



add
value
creando valor sustentable

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.**

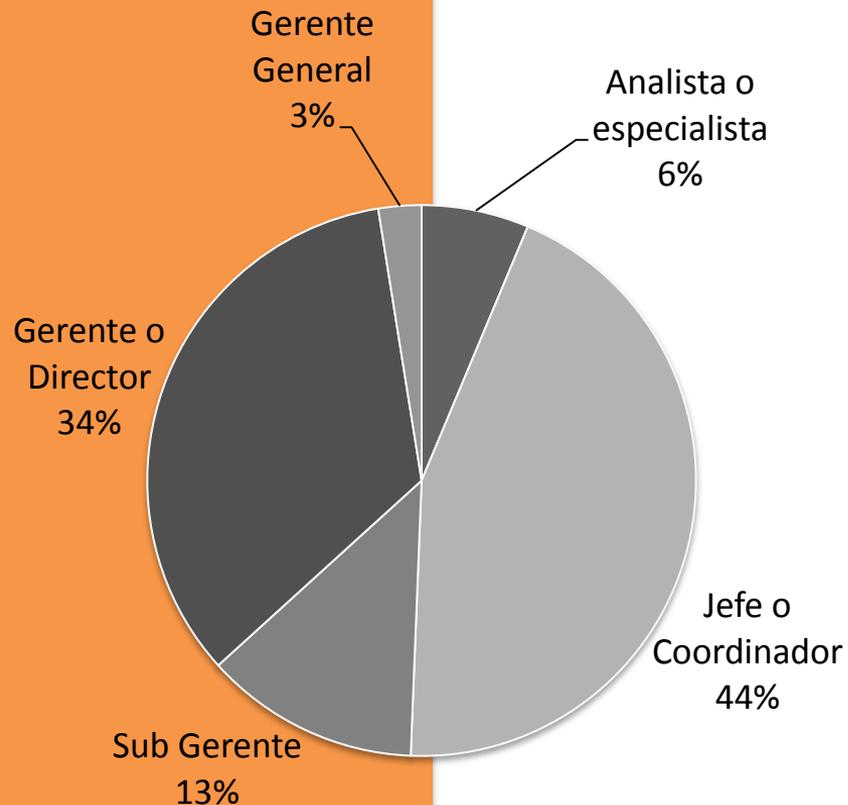
De **62 Grandes Compañías** de la principales industrias del país.

Representadas de **forma proporcionada.**



49,4%

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



El estudio se realizo 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 LA GESTIÓN EN SUSTENTABILIDAD EMPRESARIAL?



A woman with her back to the camera, looking out a window at a city at night. The lights outside are blurred into colorful bokeh circles. The woman has light-colored hair tied back and is wearing a white textured sweater with a brown strap over her shoulder.

