



ESTAMOS CHATOS DE ESTAR CHATOS

PATRICIO POLIZZI R.
DIRECTOR GENERAL DE VISIÓN HUMANA
WWW.VISIONHUMANA.CL



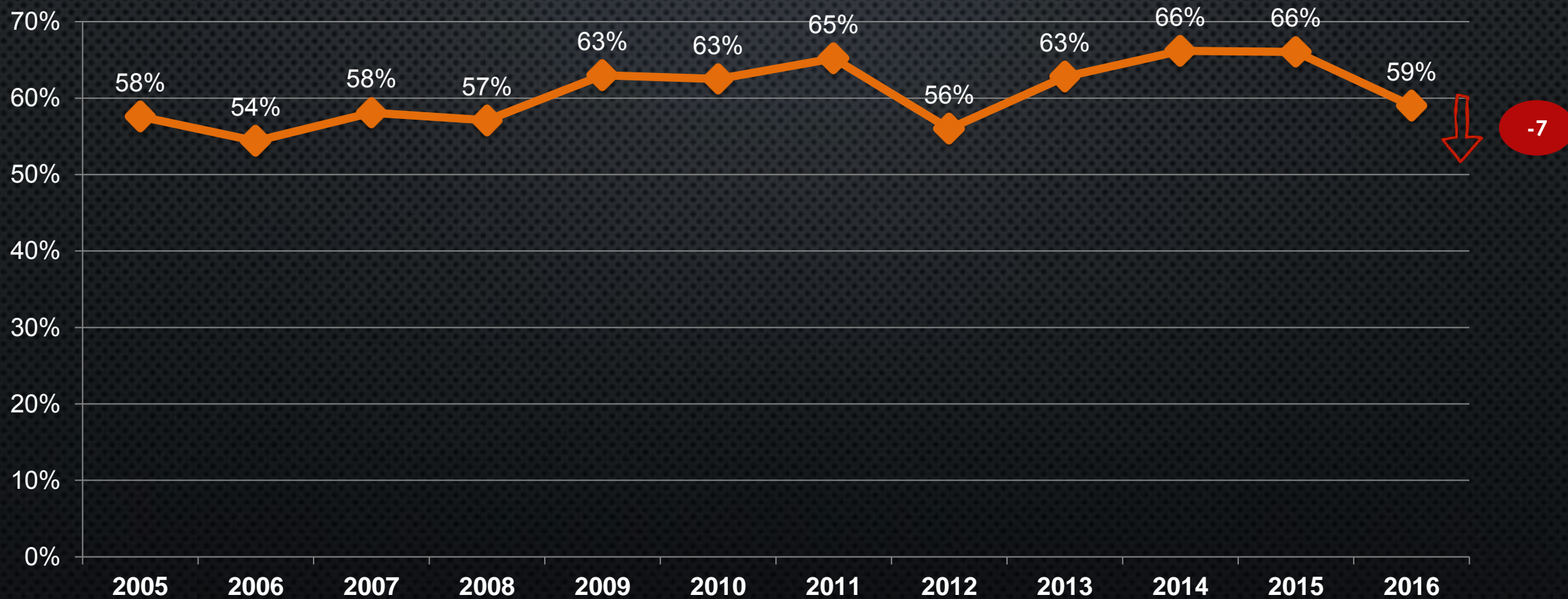
ESTAR CHATO

- LA EXPRESIÓN “ESTAR CHATO” SIGNIFICA EN NUESTRO PAÍS ESTAR HARTO DE ALGO
- OJO: TIENDE A SER UNA CONDICIÓN QUE SE INCREMENTA CUÁNDO NO SE RECIBE NI EMPATÍA NI RESPUESTA

¿CUÁN CHATOS ESTAMOS?

