen walking, standing, and interacting. Some are pushing strollers, and others are carrying bags. The overall atmosphere is one of a busy, populated environment.

**Diez años despues,  
todo está en duda**

**El peor momento  
en el ánimo nacional  
en muchos años**

**Pensando en diez años más,  
¿seremos un país desarrollado?**



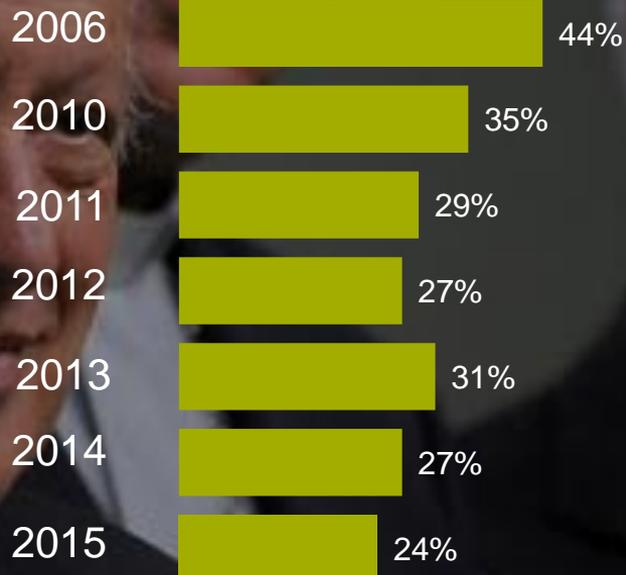


**Las confianzas  
se han deteriorado,  
