

BRANDS THAT ARE

HONESTIDAD

UNA RADIOGRAFÍA A LAS
MARCAS, REDES SOCIALES Y
PERSONAS EN CHILE.

MARCA LAB
una iniciativa de
jelly + TRUE.
brands

**“LA HONESTIDAD NO ES UNA VIRTUD,
ES UNA OBLIGACIÓN.”**

- Andrés Calamaro -

OVERVIEW

Estamos hace rato, en una sociedad que exige más transparencia y honestidad a todo nivel. Desde las marcas hasta las propias personas, pasando por empresarios y personajes públicos. **Desde Marca Lab (iniciativa impulsada por Jelly y True Brands)** nos dimos cuenta de este fenómeno y decidimos realizar **Honestidad Brutal: la primera radiografía a la honestidad en Chile.**

Los resultados arrojaron varias sorpresas.

El 65,7% de los chilenos piensa que Chile es un país poco honesto, solo el 5% piensa que las marcas son honestas y Twitter acapara las preferencias como la red social donde las personas son más honestas.

A continuación, el estudio. Pasa, lee y, honestamente, si te gustó, no dudes en descargarlo o compartirlo.

MARÍA ELENA GUERRERO

Socia de True Brands

"Hoy más que nunca, la honestidad es un desafío enorme para las marcas, instituciones y personalidades del mundo público. La estrategia publicitaria centrada en las sobre promesa o aspiracionalidad es derrotada por la estrategia de la honestidad, donde las marcas tienen la oportunidad de ser proactivas en sus verdades, limitaciones y errores. Hoy las personas valoran y premian la honestidad, castigando las falsas promesas, letras chicas y poca transparencia al momento de enfrentar crisis. En este nuevo escenario, las redes sociales no solo nos hacen más honestos como personas, fenómeno que se intensifica en los millennials; también son el vehículo para exponer en la palestra a aquellas marcas que no cumplen su promesa de manera honesta."

MANU CHATLANI

Director ejecutivo de Jelly

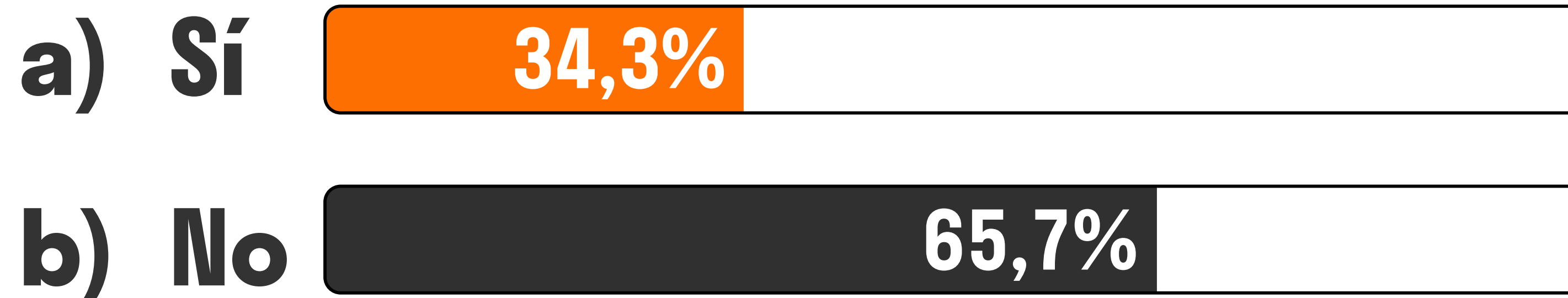
“Los chilenos piensan que vivimos en un país no muy honesto. Aunque el tema es más profundo, gracias a las redes sociales las cosas pueden empezar a cambiar. En medio del boom de TikTok e Instagram, la red social que brilla por la honestidad de la gente es Twitter. En 280 caracteres o menos, las personas, marcas, líderes de opinión y políticos pueden y suelen participar en conversaciones directas sobre temas complejos. Es un camino que debería tender a permear en otro tipo de plataformas, donde sí vemos las externalidades negativas (funas, discusiones, fake news).”

