

ENCUESTA DE REPUTACIÓN CORPORATIVA ESPECIAL PERCEPCIÓN DE FUNDACIONES Y ONGS

ENCUESTA PREVIA AL ESTUDIO ANUAL DE REPUTACIÓN CORPORATIVA (ERC)

AGOSTO 2023

GAME CHANGERS

ALIANZAS ENTRE EL MUNDO PRIVADO Y ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO



- Las empresas se ven cada vez más involucradas en iniciativas sociales y ambientales en un mundo que demanda el compromiso del sector privado para transitar a un modelo de desarrollo sostenible.
- Las alianzas con fundaciones y ONGs son unos de los mecanismos principales para contribuir en esta tarea; en estas alianzas se genera un círculo virtuoso que permite a las fundaciones contar con mayores recursos para visibilizar y lograr su propósito, al mismo tiempo que la empresa privada accede al conocimiento y las redes estas organizaciones ayudando a contribuir de manera más efectiva en la causa que se desea impactar.
- Las alianzas corporativas son una efectiva herramienta de triple impacto que genera valor al entorno (social/medioambiental), a la empresa y a sus colaboradores/as.

Preguntas de investigación:

¿Cómo es la percepción ciudadana sobre las empresas y las organizaciones sin fines de lucro comparada con otro tipo de organizaciones?

¿Cuál es el aporte reputacional para las empresas de las alianzas con organizaciones sin fines de lucro?

¿Qué fundaciones u ONGs tienen mayor conocimiento entre la ciudadanía?

¿Qué tipo de organizaciones tienen una mejor reputación?

OPINIÓN GENERAL SOBRE LOS RESULTADOS



Miguel Pinto, Subgerente del área de estudios públicos y reputación corporativa en Ipsos:

"Si bien los números muestran un efecto del caso convenios sobre las instituciones sin fines de lucro en general, es importante destacar que no todas las fundaciones y ONGS han visto afectada su reputación. Si revisamos la lista de instituciones medidas en este estudio se aprecia una buena evaluación por lo que la desconfianza no se traspasa necesariamente a las instituciones que no están en el espectro político directo y afecta en menor medida a aquellas que tradicionalmente han tenido una buena percepción ciudadana al ser muy conocidas por realmente ser un aporte para la comunidad"



Diego Fuentes, director general de INC Consultores:

"... si bien estas organizaciones bajan su reputación versus 2022, aquellas que gozan de mayor conocimiento se ven menos afectadas y aún mantienen un capital reputacional relevante que representa una gran oportunidad de traspaso de know how para las empresas y sus liderazgos. En un contexto, en el que los empresarios necesitan de manera urgente aliarse a organizaciones reputadas, al estar evaluados como aquellos con peor reputación junto a los gremios empresariales, el gobierno y los partidos políticos; situación que hace urgente que directivos y tomadores de decisión gestionen con fuerza sus liderazgos en el entorno digital, considerando la influencia de éste y la buena percepción ciudadana de las redes sociales. Además, es recomendable que frente a organizaciones que mantienen una alta evaluación de su reputación – como las pymes, la academia y las uniones comunales – que se amplíen los endorsers que comúnmente se han relacionado al sector corporativo para potenciar temáticas de ASG"

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA

1

FICHA METODOLÓGICA



METODOLOGÍA

- Metodología Cuantitativa
- Diseño muestral no probabilístico



TÉCNICA

- Encuesta autoadministrada a través de panel certificado Ipsos (IIS) de acceso online.
- Fecha de aplicación: 1 al 3 de agosto 2023



UNIVERSO

- Hombres y mujeres de 18 años o más de todas las regiones del país y de todos los grupos socioeconómicos.
- Marco Muestral: Panel Ipsos IIS.



MUESTRA

- 700 casos a nivel nacional



DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

(NO PONDERADA)



