



addo  
value  
creando valor sustentable



**UDD**  
Universidad del Desarrollo  
Facultad de Comunicaciones

Características de la muestra

# ¿QUIÉN RESPONDIÓ LA ENCUESTA?



Servicios a Empresas	14,52%
Alimentos y Agroindustria	9,68%
Salud	9,68%
Minería	9,68%
Servicios Básicos	8,06%
Retail	8,06%
Seguridad Social	8,06%
Bancos y Servicios Financieros	8,06%
Generación de Energía	8,06%
Otros	6,45%
Industrial y Construcción	3,23%
Forestal	3,23%
Residuos y Reciclaje	3,23%
Total	100%

81 ejecutivos ligados a las **RSE/Sustentabilidad.**

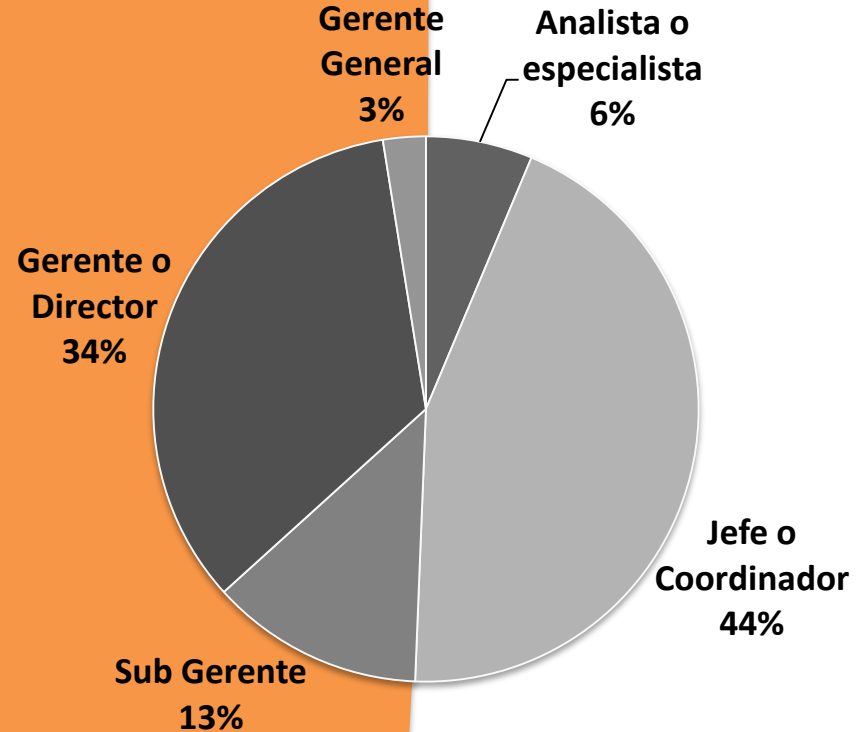
De **62 Grandes Compañías** de la principales industrias del país.

Representadas de **forma proporcionada.**



# 49,4%

de los encuestados  
**son Ejecutivos**  
*(Gerente General, Gerente o  
Director y Sub Gerente)*



El estudio se realizó entre el 08 de Enero y el 04 de Febrero de 2015 vía online.

Se resguarda el anonimato de las Compañías.



Hallazgos y Conclusiones

# ¿QUÉ SABER SOBRE GESTIÓN EN SUSTENTABILIDAD EMPRESARIAL?





# #1

**El mayor valor de la  
RSE/Sustentabilidad  
seguiría siendo  
reputacional**



*By Peter Senge, Director del Centro para el Aprendizaje Organizacional del MIT*





## INNOVACIÓN Y REPOSICIONAMIENTO

CREAR VALOR AL PROMOVER UN CAMBIO CULTURAL DE LOS COLABORADORES E INCORPORAR TECNOLOGÍAS QUE DESAFÍEN LA FORMA EN QUE HACEMOS EL NEGOCIO.

## PATRÓN DE CRECIMIENTO

CREAR VALOR AL FAVORECER UN CRECIMIENTO SUSTENTABLE.

FUTURO

### VALOR SUSTENTABLE



INTERNO

EXTERNO

CREAR VALOR AL REDUCIR COSTOS ASOCIADOS A LA OPERACIÓN Y MITIGAR RIESGOS AMBIENTALES, SOCIALES, REGULATORIOS, LABORALES, DE GOBERNANZA, ETC.

CREAR VALOR AL OPERAR CON MAYOR NIVEL DE TRANSPARENCIA, DANDO RESPUESTA A LA DEMANDA CIUDADANA POR PRÁCTICAS SUSTENTABLES.

PRESENTE

## REDUCCIÓN DE COSTOS Y RIESGOS

## REPUTACIÓN Y LEGITIMIDAD

36%

En un 36% de las empresas de los ejecutivos encuestados, el área de RSE reporta a gerentes generales, **asociado a una visión estratégica.**

46,8%

Mientras en un 46,8% de las compañías, reporta a gerencias relacionadas con la **reputación.**

15%

Solo un 15% de las empresas, el área de RSE está ubicada en gerencias vinculadas **con el cambio cultural.**



