



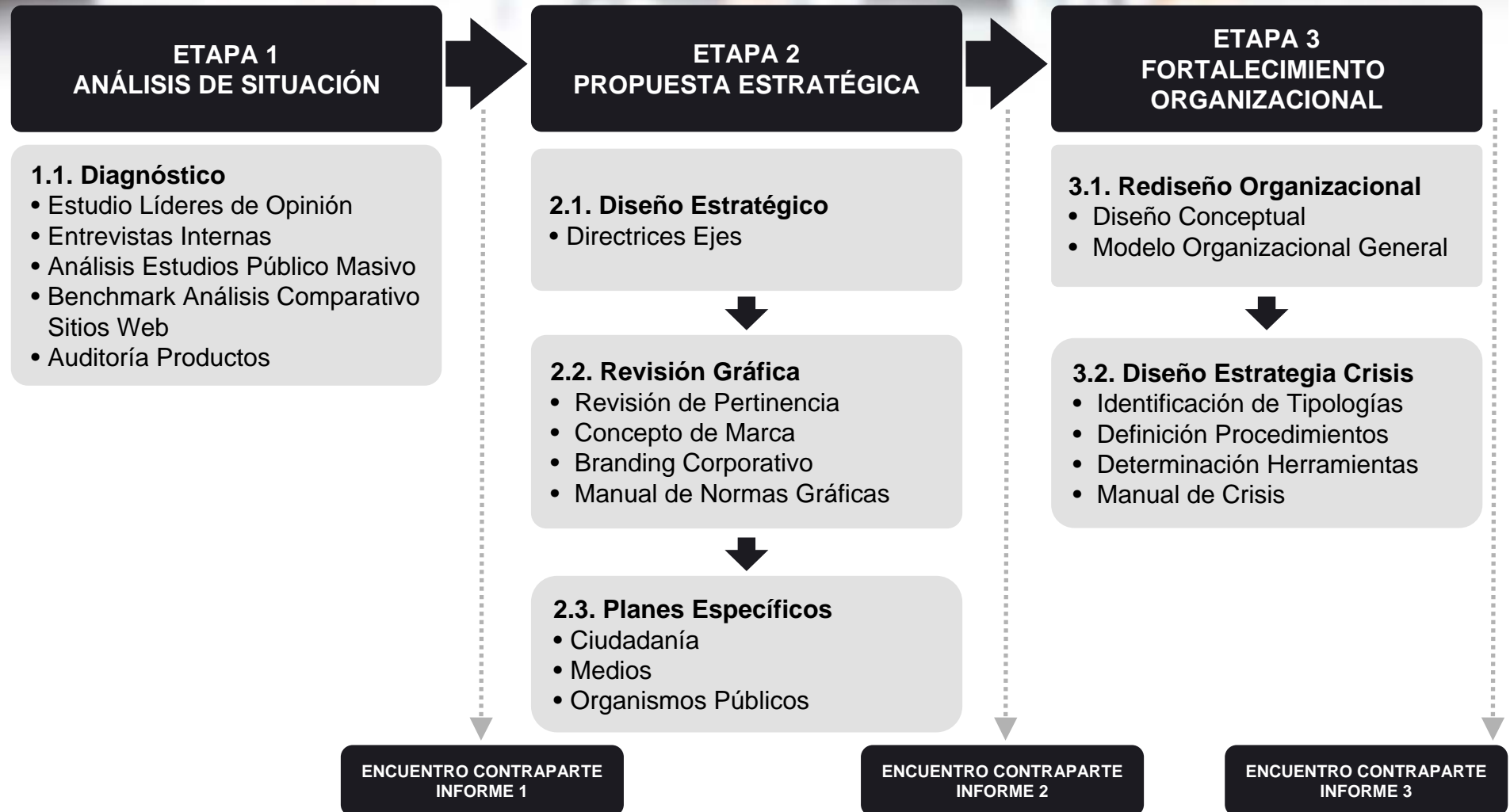
Consultoría  
“Estudio y Elaboración de  
Estrategia Comunicacional  
Cámara de Diputados”

Enero 2008



# Etapas de la Consultoría

# ETAPAS DE LA CONSULTORÍA





**ETAPA 1**  
**ANÁLISIS DE SITUACIÓN**



**DIAGNÓSTICO**

**OBJETIVO GENERAL**

Conocer la imagen que proyecta la Cámara de Diputados en sus públicos relevantes, definiendo la pauta para una estrategia de comunicaciones



# Diagnóstico

Consultoría “Estudio y Elaboración de  
Estrategia Comunicacional  
Cámara de Diputados”

Enero 2008

## METODOLOGÍA PERCEPCIÓN CIUDADANÍA

*Revisión de fuentes secundarias, principalmente estudios cuantitativos relevantes:*

- “El Congreso Nacional en las encuestas de opinión Pública” (1990-2002)” Biblioteca del Congreso Nacional, 2002.
- “El Congreso Nacional Chileno” Carlos Huneeus y Fabiola Berríos, 2004.
- “Encuesta Proyecto Congreso Transparente” Adimark-Participa 2005.
- “Imagen del Congreso Nacional” Data Voz 2006.
- “Encuesta CERC” 2006 y anteriores.
- “Encuesta de Cohesión Social” Ecosocial Cieplan 2007.