todas**

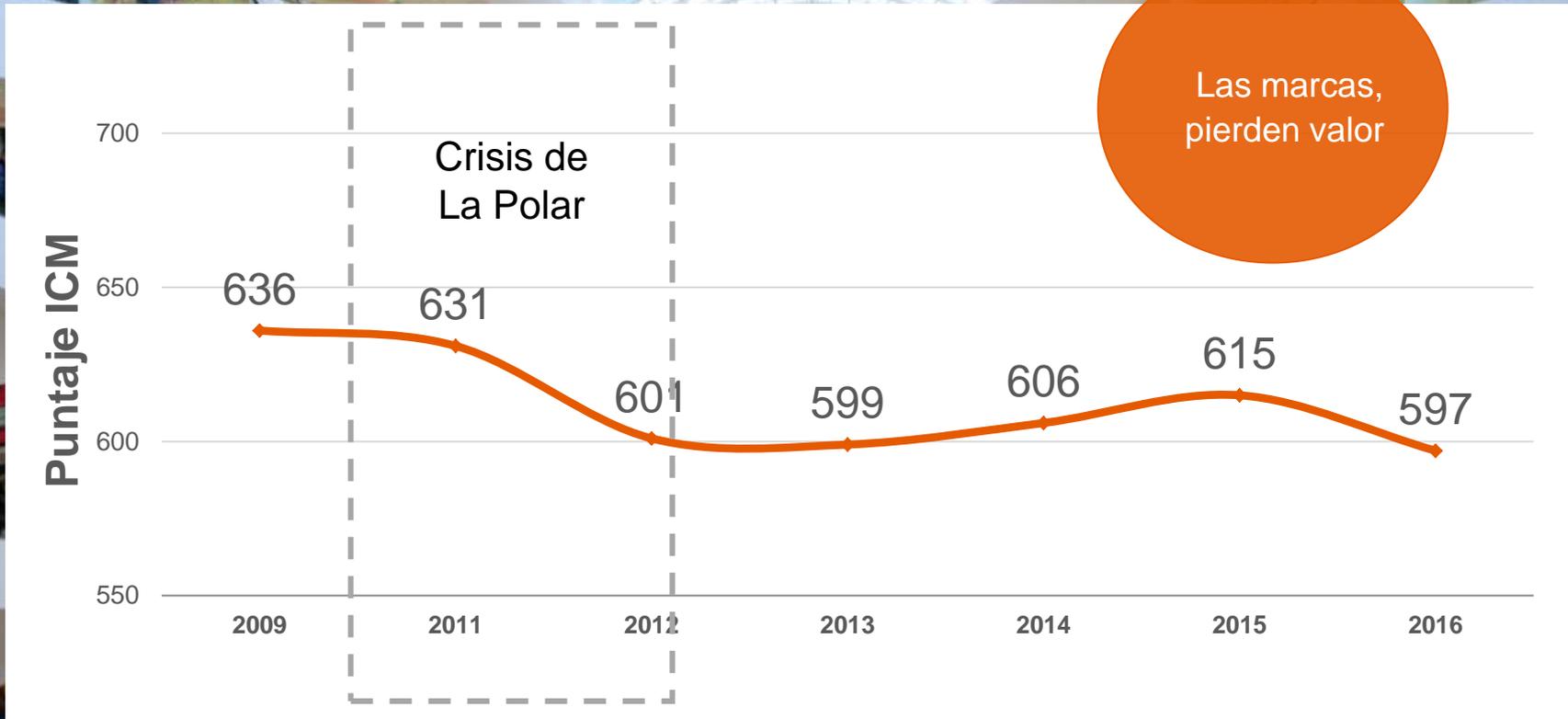
# Confianza en la Iglesia Católica

Base total muestra

% Mucha confianza + % Bastante confianza



# Evolución ICM. Todas las Marcas (468 marcas)

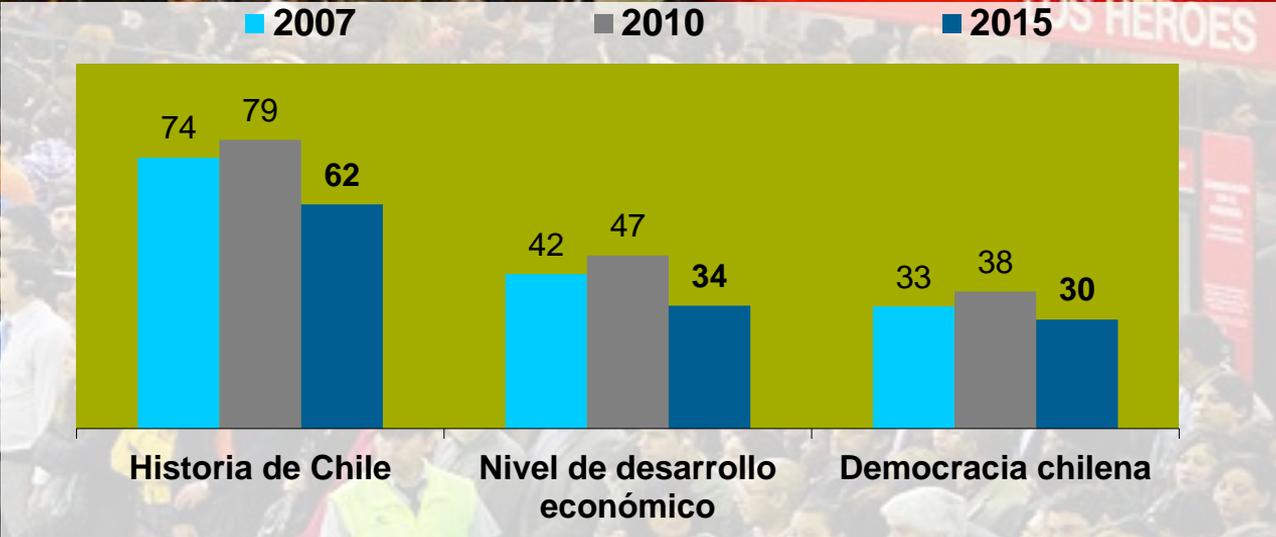
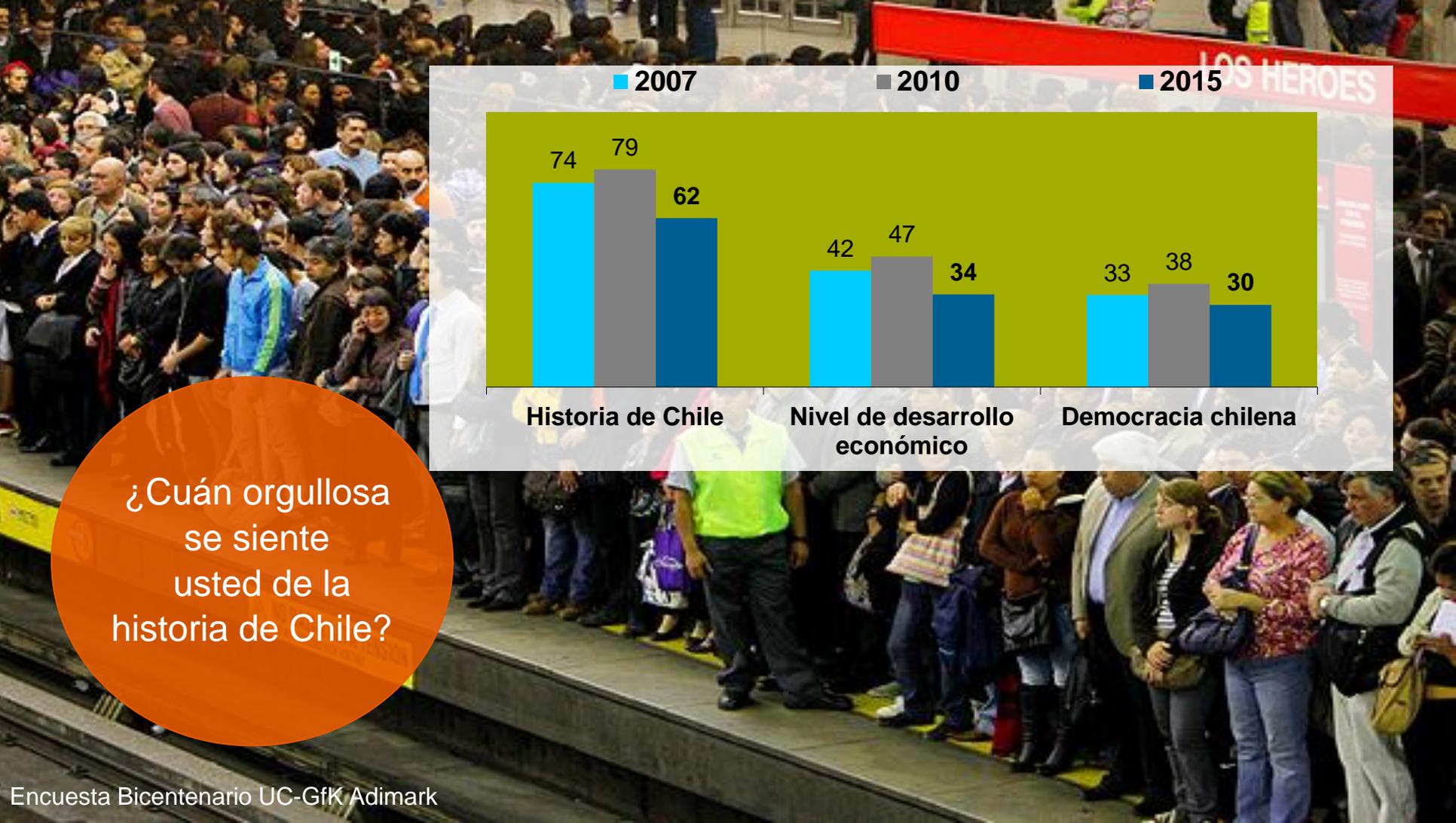




LOS HEROES

EMERGENCIA

NO BAJAR ALTA TENSION  
DO NOT TOUCH HIGH VOLTAGE



¿Cuán orgullosa se siente usted de la historia de Chile?