INNOVACIÓN Y  
REPOSICIONAMIENTO

PATRÓN DE  
CRECIMIENTO

15%

FUTURO

VALOR SUSTENTABLE



INTERNO

EXTERNO

36%

46,8%

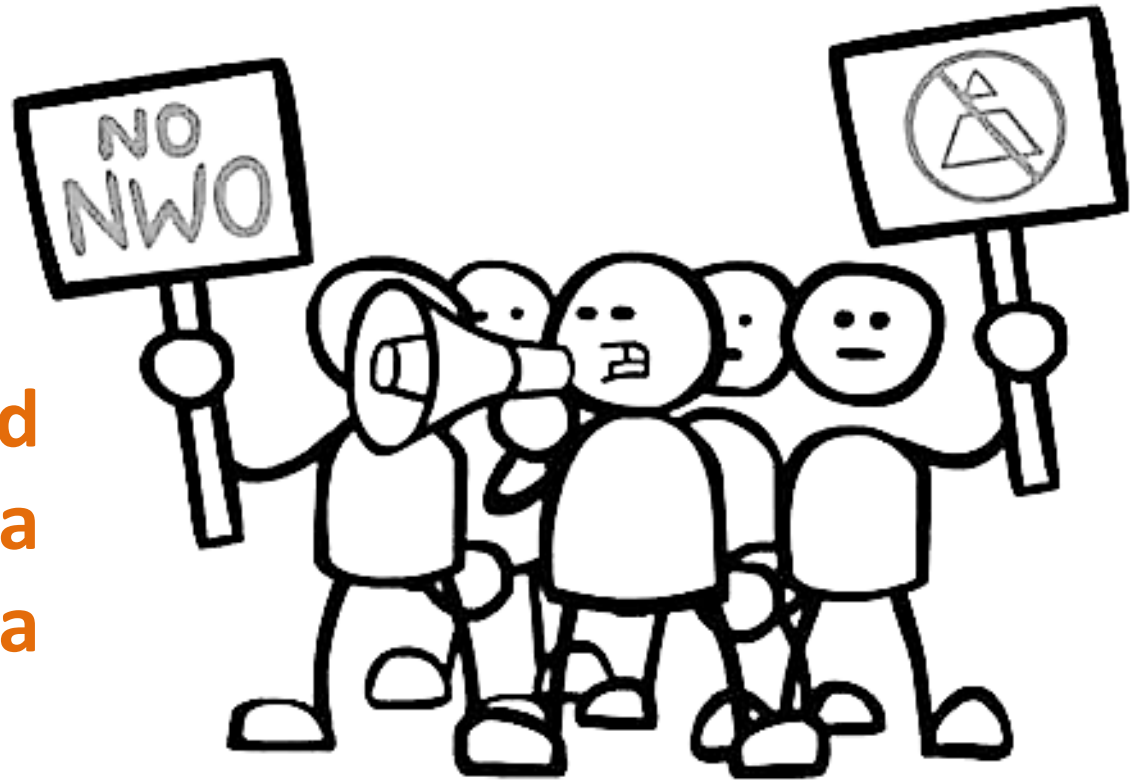
REDUCCIÓN DE  
COSTOS Y RIESGOS

REPUTACIÓN Y  
LEGITIMIDAD

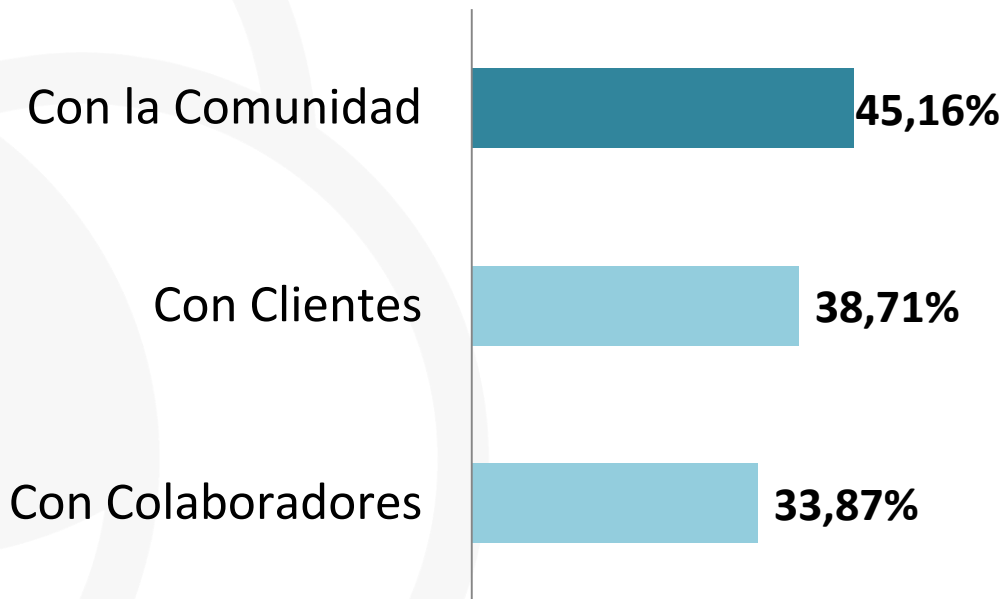
PRESENTE

# #2

La Comunidad  
se tomó la  
agenda



*Pregunta: Pensando en la actualidad, ¿En qué áreas de la RSE/Sustentabilidad se producen los mayores conflictos o desafíos en su Empresa?*



*N= 81 Ejecutivos de 62 empresas*

Para los ejecutivos del **45,16% de las empresas**, la comunidad es un foco de conflicto y/o representa su mayor desafío actual.



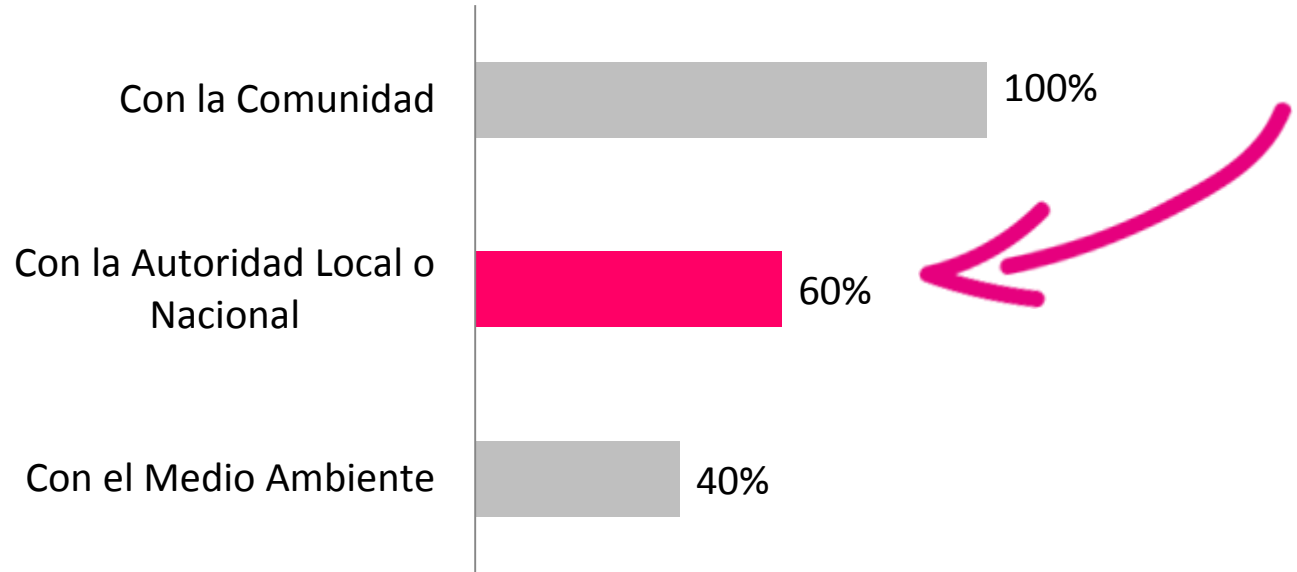
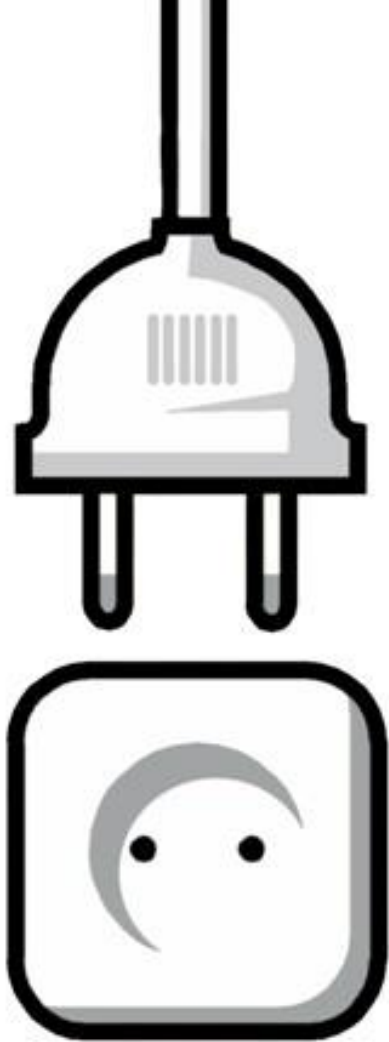
# #3

