

MORI

INFORME DE PRENSA

**ENCUESTA MORI
MONITOR DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL CORPORATIVA**

**Corporate Social Responsibility
Monitor CSR 2006**

Marzo 2006

ENCUESTA MORI
MONITOR DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
Corporate Social Responsibility Monitor
La Empresa Socialmente más Responsable.

La encuesta **MORI “MONITOR DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA” “Corporate Social Responsibility Monitor”**, se realiza en Chile desde el año 2001, por sexta vez en el año 2006 bajo la coordinación de la empresa Globescan (Canadá) en más de 30 países del mundo y entrega información sobre la globalización, el Estado, las empresas y su responsabilidad social corporativa.

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, en PNUD, Banco Mundial y otros como fotografía del desarrollo y evolución de estos temas.

Se compara a Chile con otros 32 países donde fue aplicado el estudio:

América del Norte: USA y Canadá

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

Europa: Alemania, Finlandia, Francia, Gran Bretaña, Italia, Polonia y Suiza

Asia: Arabia Saudita, China, Corea del Sur, Filipinas, India, Indonesia, Japón, Rusia y Turquía

África: Egipto, Kenia, Nigeria y Sudáfrica

Oceanía: Australia

Se trata de muestras de 800 casos y más, en todos los países, representativas de las poblaciones nacionales o urbanas mayores de edad en cada país. En Indonesia es una muestra que representa grandes ciudades. La encuesta se aplicó entre octubre de 2005 y enero de 2006.

FICHA TÉCNICA: En Chile se aplicaron 1.200 casos, representando a mayores de 18 años de ambos sexos, residentes en ciudades de más de 40.000 habitantes desde la I a la X región del país. La muestra tiene un nivel de representatividad del 70%. El trabajo de campo fue realizado en enero de 2006.

RANKING DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Se hacen tres preguntas sobre cuál es la compañía con mayor responsabilidad social corporativa. Cada una de estas preguntas entrega un ranking de compañías que aquí se presentan.

I.- RANKING INTERNACIONAL: El público juzga la responsabilidad de las compañías multinacionales y grandes compañías nacionales.

II.- RANKING CHILENO: El público juzga la responsabilidad de las compañías chilenas

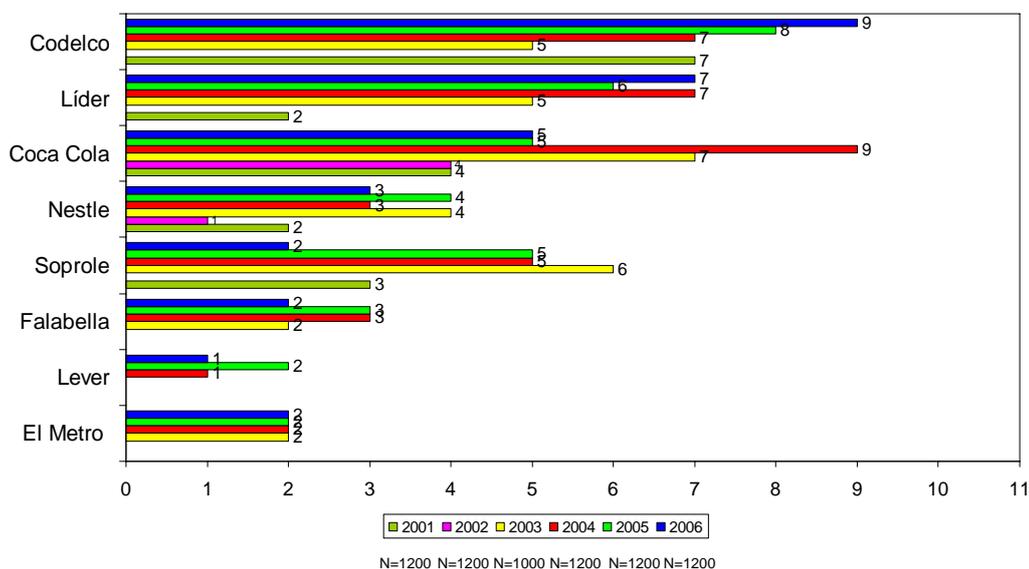
A.-ESPONTÁNEO

B.-RANKING CON LISTA

I. RANKING INTERNACIONAL:

La compañía grande socialmente más responsable 2006: Los datos para Chile en el año 2006 ubican a Codelco en primer lugar, con un 9% de menciones espontáneas. En segundo lugar se ubica Líder con 7%, en tercer lugar Coca Cola con un 5%.

