edición

2026

La empresa que queremos

Percepciones y expectativas hacia las empresas en Chile

Informe público de resultados · Noviembre de 2026

Colabora:

acción empresas | WBCSD Global Network

visión humana

El estudio

Objetivo

Detectar y comprender los cambios en las expectativas y percepciones que la sociedad chilena tiene hacia las empresas.

1.867 encuestas

a panel online certificado compuesto por personas de 18 años o más de los grupos socioeconómicos ABC1, C2, C3 y D, residentes en las principales ciudades de cada región del país.

Serie

Medición anual desde el año 2016

Margen de error

2,2% para la muestra total, con 95% de confianza

Terreno

Agosto y septiembre de cada año

De lo trascendente a lo cotidiano

La sociedad chilena sigue esperando un rol protagónico de las empresas, pero lo hace desde un ánimo social que no mejora y en un plano más pragmático y concreto.

LAS EMPRESAS DEBEN TRANSITAR

DESDE

Actores sociales para alcanzar grandes objetivos y propósitos

HACIA

Aliadas centradas en el bienestar cotidiano de las personas que las sostienen

La empresa que queremos

visión humana

01

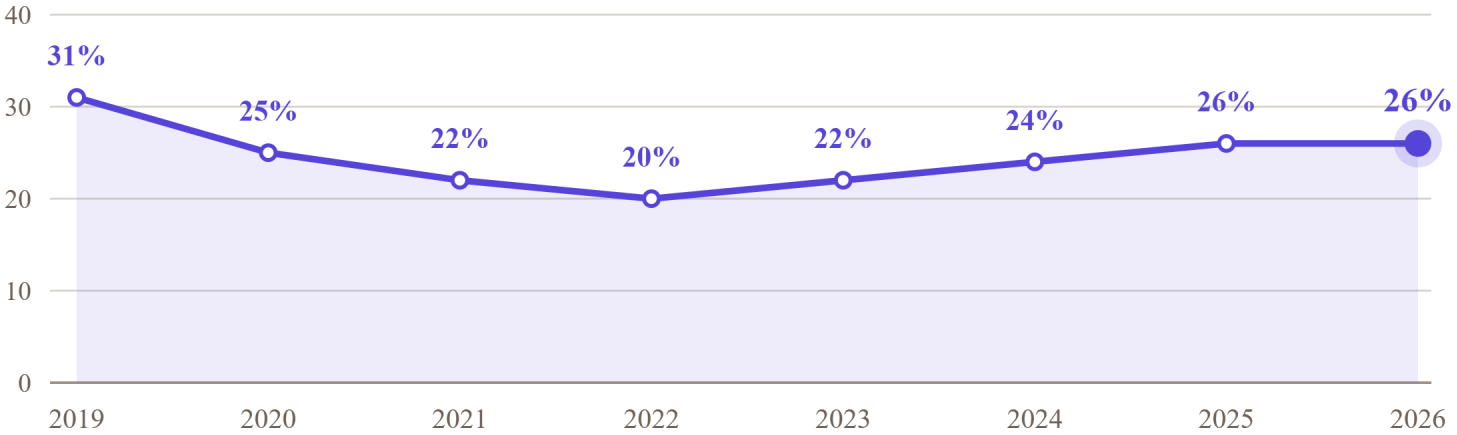
Un país insatisfecho consigo mismo que pide cambios

El ánimo social desde el que se mira a todas las instituciones, incluyendo a las empresas.

Cuatro de cada diez chilenos siguen insatisfechos con el país en general y sólo 3 de cada 10 se declara satisfecho



Satisfechos con el país, % por año



La insatisfacción general con el país ya es el **piso** desde el que se mira todo, también a las empresas.

Desde el punto más bajo de 2022 la satisfacción se recupera levemente, pero sin volver al nivel de 2019.

Pregunta. ¿Cuán satisfecho se siente usted con el país en general? Escala de 1 a 5. Base: total encuestados, 1.867 casos.
Fuente: Estudio La Empresa que Queremos 2026, Visión Humana.

Con una sensación de mayor libertad para expresarse y protagonizar que de acceder a la convivencia y equidad



64%

también se declara **insatisfecho con la sociedad** en general. Solo 14% está satisfecho.

Hay más **voz** que **reglas compartidas**: se puede opinar, pero cuesta confiar y creer en la igualdad de oportunidades.

Pregunta. ¿Cuán de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones? Escala de 1 a 5. Base: total encuestados, 1.867 casos.
Fuente: Estudio La Empresa que Queremos 2026, Visión Humana. Porcentaje de acuerdo o muy de acuerdo.

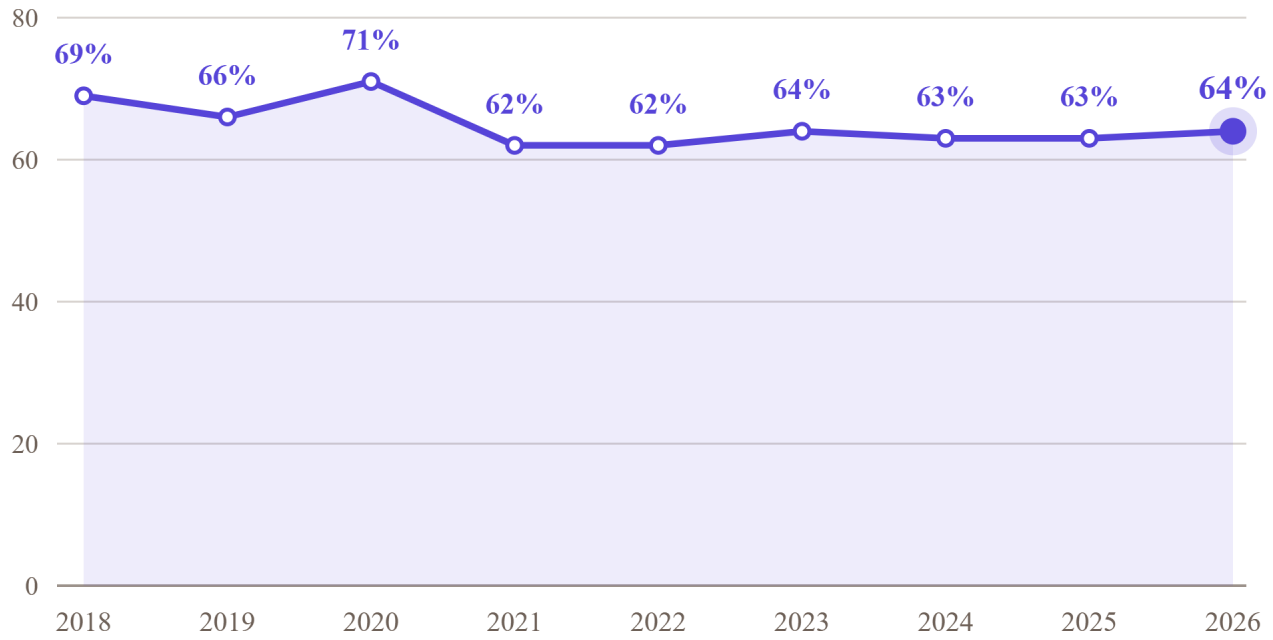
Casi dos tercios piden muchos cambios al país, y esa demanda es de largo plazo