Hay prioridades  
específicas...



# Para las Generadoras de Energía

*Pensando en la actualidad, ¿En qué áreas de la RSE/Sustentabilidad se producen los mayores conflictos o desafíos en su Empresa?*

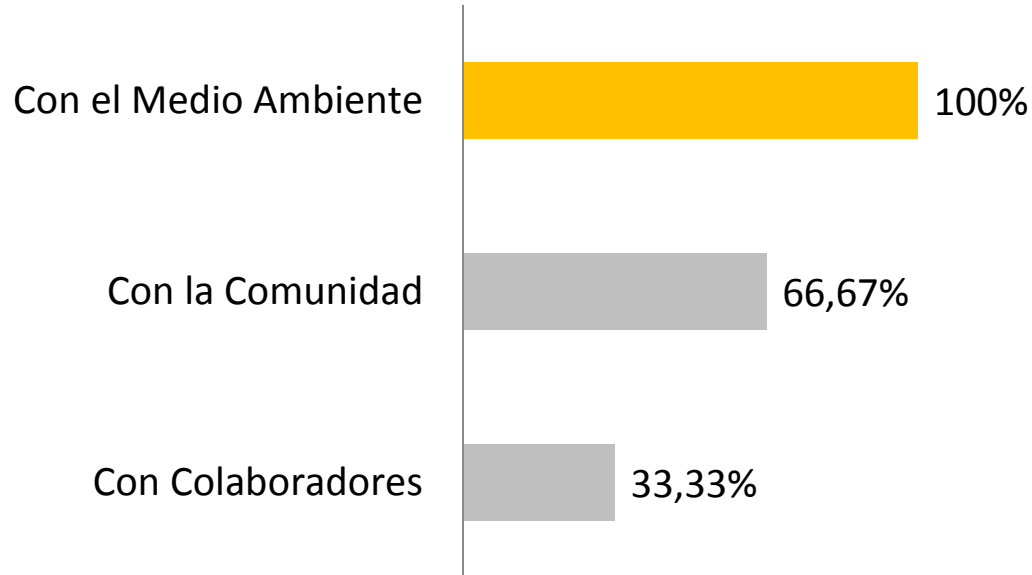


*N= Ejecutivos de 5 Generadora de Energía*



# Industria de la Minería

*Pensando en la actualidad, ¿En qué áreas de la RSE/Sustentabilidad se producen los mayores conflictos o desafíos en su Empresa?*



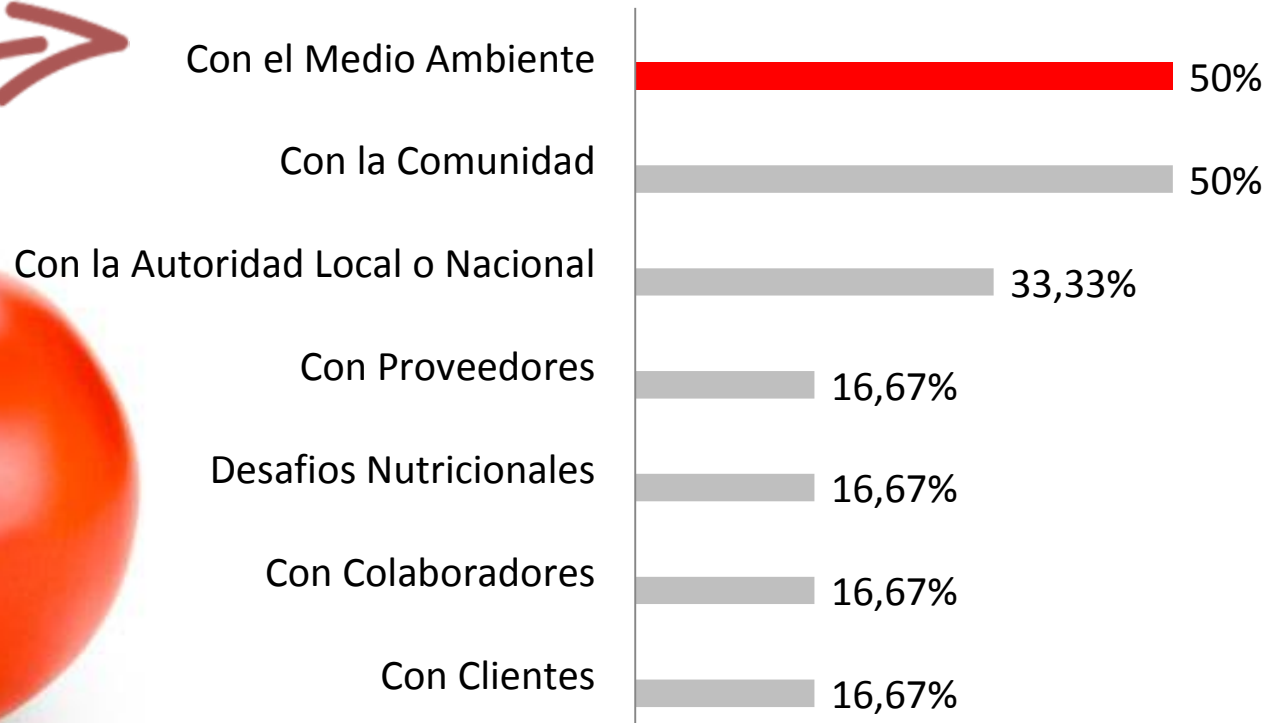
*N= Ejecutivos de 5 Mineras y 1 proveedora de Maquinaria para Minería*