GRANDES COMPAÑÍAS SOCIALMENTE RESPONSABLES I (PREGUNTA ABIERTA) 2001 - 2006



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 2006

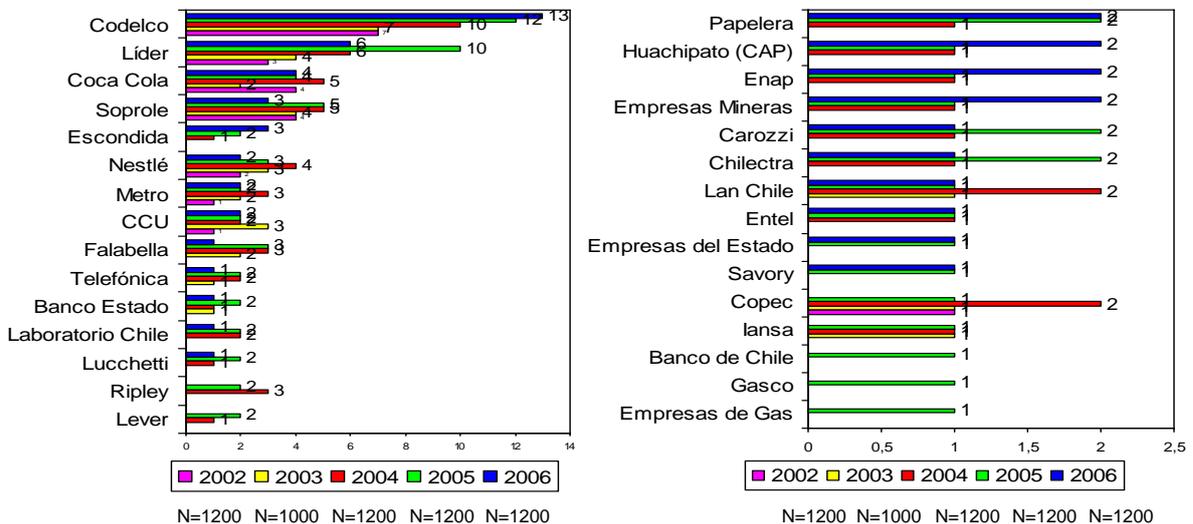
MORI - CSR

II. RANKING CHILENO:

A.-Ranking Espontáneo sin lista: La empresa chilena más responsable.

La compañía chilena socialmente más responsable 2006: Pregunta abierta. En la segunda pregunta abierta realizada, ¿Y cuáles son las empresas chilenas que cumplen con su responsabilidad social corporativa?, Codelco obtiene el primer lugar con un 13%, el segundo lugar lo obtiene Líder con un 6%, y el tercer lugar lo obtiene Coca Cola con 4%. Posteriormente se ubica Soprole con 3%.

COMPAÑÍAS CHILENAS SOCIALMENTE RESPONSABLES (PREGUNTA ABIERTA) 2002 - 2006



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".

