

EL CHILE QUE DEBEMOS CONSTRUIR

Max Purcell, Gerente General
GfK Chile

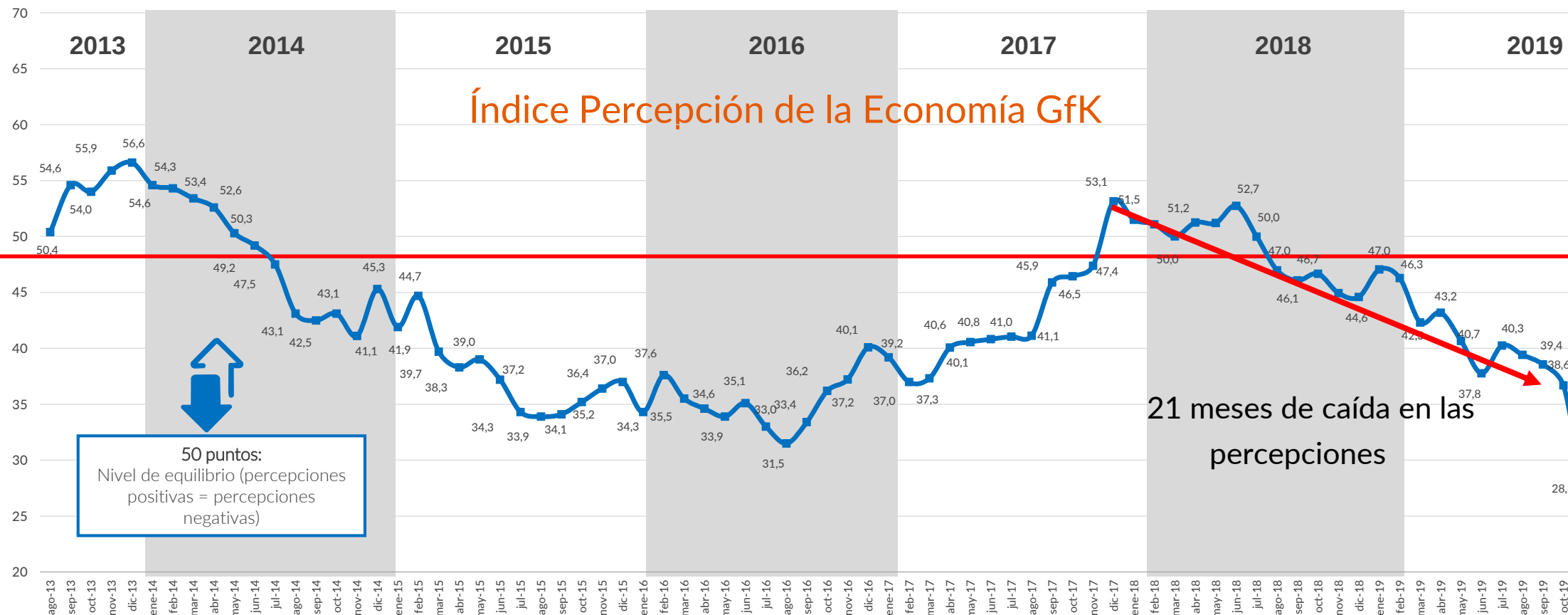
12 de mayo, 2020

EL CHILE QUE DEBEMOS CONSTRUIR



- Parece a destiempo hablar hoy del estallido social, sin embargo, no lo es. Si bien el Coronavirus incorporó una pausa en la discusión de las razones que gatillaron la crisis, ellas aún están y quedarán más acentuadas post la pandemia.
- Es por esto que los invito a sacar de nuestra mente por un momento la contingencia de hoy y volver a mirar hacia algunos meses atrás. Ver cómo está Chile luego de un 2019 que nos desafió a reinventarnos como personas, como empresas y marcas.

Para esto miremos los datos de GfK hacia fines del 2019 desde la percepción de los chilenos con la economía.



Podemos observar que hasta el estallido social llevábamos 21 meses de caídas en las perspectivas económicas de los chilenos.

Por otro lado, existía un exitismo y una **desconexión** emocional con la realidad de Chile brutal que en las manos de ciudadanos angustiados se prendió y, con un Estado que no defendió el estado de derecho, estalló, dejando más pobreza y miedo.