# Para Alimentos y Agroindustria

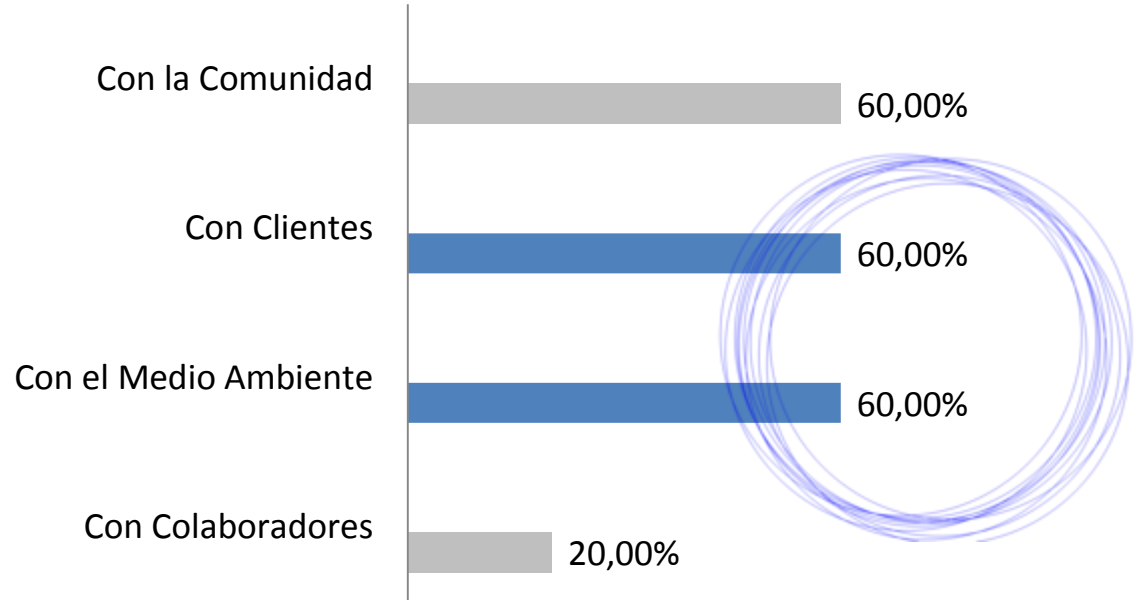
*Pensando en la actualidad, ¿En qué áreas de la RSE/Sustentabilidad se producen los mayores conflictos o desafíos en su Empresa?*



*N= Ejecutivos de 5 Productora de Alimentos y 1 Comercializadora de Alimentos*

# Para Seguridad Social (Cajas de Compensación/Mutuales)

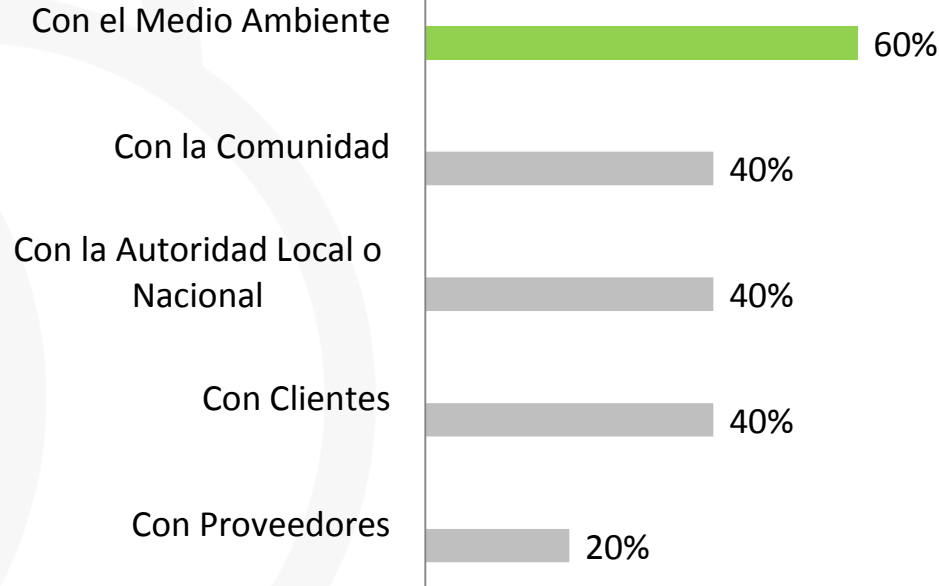
*Pensando en la actualidad, ¿En qué áreas de la RSE/Sustentabilidad se producen los mayores conflictos o desafíos en su Empresa?*



*N= Ejecutivos de 3 Cajas de Compensación y 2 Mutuales*

# Para los Servicios Básicos (Energía/Gas/Otros)

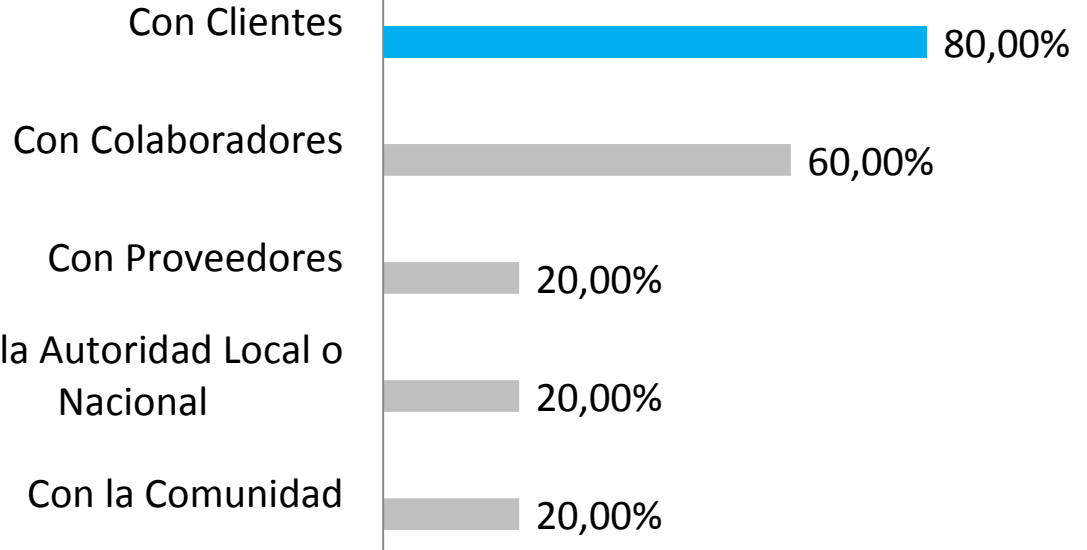
*Pensando en la actualidad, ¿En qué áreas de la RSE/Sustentabilidad se producen los mayores conflictos o desafíos en su Empresa?*