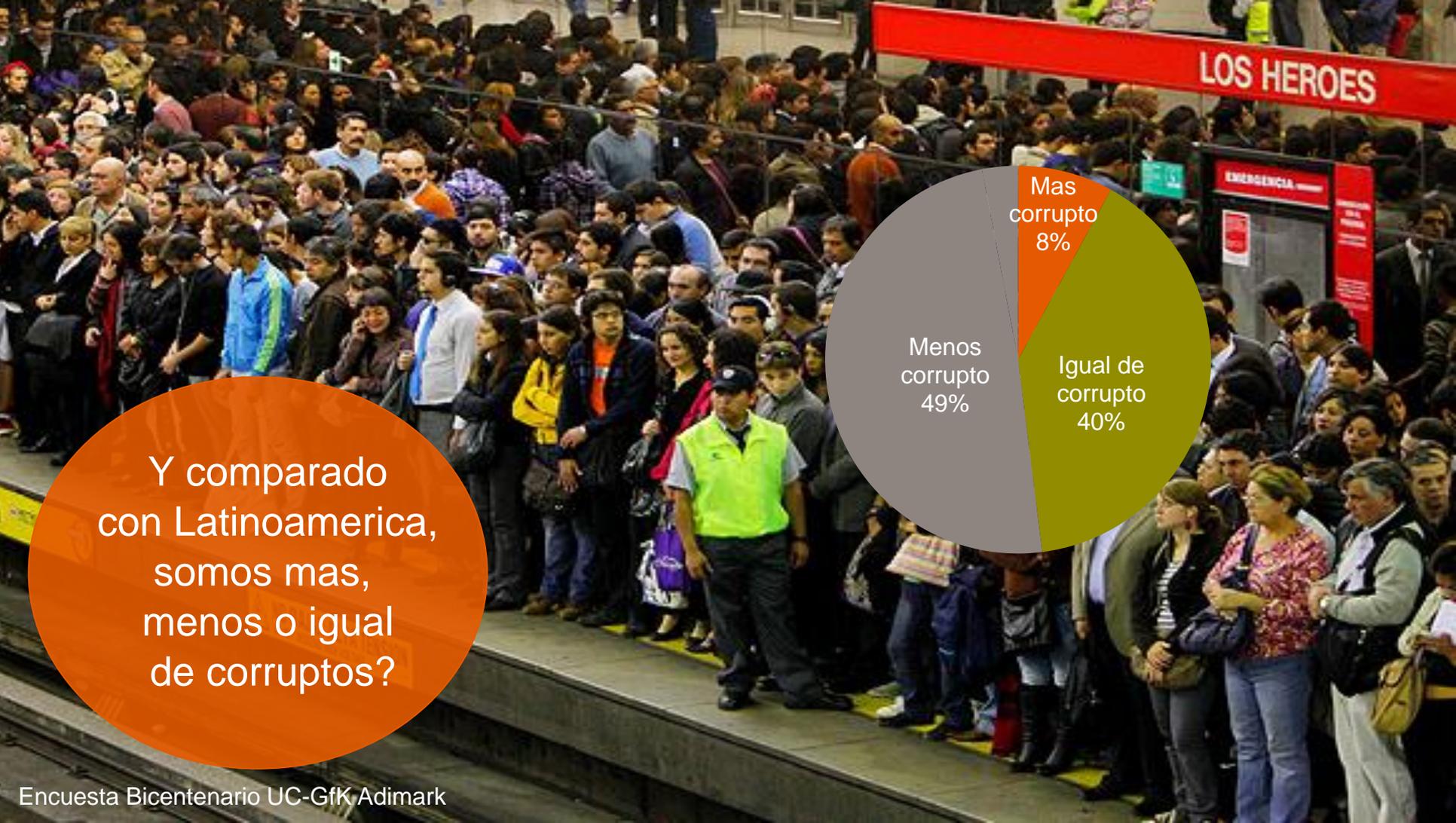
LOS HEROES

EMERGENCIA

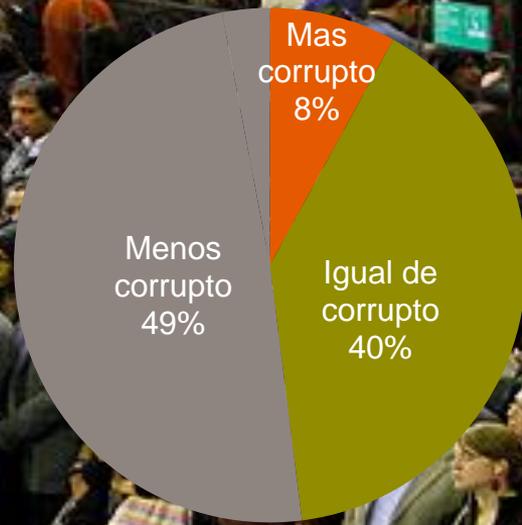
No  
20%

Si  
80%

Actualmente,  
¿ud diría  
que Chile es  
un país  
corrupto?



Y comparado con Latinoamerica, somos mas, menos o igual de corruptos?





Una sociedad  
mas hostil



“De acuerdo”

2006

48%

2015

24%

¿En general,  
los inmigrantes  
extranjeros  
le han hecho bien  
a la economía  
chilena?



Mas aislados

¿Cuántos amigos cercanos tiene usted?

Promedio amigos

2006 4,3

2011 3,6

2015 2,5

A young woman with long brown hair, wearing a dark blue sweater, is sitting at a desk and looking at a laptop screen. She has her hand resting on her chin, appearing thoughtful or focused. The background shows a window with a view of a building and a car. An orange circular graphic is overlaid on the image, containing text.

Desde 2005,  
profundos cambios  
culturales  
y en  
estilo de vida



“El matrimonio  
es un compromiso  
para toda  
la vida”

% “De acuerdo”

2006 77%

2008 70%

2010 69%

2011 66%

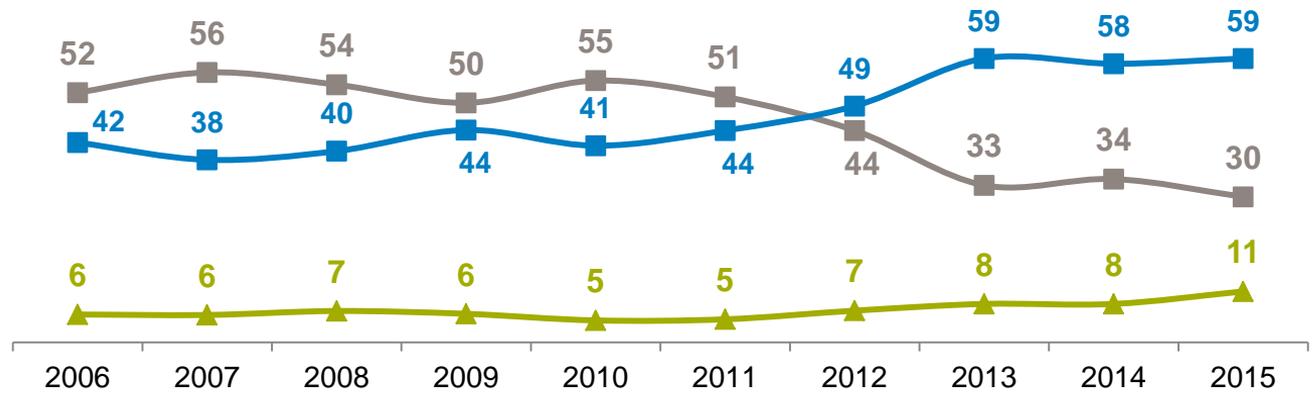
2013 56%

2014 63%

2015 51%

“La mujer tiene el derecho a hacerse un aborto”

■ No, bajo ninguna circunstancia      ■ Si, sólo bajo alguna circunstancia  
▲ Si, bajo cualquier circunstancia





Cambios en la  
vida diaria:  
Roles en trabajo  
doméstico

¿Cuáles de estas actividades ha realizado en los últimos 3 meses?  
(Hombres, 15+)

Chile 3D, 2016





Actividad empresarial,  
el marketing,  
en un momento de  
perplejidad

- Pesimismo y temor
- Desaceleración económica
- Tecnología, redes sociales,
- La economía compartida
- El “Big Data”
- Cambio cultural
- Nuevos estilos de vida

Es muy fácil  
cometer errores

Desafío:  
Nuevos estilos  
de vida



Reconocimiento a Catalina Correia  
de GfK Adimark, por el trabajo de encontrar  
y procesar estas historias

17 de enero de 2016,  
Un aviso... inofensivo

PUBLICIDAD REPORTAJE



## Utensilios y limpiadores Clorox, la pareja ideal para la mujer de hoy

La mujer actual es multidimensional y busca que su vida esté en cada cosa que realiza, dentro y fuera de su casa. Sin embargo, en este lugar donde están sus afectos y su familia, quiere protegerlos y sentir que su hogar es un reflejo de esa preocupación y su personalidad, es un valor universal. Lo que ella quiere es que lograr una higiene garantizada, una limpieza profunda y una desinfección a toda prueba para cada espacio, es una de las mayores satisfacciones para la mujer moderna, que cada vez tiene menos tiempo y busca disfrutar cada tarea y momento junto a los suyos. Y qué mejor cuando se tiene toda una línea de productos que respaldan ese deseo de manera fácil y sencilla, pero con toda la tecnología e innovación de quienes saben del tema. Para esa mujer Clorox presenta las nuevas parejas de utensilios y limpiadores, elementos básicos en su canasta y fiel muestra de lo que con los avances que conseguirán que su casa quede impecable, como a ella le gusta, y haciendo que su rutina de limpieza sea más efectiva y rápida.



### Trapero de Algodón Clorox + Cloro Clorox Tradicional

- Es un 20% más absorbente que un trapero o paño de piso tradicional, resistente al uso de cloro diluido y remueve 2 veces más suciedad de tus pisos usando Cloro Clorox Tradicional.

Revista Mujer de La Tercera

# En minutos....arde Twitter



**Lau**

@nenanerd



Seguir

Falta de respeto descomunal y machista! En revista Mujer de @latercera váyanse a la chucha @Clorox

17:46 - 17 ene 2016



57



14

Twitter: 17 de enero, 2016

# En minutos....arde Twitter



**Paz Zarate** @pyz30

¿La "PAREJA IDEAL DE LA MUJER DE HOY" es una botella de @Clorox?

¿En qué caverna viven estos publicistas/dueños?

Twitter: 17 de enero, 2016

# En minutos....arde Twitter



**Kurt**  
@D4MON



Vi lo de Clorox, igual es una buena publicidad. Para 1938 claro  
18:55 - 17 ene 2016

  4  1

Twitter: 17 de enero, 2016

Luego entran otros, más conocidos...



**Marcela Sabat** ✓

@MarceSabat



 Seguir

"Gracias" a [#Clorox](#) por al fin derribar el mito del "príncipe azul" que nos impuso Disney a muchas... [#VERGONZOSO](#)

Twitter: 17 de enero, 2016

Y otros....



