

Estudio RepTrak® Pulse Chile 2017 de Reputation Institute y Triangular Integración Estratégica:

Alimentos y Bebidas son los sectores con mejor reputación en Chile y AFP's e isapres las peor evaluadas

- *Colun es la empresa que lidera el ranking de reputación corporativa, subiendo cinco puestos respecto al año anterior. En el fondo de la tabla se ubican los sectores de Isapres y AFP. Éste último rubro cayó casi siete puntos entre 2016 y 2017, un desplome motivado por caídas en todas las dimensiones evaluadas.*
- *Dentro de las novedades de este año destaca el significativo aumento del sector Farmacias, que si bien continúa obteniendo una reputación calificada como "Débil", fue el sector que más subió respecto a 2016.*
- *El estudio muestra que las tres dimensiones que más valoran los consumidores chilenos a la hora de evaluar la reputación de una empresa son: Productos y servicios de calidad; comportamiento ético y transparente; y compromiso con la comunidad.*

Santiago de Chile, martes 20 de junio de 2017.- La cooperativa agrícola y lechera Colun es la empresa con mejor reputación entre los consumidores chilenos según el estudio RepTrak Pulse Chile 2017, que hoy han dado a conocer sus autores, Reputation Institute -consultora líder a nivel mundial en medición y gestión de la reputación- y la consultora nacional Triangular Integración Estratégica.

La metodología empleada en la realización de este estudio es el modelo RepTrak®, desarrollado por Reputation Institute y aplicado como un estándar de facto para la evaluación y gestión de la reputación corporativa a nivel internacional. El modelo Reptrak® mide el atractivo emocional que despierta una empresa - estima, confianza, admiración y buena impresión- y, al mismo tiempo, evalúa siete dimensiones racionales de su desempeño corporativo para saber en qué grado estas diferentes percepciones impactan positivamente en el negocio y generan comportamientos favorables como, por ejemplo, comprar sus productos, recomendarla a terceros, concederle el beneficio de la duda o trabajar e invertir en ella. Estas siete dimensiones son las siguientes: Resultados Financieros, Integridad, Ciudadanía, Liderazgo, Innovación, Entorno de trabajo y Oferta de Productos y Servicios. Para la realización de este estudio se entrevistaron a casi 5.000 personas, obteniéndose 12.980 valoraciones. En total se han analizado 116 compañías seleccionadas por su relevancia para la economía chilena.

Las diez empresas con mejor reputación en Chile en 2017 son las siguientes:

1. Colun (84,0/100 puntos)
2. Concha y Toro (78,3 puntos)
3. Soprole (77,0 puntos)
4. Nestlé (76,0 puntos)
5. Carozzi (76,0 puntos)
6. Lucchetti (75,4 puntos)
7. Watt's (74,2 puntos)
8. Latam (74,2 puntos)
9. Copec (73,5 puntos)
10. Parque Arauco (72,5 puntos)

Colun es la única empresa del ranking que supera en 2017 la barrera de los 80 puntos RepTrak® Pulse, lo que le confiere un nivel de reputación “Excelente” (el año pasado, ninguna de las diez primeras empresas del ranking alcanzó este nivel). El resto del top ten tienen un nivel de reputación “Fuerte”. Otro dato a destacar es la significativa mejora en la puntuación media de las empresas del top ten, que en 2017 aumenta 3,3 puntos RepTrak® Pulse (76,1 puntos en 2017 frente a 72,8 puntos en 2016).

El estudio de Reputation Institute y Triangular también refleja la fuerte competencia entre las empresas para mantener su puesto en el ranking. De hecho, sólo la mitad del *top ten* de 2016 se mantiene en 2017, del que caen Homecenter-Sodimac (3ª en 2016 y 20ª en 2017), CCU (8ª en 2016 y 14ª en 2017), Falabella (9ª en 2016 y 28ª en 2017) y Lipigas (10ª en 2016 y 23ª en 2017). Por otra parte, se han incorporado al *top ten* de este año las siguientes compañías: Carozzi, Lucchetti, Watt's, Copec y Parque Arauco.