SEXO

Hombres	50%	350 CASOS
Mujeres	50%	350 CASOS



TRAMOS DE EDAD

18-29 años	29%	203 CASOS
30-50 años	37%	259 CASOS
51 o más años	34%	238 CASOS



GRUPO SOCIOECONÓMICO

ABC1 - C2	61%	430 CASOS
C3 - D	39%	270 CASOS



ZONA

Región Metropolitana	55%	386 CASOS
Otras regiones	45%	314 CASOS

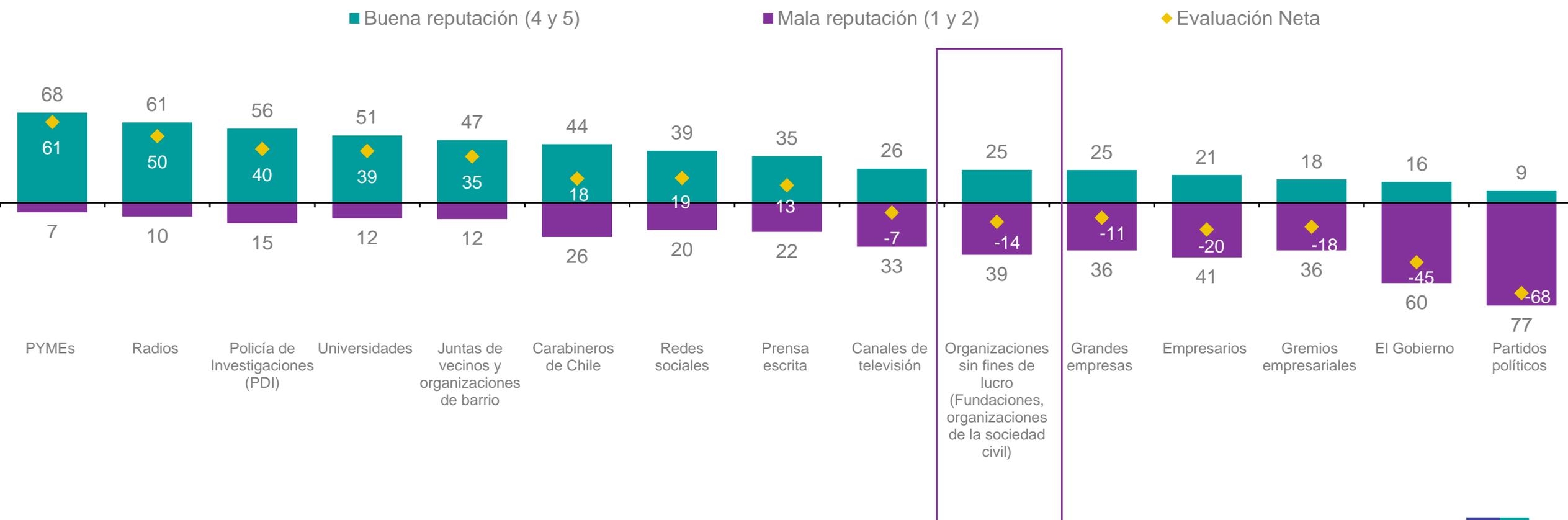
RESULTADOS

2

REPUTACIÓN DE INSTITUCIONES EN CHILE

Evalúe la reputación que tienen las siguientes instituciones de la sociedad Chilena, en una escala de 1 a 5, donde 1 es muy mala reputación y 5 es muy buena reputación.

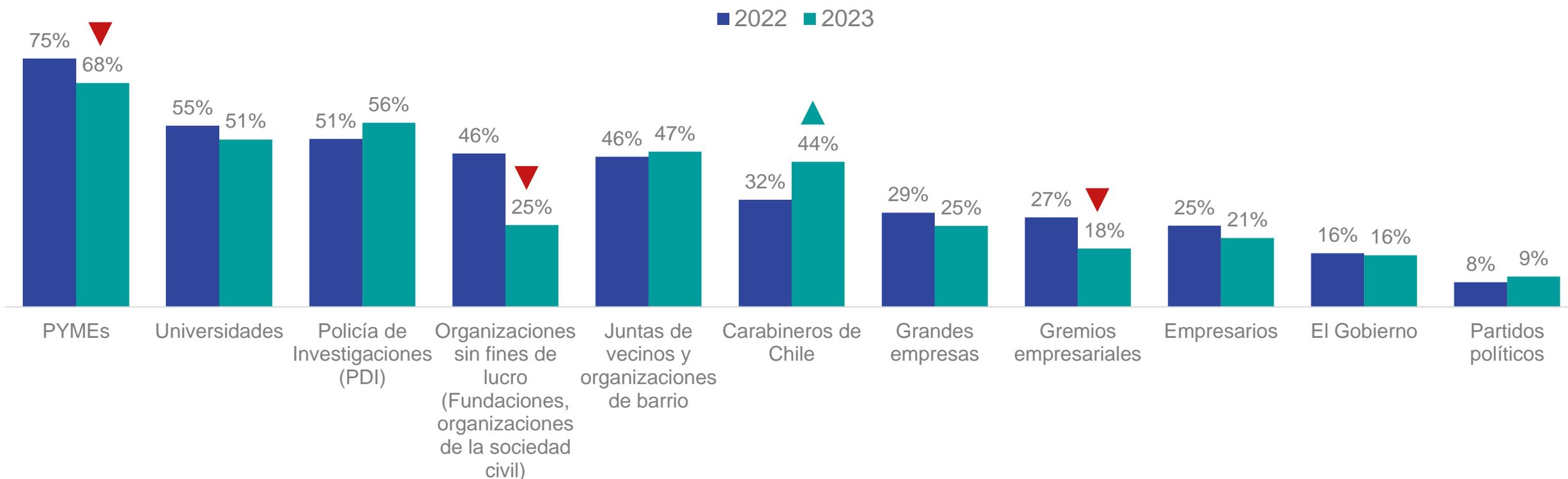
Base: Total muestra (se excluye opción “no sé”)



