

MORI

INFORME DE PRENSA

**ENCUESTA MORI
NOVENO
MONITOR DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL CORPORATIVA
2009**

**Corporate Social Responsibility
Monitor CSR
2001- 2009**

Enero 2009

ENCUESTA MORI
NOVENO MONITOR DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
Corporate Social Responsibility Monitor

La encuesta **MORI “MONITOR DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA” “Corporate Social Responsibility Monitor”**, se realiza en Chile desde el año 2001, por novena vez en el año 2009 bajo la coordinación de la empresa Globescan (Canadá) en 31 países del mundo. Ésta entrega información sobre como ha evolucionado el concepto de Responsabilidad Social Corporativa en los consumidores chilenos.

Se aplica un cuestionario idéntico en todos los países permitiendo comparar los datos entre ellos. Este estudio sitúa a Chile bien posicionado en su categoría respecto de estos temas y es usado internacionalmente en importantes foros como el World Economic Forum, en Naciones Unidas, el PNUD, Banco Mundial y otros, como fotografía del desarrollo y evolución de estos temas.

Se compara a Chile con otros 30 países donde fue aplicado el estudio:

La medición de 2009 se realizó en:

América del Norte: USA y Canadá

América Latina: Brasil, Chile, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá y Perú

Europa: Alemania, España, Francia, Gran Bretaña, Italia y Portugal

Euro Asia: Grecia, Rusia y Turquía

Asia: China, Corea del Sur, India, Indonesia, Japón y Filipinas

África: Ghana, Kenia y Nigeria

Oceanía: Australia

Este informe entrega el ranking de responsabilidad social de los consumidores chilenos.

FICHA TÉCNICA:

ENCUESTA NACIONAL. Se aplicó en el mes de diciembre una muestra probabilística de 1.000 entrevistas cara a cara en hogares, a la población de 18 años y más de la I a la XV regiones, representando al 90% de la población del país. El error muestral es de 3%.

RANKING DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

El **MONITOR DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA** aplica tres preguntas para determinar el ranking de la compañía con mayor responsabilidad social corporativa en el país según los habitantes de 18 años y más.

Cada una de estas preguntas entrega un ranking de compañías que aquí se presentan.

I.- RANKING INTERNACIONAL: En el ranking internacional el público juzga la responsabilidad de las compañías multinacionales y grandes compañías nacionales. Esta pregunta tiene comparación internacional.

II.- RANKING CHILENO: El público juzga la responsabilidad de las compañías chilenas con dos preguntas, una abierta y otra con lista cerrada.

A.-ESPONTÁNEO. La pregunta abierta permite medir la solidez del ranking, se aplica antes de la pregunta cerrada, y sin mención previa de compañía alguna.

B.-RANKING CON LISTA. La pregunta cerrada con la que se confecciona el ranking con las “Top Ten”. En esta pregunta al entrevistado se le pasa una tarjeta con los nombres de las compañías que han sido mencionadas por los encuestados en los años anteriores en la pregunta abierta. De esta manera el investigador no interviene en la confección de la lista, sino que proviene de las propias preferencias de la población.

I. RANKING INTERNACIONAL: LA GRAN COMPAÑÍA

La compañía grande socialmente más responsable 2009:

En esta pregunta espontánea son cinco las grandes compañías más responsables en el 2009:

	2009
Codelco	12%
Líder	10%
Coca Cola	8%
Nestlé	5%
Soprole	5%

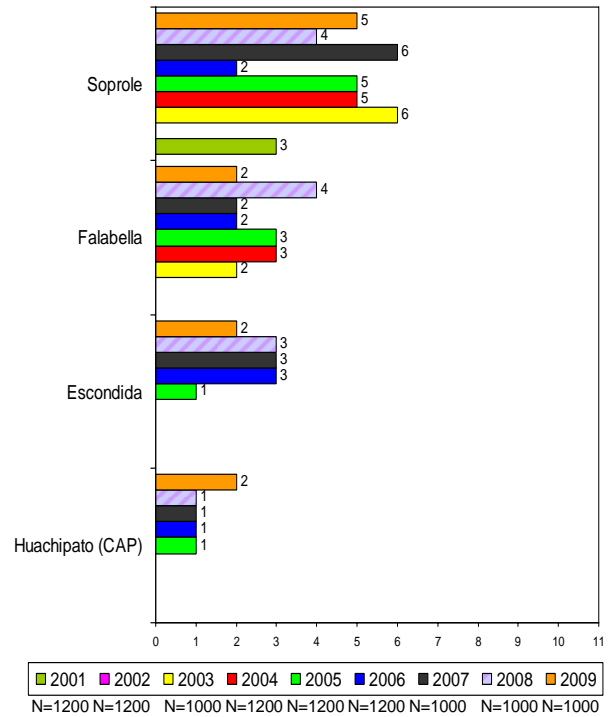
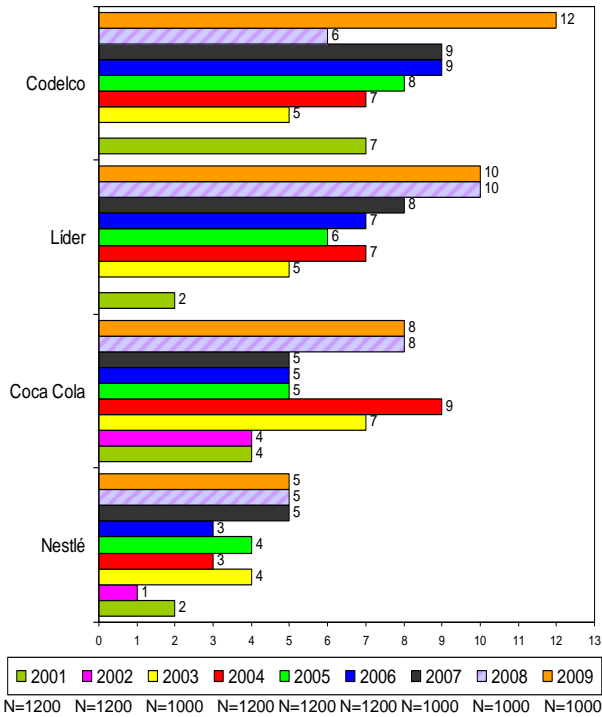
Todas las otras tienen menciones no significativas estadísticamente.

Al igual que en 2008, los tres primeros lugares del ranking son nuevamente ocupados por Codelco, Líder y Coca-Cola. Codelco retoma el primer lugar, luego de estar en tercer lugar el año anterior; recupera así el sitio que tuvo desde 2005 a 2007. Esta compañía duplica la cantidad de menciones, pasando de 6% en 2008 a 12% en 2009.

Líder, que encabezó el ranking del año 2008, mantuvo su porcentaje de menciones con 10%, queda en segundo lugar y Coca Cola queda en tercer lugar con 8% queda en el mismo lugar del año 2008.

En el resto de las compañías no se observan grandes cambios en comparación a 2008. Soprole logra aumentar 1 punto, lo cual la hace compartir el cuarto lugar con Nestlé, obteniendo ambas un 5% de las menciones. Por otra parte, Falabella retrocede en 2 puntos y Escondida 1 punto, lo cual las hace compartir el sexto lugar en el ranking de este año. La estabilidad de este ranking es muy interesante porque se trata de una pregunta abierta, donde podrían darse muchas más variaciones. El hecho que no se den, implica que las compañías han instalado una imagen que no cambia sustantivamente, es decir hay poca competencia en este tema entre las compañías.

GRANDES COMPAÑÍAS SOCIALMENTE RESPONSABLES I (PREGUNTA ABIERTA) 2001 - 2009



P. Por favor nombre una compañía o empresa grande en particular que Ud. considere que cumple mejor con sus responsabilidades hacia la sociedad que las demás –en otras palabras, es una empresa socialmente responsable. ¿Puede nombrar otra?
 *Se excluyen las categorías 'Otra', 'Ninguna', 'No sabe/No Contesta'