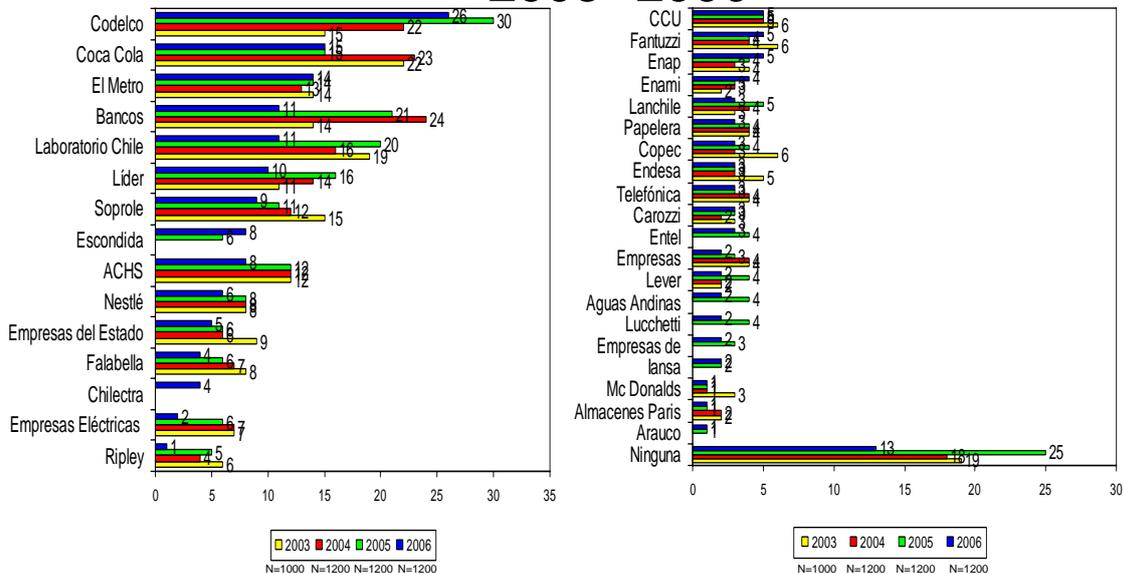
FUENTE: MORI CHILE/ CSR 2006

MORI - CSR

B.- Ranking con lista: La empresa chilena más responsable.

La empresa chilena socialmente más responsable: Pregunta cerrada. En la tercera pregunta: De la siguiente lista, ¿Cuál es la empresa chilena que Ud. considera como más responsable socialmente? En primer lugar está Codelco con 26%, la segunda empresa es Coca Cola con 15% y la tercera es Metro con 14%.

COMPAÑÍA CHILENA SOCIALMENTE RESPONSABLE (PREGUNTA CERRADA) 2003 - 2006



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 "Otra", "No sabe/No Contesta".
 FUENTE: MORI CHILE/ CSR 2006

MORI - CSR

LAS TOP TEN 2001 - 2006

Los ranking se diferencian por una parte por la categoría de las empresas, no es lo mismo una empresa "chilena" que una "gran compañía" internacional, una multinacional, y luego se diferencian por su capacidad de estar presentes en la mente de las personas cuando se les pregunta espontáneamente, o por medio de una lista.

A lo largo de los años medidos se observa cada día más consistencia entre los ranking, apareciendo en las dos preguntas abiertas las mismas compañías con un leve cambio en el orden. Es interesante que en el ranking internacional aparezcan grandes compañías chilenas como Codelco y Líder, seguidas de dos internacionales, Coca Cola y Nestlé. En el ranking chileno Soprole sube un peldaño, dejando a Nestlé en sexto lugar. Esto indica un muy buen conocimiento del público de las características de éstas dos compañías que compiten en muchos de sus productos.

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

RANKING DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA 2001 - 2006

Compañía más Responsable	Compañía Grande (Pregunta Abierta)						Compañía Chilena (Pregunta Abierta)					Compañía Chilena (Pregunta Cerrada)			
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2002	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Codecco	7	-	5	7	8	9	7	7	10	12	13	15	22	30	26
Coca Cola	4	4	7	9	5	5	4	2	5	4	4	22	23	15	15
El Metro	-	-	2	2	2	2	0,5	2	3	2	2	14	13	14	14
Bancos	-	-	-	3	1	2	2	2	2	4	1	14	24	21	11
Laboratorio Chile	-	-	1	-	1	1	0,3	-	2	2	1	19	16	20	11
Líder	2	-	5	7	6	7	3	4	6	10	6	11	14	16	10
Soprole	3	-	6	5	5	2	4	4	5	5	3	15	12	11	9
ACHS	-	-	-	1	0,3	-	-	1	-	0,3	-	12	12	12	8
Escondida	-	-	-	-	1	3	-	-	1	2	3	-	7	6	8
Nestlé	2	1	4	3	4	3	2	3	4	3	2	8	8	8	6

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.

