GOBIERNO DE CHILE

voces rsrch

Estudios de Mercado & Minería de Datos

Informe de resultados

"Estudio para conocer las percepciones de los ciudadanos frente a la Identidad del Gobierno de Chile"

Junio 2010

Cliente: SECOM (Secretaría de Comunicaciones)

Código:10-10

FICHA TÉCNICA

Tipo de estudio Cualitativo - exploratorio

Metodología Focus groups (4 sesiones de 8 participantes por grupo)

Objetivo del estudio Evaluar nueve propuestas de logos para el Gobierno de Chile

Grupo objetivo Hombres y Mujeres, entre 25 y 55 años, de los grupos socioeconómicos C1, C2, C3 y D, inscritos en los registros electorales, residentes en el Gran Santiago

Segmentación de los grupos

	Mujeres	Hombres	**TOTAL**
C1-C2	1	1	**2**
C3-D	1	1	**2**
TOTAL	**2**	**2**	**4**

[VCS]rsrch

Capítulo 1
El contexto

[VCS]rsrch

Observaciones Generales

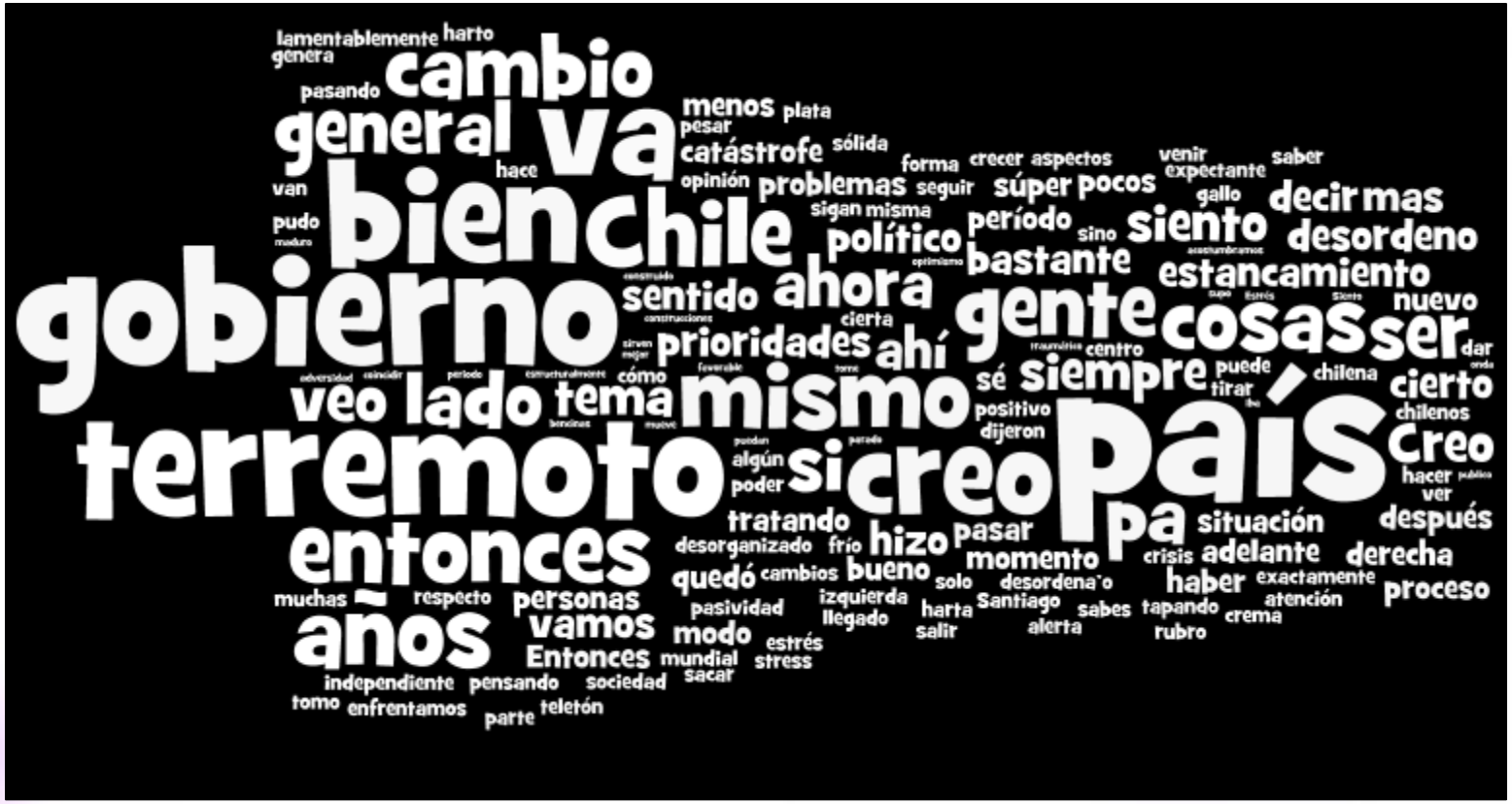
- **Se aprecian diferencias significativas a nivel de género en el segmento socioeconómico medio- alto.**

- **El grupo medio-bajo tiende a ser más homogéneo y elige con claridad sus preferencias.**

- **El hablante proviene desde diversas actividades económicas como: profesor, ingeniero, dentista, educadora de párvulo, orientadora familiar, temporera, dueña de casa, vendedora.**

[VCS]rsrch

Imagen del Chile actual



Fuente: wordle

El tamaño de cada concepto es proporcional a su frecuencia de aparición en las conversaciones realizadas

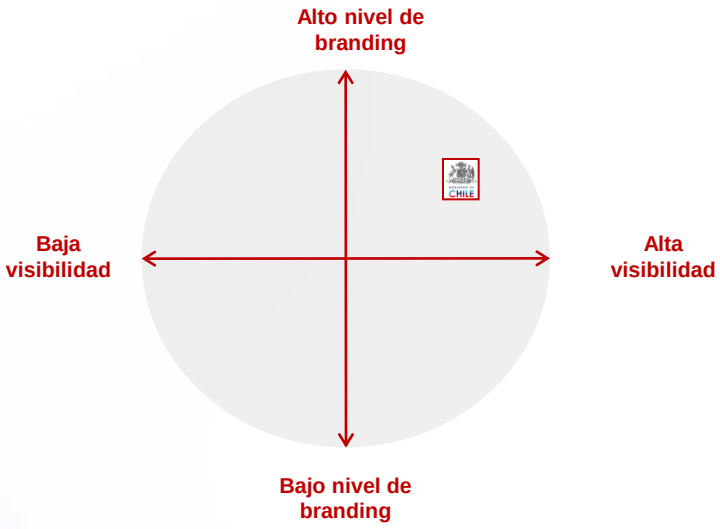
Existe una opinión unánime que Chile está en una etapa de reconstrucción.
La **imagen país** para el segmento alto es optimista, mientras que para el medio- bajo es desorganizada y desordenada.

[VCS]rsrch

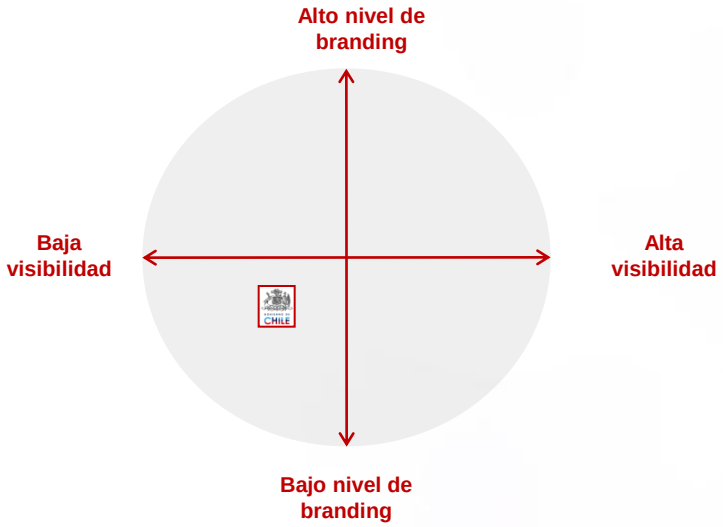
Capítulo 2
Evaluación de logo actual

Reconocimiento según GSE

C1-C2



C3-D



En general en los grupos medios-altos hay una alta recordación y reconocimiento del logo de Gobierno, es decir, la imagen posee alto impacto. Sin embargo es necesario señalar que en el discurso este logo no es aceptado como imagen del Gobierno actual.

En los grupos medios bajos hay baja recordación de la imagen, sin embargo, entre los pocos que la recuerdan saben que es el logo del Gobierno. Como produce rechazo, no se acepta como imagen adecuada para representar al Gobierno de hoy.

Imágenes y sensaciones espontáneas

El escudo habla de una historia añeja, no va con el bicentenario.

Me lleva a una dicotomía, son dos imágenes en una. No es un todo.

M recuerda al Gobierno militar, es violento.

El escudo me genera identificación pero su color gris provoca rechazo.

El color gris me recuerda a una época oscura, la dictadura militar.

Volver al 1800, volver atrás.

Por la razón o la fuerza no es un lema para ningún Gobierno

Muy frío, no me llega

Lo asocio a la lista de víctimas del terremoto.

