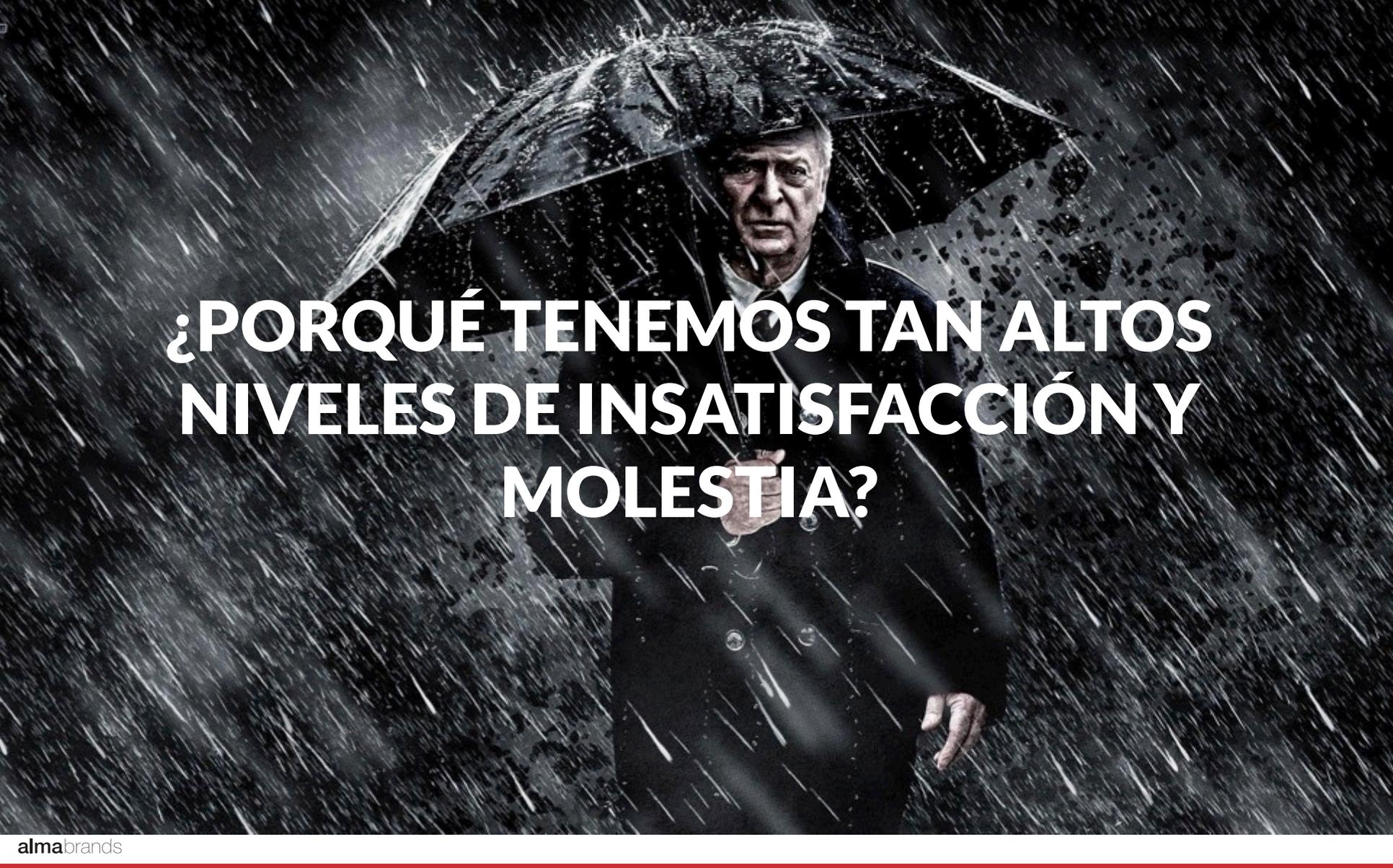


# EL PUNTO CIEGO DE LOS PROMEDIOS Y LAS FRECUENCIAS

Carolina Altschwager  
Directora Ejecutiva Almagrandes





