

ESTUDIO DE REPUTACIÓN CORPORATIVA 2021

Noviembre 2021



METODOLOGÍA

GAME CHANGERS



inc
CONSULTORES

¿QUÉ ES EL ESTUDIO DE REPUTACIÓN CORPORATIVA?



Estudio sobre la reputación corporativa entre clientes y público general, con 20 años de serie histórica y un modelo de medición nacional que se actualiza según los cambios socioculturales e históricos del país.



MODELO DE REPUTACIÓN

Modelo histórico compuesto por 6 dimensiones y 26 atributos.



MUESTRA

5120 encuestados de todo el país a través de encuestas online y cara a cara.



EMPRESAS EVALUADAS

100 empresas evaluadas distribuidas en 25 sectores.

Considera tracking histórico de sus resultados

MODELO DE REPUTACIÓN CORPORATIVA

26 ATRIBUTOS EN 6 DIMENSIONES



D1

DIMENSIÓN EMOCIONAL

1. Recordación
2. Admiración
3. Identificación
4. Relevancia
5. Confianza

D2

DESEMPEÑO FINANCIERO

1. Solvencia económica
2. Es rentable para sus grupos de interés

D3

SOSTENIBILIDAD

1. Cuidado del medio ambiente
2. Compromiso con la comunidad
3. Inclusión
4. Contribuye a la calidad de vida
5. Tiene un propósito social

D4

COLABORADORES

1. Atracción de talento
2. Retribución a sus colaboradores
3. Conciliación vida laboral y personal
4. Renovación de competencias
5. Estabilidad laboral

D5

GESTIÓN Y LIDERAZGO

1. Visión de futuro
2. Gestión y eficiencia
3. Liderazgo en el sector
4. Honestidad y transparencia
5. Presencia de mujeres en altos cargos

D6

PRODUCTOS Y SERVICIOS

1. Calidad
2. Respeto por sus usuarios
3. Innovación
4. Recomendación

¿CÓMO SE INTERPRETA EL ÍNDICE DE REPUTACIÓN?



El índice se obtiene mediante un procedimiento estadístico complejo que arroja puntajes por individuo que van en un rango de 0 a 1.000, siendo el punto neutro el valor 500. La escala, con un nivel de medición de intervalo, es la siguiente:

Mala Reputación		Reputación Neutra	Buena Reputación	
0	...	500	...	1.000



La existencia de ese valor neutro divide la escala en dos mitades: positiva hacia el 1.000 y negativa hacia el 0. Debido a esto, la “intensidad” de la reputación aumenta hacia los extremos de la escala y disminuye hacia el centro.

MUESTRA

49%   51%

ONLINE PRESENCIAL
5.120
ENCUESTAS   

REGIONES:

- Región Metropolitana
- Arica y Parinacota
- Tarapacá
- Antofagasta
- Atacama
- Coquimbo
- Valparaíso
- O'Higgins
- Maule
- Ñuble
- Biobío
- Araucanía
- Los Ríos
- Los Lagos
- Aysén
- Magallanes

TRAMOS
ETARIOS

18-29	27%
30-44	35%
45-60	28%
61-75	10%

GSE

ABC1	18%
C2	13%
C3	28%
D	41%


Gran Santiago 42%
Regiones 58%

Fecha de campo: 3 de septiembre a 23 de octubre 2021.
Resultados ponderados según proyecciones de población INE



2

GAME CHANGERS



inc
CONSULTORES

RESULTADOS



2.1

GAME CHANGERS



inc
CONSULTORES

**ANTECEDENTES PARA LA
COMPRENSIÓN DE REPUTACIÓN
CORPORATIVA**

¿CÓMO SE ENTIENDE EL CONCEPTO DE REPUTACIÓN CORPORATIVA?

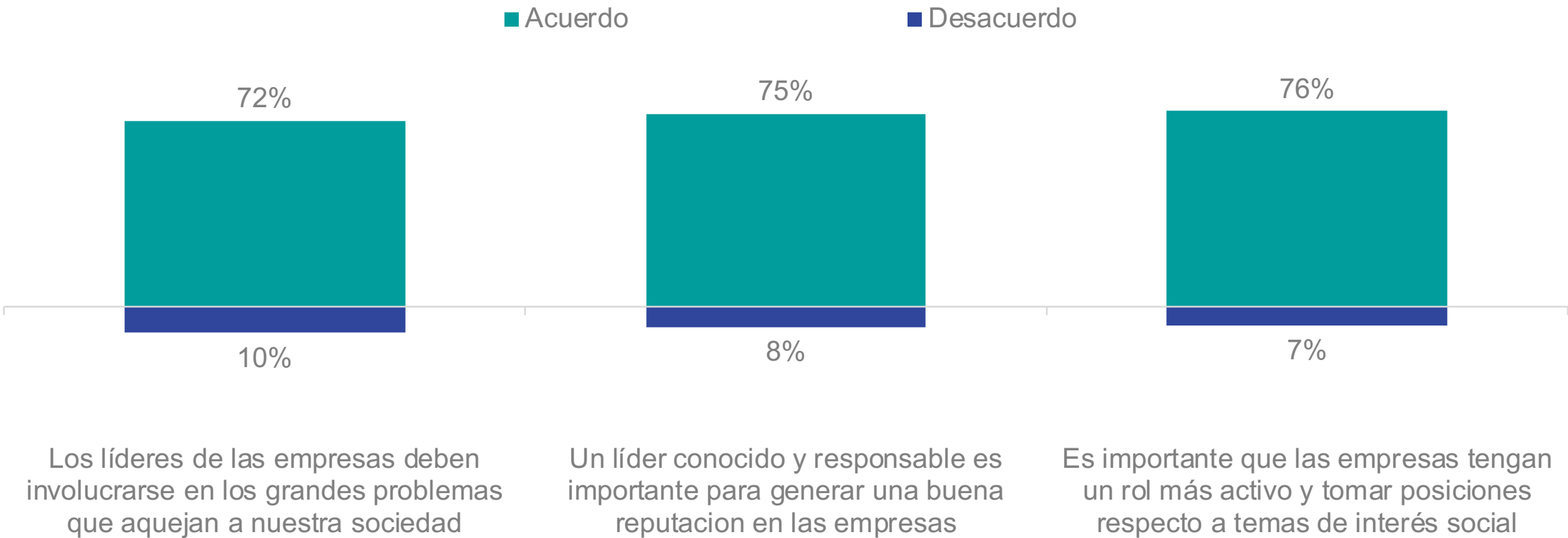
Del siguiente listado, por favor seleccione los 4 conceptos con los que más relaciona a la “Reputación Corporativa” de una empresa