- **En todos los grupos existe un reconocimiento del logo y una asociación correcta con el Gobierno de Chile. Este conocimiento disminuye en el grupo socioeconómico medio bajo donde hubo sujetos que nunca lo habían visto.**

- **Hay una separación que habla de una dicotomía entre el escudo y la palabra "Gobierno de Chile". Si bien el color del escudo produce rechazo por la reminiscencia al Gobierno militar, lo escrito no desagrada y entrega una sensación de cambio y modernidad, es decir, una representación del Chile actual que mira el futuro.**

[VCS]rsrch

El logo como parte de la estrategia comunicacional

Conocimiento
Notoriedad del mensaje

No hay una asociación al mensaje leído, sino que se deconstruye en base a lo que el escudo representa. En este sentido, el escudo en sí, a pesar de ser un emblema patrio, genera ciertas divisiones ya sea por lo que rememora o simplemente porque no gusta.

Actitudes negativas debido a la asociación con el Gobierno militar, es la zona gris del logo, aclarada sólo por los colores integrados a la palabra que representa modernidad, pero no generan una sensación de pertenencia porque no se identifican como los colores clásicos de Chile. (Se reitera que el celeste no tiene nada que ver con Chile). No genera una predisposición positiva sino una vuelta al pasado. Proyecta rigidez y estructura, conceptos cuya asociación es pesimista

Sentimiento
Actitudes (afectiva y predisposición)

Acción
Comportamientos

La acción no se logra concretar ya que el logo pierde sentido en el discurso y no logra el nivel de vinculación deseado. En los grupos C3 y D la importancia del logo está dada por la relación con el "hacer" de un Gobierno, en cambio, para los grupos C1 y C2 el logo es el sello que queda en la retina de los ciudadanos.

[VCS]rsrch

Relevancia del logo en la Imagen del Gobierno

Relación entre Necesidades del Ciudadano e Imagen del Gobierno

Mayoritariamente se desprende del discurso de los ciudadanos que el logo es relevante en la imagen de un Gobierno. No es simplemente una insignia, sino un ícono que crea sentido de pertenencia (búsqueda de unidad nacional) y, en algunos casos, incluso logra generar vínculos afectivos con el Gobierno. En efecto, el discurso en torno al logo anterior toma ribetes emocionales tanto en su forma como en el contenido, que el logo actual no consigue relevar, sin embargo, este último sí alcanza a resolver la necesidad de pertenencia sobre todo a través de la incorporación del escudo en la figura (imagen común y transversal para todos los chilenos)

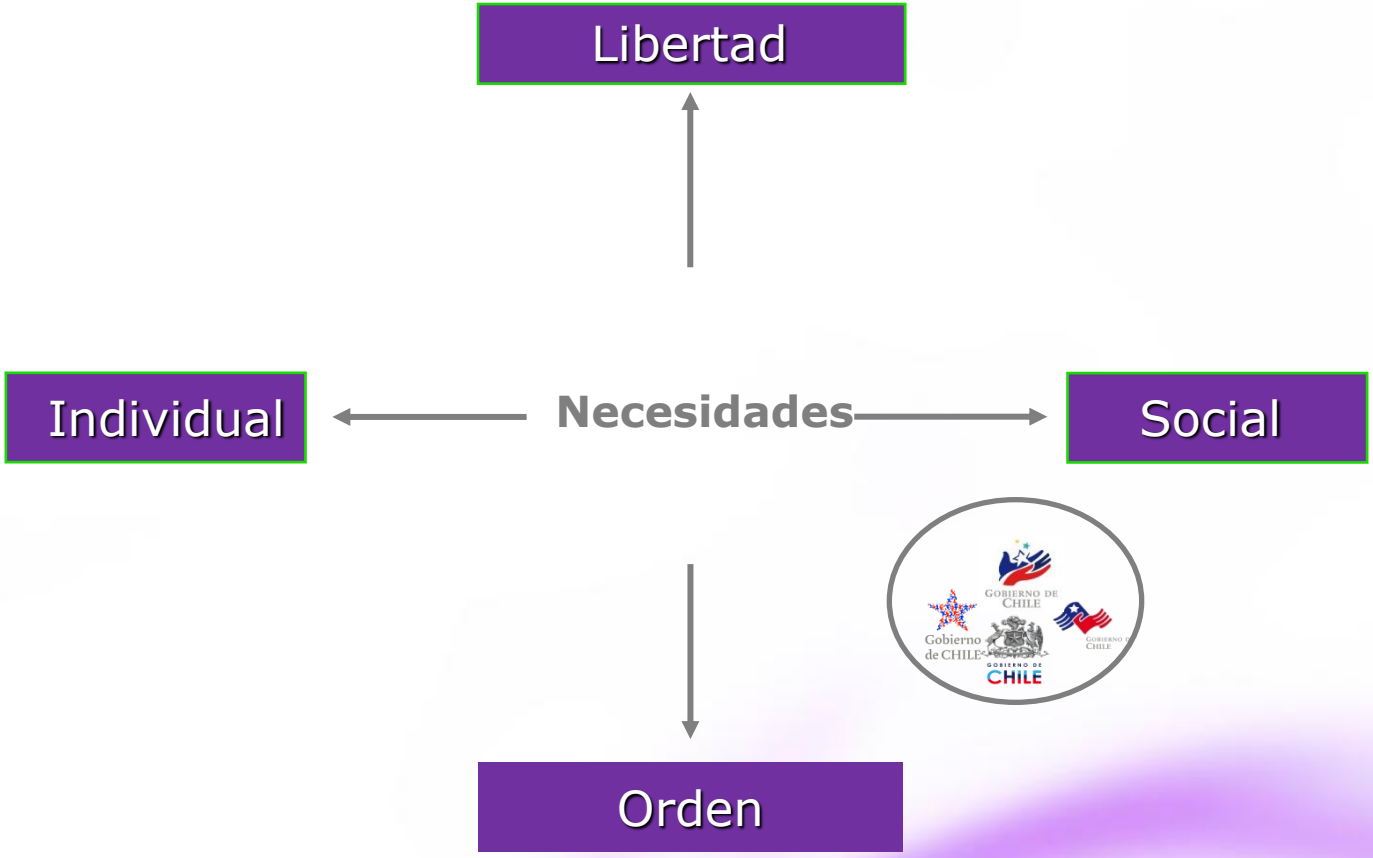
[VCS]rsrch

Necesidades asociadas al logo
(Modelo motivacional basado en las necesidades)

El logo de un Gobierno debe hacerse cargo de necesidades colectivas de la población (de inclusión, comunidad, unidad), es decir, debe representar a todos.

La ciudadanía busca que el logo represente los atributos diferenciadores del Gobierno actual: progreso, unidad nacional, sobriedad.

A partir del auto-reconocimiento que hacen los ciudadanos de Chile como un país conservador, se desprende la necesidad que el logo refleje orden (sobriedad, seriedad, protección).



[VCS]rsrch

La ciudadanía busca que el logo represente los atributos diferenciadores del Gobierno actual: progreso, unidad nacional, sobriedad, cambio, transparencia.

1 2 3 4 5 6 7 8 9

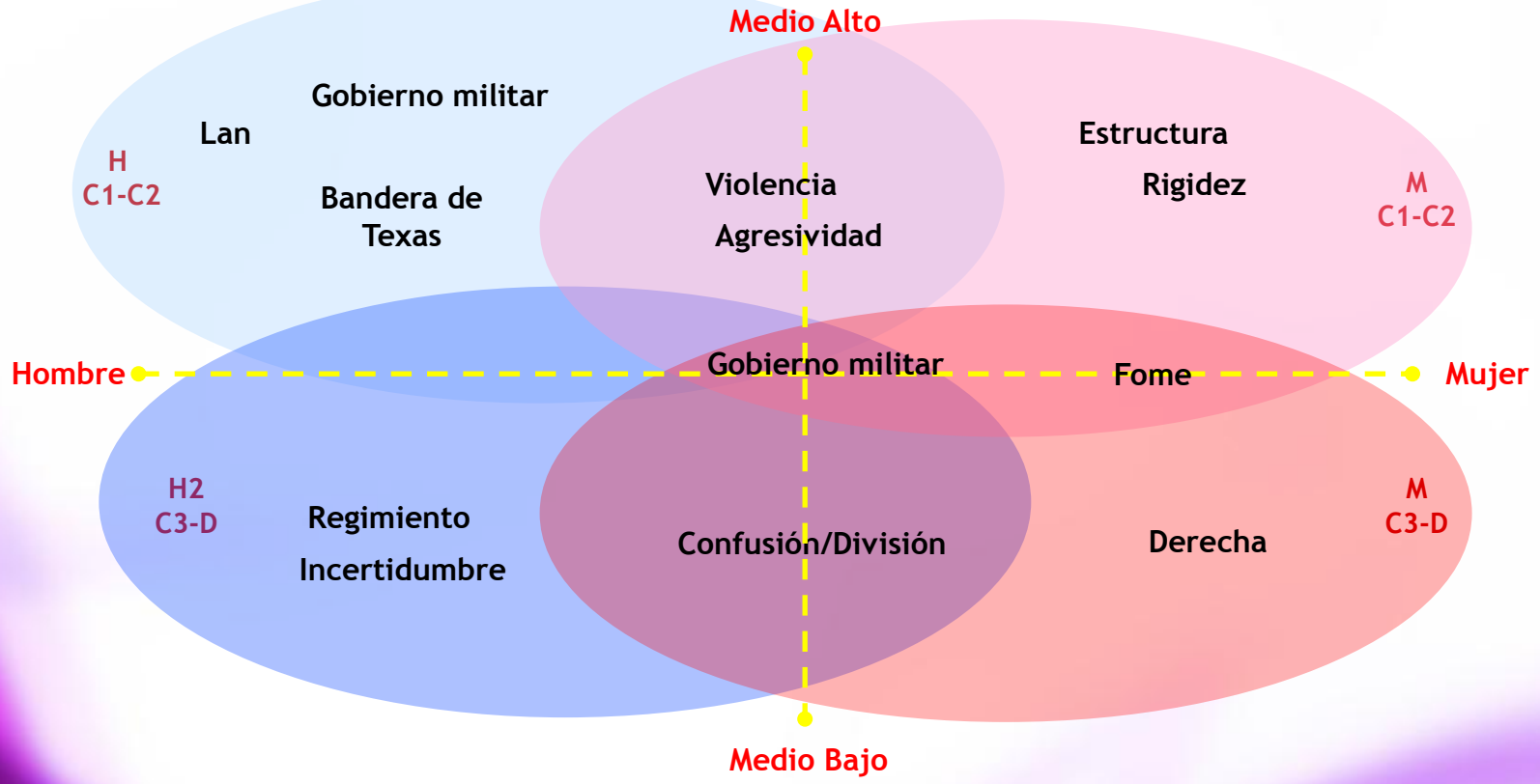
Capítulo 3
Evaluación de logos
(1) Evaluación monádica