## METODOLOGÍA PERCEPCIÓN LÍDERES

*Cualitativa / exploratoria, a través de entrevistas en profundidad, con el fin de conocer los fundamentos de la evaluación y apreciación general de los entrevistados respecto a la la imagen de la Cámara de Diputados, en forma espontánea y en profundidad.*

## METODOLOGÍA PERCEPCIÓN DIPUTADOS

## ENTREVISTADOS

**Alfredo Ovalle** (Presidente de la Confederación de la Producción y del Comercio)

**Carlos Eugenio Jorquera** (Ex - Presidente de la Cámara de Comercio de Santiago)

**Cristián Bofill** (Director del diario La Tercera)

**Jorge Cabezas** (Director de Prensa de TVN)

**Ascanio Cavallo** (Decano de la Escuela de Periodismo de la U. Adolfo Ibáñez)

**Juan Jaime Díaz** (Editor Economía y Negocios El Mercurio)

**María de Los Ángeles Fernández** (Directora Ejecutiva de Chile 21)

**Juan Emilio Cheyre** (Director del Centro de Estudios Internacionales de la PUC)

**Arturo Martínez** (Presidente de la CUT)

**Raúl de la Puente** (Presidente de la ANEF)

**Padre Felipe Berríos** (Un Techo para Chile)

**Patricio Walker** (DC)

**Antonio Leal** (PPD)

**Germán Becker** (RN)

**Denise Pascal** (PS)

**Andrés Egaña** (UDI)



## DIAGNÓSTICO DE IMAGEN 4 EJES DE ANÁLISIS

SU TRABAJO

SU APORTE

LA CONFIANZA QUE  
PROYECTA

SUS COMUNICACIONES



## DIAGNÓSTICO DE IMAGEN 4 EJES DE ANÁLISIS

**SU TRABAJO**

SU APORTE

LA CONFIANZA QUE  
PROYECTA

SUS COMUNICACIONES

Somos:

Institución fundamental

Institución **sólida**

Trabajo en sala

**Indispensables**

**Trabajo efectivo**

Representantes

Trabajo en terreno

Institución que **funciona**

Legisladores

Fiscalizadores

(Fuente: Entrevistas Diputados)



*Esto es lo que hacemos*

*“Es una **institución en la que se trabaja**. En general la asistencia es muy alta y el trabajo en comisiones muy intenso”*

*“Tenemos tres facultades y responsabilidades: **colegislar, fiscalizar y representar a la ciudadanía**”*

*“La gran mayoría de los diputados **hace su trabajo**, y lo hace tanto aquí como en su distrito”*

*(Fuente: Entrevistas Diputados)*



*Esto es lo que hacen*

*“Las comisiones trabajan y hacen su tarea, porque los proyectos se despachan”*

*“Yo sé que se hacen cosas, yo he estado en la Cámara, van de comisión en comisión, tienen que estudiar documentos...”*

*“...la impresión que yo tengo es que **trabajan mucho, mucho**, los veo, los observo...”*

*(Fuente: Entrevistas Líderes de Opinión)*

... pero así nos ven

Desconocimiento

Cámara vacía

Descortesía

CONFLICTO

**DESORDEN**

Falta de solemnidad

Falta de seriedad

Politiquería

Desprestigio

Mediocridad

(Fuente: Entrevistas Líderes de Opinión)



## REALIDAD V/S PERCEPCIÓN

*... pero así nos ven*

*“La gente **no sabe qué hacen los diputados**, no sabe bien”*

*“Cuando tu estás en el distrito lo ven como una obligación tuya por atenderlos, ahí es cuando hay una **deformación de lo que uno es como Diputado**”*

*“La **ciudadanía espera de nosotros algo que no podemos entregar**, y eso les genera decepción, frustración y a la larga, **lejanía**”*

*“Ellos te ven lejano porque tú no interpretas lo que ellos quieren porque **te ven como municipio**”*

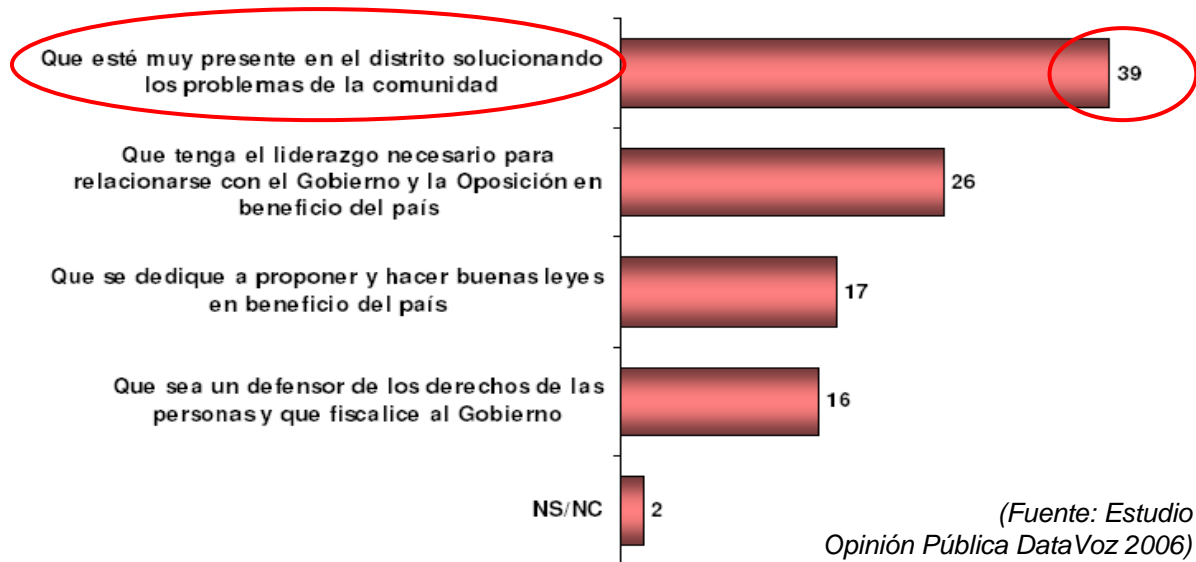
(Fuente: Entrevistas Diputados)



## REALIDAD V/S PERCEPCIÓN

*Y efectivamente es así: se desconoce el ROL del diputado*

¿Cuál de estos perfiles o rasgos le gustaría a usted que tuviera principalmente el diputado...?