64%

dice que el país **debe realizar muchos cambios**. Otro 35% pide algunos y solo 1% ninguno.

La demanda de cambios importantes en el país está insatisfecha, y constituye una oportunidad para **instituciones y organizaciones que quieran contribuir al desarrollo de la sociedad**.

Debe realizar muchos cambios, % por año



Pregunta. ¿Cuál es el nivel de cambios que a su juicio el país debe realizar para mejorar el bienestar de las personas? Respuesta única. Base: total encuestados, 1.867 casos.
Fuente: Estudio La Empresa que Queremos 2026, Visión Humana.

02

Indispensables, pero ¿para para quién?

Las empresas se reconocen como necesarias. Lo que no resulta evidente es su real orientación al bien común.

Son indispensables, pero solo 26% cree que se orientan hacia la sociedad y el bien común

Las empresas son indispensables para el bienestar y desarrollo de la sociedad



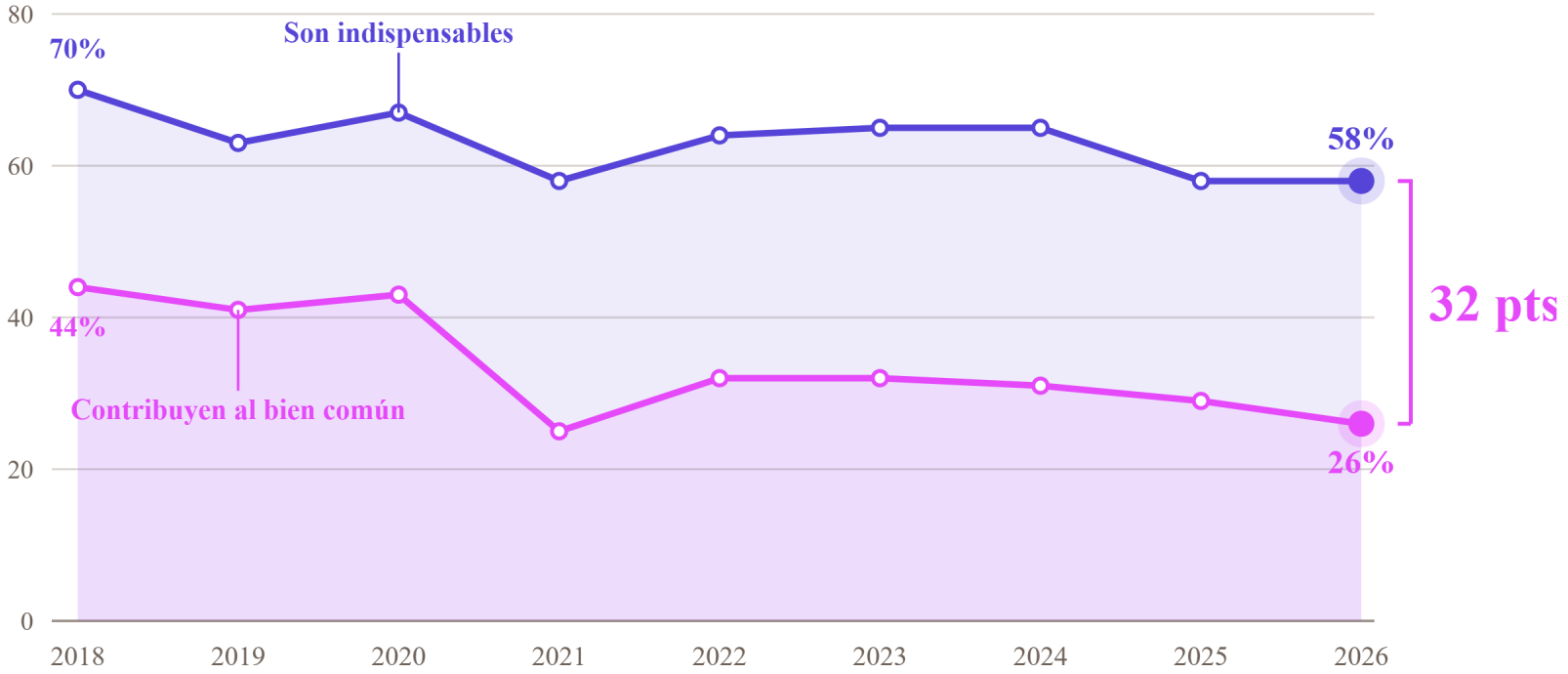
Las empresas del país buscan contribuir al bienestar de la sociedad o el bien común



Lo que predomina no es el desacuerdo sino la **duda**: casi nadie discute que las empresas son necesarias, pero buena parte aún no decide si aportan al bien común o a unos pocos.

Pregunta. Acuerdo con que las empresas son indispensables y medida en que buscan contribuir al bien común. Escalas de 1 a 5. Base: total encuestados, 1.867 casos.
Fuente: Estudio La Empresa que Queremos 2026, Visión Humana.

Se mantiene una brecha importante entre lo que se espera de las empresas y la contribución percibida al bien común



La brecha no nace de que se pida más, sino de que se **percibe menos**: lo que se espera cede poco y la contribución percibida baja mucho más.