[VCS]rsrch

GOBIERNO de CHILE

En general no es un logo que agrade y existe nula representatividad del Gobierno de Chile en el año del Bicentenario

Cuadro resumen



""confusión como que el Gobierno no sabe pa donde va ... incertidumbre, incoherencia" (H C3-D)

""Lo encuentro como fome, encajonado" (M C3-D)

"A mi me parece como de panfleto; súper estructurado, cuadrado" (M C1-C2)

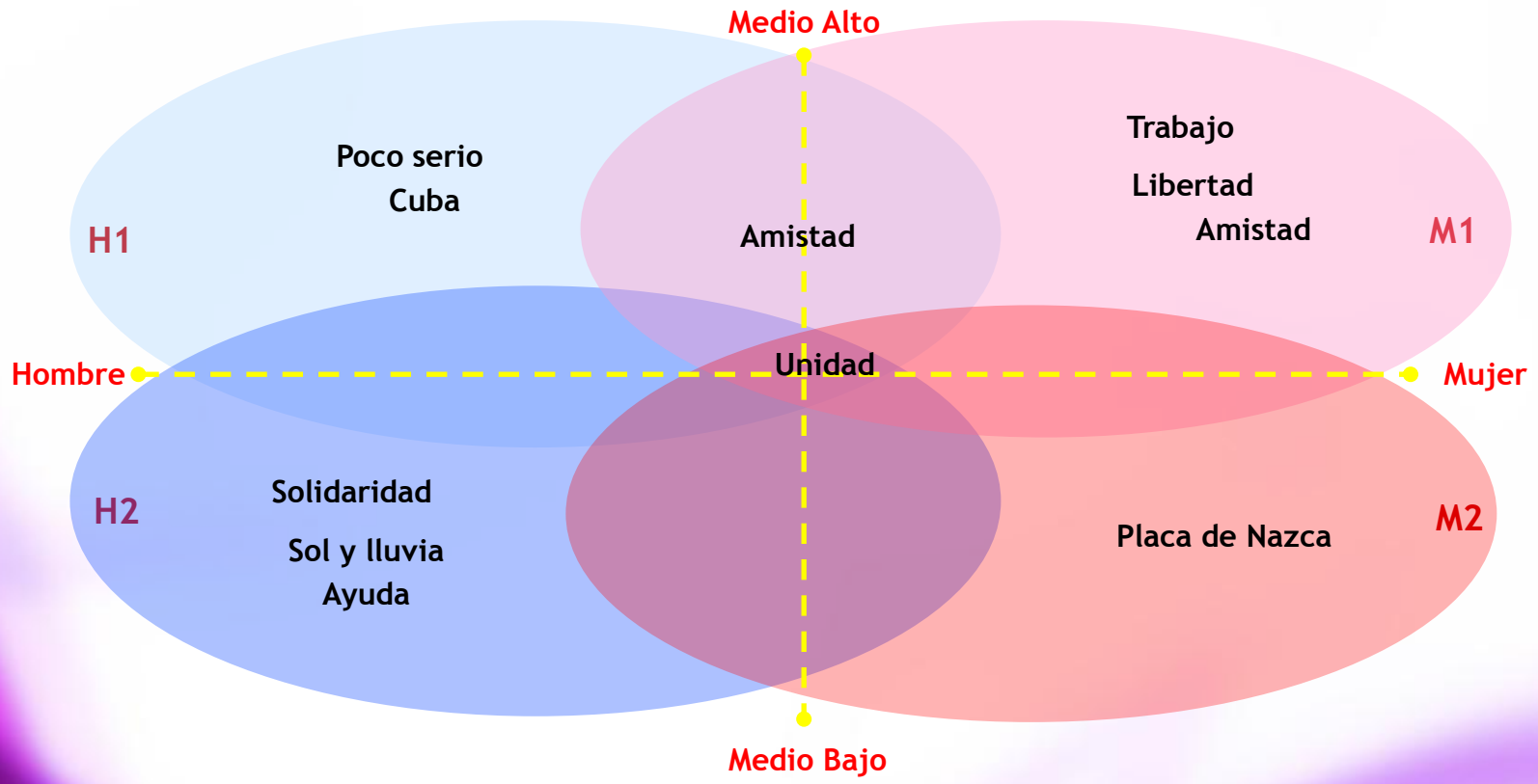
"Es como que se viene encima... como que viene llegando" (H C1-C2)

[VCS]rsrch

GOBIERNO DE CHILE

En general es un logo que genera actitudes positivas en todos los grupos, sin embargo no lo asocian al Gobierno.

Cuadro resumen



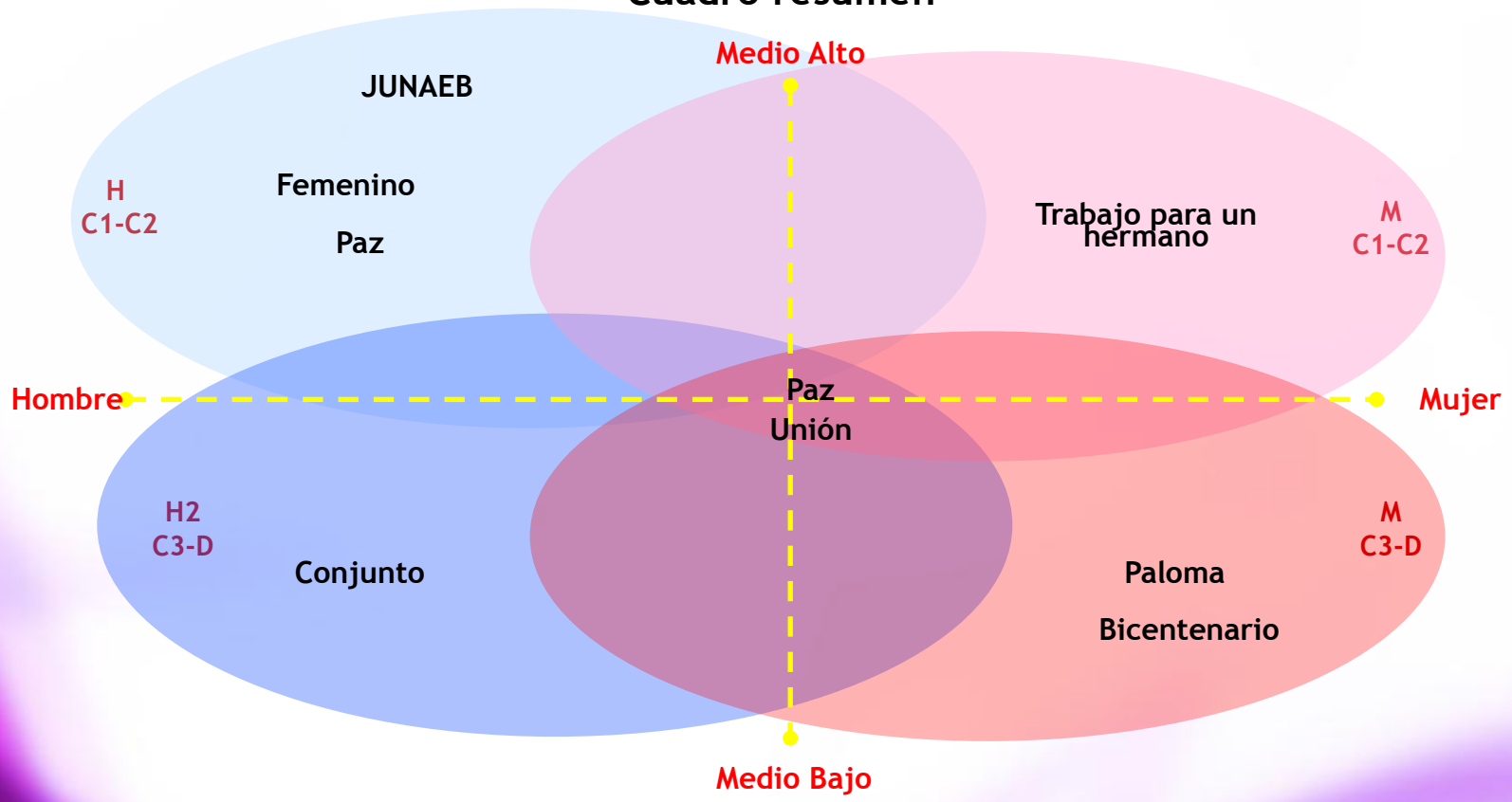
""Es unión, como que estamos todos trabajando juntos" (H C3-D)
""Lo encuentro bonito, me genera buenos sentimientos" (M C3-D)
"Es unión, unidad, pero no lo identifico con el Gobierno actual" (M C1-C2)

[VCS]rsrch

GOBIERNO DE CHILE

Es un logo que atrae toda la atención de los grupos medios-bajos, donde la decodificación del mensaje es fácil debido a la simplicidad de los elementos. Sin embargo es necesario cambiar los colores de las estrellas porque generan rechazo.

