

## RANKING 2011

# Consumidores más exigentes marcan tendencia en Ranking de Reputación Corporativa 2011

Por décimo año consecutivo, **Hill & Knowlton Captiva y La Tercera, junto a Collect GFK**, realizan este estudio, que mide la percepción de los consumidores en Chile. Adidas, seguida de Sodimac, lideró el ranking 2011. Nestlé, en tercer lugar, fue elegida la "mejor de las mejores" en una década.

Texto: **SOLEDAD PEREZ** Infografía: **ARIEL FERNANDEZ**

**L**OS consumidores están empoderados: hoy exigen más a las marcas y servicios que adquieren, buscan crecientemente mejorar su calidad de vida e involucran en ello a las distintas industrias y sus respectivas estrategias de marketing. Esta tendencia, que se ha ido acentuando con los años, se refleja ciento por ciento en la versión 2011 del Ranking de Reputación Corporativa, que anualmente realizan Hill & Knowlton Captiva y La Tercera, junto a Collect GFK, y que es el único en Chile que mide la percepción que las personas tienen de las empresas.

En esta entrega del estudio, de hecho, no sólo éstas disminuyeron su puntaje respecto de años anteriores, sino que, además, el Índice de Reputación alcanzó su nivel más bajo desde que partió la medición, hace ya una década, cuando promedió 744 puntos, en una escala de uno a 1.000. En 2011, ese indicador alcanzó a 643 puntos. "El descenso tiene directa relación con el rol clave del consumidor en la evaluación de las empresas y en cómo esto ha movilizad y sofisticado los mercados", explica Max Cano, director de Areas Corporativas de Hill & Knowlton Captiva.

El ranking abarcó un universo de 4.500 encuestas a consumidores entre 18 y 60 años, quienes evaluaron a 70 empresas de 22 diferentes industrias, en seis áreas relacionadas con desempeño financiero, ambiente laboral, responsabilidad social y productos y servicios de una determinada organización.

En esta ocasión, la muestra se extendió a nivel regional, considerando nueve grandes ciudades de norte a sur, además del Gran Santiago, e incluyó a cuatro nuevos sectores, AFP, laboratorios, asociaciones de seguridad y automóvi-

les. Estos últimos se ubicaron rápidamente entre las marcas de mejor reputación.

Estas no fueron las únicas novedades del estudio. En 2011, en línea con la tendencia a una vida más sana, por primera vez una marca de ropa deportiva, Adidas, se ubicó en el top del ranking de las 50 principales empresas, agrupadas en las categorías de oro, plata y bronce. También se incorporó al listado de las tres mejores la firma de materiales de construcción y mejoramiento del hogar Sodimac (ver páginas 14 y 15), y en tercer lugar estuvo la productora de alimentos Nestlé, multinacional que, asimismo, fue escogida como "la mejor de las mejores", dada su destacada trayectoria a lo largo de 10 años de existencia del ranking (ver nota en página 16).

## 1 Los consumidores

En una década, los consumidores han cambiado y hoy son más conscientes de su poder de mercado. "El consumidor discute y pelea sus derechos en las tiendas o ante las compañías que le prestan servicios; reclama y, si llega el punto, incluso demanda. La misma relación mantiene con el Estado, al cual percibe como otro prestador de servicios", dice Gonzalo Villamar, gerente de Estudios de Collect GFK.

Al mismo tiempo, "han resurgido con fuerza las capas medias y han aparecido otras, como el segmento D, como un actor económico relevante. Por otra parte, ha explotado el consumo de determinados bienes de alto valor, especialmente tecnológicos, y el consumo se ha diversificado mucho, tendencia que las empresas han seguido", agrega el ejecutivo.

Estas tendencias se reflejan en el Índice de Reputación Corporativa. La baja experimentada, según Villamar, no sólo refleja la mayor exigencia de los consumidores

respecto de las empresas. También da cuenta de que, "pese a los buenos indicadores macroeconómicos, el bienestar de los chilenos no ha tenido los cambios positivos que la gente esperaba".

## 2 Novedades de este año

La ampliación de la muestra a regiones significó la entrada de nuevas firmas, como la sanitaria Essbio. "La reputación no se juega sólo en Santiago. Eso es muy potente", afirma Max Cano, porque, entre otras cosas, los efectos negativos o positivos que tienen las acciones de una determinada empresa se reflejan fuera de Santiago. También se agregaron nuevas marcas, como Farmacias del Doctor Simi, en el caso de las cadenas de farmacias. Lo sorprendente, en este caso, es que la firma de capitales mexicanos resultó con la mejor evaluación dentro de su sector y se ubicó en el número 34 del ranking de las 50 mejores.