Base: 1000 casos



ROL DE LOS LÍDERES Y LAS EMPRESAS EN TEMAS SOCIALES

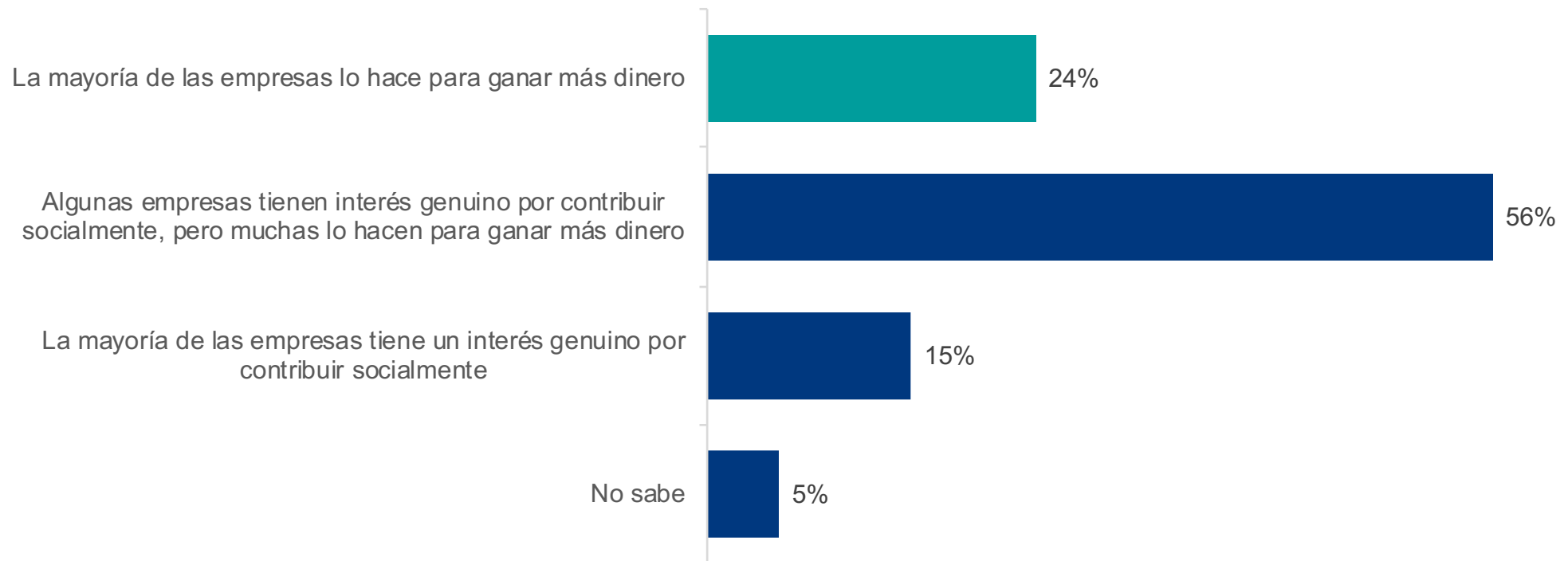
¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones?
Base: 1000 casos



EN CHILE HAY UNA SOSPECHA INSTALADA SOBRE LAS ACCIONES SOCIALES Y/O MEDIOAMBIENTALES DE LAS EMPRESAS

Distintas empresas han estado llevando a cabo programas de ayuda comunitaria, social o medioambiental vinculadas a su gestión corporativa
¿Cuál de estas frases representa mejor lo que usted piensa de estas iniciativas?

Base: 1000 casos





2.2

GAME CHANGERS



inc
CONSULTORES

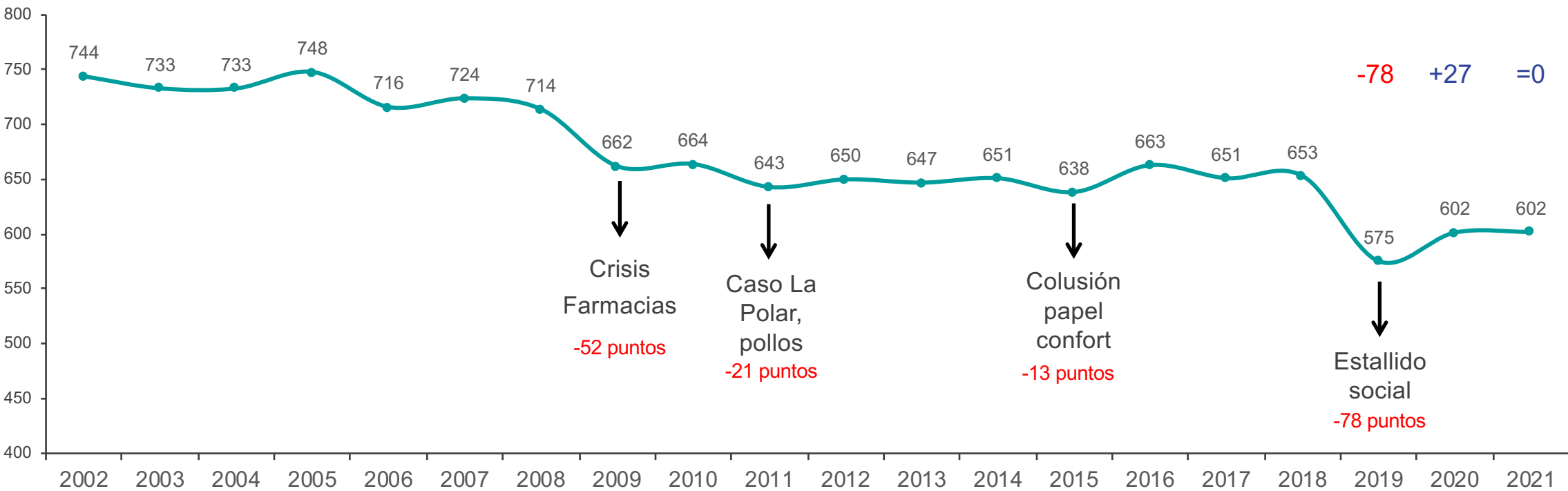
**REPUTACIÓN DE LAS
EMPRESAS EN CHILE**

LA REPUTACIÓN DE LAS EMPRESAS SE MANTIENE RESPECTO DEL 2020 INICIANDDO UN NUEVO CICLO EN TORNO A LOS 600 PUNTOS



Después de la mayor crisis de la reputación corporativa en el país, en el 2020 se observó una tendencia a la recuperación, pero con un bajo puntaje reputacional. Este puntaje en torno a los 600 puntos se confirma este año y comienza a marcar una nueva etapa de la reputación en Chile.