Cuadro resumen



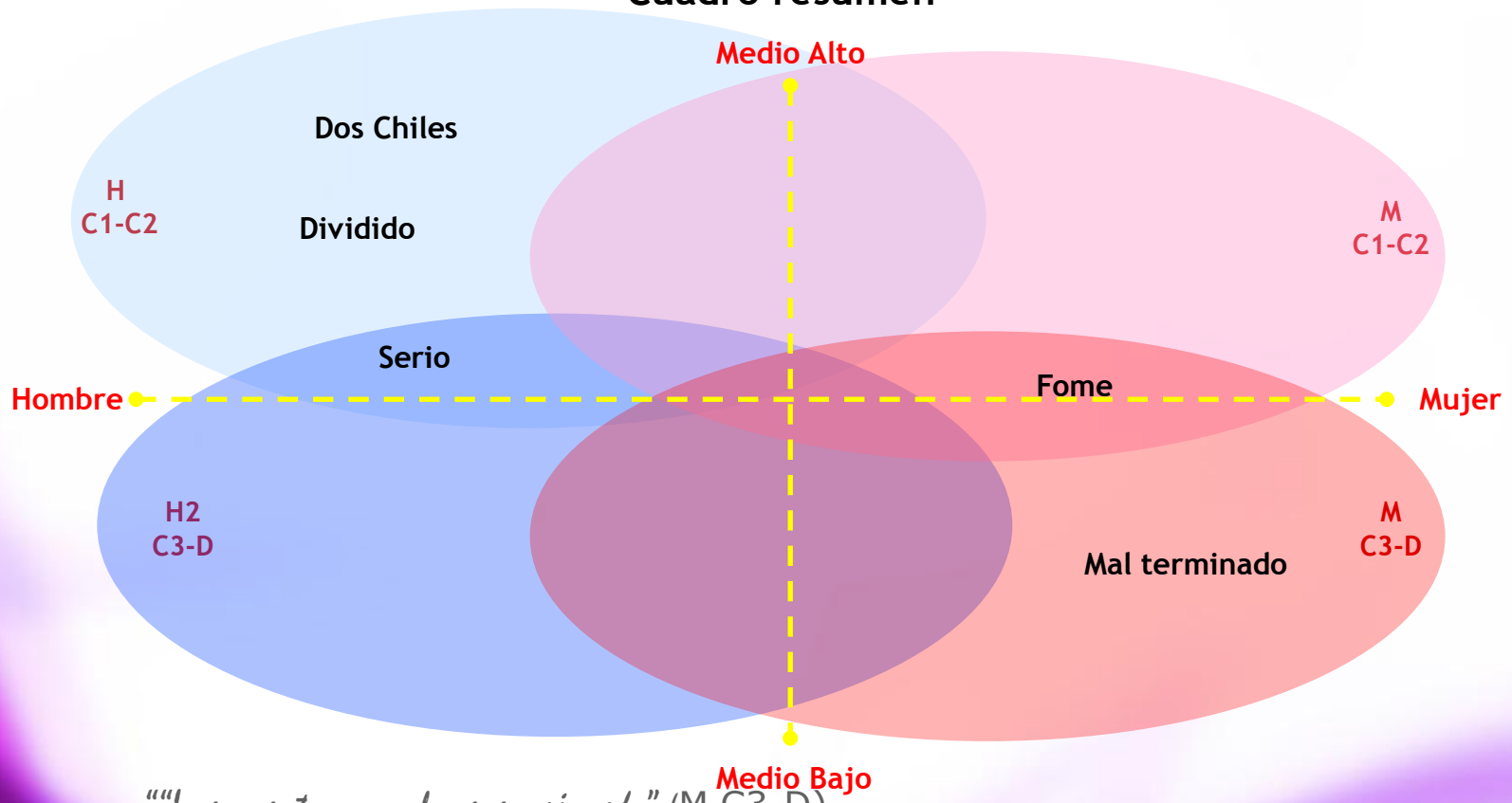
"Me da una sensación de ayuda, de unión, de querer ayudar" (H C3-D)

"A mi me parece que genera sensaciones positivas" (M C1-C2)

[VCS]rsrch

Este logo, sólo gusta al segmento masculino ya que es sobrio y serio. Las mujeres lo encuentran feo, mal hecho, sólo posible de visualizar en el encabezado de una carta.

Cuadro resumen



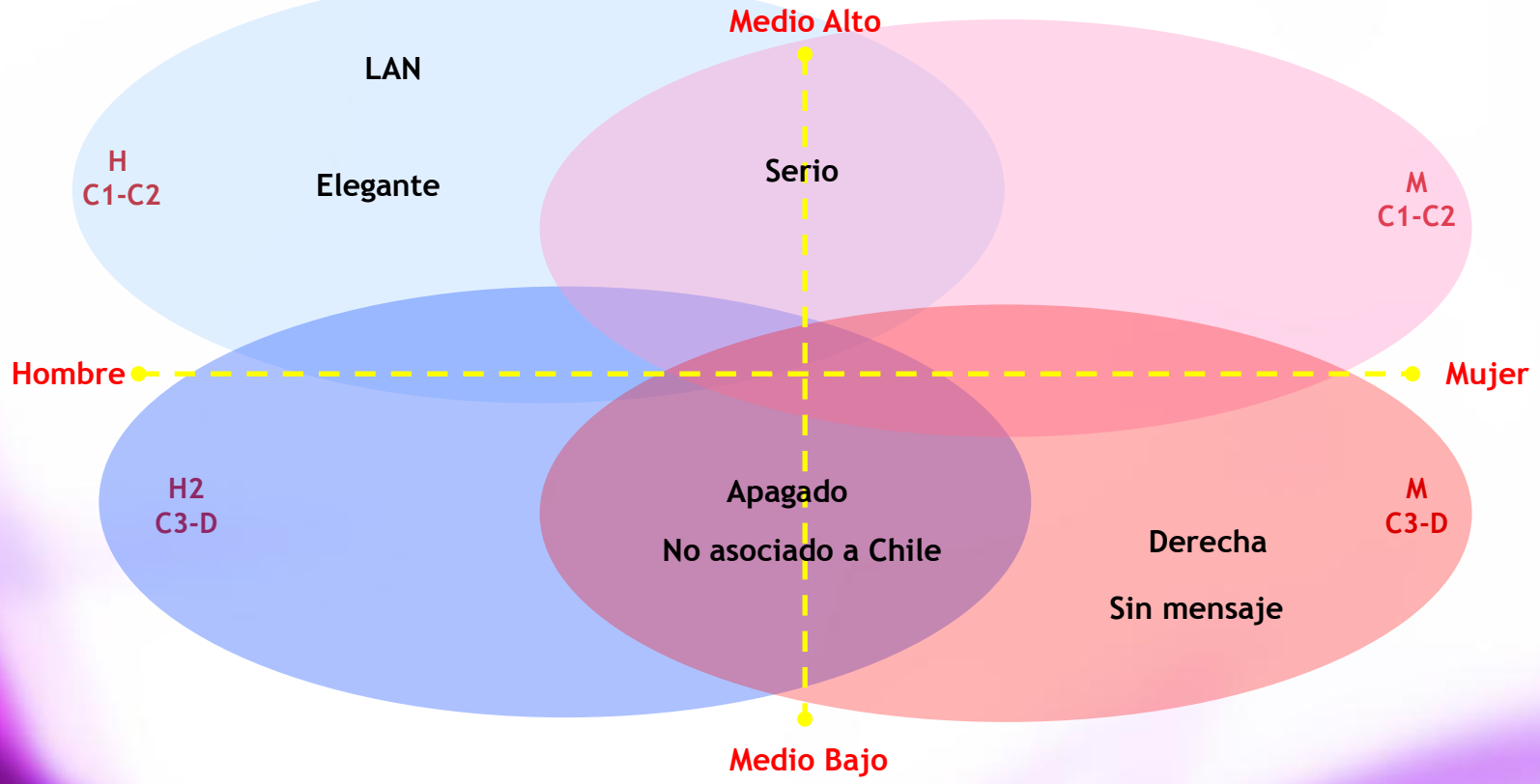
""Lo encuentro como fome, encajonado" (M C3-D)

"Este logo lo podría ocupar para membrete de un documento oficial, pero no me lo imagino dentro de un afiche" (M C1-C2

"Representa a los dos chiles, por un lado ordenado y por otro desordenado" (H C1-C2)

Es un logo que gusta sólo a los hombres del segmento medio- alto, en los otros grupos no hay mayor interés y genera indiferencia.