Nuevamente este año, las marcas de ropa deportiva estuvieron entre las destacadas. ¿La razón? "La promoción de la vida sana pasó de 'ponerse de moda' a una forma de relacionamiento y concordancia de intereses", afirma Cano. Las marcas de esta industria, por su parte, se han apropiado del concepto de vida sana. Y a diferencia de otros sectores, apunta Villamar, "no han sufrido el impacto negativo de ciertos temas de opinión pública, que sí han golpeado a transportes, farmacias, multi-tiendas, alimentos, AFP, mineras y clínicas. Las marcas deportivas están lejos del ojo del huracán de la opinión pública", dice.

## 3 La visión por grupos

En la percepción de los consumidores chilenos, el Desempeño Financiero es, entre seis, la dimensión mejor evaluada, con 713 puntos, y en las antípodas está la categoría de Responsabilidad So-

cial, con 592 puntos. Por grupos socioeconómicos, Nestlé es la firma preferida del ABC1, grupo en el que, además, las marcas de audio, video y TV Samsung y LG aparecen en segundo y tercer puesto.

Distinto es el caso del C2, donde Sony -la segunda mejor evaluada en regiones y que avanzó del noveno hasta el quinto lugar en este ranking- es la marca más destacada, seguida de Adidas y Nike. En este segmento, el Hospital Clínico de la UC aparece como cuarta preferencia.

Para los consumidores del grupo C3, en cambio, la marca de alimentos Carozzi es la número uno, secundada por Sodimac y por Adidas. Esta última, a su vez, es la preferida de la población del segmento D, por los hombres en general -quienes agregan Nike a su top of mind- y por los consumidores entre 19 y 44 años. Para las mujeres, en tanto, las marcas de alimentos Nestlé y Soprole son las preferidas.

A nivel general, "se observa que el grupo más crítico está formado por hombres jóvenes de estrato alto del Gran Santiago, en tanto que el grupo más benévolo son las mujeres de mayor edad, de estrato medio, de la misma zona", considera Villamar.

## 4 Empresas locales

A diferencia de la medición 2010, en esta ocasión no hubo cinco, sino tres estatales en el grupo de las 50 principales empresas del ranking: BancoEstado (que del puesto 14 pasó al 29), Correos de Chile (que bajó del lugar 28 al 37) y Codelco (que subió del número 42 al 38). Salieron de la muestra TVN, debido a que los canales de televisión no se incluyeron, y Metro, la operadora del ferrocarril urbano que en 2008 también quedó fuera, dados los efectos del Transantiago. Dos tercios de las compañías, en tanto, son chilenas. ④

## METODOLOGIA

➤ **EL RANKING** se elaboró sobre la base de 4.500 encuestas telefónicas aplicadas a consumidores entre 18 y 60 años, de los sectores ABC1, C2, C3 y D, entre junio y julio de 2011. El 72% de la muestra corresponde al Gran Santiago y el resto a encuestas tomadas a residentes de Iquique, Antofagasta, Viña del Mar, Valparaíso, Rancagua, Talca, Talcahuano, Concepción y Temuco. En seis dimensiones, se evaluaron 70 empresas, de 22 industrias, y sobre esa base se elaboró el índice en una escala de 0 a 1.000, donde a partir de 500 se considera que una firma tiene buena reputación.

