



# ENCUESTA DE PERCEPCIÓN SOBRE REPUTACIÓN CORPORATIVA

ENCUESTA PREVIA AL ESTUDIO ANUAL DE REPUTACIÓN CORPORATIVA (ERC)

JULIO 2021

GAME CHANGERS



# FICHA METODOLÓGICA



## METODOLOGÍA

- Metodología Cuantitativa.
- Diseño no probabilístico de muestreo por cuotas.



## TÉCNICA

- Encuesta online aplicada mediante panel de encuestas Web
- Fecha de aplicación de encuestas: 5 al 16 de julio del 2021.



## UNIVERSO

- Hombres y mujeres de 18 años o más de todas las regiones del país

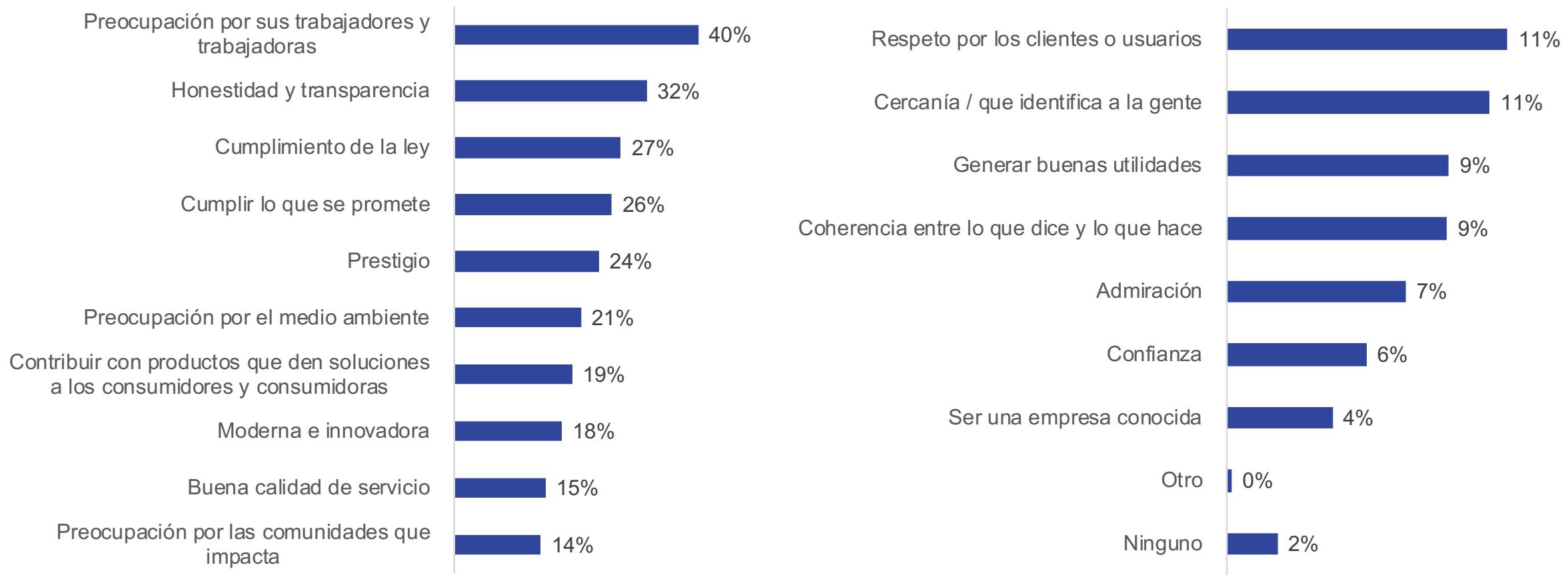


## MUESTRA

- Muestra de 1.000 casos a nivel nacional

# ASOCIACIONES AL CONCEPTO DE REPUTACIÓN CORPORATIVA

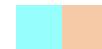
Del siguiente listado, por favor seleccione los 4 conceptos con los que más relaciona a la “Reputación Corporativa” de una empresa  
Base: Total muestra