SENTIDOS COMUNES



**“HAY DOS PANES. USTED
SE COME DOS, YO
NINGUNO. CONSUMO
PROMEDIO: UN PAN
POR PERSONA.”**

- Nicanor Parra, antipoeta -

Lo que vimos en octubre fue lo que yo denominé entonces la “Crisis de los Promedios” y tiene su fundamento en que el país se estaba gobernando como si los promedios fueran la realidad nacional.

Sin darnos cuenta de que un promedio esconde un sinfín de duras realidades, de las cuales no nos hemos hecho cargo como sociedad.

¿Cómo quedó Chile tras el estallido social?



El mejor instrumento para este análisis es CHILE3D, un referente para todos los que queremos entender a nuestra sociedad, el consumo, los estilos de vida de quienes viven en nuestro país y cómo las empresas y sus marcas pueden acercarse a las necesidades de los chilenos.



De los 21 aspectos de la vida evaluados este año, 15 obtienen más del 50% de satisfacción

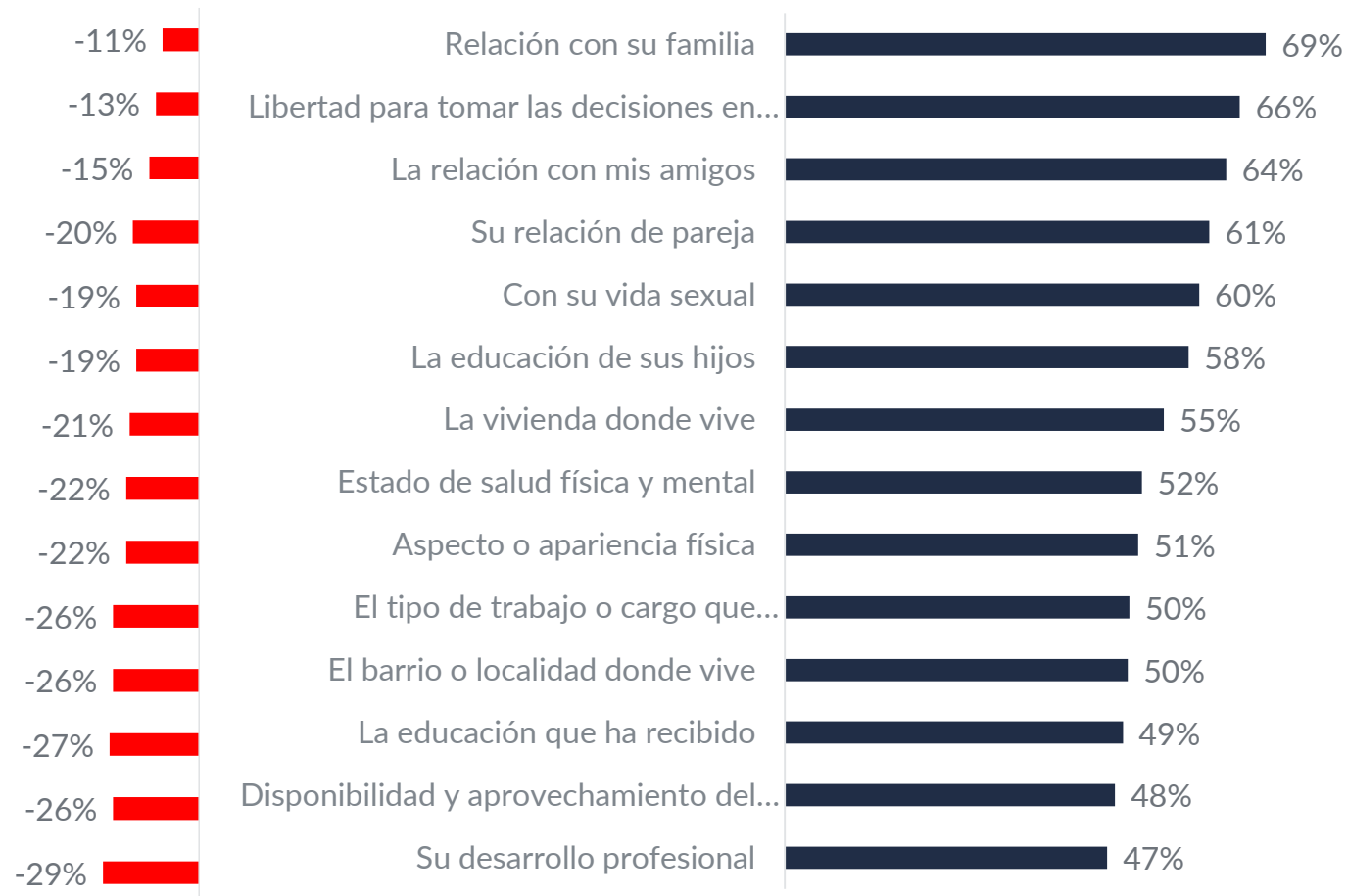


El **62%** de los chilenos está **satisfecho con su vida en general**.