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

P. De la siguiente lista, cuál es la empresa chilena que Ud. considera como más socialmente responsable...?

*Bancos suma las menciones de bancos en general y particular

** Todos los números representan porcentajes (%) en las preguntas respectivas.

N 2001=1200

N 2002=1200

N 2003=1000

N 2004=1200

N 2005=1200

N 2006=1200

MORI - CSR

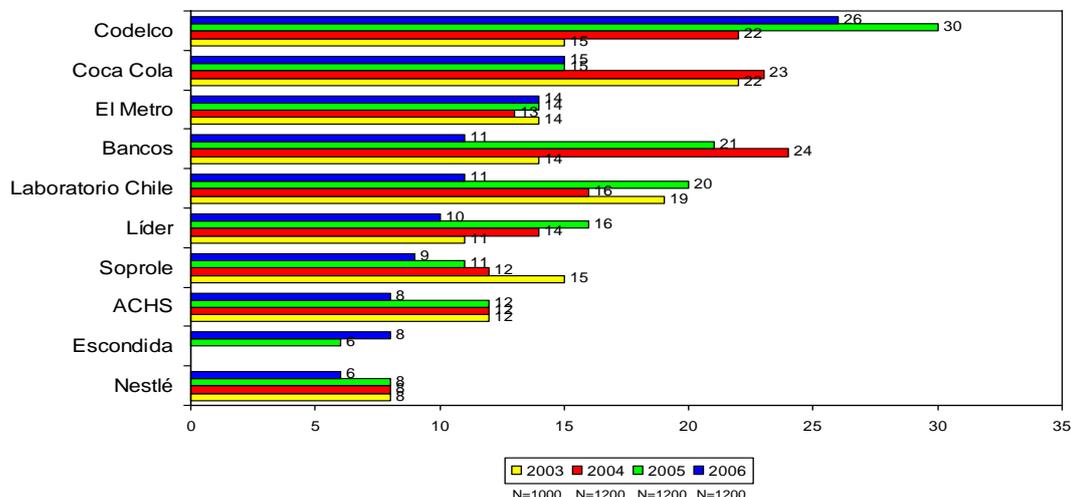
FUENTE: MORI CHILE/ CSR 2006

En la lista cerrada que se le presenta a los encuestados después de las preguntas abiertas cambia el orden, y aparecen otras empresas: Metro, Bancos y Laboratorio Chile antes que Líder que queda en el número 6 del ranking, Soprole queda en el número 7 y Nestlé queda en el número 10 del ranking. Entre las diez primeras se posicionan Asociación Chilena de Seguridad en el lugar 8 y Escondida con el lugar 9. Esta última pregunta permite medir mejor la evolución de la responsabilidad Social Corporativa por compañía, ya que mide todos los años un listado fijo y muestra como hay compañías cuya marca no está espontáneamente en la mente del público, que tiene muy buena imagen de Responsabilidad Social. El reconocimiento al Metro y Escondida denota un claro contenido respecto de la importancia del impacto de la acción de esas compañías en el público con el cuál interactúa.

Confección de la lista: La lista 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 año a año aunque cambien de posición según el año.

Los Bancos: Los bancos individualmente no se pueden comparar porque la tasa de bancarización es pequeña, por lo que se suman todas las menciones de todos los bancos y se presentan todos juntos. Ellos muestran un buen posicionamiento, muy probablemente en la labor que desempeñan en producir acceso a crédito cada día a más chilenos.

LAS TOP TEN DEL 2006 (PREGUNTA CERRADA)



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 "Otra", "No sabe/No Contesta".
 FUENTE: MORI CHILE/ CSR 2006

MORI - CSR

Cambios en el ranking en esta media década han sido significativos (2001-2006). Las compañías chilenas alcanzan de manera creciente más menciones, y empiezan a aparecer muy bien posicionadas entre las multinacionales, alcanzando en 2006 mejor evaluación que ellas.