#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%

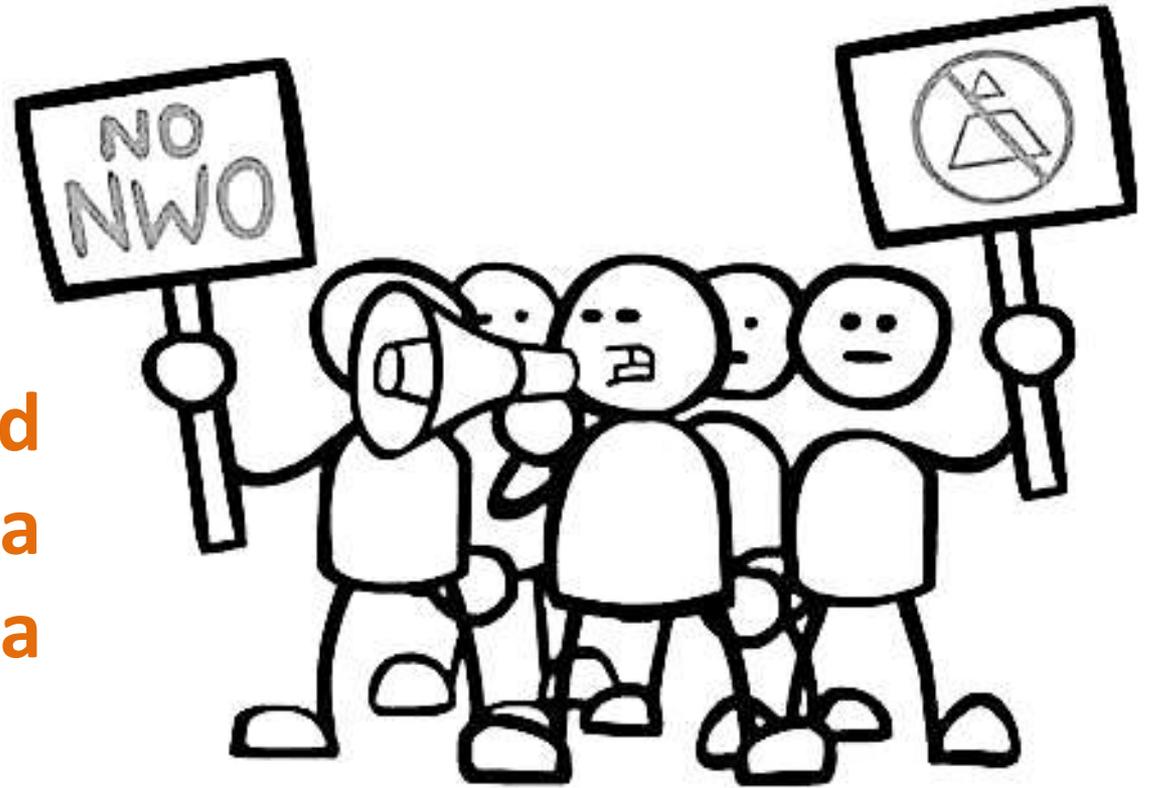
REDUCCIÓN DE
COSTOS Y RIESGOS

REPUTACIÓN Y
LEGITIMIDAD

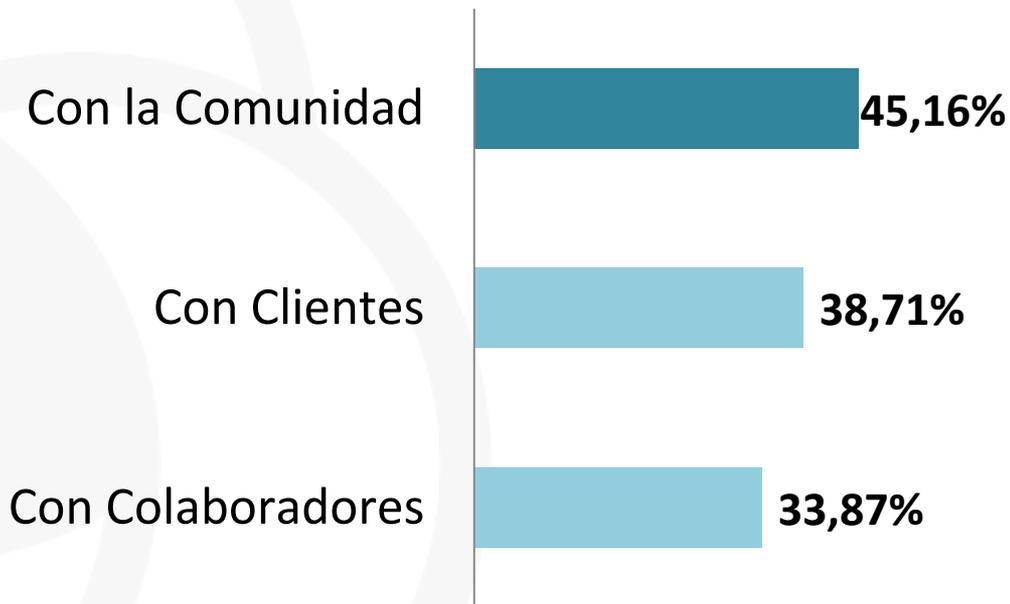
PRESENTE

#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.