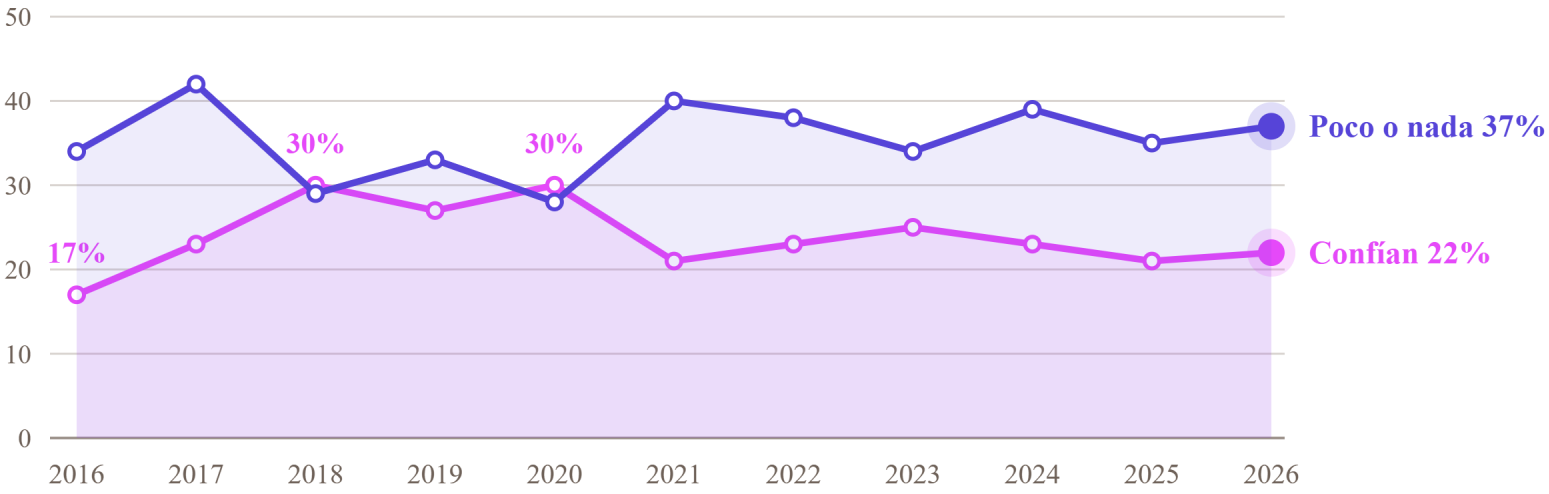
El quiebre ocurre en 2021 y no se revierte.

Pregunta. Acuerdo con que las empresas son indispensables (de acuerdo o muy de acuerdo) y contribución al bien común (algo o mucho). Base: total encuestados, 1.867 casos.
Fuente: Estudio La Empresa que Queremos 2026, Visión Humana.

La confianza en las empresas se mantiene sostenidamente baja y nunca supera el 30%

Confianza en las empresas en general, 2026





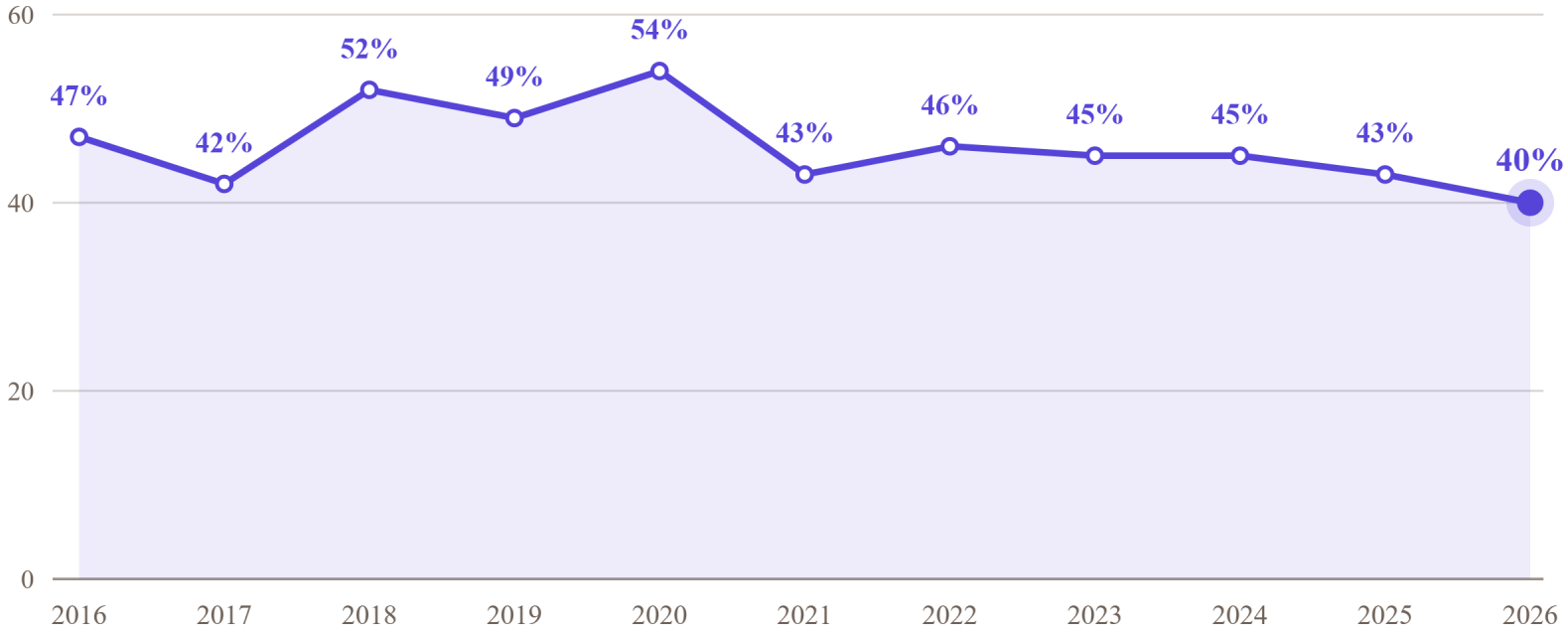
La confianza no es un tema de coyuntura sino un **factor estructural**. Pero el 41% que no se inclina hacia ningún polo está abierto a ser convencido con hechos.

Confían algo más los hombres y el grupo C1, pero ningún grupo supera el 28%.

Pregunta. ¿Cuánto confía usted en general en las empresas? Serie 2016 a 2026. Base 2026: total encuestados, 1.867 casos.
Fuente: Estudio La Empresa que Queremos 2026, Visión Humana.

