



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

**MARCA**LAB

una iniciativa de

jelly® + true.<sup>brands</sup>

**“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?**

a) Sí **34,3%**

b) No **65,7%**

**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

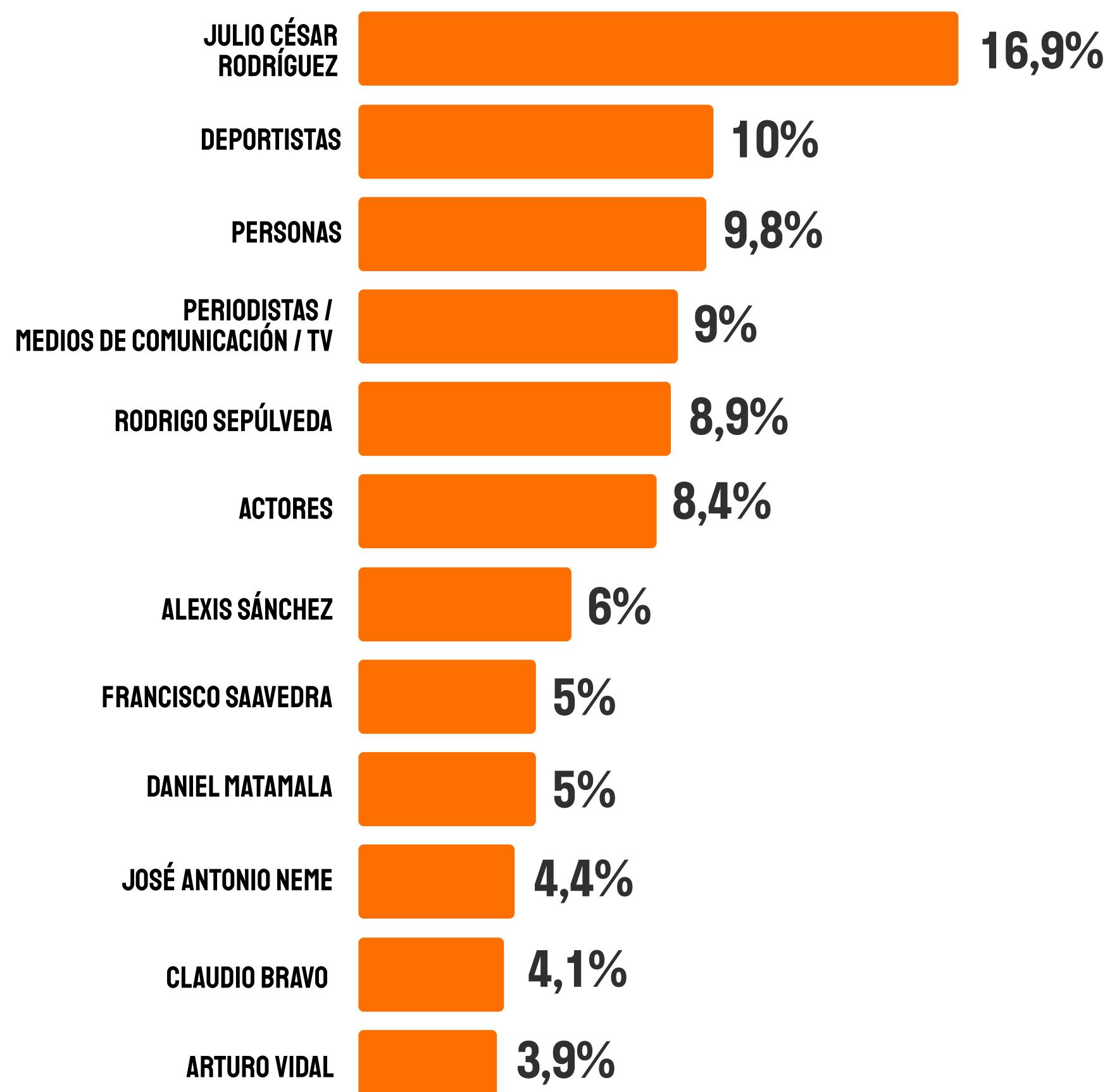
17,2%

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.