Sólo el **13%** está **insatisfecho con su vida**

% insatisfacción

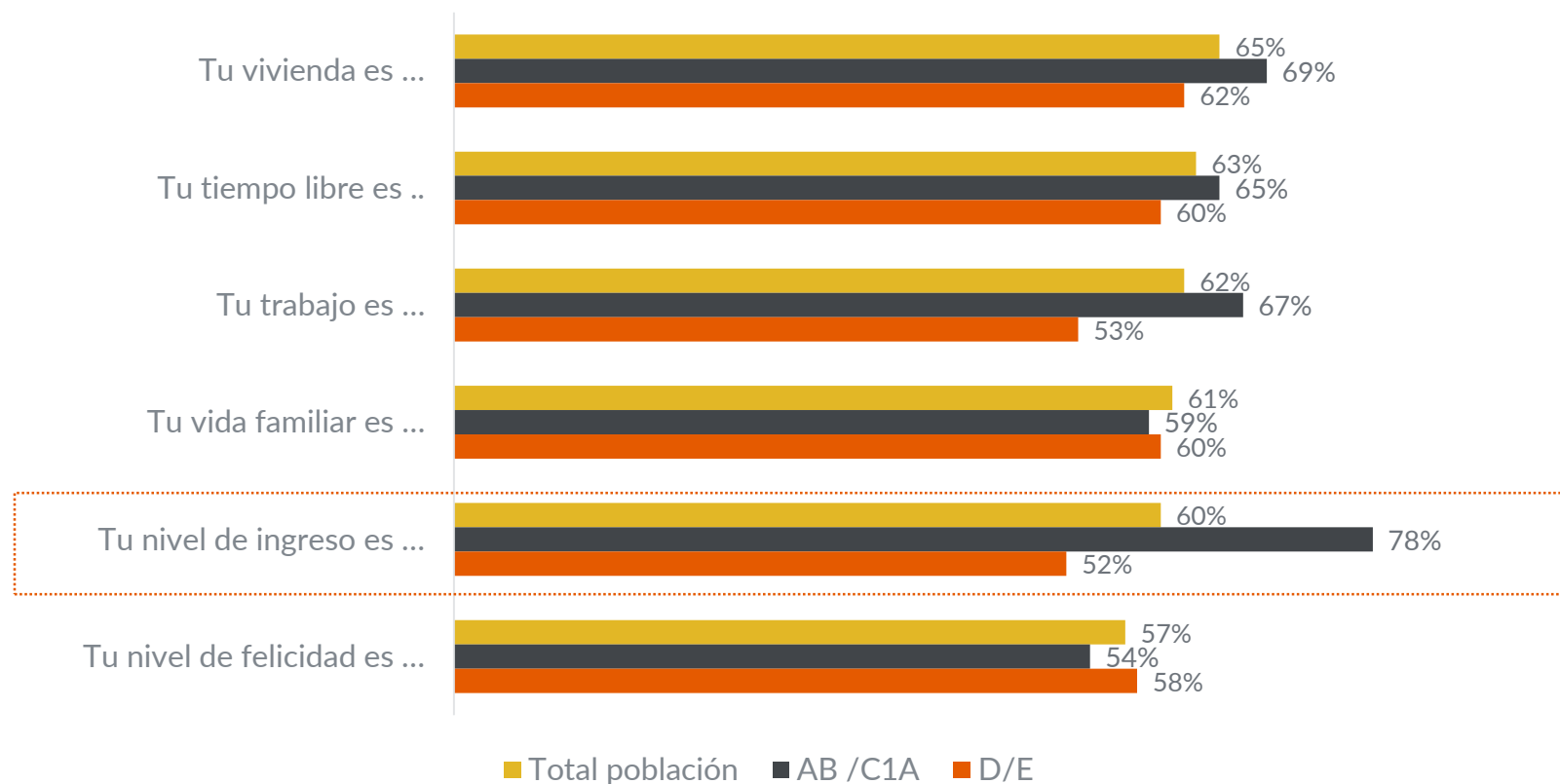
% satisfacción



En general, sentimos que