FUENTE MORI CHILE / CSR 2009

MORI - CSR

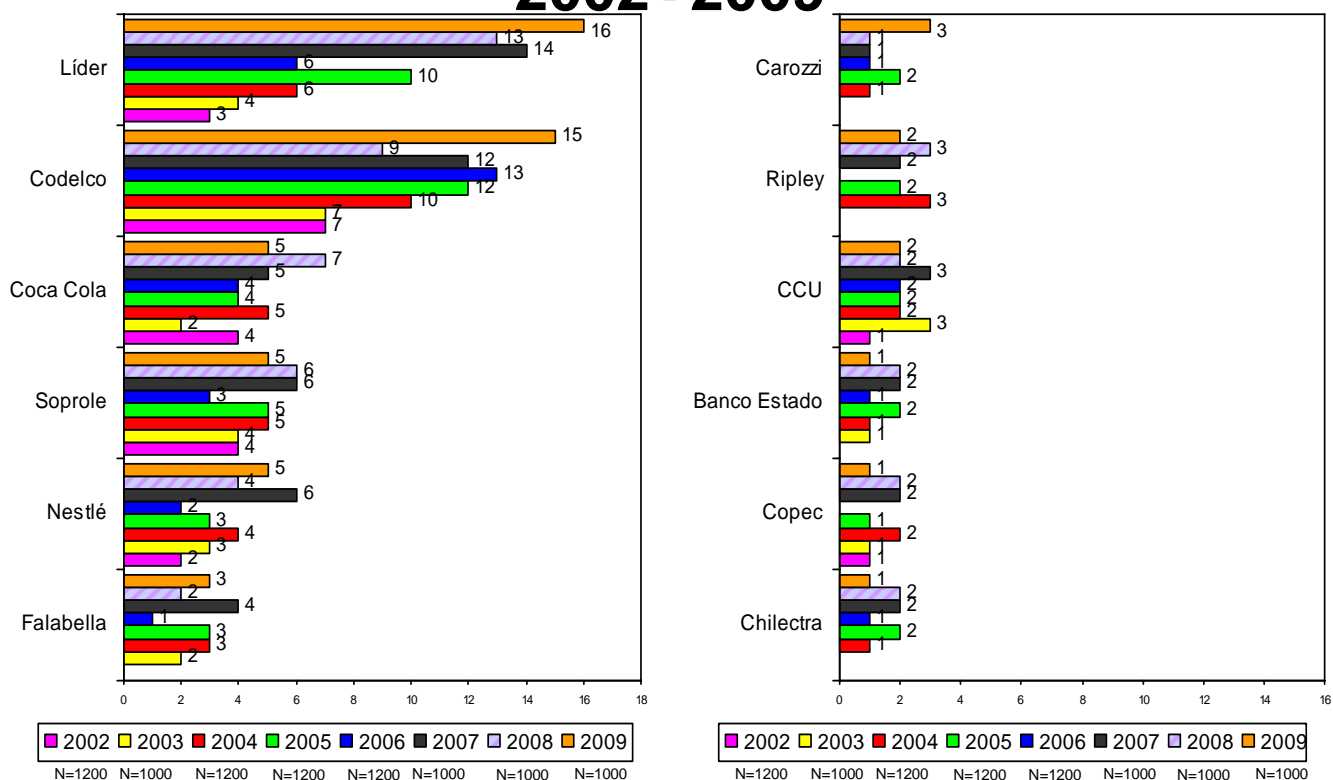
II. RANKING CHILENO:

LA EMPRESA CHILENA MÁS RESPONSABLE

A.-Ranking Espontáneo sin lista:

La compañía chilena socialmente más responsable 2009: Pregunta abierta. En la segunda pregunta abierta realizada: ¿Y cuáles son las empresas chilenas que cumplen con su responsabilidad social corporativa? Líder con 16% y Codelco con 15% están técnicamente empatadas en el primer lugar. Codelco aumenta considerablemente sus menciones de 9% a 15% entre el 2008 y 2009. El tercer lugar es compartido por Coca Cola, Soprole y Nestlé, las tres con un 5%, coincidencia que se debe principalmente a la baja de Coca Cola de 2 puntos respecto al 2008.

COMPAÑÍAS CHILENAS SOCIALMENTE RESPONSABLES I (PREGUNTA ABIERTA) 2002 - 2009



P. ¿Y cuáles son las empresas chilenas que cumplen con su responsabilidad social corporativa? Nombre todas las que recuerde

*Respuesta múltiple, los porcentajes suman más de 100%

**Se excluyen las categorías 'Otra', 'Ninguna', 'No sabe/No Contesta'

FUENTE MORI CHILE / CSR 2009

MORI - CSR

B.- LAS TOP TEN 2009

Las “Top Ten” es el ranking de los consumidores chilenos mayores de 18 años, que se confecciona con la pregunta cerrada, en la cual se le presenta al entrevistado una lista de compañías. Es la tercera pregunta: *De la siguiente lista, ¿Cuál es la empresa chilena que Ud. considera como más responsable socialmente?*

Codelco lidera con 28%, le sigue Líder con 18% y Coca Cola con 13%.

La pregunta cerrada permite medir la evolución de la responsabilidad Social Corporativa por compañía, ya que se efectúa ante un listado fijo. Este listado muestra como hay compañías cuya marca no está espontáneamente en la mente del público, pero tiene buena imagen de Responsabilidad Social, ejemplos de esto lo constituyen Laboratorio Chile (10%), Escondida (8%), Metro (6%) y Asociación Chilena de Seguridad (6%).

