



Panel Perception Analyzer **Evaluación Cadena Nacional** **Presupuesto de la Nación**

T.N° 2010 .00



Objetivo General

Evaluar el desempeño comunicacional de la Cadena Nacional emitida el 30 de septiembre para dar a conocer el Presupuesto de la Nación, identificando:

- Los conceptos, ideas y expresiones de mayor atractivo y llegada afectiva
- Las ejecuciones de la oratoria con mayor impacto
- Los conceptos, ideas, expresiones y su ejecución, menos interesantes o con potencial de rechazo



Con la finalidad de identificar y decodificar las claves y códigos comunicacionales que incrementan la **respuesta emocional positiva y la valoración** de la gestión de Gobierno y el Presidente de la República.

Metodología

Público Objetivo

- Hombres y mujeres, entre 30 y 50 años
- Inscritos en los registros electorales, no militantes de partidos políticos
- De nivel socioeconómico C3 y D

Técnica

Panel Perception Analyzer realizado con 25 personas y un focus group de profundización con 7 participantes.

Los participantes del focus group fueron elegidos al azar, considerando un mix de hombres y mujeres, aprobadores, desaprobadores e indecisos del Gobierno de Sebastián Piñera.

Características de la Metodología



- La sesión se realizó en los salones ICCOM especialmente acondicionados con salas espejo para visión y audio unilateral.
- Previo al inicio del discurso presidencial, los participantes respondieron un cuestionario de caracterización sociodemográfica y preguntas asociadas a su percepción del gobierno y el presidente.
- A continuación, fueron expuestos a través de un TV, a la cadena nacional, en vivo y en directo, expresando su opinión a través de un equipo con una 'perilla' que giran según el sentido (favorable o desfavorable) de sus respuestas, en un rango continuo de 0 a 100. Esto permite dar **respuestas completamente intuitivas** que rompen la racionalidad y el control o censura mental.
- A través de un **software** se registraron y procesaron las respuestas 'segundo a segundo', obteniéndose un gráfico que ilustra, a través de una curva, el movimiento promediado de las respuestas.
- Esta grafica queda impresa sobre la imagen del discurso. Se eligió la variable sexo que quedó representada en dos líneas: color ROJO para las mujeres y VERDE para los hombres.

Características de la Metodología

- Una vez terminado el discurso presidencial, los participantes respondieron un cuestionario de evaluación con el objetivo de determinar cambios pre-post discurso.
- A continuación se realizó una **dinámica grupal**:
 - Moderada por un psicólogo senior
 - Con un mix de participantes balanceado por sexo y grado de aprobación del Gobierno.
 - Que tuvo como objetivo profundizar en aspectos de interés que aparecieron durante la evaluación Perception Analyzer e identificar los conceptos, ideas o expresiones de mayor y menor atractivo y agrado de la Cadena Nacional, decodificando su comprensión, emotividad y racionales asociados, levantando el lenguaje concreto y sus significados.
- La sesión de evaluación del discurso con PA y la dinámica grupal, fueron acompañadas 'tras espejo' por representantes de la Secretaría de Comunicaciones del Ministerio Secretaría General de Gobierno.



Resultados

Valoración y significado de la Cadena Nacional emitida

Se valora la emisión de la Cadena : informativa e inclusiva

La Cadena Nacional para informar del Presupuesto de la Nación se valoró positivamente, siendo percibida como un gesto de **transparencia** en la entrega de información y de **consideración** con los ciudadanos

“está bien que informen, uno así sabe lo que están haciendo”

“les importa la gente, que sepan en qué están”



- Se recuerdan **Cadenas de gobiernos anteriores, comparativamente muy similares**. Para algunos, en esta ocasión, se dieron más datos/cifras, aunque no se retienen, se destaca positivamente como ‘datos concretos, no sólo palabras’
- La Cadena aporta **percepción de preocupación y consideración de los chilenos**. Es inclusiva, transversal, da cuenta de lo que se está haciendo, ‘acerca el gobierno a los ciudadanos’.
- Favorece la imagen de **‘transparencia’ del gobierno y orientación a la tarea**, “están trabajando”. Cultiva la confianza y credibilidad en el gobierno, en sus promesas y en el futuro del país.
- Efecto halo: silenciosamente, comienza a cultivar una mejor imagen de ‘los políticos’, pasando de aquellos que velan por sus propios intereses a aquellos que trabajan con eficiencia. Oportunidad de anclar estos conceptos a mediano plazo.

