



LA VALENTÍA EN CHILE

Junio 2021, Santiago, Chile

**YOU CANNOT SWIM FOR
NEW HORIZONS UNTIL YOU
HAVE COURAGE TO LOSE
SIGHT OF THE SHORE.**

William Faulkner

CON TEX TO

Vivimos tiempos complejos. En plena pandemia, cuando nos vemos enfrentados a miles de problemas, la valentía se convierte en un factor relevante. Pero entendiendo valentía como defender valores, injusticias y proteger a los que uno más quiere. Sin temor. Sin freno. Y sin esperar a que las cosas pasen. En ese contexto, quisimos medir qué pasa con la valentía en Chile. Desde las personas, las marcas y a nivel general. Nos dimos cuenta que el 76% de las personas se sienten valiente o muy valiente, lo que representa un incremento de 19 puntos con respecto al 2019. Pero en el mundo de las marcas pasa lo contrario. El 81% considera que hoy NO existen marcas valientes. Y al preguntarle por las marcas más valientes, destacan en el ranking WOM y Líder. A continuación los resultados.

EL ESTU DIO



Hoy, el

90%

cree que la VALENTÍA
es un valor importante



Muy importante

Importante

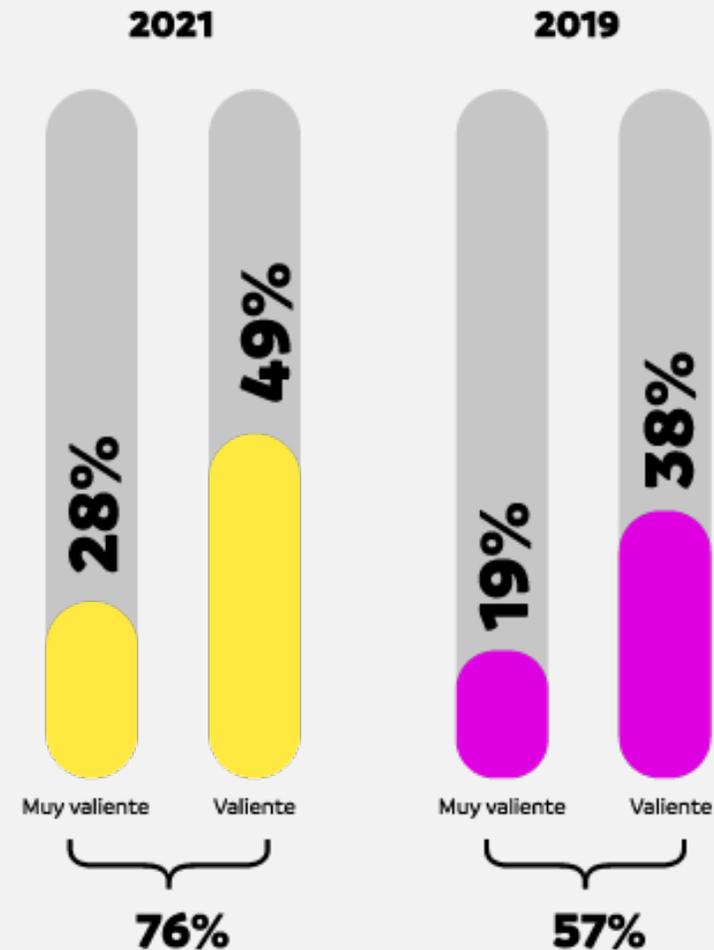
¿En qué situaciones consideras que hay que ser valiente hoy?



El problema es el temor al error. El 66% piensa que aceptar que uno se equivocó es señal de valentía.



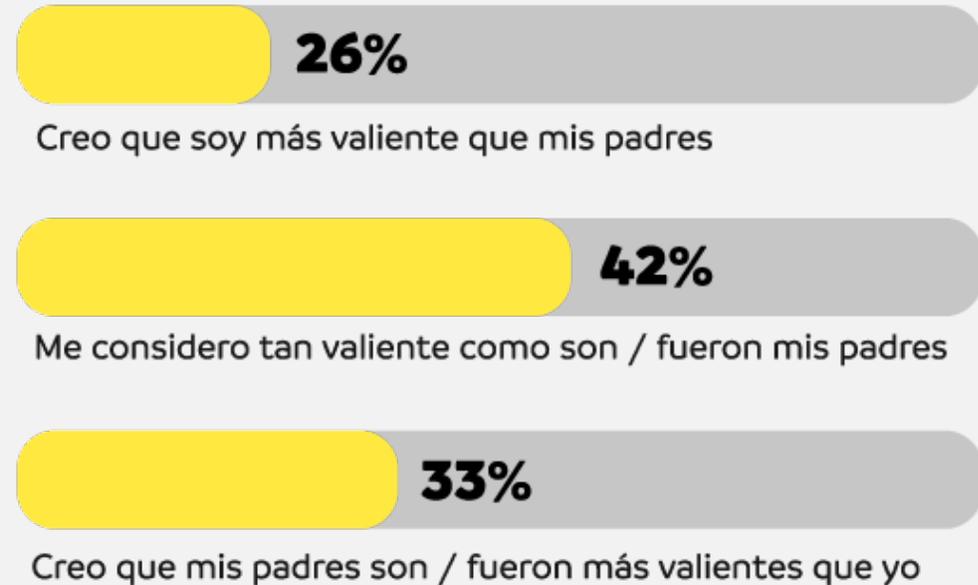
La gente se siente mucho **más valiente** que hace 2 años



Pensando muy en general, ¿cómo te definirías en relación a tus padres?



