

DÉCIMO QUINTA MEDICIÓN



MONITOR DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA 2000- 2015

ENERO 2015

CSR CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY MONITOR

MORI
Market Opinion
Research Internacional

DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO

EL MONITOR DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CSR CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MONITOR de MORI se realiza desde el año 2000, comparativamente con otros 25 países con Globescan, Canadá.

Aquí se presentan los datos de la décimoquinta medición.

El estudio ha monitoreado la responsabilidad de las empresas durante 15 años desde el año 2000.

FICHA TÉCNICA

- ◆ **Modo de entrevista:** Cara a cara
- ◆ **Universo:** Toda la población de ambos sexos de 18 años y más, que habita entre la I y la XV regiones.
- ◆ **Tamaño de la muestra:** 1.200 casos con una afijación proporcional.
- ◆ **Error muestral:** 3%
- ◆ **Fecha de aplicación:** 12 diciembre 2014 y el 10 Enero del 2015
- ◆ **Representación:** Toda la población adulta del país, con la excepción de las islas.

LAS TOP TEN

LAS TOP TEN EMPRESAS RESPONSABLES

- En una pregunta cerrada se entrega una lista con todas las empresas. Esta respuesta entrega el ranking de las Top Ten.
- Observamos un desplome de la responsabilidad social de las empresas en general. Incluso Codelco se mantiene primera pero con menos menciones.
- Entran al ranking instituciones no comerciales: Teletón, y empresas estatales: Banco Estado y empresas vistas como de servicio público como ACHS y se mantienen en el ranking sólo tres empresas chilenas: Laboratorio Chile, Lider y Soprole y dos empresas multinacionales Coca Cola y Nestlé.
- Es la consecuencia de la suma de los escándalos de las industrias y la crisis de confianza que se vive en Chile.