Se destaca la dupla Presidente - Ministro



Llamó la atención la dupla Presidente - Ministro en la Cadena Nacional: Novedoso y diferenciador

TANGIBILIZA EL CONCEPTO TRABAJO EN EQUIPO

- Se perciben cumpliendo roles diferenciados en la comunicación y se complementan técnicamente.
- Posiciona al Presidente como líder del Gobierno y al Ministro como 'experto' en la materia, fortaleciendo su conocimiento en su rol específico. Para varios es un rostro desconocido, no sabían que era Ministro y/o no sabían de qué cartera.
- Ambos logran un desempeño adecuado en términos de contenidos, explayándose lo suficiente y con los fundamentos necesarios.
- Para varios, sin ser una crítica, el Presidente se veía 'cansado', 'ojeroso', 'con menos energía que en otras oportunidades'.
- Del Ministro Felipe Larraín, se destaca su manejo de los datos, su seguridad. Proyecta confianza y conocimiento.
- FALTÓ QUE EL PRESIDENTE LO PRESENTE (*"que le de el pase"*) y aparezca su nombre en un 'cartel' en pantalla.

Credibilidad en el Presidente y los contenidos de la Cadena

La credibilidad depende y se define a partir de la articulación de tres dimensiones:

- Credibilidad y confianza en la política y los políticos en general,
- Cercanía con la centro-derecha, 'el sector gobernante'
- Percepción de cambios en el entorno: tolerancia vs inmediatez



Independientemente de la aprobación o no del Presidente y el Gobierno actual, impera una **VISIÓN CRÍTICA DE LA POLÍTICA Y LOS POLÍTICOS**, que determina la credibilidad en el Presidente y sus 'compromisos' o 'promesas de Gobierno'

- Principalmente porque está anclada la percepción de burocracia, lentitud y poca eficiencia en el aparato del Estado. Se manifiesta el descrédito de 'lo público vs lo privado'
- Adicionalmente, porque a través de los años se ha generado la imagen de que los políticos anteponen sus intereses personales o partidarios antes que los intereses del país y los chilenos.
- Ambos atributos de imagen se han cristalizado en la opinión pública y hoy en día se perciben válidos para todos los sectores y 'difíciles de cambiar'. Se impone la 'desesperanza aprendida', *"esto siempre ha sido así, es difícil que cambie"*.

Credibilidad en el Presidente y los contenidos de la Cadena

En el segmento abordado, la confianza y credibilidad en el Presidente y su Gobierno está sujeta a la percepción de cambios y mejoras especialmente en el entorno cercano, a nivel personal o de terceros conocidos

- La salud y la delincuencia/drogadicción (además del transporte para varios) son las áreas más sensibles para el segmento C3D, determinan su calidad de vida en el día a día y su evaluación de la gestión del gobierno
- El empleo, el costo de la vida, los ingresos que obtienen y las necesidades que alcanzan a cubrir constituyen áreas de alta relevancia para otros.
- Finalmente, la educación, vivienda, mejoras en el barrio y otras necesidades de mediano – largo plazo también aparecen como dimensiones que determinan la credibilidad

Credibilidad de la Cadena Nacional emitida

- Varios sí le creen, principalmente los que aprueban al gobierno y confían en un Chile mejor a mediano-largo plazo
- Algunos, más escépticos se declaran indecisos, son menos pacientes y más inmediatistas, están esperando ser testigos de cambios reales en su entorno.
- Otros, expresan abiertamente baja credibilidad, se definen como concertacionistas y distantes del Presidente y el Gobierno actual, con un rechazo más bien duro y poco proclives hacia la credibilidad.

¿Quién debe aclarar las dudas y estimular el diálogo?