Puntaje reputacional

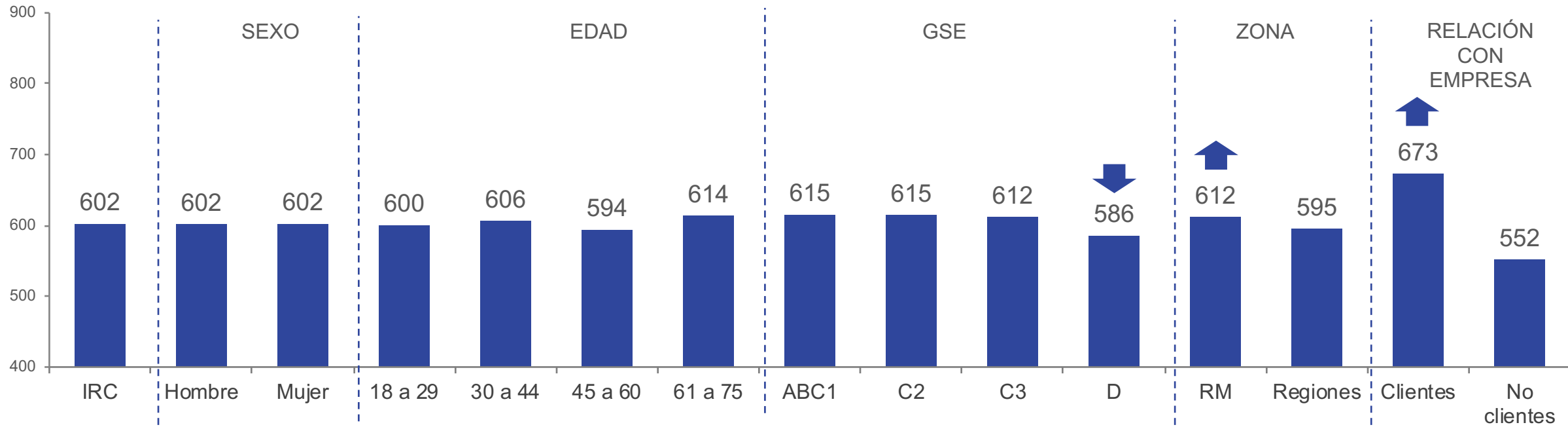


REPUTACIÓN POR SEGMENTOS SOCIODEMOGRÁFICOS



En el GSE D se ha construido la menor reputación por parte de las empresas.
Los clientes de cada empresa las observan como reputadas, lo que se instala como una fuente de lealtad.

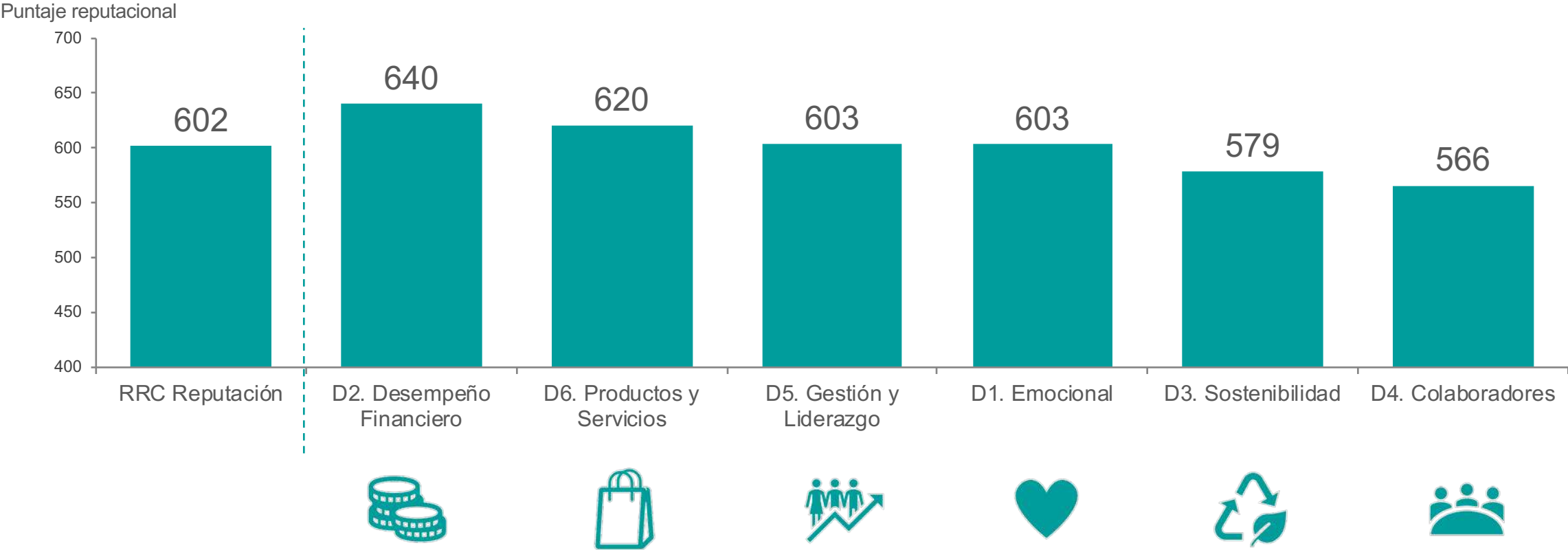
Puntaje reputacional



PUNTAJE POR DIMENSIÓN REPUTACIONAL



Empresas reputadas desde su gestión financiera y los productos y servicios que ofrecen. Pero, la gestión de colaboradores y de la sostenibilidad de la empresa son las dimensiones de menor reputación.