**¿PORQUÉ TENEMOS TAN ALTOS  
NIVELES DE INSATISFACCIÓN Y  
MOLESTIA?**

# **1. GOLPEADOS EN NUESTRA ESENCIA**

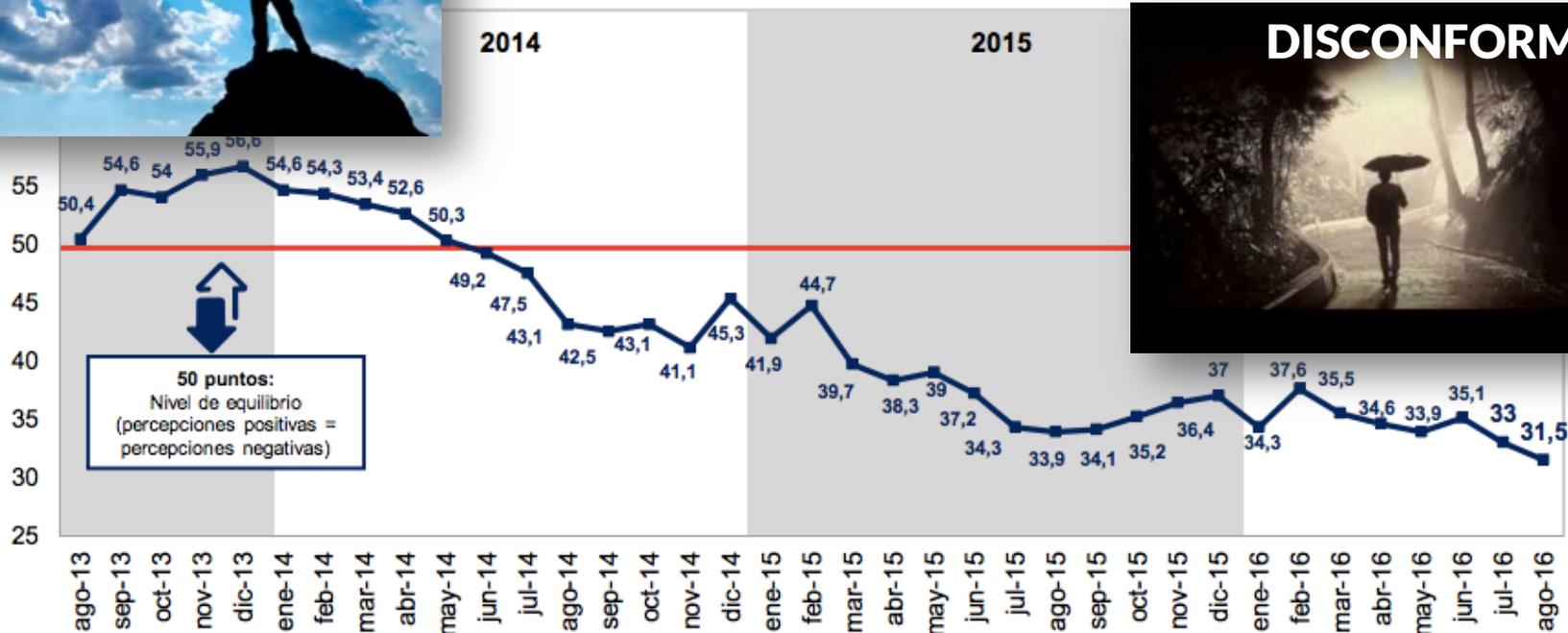
## **EMPRENDIMIENTO, ESPIRITU DE SUPERACIÓN**