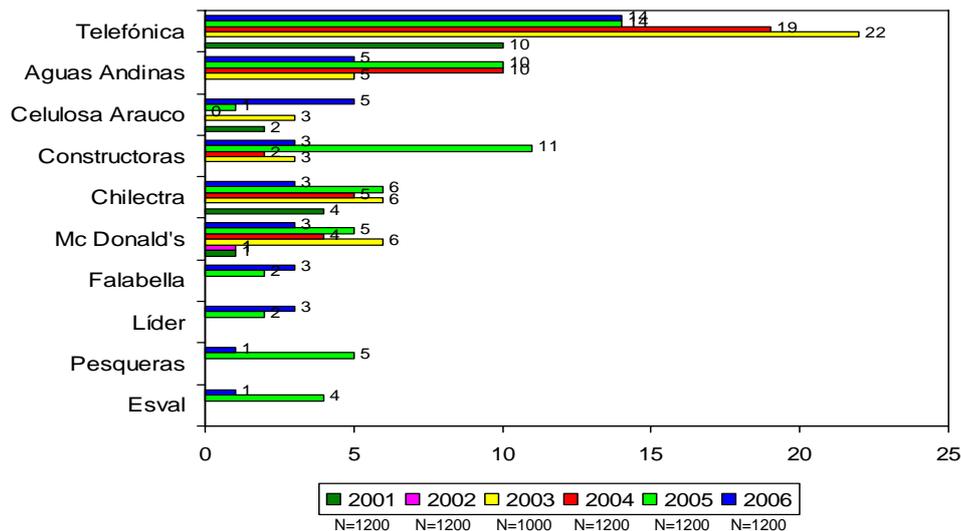
La Responsabilidad Social Corporativa se ha ido consolidando entre los consumidores, que juzgan el mercado de manera creciente, con un aumento de empresas chilenas mencionadas. Los datos del estudio demuestran de manera creciente como el público observa con atención la acción de las compañías en estos aspectos.

LAS EMPRESAS NO RESPONSABLES SOCIALMENTE- RANKING ESPONTÁNEO –

Grandes compañías socialmente no responsables: Ante la pregunta sobre cuál es la gran compañía no responsable socialmente un 14% elige a Telefónica con el mismo porcentaje que el año pasado. Un 5% elige a Aguas Andinas y Celulosa Arauco. En cuarto lugar, con un 3% se encuentran las “constructoras, Chilectra, Mc Donald’s, Falabella y Líder.

Las empresas se ven castigadas por escándalos, accidentes, errores, que salen en los medios de comunicación. En segundo lugar, las empresas que han sido privatizadas como Telefónica, Aguas Andinas y Chilectra, acusan el problema particular de cómo se instalaron las privatizaciones de los servicios públicos. Este es un fenómeno que se manifiesta en toda América Latina, principalmente porque las privatizaciones se anunciaron como grandes beneficios que la gente no percibe haber recibido. A partir del 2005, en el Latinobarómetro 2005 se puede apreciar que hay un repunte donde por primera vez las empresas privatizadas de la región empiezan a mejorar la satisfacción con el servicio. Estos datos muestran como en Chile las tres compañías, Telefónica, Aguas Andinas y Chilectra, corroboran esos datos disminuyendo las menciones negativas respecto de los años anteriores. De todo lo anterior se podría deducir que el período de instalación de las privatizaciones esta empezando a concluir, y que las compañías cuentan hoy con un público que las comprende mejor. Por otra parte, las menciones negativas de compañías que también aparecen en la lista de las top ten, muestra como toda compañía tiene positivos y negativos y las oportunidades que esto presenta.

GRANDES COMPAÑÍAS SOCIALMENTE NO RESPONSABLES (PREGUNTA ABIERTA) 2001 - 2006



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 2% 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 2006

MORI -CSR

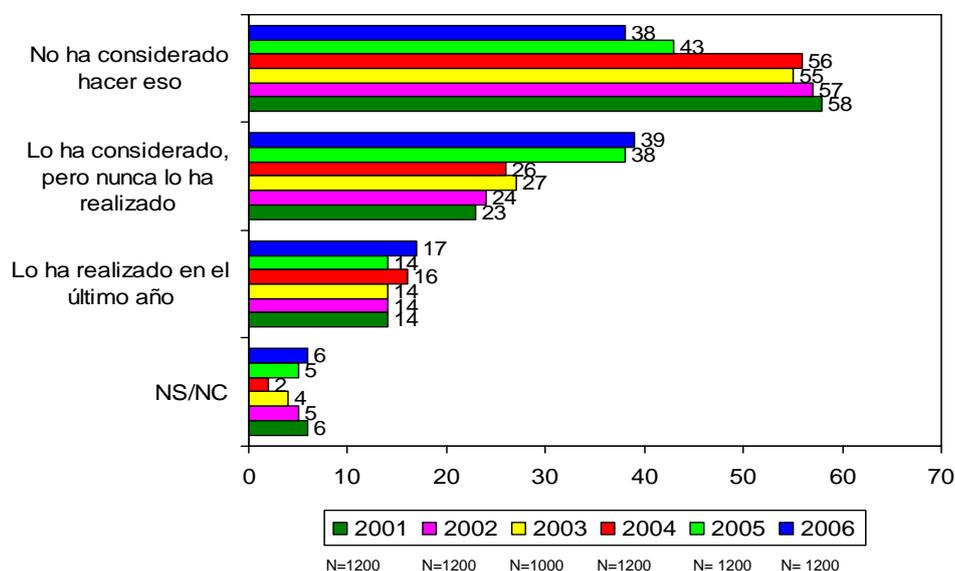
CONSUMIDORES QUE HAN CASTIGADO A UNA EMPRESA POR NO SER SOCIALMENTE RESPONSABLE.