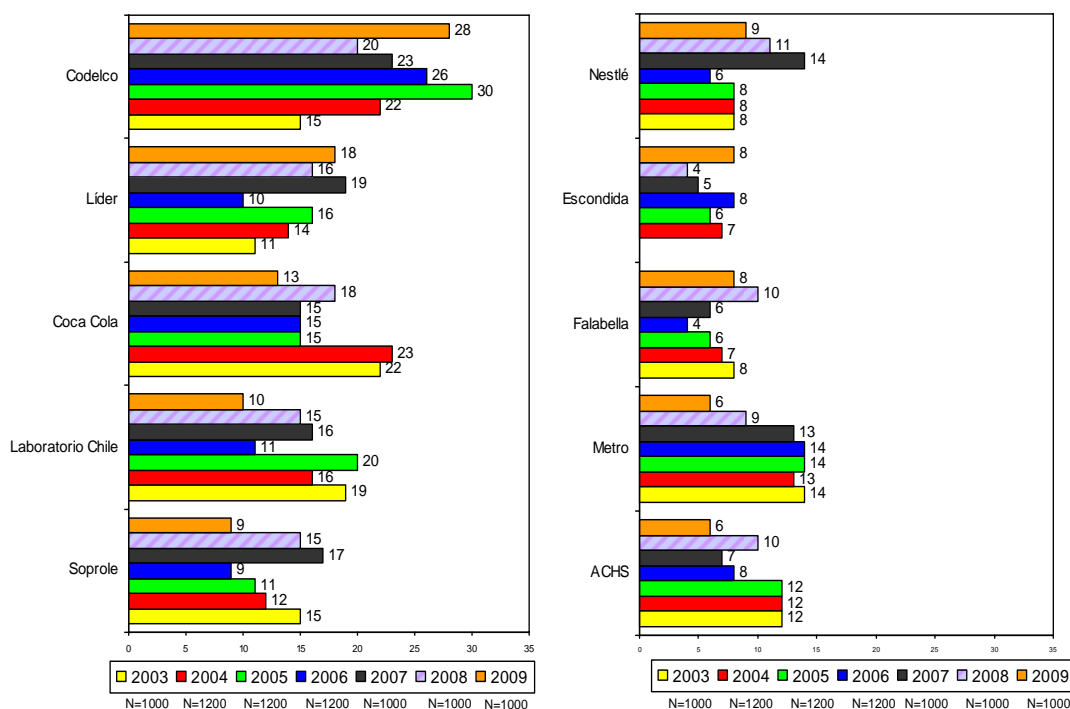
Confección de la lista: La lista, con la cual se hace la pregunta cerrada, se confecciona en base a las empresas mencionadas en la pregunta espontánea de los años anteriores. Es el propio público el que va conformando el conjunto de compañías que se miden y los resultados muestran que las compañías que se ubican en los primeros lugares mantienen su liderazgo.

Al igual que el 2008 en primer lugar se ubica Codelco, que aumenta sus menciones en 8 puntos, alcanzando un 28%. Con esto, revierte la baja sostenida que venía presentando desde 2005. La segunda empresa es Líder, que obtiene 18%, registrando 2 puntos más respecto al año pasado, logrando dejar en tercer lugar a Coca Cola, que obtiene 13%, disminuyendo 5 puntos respecto al 2008.

Por su parte, Metro ha caído sostenidamente en sus menciones desde 14% en 2003 a 6% en 2008. El impacto del Transantiago ha sido negativo para el Metro en cuanto a su imagen de responsabilidad social.

Lo importante es que a lo largo de los años disminuyen los no responde, indicando como cada día más chilenos toman posición frente a este tema.

LAS TOP TEN 2009



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

*Respuesta múltiple, los porcentajes suman más de 100%

**Pregunta exclusiva hecha en Chile desde el año 2003

***Se excluyen las categorías 'Ninguna', 'Otra', 'No sabe/No Contesta'

FUENTE MORI CHILE / CSR 2009

MORI - CSR

Tendencias de los rankings:

La consistencia en las respuestas espontáneas a lo largo de los años muestra la fortaleza y lealtad hacia las marcas así como una trayectoria reconocida de las empresas a este respecto.

Codelco, Líder y Coca Cola aparecen encabezando todos los rankings. Estas compañías se instalan como las líderes en responsabilidad social a lo largo de la década, visto por la población en general.

Codelco aumenta su evaluación el año 2009 al comenzar la crisis, mientras que obtuvo menos menciones positivas, perdiendo su primer lugar, en los años en que el cobre estaba en su máximo valor. Se puede decir que la evaluación de la responsabilidad social de Codelco aumenta a medida que baja el precio, y disminuye a medida que aumenta el precio del cobre, es decir, ha sido inversamente proporcional al precio del cobre en esta década.

Por su parte Líder consolida su liderazgo como la compañía chilena privada más responsable socialmente. Esta medición no incluye aún la incorporación de Wall Mart en el mercado.