# ENERGIA PAIS DEBILITADA: EL IMPACTO DE LA DESACELERACIÓN



**EXITOSOS**

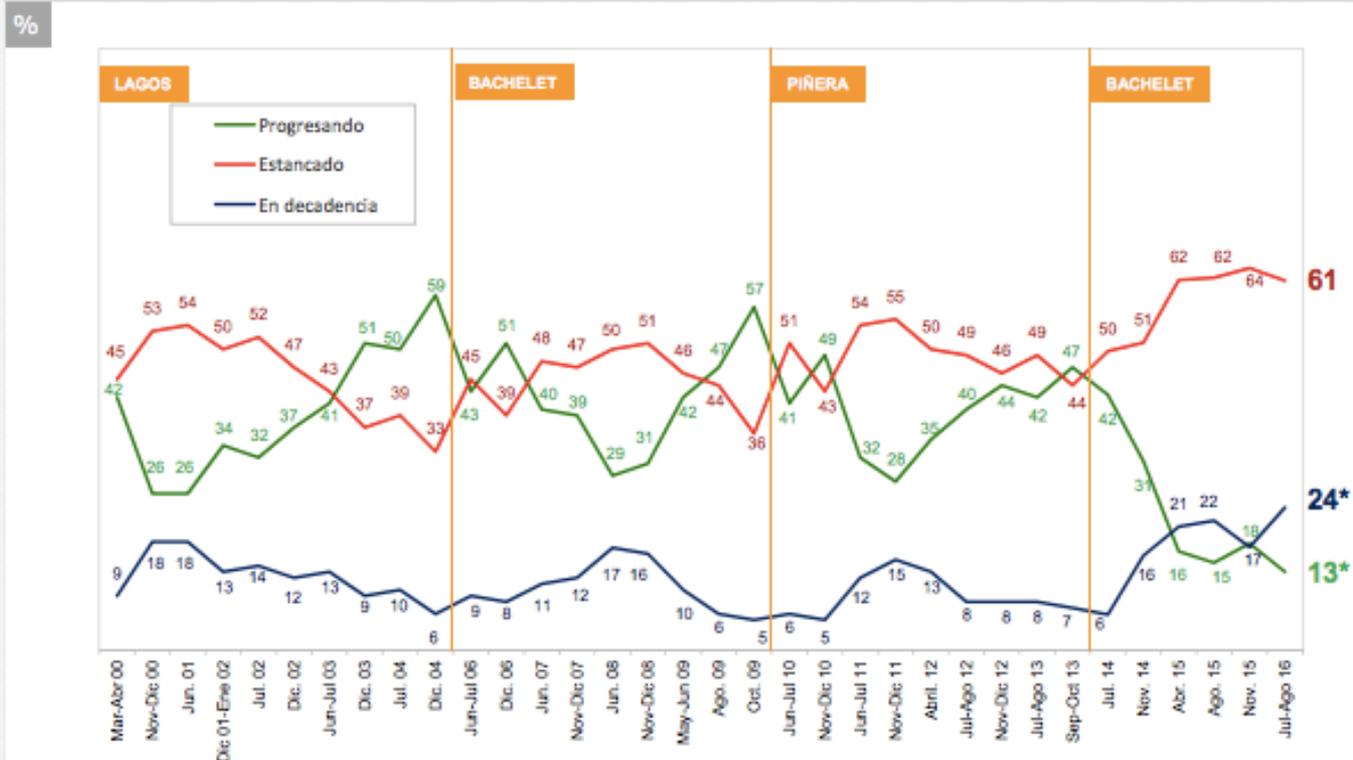
Percepción de la Economía  
Agosto 2013 – Agosto 2016  
(Índice 0-100 pts. \*)



**DISCONFORMES**

## ¿Ud. cree que en el momento actual Chile está: Progresando, Estancado o En decadencia?

(Total muestra) (Evolución)



\* Diferencia significativa desde un punto de vista estadístico entre las mediciones de Noviembre 2015 y Julio-Agosto 2016.

Fuente: CEP, Encuestas Nacionales.