**Mónica Rincón**

@tv\_monica

 Seguir

Publicidad anacrónica, irresponsable y un insulto para mujeres y hombres Así no Srs de Clorox Literalmente: destiñen [twitter.com/pyz30/status/6...](https://twitter.com/pyz30/status/6...)

20:51 - 17 ene 2016

  102  46

Twitter: 17 de enero, 2016

# En 24 horas, Clorox era tema nacional

## Gobierno condena polémico anuncio: "La publicidad de aseo no es para las mujeres"

18

ENERO  
2016

POR 24HORAS.CL TVN

La ministra del Sernam, Claudia Pascual, repudió la publicidad aparecida este fin de semana de la marca Clorox, en donde afirman que sus productos representan "la pareja ideal para la mujer de hoy".

Twitter Compartir 0 Facebook Compartir 157



# Clorox, finalmente (48 horas), pide disculpas



Clorox Chile  
Comunicado Clorox Chile

Ante la publicación de un publi-reportaje de Clorox el pasado domingo 17 de enero, y las reacciones adversas generadas a partir de ello, Clorox Chile desea informar lo siguiente a la opinión pública:

- 1.- Nuestra Compañía lamenta profundamente y se hace responsable de los errores conceptuales contenidos en algunas expresiones del mensaje. Entendemos el malestar causado, y lo compartimos.
- 2.- Nuestro único propósito era destacar la eficiencia de nuestros productos destinados a los hogares en Chile. El texto del mensaje referido, no representa el sentir de la empresa ni de las personas que trabajamos en ella, ni forma parte de ninguna estrategia comercial ni comunicacional de nuestras marcas.
- 3.- Nuestra compañía tiene políticas internas y procedimientos relativos a la revisión y aprobación de todas sus comunicaciones. Desafortunadamente, y por un error humano, este mensaje no se ha ajustado a dichos estándares.
- 4.- Clorox Chile está comprometido con sus consumidores chilenos y su misión es ser referente de la limpieza y desinfección del hogar.

Nuevamente lamentamos lo ocurrido e informamos que ya se han adoptado todas las medidas para sacar de circulación el mensaje.

Clorox Chile S.A

Fotos de la biografía · 20 de enero ·

Ver en tamaño grande · Más opciones

Lo sentimos y lamentamos  
profundamente el error.



Desafío:  
El delicado respeto  
a la diversidad



10 de diciembre de 2015,  
Sparta hace una “sugerencia” para  
Navidad.

Deportes de El Mercurio,  
10 de diciembre, 2015



## Las reacciones en Twitter



**Belén Vázquez**

@\_\_labikina



Brutal esta wea. El publicista debe ser un musculin, porque si no, no me explico cómo... #Sparta #librossinimpuestos

12:07 - 10 dic 2015



Twitter: 10 de diciembre, 2015

## Las reacciones en Twitter



**Villalobos**  
@esprobable



"Canvia leer por hanavolicos perrito ke honda papa"  
Sparta

12:25 - 10 dic 2015

← ↻ 2 ❤ 1

Twitter: 10 de diciembre, 2015

## Las reacciones en Twitter



**Alejandro**

@Janno\_Montano



Seguir

Quizá el mensaje de Sparta se refiere a que dejen de leer  
Twitter y muevan la raja 😡

13:36 - 10 dic 2015

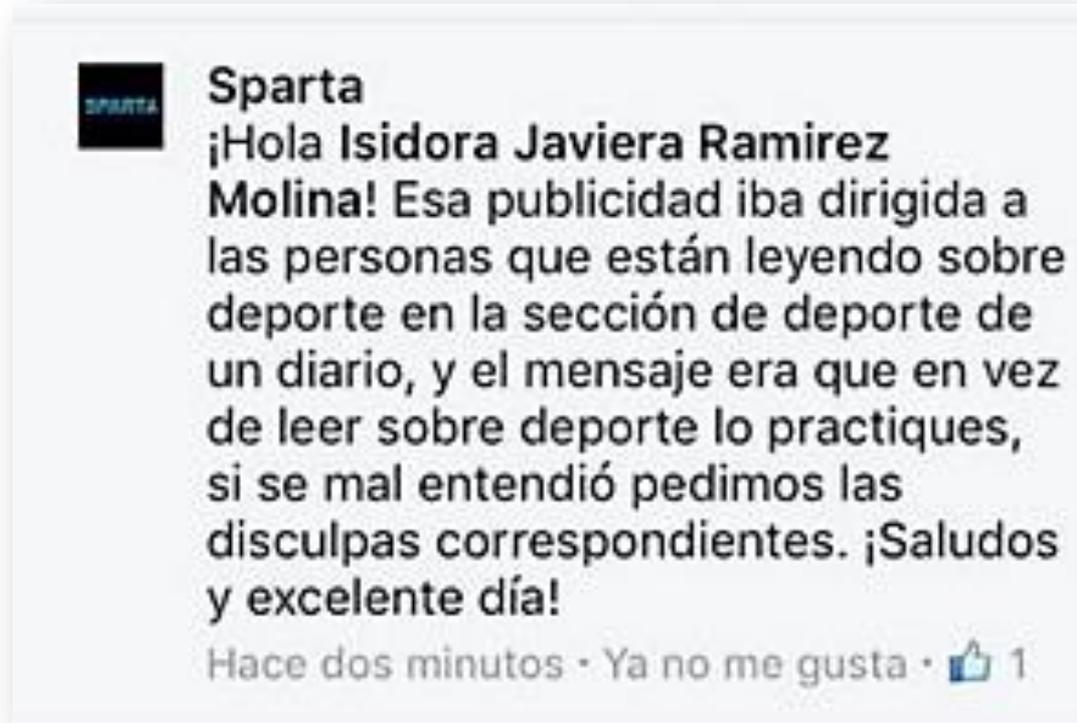


3



9

## Un día después, la reacción de Sparta



Facebook:  
11 de diciembre, 2015.

Los valores



El 3 marzo de 2016, Whole Foods “innova”:  
Naranjas frescas pre-peladas, envasadas.



## Las burlas en las redes sociales son feroces: Un producto considerado “inútil” y contrario a los valores de la marca.



**Nathalie Gordon**  
@awliinatty



 Seguir

If only nature would find a way to cover these oranges so we didn't need to waste so much plastic on them.

 Ver traducción

Twitter: 3 de marzo, 2016

## Las burlas en las redes sociales son feroces: Un producto considerado “inútil” y contrario a los valores de la marca.



**Swiftie Be** ✓  
@StephanieBe

 Follow

@awliinatty Fucking hell. That makes me unbelievably angry actually. Talk about necessarily contributing to plastic taking over the planet.

3:28 PM - 3 Mar 2016

Twitter: 3 de marzo, 2016

# Whole Foods reaccionó, el mismo día



**Whole Foods Market** 

@WholeFoods

 Seguir

@awllinnatty Definitely our mistake. These have been pulled. We hear you, and we will leave them in their natural packaging: the peel.

12:42 - 3 mar 2016



364



851

Twitter: 3 de marzo, 2016

Aprendizaje:  
La publicidad es  
comunicación  
en dos direcciones



**El 14 de febrero de 2016, día de los enamorados, Adidas sube este aviso.**

Instagram:  
14 de febrero, 2016



Las reacciones fueron intensamente adversas



azemann

5h

WTF ADIDAS???? THIS DAY IS FOR  
BOY AND GIRL, WHEN THEY ARE  
COUPLE. NOT FOR LESBIANS, STUPID  
ADIDAS 🙄🙄 @adidas

Instagram: 14 de febrero, 2016

Las reacciones fueron intensamente adversas



americanhero123

4h

Shame on you adidas !!!! I'm going to  
Nike now 🤬👎

Instagram: 14 de febrero, 2016

## La categórica respuesta de Adidas:



adidas

5h

@azemann No, this day is for LOVE.  
Happy Valentine's Day 🍷

## El cambio fue inmediato



**bright**

@laurmaniscarey



I'm so proud i choose the right brand

9:37 PM - 14 Feb 2016



1,118



1,310

## El cambio fue inmediato



**SonicBoon** @SonicBoon · 16 feb.

Bravo. Go get em, @adidas! #love #equality #equality4all #Valentines  
[nbcnews.com/tech/tech-news...](http://nbcnews.com/tech/tech-news...)