La evaluación promedio de la contribución de diferentes rubros alcanza su punto más bajo de la serie histórica

Promedio de contribución percibida de los rubros evaluados (algo o mucho), %



El deterioro de un mismo conjunto de rubros es expresión **de un menor protagonismo social de las empresas** en general.

El número de rubros evaluados fueron 24 en total.

Pregunta. ¿Cómo evaluaría el grado en que los siguientes rubros de empresas contribuyen al bienestar de la sociedad o el bien común? Base: total encuestados, 1.867 casos.
Fuente: Estudio La Empresa que Queremos 2026, Visión Humana.

03

Lo que define
a una buena empresa

Crear valor al ecosistema de personas que las sostienen, y que ese valor se note en la vida diaria.

La agenda de las personas se centra en aspectos que impactan principalmente en la certeza económica



Las causas que menos convocan, **entre 14% y 4%**, apelan a grupos o ámbitos específicos más que a necesidades cotidianas y directas: discapacidad, género, diversidad sexual, pueblos originarios, cultura y consumo.

Emprendimiento local 14%, discapacidad 13%, género 12%, educación 11%, consumo responsable 8%, arte y cultura 7%, diversidad sexual 5% y pueblos originarios 4%.

Pregunta. ¿Cuáles de las siguientes causas sociales o temas de interés público despiertan en usted mayor compromiso o interés? Hasta tres opciones. Se muestran las nueve primeras de diecisiete.
Base: 1.867 casos.
Fuente: Estudio La Empresa que Queremos 2026, Visión Humana.

QUÉ DEFINE A UNA BUENA EMPRESA

Una buena empresa se debe centrar en generar beneficios y bienestar en quienes la sostienen

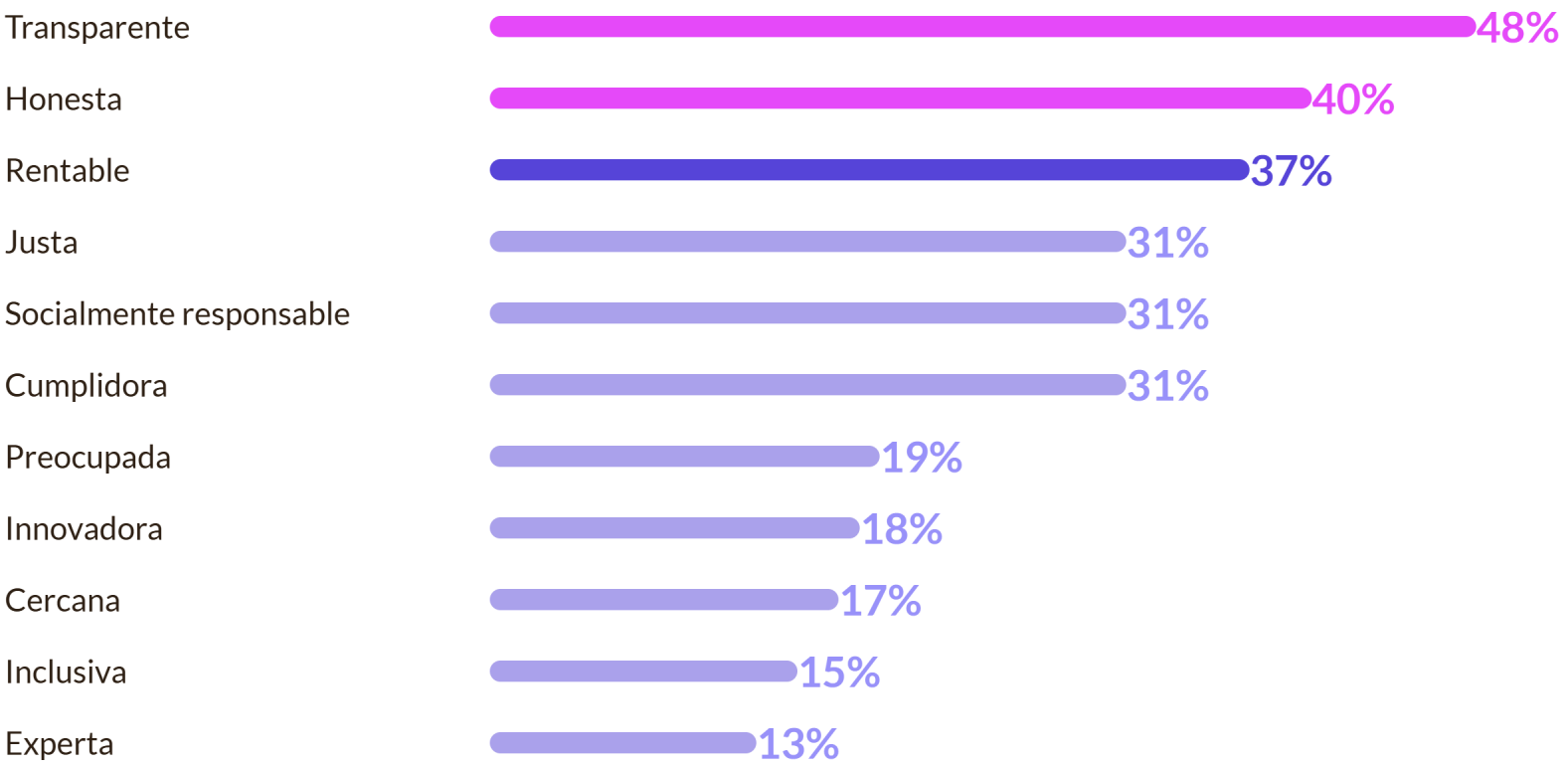


El primer deber que se espera de una empresa se juega en lo cotidiano: **cómo trata a quienes tiene más cerca**. El propósito y las comunidades quedan más atrás.

Satisfacer a los consumidores sube de 28% en 2016 a 46% hoy.

Pregunta. Del siguiente listado, ¿cuáles son los 3 principales objetivos que debería tener una empresa? Máximo tres opciones. Base: total encuestados, 1.867 casos.
Fuente: Estudio La Empresa que Queremos 2026, Visión Humana.

Una buena empresa debe cumplir con tres características: confiable, considerada y responsable



Antes que rentable o innovadora, a una buena empresa se le exige ser **creíble**: decir la verdad y demostrar integridad.