# **2. DEFICIT EN LA GESTIÓN DEL CAMBIO**

## **LIDERAZGO PARA ADMINISTRAR LA TRANSICIÓN**

# CAUSAS FUTURAS, POCA GESTIÓN DEL PROCESO DE CAMBIO

AUSENCIA DE UN PLAN DE TRASICIÓN

ADMINISTRAR LA TRANSICIÓN



FUTURO DESEADO



NECESIDAD DE UN CAMBIO





beelivesocial

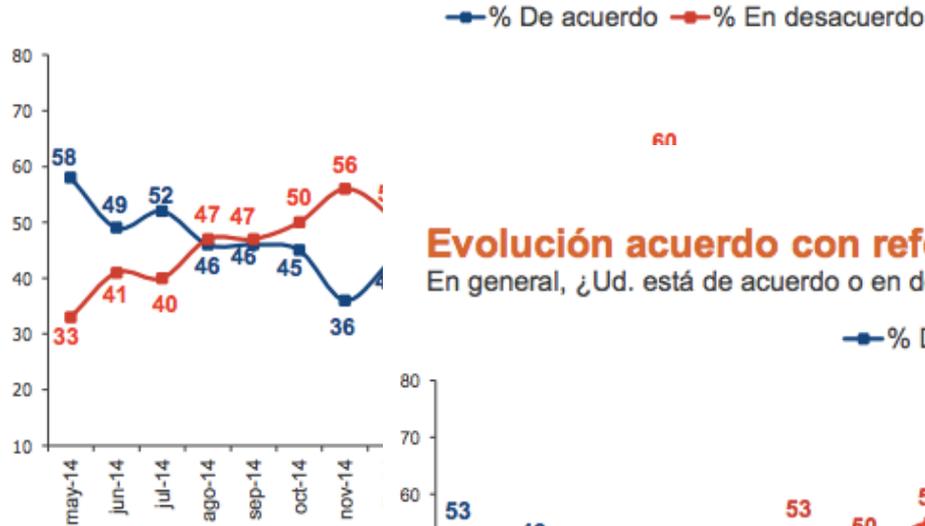
FOLLOW



house.of.leaders

## Evolución acuerdo con reforma educacional

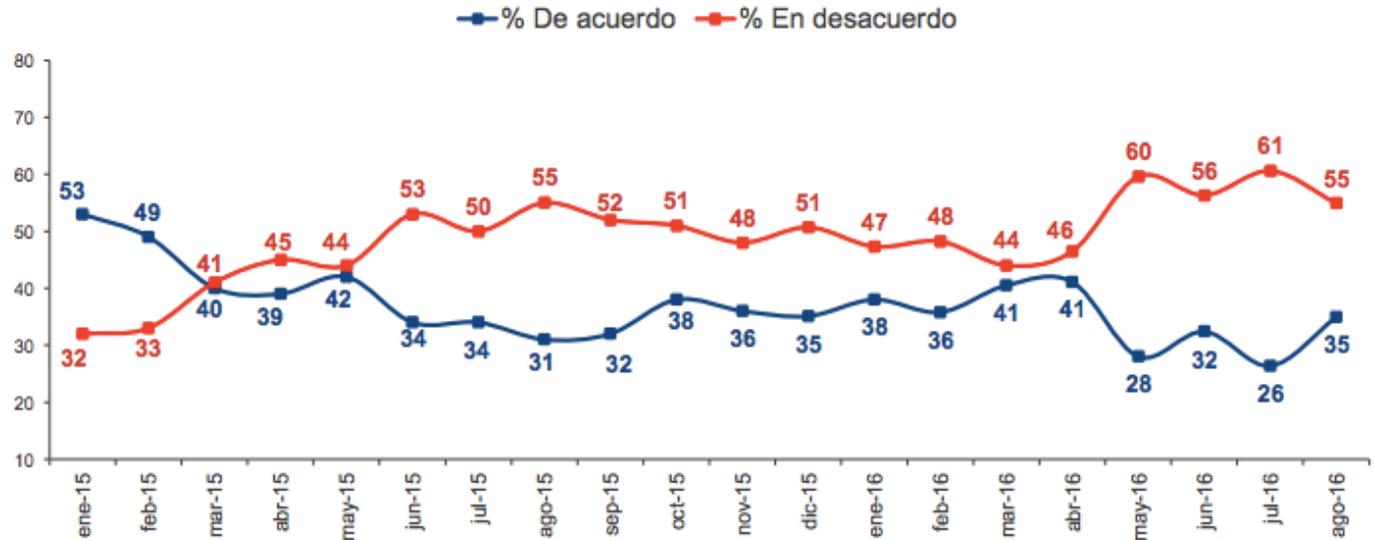
En general, ¿Ud. está de acuerdo o en desacuerdo con la reforma a la educación?