Twitter: 16 de febrero, 2016

## El cambio fue inmediato



**Callum Reuben** @CallumReuben · 15 feb.

Thankyou @adidas for having the courage to show **Valentines** Day is for everyone! 🌈❤️💋🍒 #adidas #Instagram #loveislove  
[instagram.com/p/BBwiTwdynQO/](https://www.instagram.com/p/BBwiTwdynQO/)



**Katy Campbell** @katythetechie · 15 feb.

It's really great to see @adidas using a same-sex couple for their #**Valentines** post on #Instagram. #lovewins



**Ryan Liddicoatt** @RyLiddicoatt · 16 feb.

Awesome ad by **Adidas**. **Valentines** Day is a day about love. Love in every shape and every form.



A man in a dark pinstriped suit and white shirt is looking down at a black tablet computer he is holding with both hands. He is standing outdoors on a balcony or walkway with a metal railing. The background shows a modern building with large windows and a bright sky. An orange circle is overlaid on the left side of the image, containing white text.

Aprendizaje 2 :  
La “respuesta”  
de Adidas  
fue la mejor parte  
de la campaña

La publicidad es hoy  
una conversación

El publicista  
no hace publicidad,  
si no “propone”  
temas de  
conversación



**El 5 de octubre de 2015, Campbell's lanzó una campaña con una familia... especial (#realreallife)**



Youtube: 5 de octubre, 2015

## La campaña fue violentamente criticada



**Jess Hicks** ▶ **Campbell's Kitchen** ✓

29 mins · 🌐

I'm so sick of this Homeosexual agenda, You sell soup, not but sex! Please take your ad down or you will not have a company anymore!

👍 Like

💬 Comment

➦ Share

# La campaña fue violentamente criticada

**Kim**

▶ **Campbell's**

3 hrs · Henderson, TN · 

Your new commercial with the 2 dads makes me sick.

11 Comments



 Like

 Comment

 Share

Facebook: 10 de noviembre de 2015

## Campell's respondió, y lo hizo agresivamente

Chronological ▾

 **Customer Service** Hi Kim! If you're feeling sick, we suggest enjoying a delicious can of Campbell's Chicken Noodle Soup. Make sure to enjoy it hot, so that it can help warm up your cold, dead heart.

Hope That Helps!

Facebook: 24 de noviembre de 2015

## Campell's respondió, y lo hizo agresivamente



**Campbells ForHelp** Hello, Jess Hicks! It seems you have somehow mistook two men feeding their child soup as a pornographic film depicting anal stimulation?

My word, Jessica. That is quite the leap. While we at Campbell's Kitchen take pride on being empathetic, we are finding it hard to empathize with your vantage point. Would you just prefer we send you some of our classic tomato soup? It's real soup-er! 😊

Like · Reply ·  9 · 15 mins

## La reacción fue positiva

---



**Barbara** @BRoseWrites · 21 feb.



I genuinely want to buy some **Campbell's** soup because of this **gay** dads quoting Star Wars ad. I am so easy.



En respuesta a Campbell's



**Gail Anderson** @boobobabies · 18 dic. 2015



@Campbells Never cared much for your product (have high B/P, so soup is bad for me) until you supported **gay** rights. Love your attitude!



2



3



[Ver conversación](#)

A photograph of a traffic jam on a city street. In the foreground, several cars are stopped. The car in the center has a sign on its rear window that reads "LET'S GO NO + UBER". A person in a bright green safety vest is standing between the cars. In the background, there are trees and a traffic light showing a green light. Two large orange circles are overlaid on the image, containing text.

La tecnología amenaza  
muchas industrias  
tradicionales

Taxis, Diarios, Television,  
Hoteles, Publicistas,  
Encuestadores,  
Bancos



El 33% de  
jóvenes (14-17)  
no ve TV abierta, nunca  
(Accenture 2014,  
24 países)

En 2013,  
los suscriptores  
de TV Cable  
disminuyeron, en USA,  
por primera vez  
en la historia

El 80% de las ventas  
por internet en China  
se hacen sin intervención  
de un banco.

La tecnología destruye industrias, pero también las reinventa: el mercado de la música



Napster fue demandado por la RIAA por su accionar considerado "pirata"

En 1999 Napster fue el primer intento de "sharing economy" de internet

Después de un juicio, Napster fue multado y obligado a cerrar.



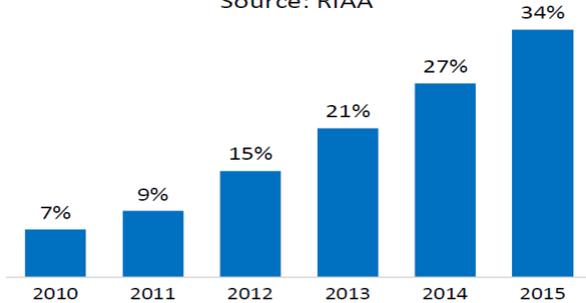
Pero la tecnología  
siguió avanzando,  
los “MP3” son hoy  
una curiosidad  
histórica

La gente dejó de  
“tener” música,  
ahora “accede” a  
“toda la música”  
(streaming)



## Proportion of Total US Music Revenues From Streaming

Source: RIAA



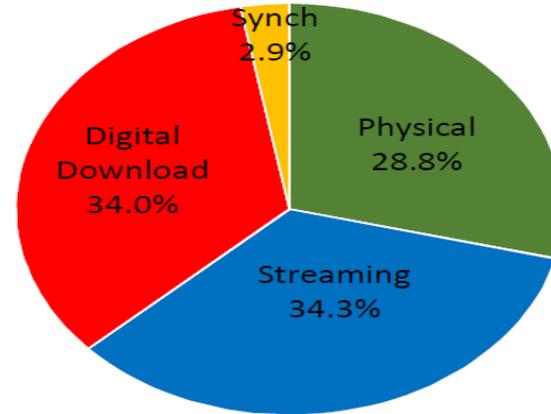
The streaming category includes revenues from subscription services (such as paid versions of Spotify, TIDAL, and Apple Music, [among others](#)), streaming radio service revenues that are distributed by SoundExchange (like Pandora, SiriusXM, and other Internet radio), and other non-subscription on-demand streaming services (such as YouTube, Vevo, and ad-supported Spotify).

## Strategic Data Analysis, RIAA

Figure 2

### US Revenues 2015

Source: RIAA



 Spotify

 MUSIC

 TIDAL

The background of the entire image is an aerial, top-down view of a busy public space, likely a shopping mall or transit hub. The floor is made of light-colored, large square tiles. Numerous people of various ages and ethnicities are seen walking, standing, and interacting. Some are pushing strollers, others are carrying bags. On the right side, a staircase with a metal railing is visible, with several people ascending or descending. The overall atmosphere is one of a densely populated, active environment.