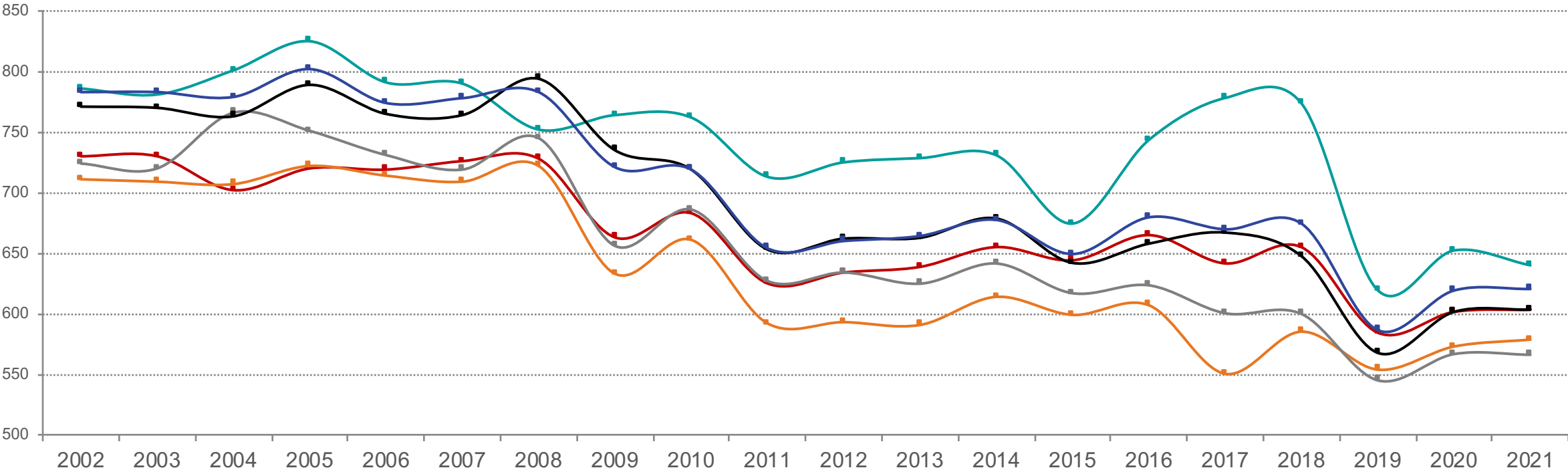
EVOLUCIÓN DEL PUNTAJE POR DIMENSIÓN 2002-21



Se mantiene la recuperación de todas las dimensiones reputacionales observadas en el 2020, excepto por el desempeño financiero que baja en 12 puntos. Las empresas ya no son observadas como rentables y fuertes en lo financiero como en el pasado.

D1. Emocional D2. Financiero D3. Sostenibilidad D4. Colaboradores D5. Gestión y Liderazgo D6. Productos y Servicios

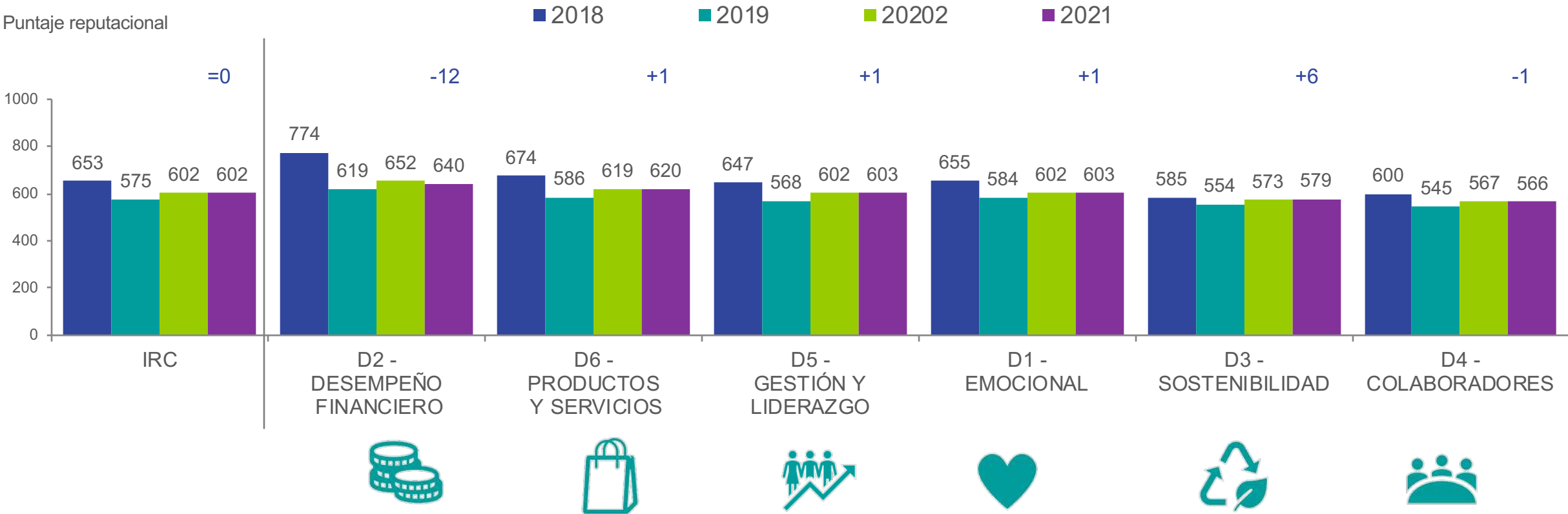
Puntaje reputacional



DIMENSIONES: LOS ULTIMOS 4 AÑOS



En un escenario de mantención de puntajes, disminuye la percepción de desempeño financiero de las empresas respecto del 2020, aunque no alcanza el nivel observado en el 2019. Sólo Sostenibilidad tiende a la mejora.