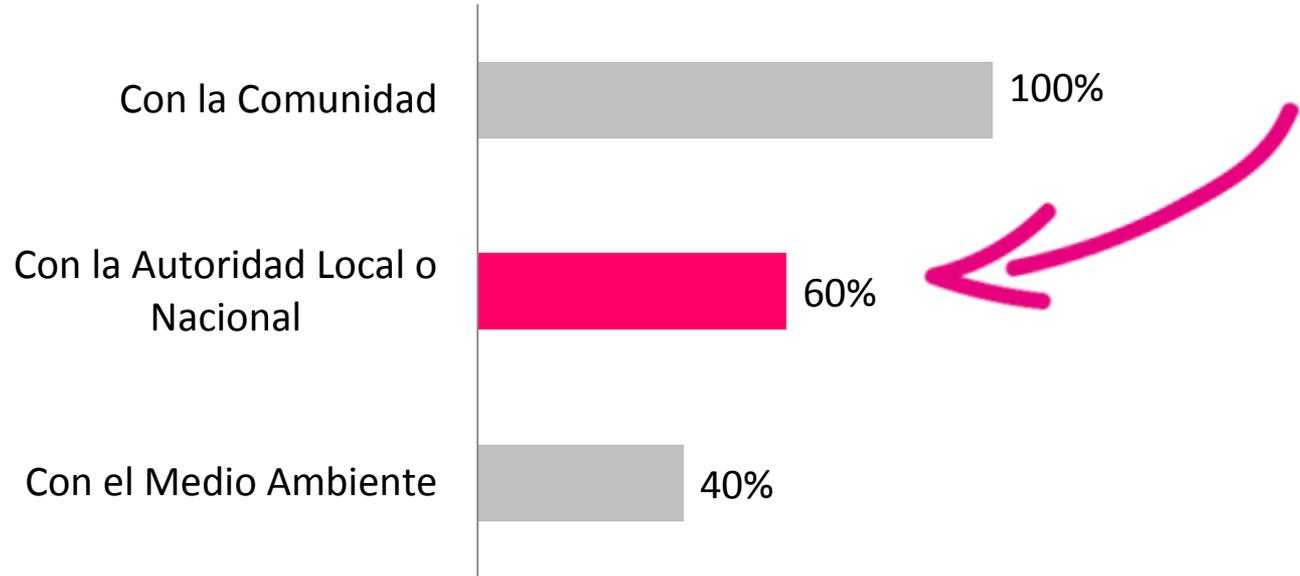
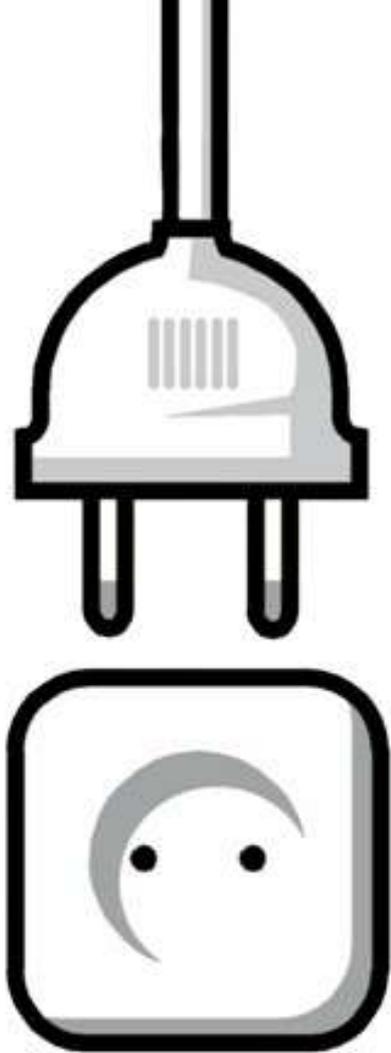
#3

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?