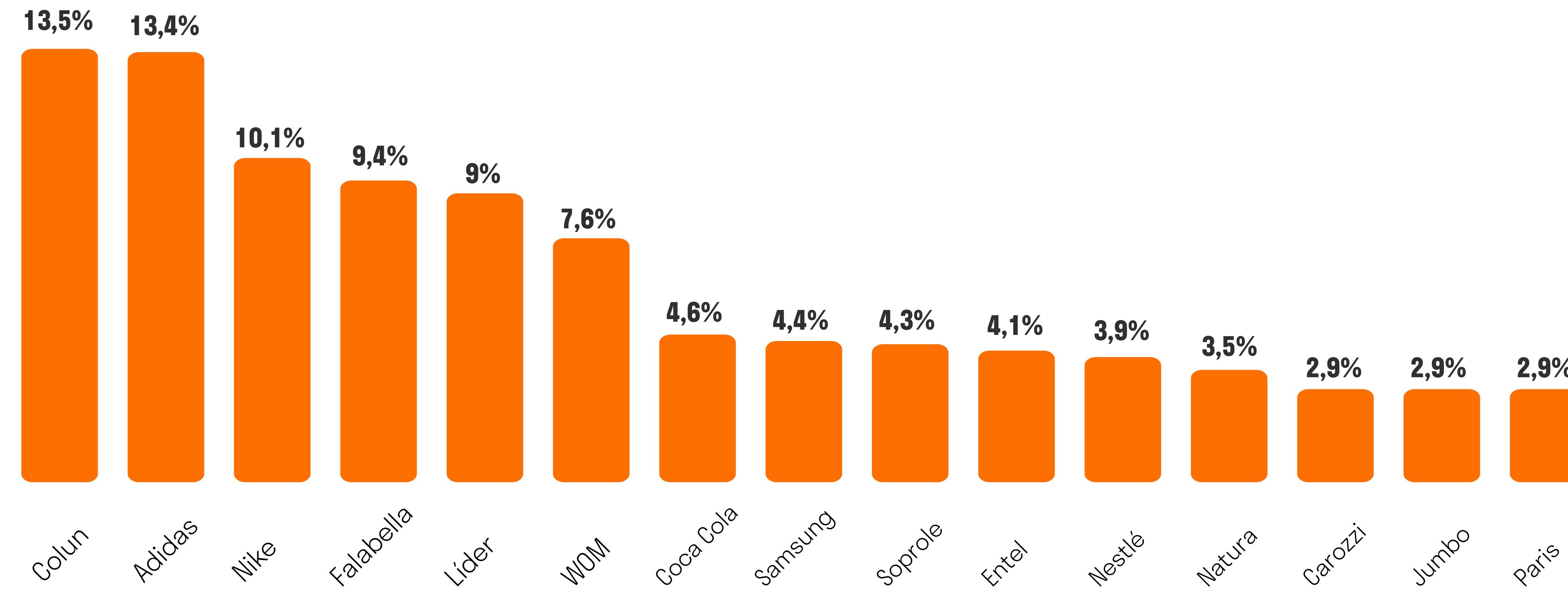
El personaje público más honesto es

**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?