EL MINISTRO DE HACIENDA



- El Presidente se sitúa a cargo de los grandes anuncios, como lo hizo en la Cadena Nacional.
- El Ministro, como experto técnico, se percibe como el adecuado para aclarar las dudas en torno al presupuesto y para generar el diálogo y las negociaciones en el congreso.

¿qué se espera que ocurra en el Congreso?

Que se genere un diálogo abierto, con disposición a conversar y debatir, **con fundamentos sólidos, claros y concretos. NO IMPONER, SINO ESTUDIAR Y ANALIZAR**



**¿Qué temáticas y
conceptos generaron
mayor atractivo y
valoración?**

Las áreas temáticas y los conceptos con mejor desempeño

Los temas y conceptos que generaron evaluaciones más favorables durante la Cadena Nacional, detectados en la medición segundo a segundo

(Perception Analyzer) se conceptualizan en dos dimensiones:

Conceptos inspiradores, que revelan el espíritu y la 'filosofía' del Presidente y su Gobierno

Conceptos asociados a:

Alegría - esperanza
Derechos de los chilenos
Protección
Dignidad
Justicia
Oportunidades
Plenitud, felicidad
Desarrollo, Modernidad
Paz
Unidad
Responsabilidad, Eficiencia



Percepción de Medidas, acciones, promesas concretas en temáticas relevantes

En el ámbito de:
Seguridad
Salud
Educación
Protección Social

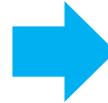
Empleo y Vivienda quedan en un segundo nivel de impacto, su desempeño comunicacional es moderado y neutro

Los conceptos 'motivacionales' ganadores

Conceptos inspiradores, que revelan la motivación, el espíritu y la 'filosofía' del Presidente y su Gobierno

Conceptos asociados a:

Alegría - esperanza
Derechos de los chilenos
Protección
Dignidad
Justicia
Oportunidades
Plenitud, felicidad
Desarrollo, Modernidad
Paz
Unidad
Responsabilidad, Eficiencia



Transmiten la motivación intrínseca del Presidente por el rol y la tarea, las razones que lo inspiran a trabajar por Chile y los Chilenos

Cultivan confianza y credibilidad en el Presidente y el Gobierno



- 'unidad alegría y esperanza'
- 'Chile unido es capaz de grandes logros'
- 'Un Chile Mejor'
- 'El Chile de las oportunidades'
- 'devolver a las familias su derecho a vivir en paz y sin temor'
- 'Protegeremos a las víctimas'
- 'Las verdaderas oportunidades'
- 'Una vida más plena y más feliz'
- 'Que la familia Chilena se beneficie del crecimiento'
- 'Más empleos y sueldos más justos'
- 'Potenciar a las regiones y fortalecer la agricultura'
- 'Cada peso público será gastado de manera correcta, responsable y eficiente'
- 'Somos la generación Bicentenario'

Los conceptos o anuncios concretos ganadores

Percepción de medidas,
acciones, promesas
concretas en temáticas
relevantes



Se decodifican como acciones concretas que
realizará el Gobierno
**Generan interés y expectativas, tangibilizan
las promesas de campaña**

▪ PROTECCIÓN SOCIAL:

- Fortalecer la Red de protección Social ampliándola a la clase media
- Entrega del Bono por Hijo
- Se realizará el gasto social más grande de la historia
- Ministerio de desarrollo social (mejor en mujeres que varones)

**“se ampliará
a la Clase
Media”**

▪ SEGURIDAD:

- Luchar contra la delincuencia y la droga
- 4.000 carabineros en las calles
- Trancar la puerta giratoria

**“Que las familias
puedan salir de
sus casas sin
temor”**

Los conceptos o anuncios concretos ganadores

Percepción de medidas,
acciones, promesas
concretas en temáticas
relevantes



Se decodifican como acciones concretas que
realizará el Gobierno
**Generan interés y expectativas, tangibilizan
las promesas de campaña**

▪ SALUD:

- 12 nuevos hospitales
- 14 nuevos centros
- 400 médicos especialistas
- Asegurar disponibilidad de medicamentos
- Disminuir las listas de espera
- Conace: tratamiento y rehabilitación de la droga

▪ EDUCACIÓN:

- Liceos de excelencia en todas las regiones de Chile
- Aumentar la subvención escolar
- Carretera digital: banda ancha e internet
- Becas para los mejores y mejores profesores
- Aumento de fondos para becas

**“Cambiarle
la cara a la
salud”**

**“Que sus hijos
tengan la educación
de calidad que
merecen”**

Inversión y Modernización: conceptos ganadores transversales y generalistas

INVERSIÓN – MODERNIZACIÓN

Generan atractivo y evaluación positiva aplicados a los distintos ejes del erario, especialmente entre los varones:

- Inversión en seguridad ciudadana
- Modernizar el Estado
- Subir la inversión en educación
- Agenda modernizadora que nos lleve a alcanzar el desarrollo

Responsabilidad y Eficiencia en el gasto: Compromiso que atrae

RESPONSABILIDAD - EFICIENCIA

Se destaca el logro comunicacional del compromiso que se hace respecto del gasto del presupuesto

- Aparecen como conceptos que **avalan y empoderan la inversión y modernización**
- Siembran, de manera silente pero, proyectable en el tiempo, la confianza en la gestión y una mejor imagen del Estado y los políticos

Conceptos a potenciar y seguir destacando comunicacionalmente:

- *Cada **peso público** será gastado de manera **correcta, responsable y eficiente***
- *Sacándole el máximo provecho a los **recursos que son de todos los chilenos***
- *Que el **Estado sea un aporte y no un obstáculo, una ayuda y no una carga***

Otros ámbitos con potencial de generar atractivo e interés

Aparecen como áreas y conceptos que si bien no lideran, movilizan hacia una evaluación positiva cuando aparecen

INGRESO ETICO FAMILIAR

MUJER Y TRABAJO

POTENCIAR A LAS REGIONES

FORTALECER LA AGRICULTURA

CAPACITACIÓN Y EMPLEO

Conceptos Ganadores para cada uno de los Ejes del Erario

Educación

Conceptos Ganadores, a reforzar comunicacionalmente:

- 30 Liceos Bicentenarios de excelencia, en todas las regiones
- Carretera digital, acceso a internet y banda ancha
- Más fondos para Becas
- Mejores Profesores

Asociados a los siguientes conceptos inspiradores:

- *Entregar la educación de calidad que los niños merecen*
- *Inversión para que los jóvenes chilenos tengan más oportunidades que las que tuvieron sus padres, para progresar y tener mejor calidad de vida*

‘Duplicar la subvención escolar’ queda en un segundo nivel de atractivo porque es un concepto aún ambiguo y que se tiende a asociar más al ‘sostenedor’ del colegio más que un beneficio directo al alumno mismo, ‘más plata para los sostenedores, no es claro que los recursos lleguen a los niños’

Salud

Conceptos Ganadores, a reforzar comunicacionalmente:

- 14 nuevos hospitales
- 400 médicos especialistas
- Asegurar la disponibilidad de medicamentos
- Terminar listas de espera
- Conace: tratamiento y rehabilitación de la droga

Asociados a los siguientes conceptos inspiradores:

- *Salud digna y oportuna para todos*
- *Vamos a cambiarle la cara a la salud*

Vivienda

Conceptos Ganadores, a reforzar comunicacionalmente:

- Inversión de US\$3.200 millones
- Soluciones habitacionales privilegiando las zonas del terremoto
- Viviendas de 50 mt², ampliables y de calidad
- Con infraestructura para deportes

Se requiere trabajar más la comunicación de los conceptos asociados a VIVIENDA, en general son de menor desempeño en comparación a otros

¿por qué?