Todo lo que hacemos  
en el mundo digital,  
deja una huella  
(un dato)  
el “Big Data”

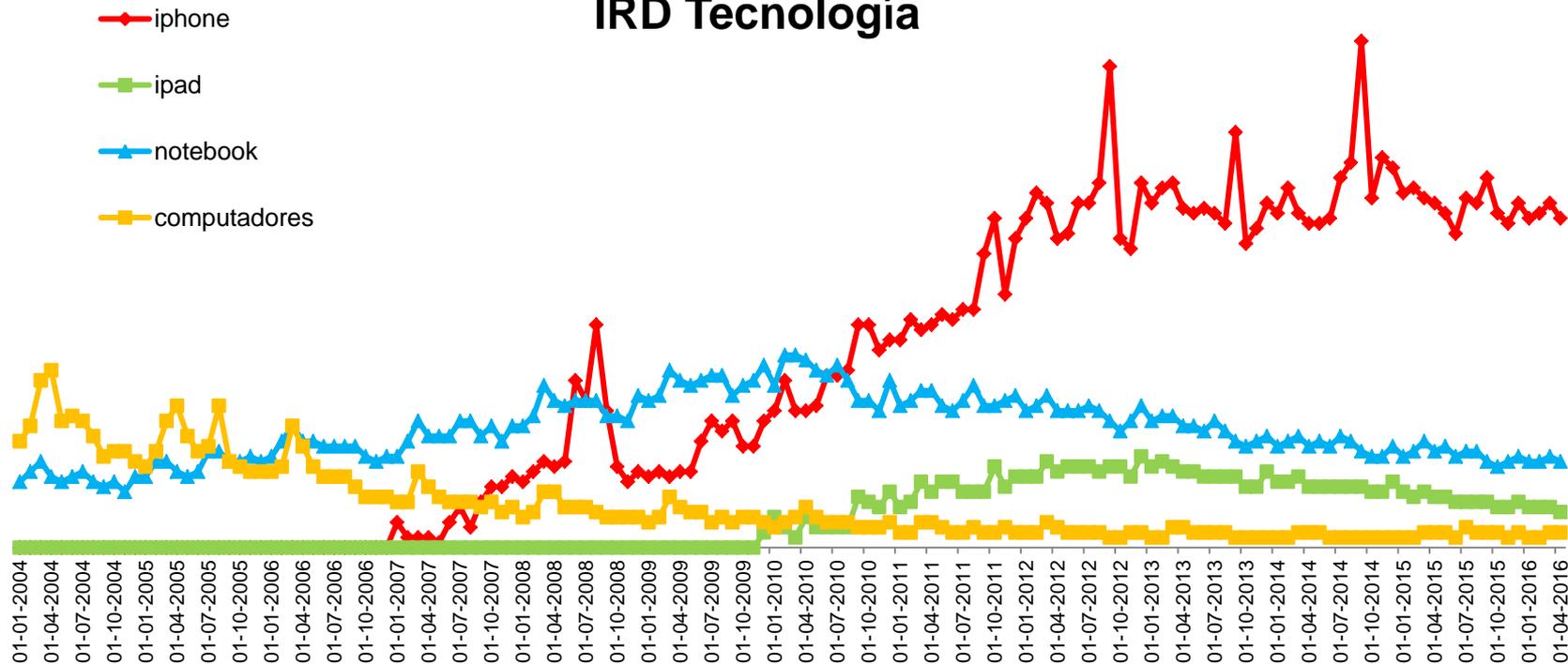
**Quando el  
consumidor  
está interesado en una  
categoría  
¡primero busca!**



**Ej. Los ciclos de la  
tecnología masiva  
¡pueden rastrearse!**

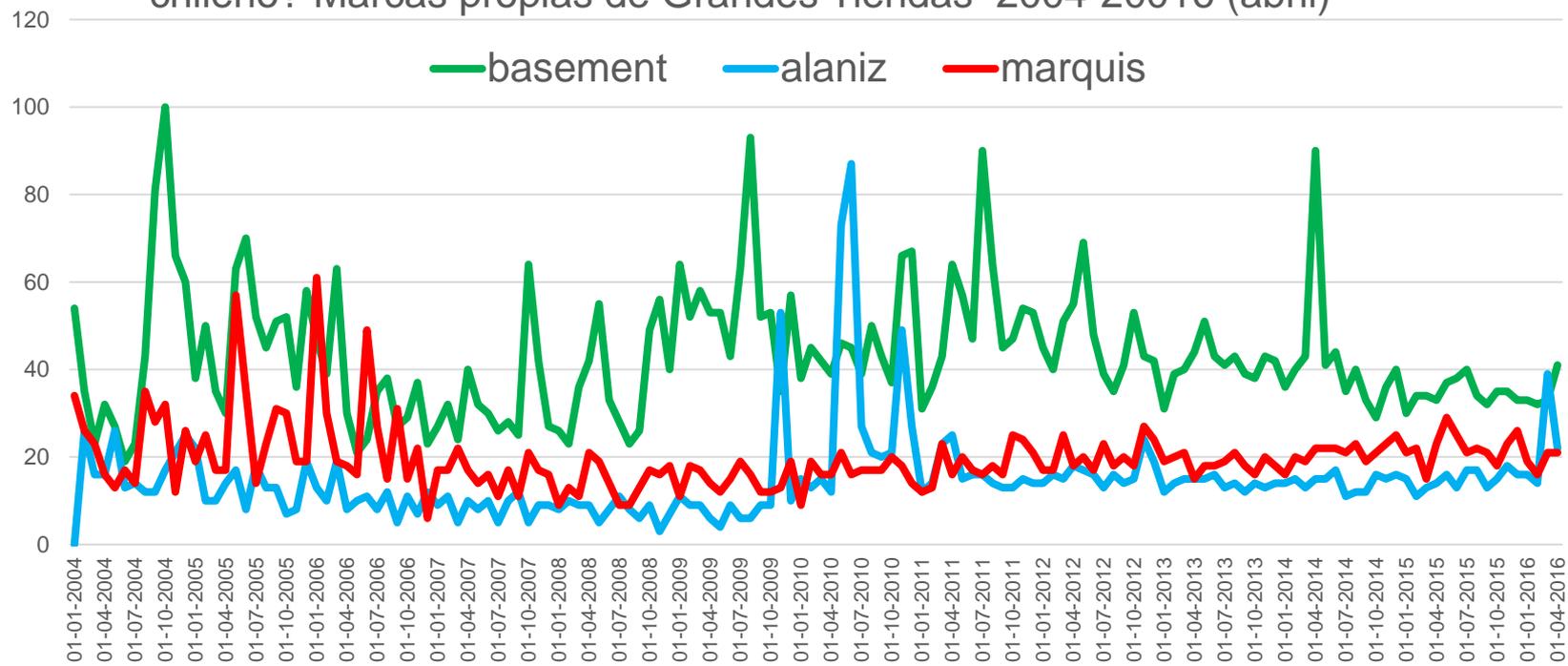
# Registro digital productos de tecnología, Chile, 2004-2016