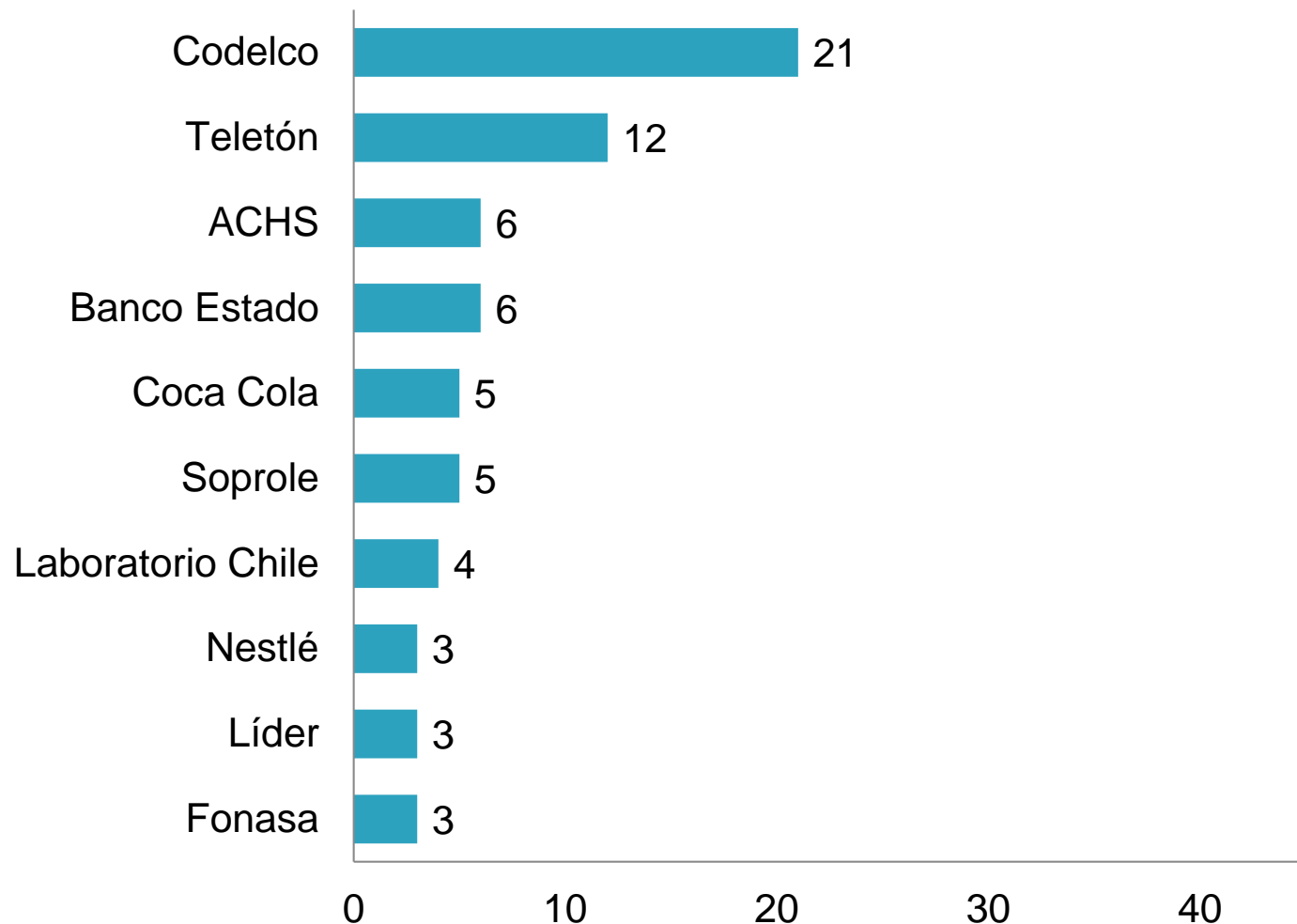
LAS TOP TEN EMPRESAS RESPONSABLES

- **Los consumidores chilenos han cambiado su opinión respecto de la Responsabilidad Social Corporativa.**
- **Los datos 2015 del MONITOR DE RESPONSABILIDAD SOCIAL MORI 2015, muestran como los chilenos reaccionan frente a los abusos de las compañías.**
- **Estos datos muestran que el castigo no es a la marca que comete el error, sino a todas las marcas.**

(Estos datos no recogen el impacto de la colusión del pape confort ni el impacto de la huelga del Registro Civil)