¿Ha castigado alguna empresa por no ser socialmente responsable? Aumenta de 14% en el año 2005 a 17% en el año 2006 la cantidad de personas que dicen haber castigado a una empresa por no ser socialmente responsable.

La cantidad de personas que han castigado a una empresa ha cambiado poco en los 6 años medidos (de 14% a 17%), sin embargo la cantidad de personas *dispuestas* a castigar a una empresa ha aumentado de manera constante de 23% a 39% en el período medido, creciendo significativamente después del 2004 posiblemente por las mejores condiciones económicas del país. Se trata de “consumidores activistas latentes”.

Como en otros ámbitos del cambio cultural que vive Chile, primero cambian las actitudes y luego el comportamiento. Es decir 4 de cada diez consumidores están alertas en este tema, a diferencia de 2 de cada diez hace 6 años. Ese es un buen indicador de la velocidad con que se ha instalado el tema de la Responsabilidad Social Corporativa en el consumidor chileno.

¿HA CASTIGADO ALGUNA EMPRESA POR NO SER SOCIALMENTE RESPONSABLE?



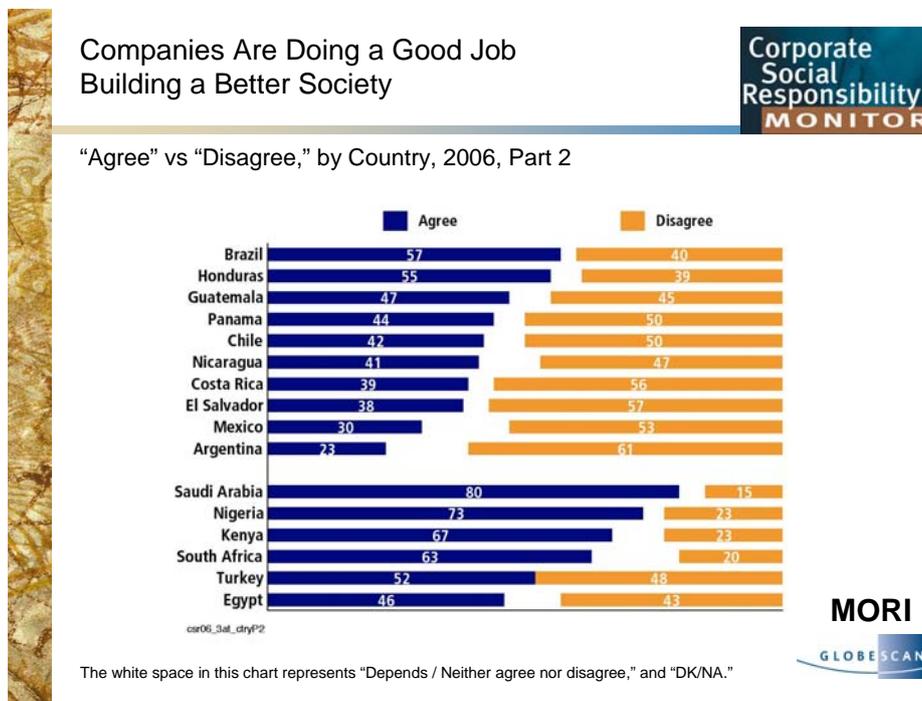
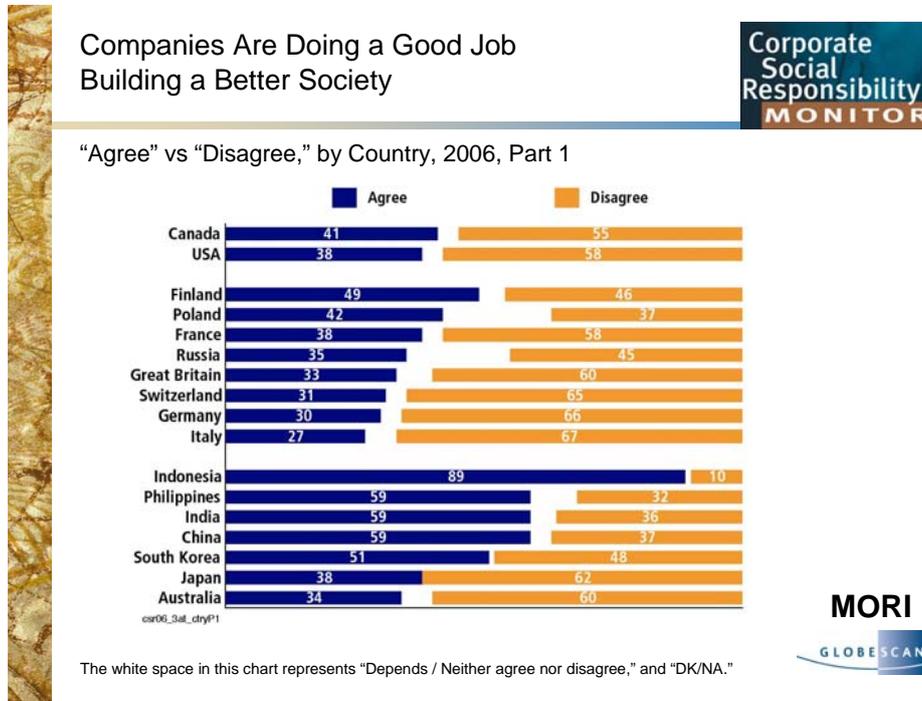
P. ¿Durante el último año, ha considerado castigar a la compañía que usted observa que no es socialmente responsable, por medio del rechazo de sus productos o criticándola en frente de otros? ¿Diría que...?