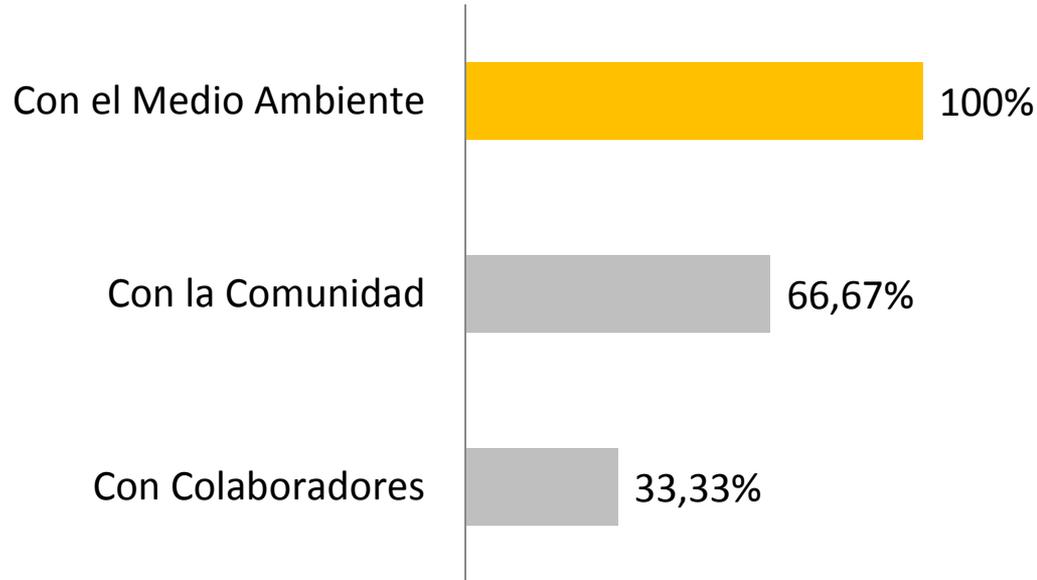


N= Ejecutivos de 5 Generadora de Energía



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

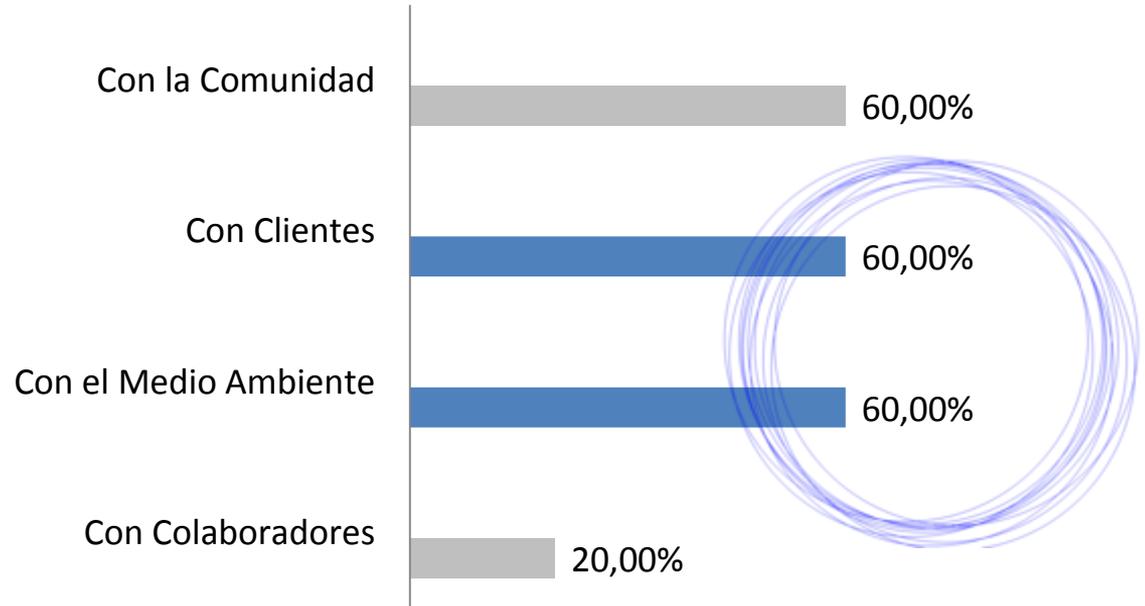
Pensando en la actualidad, ¿En qué áreas de la RSE/Sustentabilidad se producen los mayores conflictos o desafíos en su Empresa?