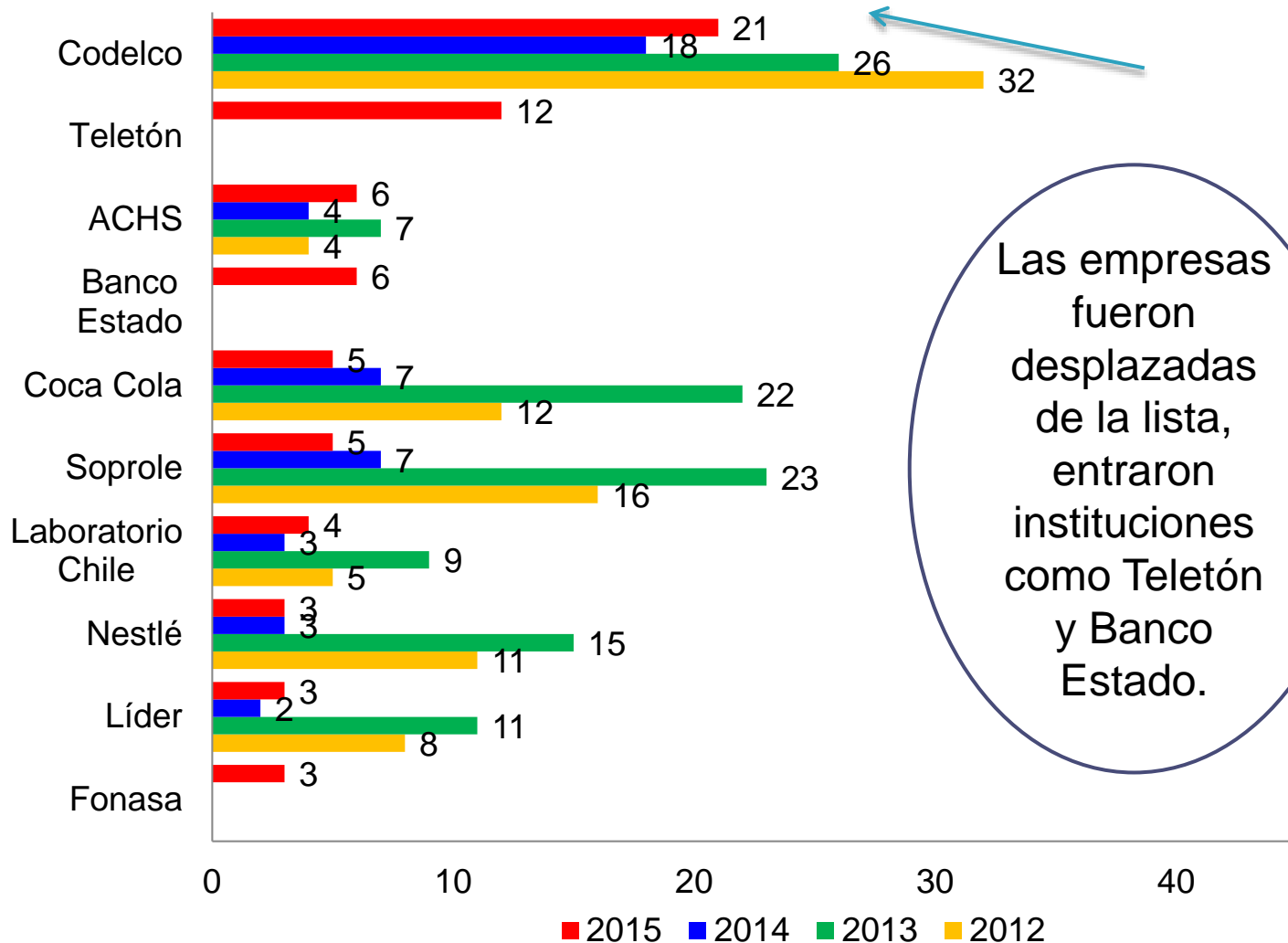
LAS TOP TEN EMPRESAS RESPONSABLES 2015

P. De la siguiente lista, ¿cuál es la empresa chilena que Ud. considera como más socialmente responsable ...? ¿Cuál es la segunda? ¿Y la tercera?



TOP TEN EMPRESAS RESPONSABLES (Pregunta Cerrada) 2012-2015

P. De la siguiente lista, ¿cuál es la empresa chilena que Ud. considera como más socialmente responsable ...? ¿Cuál es la segunda? ¿Y la tercera?



LAS TOP FIVE NO RESPONSABLES

LAS TOP FIVE NO RESPONSABLES

Mientras la lista de las empresas responsable se adelgaza, la lista de las no responsables engorda. En el 2015 aparecen 16 industrias/ compañías.

Hemos agrupado las menciones por industria para dar una visión completa de los negativos. En los 15 años que lleva este estudio nunca había habido una lista tan abultada de negativos sobre las industrias y las compañías.

Las farmacias lideran los negativos, salen de la lista históricamente, Telefónica, Chilectra, Aguas Andina, empresas con nombre y apellido que reunían modestos 5% de menciones en años anteriores. Telefónica era la compañía que más había reunido al llegar a más del 10%.

Estamos claramente ante un cambio de manera de mirar las empresas y las industrias, con miradas que abarcan los rubros y no sólo algunas marcas. El efecto dominó sobre las industrias y sectores es fuerte.

El escándalo de farmacias hace que un 19% mencione “farmacias”.

De la misma manera un 15% menciona las “Multitiendas”. Es el impacto de “La Polar”, que alcanza un 5%, y rebalsa negativos sobre la industria.

TOP FIVE EMPRESAS NO RESPONSABLES 2015

P. Por favor, me gustaría que me dijera, según su opinión, ¿cuáles son las empresas o compañías chilenas que realizan un mal trabajo al satisfacer sus responsabilidades con la sociedad, en otras palabras, una compañía que Ud. ve como no responsable socialmente? ¿Podría Ud. nombrar otra? ¿Podría nombrar otra más? (PREGUNTA ABIERTA)