REPUTACIÓN DE INSTITUCIONES EN CHILE – COMPARATIVO 2022

Evalúe la reputación que tienen las siguientes instituciones de la sociedad Chilena, en una escala de 1 a 5, donde 1 es muy mala reputación y 5 es muy buena reputación.

Base: Total muestra (se excluye opción “no sé”)

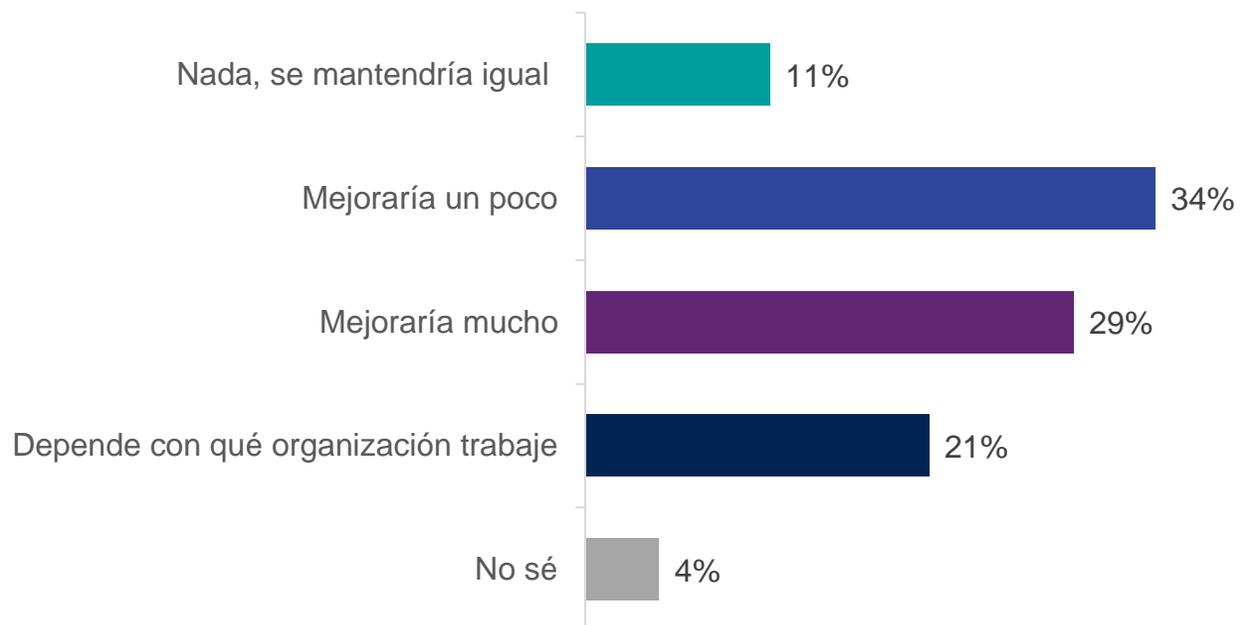


* Se incluyen solo aquellas instituciones que fueron evaluadas en ambas mediciones

IMPACTO EN LA REPUTACIÓN DE LA ALIANZA ENTRE EMPRESAS Y FUNDACIONES

¿Cuánto cree Ud. que puede ayudar a mejorar la reputación de las empresas hacer alianzas con fundaciones u ONGs (Organizaciones no gubernamentales) para contribuir a solucionar problemas sociales o ambientales?