Cuadro resumen



""confusión como que el Gobierno no sabe pa donde va ... incertidumbre, incoherencia" (H C3-D)

"No me transmite nada, quizá un pequeño mensaje de luz, al fondo"" (M C3-D)

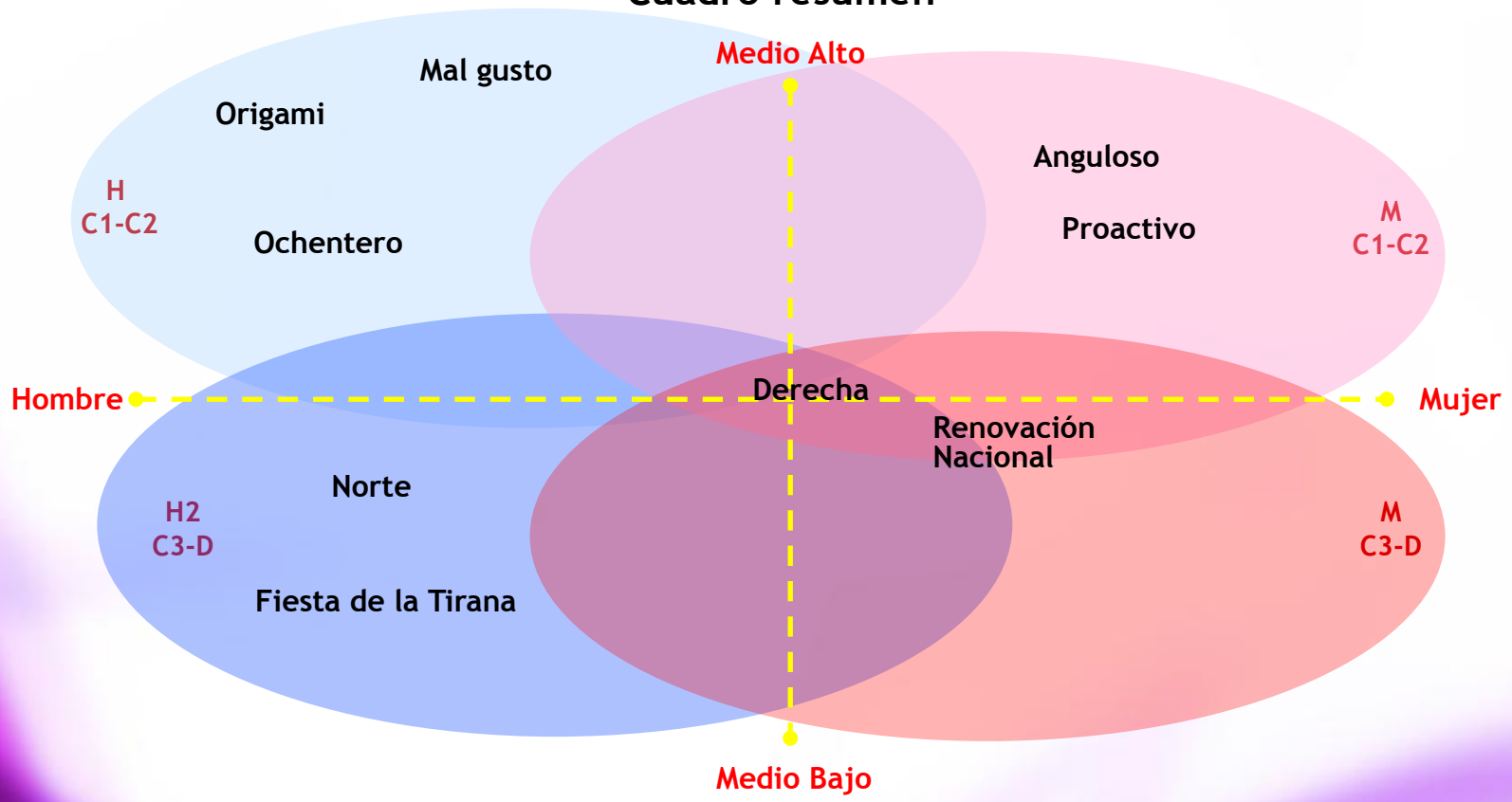
"A mi me parece como de panfleto; súper estructurado, cuadrado" (M C1-C2)

"Chile siempre ha sido un país bien peinadito, así que este es el que mejor lo representa" (H C1-C2)

Gobierno de CHILE

Este logo genera sentimientos encontrados. La estrella es asociada a sólo a la derecha (no a todos los chilenos), pero agrada el diseño que hay en su interior

Cuadro resumen



"Gobierno de derecha, seamos todo de derecha" (M C3-D)

"A mi me gusta la estrella, pero las figuras transmiten trabajo (M C1-C2)

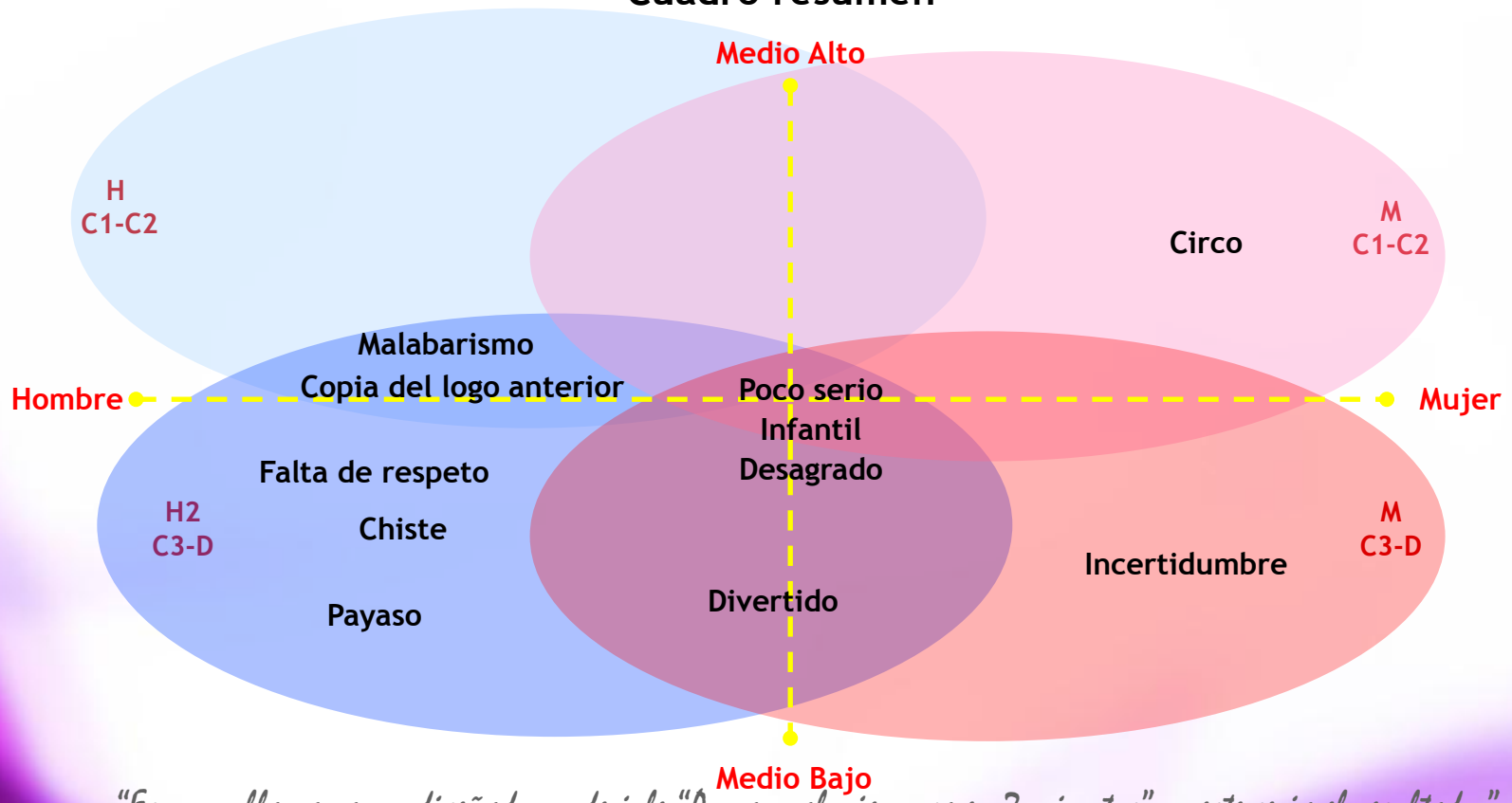
"Es para ponerlo en la fruta que salen para afuera" (H C1-C2)

[VCS]rsrch

GOBIERNO DE CHILE

En general es un logo que genera risas y no agrada. Es poco serio y elimina cualquier posibilidad de ser la imagen que mejor represente al Gobierno

Cuadro resumen



"Es como llamar a un diseñador y decirle "Arma cualquier cosa en 2 minutos", y este sería el resultado." (M C1-C2)

"Como que lo hicieron más por cumplir" (H C1-C2)

"Es infantil, poco serio, marea, los círculos marean" (M C3-D)