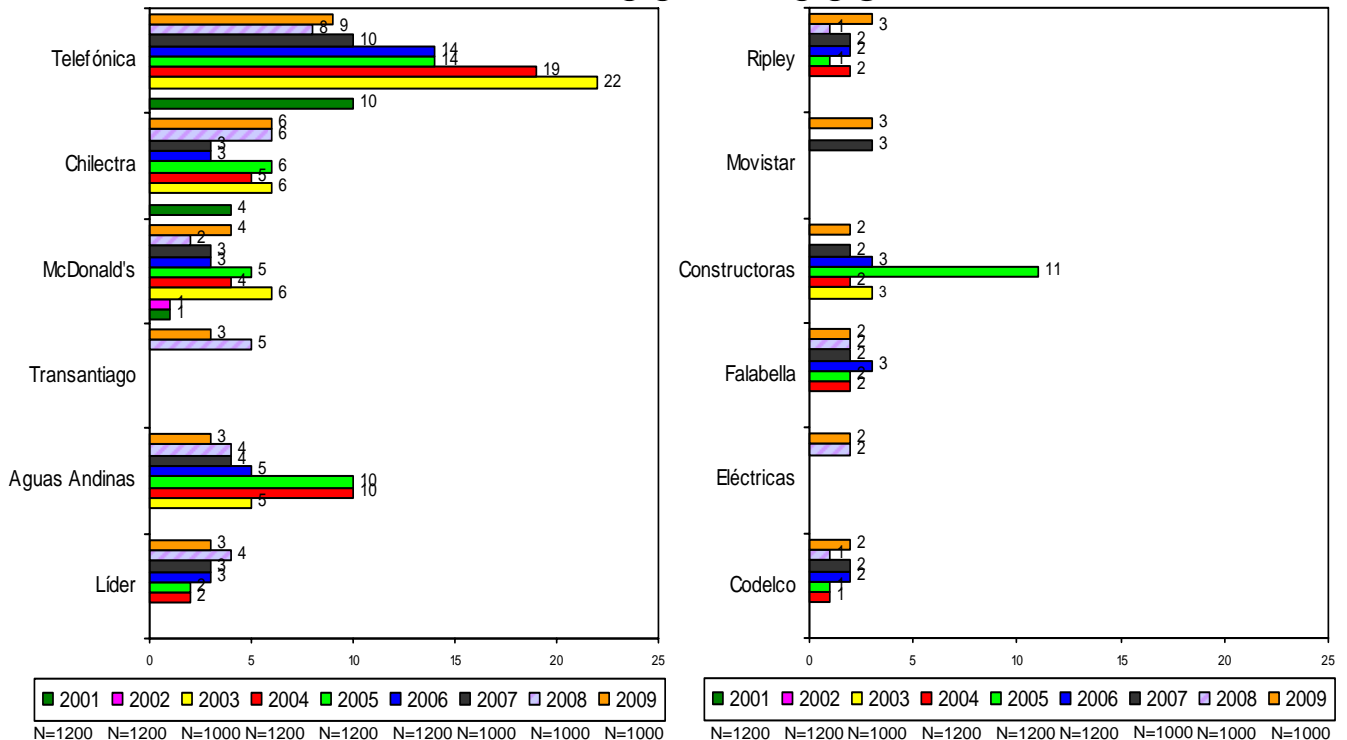
LAS EMPRESAS NO RESPONSABLES SOCIALMENTE-RANKING ESPONTÁNEO

Grandes compañías socialmente no responsables: Ante la pregunta sobre cuál es la gran compañía no responsable socialmente Telefónica que ha encabezado este ranking negativo desde el 2001, disminuye de un 22% en 2003 a 9% en 2009.

En segundo lugar se mantiene Chilectra con 6%, posteriormente se encuentran McDonald's, con 4% de menciones.

Como se ha señalado en años previos, las empresas de servicios que han sido privatizadas - como Telefónica, Chilectra y Aguas Andinas- han enfrentado problemas en su imagen de responsabilidad social corporativa, no sólo en Chile sino en toda América Latina como lo muestra el Latinobarómetro, estudio que se realiza en 18 países de la región. En Chile como lo muestran los datos de Telefónica, el crecimiento económico y el esfuerzo de las compañías ha ido lentamente desmantelando estos negativos. Otro caso en que disminuyen los negativos que se puede señalar es el de Aguas Andinas que disminuye de 10% a 3% sus negativos, entre el 2004 y el 2009.

GRANDES COMPAÑÍAS SOCIALMENTE NO RESPONSABLES I (PREGUNTA ABIERTA) 2001 - 2009



P. Por favor nombre específicamente una compañía o empresa grande que se le venga a la mente como la que realiza un mal trabajo al satisfacer sus responsabilidades para con la sociedad, en otras palabras, una compañía que Ud. ve como no responsable socialmente * Aquí sólo empresas con 1% o más de menciones **Respuesta múltiple, los porcentajes suman más de 100% ***Se excluyen las categorías 'Otra', 'Ninguna', 'No sabe/No Contesta'