Base: Total muestra



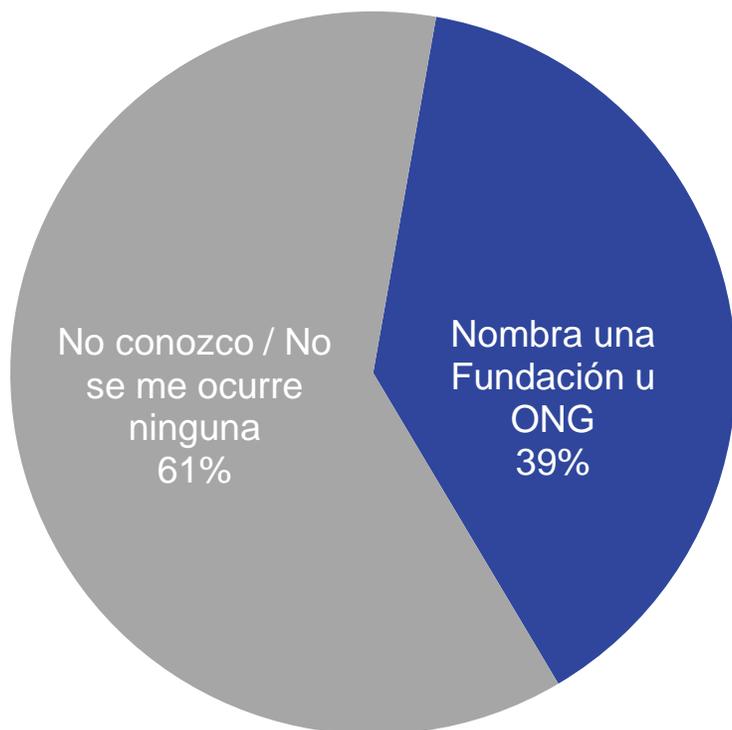
64%
Mejoraría mucho +
Mejoraría un poco



FUNDACIÓN U ONG CON MEJOR REPUTACIÓN EN CHILE (ESPONTÁNEA)

Según su percepción, ¿cuál es la fundación u ONG que tiene mejor reputación en Chile?