LAS CLAVES PARA UNA BUENA REPUTACIÓN

El estudio RepTrak® Chile 2017 permite identificar cuál es el perfil ideal de la empresa reputada para los entrevistados: aquella que combina productos y servicios de calidad a un justo precio (Oferta), con actitudes éticas y transparentes en sus relaciones con los diferentes grupos de interés (Integridad) y que, además, es un buen ciudadano corporativo comprometido con el desarrollo de la sociedad (Ciudadanía). Estas tres dimensiones son las que construyen el 50% de la reputación de una empresa. Este año, Oferta de productos y servicios es la dimensión más importante con un 18,3%, seguida de Integridad (16,5%) y Ciudadanía (14,8%). El resto de las siete dimensiones tiene un peso específico menor: Entorno de trabajo (12,3%), Liderazgo (12,9%), Innovación (13,3%) y Resultados Financieros (11,9%).

Respecto a las empresas mejor evaluadas en las siete dimensiones, Colún lidera en “Calidad de Productos y Servicios”, “Integridad” y “Ciudadanía”; Concha y Toro lidera “Entorno de trabajo” y “Liderazgo”; Soprole obtiene la mejor calificación en “Innovación” y Coca-Cola destaca en “Resultados Financieros”.

“Cada vez más, la diferenciación y la competitividad de una empresa depende de la buena sintonía que ésta tenga con sus diferentes grupos de interés, y de su capacidad para construir y proteger su reputación”, afirma Mónica Zalaquett, Socia de Triangular Integración Estratégica. “El estudio que hoy hemos dado a conocer muestra que la decisión de compra de los consumidores se explica aproximadamente en un 40% por su percepción del producto que están comprando y en un 60% por su percepción de la empresa que está detrás. Por esta razón resulta tan determinante la conexión emocional de las empresas con sus públicos”, concluye Zalaquett.

De hecho, los datos del estudio confirman la correlación de estas conductas de apoyo hacia las empresas que obtienen una buena percepción. Así, el 70% de los consumidores encuestados en 2017 afirma que compraría los productos de cualquiera de las diez empresas del “top ten”, mientras que solo el 16% lo haría para las diez últimas de este mismo ranking. Esta diferencia porcentual se mantiene en el resto de las actitudes de apoyo analizadas en el estudio (recomendar, hablar positivamente, dar el beneficio de la duda, invertir y trabajar).

LA REPUTACIÓN POR SECTORES

El sector de Bebidas es, con 71,8 puntos RepTrak® Pulse, el que concita las mejores evaluaciones en el estudio de Reputation Institute y Triangular Integración Estratégica. A continuación están Alimentos (69,2 puntos), Aerolíneas (66,4 puntos), Supermercados (63,9 puntos), Retail (61,7 puntos) e Hidrocarburos-Combustibles (61,7 puntos). Todos los sectores mencionados mejoran su puntuación con respecto a 2016, con incrementos que oscilan entre 15 puntos (Supermercados) y 1,5 puntos (Bebidas). En el lado opuesto, los rubros peor valorados son Sector Forestal (44,7 puntos), Isapres (44,4 puntos) y AFP's (42,1).