estamos mucho mejor que nuestros padres en todos los aspectos analizados



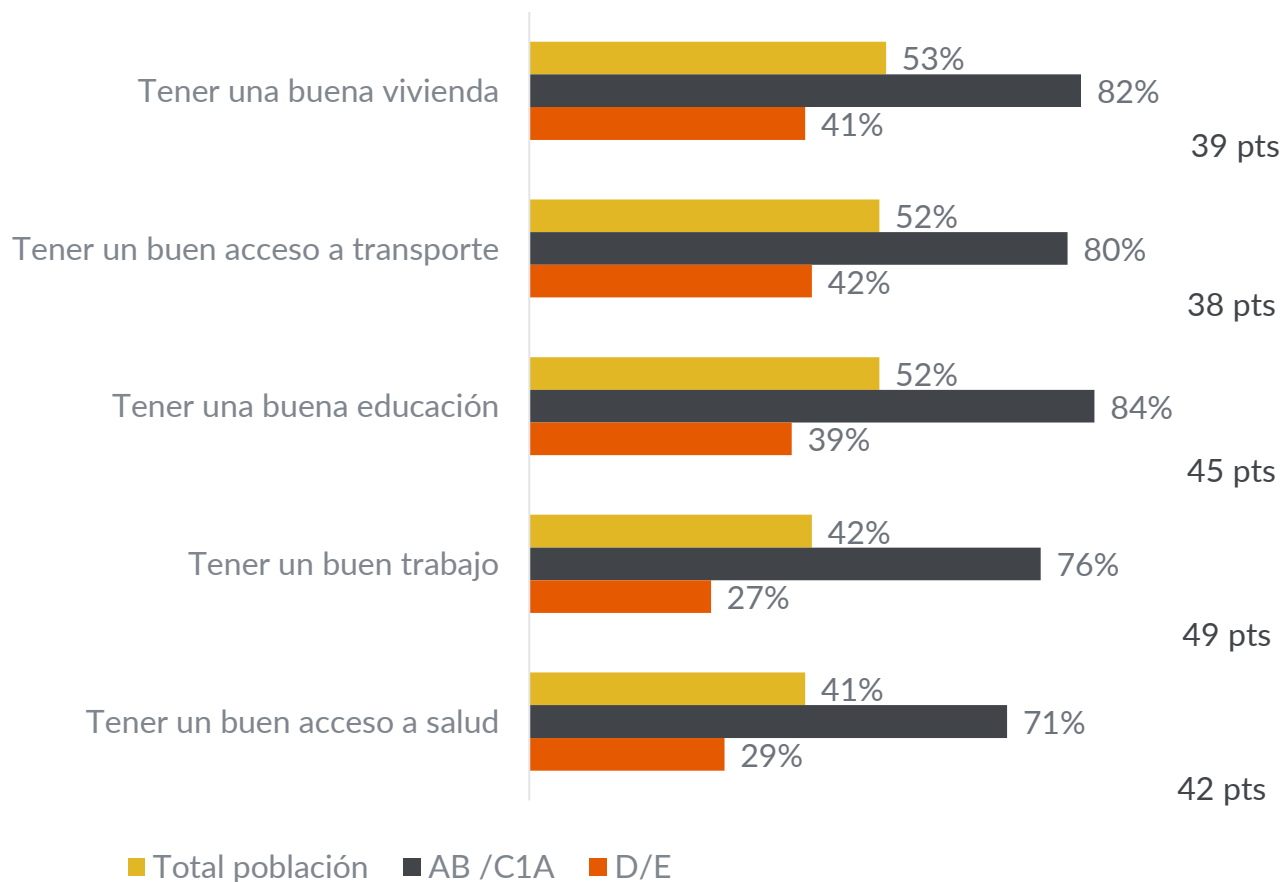
Estoy mejor que mis padres...