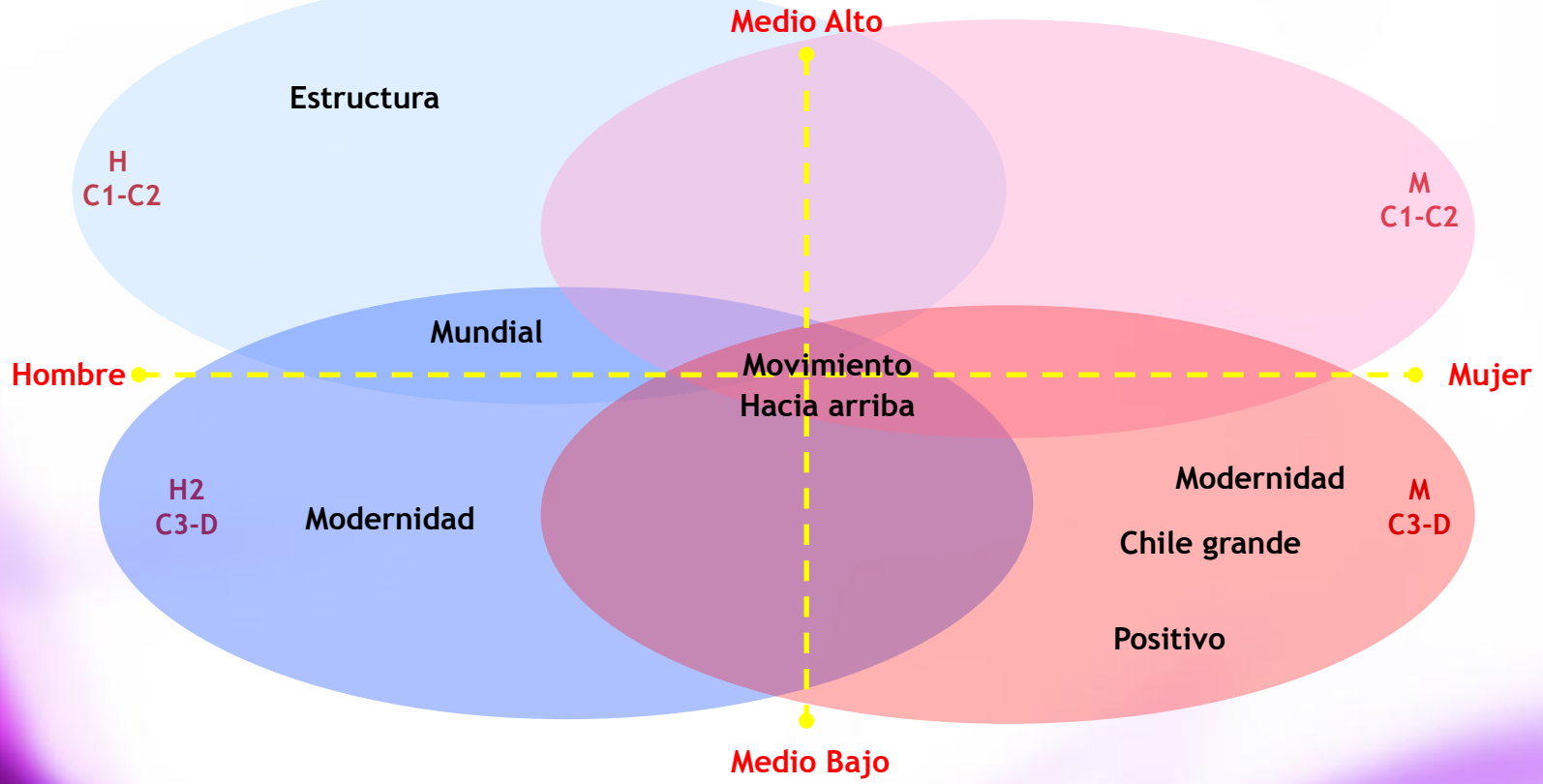
"Es una falta de respeto, es una versión mal hecha de la concertación" (H C3-D)

VCS rsrch

GOBIERNO DE CHILE

Todos los grupos logran percibir el movimiento y salto proyectado a través de esta imagen. La imagen agrada pero no como logo para el Gobierno.

Cuadro resumen



" Es como para un mundial" (H C3-D)

"Está como loquillo, moderno" (M C3-D)

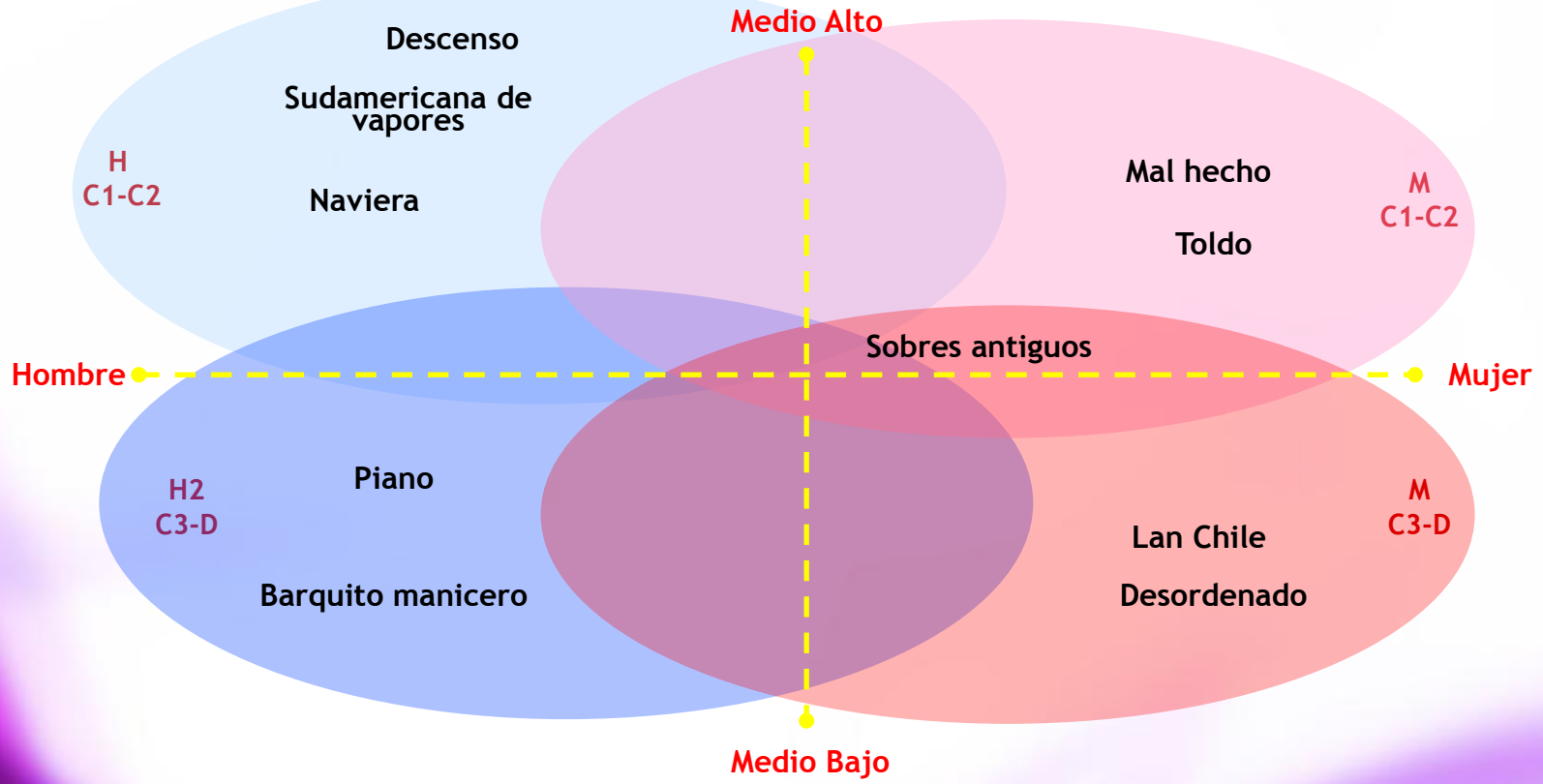
"Es como que se viene encima... como que viene llegando" (H C1-C2)

[VCS]rsrch

GOBIERNO DE CHILE

En general es un logo difícil de entender, por ende su rechazo es por la nula comprensión de su mensaje

Cuadro resumen



"Como que no se qué es, quizá es el país, no lo entiendo" (H C3-D)
"Es como desordenado, cómo que no dice nada" (M C3-D)

"Es como de barcos de naviera, de la sudamericana de vapores" (H C1-C2)