- *El énfasis en la reconstrucción distancia a los que no fueron afectados*
- *La vivienda es una temática de largo plazo, el garantizar el acceso a la vivienda es lo más relevante*
- *Es necesario potenciar los conceptos inspiradores: dignidad, mts², calidad de la construcción, ampliación, infraestructura (barrios, plazas, áreas verdes, deporte)*

Empleo

Conceptos Ganadores, a reforzar comunicacionalmente:

- Creación de buenos empleos
- Aumentar recursos para capacitación
- Subsidio al empleo para los jóvenes

Asociados a los siguientes conceptos inspiradores:

- *Empleo y oportunidades para todos*
- *Empleos y sueldos más justos*

'1 millón de empleos' es una promesa de campaña bastante utilizada y escuchada, las cifras de creación de empleo son distantes para el segmento en la medida que la vivencia de encontrar trabajo no se experimenta personalmente o en terceros cercanos. Por esta razón, hoy en día son conceptos menos movilizadores y alcanzan mayor impacto aquellos relacionados con capacitación, buenos ingresos y trabajo para jóvenes

Protección Social

Conceptos Ganadores, a reforzar comunicacionalmente:

- Fortalecer la protección social ampliándola a la Clase Media
- La mayor parte del presupuesto está destinado al gasto social
- Bono ingreso familiar 'Programa Ingreso ético familiar'

'El Ministerio de Desarrollo Social' es, comunicacionalmente, el concepto de menor desempeño comparativo en relación a otros asociados a la Protección Social. Esto se debe a que aún es una idea general, una propuesta a materializar.

El segmento abordado no identifica ni asocia claramente su rol y beneficios, frenándose su comprensión y valoración racional y por ende, su llegada afectiva.

Seguridad

Conceptos Ganadores, a reforzar comunicacionalmente:

- Trancar la puerta giratoria
- Proteger a las víctimas
- 4.000 carabineros
- Programa 10 mil nuevos carabineros

Asociados a los siguientes conceptos inspiradores:

- *Avanzaremos en la lucha contra la delincuencia y la droga*
- *Salir de casa sin temor*
- *Devolver a las familias su derecho a vivir en paz*

'El Ministerio de Seguridad Social' es un concepto menos percibido en relación a otros, al igual que ocurre con el Ministerio de Desarrollo Social, son propuestas que requieren mayor desarrollo comunicacional y tangibilizadores que muestren sus beneficios concretos para la ciudadanía.

**¿Cuál fue el mensaje central
percibido en la Cadena
Nacional?**

Oportunidades de un Chile mejor para todos ...



PROGRESO

BUENAS IDEAS

ESPERANZA

ESTAREMOS

... CON ESPÍRITU DE UNIDAD

“Y la ayuda de Dios, podemos lograrlo”

“La esperanza y los sueños pueden hacerse realidad”

El concepto ‘unidad’ sensibiliza, convoca, identifica

Tiene potencial de generar cercanía afectiva y compromiso en cuanto se entiende y cultiva como un llamado irrenunciable y un ‘deber de todos’ los chilenos, todos los políticos y todos los sectores, para cimentar un camino de progreso y desarrollo, un Chile mejor

Los 9 momentos ganadores: Peaks de la evaluación 'segundo a segundo'

Los 9 momentos ganadores: los peaks de la evaluación

1. Lucha contra la delincuencia y la droga, recuperar el derecho a vivir en paz y sin temor
2. Potenciar a las regiones y fortalecer a la agricultura
3. 14 nuevos hospitales, 400 médicos especialistas
4. Carretera digital, acceso a internet y banda ancha
5. Más becas
6. Bono por hijo
7. Trancar la puerta giratoria
8. Chile unido es capaz de grandes logros
9. Verdaderas Oportunidades

Conclusiones

La Cadena cumplió un rol significativo

La Cadena Nacional logró una evaluación predominantemente positiva, traspasando un mensaje esperanzador y optimista

Alimenta la sensación de progreso y bienestar del país y la posibilidad de un futuro mejor



La temática económica es relevante para los chilenos y se percibe de impacto directo en el bienestar familiar

La relación 'ingresos – poder adquisitivo – economía del país', es de alta correspondencia

La figura comunicacional es eficiente

Equipo Presidente - Ministro del Ramo

Traspasa idea de sinergias entre el liderazgo político y técnico

Diluye imagen 'individualista' del Presidente



Es novedoso y diferenciador

Los grandes ganadores

Educación
Salud
Seguridad
Protección Social



**Son los ejes del erario con
mejor despliegue e
impacto en la cadena**



ICCOM 
INVESTIGACION DE MERCADO

Fundamenta sus decisiones

...