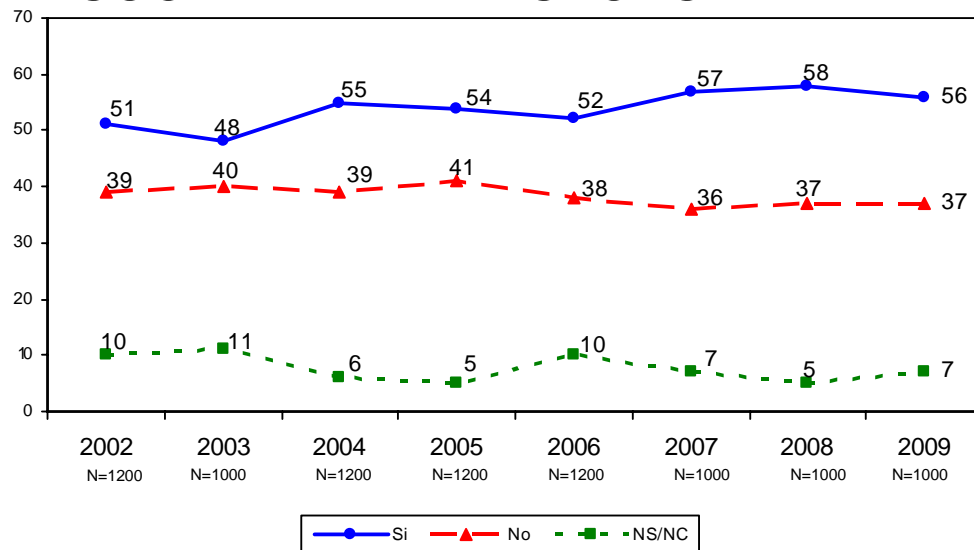
FUENTE MORI CHILE / CSR 2009

MORI -CSR

CONSUMIDOR PUEDE INFLUIR EN CÓMO UNA EMPRESA ES SOCIALMENTE RESPONSABLE

Durante los nueve años de medición avanza, aunque lentamente, la instalación de la Responsabilidad Social Corporativa en los consumidores. Aumenta de 51% en 2002 a 56% en 2009 los que opinan que el consumidor puede influir en la manera como una empresa es socialmente responsable. Este indicador aumenta de manera no continua a lo largo de los años, mostrando como el tema está todavía en una fase de instalación. Nos acercamos sin embargo, a lo largo de éstos 9 años, a porcentajes ya mayoritarios que están a punto de transformarse en grandes mayorías, consensuando este concepto entre los chilenos. Los que no tienen opinión al respecto alcanzan sólo un 7% en el 2009.

¿PUEDE UN CONSUMIDOR INFLUIR EN LA MANERA COMO UNA EMPRESA ES SOCIALMENTE RESPONSABLE?



P. ¿Cree Ud. que se puede influir como consumidor en la manera como una empresa es socialmente responsable?

*Pregunta Local, hecha sólo en Chile desde el año 2002

FUENTE MORI CHILE / CSR 2009

MORI - CSR

CONSUMIDORES QUE HAN CASTIGADO A UNA EMPRESA POR NO SER SOCIALMENTE RESPONSABLE.

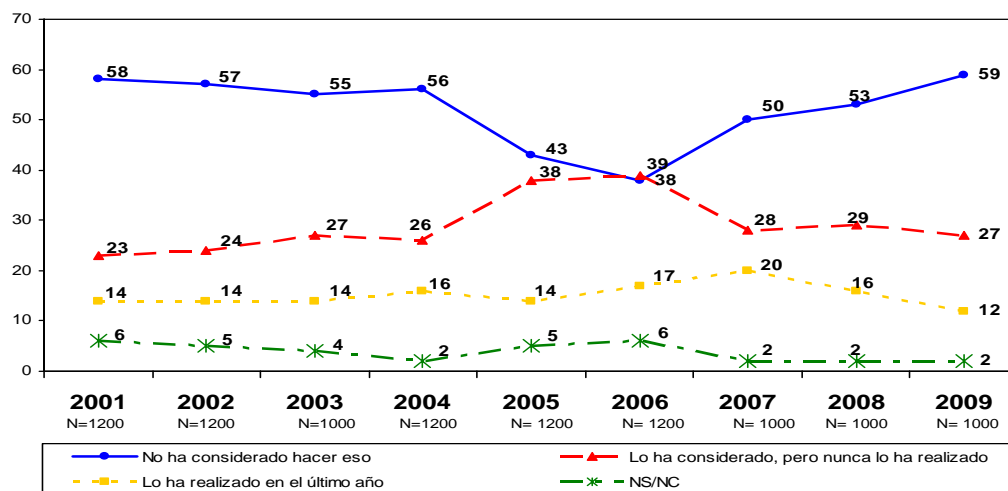
¿Ha castigado alguna empresa por no ser socialmente responsable?