Transparente lidera el ranking en toda la serie 2019 a 2026.

Pregunta. Del siguiente listado, ¿cuáles son las 3 características que definen lo que para usted es una buena empresa? Máximo tres opciones. Base: total encuestados, 1.867 casos.
Fuente: Estudio La Empresa que Queremos 2026, Visión Humana.

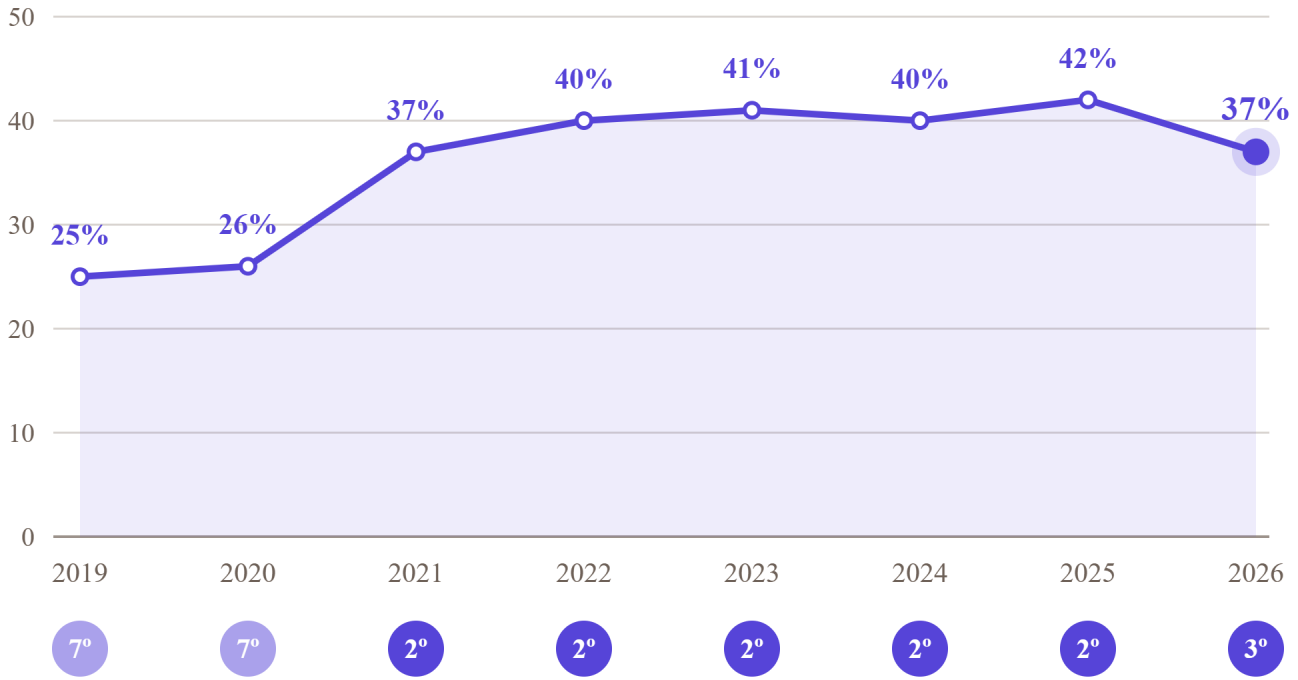
La rentabilidad no es pecado: desde 2021 entre las tres primeras características de una buena empresa

37%

elige **rentable** entre las tres características que definen a una buena empresa, tercera tras transparente (48%) y honesta (40%).

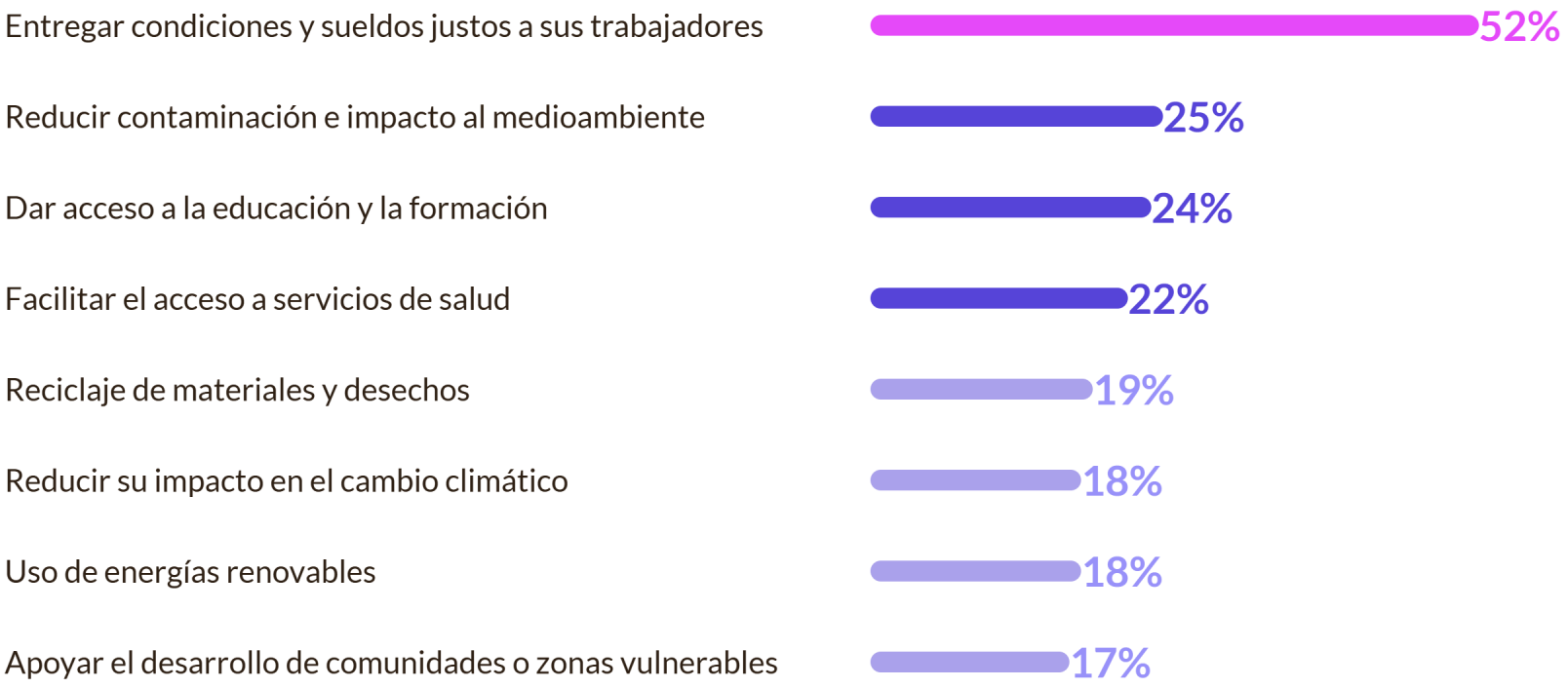
Se acepta que una empresa sea rentable, pero **no como fin, sino que como** medio para generar bienestar a todo el ecosistema de personas que la sostienen: trabajadores, clientes, comunidad, proveedores.

