



[ 34 GANADORES ]

## Las tendencias que los consumidores tienen como preferencia

Los encuestados han premiado a los productos más destacados por su innovación y diversas características por sobre otros a la hora de elegir. **Por: Germán Kreisel**

**Product of the Year reconoce los productos más innovadores en sus distintas categorías de consumo masivo, productos electrónicos, productos de limpieza, y muchas otras categorías.** En esa línea, en su octava versión en Chile fueron elegidos por los consumidores 34 productos, principalmente de alimentación, cuidado personal y hogar.

Sylvain Benoist, gerente general Product Of the Year Chile y Perú, indica ser elegido el producto del año significa un valor para la marca, ya que para los productos ganadores "el sello POY es una herramienta de marketing para comunicar la preferencia de los consumidores. Genera confianza e inspira calidad, lo que permite impulsar las ventas de estos productos nuevos e innovadores".

El sello POY nació en 1987 en Francia como una recomendación de consumidor a consumidor y una guía hacia los mejores productos en el mercado. Es así que durante los últimos ocho años que el sello rojo POY ha estado presente en el mercado nacional, es altamente reco-

nocido por los consumidores, y cuando lo ven en un producto les genera confianza y aumenta su intención de compra.

En ese sentido, en su octava versión Product of the Year refleja las tendencias de compra, y al igual que en años anteriores, se desprenden y profundizan dos observaciones: "Podemos destacar el avance del sector de la alimentación en cuanto practicidad y ahorro de tiempo, y también la oferta de productos para la tercera edad", destaca Benoist.

### ¿Cómo se elige el Producto del Año?

El Producto del Año es elegido por medio de un estudio representativo de la población nacional a cargo de la consultora NielsenIQ, especialistas en conocer a consumidores y tendencias en más de 100 países, incluido Chile, y que durante estos últimos cinco años ha recabado información relevante. Este año fueron más de 2.400 consumidores chilenos los que evaluaron y eligieron a los productos ganadores del año 2025.

El estudio considera la opinión de hombres y mujeres de entre 18 y 65 años con una muestra representativa de la población chilena en cuanto a edad, sexo, región y nivel socio-económico. Su metodología es cuantitativa con encuestas online, que se realizan entre octubre y noviembre de cada año.

Sylvain Benoist sostiene que este año redefinieron el rol del Comité de Expertos que interviene después de la definición de los productos ganadores por parte de los consumidores. Ahora el Comité hace una auditoría de los productos ganadores y tiene un papel de observador y prescriptor. "La idea es que dé directrices a los participantes en el concurso con un enfoque de innovación positiva en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. Además, en la misma línea, el Comité eligió un producto dentro de los ganadores 2025, al cual se le entrega un premio especial tomando en cuenta su innovación y sustentabilidad en línea con los ODS", dice el ejecutivo.

"Desde ya todos los productos ganadores podrán comenzar a incorporar el sello POY en su comunicación hasta diciembre de este año".

"En el sector de la alimentación, podríamos decir que la practicidad y el ahorro de tiempo generaron interés por parte de los consumidores".

"Product of the Year es un estudio que dirige NielsenIQ donde se mide la innovación percibida, la atractividad, la intención de compra y la satisfacción después del uso de los productos".



**SYLVAIN BENOIST. GERENTE GENERAL PRODUCT OF THE YEAR CHILE Y PERÚ.**