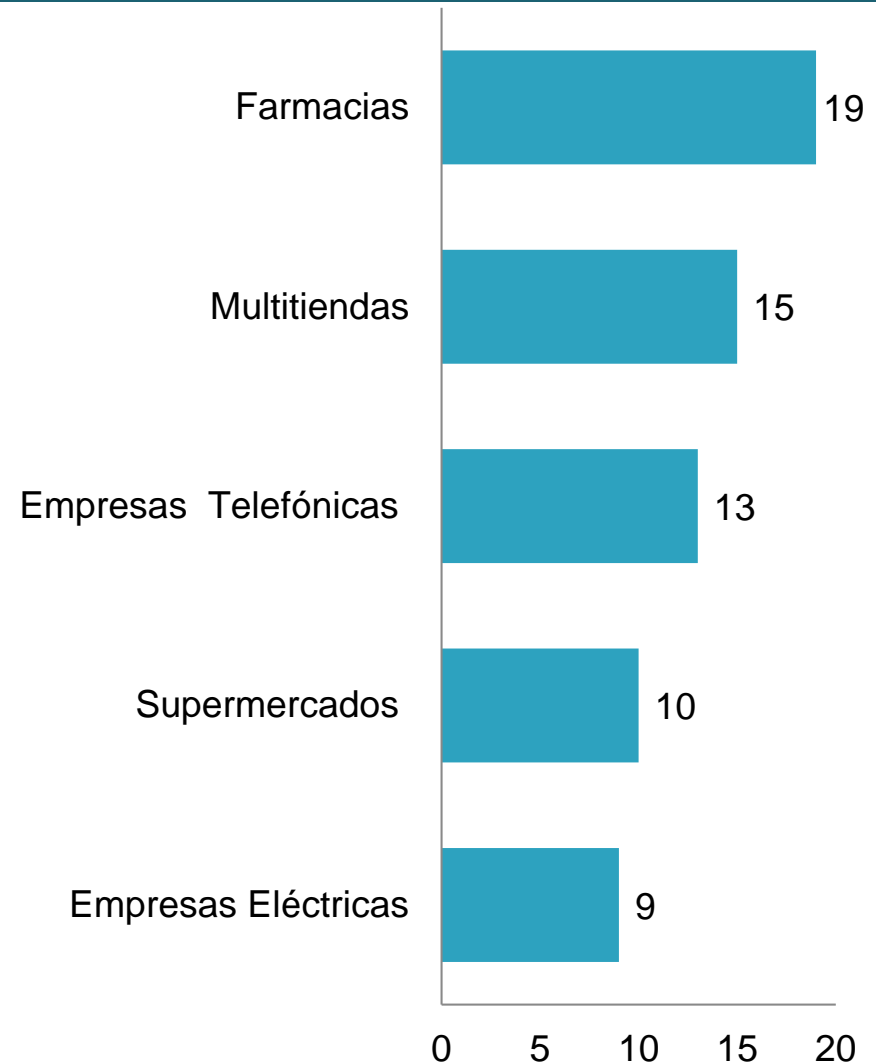
Total Farmacias: **19%**
Aquí suma : General 14%
Ahumada 1%, Cruz Verde 3%,
Salcobrand 1%

Total Multitiendas : **15%**
Aquí suma: General 7%,
Paris 1%, Falabella 1%, La Polar 5%,
Ripley 1%

Total Telefonía : **13%**
Aquí suma: General 1%
Movistar 6%, Telefónica 3%
Claro 2%, Entel 1%

Total Supermercados: **10%**
Aquí suma :General 3% Líder 5%,
Santa Isabel 2%)

Total Eléctricas: **9%**
Aquí suma: General 6%
Chilectra 2%, Endesa 1%



LOS CONSUMIDORES Y LOS ABUSOS

Los consumidores no se comportan muy distinto que los ciudadanos cuando se sienten abusados.

Cuando la cultura del reclamo no está bien instalada como en Chile, la masa de los consumidores no declara que va a castigar, no deja de comprar, porque como dijo una señora en un Focus Group. “Dónde puedo comprar un pollo que no esté coludido?” En el caso del Papel Confort pasa lo mismo.

Lamentablemente la inversión en responsabilidad social de la última década está perdida, habrá que empezar de cero y volver a conquistar la lealtad.

Mientras los ciudadanos dejan de votar, los consumidores cada vez que pueden cambian de producto, y castigan las marcas, cuando hay alternativas. El mundo es que no siempre la hay.

El costo para la credibilidad de las marcas de estos abusos será tan duro como lo es para el sistema político recuperar la confianza.

MORI

**Market Opinion
Research Internacional**

Research Internacional

Market Opinion

MORI