Durante 2 años, entre 2005 y 2007, aumenta de 14% a 20% quienes han castigado a una empresa por no ser socialmente responsable. Esto disminuye, sin embargo, en los 2 últimos años, alcanzando sólo un 12% el 2009.

Por su parte, los activistas latentes, aquellos que han considerado castigar en el último año a una empresa sin llegar a concretarlo, se han reducido desde 38% en el 2006 a 27% en 2009.

El ciclo económico parece tener influencia en este indicador, ya que los chilenos castigan más a las empresas en el momento de más crecimiento económico, al final del sexenio -año 2007- en el cual el país creció sostenidamente. Al mismo tiempo parecen tener menos emprendimiento en castigar en momentos de crisis como ahora. Hay entonces una correlación directa entre esta actitud y el ciclo económico.

¿HA CASTIGADO ALGUNA EMPRESA POR NO SER SOCIALMENTE RESPONSABLE?



P. ¿Durante el último año, ha considerado castigar a la compañía que usted observa que no es socialmente responsable, por medio del rechazo de sus productos o criticándola en frente de otros? ¿Diría que...?

FUENTE MORI CHILE / CSR 2009

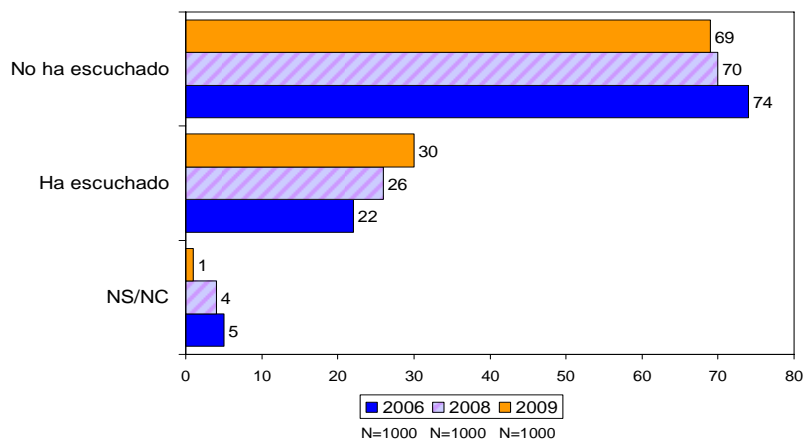
MORI - CSR

CONOCIMIENTO SOBRE EL DESEMPEÑO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL DE LAS COMPAÑÍAS.

Los consumidores observan una creciente difusión por parte de las empresas de su desempeño social y medioambiental, quienes han escuchado pasan de 22% en 2006 a 30% en 2009.

Este indicador muestra también que las personas cada vez están más atentas a este tipo de información.

¿HA ESCUCHADO O LEÍDO SOBRE COMPAÑÍAS QUE HAN MEJORADO SU DESEMPEÑO SOCIAL, CON LA COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE?



P. Durante el último año, ¿Cuánto ha escuchado o leído usted de compañías que se han esforzado por mejorar su desempeño en el ámbito social y en el medio ambiente, y en dar algo a cambio a la comunidad? ¿Ha escuchado o leído...? *Aquí "Ha escuchado suma "Mucho" y "Algo"; "No ha escuchado suma "Poco" y "Nada".

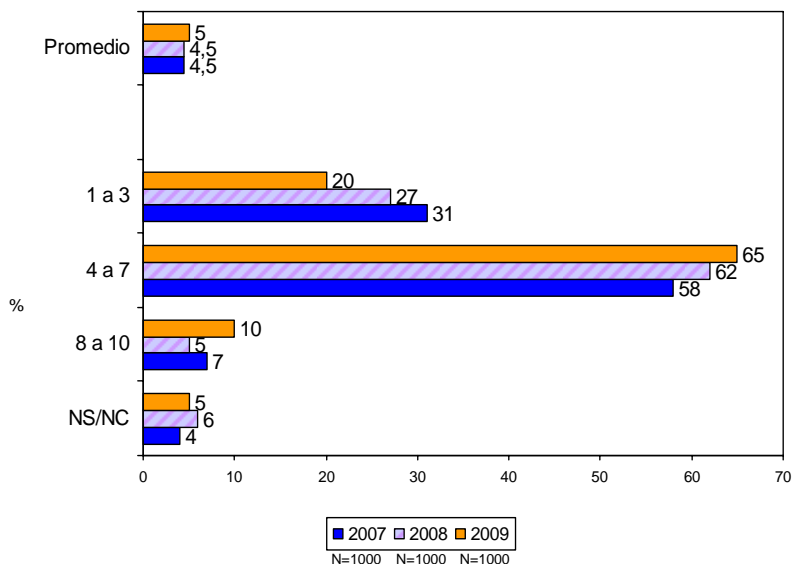
FUENTE MORI CHILE / CSR 2009

MORI - CSR

EL DESEMPEÑO SOCIAL DE LAS EMPRESAS.