## DISTRITO V/S CÁMARA

*Hay incapacidad de transmitir el trabajo que realizan*

*“Al diputado la gente lo saluda, lo abraza, le hace consultas en el distrito. Pero es al parlamentario en singular, después la **institución es castigada**”*

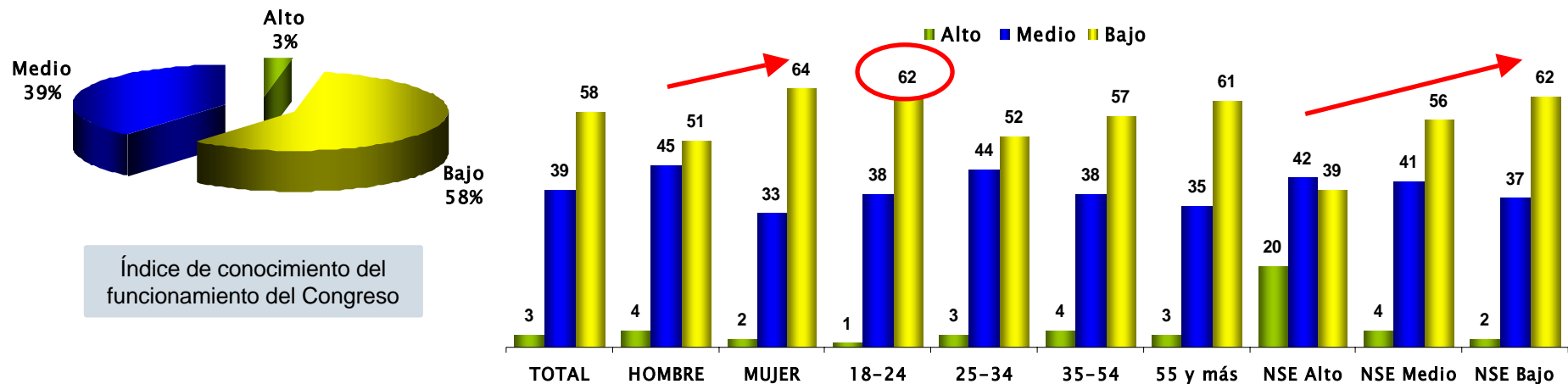
*“Sus comisiones siempre son importantes, han generado leyes importantes, pero **ese trabajo no se ve**”*

*“...la gente ve otra cosa, **ve el conflicto, la pelea...**”*

(Fuente: Entrevistas Diputados)



*Además: Alto desconocimiento del FUNCIONAMIENTO de la institución*



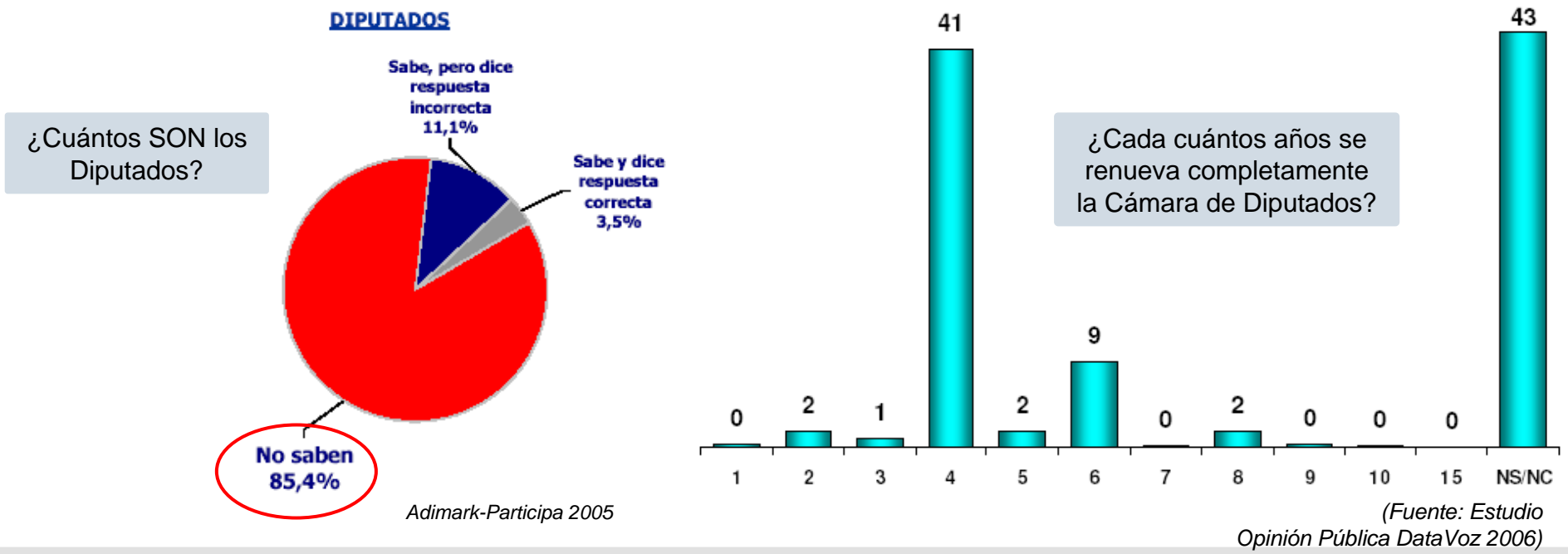
¿En la ciudadanía, quiénes tienen menos información?

- Las mujeres.
- Los más jóvenes, entre 18 y 24 años.
- Las personas de NSE más bajo.