*N= Ejecutivos de 1 Distribuidora de Electricidad, 2 Distribuidora de Gas, 1 Sanitaria, 1 Autopista*



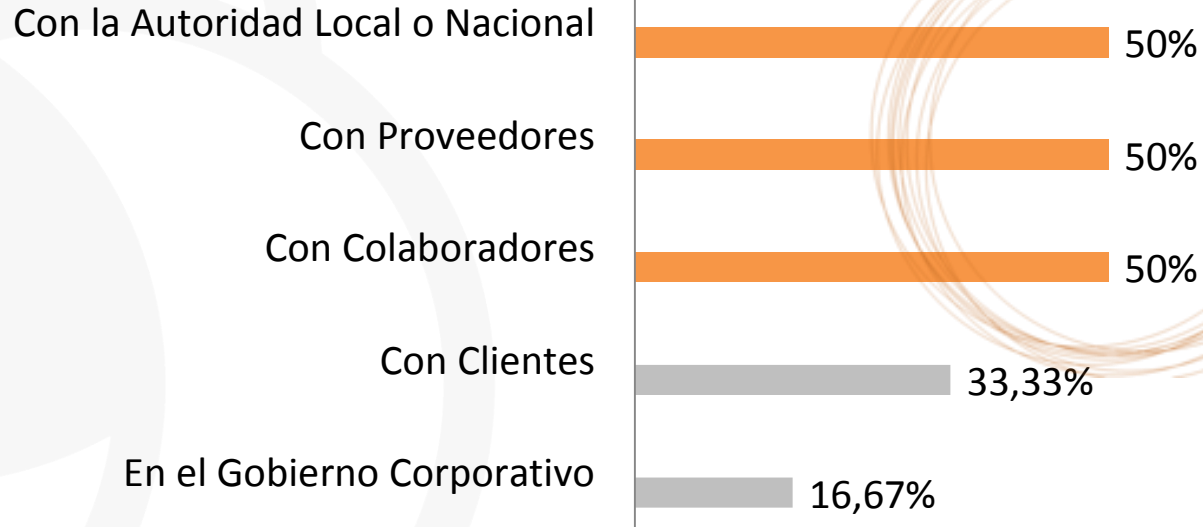
*Pensando en la actualidad, ¿En qué áreas de la RSE/Sustentabilidad se producen los mayores conflictos o desafíos en su Empresa?*



*N= 5 Empresas de Retail*



*Pensando en la actualidad, ¿En qué áreas de la RSE/Sustentabilidad se producen los mayores conflictos o desafíos en su Empresa?*

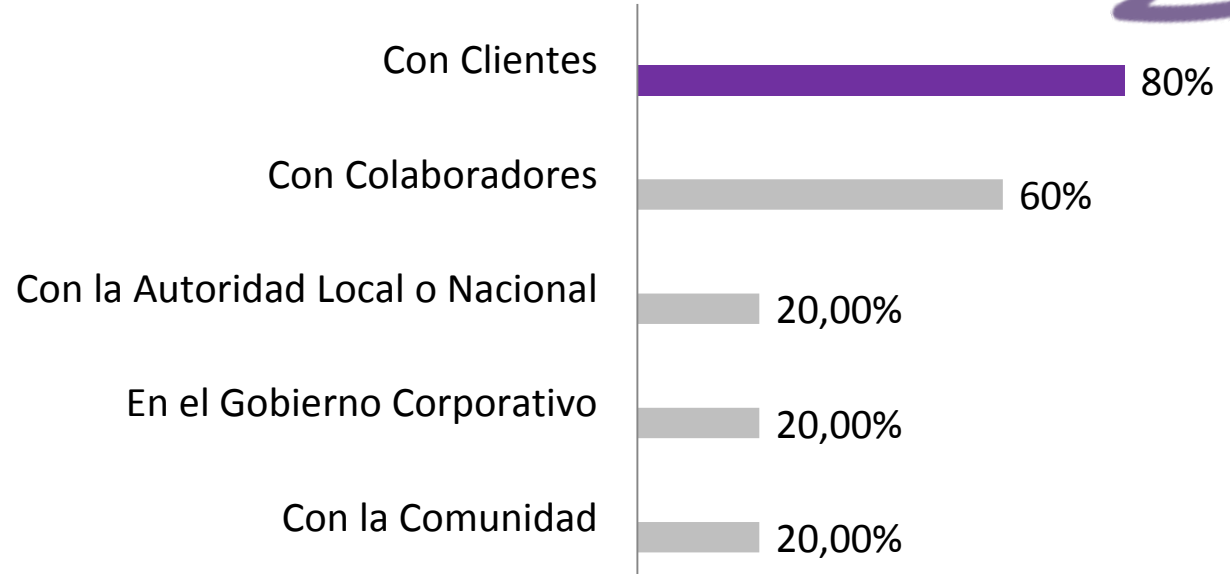


*N= Ejecutivos de 4 Clínicas, 1 Farmacia, 1 Cosméticos*



# Industria de los Bancos y Servicios Financieros

*Pensando en la actualidad, ¿En qué áreas de la RSE/Sustentabilidad se producen los mayores conflictos o desafíos en su Empresa?*



*N= Ejecutivos de 4 Bancos, 1 Servicio Financiero*



# #4

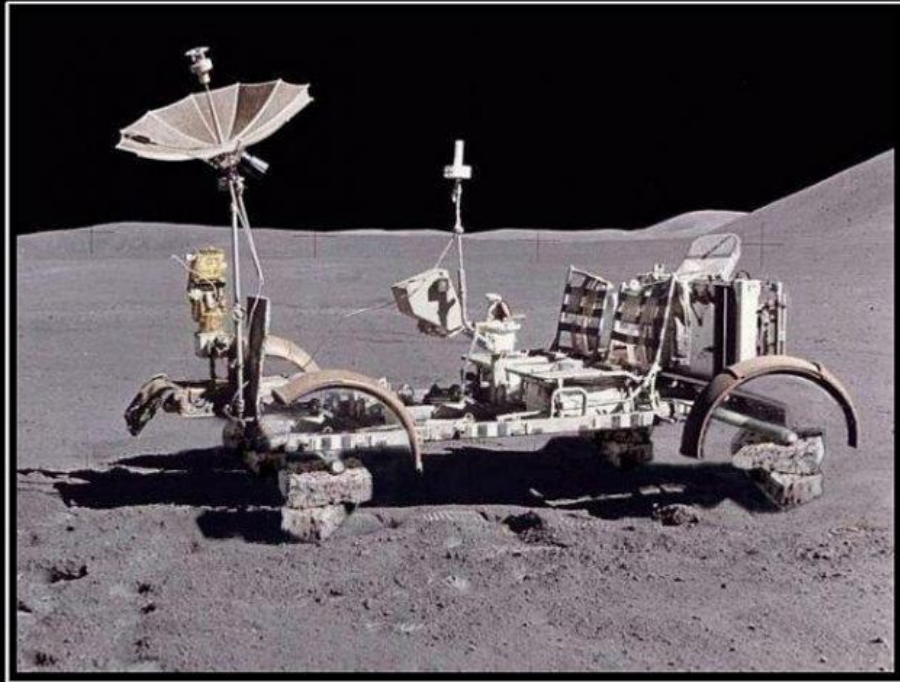
Lo que no están  
viendo los  
ejecutivos...