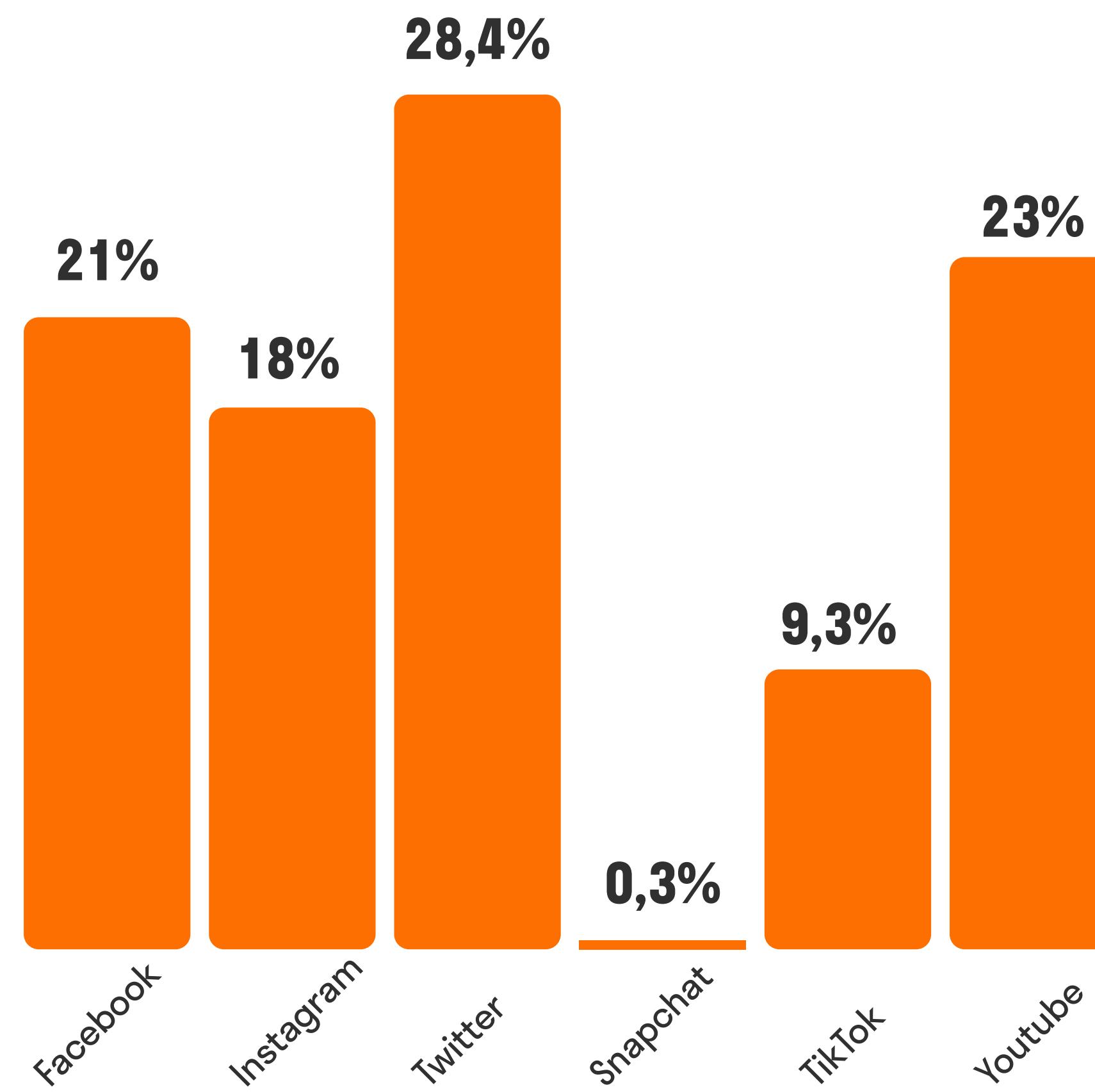
a) Más honestos

58,1%

b) Menos honestos

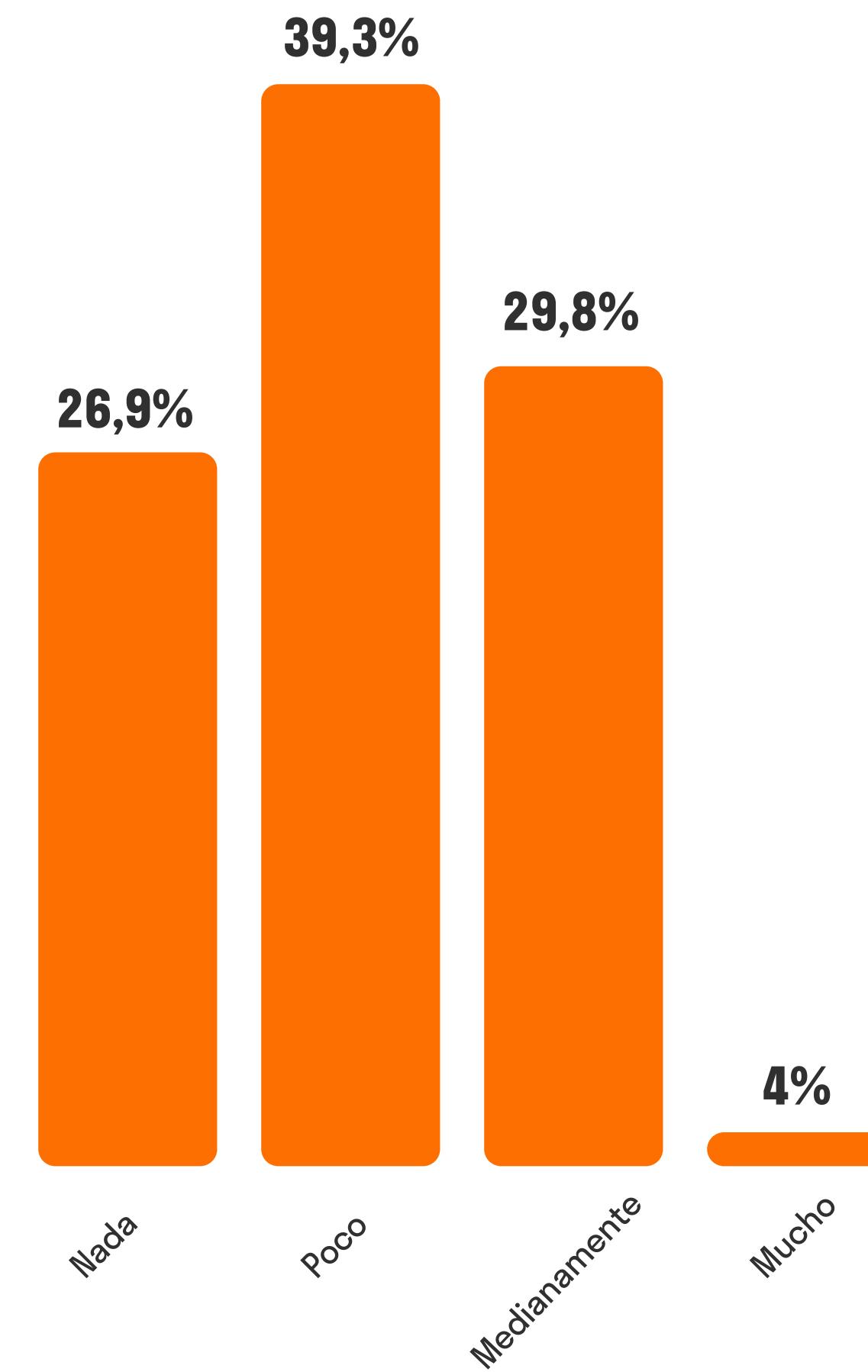
41,9%

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