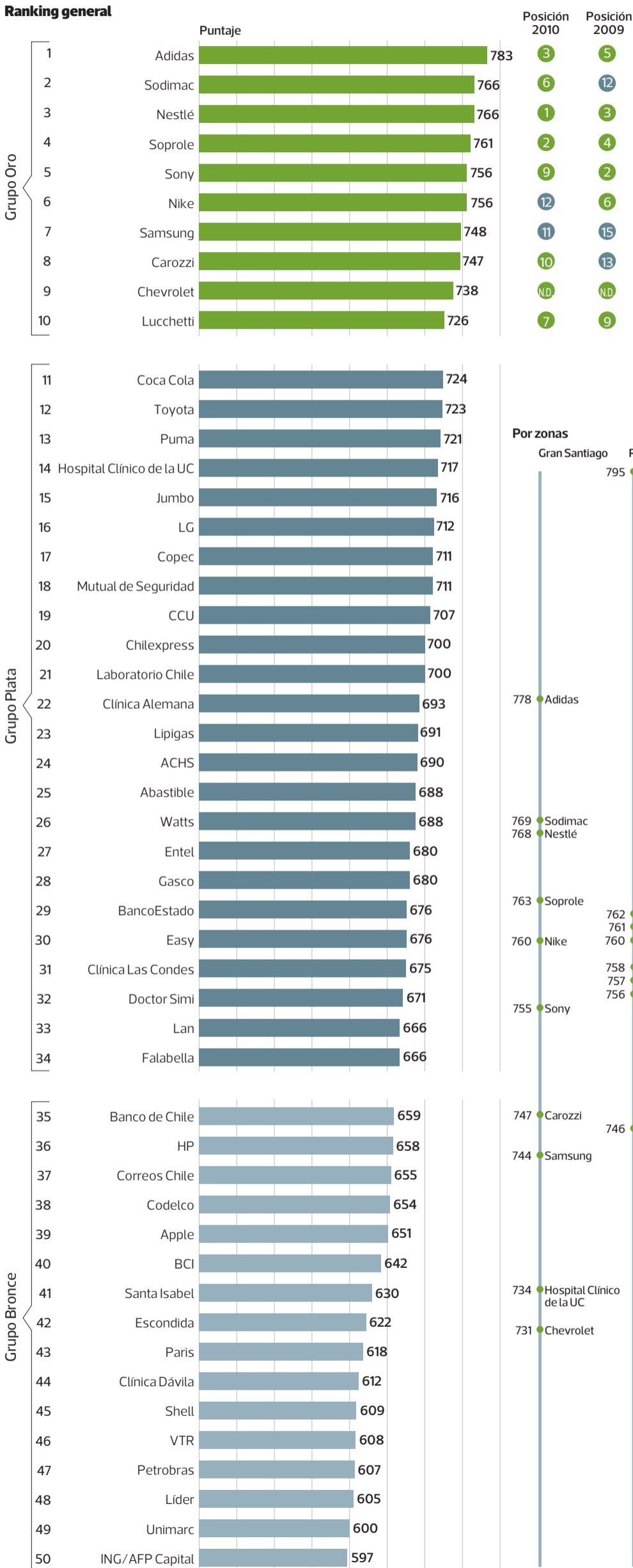
## ENTRAN Y SALEN

➤ **EN LA MEDICION** 2011 se incorporaron las industrias de AFP, laboratorios, asociaciones de seguridad y automóviles. Salieron los canales de televisión y los sectores de consumo masivo, organizaciones sin fines de lucro, manufactureras y muebles y decoración.

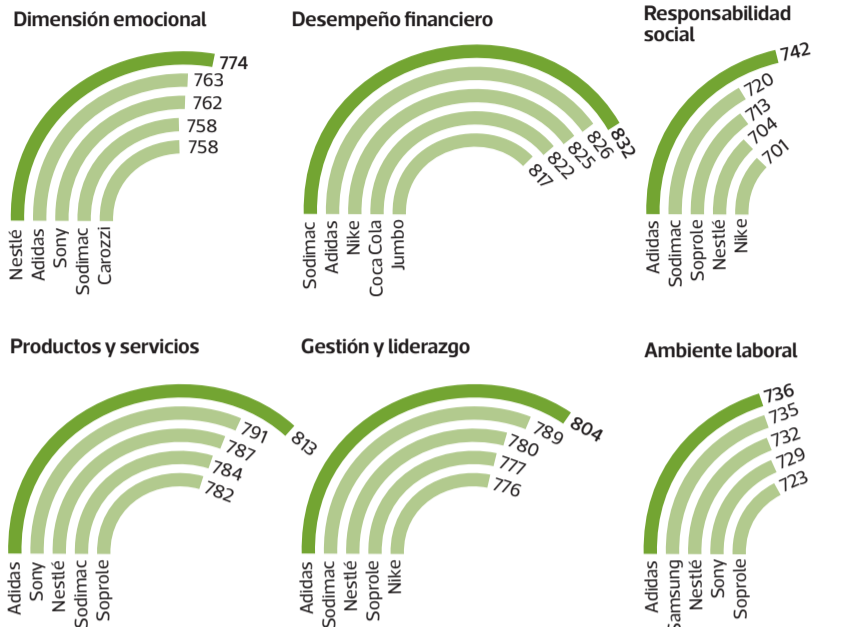
➤ **LAS EMPRESAS** que entraron a la medición fueron Banco Security, Banco Santander, Clínica Alemana, Shell, HP, Farmacias del Doctor Simi, Más Vida, Laboratorio Chile, Minera Collahuasi, Puma, Metlife, Chilectra, Essbio, Unimarc, Mutual de Seguridad, Achs, Chevrolet y Toyota.