HONESTIDAD Y LA SOCIEDAD

**EL 65% DE LOS CHILENOS
NO CONSIDERA QUE CHILE
SEA UN PAÍS HONESTO.**

**El 56% de los jóvenes entre 18 y 40 años
piensa que no somos un país honesto.
El 81% de las personas de 57 años
hacia arriba piensa que no somos un país
honesto.**

1 / ¿TÚ CONSIDERAS QUE CHILE ES UN PAÍS HONESTO DONDE DECIMOS LAS COSAS POR SU NOMBRE?



EL 52% PIENSA QUE SOMOS MÁS HONESTOS QUE HACE 10 AÑOS.

El 63,5% de los jóvenes entre 25 y 40 años piensa que sí somos más honestos ahora en comparación a hace 10 años.

2/ ¿Crees que somos más honestos hoy que hace 10 años?

a) Sí

52,1%

b) No

47,8%

EL 75%

PIENSA QUE LAS PERSONAS SON MÁS HONESTAS QUE LAS MARCAS Y LOS POLÍTICOS.

3/ EN CHILE QUIÉNES SON MÁS HONESTOS: ¿LAS PERSONAS, LAS MARCAS, LAS EMPRESAS/ EMPRESARIOS, ORGANIZACIONES SOCIALES O LOS POLÍTICOS?