Solo para el **8,06%** de las empresas existirían desafíos y/o conflictos a nivel de Gobierno Corporativo.







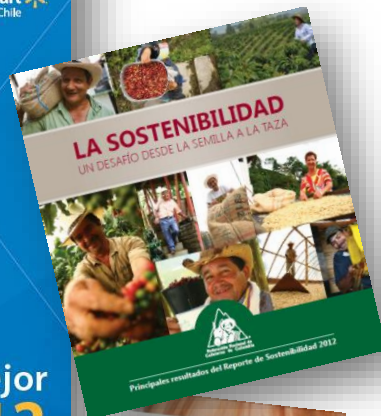
Houston, we have a problem

A pesar de la Agenda a favor de las pymes y proveedores, impulsada por organizaciones promotoras de la RSE y la Sustentabilidad

Solamente para el **16,3%** de las empresas existirían desafíos y/o conflictos a nivel de **Proveedores.**

# #5

Los Reportes de  
Sustentabilidad  
siguen siendo los  
preferidos para  
comunicar la RSE



www.add-value.cl

**UDD**  
Universidad del Desarrollo  
Facultad de Comunicaciones



creando valor sustentable

27

Para los ejecutivos del 58,06%  
de las empresas,  
el Reporte de Sustentabilidad  
es una herramienta efectiva  
para comunicar la  
RSE/Sustentabilidad



58,06%





# #6

**Hay más de un  
mecanismo  
efectivo para  
comunicar la RSE**



**Pregunta:** Según usted, ¿Cuáles son los canales utilizados por las empresas más efectivos para comunicar la RSE/Sustentabilidad?



N= 81 Ejecutivos de 62 empresas



**Dime de dónde vienes...  
y te contaré que es lo más efectivo**



# Lo más efectivo para comunicar: Empresas Extractivas

**83,3%**

De las **Empresas Mineras** cuyos ejecutivos fueron encuestados...

**80%**

De las **Empresas Generadoras de Energía** cuyos ejecutivos fueron encuestados...

...indican que el **Reporte de Sustentabilidad** es lo más efectivo.





# Lo más efectivo para comunicar: Empresas Servicios

75%

De las **Empresas de Retail** cuyos ejecutivos fueron encuestados...

60%

De las **Empresas Servicios Básicos** cuyos ejecutivos fueron encuestados...

...indican que las **Redes Sociales** es lo más efectivo.



Solo el 3,2% de las empresas, indicó que las Páginas en Vida Social son efectivas para comunicar la RSE/Sustentabilidad



Proyecciones

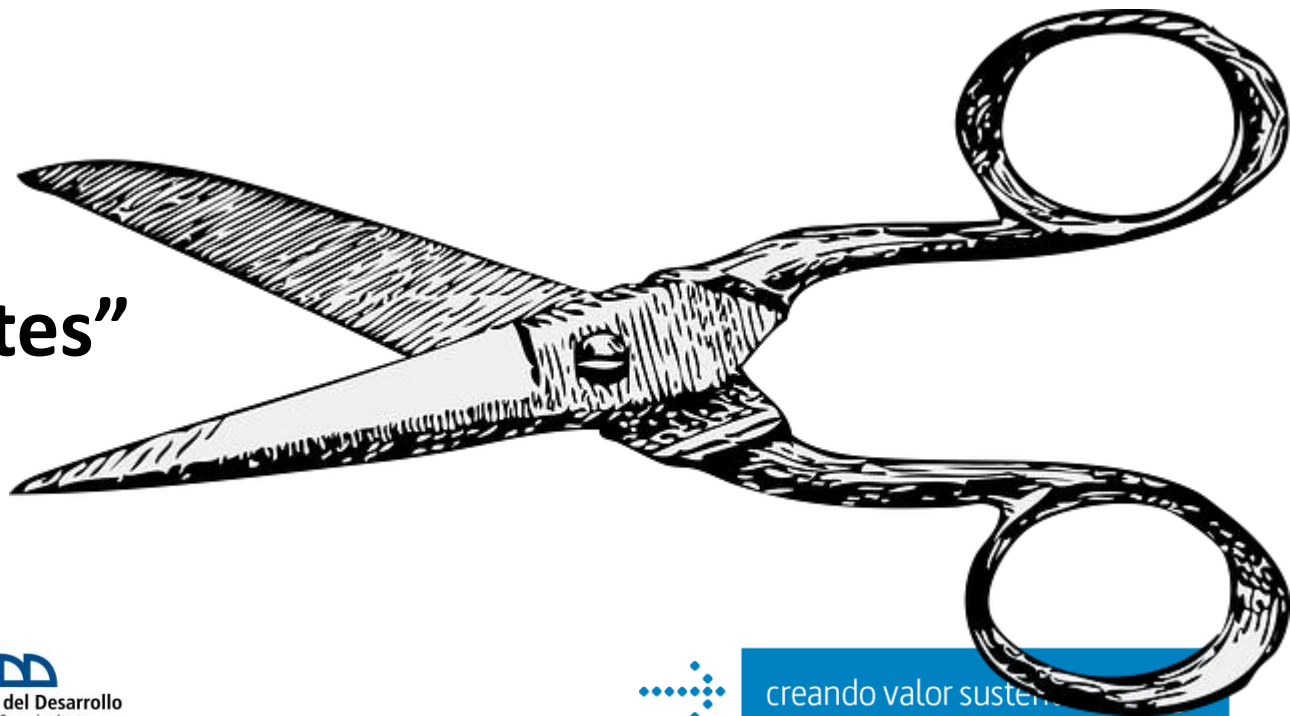
# ¿QUÉ RUMBOS TOMARÁ LA SUSTENTABILIDAD EMPRESARIAL EN 2015?