# LAS CLAVES DEL RANKING DE REPUTACION CORPORATIVA 2011

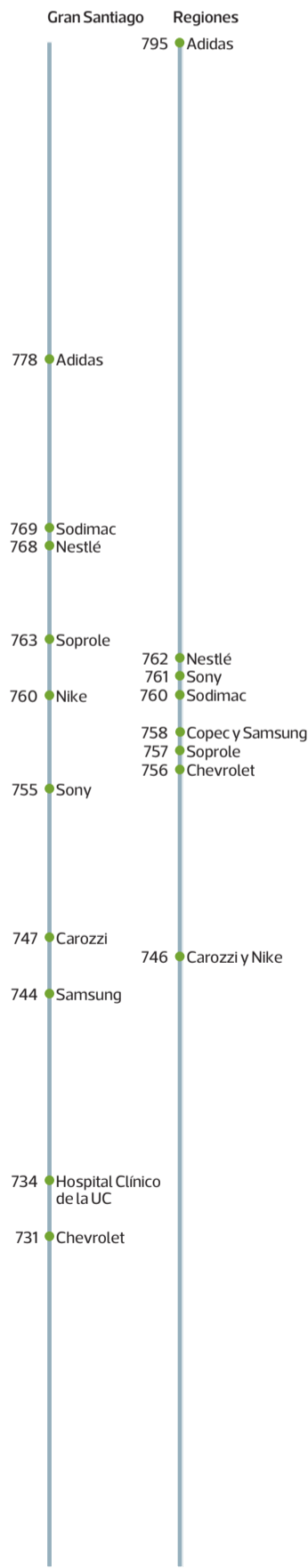
## Ranking general



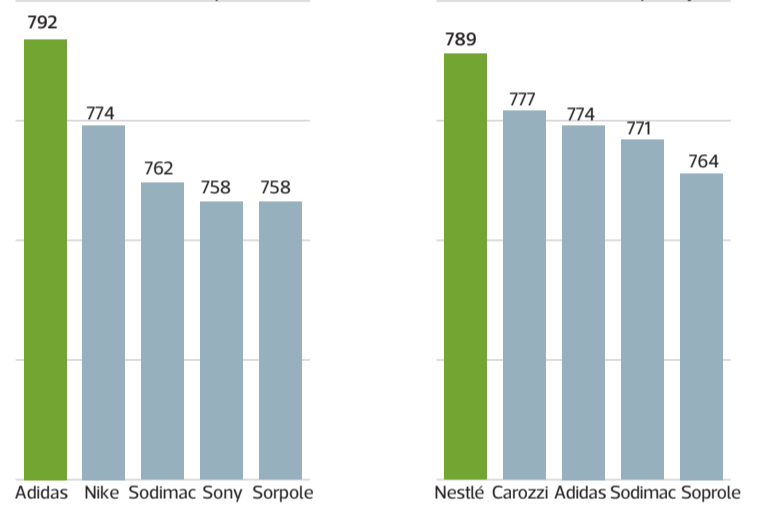
## Dimensiones



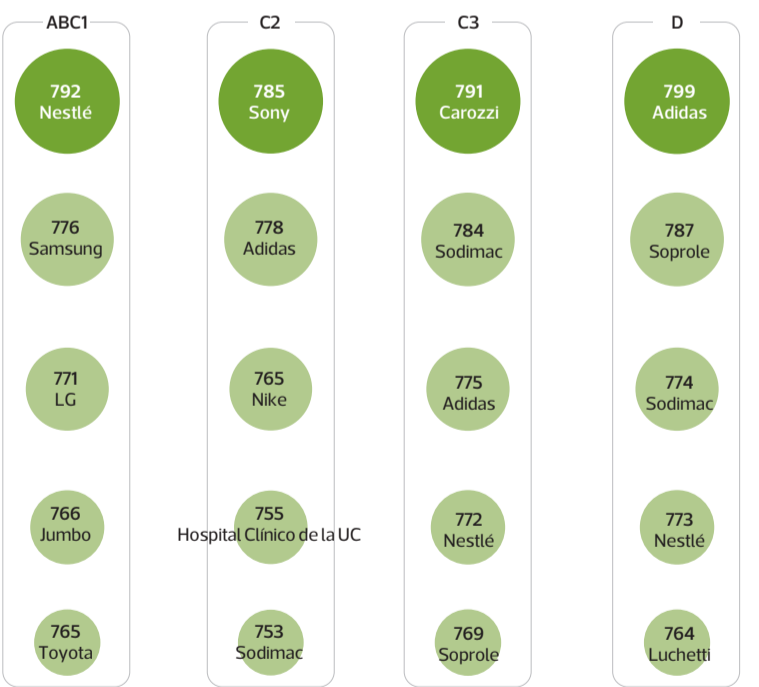
## Por zonas



## Por género



## Por grupo socioeconómico



## Resultados del ranking general a través del tiempo