Ni siquiera vemos brechas tan marcadas entre segmentos en este ámbito, a excepción de cómo perciben su nivel de ingresos.

Y sí, pareciera que Chile nos ofrece oportunidades (pero no a todos por igual).

He tenido muchas oportunidades en mi vida para...



Y acá es donde está el problema y, por lo tanto, el desafío





La situación de
desigualdad es
evidente.

83% está de acuerdo con
que la desigualdad es la
gran deuda pendiente en
la sociedad chilena

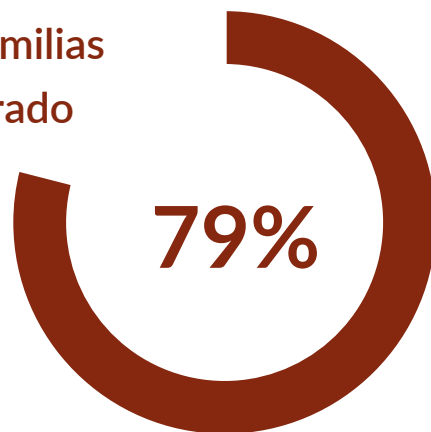


¿Desigualdad?

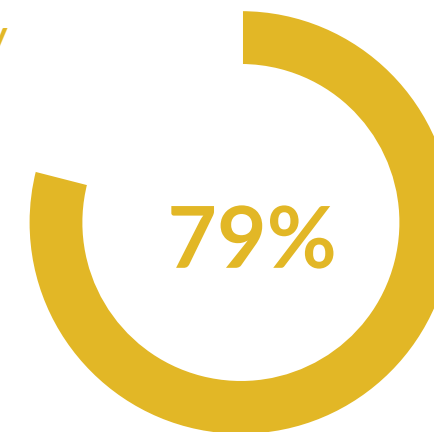
El consenso es bastante generalizado



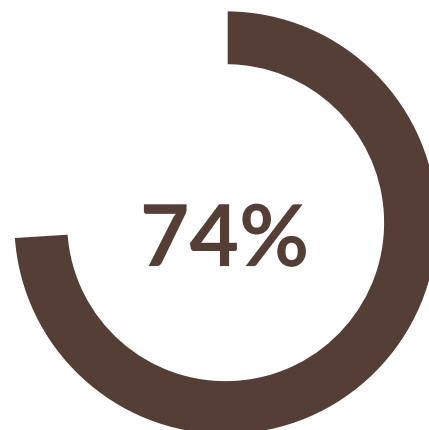
Las personas que nacen en familias
ricas tienen el futuro asegurado



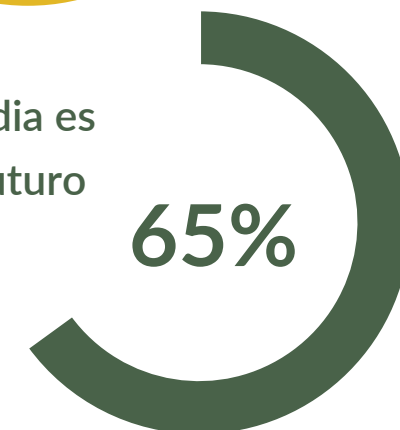
En Chile hay ciudadanos de primera y
segunda categoría



En Chile no todos tienen la mismas
oportunidades para surgir en la vida



El colegio en el que uno estudia es
determinante para el éxito futuro



Pero hay una buena noticia



A pesar de esta situación, la mitad de los chilenos cree que con esfuerzo todos podemos salir adelante

54%

Los inmigrantes son quienes están más de acuerdo (70%)

Los chilennials (personas entre 25 y 37 años) son quienes menos de acuerdo están con esta afirmación (45%)

SÓLO EL 25% DE LOS CHILENOS NO CREE QUE CON ESFUERZO TODOS PODEMOS SALIR ADELANTE

A person is seen from behind, sitting on a brown chair in a room with a grey wall and a cobblestone floor. On the wall, there is a large, chaotic white scribble. In the center of the scribble, several question marks are drawn, with one being significantly larger and brighter than the others.