(Fuente: Estudio Opinión Pública DataVoz 2006)



**Además: Alto desconocimiento del FUNCIONAMIENTO de la institución**



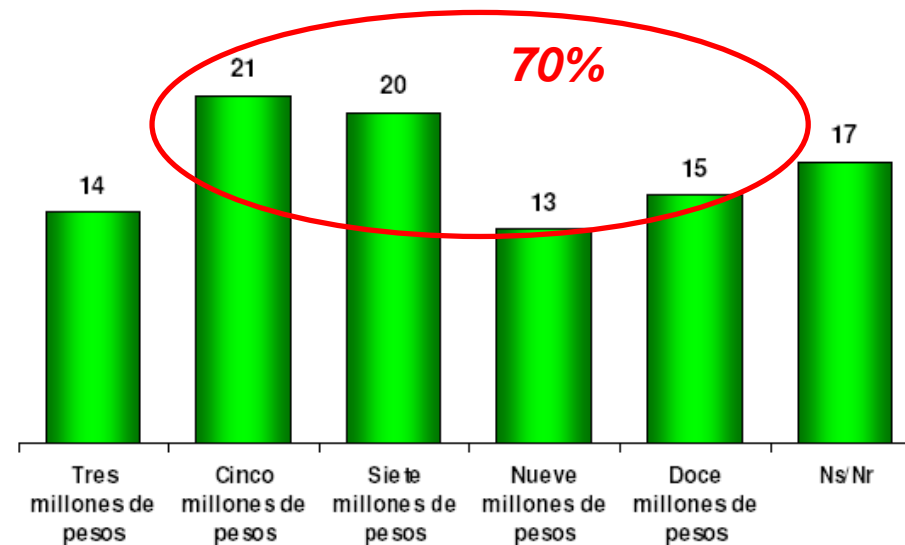
**Más del 95% de los encuestados no sabe cuántos son los diputados**

**Sólo 4 de cada 10 encuestados sabe que la Cámara se renueva cada 4 años**



*Además: Alto desconocimiento del FUNCIONAMIENTO de la institución*

Actualmente el presupuesto mensual asignado para que un diputado realice su labor parlamentaria asciende aproximadamente a...



(Fuente: Estudio Opinión Pública DataVoz 2006)

Y alrededor de un **70% de los encuestados cree que ganan más** de lo que ganan, sin distinguir lo que corresponde a su sueldo y lo que se destina a actividades parlamentarias.



## EN SÍNTESIS

*AUNQUE LA CÁMARA SE RECONOCE COMO ALGO  
IMPORTANTE...*

*SE CONFUNDE EL ROL DEL PARLAMENTARIO*

*NO SE CONOCE EL FUNCIONAMIENTO DE LA CÁMARA*

*NO APARECE EL TRABAJO DE COMISIONES*



**TRABAJO DESCONOCIDO**



## DIAGNÓSTICO DE IMAGEN 4 EJES DE ANÁLISIS

SU TRABAJO

SU APORTE

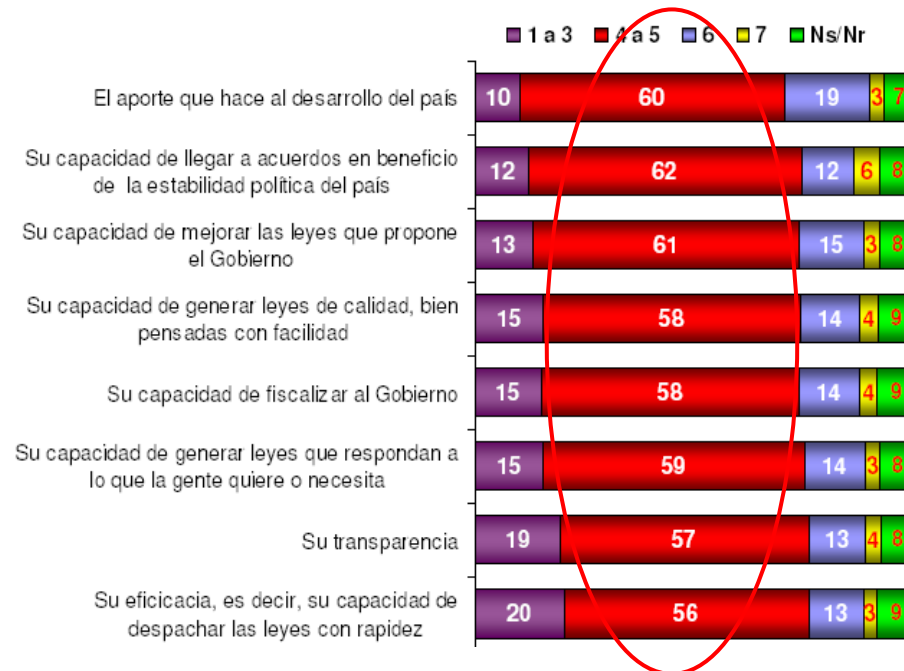
LA CONFIANZA QUE  
PROYECTA

SUS COMUNICACIONES



*La Cámara no se destaca, ni es claramente peor...en nada*

Evaluación de la labor que desempeña la Cámara de Diputados



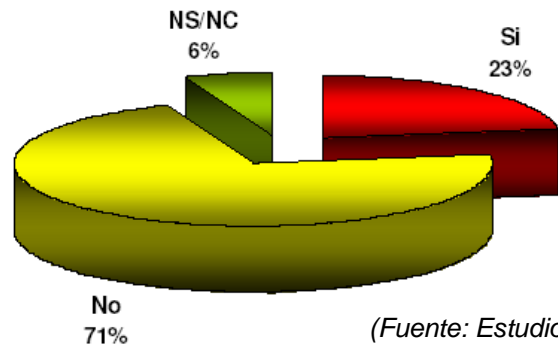
(Fuente: Estudio Opinión Pública DataVoz 2006)

Al desconocer la Cámara de Diputados en general, la ciudadanía no valora sus aportes, y los parlamentarios **no se destacan** por ninguna de sus labores en específico.



## Sus aportes son considerados **IRRELEVANTES**

RELEVANCIA PARA SU VIDA (2006)

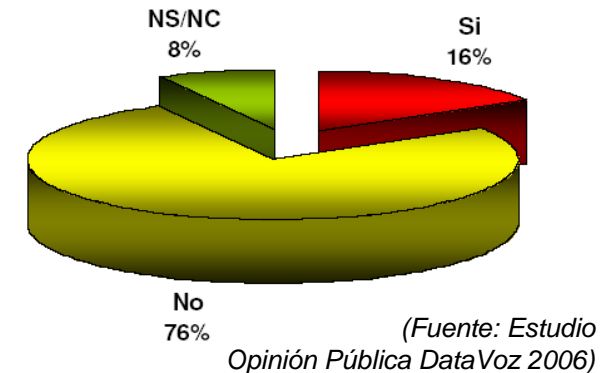


¿Recuerda alguna ley despachada que usted considere como relevante...?