.**

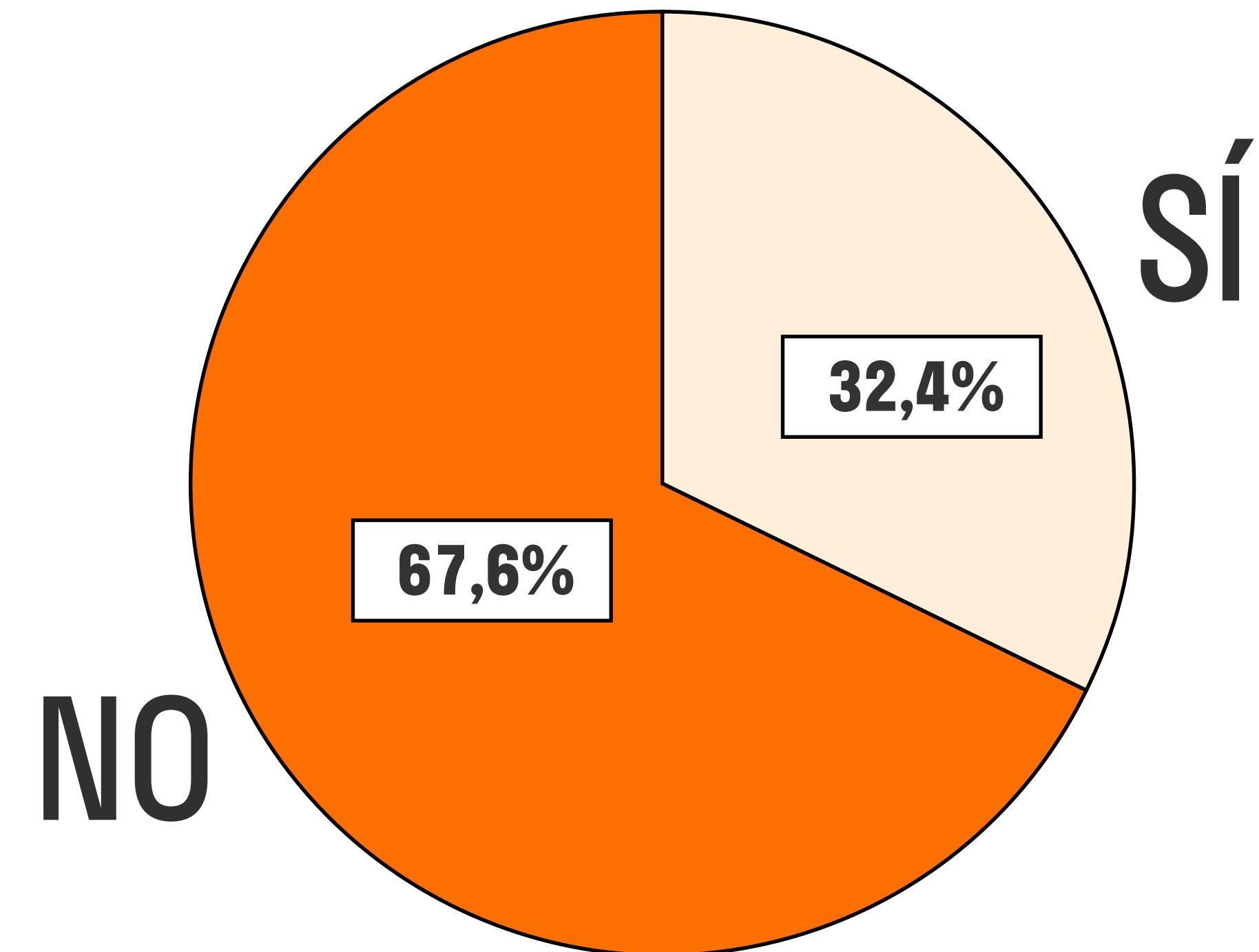
9/ ¿Qué tanto crees en la honestidad de los influencers en redes sociales?