a) Las personas

75,5%

b) Las marcas

5%

c) Las empresas o empresarios

2%

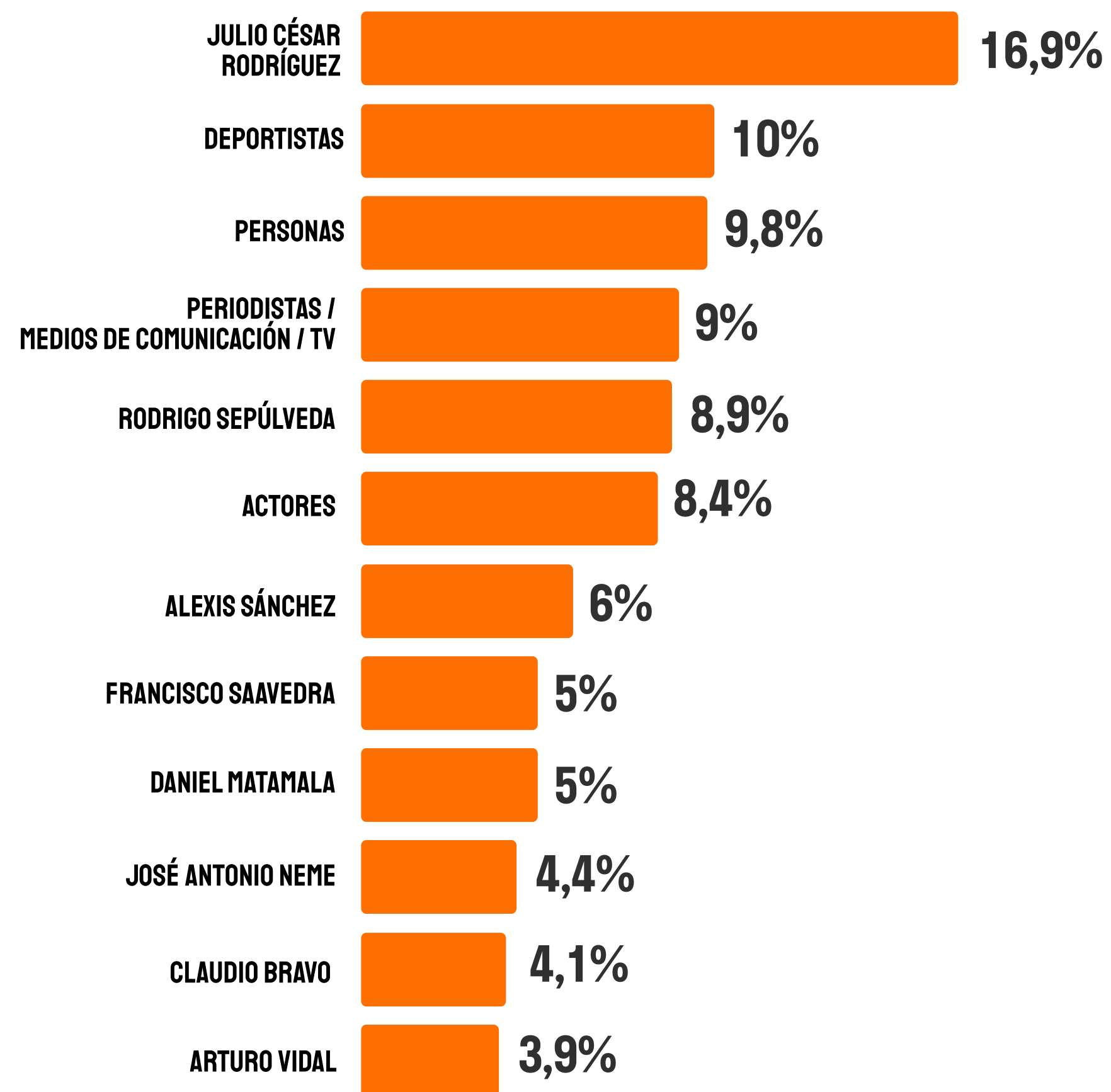
d) Organizaciones sociales

17,2%

e) Políticos

0,3%

4. A TU JUICIO, ¿QUIÉNES SON LOS 3 PERSONAJES PÚBLICOS (POLÍTICOS, ACTORES, DEPORTISTAS, PERIODISTAS, OTROS) MÁS HONESTOS HOY EN CHILE? (PREGUNTA ABIERTA) *A juicio de las personas, los personajes públicos más honestos son.*



LOS PERSONAJES PÚBLICOS MÁS HONESTOS.