**UDD**  
Universidad del Desarrollo  
Facultad de Comunicaciones

# #7

Se rompería el  
mito de “recortes”  
en tiempos de  
crisis



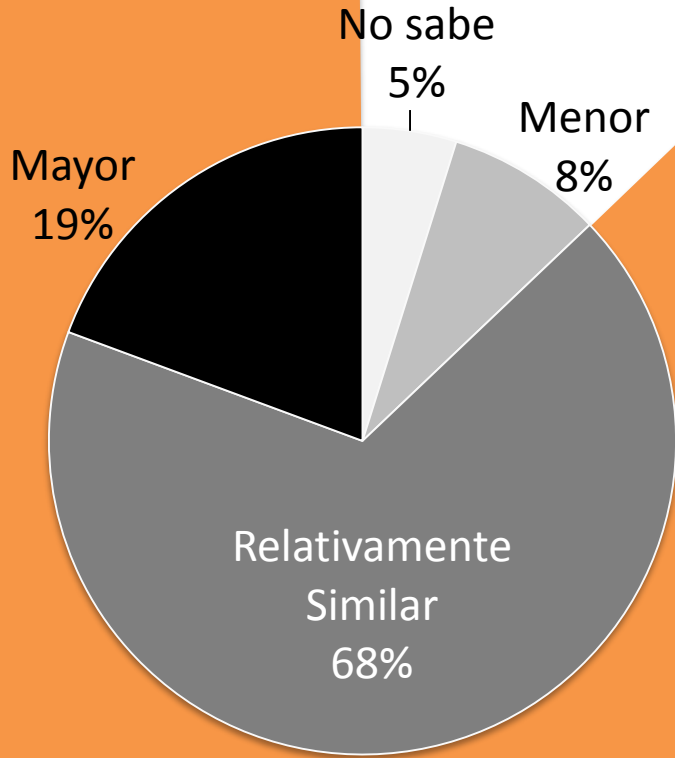
[www.add-value.cl](http://www.add-value.cl)

**UDD**  
Universidad del Desarrollo  
Facultad de Comunicaciones



creando valor sostenible

**Pregunta:** En comparación al año 2014, el presupuesto asignado al área de RSE/Sustentabilidad según la planificación para el año 2015 será:



N= 81 Ejecutivos de 62 empresas

# 87,1%

De las empresas cuyos ejecutivos fueron encuestados indican que el presupuesto será similar o mayor.



**Hay  
excepciones**



# Las industrias que más aumentarían o mantendrían presupuesto

**50%**

De las Empresas  
cuyos ejecutivos  
fueron encuestados

**Salud**

**40%**

De las Empresas  
cuyos ejecutivos  
fueron encuestados

**Servicios Básicos**

*Pregunta: En comparación al año 2014, el presupuesto asignado al área de RSE/Sustentabilidad según la planificación para el año 2015*



# Las industrias que disminuirían o mantendrían presupuesto

40%

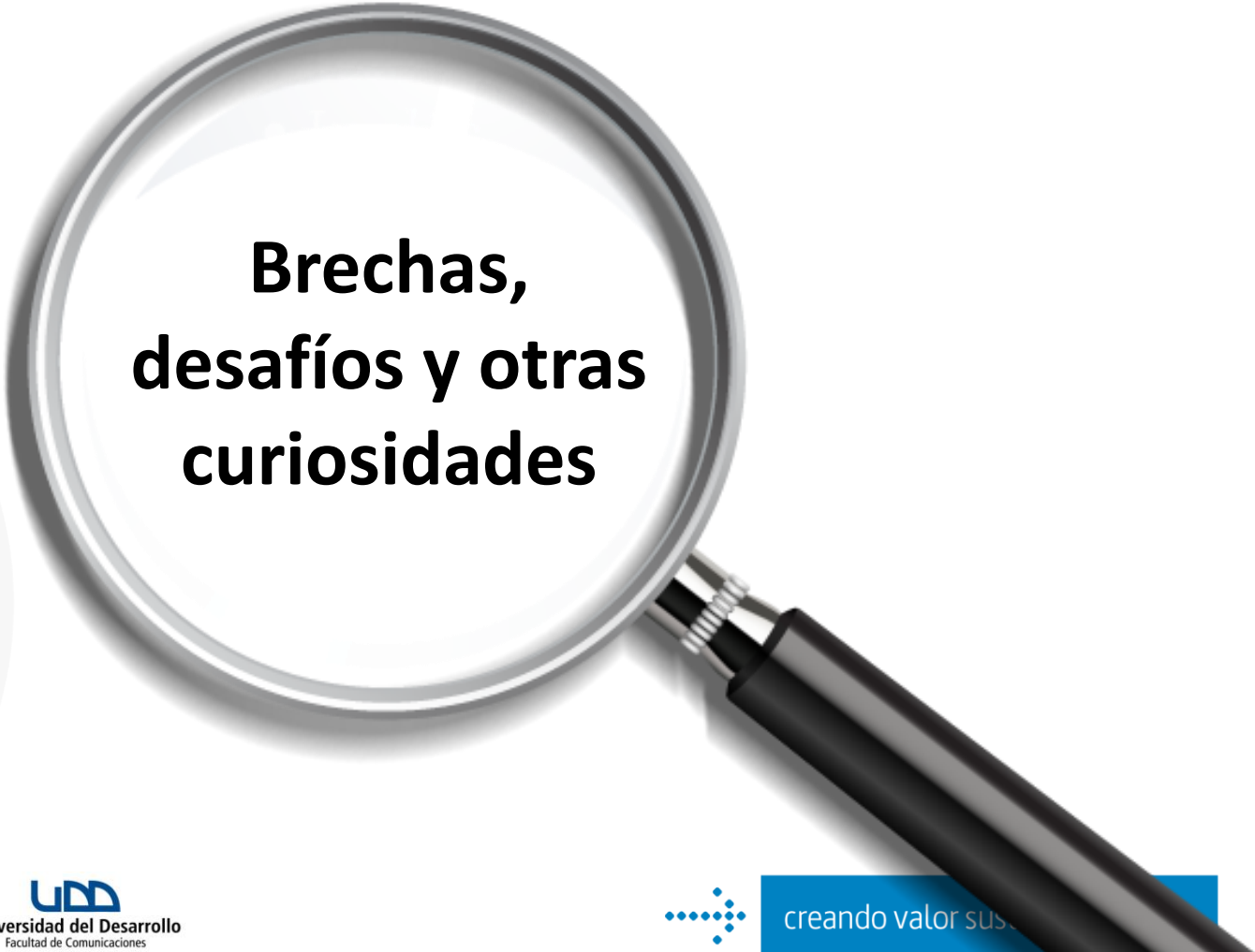
De las Empresas  
cuyos ejecutivos  
fueron encuestados