El 2005, 39% de personas recordaba una ley que fuera relevante.

(Fuente: Estudio Opinión Pública Adimark-Participa 2005)

RELEVANCIA PARA EL PAÍS (2006)



La percepción de la ciudadanía es que las leyes despachadas son cada vez más **lejanas en su aporte**, tanto en el ámbito privado como a nivel nacional



*No marcan la agenda, no generan debate...ni interés*

*“Que no sea el reportaje de El Mercurio el que marque el debate nacional,  
tiene que ser la Cámara el que marque el debate.”*

*“A nosotros no nos interesa que le vaya mal a la Cámara de Diputados,  
**pero veo cero relaciones, cero instancias de preocupación ...por**  
mostrar cosas buenas”*

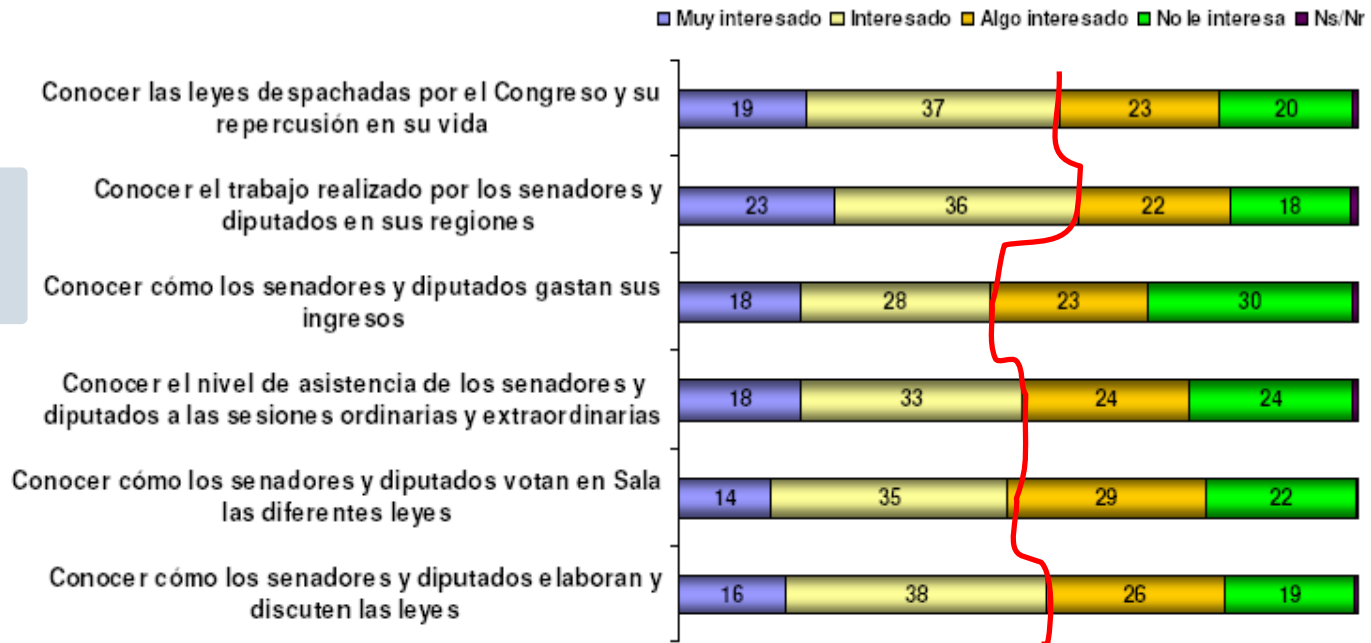
*“...y si llega información, ni la miro porque **dice Cámara de Diputados de Chile y la borro...**”*

*(Fuente: Entrevistas Líderes de Opinión)*



...y tampoco hay gran interés por conocer más

Grado de interés en conocer distintos tipo de información



Promedio= 52%

(Fuente: Estudio Opinión Pública DataVoz 2006)

La ciudadanía demuestra un **interés medio por conocer más** sobre la Cámara, no les llama mayormente la atención.



## EN SÍNTESIS

*LA CÁMARA...*

*NO GENERA INTERÉS*

*NO MARCA AGENDA*

*NO SE DESTACA*



**APORTE IRRELEVANTE**



## DIAGNÓSTICO DE IMAGEN 4 EJES DE ANÁLISIS

SU TRABAJO

SU APORTE

**LA CONFIANZA QUE  
PROYECTA**

SUS COMUNICACIONES



*Aunque en términos relativos no está tan mal...*

¿Cuánta confianza tiene ud. en las siguientes Instituciones? (% que declara "poca" o "ninguna" confianza)

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Guatemala	México	Perú	Total
<i>El Gobierno</i>	48	60	50	52	78	63	63	59
<i>El Presidente</i>	41	53	43	40	73	61	56	53
<i>El Congreso</i>	74	72	70	78	81	74	83	77
<i>Los senadores de su distrito</i>	74	70	52	74	-	67	73	76
<i>Los diputados de su distrito</i>	74	74	52	71	69	66	55	74
<i>Los intendentes, alcaldes o ediles</i>	70	72	54	66	72	67	62	66
<i>El intendente, alcalde o edil de la ciudad donde vive</i>	61	65	48	58	62	62	47	60
<i>Los partidos políticos</i>	84	76	80	80	83	75	84	80
<i>Los tribunales de justicia</i>	74	61	66	66	78	73	85	72
<i>La policía</i>	69	63	40	51	81	74	70	64

Base: Total Muestra (10.000 casos)  
 \* Diferencias entre países son estadísticamente significativas al 95% de confianza