**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 mentido** a nivel de redes sociales. El **44% de los jóvenes (18-24)** años **declara haber mentido**.

# **HONESTIDAD Y LAS MARCAS**

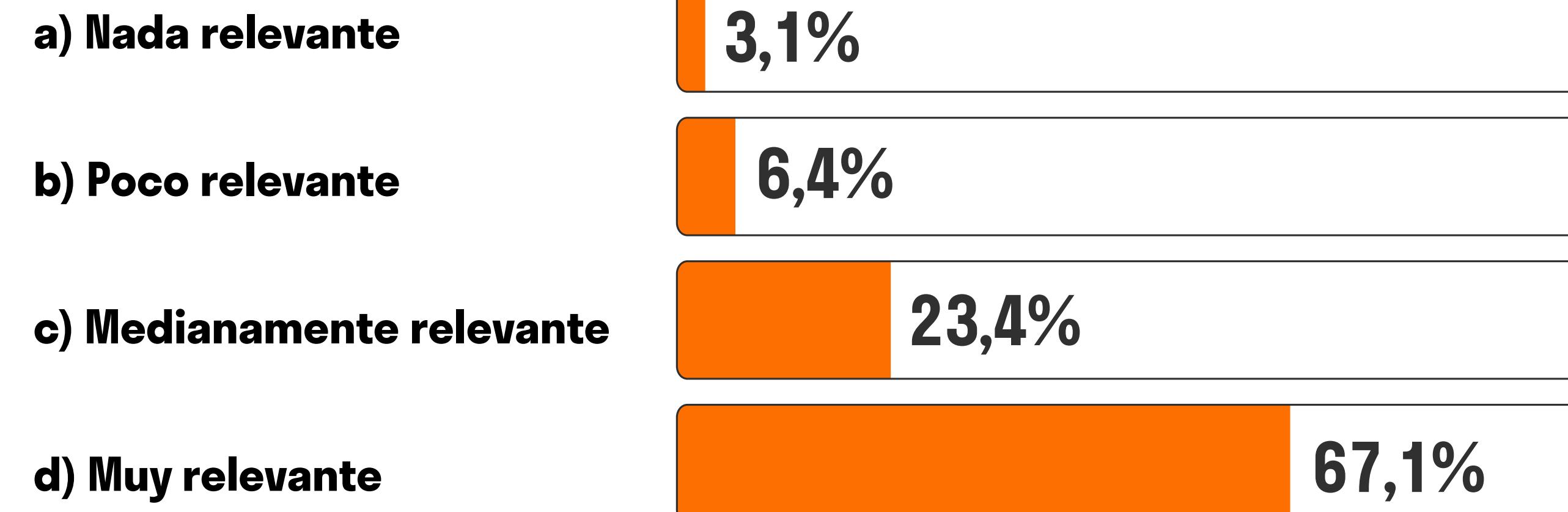
LAS PERSONAS ESPERAN QUE LAS MARCAS **SIEMPRE CUMPLAN CON LO QUE PROMETEN**, QUE LE IMPORTEN MUCHO SUS CLIENTES Y COLABORADORES (Y QUE LOS TRATEN BIEN A TODOS) Y QUE ENTREGUEN SOLUCIONES INMEDIATAS.

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



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?**



# 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?

a) Sí

50,4%

b) No

49,6%

**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?**

**a) Antes de comprar**

**54,1%**

**b) Mientras estoy comprando**

**25,1%**

**c) Después de comprar**

**20,8%**

# 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.

MARCALB

una iniciativa de  
 + 