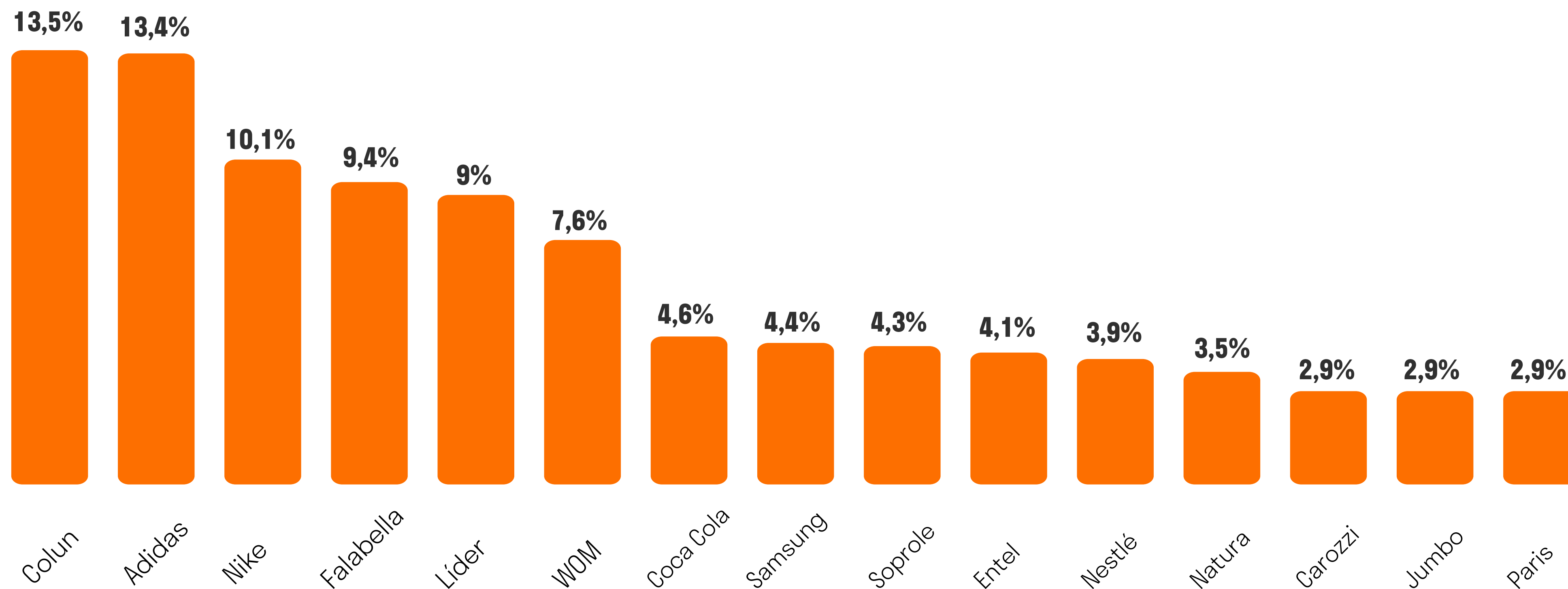
El personaje público más honesto es

**Julio César Rodríguez (16,9%),
Más abajo están los deportistas (10%).**

LAS 3 MARCAS MÁS HONESTAS DE CHILE SON COLUN, ADIDAS Y NIKE.

5/ ¿Cuáles son a tu juicio las marcas más honestas presentes hoy en Chile?

(PREGUNTA ABIERTA)



EL **89%** DE LOS CHILENOS PIENSA QUE CHILE PUEDE SER UN PAÍS MÁS HONESTO

6/ ¿Crees que Chile puede ser un país más honesto?

a) Sí

89,5%

b) No

10,5%

HONESTIDAD Y LAS REDES SOCIALES

EL **58%** PIENSA QUE SOMOS MÁS HONESTOS GRACIAS A LAS REDES SOCIALES.

7/ Hoy en Chile, ¿Somos más o menos honestos gracias a las redes sociales?