# ASOCIACIONES AL 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: Total muestra

	Sexo			Tramo edad			Zona	
	Total	Hombre	Mujer	18 a 35 años	36 a 45 años	46 o más	Regiones	RM
Preocupación por sus trabajadores y trabajadoras	40%	46%	35%	42%	48%	35%	37%	43%
Honestidad y transparencia	32%	30%	33%	36%	28%	29%	30%	34%
Cumplimiento de la ley	27%	29%	26%	28%	29%	26%	31%	23%
Cumplir lo que se promete	26%	28%	23%	33%	23%	21%	25%	27%
Prestigio	24%	26%	22%	19%	12%	32%	27%	20%
Preocupación por el medio ambiente	21%	17%	24%	22%	26%	17%	21%	21%
Contribuir con productos que den soluciones a los consumidores y consumidoras	19%	19%	19%	20%	25%	16%	16%	23%
Moderna e innovadora	18%	20%	15%	17%	16%	19%	19%	16%
Buena calidad de servicio	15%	17%	13%	16%	16%	14%	20%	9%
Preocupación por las comunidades que impacta	14%	13%	16%	8%	19%	18%	6%	23%
Respeto por los clientes o usuarios	11%	12%	11%	9%	13%	13%	16%	6%
Cercanía / que identifica a la gente	11%	10%	12%	11%	10%	11%	9%	12%
Generar buenas utilidades	9%	11%	7%	10%	3%	11%	11%	7%
Coherencia entre lo que dice y lo que hace	9%	9%	9%	9%	7%	10%	11%	7%
Admiración	7%	7%	8%	6%	7%	8%	9%	5%
Confianza	6%	8%	4%	7%	6%	5%	9%	2%
Ser una empresa conocida	4%	7%	2%	5%	7%	3%	4%	5%
Otro	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%
Ninguno	2%	1%	3%	1%	0%	4%	3%	1%

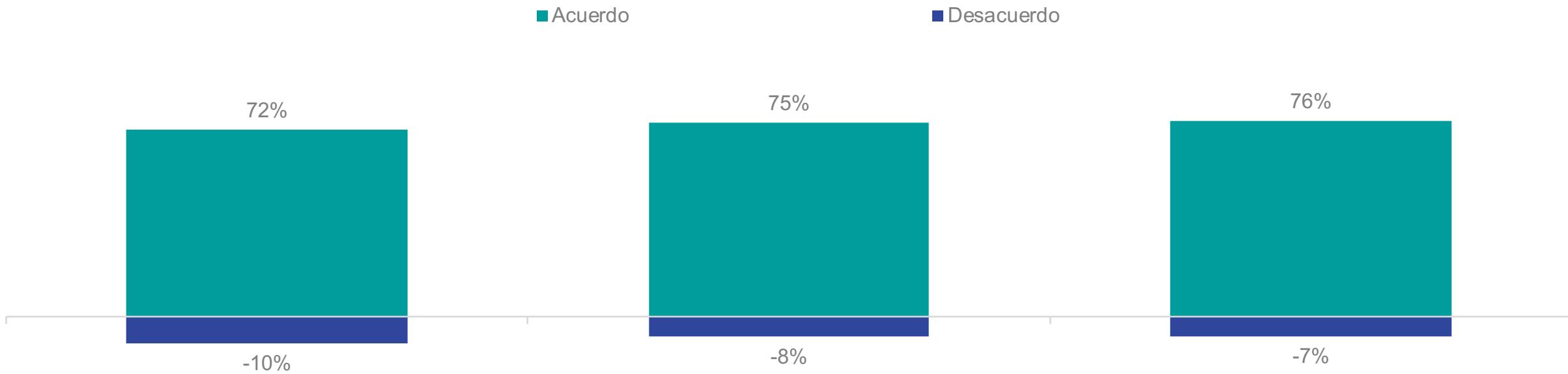


Valor significativamente mayor o menor, a nivel de confianza del 95%.

# ROL DE LOS LÍDERES Y LAS EMPRESAS EN TEMAS SOCIALES

¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones?

