

estudio

Empatía

¿Cómo ser una marca
humana y digital hoy?

La **IA** es una herramienta que las marcas deben dominar para seguir **agregando valor...**

...pero, ¿cómo conectar con el consumidor de manera inteligente sin perder **humanidad**?



¿Qué dimensiones construyen una marca **humana** y **tecnológica**?

¿Estoy perdiendo **cercanía** con mis clientes por **robotizar** la relación?

¿Qué valora más el consumidor: **digitalización** o **humanidad**?

¿Cuál es el punto óptimo entre **IA** y **empatía** en mi categoría?

¿Estoy aprovechando los avances **tecnológicos** para **acercarme** a mis clientes?



Empat + IA



HUMANIDAD
CERCANIA
EMPATIA



TECNOLOGIA
DIGITALIZACIÓN
ROBOTIZACION
AUTOMATIZACION
INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Empatia

estudio

Primer estudio en Chile que mide las **percepciones y expectativas** de los consumidores sobre cómo las marcas equilibran **tecnología** y **humanidad** para generar **conexiones potentes** con ellos.



Este estudio es para tu marca si...

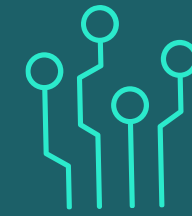
- Quieres estar a la **vanguardia en tecnología** y **digitalización** con tu marca, sin caer en **robotizar la relación** con tus clientes.
- Buscas **aumentar la preferencia de las personas** por tu marca, pero no sabes cuál es el **balance óptimo** entre **digitalización** y **humanidad**.
- Te interesa **fortalecer la conexión** con tus clientes aprovechando la **tecnología** pero sin perder **cercanía**.



Principales Atributos en la medición:

HUMANIDAD

- Es una marca cercana
- Es una marca en la que confío
- Es una marca que me entiende
- Es una marca con la que me siento identificado
- Comparte mis valores y principios



- Es una marca tecnológica
- Sus procesos son rápidos y fáciles
- Es una marca a la vanguardia
- Es una marca contemporánea

TECNOLOGÍA



Industrias 2023

RETAIL

- Farmacias
- Mejoramiento del Hogar
- Marketplace y Multitiendas
- Supermercados
- Food Service
- Tiendas de conveniencia

FINANZAS

- Bancos
- Fintech
- Servicios de pago
- Cajas de Compensación

ASEGURADORAS

- AFP
- Isapres
- Prestadores de salud
- Seguros

SERVICIOS ESENCIALES

- Estaciones de Servicio
- Internet y Telefonía
- Transporte
- Servicios Básicos
- Distribución y Logística
- Delivery