FELICIDAD CON LA VIDA

% que declara estar feliz o muy feliz con su vida en general



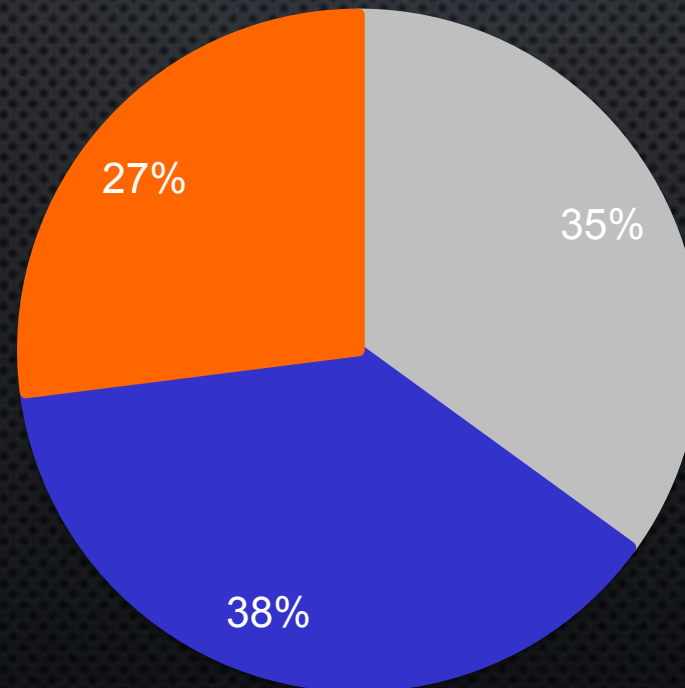
SATISFACCIÓN CON LA SOCIEDAD

% que declara estar satisfecho o muy satisfecho con la sociedad en que vivimos

■ Satisfecho o Muy satisfecho

■ Ni satisfecho, ni insatisfecho

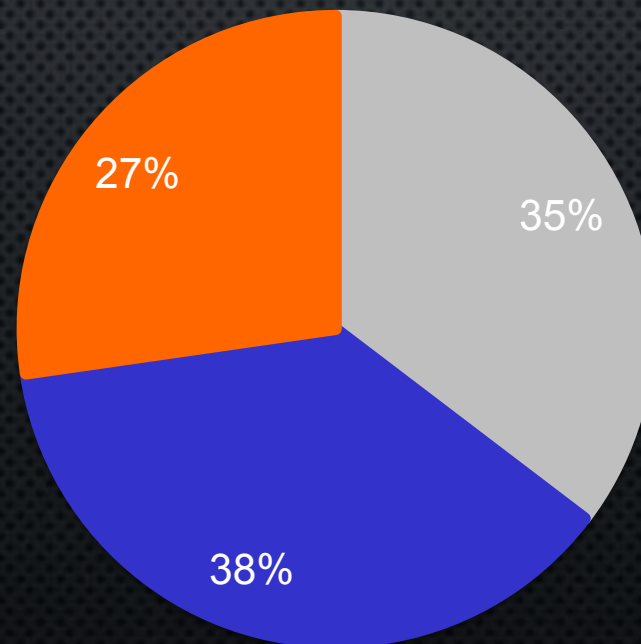
■ Muy insatisfecho o Insatisfecho



SATISFACCIÓN CON NUESTRA FORMA DE SER

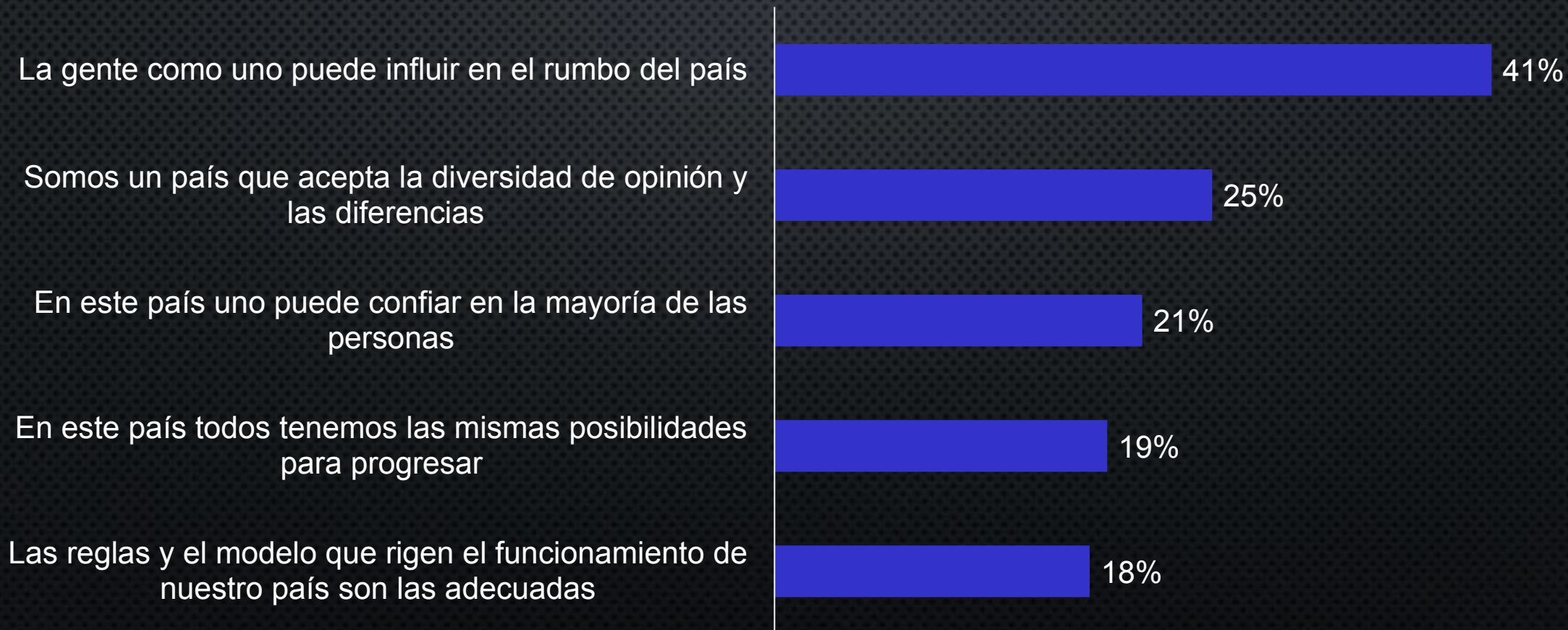
% que declara estar satisfecho o muy satisfecho con la forma de ser de los chilenos

■ Satisfecho o Muy satisfecho ■ Ni satisfecho, ni insatisfecho ■ Muy insatisfecho o Insatisfecho