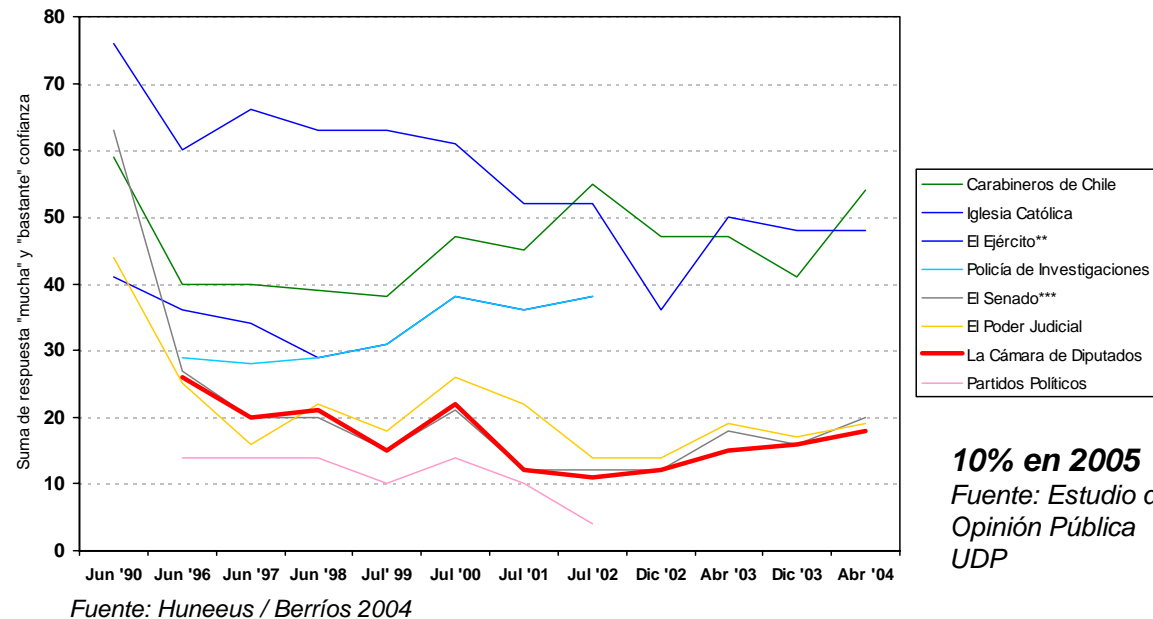
(Fuente: Estudio Opinión Pública EcoSocial 2007)

Si bien más de la mitad de los encuestados tiene poca o ninguna confianza en los diputados de Chile, al comparar con otros países, los resultados son favorables.



## La confianza asociada a la Cámara está estancada

Confianza en las instituciones políticas y sociales. Suma de respuestas "mucho" y "bastante confianza"



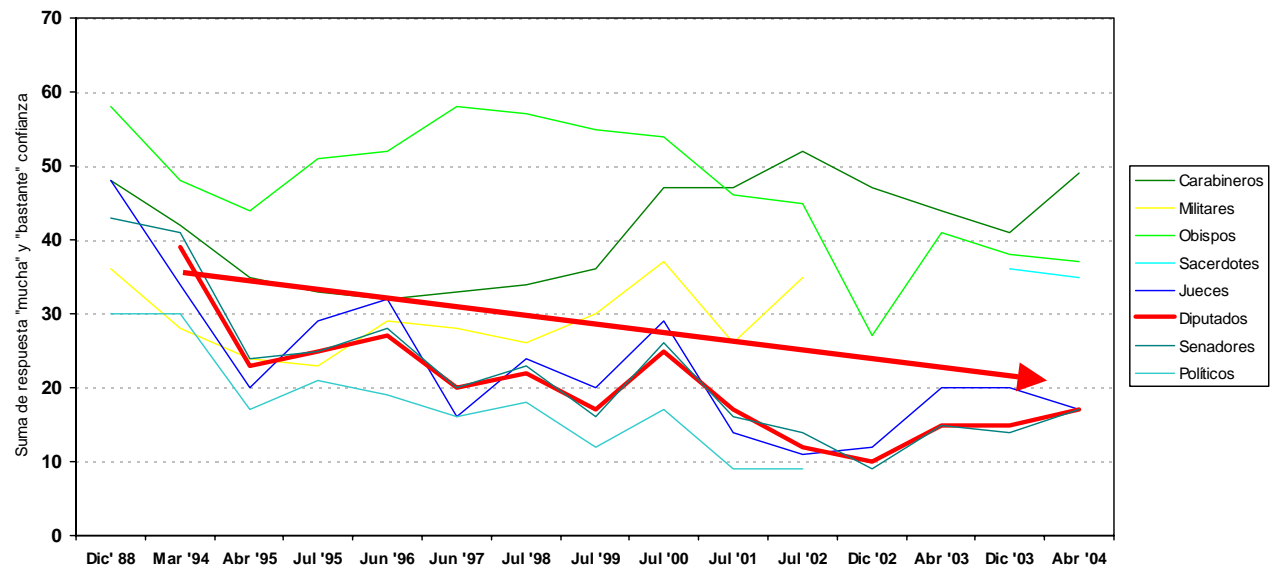
**10% en 2005**  
Fuente: Estudio de Opinión Pública UDP

Sin embargo, al comparar con otras instituciones en Chile, la **confianza alcanza niveles muy bajos.**



*Y con los Diputados no es muy distinto*

Confianza en las élites políticas y sociales. Suma del porcentaje alternativas "mucho" y "bastante confianza"