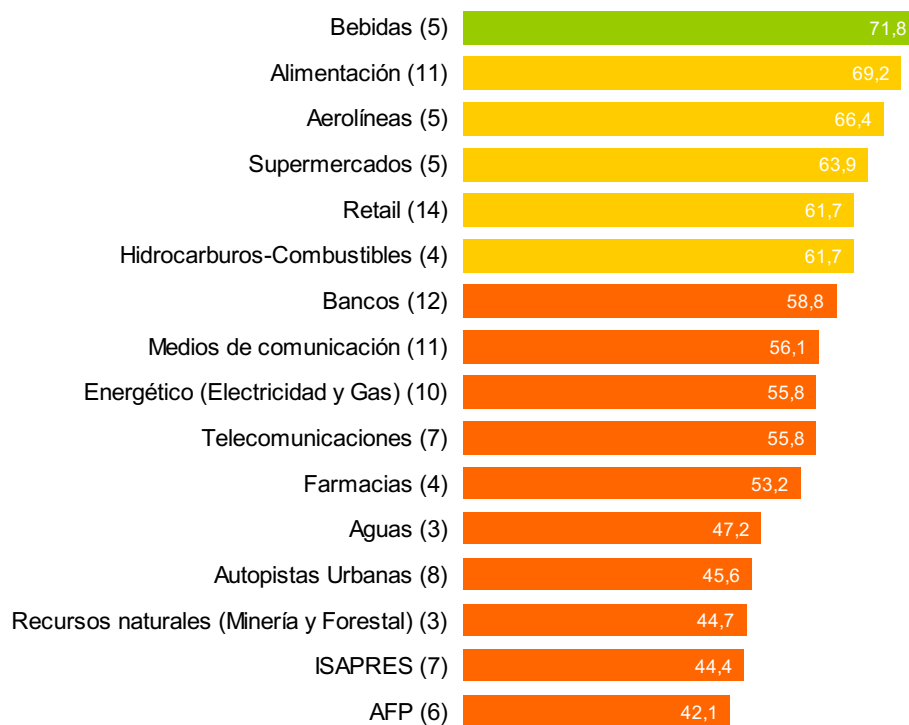
Según comenta Fernando Prado, Socio director de Reputation Institute para España y América Latina, “en Chile se habla mucho de una situación de crisis de confianza que incidiría sobre la reputación de las empresas. No obstante, la media del indicador general de reputación (RepTrak® Pulse) se ha mantenido bastante estable en este país en los últimos años. Lo que sí hemos observado son caídas significativas en la reputación de algunos sectores concretos como, por ejemplo, el de AFP's, Isapres y sector forestal”.

Algunos otros resultados interesantes a destacar del ranking 2017, es el gran aumento en la reputación del sector Farmacias (subió 6,4 puntos con respecto al año anterior), el que según Prado “podría reflejar el inicio de la recuperación de confianza en las empresas del sector tras el caso de colusión”.

Transantiago, la empresa peor evaluada

Un ítem especial que se midió este año fue el sistema de transporte público Transantiago, donde el público chileno encuestado le dio una evaluación lapidaria: fue la empresa que obtuvo el puntaje más bajo del ranking, con una reputación calificada como “Muy débil/Pobre”.

Reputación por sectores en Chile (2017)



Excelente/Superior	> 80
Fuerte/Robusta	70-79
Media/Moderada	60-69
Débil/Vulnerable	40-59
Muy débil/Pobre	< 40

Reputation Institute (RI) es la firma líder global en consultoría y asesoramiento en reputación. RI colabora con muchas de las importantes empresas del mundo, ayudándolas a tomar aquellas decisiones empresariales que generan más confianza en sus stakeholders y, por tanto, contribuyen a construir y proteger más eficientemente su capital reputacional. Su herramienta más conocida es el modelo RepTrak®, utilizado tanto por empresas como instituciones para evaluar y gestionar su reputación. El modelo RepTrak® es aplicado también en todos sus estudios e informes, algunos tan conocidos y de tanta notoriedad mediática como el Global RepTrak® 100, el Country RepTrak® y el City RepTrak®, que analizan la reputación de las cien empresas más globales, de los 56 países con mayor PIB mundial y de las cien ciudades más conocidas del mundo, respectivamente. Más información en: <http://www.reputationinstitute.com/>

Sobre Triangular Integración Estratégica

Triangular Integración Estratégica es una empresa de asesoría que busca apoyar, acompañar y generar valor a distintas empresas a partir de la necesidad real de vinculación con sus stakeholders estratégicos y la comunidad en la que éstas se encuentran insertadas. Conociendo el entorno político, económico y social desarrollan estrategias empresariales para relacionarse con el gobierno, la administración pública, la comunidad local, los líderes de opinión y los demás stakeholders relevantes. Expertos en manejar crisis, estrategias comunicacionales e investigación del mercado logrando que las empresas triunfen en todos los aspectos de su negocio.

Contacto de Prensa

Noelle Beauchemin
(56-2) 2 9580961 | (56-9) 94352094
noelle@triangular-ie.cl