RETAIL

Farmacias



Mejoramiento del hogar



Multitiendas y Marketplace



Supermercados



Tiendas de conveniencia



Food Service



ASEGURADORAS

AFP



Isapres



Prestadores



Seguros

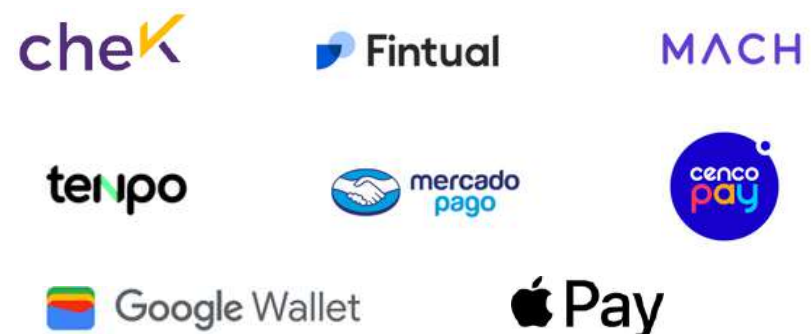


FINANZAS

Bancos



Fintech



Servicios de pago



Cajas de compensación



SERVICIOS ESENCIALES

Estaciones de servicio



Internet y telefonía



Transporte



Servicios básicos



Distribución y logística



Delivery

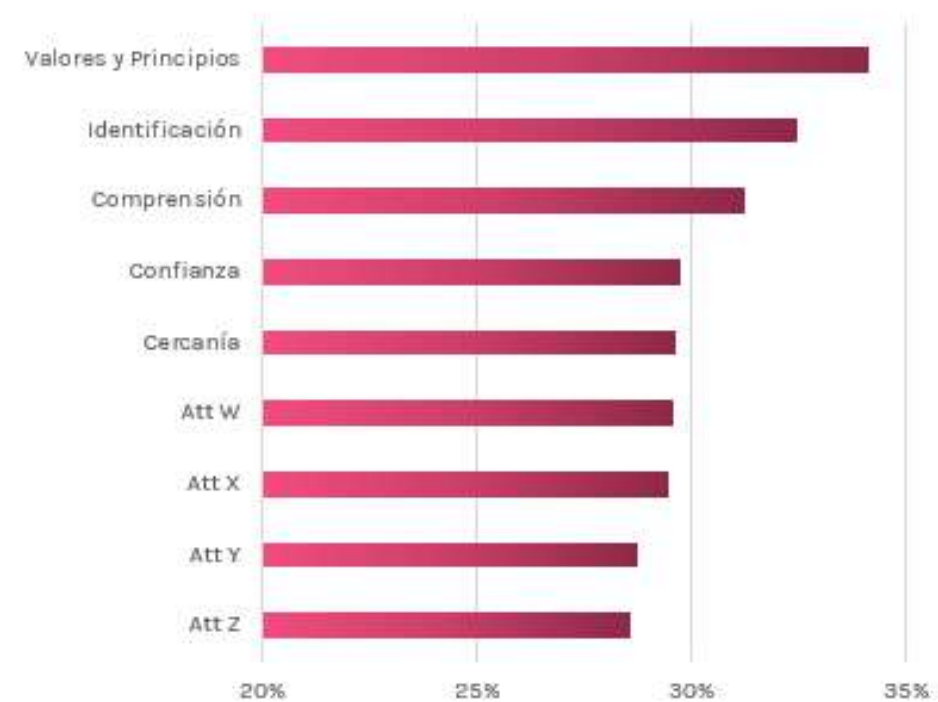


Outputs Referenciales

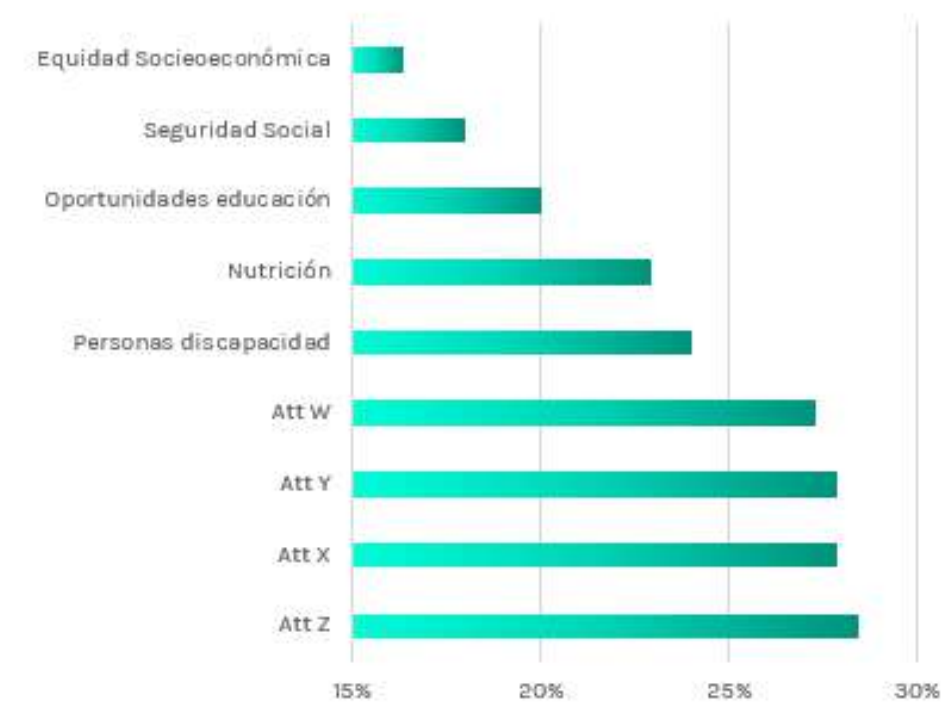
Se valorizan los atributos **tecnológicos** y **humanos** más importantes que una marca debe integrar para **fortalecer la conexión con sus clientes**

Priorización Atributos EmpatIA por importancia

Atributos Humanidad:



Atributos Tecnología:



P: Y de todas estas frases, ¿cuáles dirías que son las más importantes? (En orden de prioridad, es decir: Marcar con un "1" la Primera, "2" la segunda y "3" la tercera).
Puntaje Total obtenido por ODS, donde 1er lugar = 5 puntos, 2º lugar = 4 puntos y 3er lugar = 3 puntos



Outputs Referenciales

Ranking de las marcas que mejor equilibran **Tecnología** y **Humanidad** desde la perspectiva del consumidor

TOP 30 2023: EmpatIA

Se evaluaron las marcas en función de un Índice EmpatIA®, el cual combina la dimensión Humanidad y Tecnología.