El 73% de las mujeres dice sentirse tan o más valientes que sus padres



Base: 1.011

¿A quién consideras valiente hoy de tu círculo cercano?



A la hora de mencionar quiénes son valientes en tu círculo cercano, el top 3 es liderado por esposo/a-pareja, mamá e hijos.

El 30% de los hombres creen que su pareja es valiente, mientras que en el caso de las mujeres el 44% se inclina por figuras como mamá e hijos.

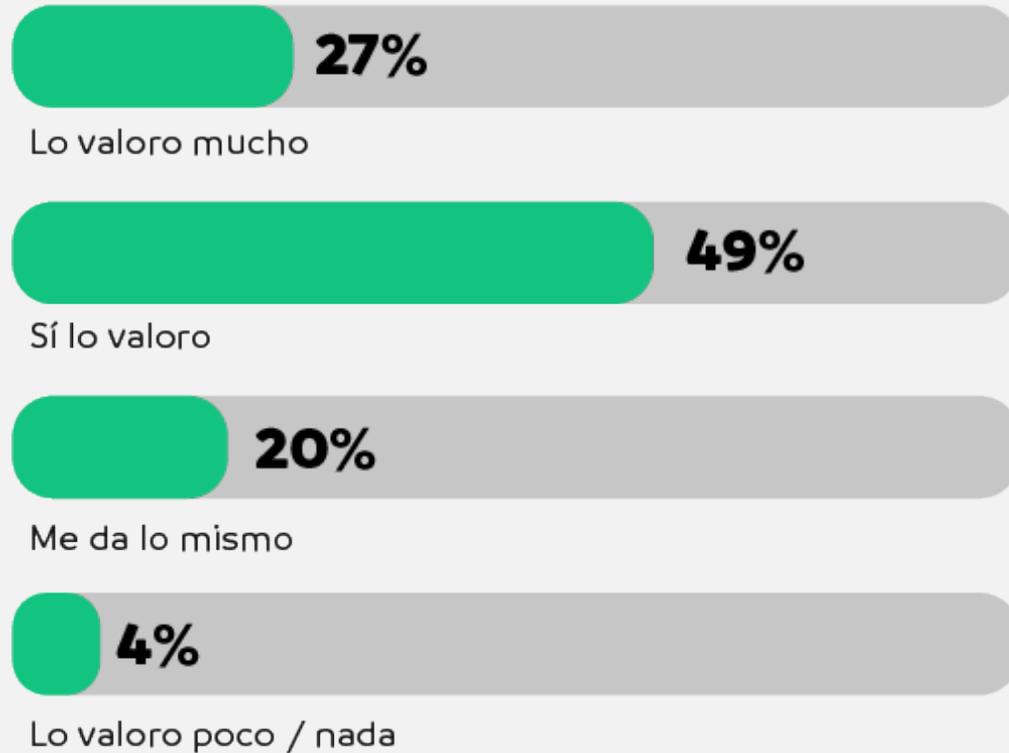
¿Y QUÉ PASA CON LAS MARCAS?

**El 81% de los
chilenos y chilenas
considera que hoy
NO existen marcas
valientes.**

Pero, el 49%
sí valora que una
marca o empresa
sea valiente.



¿Valoras que una marca o empresa sea valiente?



Base: 1.011

Defender y valorar a sus propios trabajadores es por lejos la mayor señal de valentía que puede dar una marca o empresa



¿Cuándo una marca es valiente? Cuando...