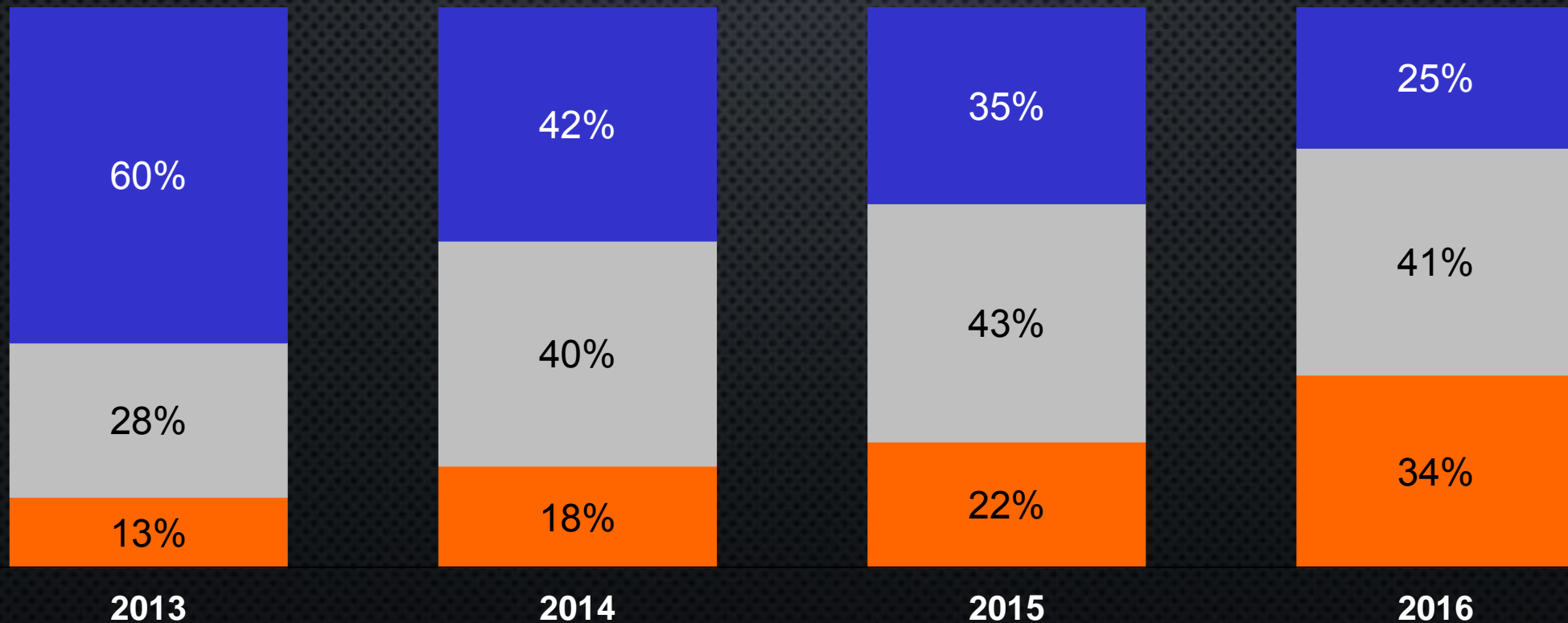
OPINIONES SOBRE EL FUNCIONAMIENTO SOCIAL

% que está de acuerdo o muy de acuerdo con cada afirmación



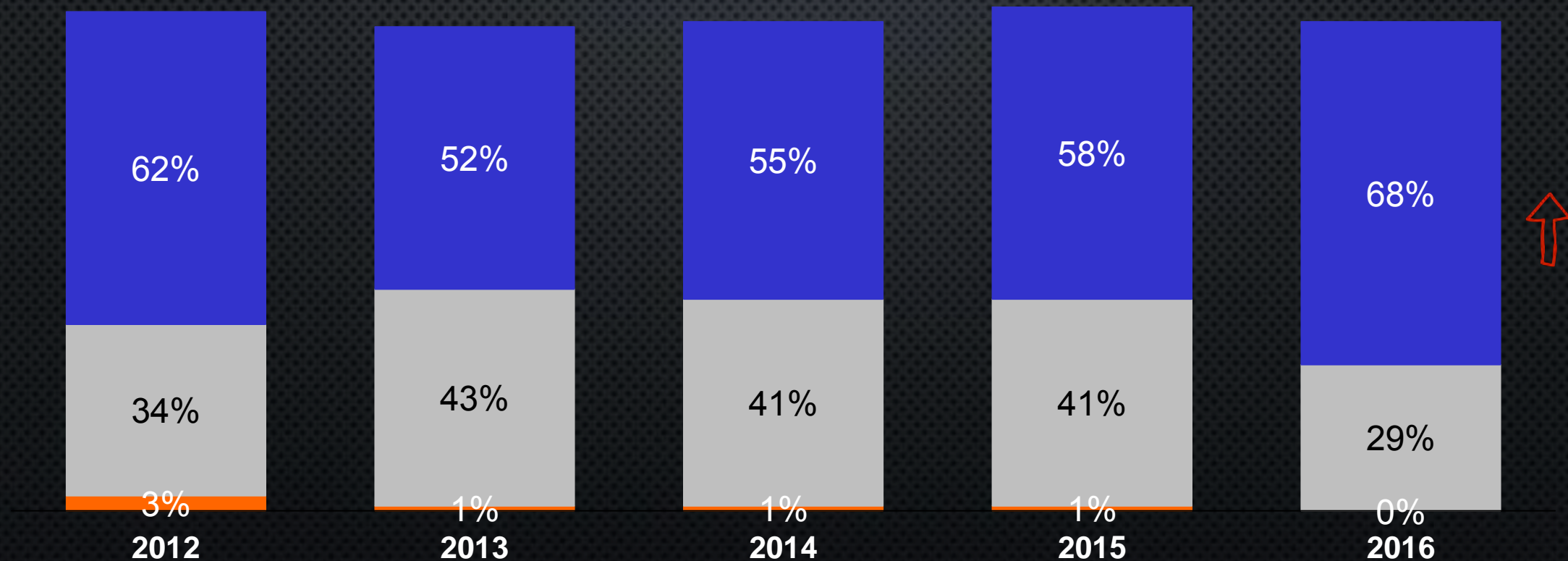
SATISFACCIÓN CON EL PAÍS EN GENERAL

■ %Muy insatisfecho e Insatisfecho ■ %Ni satisfecho, ni insatisfecho ■ %Satisfecho y Muy satisfecho



EXPECTATIVAS DE CAMBIO EN EL PAÍS

■ %No debe realizar cambios ■ %Debe realizar algunos cambios ■ %Debe realizar grandes cambios



¿CÓMO RESPONDEN LAS EMPRESAS?