\* La diferencia en cada uno para completar 100% corresponde a las respuestas "no aprueba, ni desaprueba" + "no sabe, no contesta"  
 © GfK 2016 | ENCUESTA DE OPINIÓN PÚBLICA: EVALUACIÓN

## Evolución acuerdo con reforma laboral

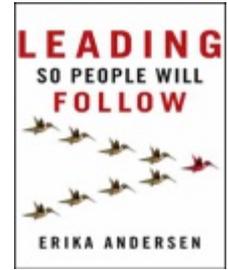
En general, ¿Ud. está de acuerdo o en desacuerdo con la reforma laboral?



\* La diferencia en cada uno para completar 100% corresponde a las respuestas "no aprueba, ni desaprueba" + "no sabe, no contesta"  
 © GfK 2016 | ENCUESTA DE OPINIÓN PÚBLICA: EVALUACIÓN GESTIÓN DE GOBIERNO | AGOSTO 2016

# ¿CÓMO SER LIDER HOY?

EMPATIA ES INSUFICIENTE, SE REQUIERE DIRECCIÓN



- 1. VISION DE FUTURO** FUTUROS POSIBLES – VISION INCLUSIVA
- 2. PASION** COMPROMISO – PASIÓN MÁS ALLÁ DE LA ADVERSIDAD
- 3. SABIDURIA** PROFUNDAMENTE CURIOSOS – APRENDEN DE SU EXPERIENCIA
- 4. CORAJE** TOMAN DECISIONES DIFICILES –ASUMEN ERRORES
- 5. GENEROSIDAD** COMPARTEN PODER – DAN CRÉDITO/RECONOCIMIENTO
- 6. CONFIABILIDAD** DICEN LA VERDAD – HACEN LO QUE DICEN –OBTIENEN RESULTADOS

# AGENDA COMUNICACIONAL DÉBIL: ¿TODO ESTÁ MAL?

## Cuidado del medio ambiente

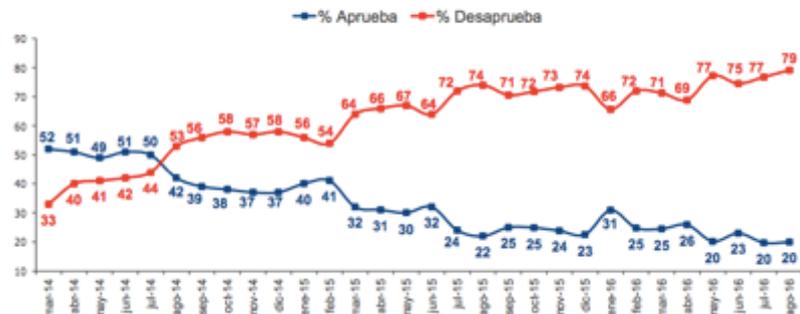
¿Usted aprueba o desaprueba como Michelle Bachelet y su equipo de gobierno están manejando el cuidado del medio ambiente?