## IRD Tecnología

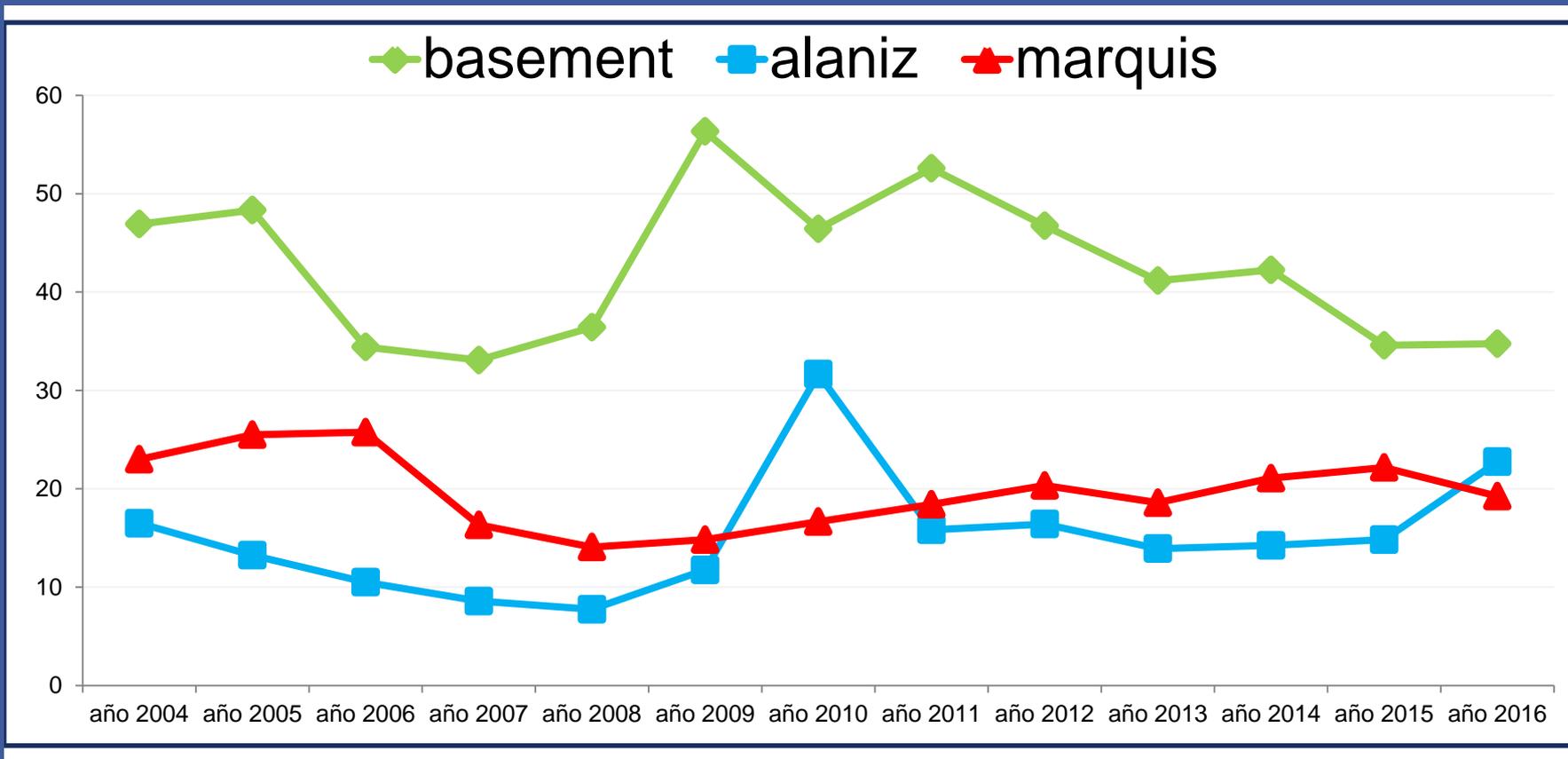


# Registro Digital (Big Data) Vestuario Femenino Chile 2014-2016

¿Qué está pasando con vestuario femenino (Moda) en el mercado chileno? Marcas propias de Grandes Tiendas 2004-2016 (abril)



# ¿Qué está pasando con vestuario femenino (Moda) en el mercado chileno? (2004-2016- Datos anuales)



The background of the entire image is an aerial, top-down view of a busy shopping mall. The floor is made of large, light-colored square tiles. Numerous people of various ages and ethnicities are seen walking in different directions. Some are pushing shopping carts, and others are carrying bags. On the right side of the image, a staircase with a metal railing is visible, with several people walking up and down. The overall atmosphere is one of a crowded, active public space.

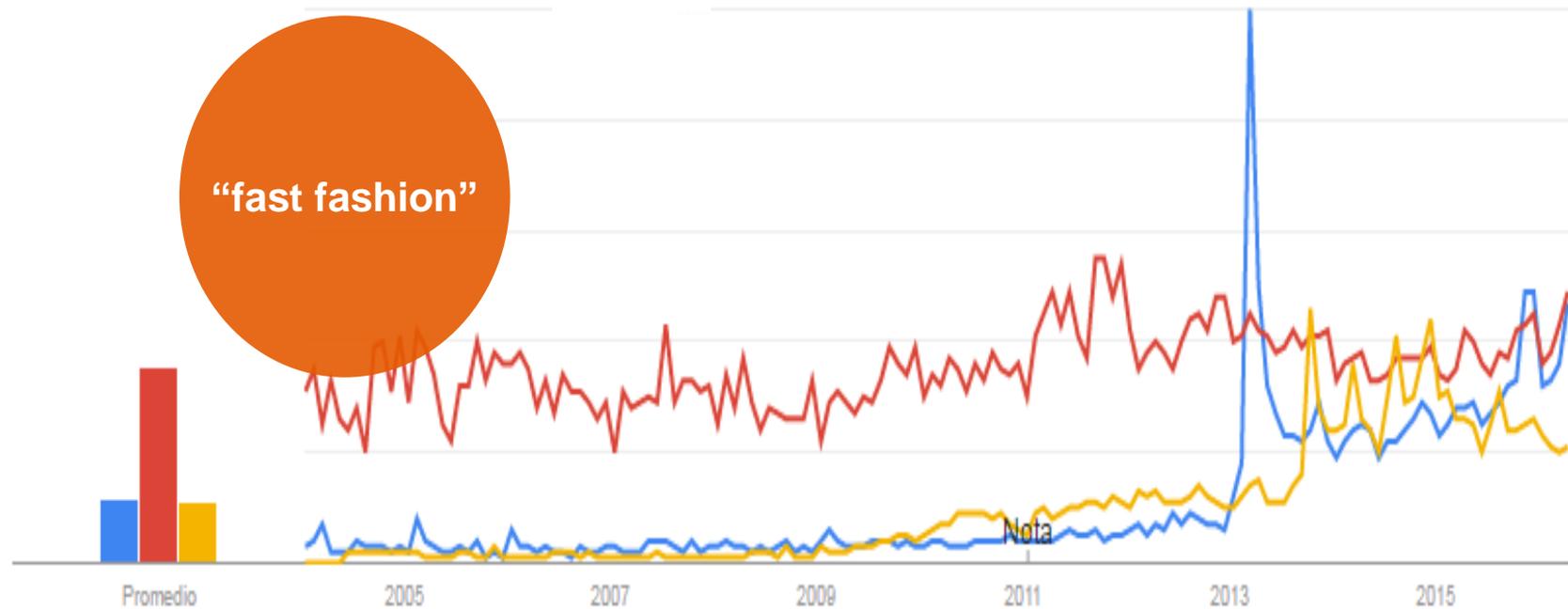
¿Quién está  
ocupando  
el espacio que  
dejan las  
grandes tiendas?