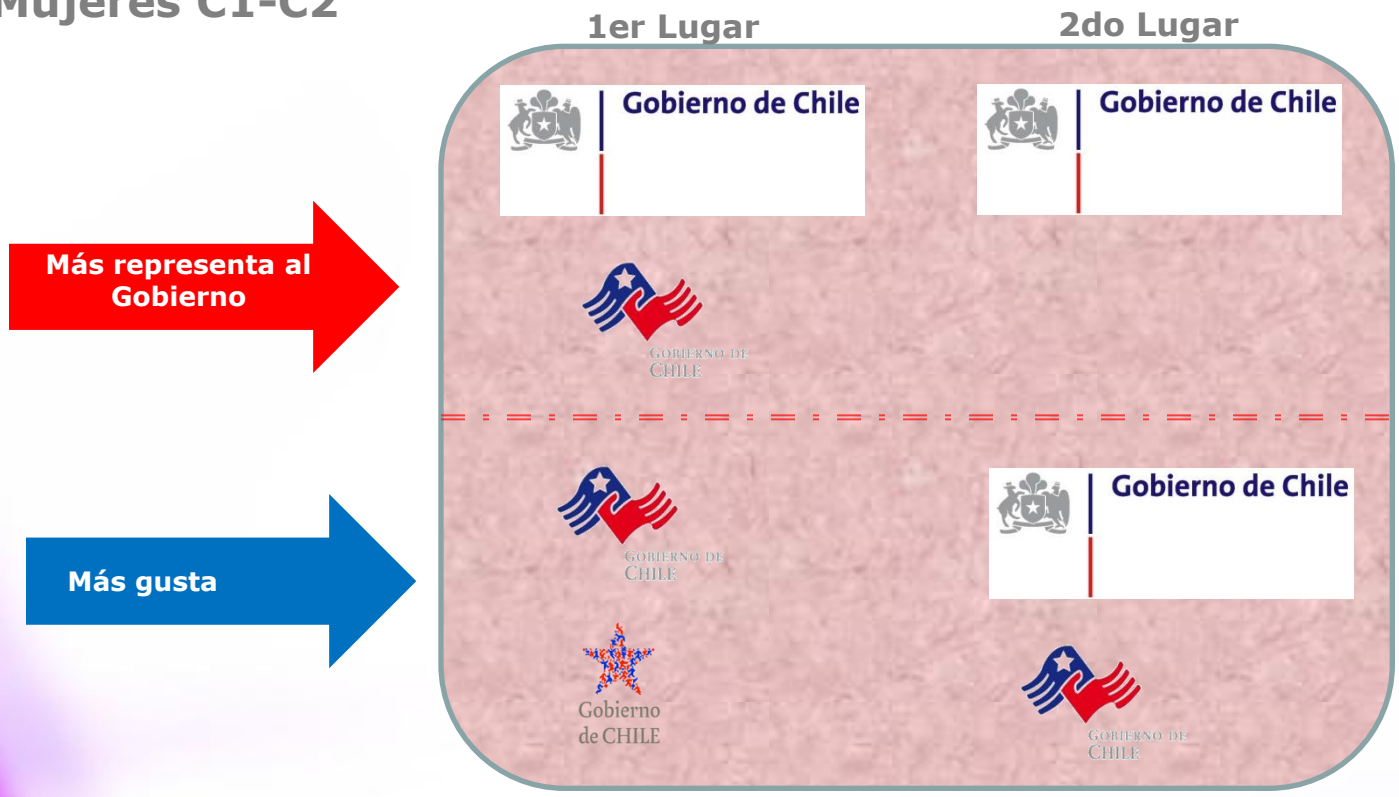
[VCS]rsrch

Capítulo 3
Evaluación de logos
(2)Evaluación Comparativa

- Imagen que mejor representa al Gobierno
- Imagen que más agrada

[VCS]rsrch

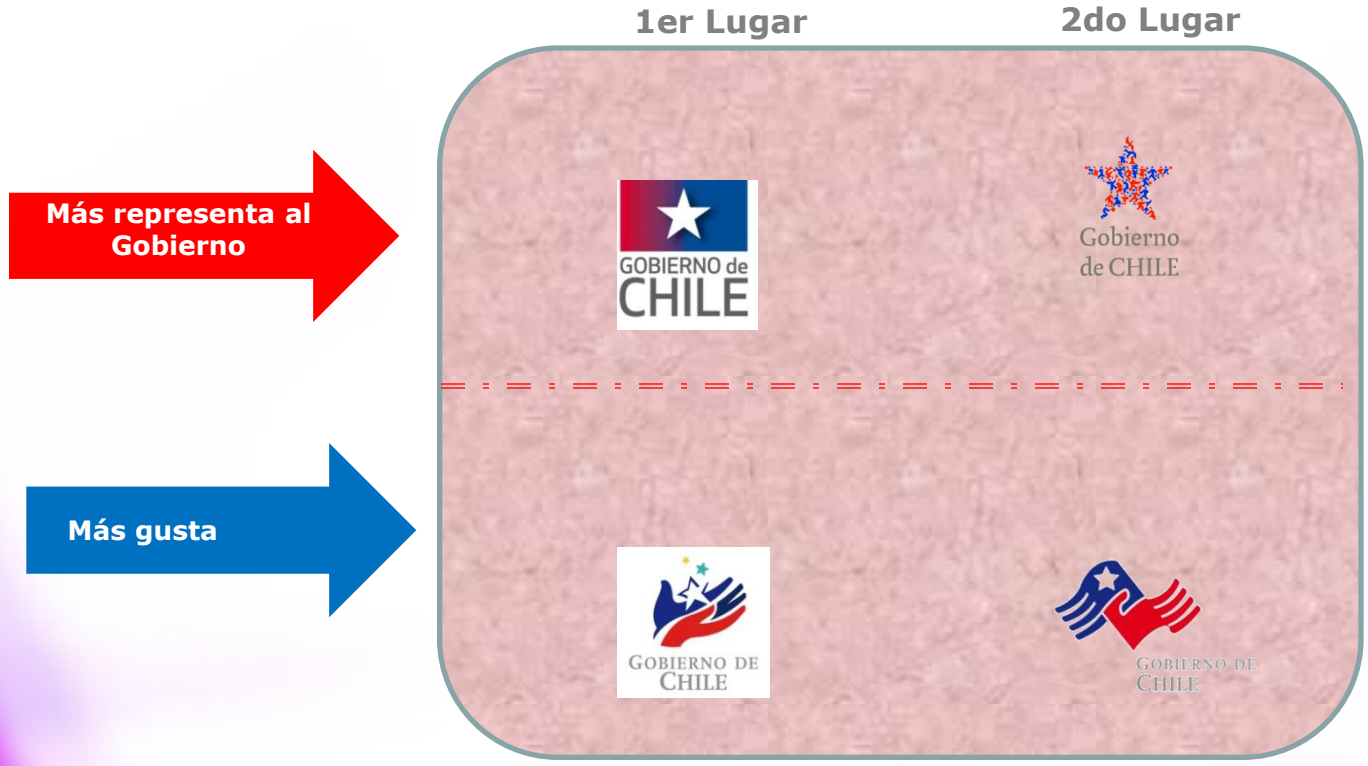
Mujeres C1-C2



El logo elegido para <u>representar al Gobierno</u> es por un lado la imagen de las manos (3) porque representa lo que el Gobierno quiere proyectar: unión, trabajar todos juntos en la reconstrucción del país. Por otro lado, la imagen 4, es elegida por ser la más formal y seria.

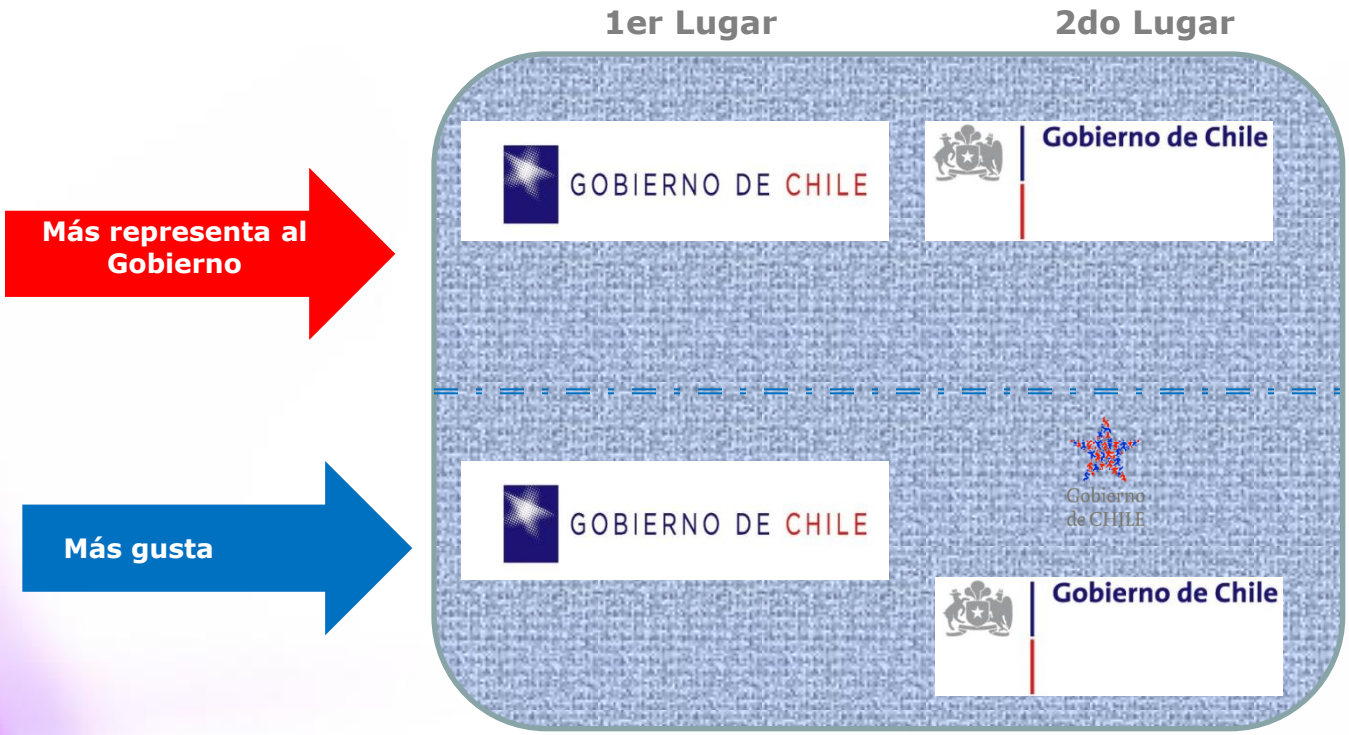
Si bien la imagen 3 coincide con la que más representa y más gusta, en el discurso se desarrolla el argumento de unión, fraternidad y solidaridad que desean ver en el Gobierno pero no lo ven plasmado en la actualidad.