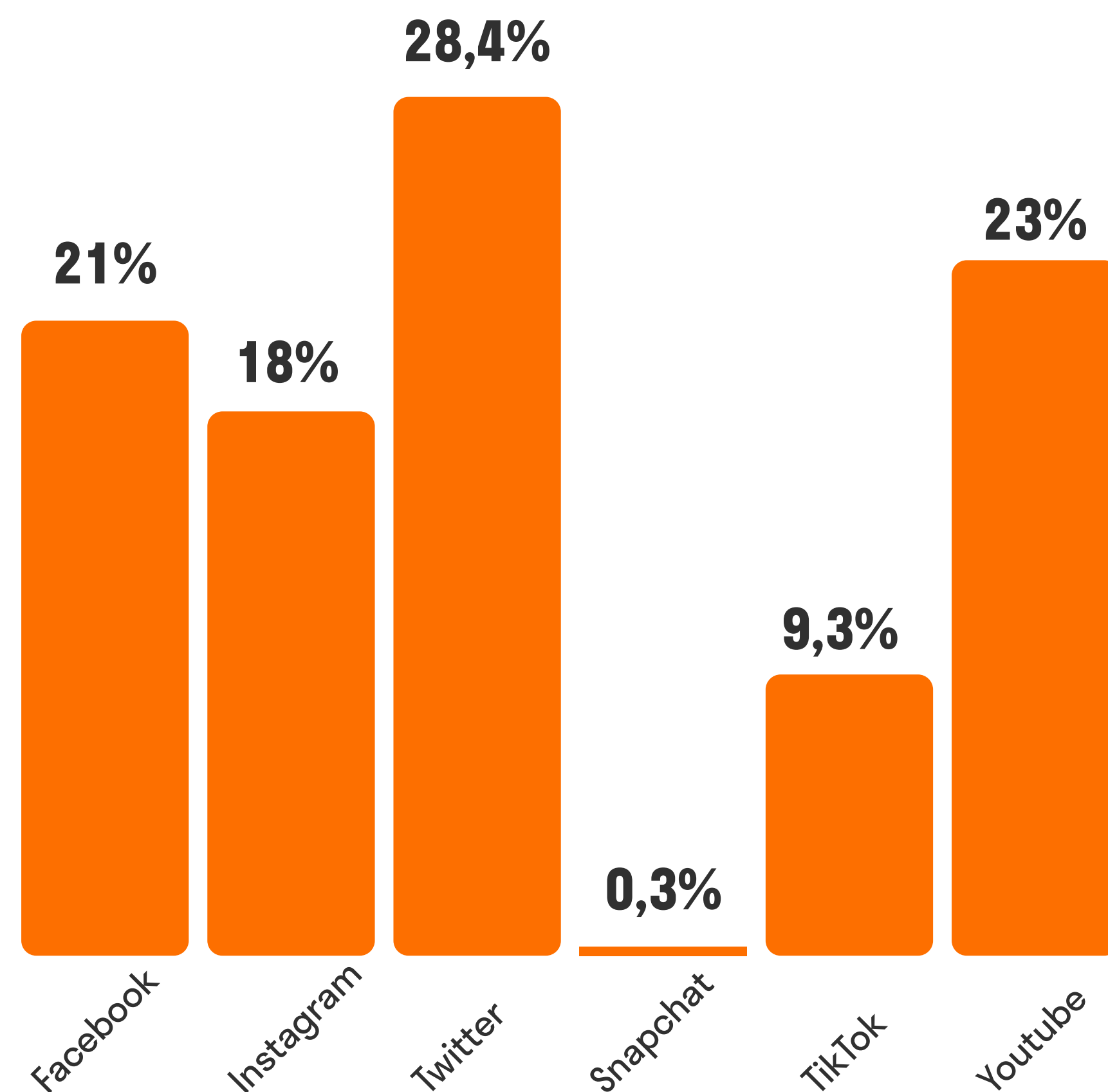
a) Más honestos

58,1%

b) Menos honestos

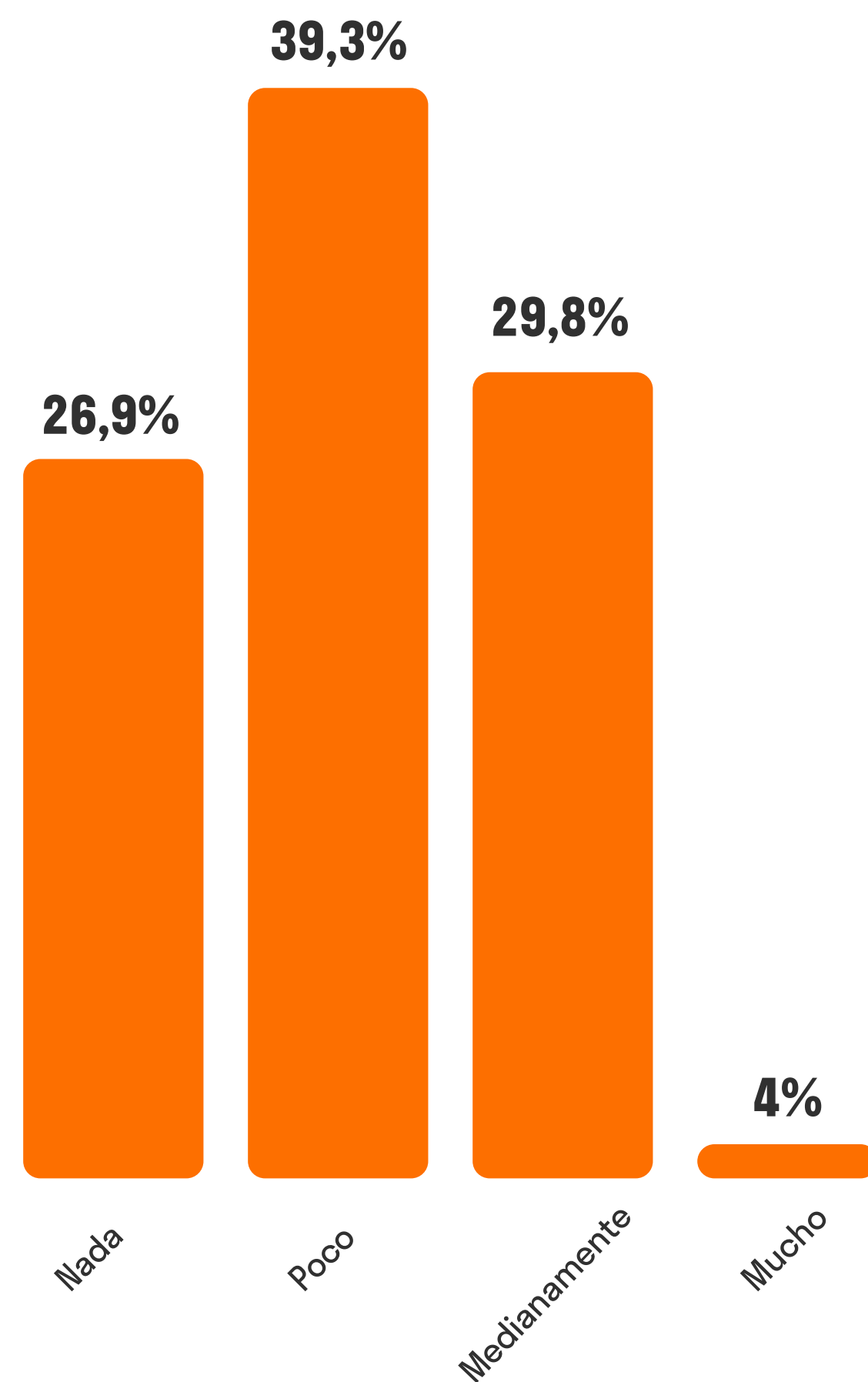
41,9%

8/ ¿Cuál es la red social donde las personas son más honestas?



LA RED SOCIAL DONDE LAS PERSONAS SON MÁS HONESTAS ES TWITTER. ASÍ LO PIENSA EL 28% DE LOS CHILENOS. MÁS ABAJO ESTÁN YOUTUBE, FACEBOOK E INSTAGRAM.