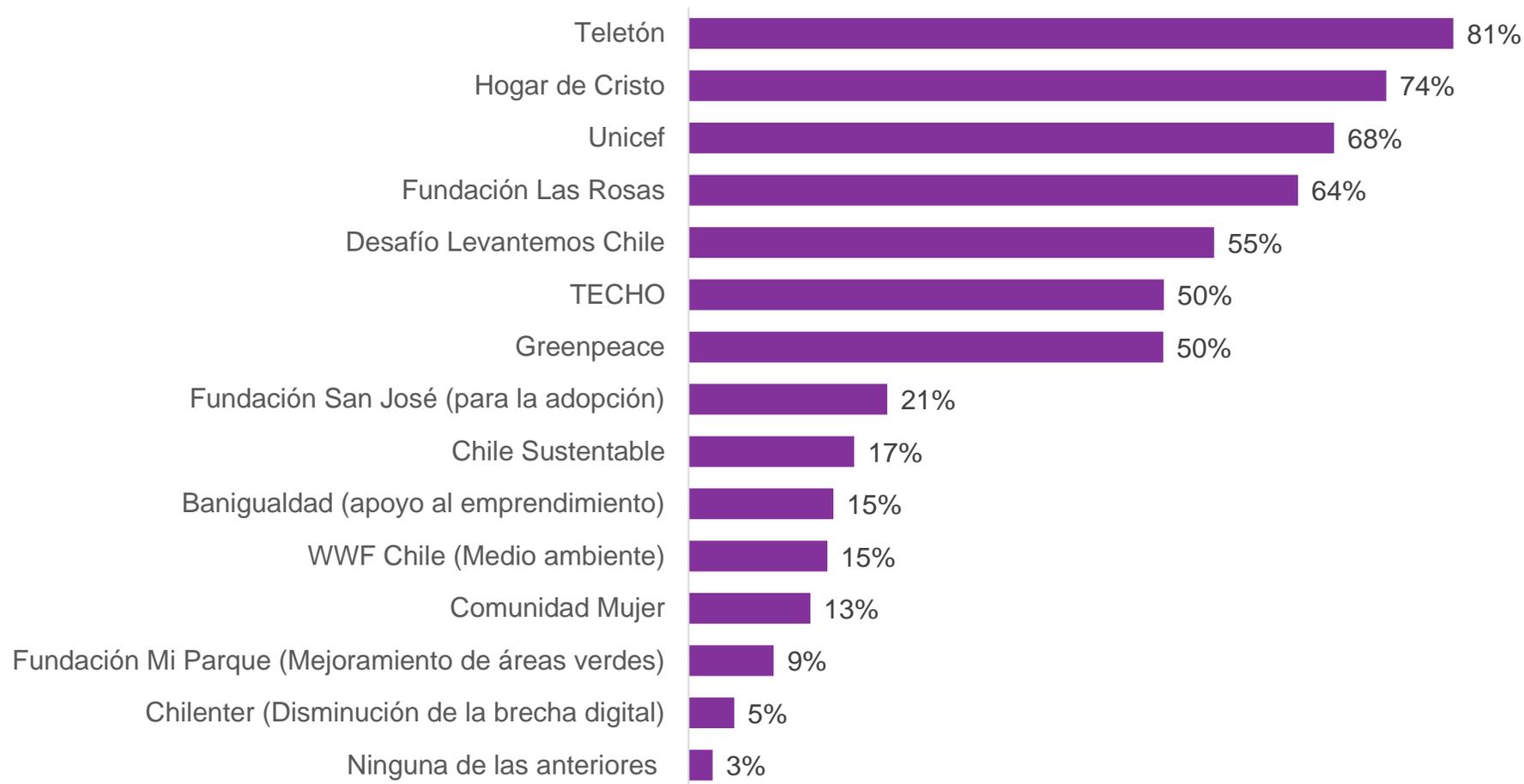
Base: Total muestra



CONOCIMIENTO DE FUNDACIONES Y ONGS (CON LISTADO)

¿Cuáles de las siguientes fundaciones u ONGs conoce Ud.? Marque todas las que conoce.