La desigualdad no sólo está en el trato de las instituciones, la política o las empresas. Está también en el trato desigual entre las personas.

¿Cómo nos vemos a nosotros mismos?



Pero ¿cómo vemos a los demás?





El estallido social nos dejó con un
sabor amargo: más desconfiados,
más desconectados y más inseguros.

Principales efectos del estallido social



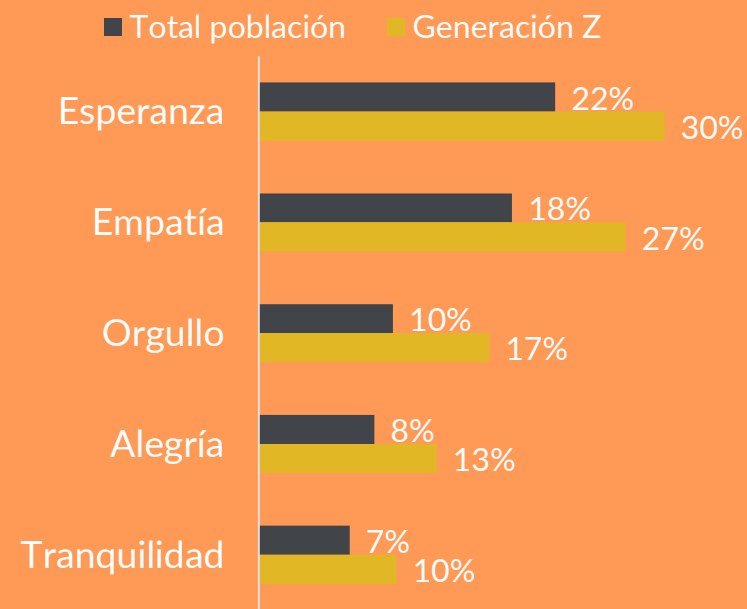
Las mujeres (53%) y los baby boomers (52%) fueron los más afectados emocionalmente.



El estallido social despertó
principalmente emociones negativas



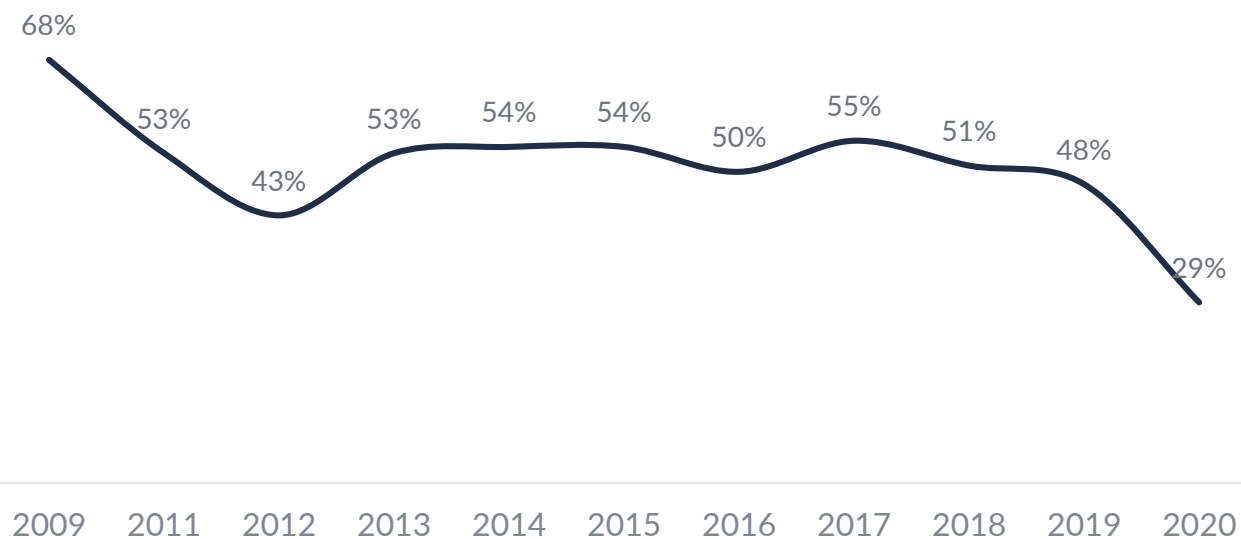
LAS EMOCIONES POSITIVAS DESTACAN CASI EXCLUSIVAMENTE EN LOS Z (entre 15 y 24 años)





Y sus consecuencias se ven, principalmente, en la percepción país.