LAS EMPRESAS RESPONDEN AL MALESTAR CHILENO...

- DE MANERA MUY DISTINTA, YA QUE NO HAY UNA FORMA ESTÁNDAR DE VALORARLO, ENTENDERLO Y ATENDERLO
- CON ESTRATEGIAS TÁCITAS MÁS QUE EXPLÍCITAS, LO QUE PUEDE AFECTAR SU EFICACIA Y COHERENCIA
- ¿CUÁNTAS EMPRESAS HAN DEFINIDO UNA POSTURA EXPLÍCITA SOBRE EL MALESTAR SOCIAL ACTUAL?



TIPOS DE RESPUESTAS DE LAS EMPRESAS AL MALESTAR CHILENO

1. **LA NEGACIÓN:** “NO EXISTE EL MALESTAR”, “ES UNA EXPRESIÓN POLÍTICA”
2. **LA SUBESTIMACIÓN:** “NO ES PARA TANTO”, “ES DE UNOS POCOS”
3. **LA DELEGACIÓN:** “ES UN PROBLEMA SOCIAL”, “LO DEBE ENFRENTAR EL GOBIERNO”



TIPOS DE RESPUESTAS DE LAS EMPRESAS AL MALESTAR CHILENO

4. **PASAR "PIOLA"**: "ESPEREMOS A QUE PASE", "MIENTRAS NO CONVIENE HACER NADA"
5. **LA EMPATÍA PASIVA**: "AYUDÁNDOTE A SENTIR", "ESTAMOS CONTIGO"
6. **DECLARARSE CULPABLE**: "HAY QUE PEDIR PERDÓN", "SI LA GENTE NO TE QUIERE, ES POR ALGO"

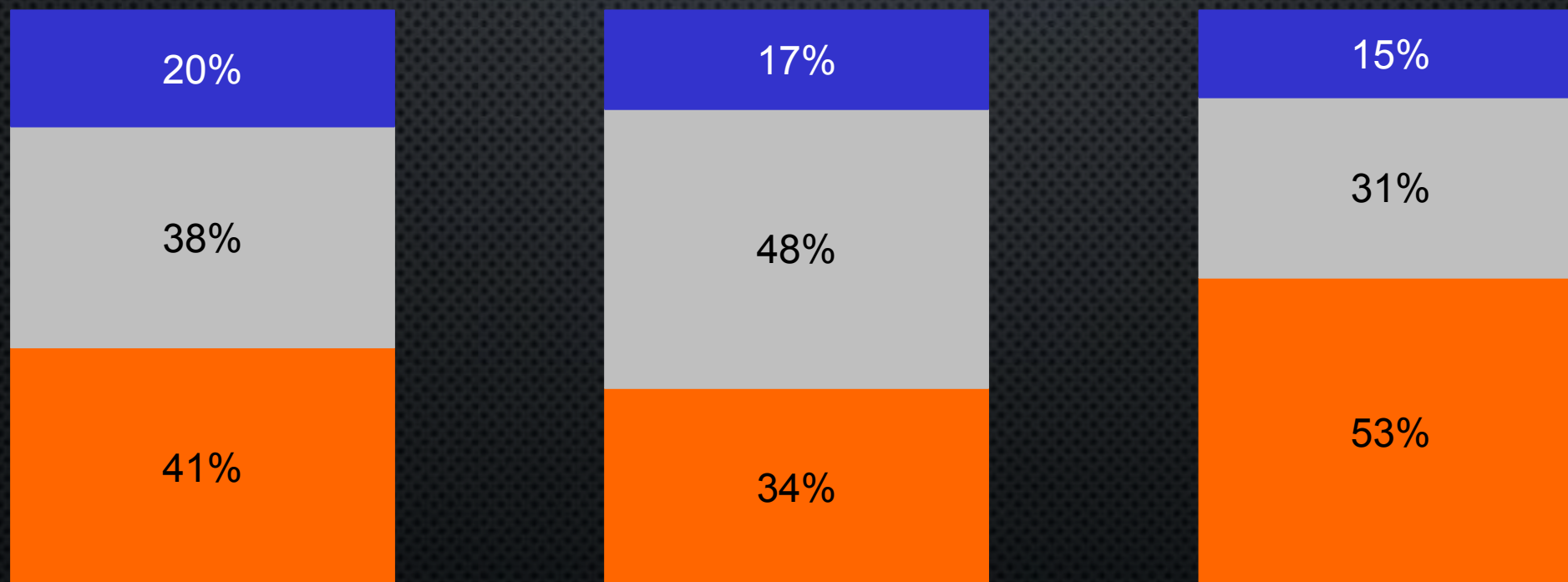


TIPOS DE RESPUESTAS DE LAS EMPRESAS AL MALESTAR CHILENO

7. **LAS BUENAS MANERAS:** “TENEMOS PRÁCTICAS DE TRANSPARENCIA”, “NORMAS DE ÉTICA EMPRESARIAL”
8. **LA COMPLACENCIA:** “IGUAL SEGUIMOS SIENDO TOP”, “EN OTROS PAÍSES ESTÁ PEOR”
9. **LA DISTRACCIÓN:** “HAGAMOS QUE LA GENTE PIENSE EN OTRA COSA”, “HABLEMOS DE COSAS QUE LEVANTEN EL ÁNIMO”

PERO NO HEMOS DADO CON LA FÓRMULA...