FUENTE: MORI CHILE/ CSR 2006

MORI - CSR

EL ROL DE LAS COMPAÑÍAS PARA LOS CONSUMIDORES CHILENOS COMPARADO CON 32 PAÍSES DEL MUNDO

¿Están haciendo un buen trabajo en la construcción de una sociedad mejor?



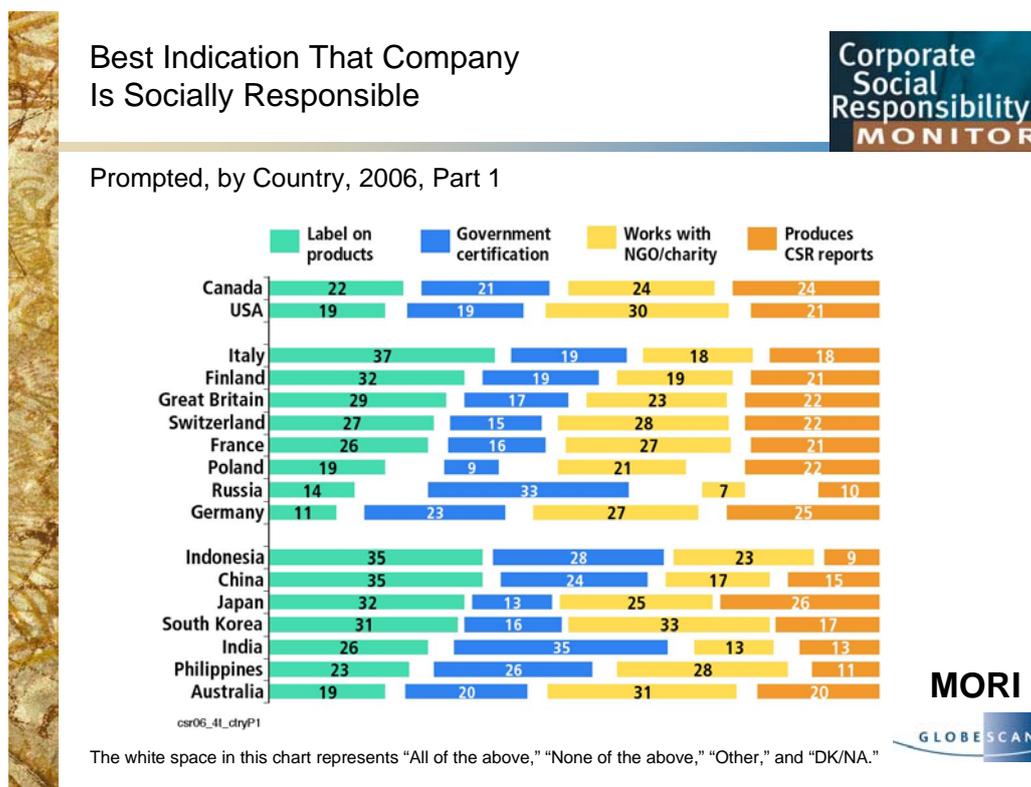
Los chilenos son bastante complacientes, un 42% dice que están haciendo un buen papel, mientras los norteamericanos, por ejemplo, son más críticos (38%) con respecto a las compañías y demandan más. Otros países latinoamericanos son más agradecidos del rol de las compañías: Panamá (44%), Guatemala (47%), Honduras (55%) y Brasil (57%), mientras que los argentinos aparecen como los más críticos en la región, con sólo un 23%.