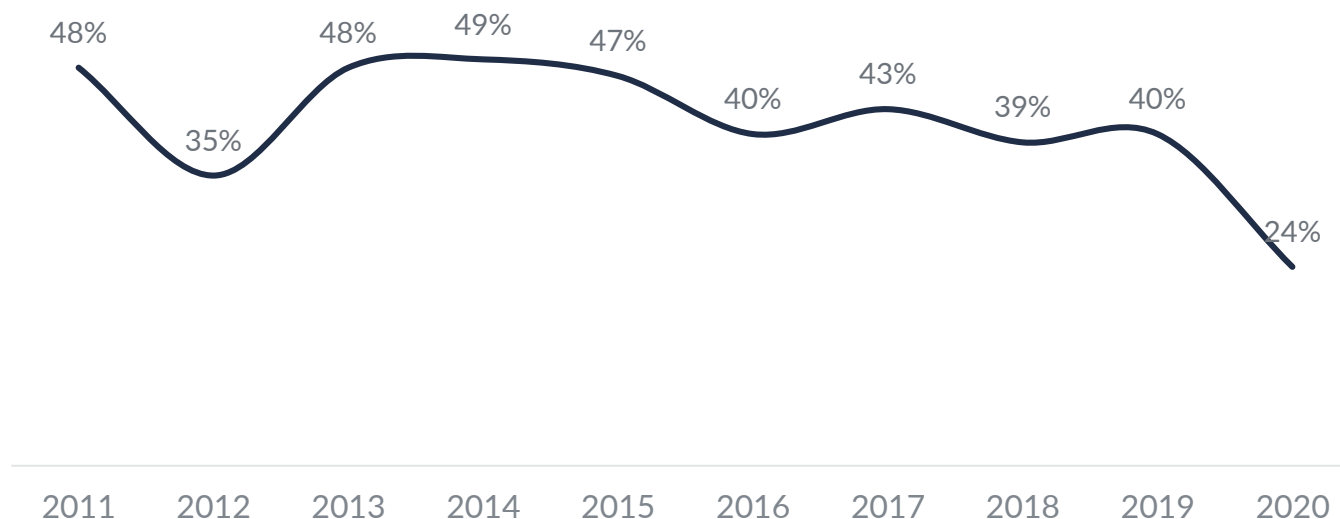
Se desploma la idea de que
Chile es el mejor país para
vivir en Latinoamérica



Lo mismo ocurre con la percepción de que en Chile se puede vivir de manera segura



El segmento ABC1 es el que se siente más inseguro (20%)



La pandemia del COVID-19 no hace sino profundizar esta crisis de confianza...pero ahora en nosotros mismos