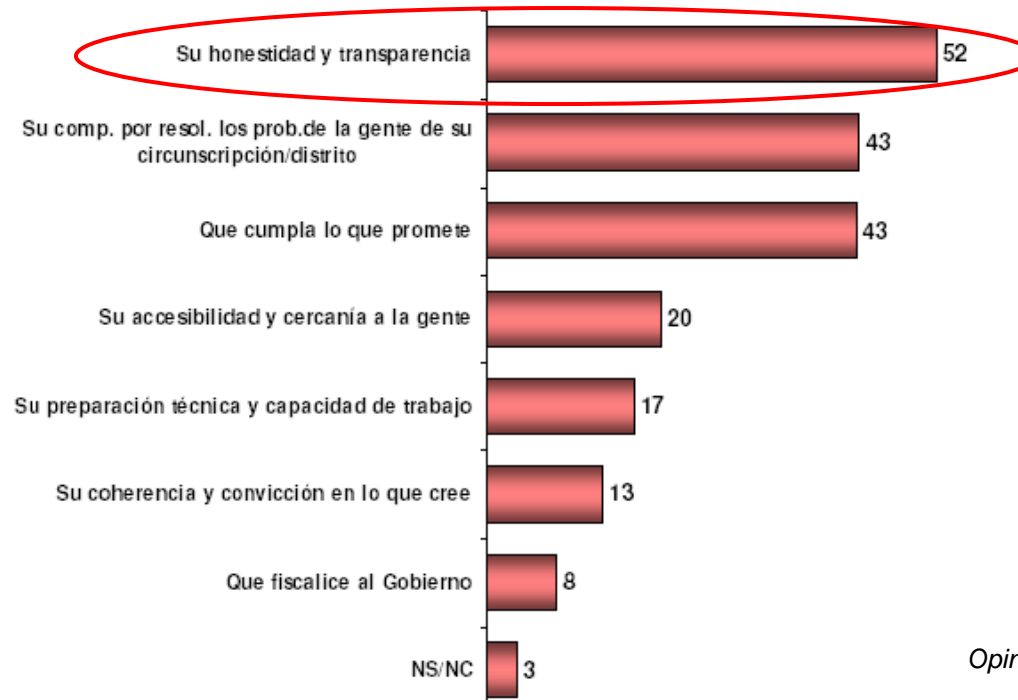
Fuente: Huneus / Berríos 2004

**Menos de un 20%** de los encuestados declara tener **mucho o bastante confianza en los diputados**, situación que también ha empeorado con los años.



## ¿Cuánto se valora la transparencia?

¿Cuál es el atributo más importante para usted en un senador o diputado?



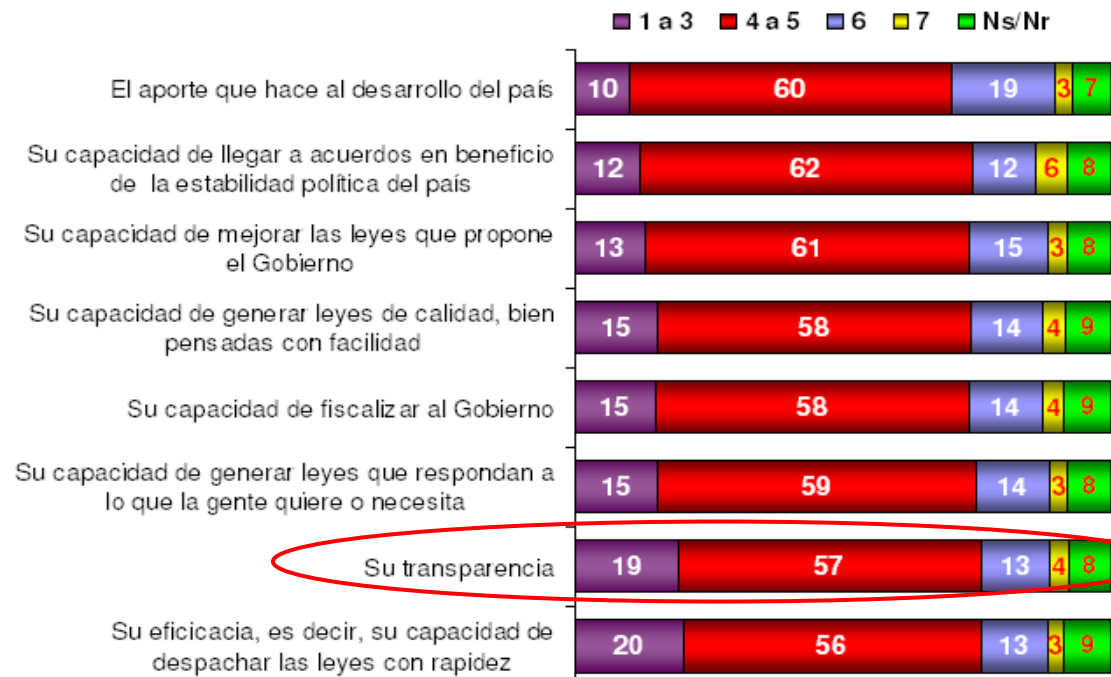
(Fuente: Estudio Opinión Pública DataVoz 2006)

La honestidad y **transparencia** es el atributo más valorado por la ciudadanía.



## ¿Y cómo es evaluada la Cámara?

¿Cómo evaluaría la labor que realiza la Cámara en los siguientes aspectos?



(Fuente: Estudio Opinión Pública DataVoz 2006)