\* La diferencia para completar 100% corresponde a las respuestas "no aprueba, ni desaprueba" + "no sabe, no contesta"  
© GfK 2016. ENCUESTA DE OPINIÓN PÚBLICA. EVALUACIÓN GESTIÓN DE GOBIERNO | AGOSTO 2016

## Economía

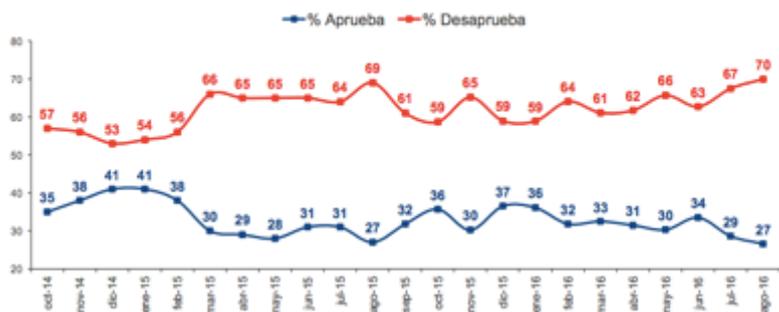
¿Usted aprueba o desaprueba como Michelle Bachelet y su equipo de gobierno están manejando la economía?



\* La diferencia para completar 100% corresponde a las respuestas "no aprueba, ni desaprueba" + "no sabe, no contesta"  
© GfK 2016. ENCUESTA DE OPINIÓN PÚBLICA. EVALUACIÓN GESTIÓN DE GOBIERNO | AGOSTO 2016

## Energía

¿Usted aprueba o desaprueba como Michelle Bachelet y su equipo de gobierno están manejando la energía?



\* La diferencia para completar 100% corresponde a las respuestas "no aprueba, ni desaprueba" + "no sabe, no contesta"  
© GfK 2016. ENCUESTA DE OPINIÓN PÚBLICA. EVALUACIÓN GESTIÓN DE GOBIERNO | AGOSTO 2016

## Empleo

¿Usted aprueba o desaprueba como Michelle Bachelet y su equipo de gobierno están manejando el empleo?