Índice EmpatIA®

$$f(x) = f(\text{Humanidad}, \text{Tecnología})$$



P: A continuación, piensa a qué marcas asocias cada una de estas frases haciendo click en la(s) marca(s) correspondiente(s): "Es una marca que impacta positivamente al Planeta", "Es una marca que impacta positivamente a la sociedad", "Es una marca que impacta positivamente a la economía"
 (*) Selección basada en combinación de marcas más valoradas de Chile y marcas vanguardistas en contribución positiva



Outputs Referenciales

Variadas aperturas del Ranking:

- Industrias
- Subcategorías
- Humanidad
- Tecnología
- Etc...



Contenidos

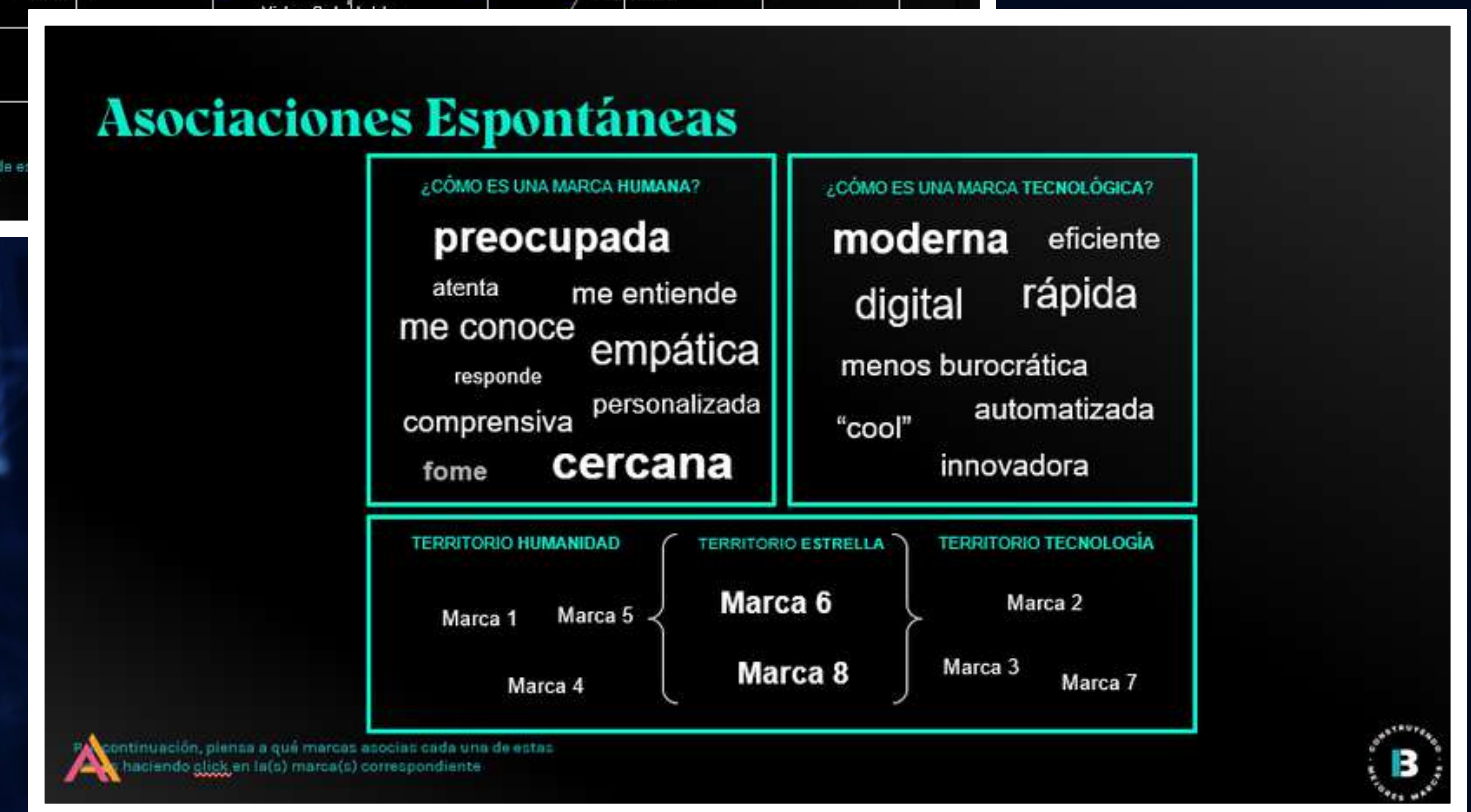
- **Expectativa Balance empatIA**
 - Total Industrias
 - **Apertura Sociodemográfica**
 - TOM Espontáneo Marcas
 - Recordación Espontánea Marcas
- **Disposición a pagar**
 - Total Industrias
 - **Apertura por Industria**
- **Gap Expectativas - Acción**
 - Total Industrias
 - **Apertura por Industrias**
 - **Apertura por Marcas**
 - **Cortes Sociodemográficos**
- **Priorización Atributos Humanidad y Digitalización**
 - Total Industrias
 - **Apertura por Industrias**
- **Ranking Marcas**
 - Total Industrias
 - Apertura por Industrias
 - Apertura por polo empatIA
 - **Apertura por Marca**
 - **Apertura Sociodemográfica**
- **Funnel Marcas**
 - **Conocimiento por Marcas**
 - **Habitualidad de Compra por Marcas**
 - **Preferencia 1,2,3 por Marcas**
 - **Primera Preferencia por Marcas**
- **Image Profiles**
 - **Imagen percibida por Marcas**
 - **Cruce Imagen - Importancia Acción, por marca**
 - **Cruce Imagen - att, por marca**
- **Segmentos Consumidores**
 - Descripción General Segmentos
 - Ranking Marcas Total Industrias por segmento
 - **Cortes y Aperturas por segmentos**
 - **Cruces KPIs por segmentos**
 - **Ranking Marcas Zoom Industria por segmento**
- **Actitud Frente a Tecnología**
 - Total Industrias
 - **Apertura por Industrias**
 - **Zoom Industria**
 - **Cortes sociodemográficos**
- **Ranking Digitalización Personas**
 - Total Industrias
 - **Apertura por Industrias**
 - **Zoom Industria**
 - **Cortes sociodemográficos**