2.3

GAME CHANGERS

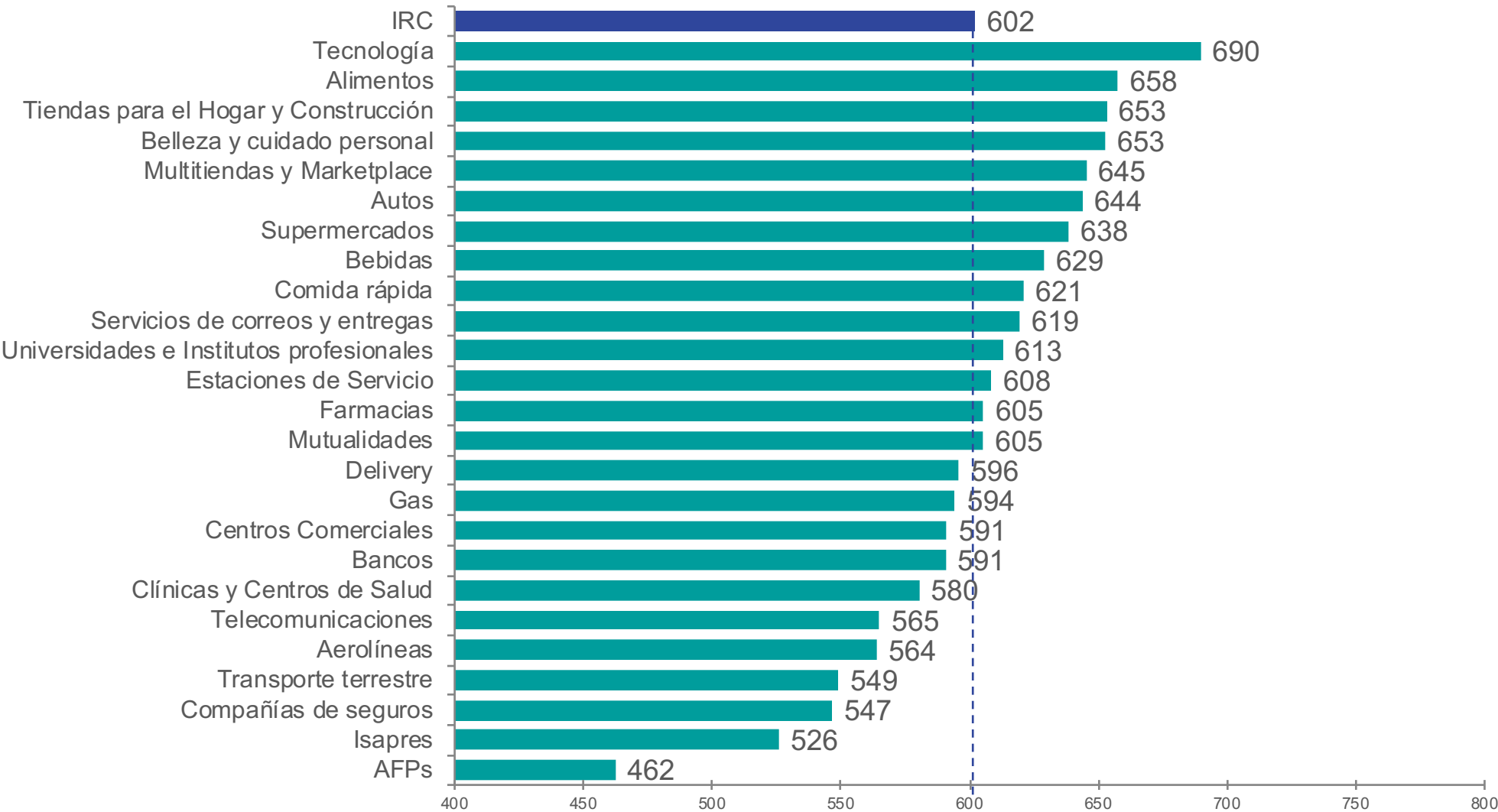


inc
CONSULTORES

**REPUTACIÓN POR
SECTORES**

RANKING DE SECTORES SEGÚN REPUTACIÓN

Tecnología es la categoría más reputada. Mientras que las AFP en Chile corresponden a un sector de reputación negativa



LOS 5 SECTORES DE MAYOR ALZA RESPECTO DEL 2021

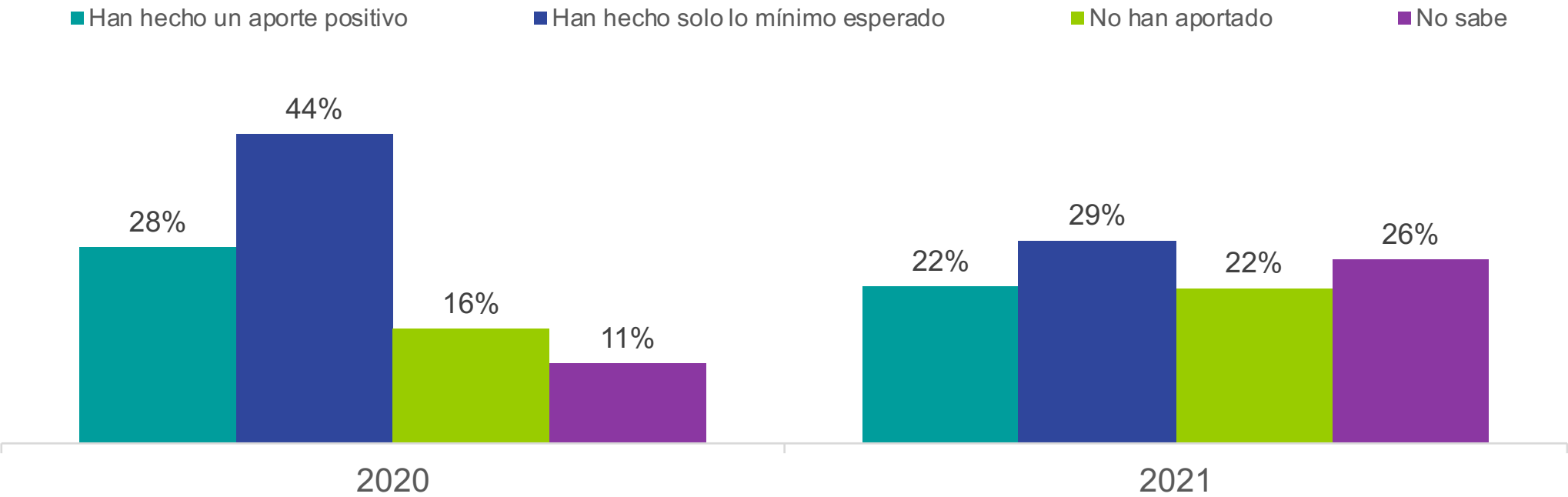


		2020		2021	
1	Tiendas para el hogar y la construcción	622	►	653	+ 31
2	Multitiendas	623	►	645	+ 22
3	Servicios de delivery	583	►	596	+ 13
4	Correos y servicios expresos	607	►	619	+ 12
5	Isapres	519	►	526	+ 7