Respuesta guiada

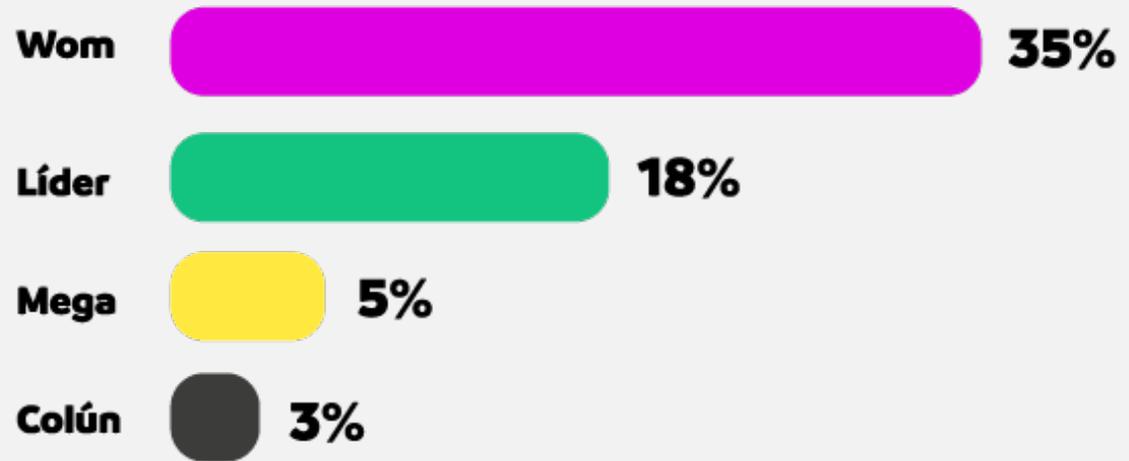


Base: 1.011

Wom es considerada la marca más valiente



Un 53% de la generación Z así lo cree.



Base: 187

Marcas con un 1% de menciones

Ballerina
Báltica
Carabineros de Chile
Caterpillar
Claro
Coca Cola

Falabella
Felices y Forrados
Gobierno
Green Glass
Greenpeace
Herbalife

Hogar de Cristo
Hospitales/Clinicas/Salud
Huawei
Iphone
Karun
Nike

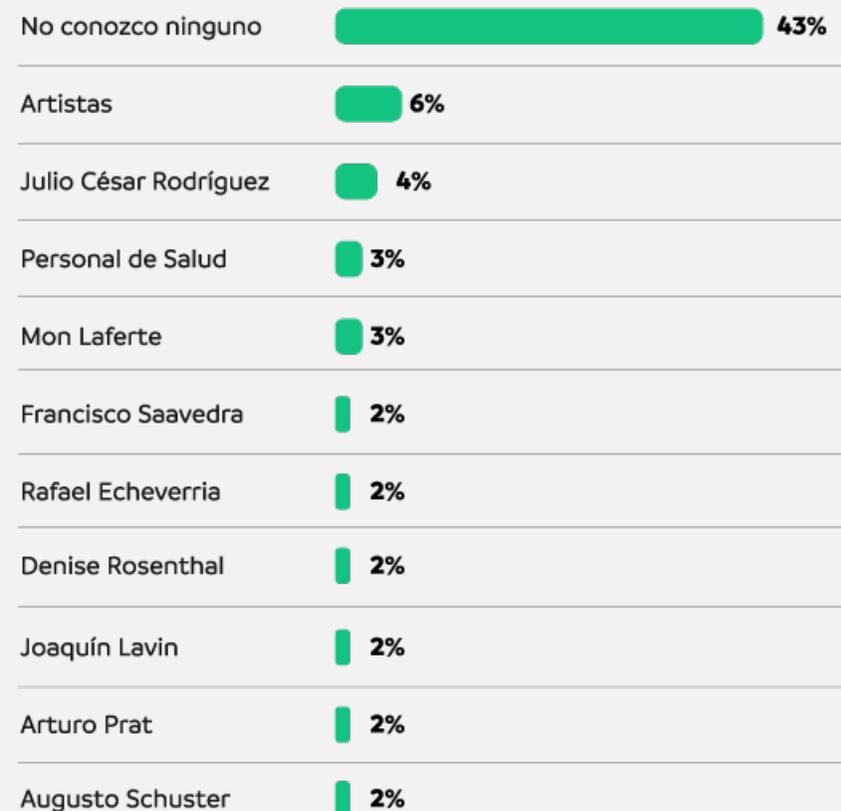
Pantene
Pymes/Emprendedores
Tottus
Walmart

43% de los chilenos
y chilenas dicen **no conocer**
a ningún rostro que sea
valiente.



El **4%** piensa que es Julio
César Rodríguez. El **3%** que
es el personal de Salud.
También un **3%** piensa en
Mon Laferte.

¿Qué rostros en Chile rompen moldes/ esquemas/son valientes?



Base: 1.011

LA METO DOLO GÍA

Estudio cuantitativo, sobre la base de entrevistas auto aplicadas de manera online a personas pertenecientes a un panel que representa de buena forma la realidad nacional.

El público objetivo son hombres y mujeres mayores de 15 años, pertenecientes a los grupos socioeconómicos (GSE) ABC1, C2, C3 Y DE. Residentes de Santiago y Regiones. El estudio está enfocado a todos quienes viven en nuestro territorio, sin limitantes territoriales, es decir, abarcando zonas urbanas y rurales, territorio continental e insular.

El diseño muestra es estadístico no probabilístico, sobre un total de 1.011 entrevistas estratificadas aproporcionalmente por las variables de sexo, edad, GSE y zona.

Los datos fueron recogidos en abril 2021.



Junio 2021, Santiago, Chile