Deep Dive - Output Referenciales

Accede a **información exclusiva** y obtén **insights fundamentales** para tu marca

- **Qué atributos son más valorados** por los consumidores de la categoría
- **Qué atributos asocian a mi marca** los chilenos
- En qué territorio se percibe **el balance de mi marca y su competencia**





¹Combinación de:

1. Marcas más valoradas de Chile (basado en principales Rankings Valor Marca)

2. Marcas más vanguardistas en tecnología y/o cercanía (basado en 8 Focus Groups etapa Cualitativa)



Difusión Resultados

LATERCERA

- Tenemos una alianza editorial con **La Tercera**, quienes harán difusión del estudio como medio principal.
- Nuestro **Plan de PR** contempla además:
 - Otros medios de prensa escrita
 - TV Abierta y Paga
 - Radio
 - Medios Digitales
 - Redes sociales



Timings



- Fechas preliminares. Estudio EmpatIA se reserva el derecho a modificar las fechas frente a cualquier eventualidad.
- Fechas Presentaciones Deep Dive se coordinan caso a caso

Timings

DEEP DIVE:

PRE VENTA

POST VENTA

UF 65 + IVA

UF 95 + IVA



- Fechas preliminares. Estudio EmpatIA se reserva el derecho a modificar las fechas frente a cualquier eventualidad.
- Fechas Presentaciones Deep Dive se coordinan caso a caso



Sobre Nosotros

Empatía
estudio

BETTER BRANDS

Consultora de Estrategia de Marca e Insights que nace con el propósito de construir mejores marcas.

Especializados en optimización de la Propuesta de Valor, diseño de estudios de mercado y en el análisis de datos que soporten el levantamiento de insights y la construcción de estrategias de marca data-driven

doble A

estudios y estrategia

Consultora de estudios de mercado y estrategia de marca, especialistas en entender a fondo la experiencia de los chilenos con las marcas.

Expertas en identificar insights asertivos que orienten la estrategia de las marcas y les permitan construir un vínculo sostenible en un contexto de cambios acelerados.



Sobre Nosotras



MARIA PAZ MANDIOLA

Socia Fundadora de Better Brands
Ingeniera Comercial
Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC), Máster en Data Science
Universidad de Sydney
Profesora Taller MBA y Marketing Analytics (PUC)
Experiencia en Marketing, Ventas y Consultoría.
Manejo de programación y analytics para el levantamiento de insights estratégicos para la toma de decisiones.



ISIDORA ANINAT URREJOLA

Socia fundadora y Gerente General de dobleA estudios y estrategia
Socióloga
Pontificia Universidad Católica de Chile, Diplomado Marketing Estratégico, Universidad Complutense de Madrid.
Experiencia de investigación de mercado y amplia destreza en manejo de grupos de conversación y técnicas cualitativas.



LUCIA ARGOTE TIRONI

Socia fundadora y Directora Ejecutiva de dobleA estudios y estrategia
Socióloga
Universidad Diego Portales
Magíster en Políticas Públicas, UDP. Diplomado Análisis de Datos Avanzado, PUC.
Experiencia en investigación de mercado y de Opinión Pública. Alta capacidad analítica y levantamiento de insights.



Empatia
estudio



¿Quieres saber más?

Escríbenos a contacto@dobleachile.cl o
contacto@betterbrands.cl



estudio

Empatía

¿Cómo ser una marca
humana y digital hoy?