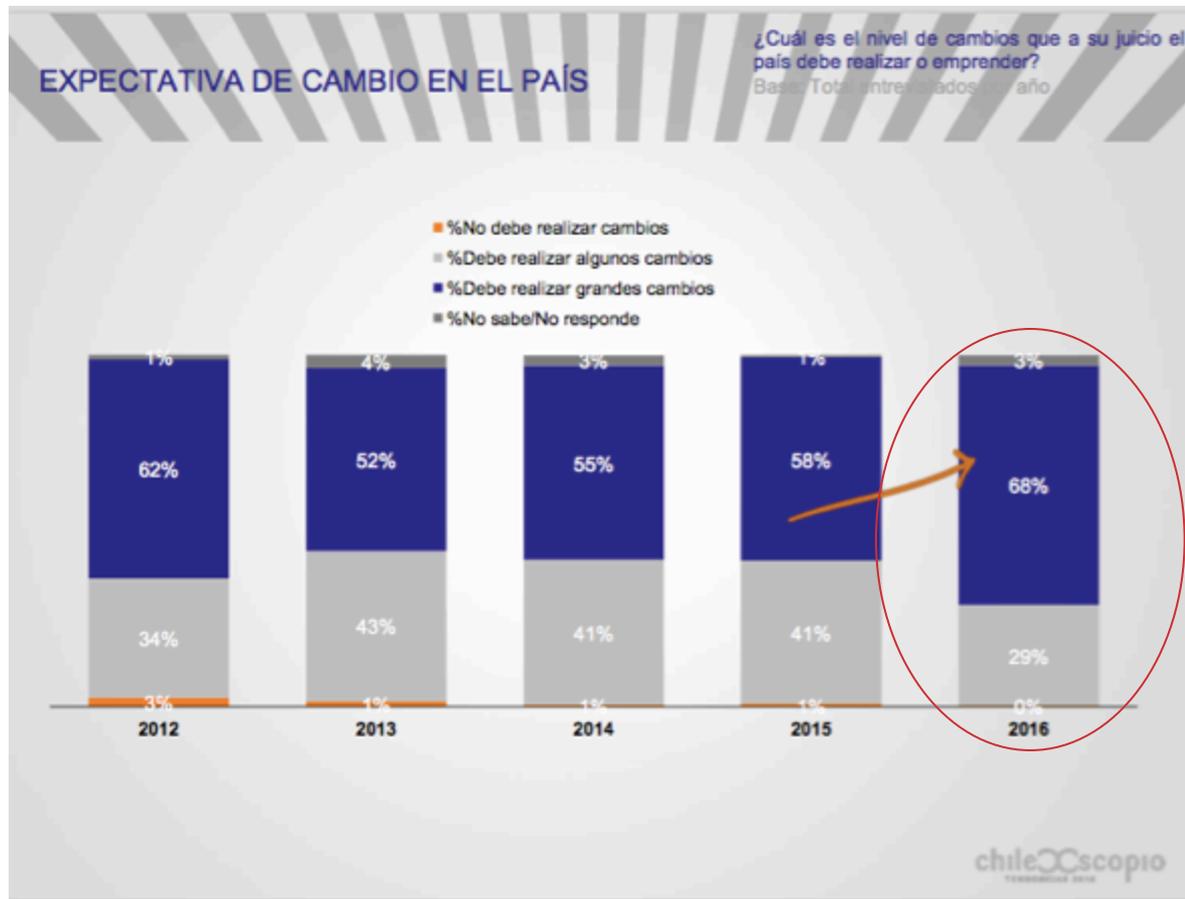


\* La diferencia para completar 100% corresponde a las respuestas "no aprueba, ni desaprueba" + "no sabe, no contesta"  
© GfK 2016. ENCUESTA DE OPINIÓN PÚBLICA. EVALUACIÓN GESTIÓN DE GOBIERNO | AGOSTO 2016