Aumenta la percepción de que las empresas cumplen con su responsabilidad social entre el año 2007 y 2009 de 4,5 a 5,0 puntos promedio en una escala de 1 a 10, donde 1 es "ninguna" y 10 es "todas" cumplen con su responsabilidad social.

CUÁNTO CUMPLEN SU RESPONSABILIDAD SOCIAL LAS EMPRESAS EN CHILE



P. En una escala de 1 a 10, donde 1 es "ninguna" y 10 es "todas", del total de empresas que hay en Chile hoy ¿cuántas cree Ud. que cumplen con su responsabilidad social?

FUENTE MORI CHILE / CSR 2009

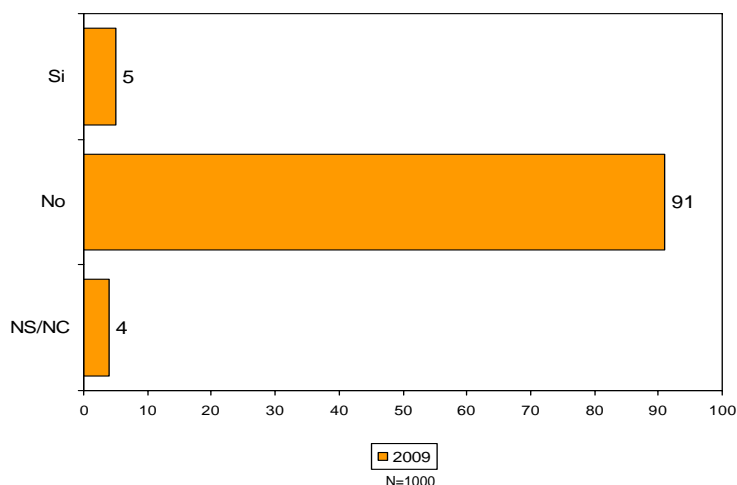
MORI - CSR

TRATO A EJECUTIVOS Y TRABAJADORES

Al mismo tiempo hay unanimidad (91%) respecto al hecho de que en las empresas chilenas no se trata igual a ejecutivos y trabajadores. Solo 5% piensa que hay igualdad de trato.

El tema del trato a los empleados es el eje central de la responsabilidad social corporativa según la población general, este dato muestra todo lo que aún se requiere avanzar para desmantelar esta percepción de desigualdad en el trato a los trabajadores respecto de los ejecutivos.

EN CHILE EN LAS EMPRESAS SE TRATA DE IGUAL FORMA A EJECUTIVOS Y TRABAJADORES



P. Según su opinión ¿en Chile se trata en las empresas de igual forma a ejecutivos y trabajadores?
FUENTE MORI CHILE / CSR 2009

MORI - CSR

CONCLUSIÓN

El noveno Monitor de Responsabilidad Social Corporativa MORI 2001-2009, es el más extenso en el tiempo que se ha realizado en Chile y el único en el país donde existen datos para comparar con otros países de la región y del mundo. A través de los años vemos como la temática estudiada presenta avances, si bien algunos a paso lento.

Codelco, Líder y Coca Cola se instalan en estos nueve años como las compañías Chilenas más responsables, compitiendo por el primer lugar.

El caso de Codelco es especialmente interesante porque es castigado en los años de las vacas gordas, cuando el precio del Cobre estaba muy alto, y recupera su buena reputación ahora que

entramos en los años de las vacas flacas. Hay una relación inversa con el ciclo económico para el caso de Codelco. Esto se debe probablemente al reconocimiento de que ahora se están gastando los dineros obtenidos de ese alto precio.

Por otra parte después de nueve años se puede decir que la lista de los TOP TEN, está bastante consolidada, año a año se observa poca movilidad en el ingreso o salida de compañías, la mayoría permanece constante. Este año las diez compañías son: Codelco, Líder, Coca Cola, Laboratorio Chile, Soprole, Nestlé, Escondida, Falabella, ACHS y Metro.

Por otra parte en esta medición 2009 que se efectúa en tiempos de crisis económica, se puede comparar con el boom de los años anteriores, llegando a la conclusión de que la actitud de responsabilidad social está relacionada con los ciclos económicos. Mientras más próspero es el bolsillo de los chilenos, más dispuestos están a castigar y castigan a los que perciben como menos responsables.

Es el crecimiento lo que hace aumentar la demanda de responsabilidad social.

Al mismo tiempo este estudio presenta un dato preocupante respecto de la enorme brecha de trato para ejecutivos y trabajadores que percibe la gente. Siendo el tema trato a trabajadores, el más importante en el concepto de RSE.