Mujeres C3-D



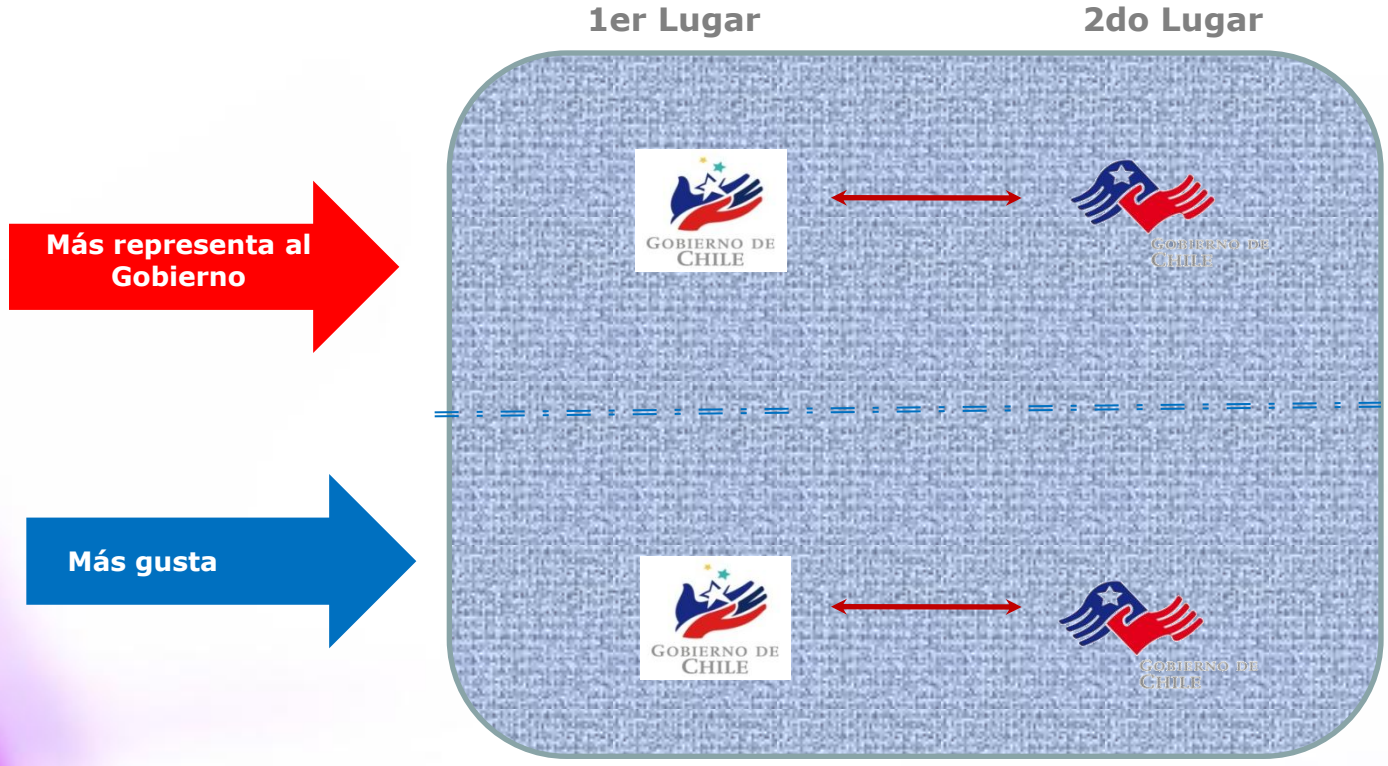
El logo que <u>más le gusta</u> a este grupo es el número 2 (manos y paloma) porque es el más moderno y el que genera mayores sensaciones positivas: solidaridad, trabajo, esfuerzo, unidad. La imagen 3 también entrega un mensaje similar.
A la hora de preguntar sobre el logo <u>más representativo para el Gobierno</u> actual, ninguna imagen coincide con las preferencias personales de este grupo. La estrella es el elemento común para representar al Gobierno.

Hombres C1- C2



Las imágenes elegidas para representar al Gobierno, coincide con las preferencias personales de los hombres del segmento medio-alto. Las razones de elección van por el lado de la seriedad, formalidad y elegancia dado en primer lugar por el logo 6 y en segundo lugar por el 4.

Hombres C3-D



Las imágenes elegidas para representar al Gobierno, nuevamente coincide con las preferencias personales de este grupo. El logo número 2 es elegido porque invita, entrega un mensaje positivo y proyecta unidad. Para este grupo esta imagen es vista con más posibilidades de transmitir comunidad y trabajo en pos de un mismo objetivo: reconstruir Chile.

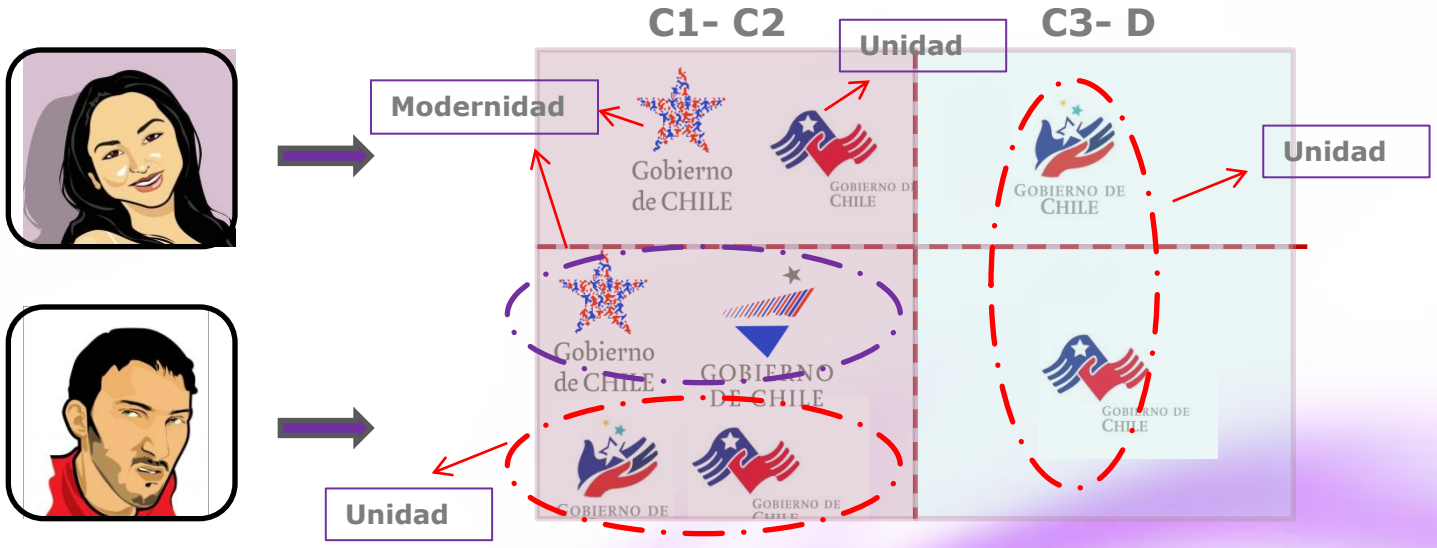
Capítulo 4
Relación con la identidad corporativa

“El Gobierno quiere una imagen que hable de un salto al futuro, un salto al desarrollo, que identifique a todos los chilenos y que transmita unidad nacional”

[VCS]rsrch

Asociación mensaje vs. imagen
Imagen que mejor representa al Gobierno

- La conexión entre mensaje e imagen no es reconocida por el grupo medio alto. Si bien las mujeres son más enfáticas en elegir 2 imágenes- las manos por la unión y la estrella porque representa modernidad- los hombres piensan que el mensaje es muy potente para ser expresado por un logo. Reconocen como movimiento (salto) la imagen 5 y 9, mientras que unidad es representada por las dos imágenes que muestran manos.
- El grupo C3-D elige dos imágenes diferentes , sin embargo, ambas coinciden en el discurso ya que la unión, fraternidad y comunión es representada en igual intensidad por las manos ya sea de una u otra.



Capítulo 5
Propensión al cambio

Propensión al cambio

¿Es necesario que el Gobierno cambie el logo?

GOBIERNO DE CHILE

Esto significaría un gasto de 500 millones de pesos

Contexto actual: Post- terremoto

Ante la pregunta abierta de cambio de logo, todos los grupos coincidieron que debiera cambiarse porque genera desagrado y no logra vincularse emocionalmente con los ciudadanos

El costo de 500 millones de pesos no es considerado por los grupos medios altos como una variable que frene al cambio. En el grupo medio bajo, las opiniones estaban más divididas debido al monto involucrado y la irresponsabilidad de gastarlo en otro logo.

El terremoto cambió las prioridades del país y es el tema que está en el imaginario de estos grupos. A pesar de ello, se reconoce una atmósfera proclive al cambio de logo, sin embargo en el contexto actual parece inadecuado.

[VCS]rsrch

Capítulo 6
Conclusiones

Conclusiones

A pesar que el logo actual es recordado y asociado al nuevo Gobierno (principalmente en el segmento medio-alto), genera rechazo debido a su identificación con una época gris representada por el gobierno militar.

Dado el costo monetario involucrado en este potencial cambio, se aprecia que no es el momento apropiado para hacerlo debido a la situación país post-terremoto.

Ninguna de las opciones presentadas genera niveles de agrado memorables ni provocan, en si mismos, vínculos emocionales potentes con el Gobierno.

No obstante, entre las opciones presentadas, surgen cuatro alternativas factibles en cuanto a agrado y representación:

[VCS]rsrch

Conclusiones

En particular, en los grupos populares (C3-D), es la mano con la estrella el logo que obtiene el mayor nivel de impacto, por ende, es el más reconocible como ganador:

Cabe señalar que ninguno logra transmitir en forma clara el mensaje señalado por el Gobierno, sin embargo, las manos presentes en las figuras 2 y 3, son las que tienen mayor asociación con la unión del país y también con el espíritu detrás de la conmemoración del Bicentenario y la reconstrucción.

GOBIERNO DE CHILE

voces rsrch

Estudios de Mercado & Minería de Datos

Informe de resultados

"Estudio para conocer las percepciones de los ciudadanos frente a la Identidad del Gobierno de Chile"

Junio 2010

Cliente: SECOM (Secretaría de Comunicaciones)

Código:10-10