# **3. LECTURA SUPERFICIAL DE LAS EXPECTATIVAS DE LOS CHILENOS**

# GENERALIZACIONES SIN PROFUNDIDAD

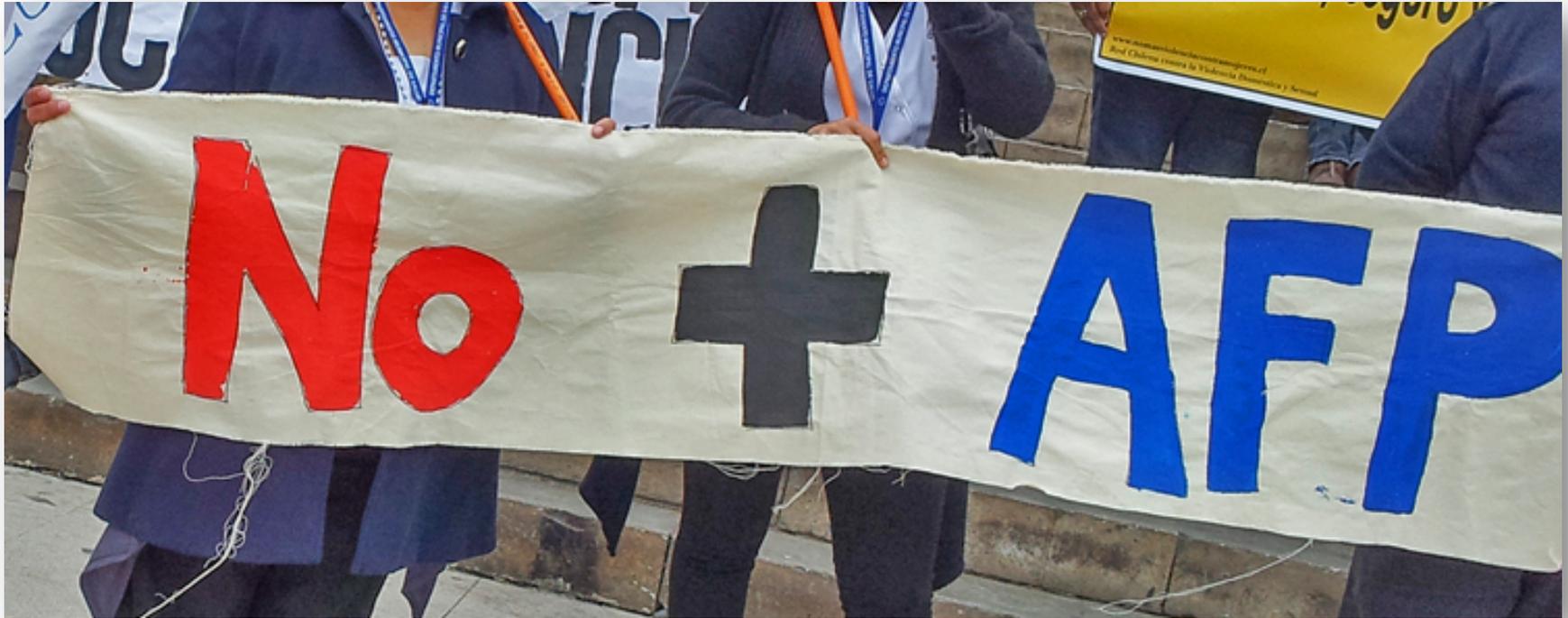
¿QUÉ SIGNIFICA QUE EL PAÍS TIENE QUE HACER CAMBIOS IMPORTANTES?



MUCHO CUANTI,  
POCO CUALI

# BRECHA RACIONAL VS EMOCIONAL

FALTA DE PROFUNDIZACIÓN ENTRE LO DECLARADO VS SIGNIFICADO PROFUNDO



**¿QUÉ EFECTOS TIENEN ESTOS  
RESULTADOS EN EL MUNDO DEL  
CONSUMO Y LAS MARCAS?**

**UN NUEVO ENTORNO CULTURAL PARA  
CREAR Y DESARROLLAR MARCAS  
CIRCULO VIRTUOSO DE LA MAYOR EXIGENCIA DE LAS  
PERSONAS**

# EMPRESAS EN AJUSTE:

CONCEPTOS QUE SON PARTE DE LA CONVERSACIÓN HOY

RELEVANCIA

ÉTICA  
CONFIANZA

SENTIDO  
PROPÓSITO

DISEÑO  
EXPERIENCIA  
VIAJE DEL  
CLIENTE

INNOVACIÓN  
VELOCIDAD  
DEL CAMBIO  
TECNOLOGIA

CULTURA  
INTERNA

# PERFIL PROMEDIO MARCAS EN CHILE (ICREO)



RESPALDO

Cumplen lo que prometen y se hacen cargo de sus errores



RESPONSABILIDAD

Dicen la verdad y no ocultan información



HONESTIDAD Y  
TRANSPARENCIA

Se preocupan de verdad por los intereses de las personas



EMPATÍA



CERCANÍA

# EL VALOR DEL PROPÓSITO EN LAS MARCAS: EL CAMBIO DE FOCO DEL POSICIONAMIENTO AL PROPÓSITO

“This is not a moral issue, it's an economic one, so we must find a way to build a more sustainable world to ensure that companies like ours will continue to serve people and improve lives for another 100 years”

“Everyone needs to start thinking about brands as "citizens", he said, so that brands have a “responsibility to promote, share and help to make change”

CEO UNILEVER GLOBAL

Marcas con sentido. Purpose over profit.

# EL PUNTO CIEGO DE LOS PROMEDIOS Y LAS FRECUENCIAS

Carolina Altschwager  
Directora Ejecutiva Altabrands