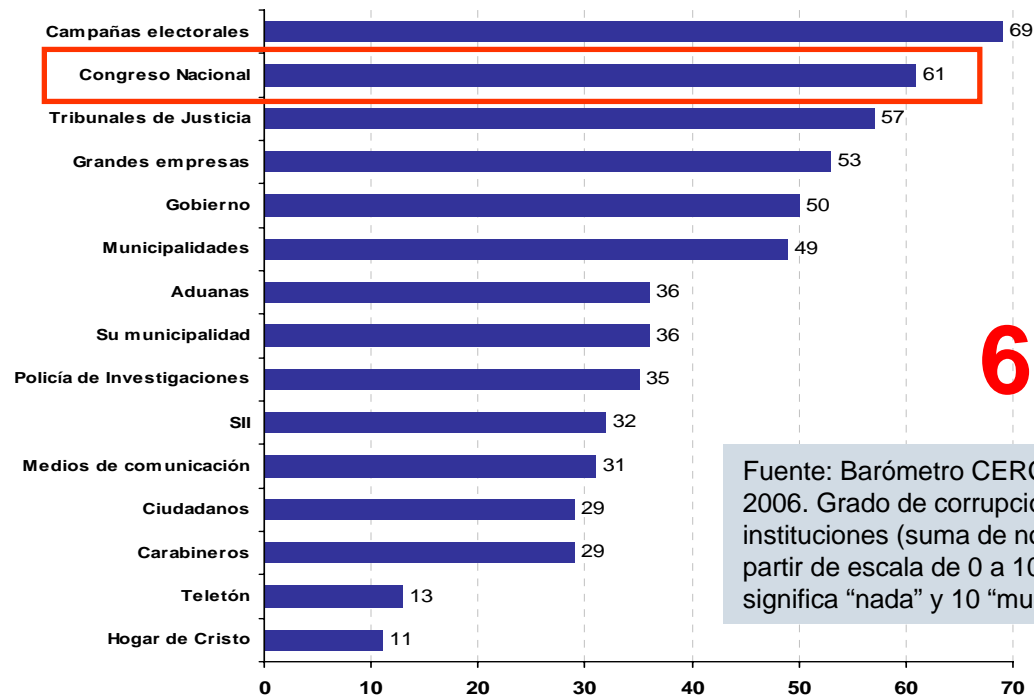
Pero a la vez, es **uno de los atributos peor evaluados.**



## La atmósfera de la corrupción...llega a la Cámara

El 2002, la sensación de 'muchísima corrupción' en el Congreso era de un 25%.

Fuente: CEP 2002



60%

Fuente: Barómetro CERC – Diciembre 2006. Grado de corrupción en las instituciones (suma de notas 7 a 10; a partir de escala de 0 a 10, donde 0 significa "nada" y 10 "muchísima")

Como consecuencia de la falta de transparencia se percibe una **alta corrupción en el Congreso**, la que aumentó de 25% en 2002 a 60% en 2006.



## EN SÍNTESIS

*AUNQUE EN EL CONTEXTO REGIONAL NO ESTÁ TAN MAL...*

*LOS NIVELES DE CONFIANZA ESTÁN ESTANCADOS...Y EN UN NIVEL MUY BAJO*

*LA TRANSPARENCIA ES IMPORTANTE...PERO MAL EVALUADA*

*RONDA LA CORRUPCIÓN*



**INSTITUCIÓN OPACA**



## DIAGNÓSTICO DE IMAGEN 4 EJES DE ANÁLISIS

SU TRABAJO

SU APORTE

LA CONFIANZA QUE  
PROYECTA

SUS COMUNICACIONES



*La Cámara de Diputados es percibida como una institución TRADICIONAL*

Atributos que mejor definen la imagen de la Cámara

Entrevistados	Mención 1	Mención 2
1	<b>TRADICIÓN</b>	CERCANÍA
2	INTEGRACIÓN	-
3	<b>TRADICIÓN</b>	<b>PODER</b>
4	<b>TRADICIÓN</b>	<b>PODER</b>
5	<b>TRADICIÓN</b>	EFICACIA
6	<b>PODER</b>	<b>TRADICIÓN</b>
7	<b>PODER</b>	-
8	<b>TRADICIÓN</b>	MODERNIDAD
9	TRANSPARENCIA	<b>PODER</b>
10	<b>TRADICIÓN</b>	-
11	INTEGRACIÓN	TRANSPARENCIA

(Fuente: Entrevistas Líderes de Opinión)

Tradición y Poder son los dos atributos más mencionados.



...con comunicaciones que no van al ritmo de los cambios

*“Es una institución moderna, con un modelo de gestión y estilo comunicacional acorde a los tiempos”*

Diputados: **3,3**

Líderes de opinión: **3,3**

*“Es una institución que responde con prontitud y rapidez a las peticiones y requerimientos de las personas y de otras instituciones”*

Diputados: **3,6**

Líderes de Opinión: **3,8**

Nota promedio de evaluación



*...con comunicaciones empaquetadas y aburridas*

*“Formal y latosa. **No es activa, no está y no tiene la dinámica del mundo actual.** El canal es un canal que yo creo que hace un esfuerzo pero que no han encontrado un medio para transmitir”*

*“**Es muy empaquetada,** no les noto el motivo a transmitir, porque es dispersa”*

*“La comunicación se mueve por otros valores hoy día. Hay tantas cosas que están cambiando, **la gente se esta comunicando de otra manera**”*

*(Fuente: Entrevistas Líderes de Opinión)*



*Los diputados asumen su responsabilidad...*

*“Hay un prestigio al parlamentario en singular, pero no a la institución. Porque **la Cámara no ha sabido renovarse** constantemente para entrar en la sociedad de las comunicaciones”*

*“Hay un **problema de imagen** en la Cámara, que está afectando su prestigio. Y en eso, hay que decirlo, **contribuyen también algunos parlamentarios**”*

(Fuente: Entrevistas Diputados)



Y existe el interés **DE CAMBIAR...**

*“**Comunicar lo que realmente somos**, que la gente sepa que no podemos legislar en ciertas cuestiones...y que la gente nos pida de acuerdo a lo que realmente somos.*”

*“Tiene que ser una institución totalmente abierta. No basta hacer el esfuerzo de la transparencia sino que comunicar, **es transparencia y comunicación**”*

*“Es muy importante **modernizar los canales de comunicación, y ser mucho más proactivos**”*

(Fuente: Entrevistas Diputados)



## EN SÍNTESIS

*LAS COMUNICACIONES...*

*SE PERCIBEN EMPAQUETADAS Y ABURRIDAS*

*NO ADAPTADAS A LOS TIEMPOS*

*LENTAS Y POCO EFECTIVAS*



**COMUNICACIONES  
POCO MODERNAS**



# Diagnóstico

Consultoría “Estudio y Elaboración de  
Estrategia Comunicacional  
Cámara de Diputados”

Enero 2008