Rentable como característica deseada de una empresa, % y lugar en el ranking



Pregunta. Del siguiente listado, ¿cuáles son las 3 características que definen lo que para usted es una buena empresa? Máximo tres opciones. Base: total encuestados, 1.867 casos.
Fuente: Estudio La Empresa que Queremos 2026, Visión Humana. El estudio no mide la opinión sobre el nivel de las utilidades ni sobre cómo se distribuyen.

Los sueldos justos más que duplican a cualquier otra acción esperada de parte de las empresas

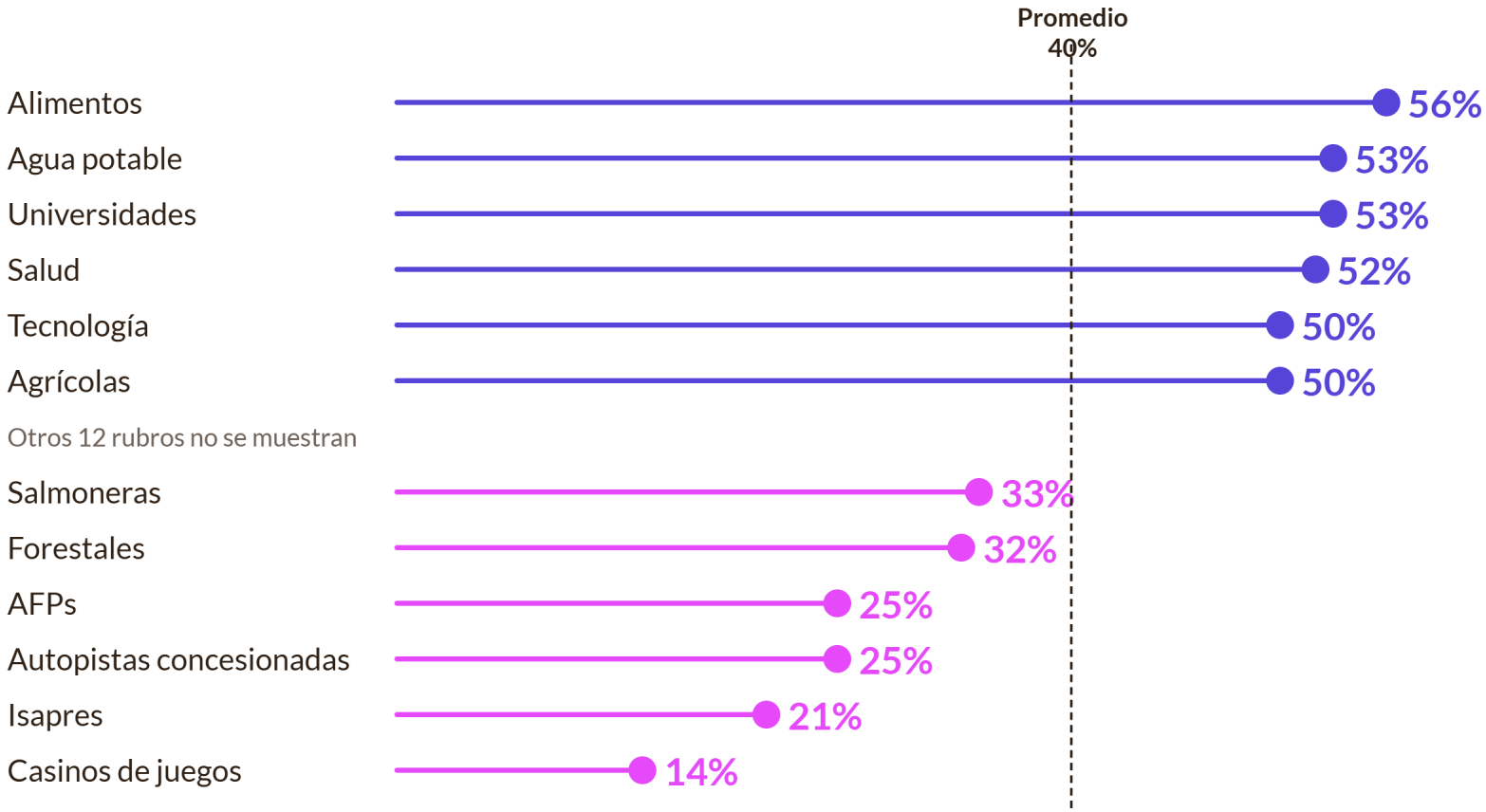


La expectativa se concentra en algo concreto: **pagar bien**. Las demás acciones se reparten en muchas opciones sin una expectativa tan dominante.

Sueldos justos sube de 46% en 2021 a 52% en 2026.

Pregunta. ¿Qué tipo de acciones debería implementar una empresa para contribuir al bien común y así ser más valorada por usted? Hasta tres opciones. Se muestran las ocho primeras de dieciséis. Base: 1.867 casos.
Fuente: Estudio La Empresa que Queremos 2026, Visión Humana.

Entre los rubros mejor y peor posicionados en contribución al bien común hay 42 puntos de diferencia



Arriba están los rubros que entregan algo esencial y que se usa todos los días. Abajo, aquellos que generan impacto en el entorno y asimetría de información.

En la versión 2026 del estudio se evaluaron un total de 24 sectores de empresas.

Pregunta. ¿Cómo evaluaría el grado en que los siguientes rubros de empresas contribuyen al bienestar de la sociedad o el bien común? Algo o mucho. Se muestran los 6 mejores y los 6 peores de 24 rubros. Base: 1.867 casos.
Fuente: Estudio La Empresa que Queremos 2026, Visión Humana.