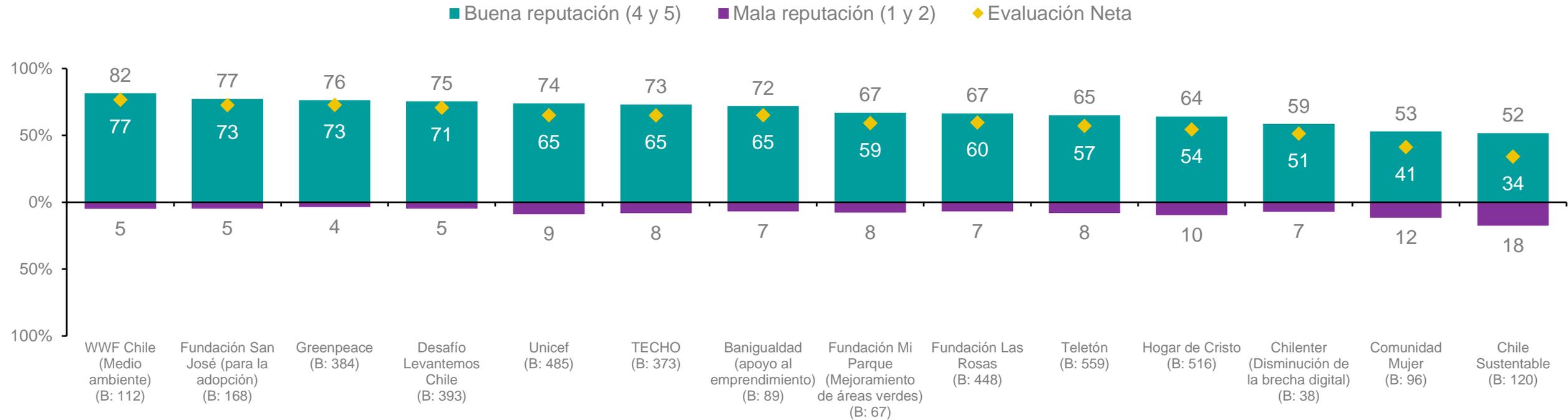
Base: Total muestra



REPUTACIÓN DE FUNDACIONES Y ONGS EN CHILE

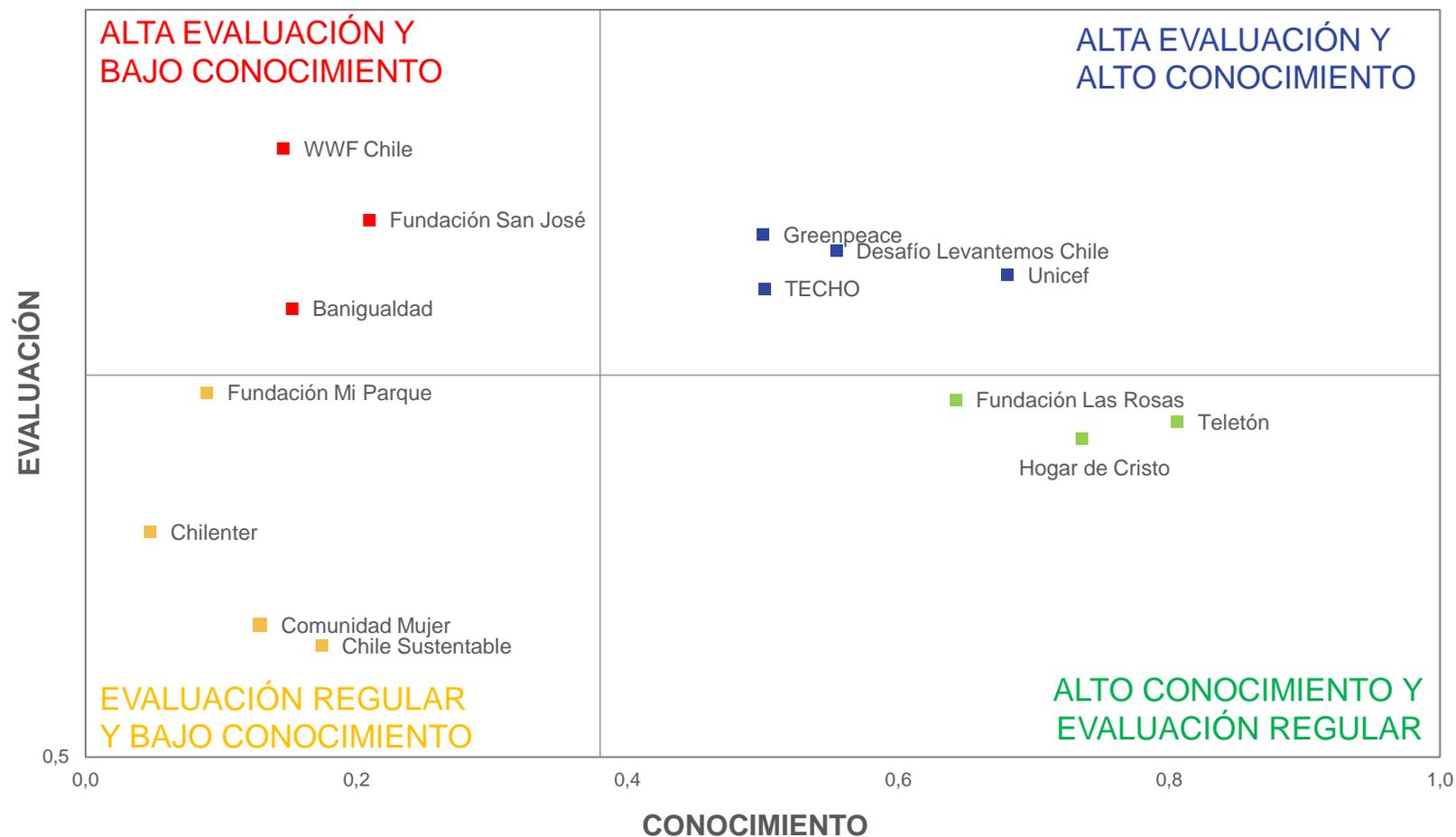
En una escala de 1 a 5, ¿cómo evaluaría la reputación de estas fundaciones u ONGs?

Base: Quienes declaran conocer cada fundación u ONG, se excluye opción "No sé".



MAPA DE CONOCIMIENTO / EVALUACIÓN DE FUNDACIONES Y ONGS

Greenpeace, Desafío levantemos Chile, Unicef y Techo tienen un alto nivel de conocimiento que se condice con una muy buena reputación.



OBJETIVOS MÁS IMPORTANTES PARA LA BUENA REPUTACIÓN DE UNA EMPRESA

¿Cuáles de los siguientes objetivos considera Ud. que son los dos más importantes para que una empresa tenga una buena reputación?

Base: Total muestra



Para medir cuáles son los objetivos de mayor impacto en la reputación de una empresa usamos como alternativas las 6 dimensiones de nuestro modelo de Reputación Corporativa.

Los objetivos ESG y la dimensión emocional son aquellos que se percibe como los más relevantes para una buena reputación.



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 5.100 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