■ %No confío nada y Confío poco ■ %No confío ni desconfío ■ %Confío y Confío totalmente



Las marcas de productos o servicios

Las empresas del país

La publicidad en general

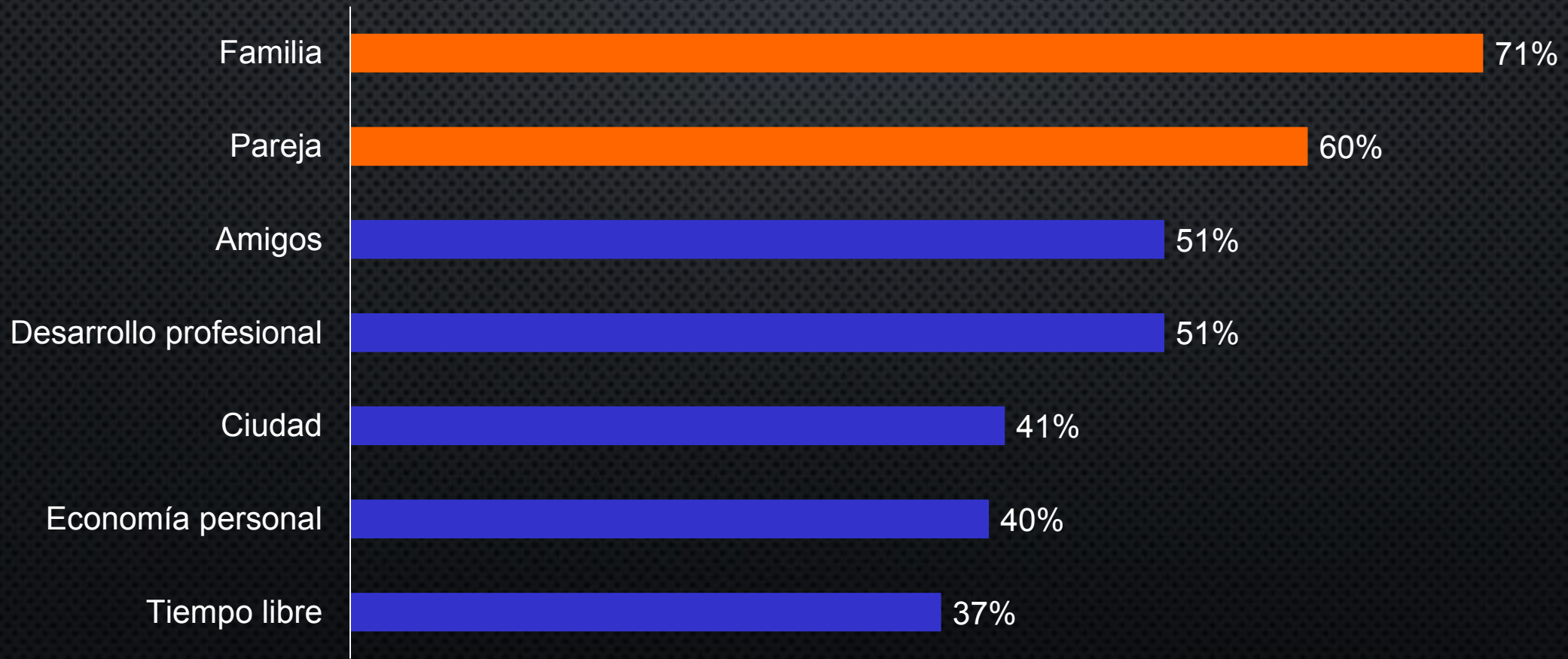


En todos estos aspectos se aprecian bajas significativas respecto del año anterior

¿DE QUÉ DECIMOS ESTAR CHATOS?