APORTE DE EMPRESAS PARA ENFRENTAR PANDEMIA: AUMENTA LA PERCEPCIÓN DE NO APOORTE DE EMPRESAS

¿Cuánto cree usted que han aportado las empresas chilenas para para enfrentar la pandemia? Por favor piense no solamente en las medidas de sanitarias que pueden haber tomado, sino que también en como puedan haber adaptado sus productos o servicios, apoyado a sus clientes o trabajadores en la crisis económica

Base: Total muestra en cada año

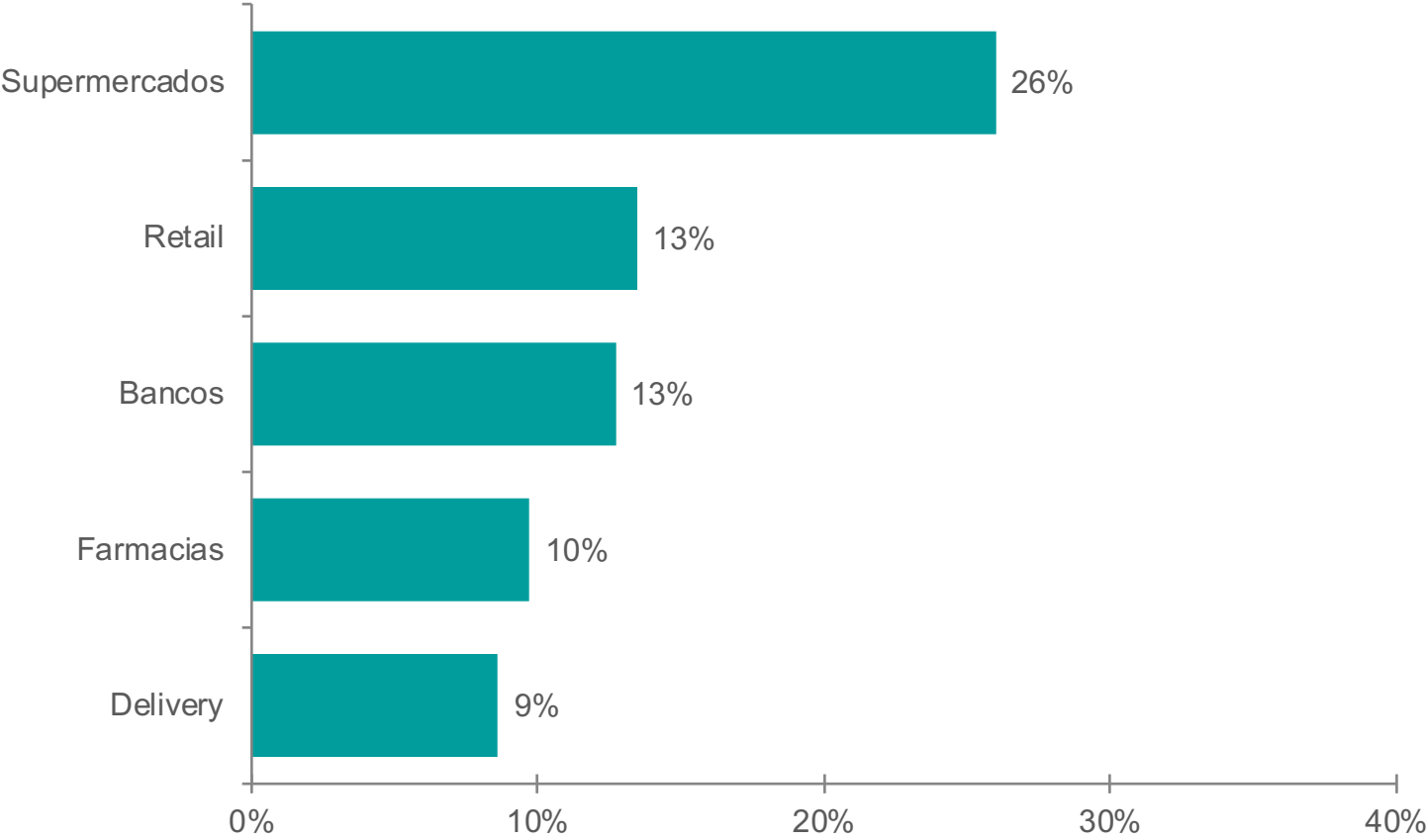


RUBROS 2021 DESTACADOS POR SU APOORTE EN PANDEMIA

Pensando en todas las empresas que operan en Chile, mencione aquella que podría destacar por su aporte a enfrentar la crisis del coronavirus.

Base: 2.705 casos, solo quienes declararon al menos una empresa o rubro

Empresa con más menciones por rubro



RECONOCIMIENTO ESPONTÁNEO DE EMPRESAS DESTACADAS POR SU APOORTE EN PANDEMIA 2021

Pensando en todas las empresas que operan en Chile, mencione aquella que podría destacar por su aporte a enfrentar la crisis del coronavirus.