El vínculo deseado con las empresas se pragmatizó: bienestar, certeza e impacto cotidiano

Se pide algo que es posible de comprobar.

Bienestar de los grupos directos

49% bienestar de los empleados, como objetivo

46% satisfacer a los consumidores, como objetivo

Certeza en intenciones y desempeño

48% transparente, como característica

40% honesta, como característica

Impacto concreto y cotidiano

52% sueldos justos, como acción esperada

40% seguridad, la causa que más convoca

04

Los desafíos más generales se valoran menos

No desaparecen, pero dejaron de ser lo que se prioriza de una empresa.

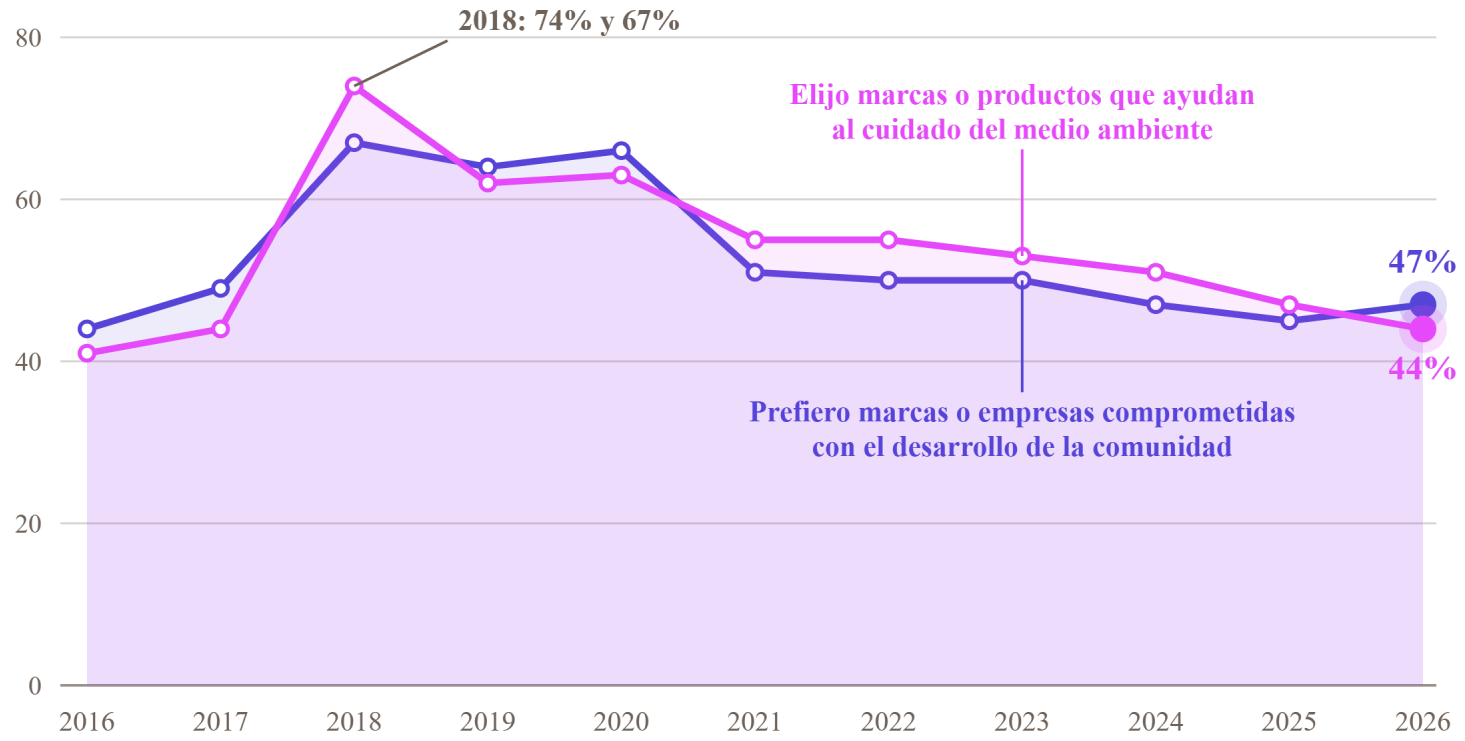


El consumo consciente retrocede de siete de cada diez a menos de la mitad

26

puntos menos

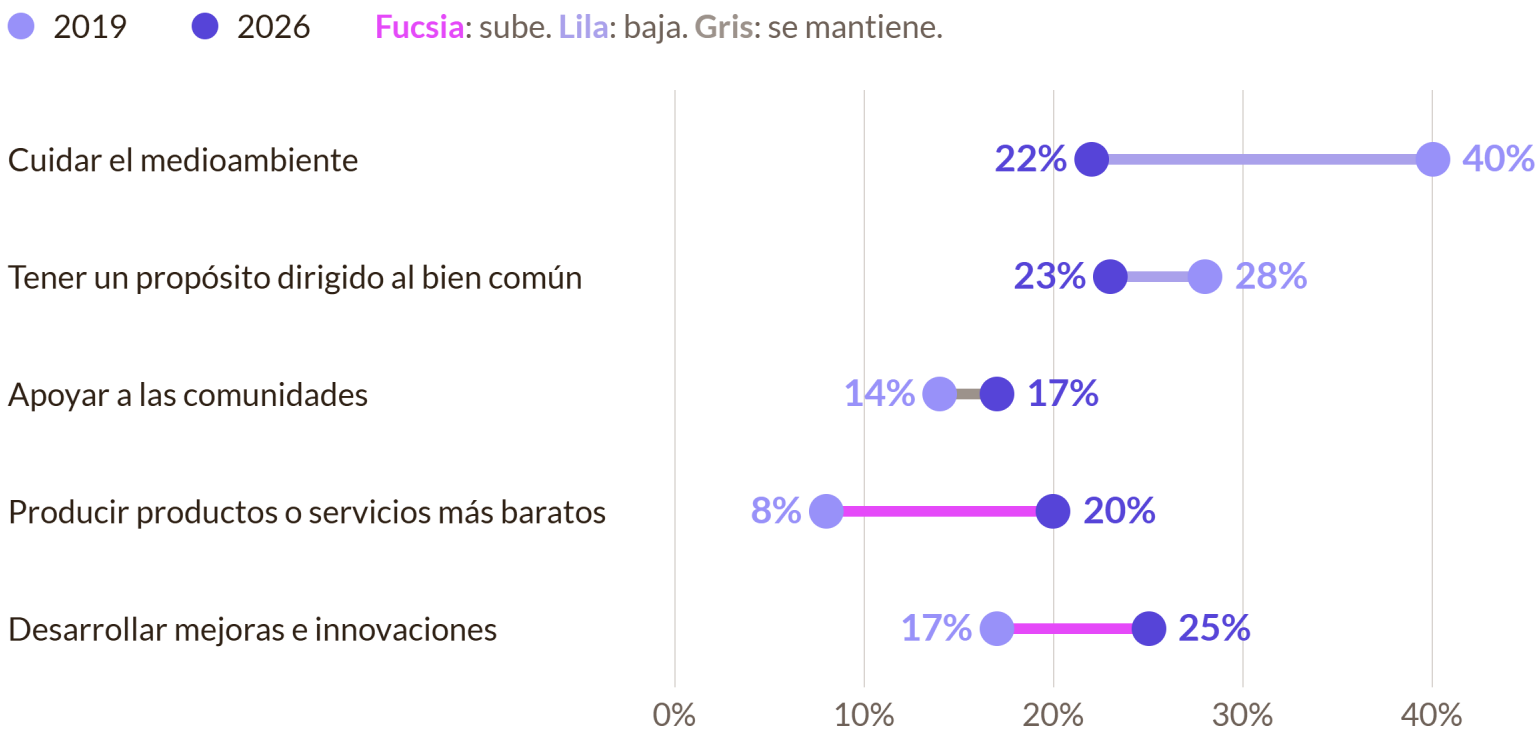
El promedio de ambas afirmaciones pasó de 71% en 2018 a 45% en 2026.