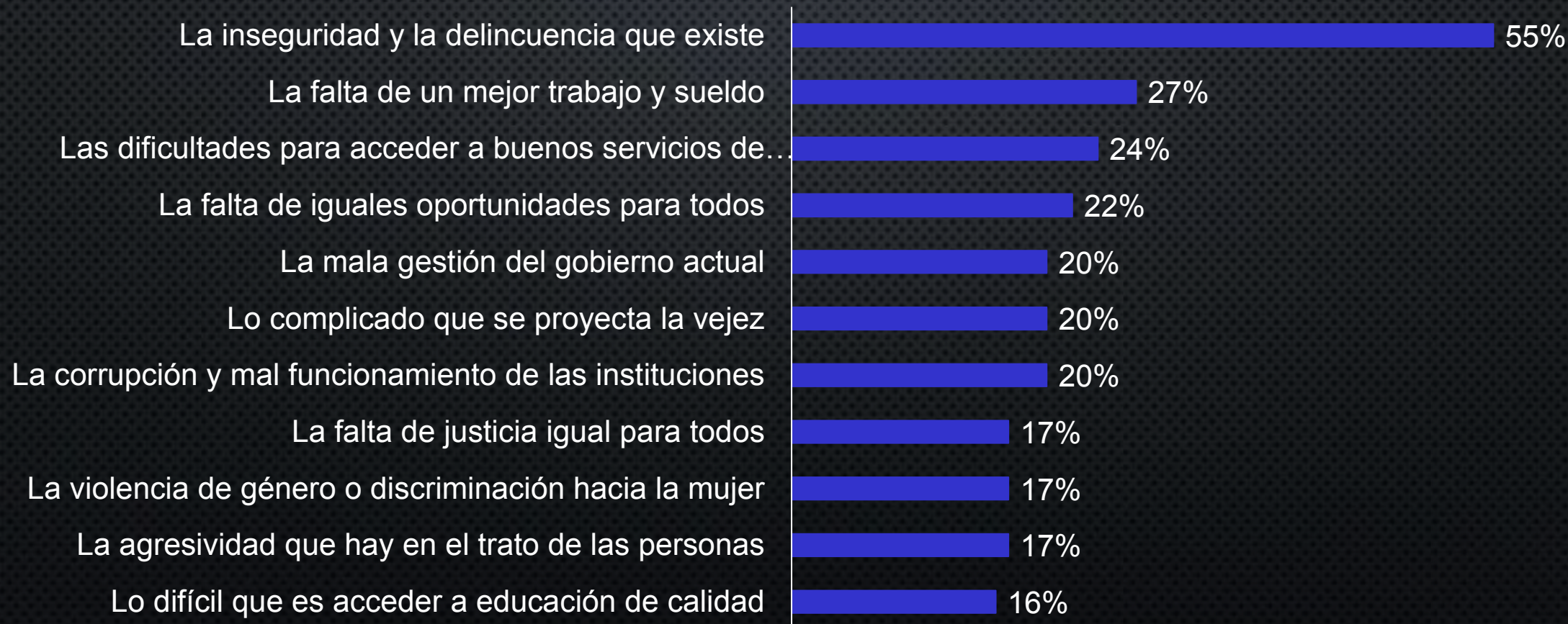
LO MENOS AFECTADO...AÚN

% que responde muy satisfecho o totalmente satisfecho



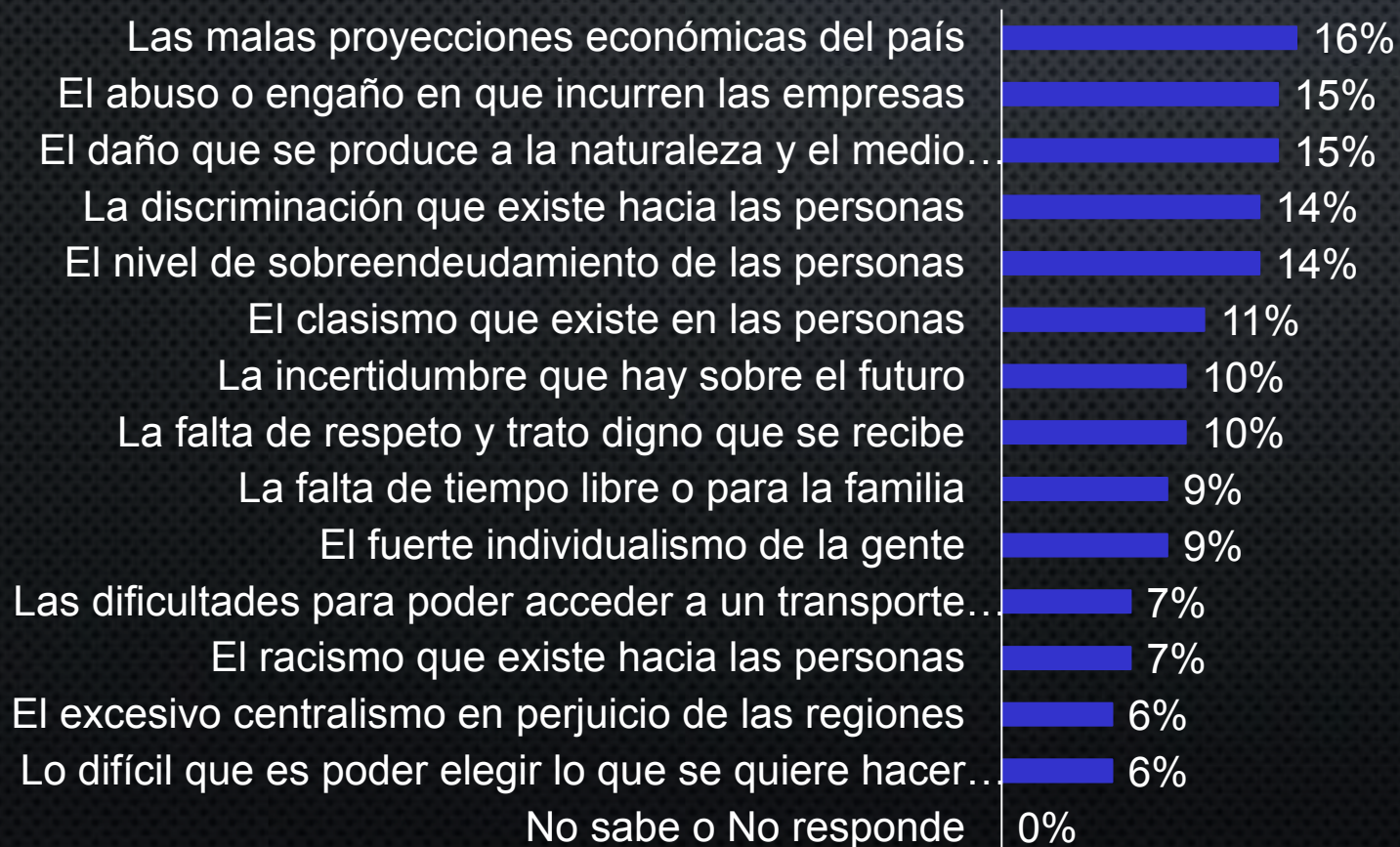
FUENTES DEL MALESTAR CHILENO, PARTE 1

% que elige cada alternativa, 5 opciones



FUENTES DEL MALESTAR CHILENO, PARTE 2

% que elige cada alternativa, 5 opciones





¿CÓMO CLASIFICAR LAS FUENTES DEL MALESTAR CHILENO?