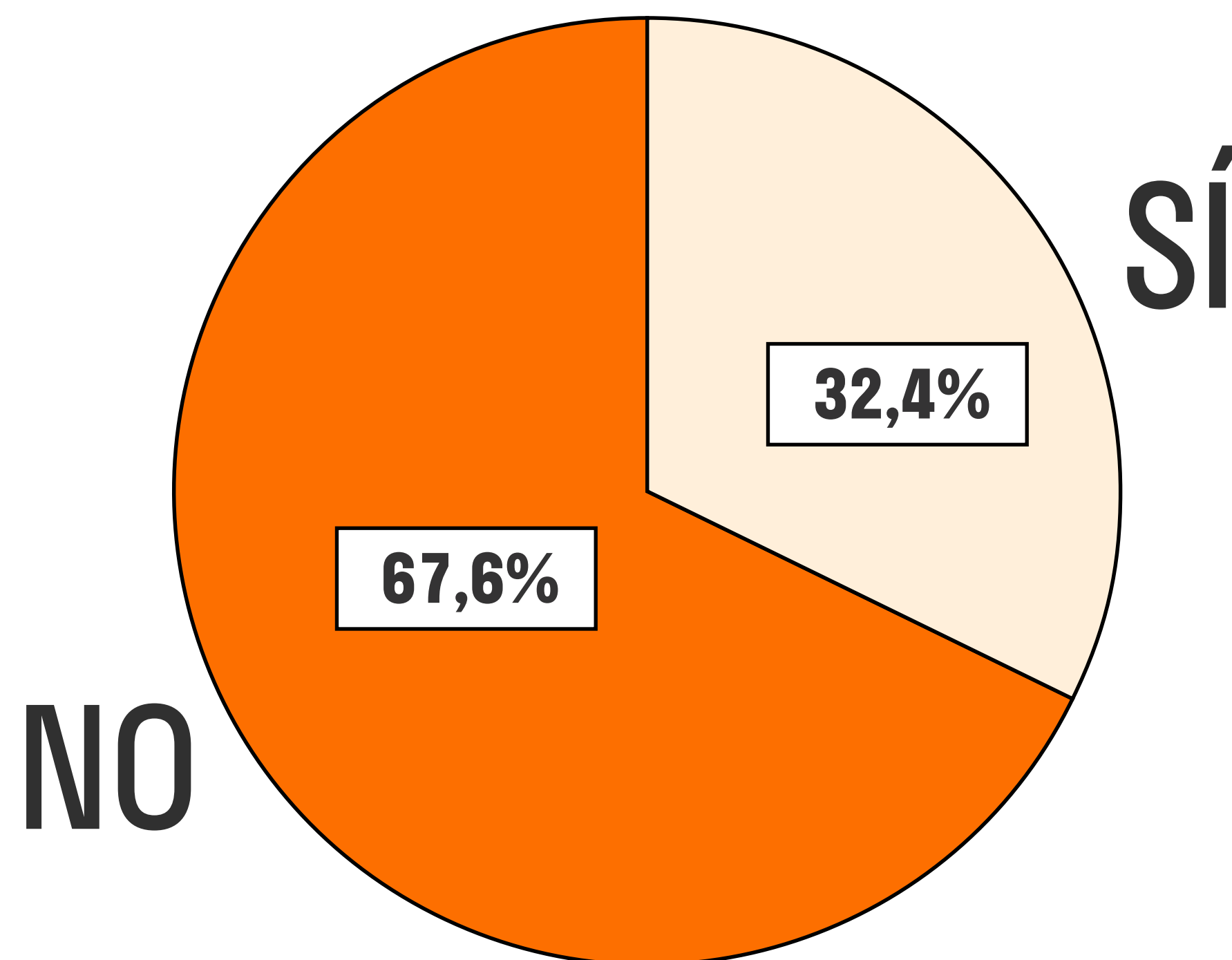
9/ ¿Qué tanto crees en la honestidad de los influencers en redes sociales?



EL 66,2% DE LOS CHILENOS CREE POCO O NADA EN LA HONESTIDAD DE LOS INFLUENCERS. SOLO EL 29,8% CREE MEDIANAMENTE.

EL **67%** NUNCA HA MENTIDO EN REDES SOCIALES.

10/ ¿Has mentido alguna vez en redes sociales?



Si lo analizamos por edad, el **80%** de los de **57 años o mayores** declaran que **nunca han mentado** a nivel de redes sociales. El **44%** de los **jóvenes (18-24)** años **declara haber mentado**.

HONESTIDAD Y LAS MARCAS

LAS PERSONAS ESPERAN QUE LAS MARCAS SIEMPRE CUMPLAN CON LO QUE PROMETEN, QUE LE IMPORTEN MUCHO SUS CLIENTES Y COLABORADORES (Y QUE LOS TRATEN BIEN A TODOS) Y QUE ENTREGUEN SOLUCIONES INMEDIATAS.