El Gobierno sabe qué hacer para enfrentar esta situación



16%

Los empresarios están tomando decisiones en pro de la salud colectiva



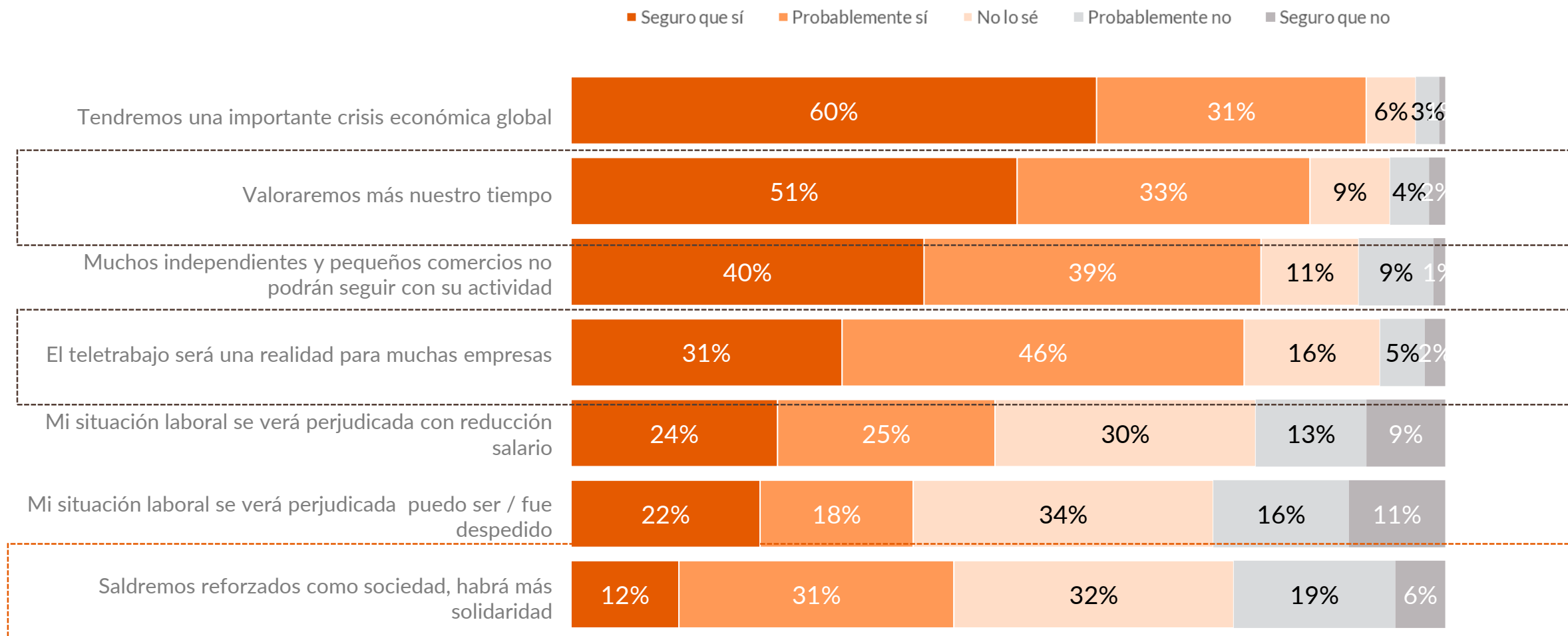
11%

Los ciudadanos estamos preparados para hacer frente a la crisis



7%

¿Qué sacaremos en limpio de la crisis actual?





Growth
from
Knowledge

Y entonces,
¿Cómo salimos de esto?



OLVIDÉMONOS DE LOS PROMEDIOS

Detrás de cada cifra se esconde una persona que siente y experimenta la vida desde su realidad única. Hagamos el esfuerzo por ponernos en el lugar del otro.



CON UNA MIRADA PUESTA EN LO COLECTIVO

Menos egoístas, más empáticos. La crisis COVID-19 es una oportunidad de volver a conectarnos con lo que realmente importa: el bienestar del otro.



CONVENCIDOS QUE VAMOS BIEN, PERO QUE
PODRÍAMOS IR MEJOR.

Hoy nos falta equilibrio en la sociedad y no me refiero a lograr una sociedad utópica igualitaria sino a que los chilenos queramos nuevas igualdades de oportunidades y externalidades en donde nuestro norte sea hacer más digno al prójimo.



Growth
from
Knowledge

CREEMOS QUE ES ESTE FOCO EN EL
OTRO LO QUE NOS PERMITIRÁ
RESOLVER ESTAS NUEVAS
DESIGUALDADES Y CONSTRUIR UN
CHILE EN EL QUE
HAY UN LUGAR PARA TODOS.

Nuestro país se encuentra frente a una gran oportunidad para iniciar una nueva era.

Estamos frente a quizás el gran momento que muchos hemos esperado, donde:

- Se ha visibilizado una sociedad inquieta por las desigualdades.
- La naturaleza nos ha regalado tiempo para la reflexión.



Growth
from
Knowledge



Sigamos en contacto.

Max Purcell
Gerente General
GfK Adimark
max.purcell@gfk.com