El consumo consciente no desaparece: **deja de ser mayoritario** y compite con otras prioridades económicas y concretas.

Pregunta. ¿Qué tan de acuerdo está con cada una de estas afirmaciones sobre usted como consumidor? Acuerdo o muy de acuerdo. Base: total encuestados, 1.867 casos.
Fuente: Estudio La Empresa que Queremos 2026, Visión Humana.

Lo que gana valoración es el producto mismo más que el impacto o propósitos generales



El ideal de empresa se desplaza **de las grandes aspiraciones hacia el valor concreto**: importa más lo que desarrolla y a qué precio que su propósito.

En contextos cada vez más restrictivos e inciertos, los llamados más trascendentes pierden fuerza.

Pregunta. Del siguiente listado, ¿cuáles son los 3 principales objetivos que debería tener una empresa? Máximo tres opciones. Base: total encuestados, 1.867 casos.
Fuente: Estudio La Empresa que Queremos 2026, Visión Humana.

05

¿Qué significa esto para quien gestiona una empresa?

Cinco lecturas a partir de los resultados del estudio.



La empresa que queremos

visión humana

UNA GESTIÓN CENTRADA EN LA SOCIEDAD

Una empresa centrada en la sociedad captura, se conecta y crea valor expansivo

Hoy no basta con estar orientada al mercado o a los clientes

Captura

Recoge de forma sistemática lo que la sociedad espera, necesita y percibe de ella y de su sector.

→

Conecta

Reflexiona y empatiza con lo escuchado para traducirlos en decisiones y acciones sensibilizadas.

→

Contribuye

Genera valor para la sociedad, y no solo para el mercado, especialmente a aquellos grupos humanos que la conforman.

EL RESULTADO

Una empresa más integrada y sostenible en el tiempo que desarrolla relaciones basada en el mutuo valor.

Definición operativa de Visión Humana, a partir de la orientación al mercado de Kohli y Jaworski (1990). Es una hipótesis de trabajo que aún requiere validación empírica.
Fuente: Polizzi, P. (2026), Empresas orientadas a la sociedad: de la voz del cliente a la voz de la sociedad.

IMPLICANCIAS PARA LA GESTIÓN

Cinco mensajes para una gestión empresarial centrada en la sociedad a partir de los resultados del estudio

1	**Coherencia y transparencia es el piso básico.**	El trato justo a los trabajadores y la transparencia son la puerta de entrada. Sin eso, un programa social o ambiental parte sin piso de credibilidad.
2	**Crear valor expansivo para los grupos que la sostienen.**	La rentabilidad se reconoce como parte de una buena empresa. Pero se espera que ese valor llegue también a los principales stakeholders.
3	**Lo aspiracional necesita anclarse en lo cotidiano.**	Los compromisos ambientales y de propósito se sostienen cuando se conectan con lo que se vive diariamente y aplican al entorno cercano.
4	**Leer la agenda de búsqueda de certezas de las personas.**	La atención está en la seguridad, las pensiones y la salud. Hay que empatizar con la incertidumbre y desafíos en que se vive actualmente.
5	**Contribuir con hechos concretos y comprobables.**	Las empresas son indispensables, pero su aporte al bien común aún no es perceptible. Esto se gana con hechos concretos orientados al bienestar cotidiano de las personas, y no solo con resultados de negocio, estándares o rankings.

Fuente: Estudio La Empresa que Queremos 2026, Visión Humana. Lecturas propuestas, no resultados del estudio.

Las personas no les piden menos a las empresas. Les piden lo que pueden comprobar en una vida diaria cada vez más compleja y desafiante.

DEBEMOS TRANSITAR

DE

Empresas con propósito que actúan como grandes actores sociales

A

Empresas aliadas en la vida cotidiana que actúan como una comunidad extendida de personas

visión humana

UNA PREGUNTA PARA TU EMPRESA

Si tu empresa dejara de existir, ¿Qué percibiría perder de forma insustituible en su vida cotidiana una persona común y corriente en Chile?

visión humana

Conoce más el estudio y analicemos juntos qué implicancias tiene para la estrategia y gestión de tu empresa

Informe público

Descárgalo en www.visionhumana.cl o www.accionempresas.cl.

Informe completo

Puedes adquirir la versión completa del estudio.

Charla para tu empresa

Podemos conversar con tus equipos sobre lo que estos resultados implican para tu organización.

Patricio Polizzi R.

Director General, Visión Humana

patricio@visionhumana.cl

contacto@visionhumana.cl · www.visionhumana.cl

Colabora:

acción empresas | WBC Global Network

La empresa que queremos

visión humana