11/ ¿Qué esperarías de una marca honesta? (elige hasta 3 alternativas)

a) Que te conteste rápidamente porque le importas

26,1%

b) Que tenga una relación horizontal contigo

10%

c) Que sea capaz de establecer una conversación para entender tu(s) problema(s)

26,8%

d) Que te entregue una solución inmediata

41,9%

e) Que siempre cumpla con lo que promete

64,4%

f) Que reconozca errores y sepa pedir perdón

24,8%

g) Que le importen mucho sus clientes y trabajadores (y los trate bien a todos)

44,8%

h) Que sea transparente sobre las características del producto

40,9%

EL 90% DE LAS PERSONAS CREE QUE A LA HORA DE PREFERIR UNA MARCA, ES MUY O MEDIANAMENTE RELEVANTE QUE LA MARCA SEA HONESTA ENTRE LO QUE DICE Y HACE.

12/ ¿Qué tan relevante para preferir una marca es que sea honesta entre lo que dice y hace?

a) Nada relevante

3,1%

b) Poco relevante

6,4%

c) Medianamente relevante

23,4%

d) Muy relevante

67,1%

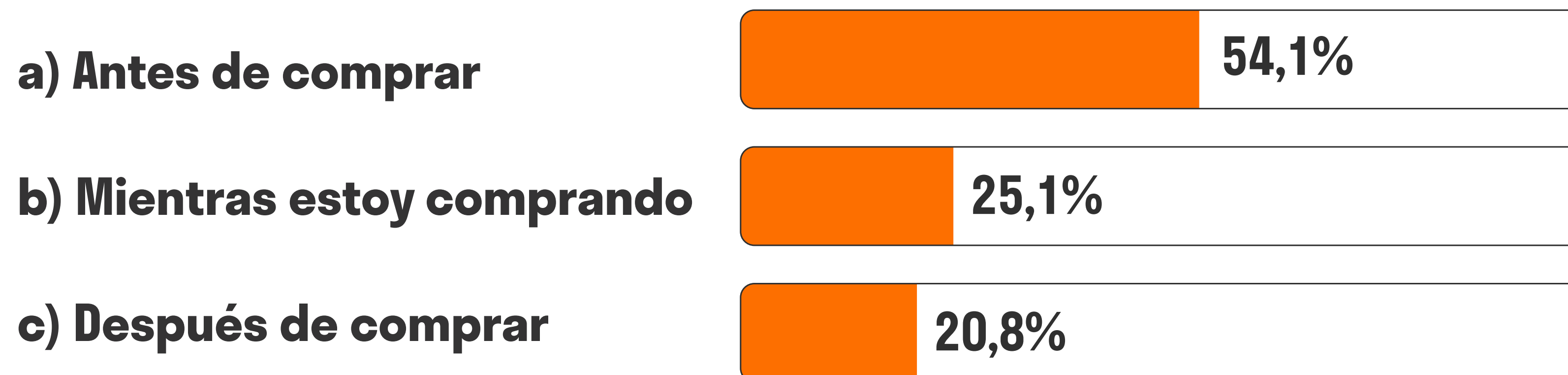
**MÁS DEL 50% DECLARA QUE ENTRE SUS MARCAS FAVORITAS
HAY ALGUNA QUE NO ES 100% HONESTA.**

13/ Entre tus marcas favoritas, ¿hay alguna que no sea 100% honesta?



EL 54% DE LOS CHILENOS VALORA MÁS QUE LA MARCA SEA HONESTA ANTES DEL PROCESO DE COMPRA.

15/ ¿En qué momento valoras más que una marca sea honesta contigo?



METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

HONESTIDAD BRUTAL

Marca Lab (iniciativa conjunta de **Jelly y True Brands**), realizó, desde el panel online Offerwise, un estudio cuantitativo consistente en **800 entrevistas** auto aplicadas sin límites territoriales en nuestro país.

El público objetivo de este estudio fueron personas abarcadas en las distintas generaciones: **Los Z (18 y 24 años), Millennials (25-40 años), X (41-56 años) y Boomers (desde los 57 años).**

HONESTIDAD BRUTAL

UNA RADIOGRAFÍA A LAS MARCAS, REDES SOCIALES Y PERSONAS EN CHILE.

MARCA LAB

una iniciativa de