1. CONFLICTOS DE CONVIVENCIA O RELACIONALES
2. DESCONFIANZA EN POLÍTICOS, GOBIERNO E INSTITUCIONES
3. EVIDENCIAS DE DESIGUALDAD
4. PRECARIEDAD O INCERTIDUMBRE ECONÓMICA
5. FALTA DE ACCESO O ATROPELLO DE DERECHOS

**PERO, ¿DE QUÉ REALMENTE ESTAMOS
CHATOS?**



INGREDIENTES DEL MALESTAR CHILENO

- 1.- Morfología de ideologías de vida
- 2.- Proceso reflexivo de lo social
- 3.- Ineficacia del sistema social

INGREDIENTE 1: MORFOLOGÍA DE IDEOLOGÍAS DE VIDA



INGREDIENTE 2: PROCESO REFLEXIVO DE LO SOCIAL

- EMERGE UN **PROCESO REFLEXIVO SOBRE NUESTRA SOCIEDAD**, DONDE ÉSTA DEJA DE SER VISTA COMO ALGO DADO Y COMIENZA A SER EVALUADA Y CRITICADA
- EL MAYOR **ACCESO A LA EDUCACIÓN Y LA INFORMACIÓN** PUEDEN SER POSIBLES PROCESOS QUE EXPLIQUEN ESTE FENÓMENO

INGREDIENTE 3: INEFICACIA DEL SISTEMA SOCIAL

- NOS ENCONTRAMOS CON UN SISTEMA SOCIAL **MUY POCO EFECTIVO EN SU CAPACIDAD DE SATISFACER LOS ANHELOS** INHERENTES A LAS DISTINTAS IDEOLOGÍAS DE VIDA DOMINANTES EN NUESTRA SOCIEDAD
- LO QUE EN PARTE EXPLICA LA **AMPLIA DIVERSIDAD DE FUENTES DEL MALESTAR CHILENO**

RESULTADO: TRES CATEGORÍAS DE MALESTARES

- UN **MALESTAR HISTÓRICO**, QUE SURGE DE LA INSATISFACCIÓN DE LA IDEOLOGÍA DEL ORDEN, PRODUCTO DE LA INCERTIDUMBRE Y DESCONFIANZA
- UN **MALESTAR RESIDUAL**, QUE SURGE DE LA INSATISFACCIÓN DE LA IDEOLOGÍA DEL INDIVIDUO, PRODUCTO DE LA FALTA DE OPORTUNIDADES Y LIBERTAD PARA SER UNO MISMO
- UN **MALESTAR EMERGENTE**, QUE PROVIENE DE LA INSATISFACCIÓN DE LA IDEOLOGÍA DE LA IGUALDAD, PRODUCTO DE LAS RELACIONES DE ABUSO Y TRATO INDIGNO



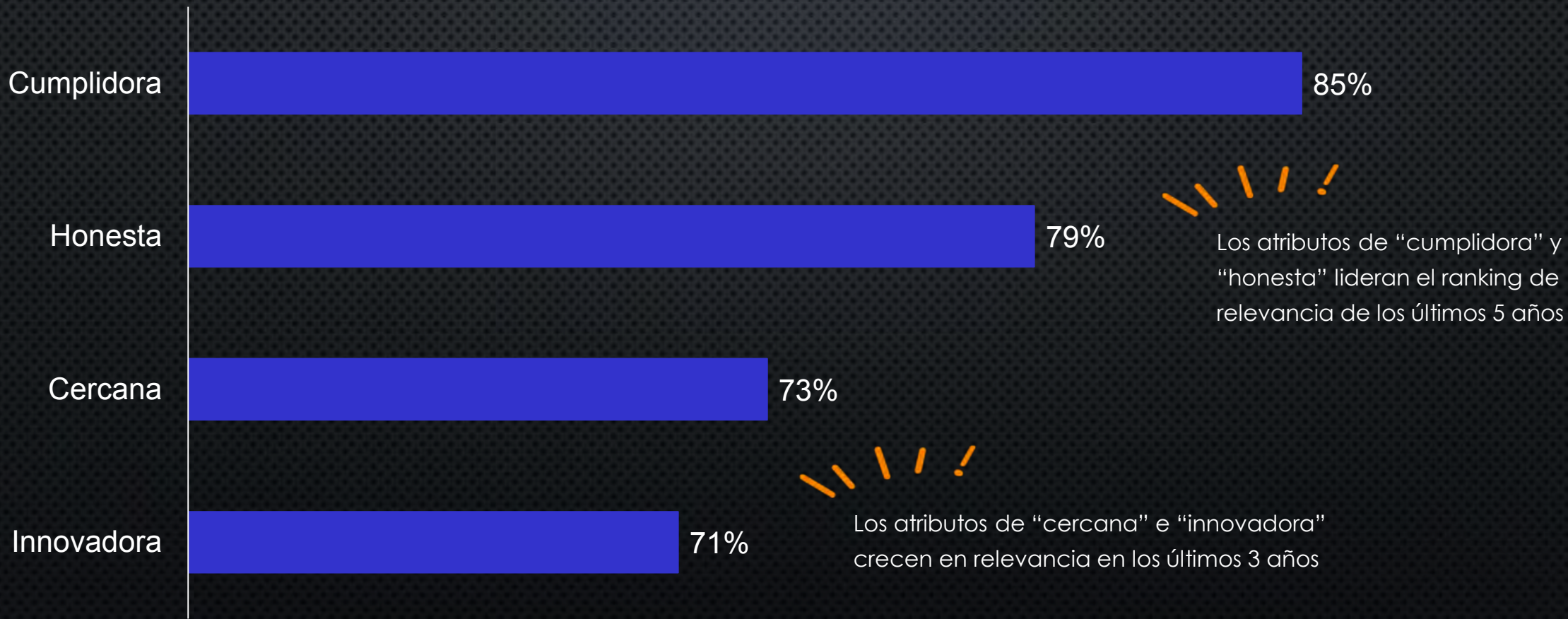
EN EL FONDO, ESTAMOS CHATOS DE...