— ZARA

— H&M

— FOREVER 21

“fast fashion”



# También fenómenos sociales

alarma

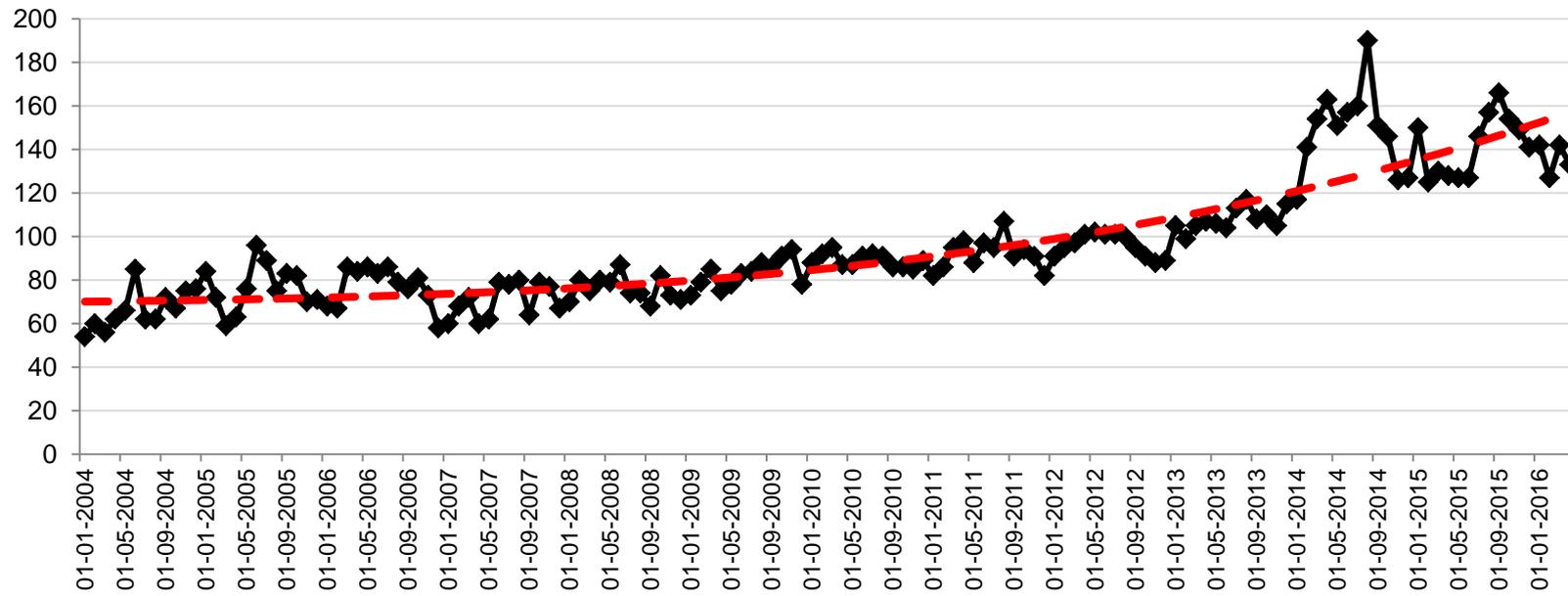
asalto

portonazo

robo

guardia

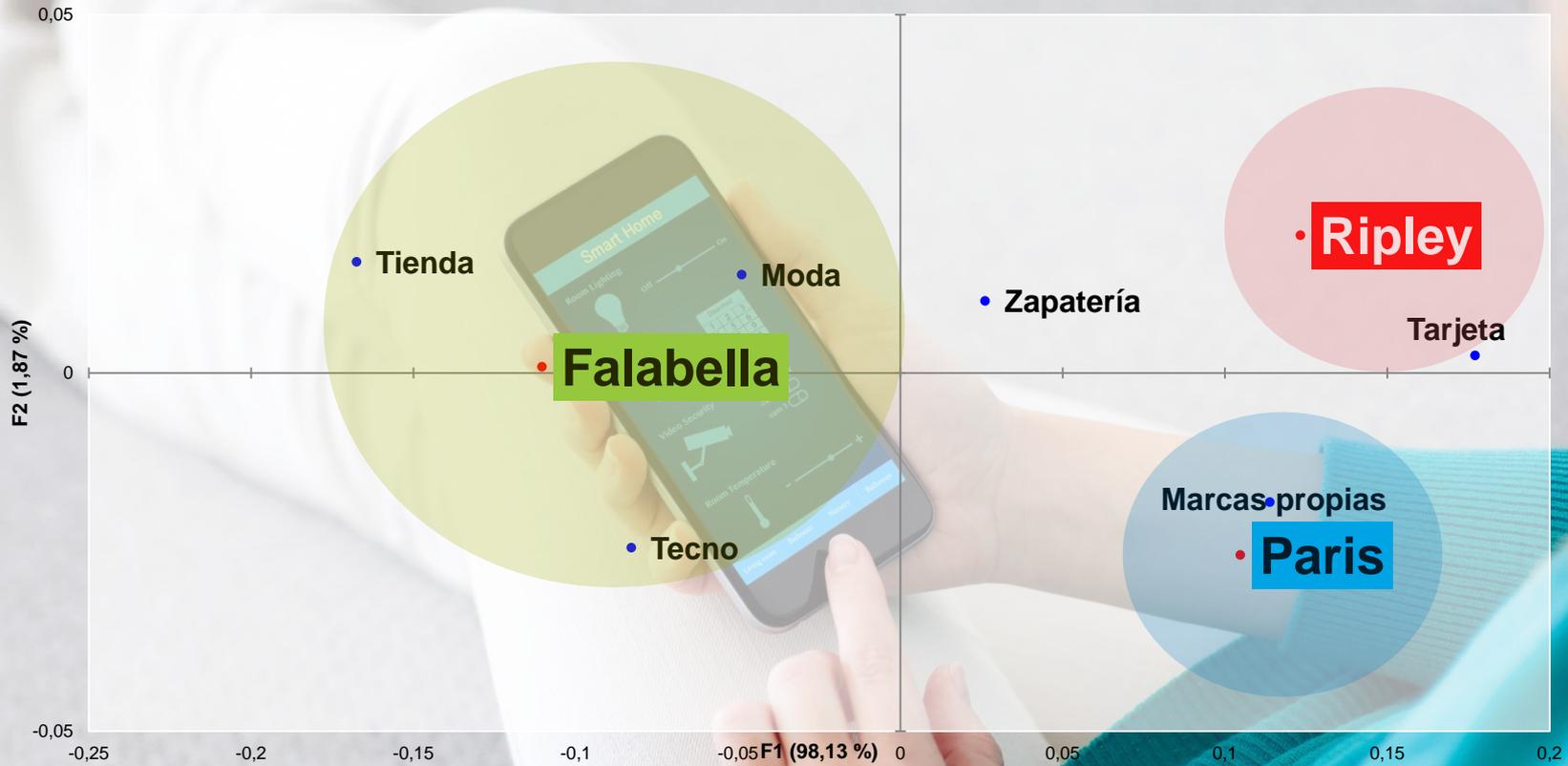
## IRD - Miedo



The background of the entire image is an aerial, top-down view of a busy public space, likely a transit station or a large shopping mall. The floor is made of light-colored, square tiles. A large number of people are seen walking in various directions. On the right side, there is a staircase with a metal railing. In the center, a large, semi-transparent orange circle contains white text. The overall scene is one of a high-traffic, public environment.

Incluso,  
el rastro digital  
permite construir  
un mapa de  
posicionamiento

# Posicionamiento en base a “Big Data” Abril 2016



An aerial, top-down view of a crowded public space, likely a transit station or a large indoor mall. The floor is made of light-colored, square tiles. On the right side, there is a metal escalator with people using it. The scene is filled with people of various ages and ethnicities, some walking, some standing in small groups, and some pushing strollers. Three large, semi-transparent orange circles are overlaid on the image, each containing white text. The overall atmosphere is one of a busy, active environment.

**Hay que repensarlo,  
todo**

**Un momento de  
grandes  
oportunidades**

**Urgente:  
Desarrollar  
“ojos que miren”**

# Congreso Marketing 2016: Ojos que miran

Roberto Méndez  
GfK Adimark

## Icare

12 mayo, 2016