Base: 2.705 casos, solo quienes declararon al menos una empresa o rubro

1° **Lider** 

2° **falabella.**

3° **JUMBO**
cencosud

4° **Banco de Chile**

5°  **BancoEstado**

6°



7°



8°



9°



10°





2.4

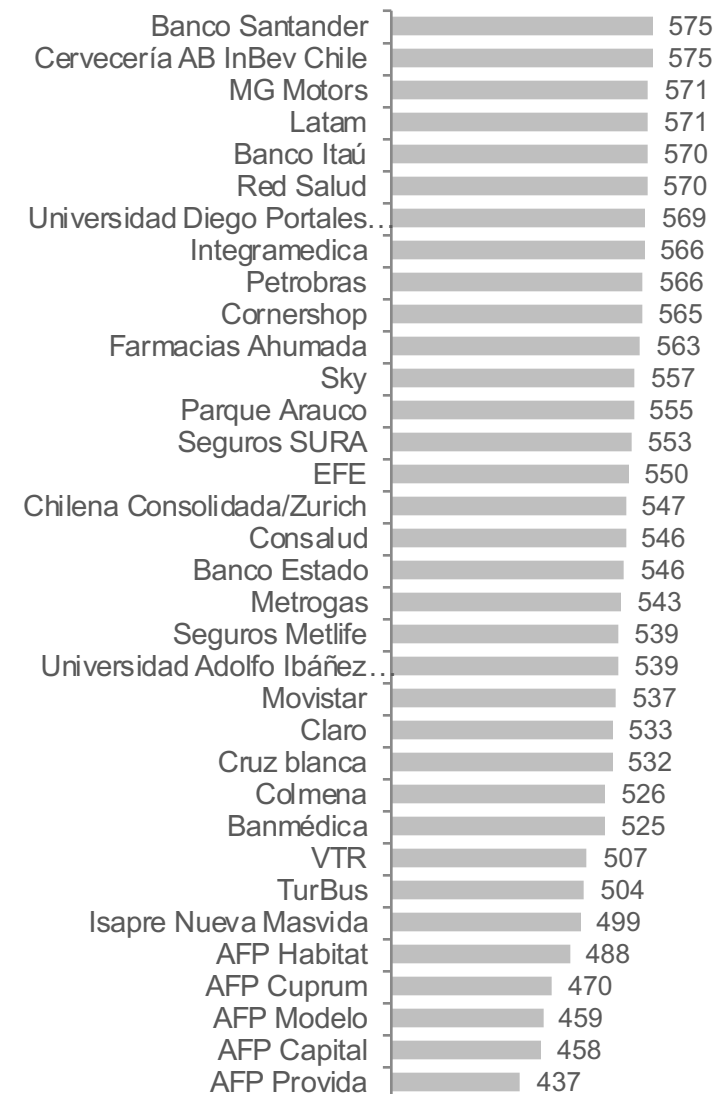
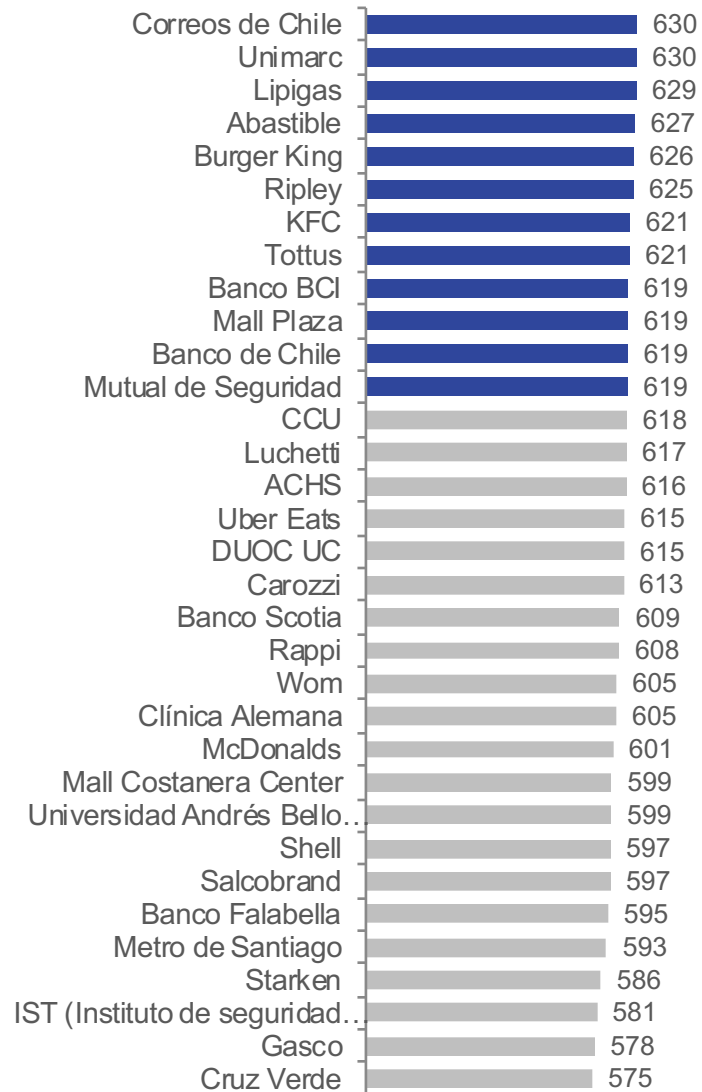
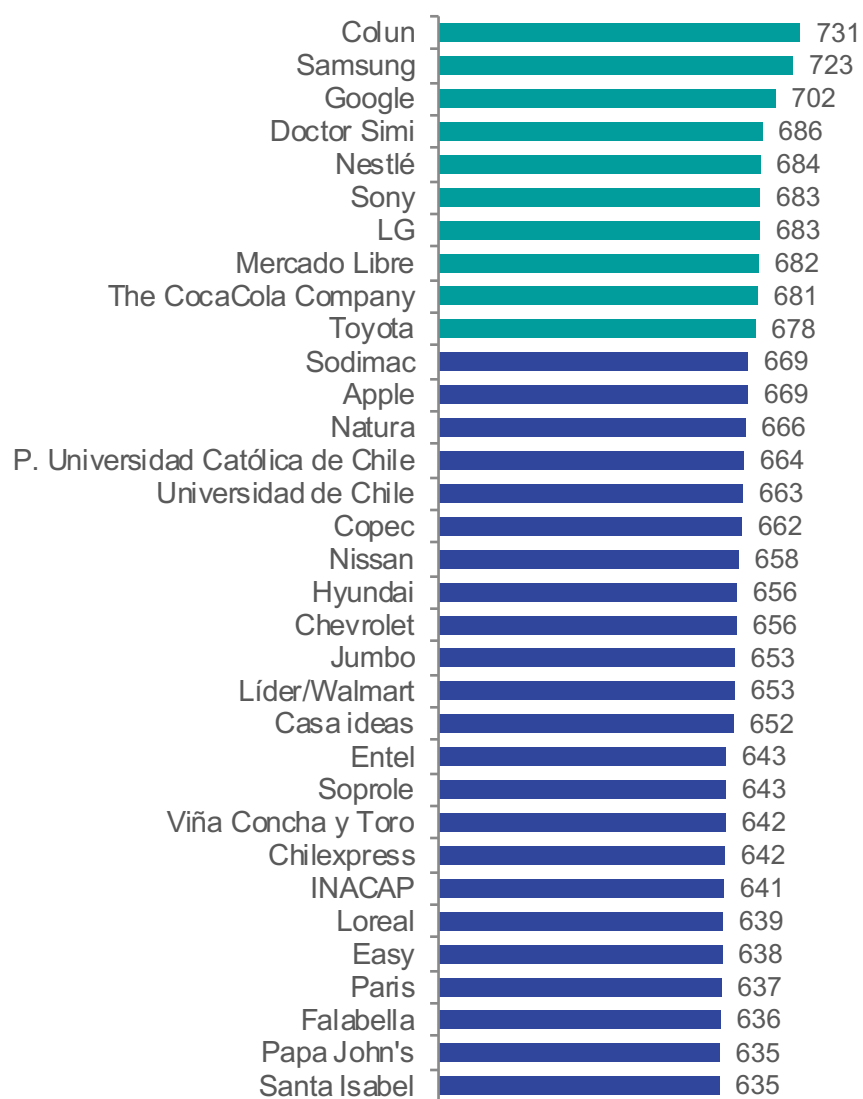
GAME CHANGERS