LA MEJOR INDICACIÓN DE QUE UNA COMPAÑÍA ES SOCIALMENTE RESPONSABLE.

La globalización se concreta en números al observar estos datos. Las respuestas muestran que no es el nivel de desarrollo económico el que explica las diferencias de respuestas entre los países, sino más bien como se ha ido posicionando el tema en cada país.

En el caso chileno, la demanda y atención por reportes de Responsabilidad Social de las compañías (21%) se iguala a la de muchos países desarrollados.

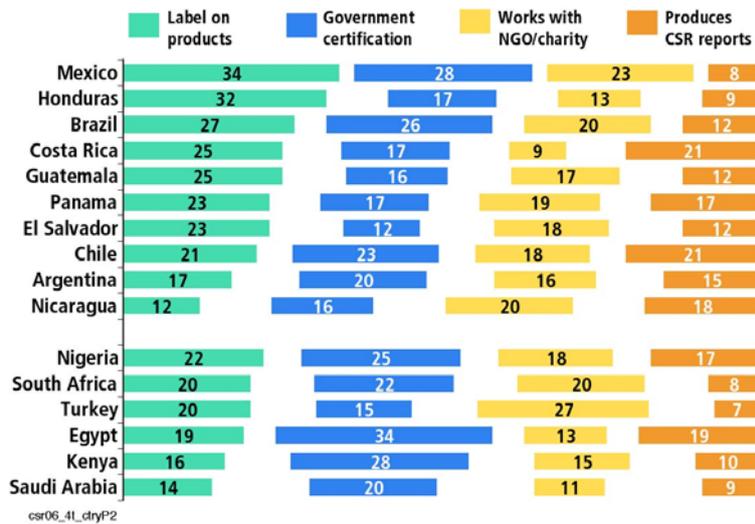
Los Consumidores Chilenos se sitúan en muchos aspectos de este tema al mismo nivel que los países desarrollados, planteando un desafío para las empresas que se desempeñan en el ámbito local.



Best Indication That Company Is Socially Responsible



Prompted, by Country, 2006, Part 2



The white space in this chart represents "All of the above," "None of the above," "Other," and "DK/NA."

MORI



CONCLUSIÓN

Los Consumidores Chilenos están en el tema de la Responsabilidad Social Corporativa comportándose como país desarrollado en varios aspectos, como lo ilustran estos datos comparados internacionales.

Cuatro de cada diez chilenos está dispuesto a castigar a una compañía si no es socialmente responsable, mientras hace seis años eran sólo dos de cada diez. A esa velocidad crece el consenso sobre el rol de responsabilidad social de las compañías en Chile. Por el momento se trata mayoritariamente de actitudes, ya que entre 2001 y 2006 sólo ha aumentado de 14% a 17% los que efectivamente han castigado a una compañía, mientras que ha aumentado de 23% a 39% los que dicen estar considerando hacerlo. Como en muchas otros cambios de nuestra cultura, primero cambian las actitudes y luego el comportamiento. El potencial de activistas latentes, aquellos que están considerando castigar a una compañía alcanza a dos de cada diez consumidores chilenos.

Actuar más allá del bolsillo que se tiene es parte de los rasgos culturales que nos distinguen, en el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa se sigue ese patrón, exigiendo un comportamiento de las empresas como si fuéramos un país desarrollado.