Base: Total muestra



Los líderes de las empresas deben involucrarse en los grandes problemas que aquejan a nuestra sociedad

Un líder conocido y responsable es importante para generar una buena reputación en las empresas

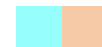
Es importante que las empresas tengan un rol más activo y tomar posiciones respecto a temas de interés social

# ROL DE LOS LÍDERES Y LAS EMPRESAS EN TEMAS SOCIALES

¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones?

Base: Total muestra

	Total	Sexo		Tramo edad			Zona	
		Hombre	Mujer	18 a 35 años	36 a 45 años	46 o más	Regiones	RM
Los líderes de las empresas deben involucrarse en los grandes problemas que aquejan a nuestra sociedad	72%	70%	75%	69%	74%	75%	72%	73%
Un líder conocido y responsable es importante para generar una buena reputación en las empresas	75%	77%	73%	71%	75%	79%	78%	72%
Es importante que las empresas tengan un rol más activo y tomar posiciones respecto a temas de interés social	76%	75%	78%	72%	76%	79%	77%	75%

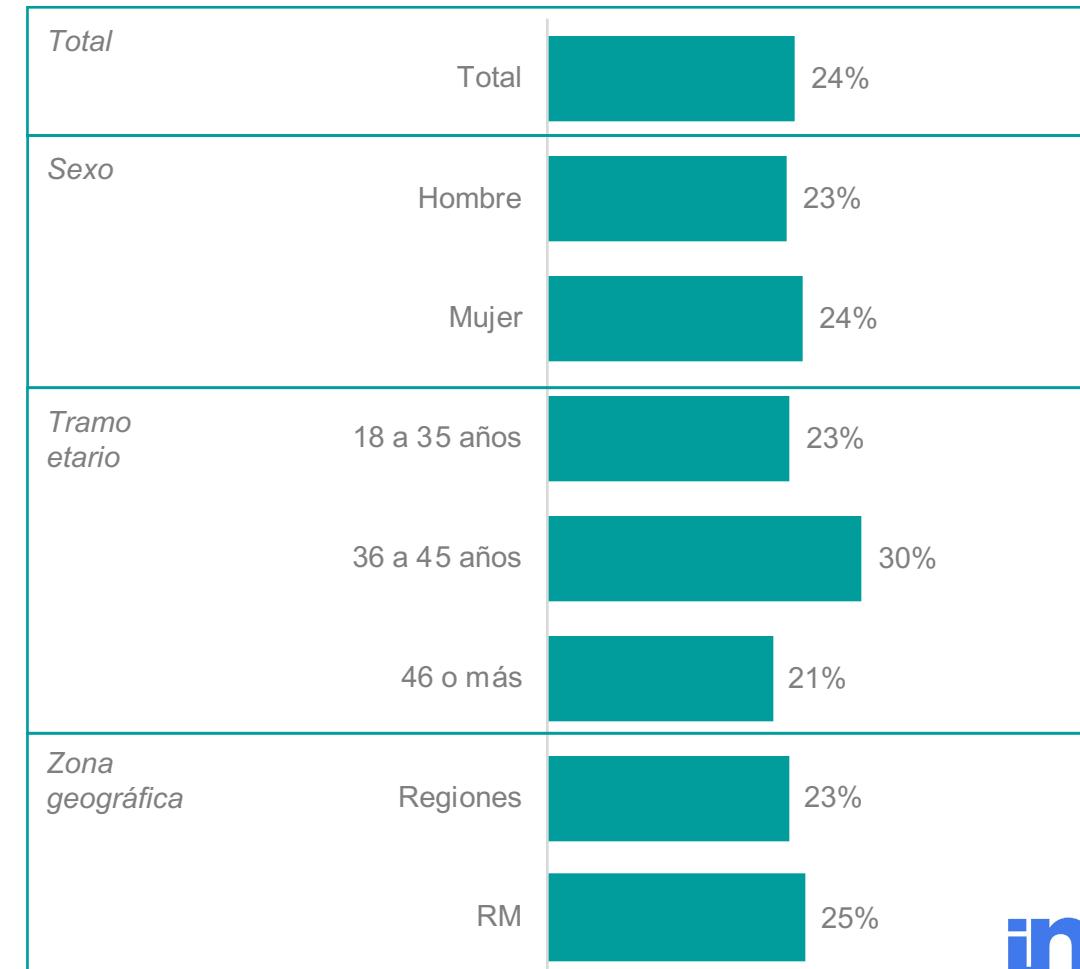
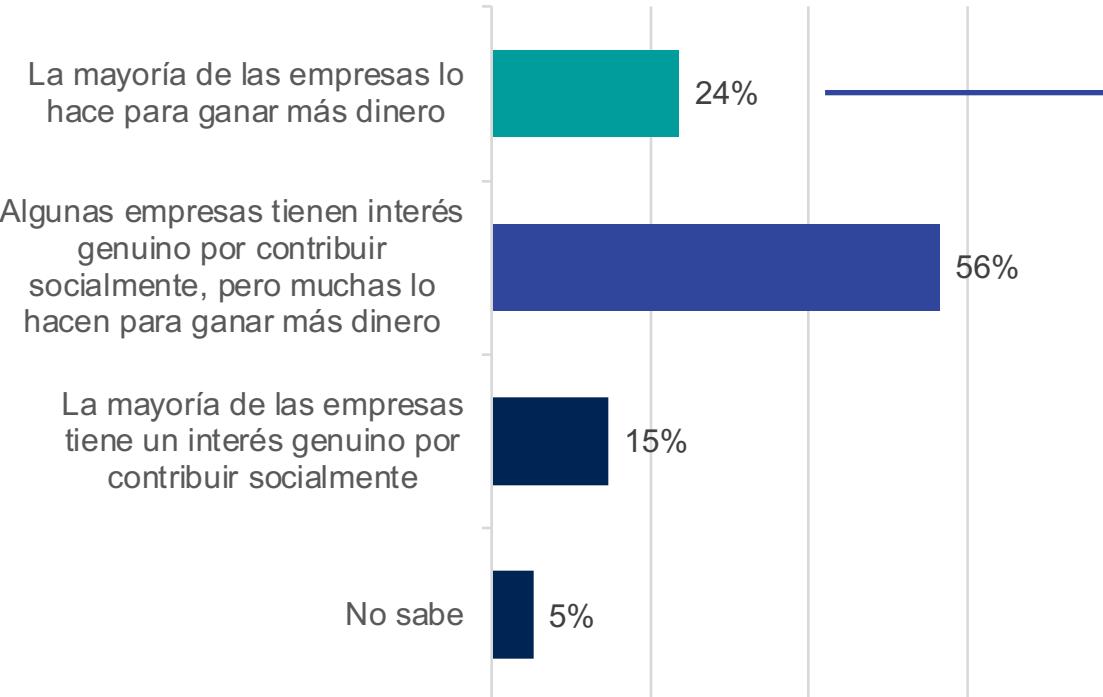


Valor significativamente mayor o menor, a nivel de confianza del 95%.

# PERCEPCIÓN DE INICIATIVAS DE AYUDA COMUNITARIA / SOCIAL / MEDIO AMBIENTAL

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? % La mayoría de las empresas lo hacen para ganar más dinero

Base: Total muestra





## Sobre el Observatorio Reputacional y el Estudio Anual de Reputación Corporativa (ERC)

El Observatorio Reputacional es instancia creada entre Ipsos e INC Consultores para estudiar la percepción de los distintos stakeholders sobre las compañías y difundir buenas prácticas que contribuyan a mejorar la relación del sector privado con la ciudadanía en general.

El ERC es un estudio consiste en la aplicación de más de 5.000 encuestas a ciudadanos y ciudadanas de todas las regiones de Chile, quienes evalúan a 100 compañías en las distintas dimensiones y atributos que componen el modelo creado en el año 2002.



# GRACIAS!

GAME CHANGERS