De **no tener certezas** (o de haberlas perdido), de **no poder autodeterminarme** (y ser un determinado) y de **no ser objeto de relaciones horizontales** (es más, abusan de mi condición)

¿CÓMO AYUDAR A DEJAR DE ESTAR CHATOS A LOS CONSUMIDORES CHILENOS?

ATRIBUTOS MÁS VALORADOS DE UNA MARCA EN UN CONTEXTO DE MALESTAR SOCIAL

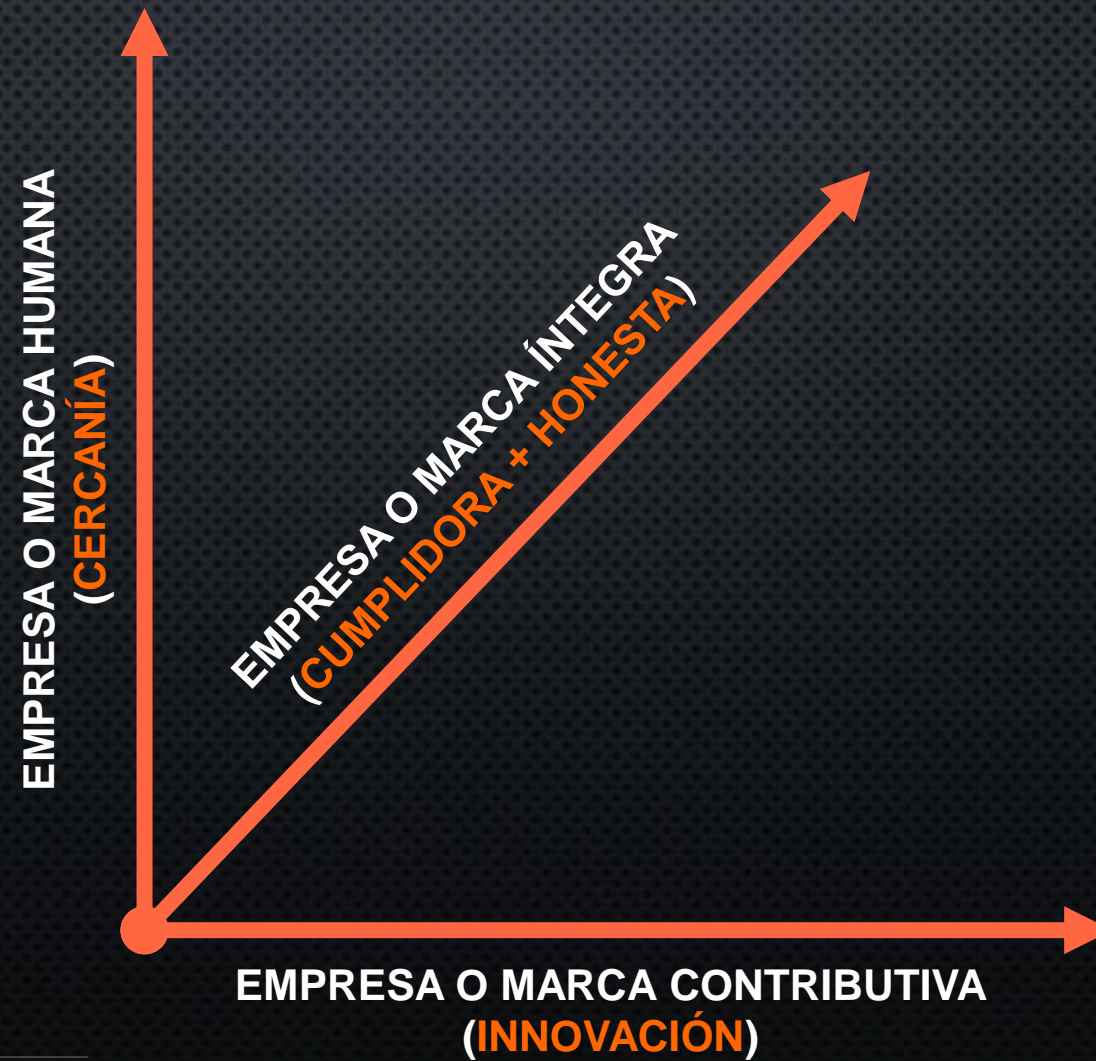
% que responde que le parece atractivo cada atributo de marca



LOS EJES DE VALOR DE UNA EMPRESA O MARCA EN CONTEXTOS DE MALESTAR, SEGÚN CHILESCOPIO



LOS EJES DE VALOR DE UNA EMPRESA O MARCA EN CONTEXTOS DE MALESTAR, SEGÚN CHILESCOPIO



LOS EJES DE VALOR DE UNA EMPRESA O MARCA EN CONTEXTOS DE MALESTAR, SEGÚN CHILESCOPIO



EL DESAFÍO DE UNA NUEVA ACTITUD EMPRESARIAL

- CREEMOS QUE ESTOS NUEVOS EJES DE VALOR SE HACEN EVIDENTES A LOS CONSUMIDORES NO SÓLO EN LOS HECHOS, SINO QUE EN LA **ACTITUD Y EN LA IDEOLOGÍA DE RELACIÓN QUE SE PROYECTA**
- LOS CONSUMIDORES DE HOY BUSCAN VER CARAS Y HECHOS, PERO **TAMBIÉN CORAZONES**
- LA **HUMILDAD, EMPATÍA, SINCERIDAD, VOLUNTAD Y LA MUTUA COLABORACIÓN** PARECE SER VALORES ESENCIALES

VISIÓN HUMANA

WWW.VISIONHUMANA.CL
CONTACTO@VISIONHUMANA.CL

chile  scopio
TENDENCIAS 2016



visiónhumana

LA OTRA MIRADA