**Retail**

*Pregunta: En comparación al año 2014, el presupuesto asignado al área de RSE/Sustentabilidad según la planificación para el año 2015*







# Brechas, desafíos y otras curiosidades



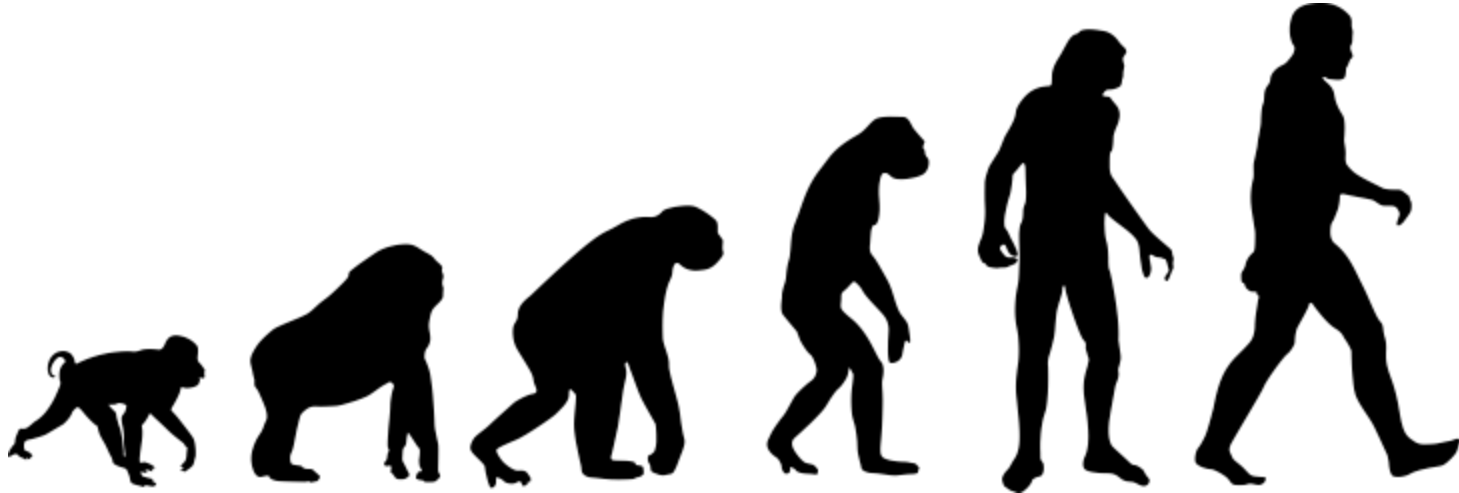
[www.add-value.cl](http://www.add-value.cl)

**UDD**  
Universidad del Desarrollo  
Facultad de Comunicaciones



creando valor sus

# #8 De la Filantropía hacia la Inversión Social



**Pregunta:** Según usted, ¿Cuáles son los focos estratégicos en RSE/Sustentabilidad que su compañía abordará con mayor prioridad el 2015?

(Comunidad) Programas de  
Inversión Social

32,26%

(Comunidad) Apoyo a  
Causas y/u ONGs

9,68%

N= 81 Ejecutivos de 62 empresas

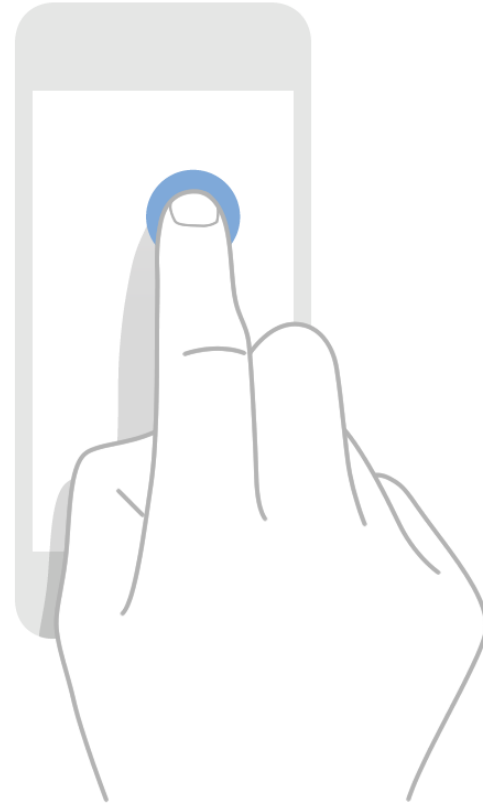
# 1 de cada 3 empresas

van a preferir la Inversión Social en la Comunidad por sobre la Filantropía



# #9

**En medioambiente  
hay preferencia por  
lo “tangible”**



# 1 de cada 4 empresas

van a preferir programas de Reciclaje y Residuos por sobre gestión de GEI

**Pregunta:** Según usted, ¿Cuáles son los focos estratégicos en RSE/Sustentabilidad que su compañía abordará con mayor prioridad el 2015?

(Medio ambiente) Gestión de Residuos Sólidos y Reciclaje

22,58%

(Medio ambiente) Gestión de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero

6,45%

N= 81 Ejecutivos de 62 empresas



# #10

Una no muy  
buena noticia



# 3,23%

De las Compañías muestra interés por desarrollar iniciativas en materia de Anticorrupción.

**Pregunta:** Según usted, ¿Cuáles son los focos estratégicos en RSE/Sustentabilidad que su compañía abordará con mayor prioridad el 2015?

(Gobierno Corporativo) Reporte de Sustentabilidad y Transparencia

20,97%

(Gobierno Corporativo) Anti-Corrupción

3,23%

N= 81 Ejecutivos de 62 empresas



Resumen

# ¿QUÉ RUMBOS TOMARÁ LA SUSTENTABILIDAD EMPRESARIAL EN 2015?





Los ejecutivos en RSE/Sustentabilidad no detectarían desafíos ni conflictos a nivel de Gob.Corporativo ni Proveedores

El mayor valor de la RSE/sustentabilidad es maximizar la Reputación

La gestión para la Anticorrupción no sería prioridad para la agenda 2015

La comunidad se tomó la agenda RSE 2014-15

Se confirma que el Reporte de Sustentabilidad sigue siendo una herramienta de comunicación

La Filantropía pierde terreno, y esta siendo reemplazada por Inversión Social

Las Redes sociales se posicionan como una herramienta efectiva de comunicación sustentable, especialmente en Empresas de Servicios

La desaceleración económica, en general, no ha significara un recorte en el presupuesto RSE/ Sustentabilidad 2015

En medioambiente hay mayor preferencia por acciones más “tangibles” como Gestión de Residuos y Reciclaje por sobre Gestión de Emisiones de GEI.





add  
value



creando valor sustentable

---