inc
CONSULTORES

**RANKING DE
EMPRESAS**

RANKING 2021





3

GAME CHANGERS



inc
CONSULTORES

CONCLUSIONES

SOBRE LA REPUTACIÓN EN GENERAL

- ❑ Tras la fuerte caída de los Indicadores de Reputación Corporativa durante el estallido social y una leve recuperación en el 2020, la principal pregunta correspondía a qué iba a ocurrir en el 2021, año en el que se ha vivido un paulatino retorno a la normalidad. En materia de reputación corporativa se observan dos importantes hallazgos:
 1. La reputación corporativa de las principales empresas de Chile en el año 2021 se mantiene estable respecto del año 2020 (602 puntos), así como la distribución del peso de las dimensiones que la componen. Esto nos indica que en relación a construir fuertes reputaciones, el comportamiento de las empresas y la observación del público general se ha mantenido en una suerte de “stand by”, sin avanzar o retroceder en la materia.
 2. Los resultados muestran que estamos en presencia de un nuevo ciclo donde la reputación de las empresas es más baja (en torno a los 600 puntos), resultado distante del período dorado (2002 y el 2008) donde la reputación superaba con facilidad los 700 puntos o el ciclo entre el 2009 y el 2018, donde la reputación de las empresas bajó a un promedio en torno a las 650 estando dañada por colusiones y noticias negativas del mundo empresarial en el país.
- ❑ Se esperaba que los 602 puntos del año 2020 fueran un punto de reconstrucción de la reputación y que las empresas empezaran una tendencia de recuperación tras la fuerte caída de 2019. Sin embargo, la mantención del puntaje en esta medición muestra que las empresas entran en un nuevo ciclo, reflejo de una ciudadanía cada vez más exigente respecto del rol del sector privado en Chile y su aporte a la reconstrucción del país en plena crisis social, económica y sanitaria. Es así, como aquellas empresas que tradicionalmente eran las que gozaban de la mejor reputación y que mantuvieron su forma de hacer las cosas sin importantes cambios ni diferenciación, hoy bajaron significativamente sus indicadores producto de una evaluación ciudadana más neutra y que no los asocia desde su percepción a grandes contribuciones a su calidad de vida.

SOBRE LA REPUTACIÓN EN GENERAL

- ❑ Si se considera al grupo de empresas mas reputadas (Grupo Oro) como casos exitosos a observar y ejemplos a seguir, la evidencia indica que su reputación se basa en la confianza que han logrado construir entre las personas, lo que se traduce en recomendación. A la base de esto está la imagen de liderazgo, de innovación y de calidad de sus productos y servicios. Son empresas con visión de futuro y que son relevantes para las personas y el país.
- ❑ Sin embargo, las empresas del grupo oro tienden a la baja de sus puntajes en este año (de 701 a 693), mostrando un mayor nivel de exigencia de los consumidores hacia las grandes empresas.
- ❑ Los resultados del Estudio 2021 indican que estamos en presencia de un desafío para las empresas en Chile. Es el momento de diseñar, revisar, pero por sobre avanzar en acciones en función de un propósito social. Se debe establecer y comunicar eficazmente la contribución social, ambiental y económica de las empresas al país y a las comunidades que constituyen sus entornos. Así como fortalecer liderazgos corporativos que alineen este propósito y que sean los principales garantes del impactos positivos de la organización en la sociedad.



4

GAME CHANGERS



inc
CONSULTORES

**ANEXO: EMPRESAS Y
SECTORES MEDIDOS**

SECTORES Y COMPAÑÍAS 2021

AEROLÍNEAS



AFPs



ALIMENTOS



AUTOS



BANCOS



SECTORES Y COMPAÑÍAS 2021

BEBIDAS



VIÑA CONCHA Y TORO
— FAMILY OF WINERIES —

ABInBev

BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL

L'ORÉAL

natura & co

CENTROS COMERCIALES



CLÍNICAS Y CENTROS DE SALUD



COMIDA RÁPIDA



SECTORES Y COMPAÑÍAS 2021

COMPAÑÍAS DE SEGUROS



DELIVERY



ESTACIONES DE SERVICIOS



FARMACIAS



GAS



SECTORES Y COMPAÑÍAS 2021

ISAPRES



MULTITIENDAS Y MARKET PLACE



MUTUALIDADES



SERVICIOS DE CORREOS Y ENTREGAS



SUPERMERCADOS



SECTORES Y COMPAÑÍAS 2021

TECNOLOGÍA

SAMSUNG

SONY



TELECOMUNICACIONES

e) entel

WOM

m movistar



TIENDAS PARA EL HOGAR Y LA CONSTRUCCIÓN



Casa & Ideas

TRANSPORTE TERRESTRE



turbus

efer TRENES DE CHILE

UNIVERSIDADES E INSTITUTOS PROFESIONALES



Universidad Andrés Bello



inacap

DuocUC

Caso de estudio sin categoría: Google

ESTUDIO DE REPUTACIÓN CORPORATIVA 2021

Noviembre 2021