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

Para Seguridad Social (Cajas de Compensación/Mutuales)

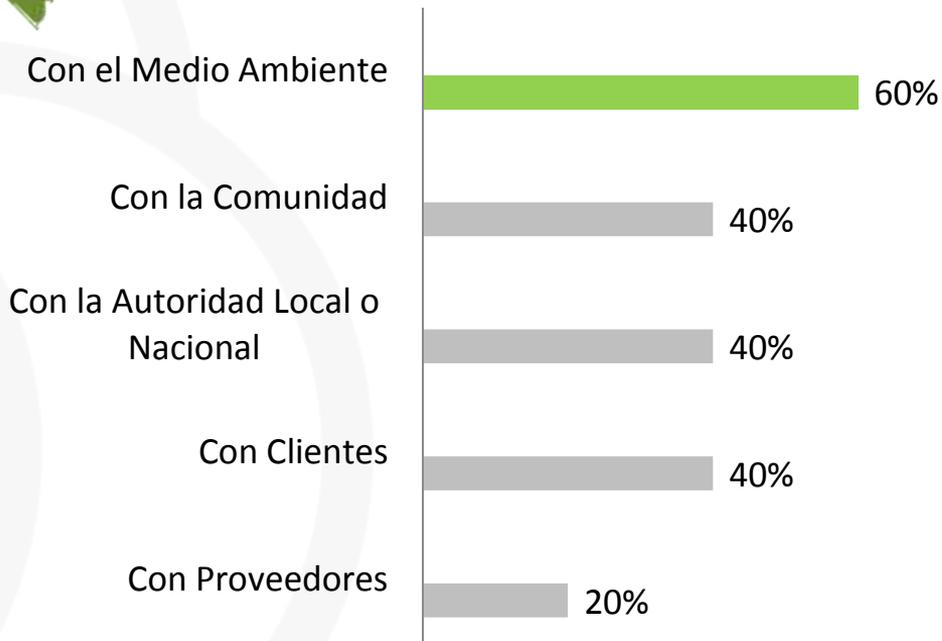
Pensando en la actualidad, ¿En qué áreas de la RSE/Sustentabilidad se producen los mayores conflictos o desafíos en su Empresa?



N= Ejecutivos de 3 Cajas de Compensación y 2 Mutuales

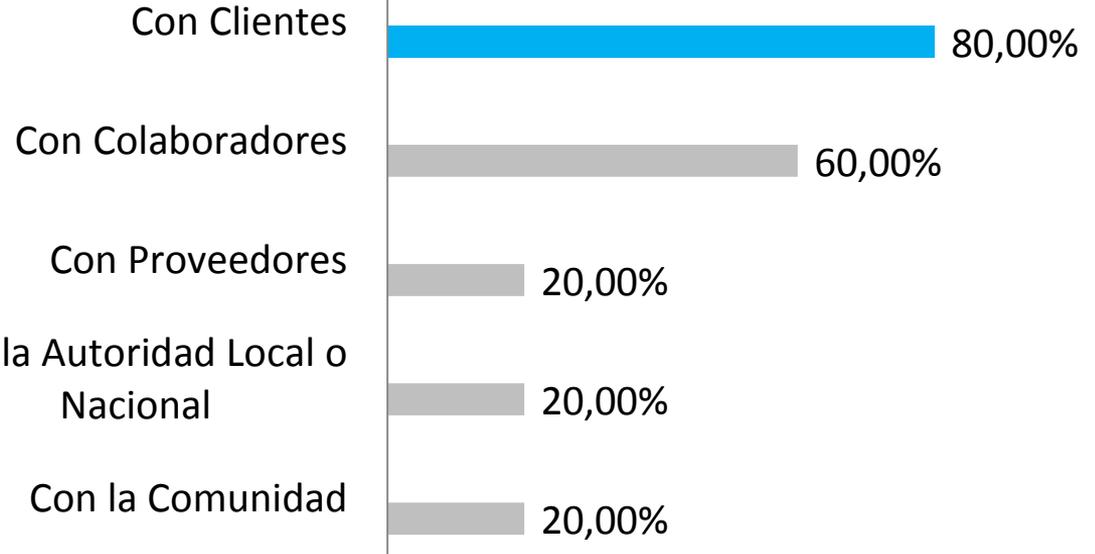
Para los Servicios Básicos (Energía/Gas/Otros)

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

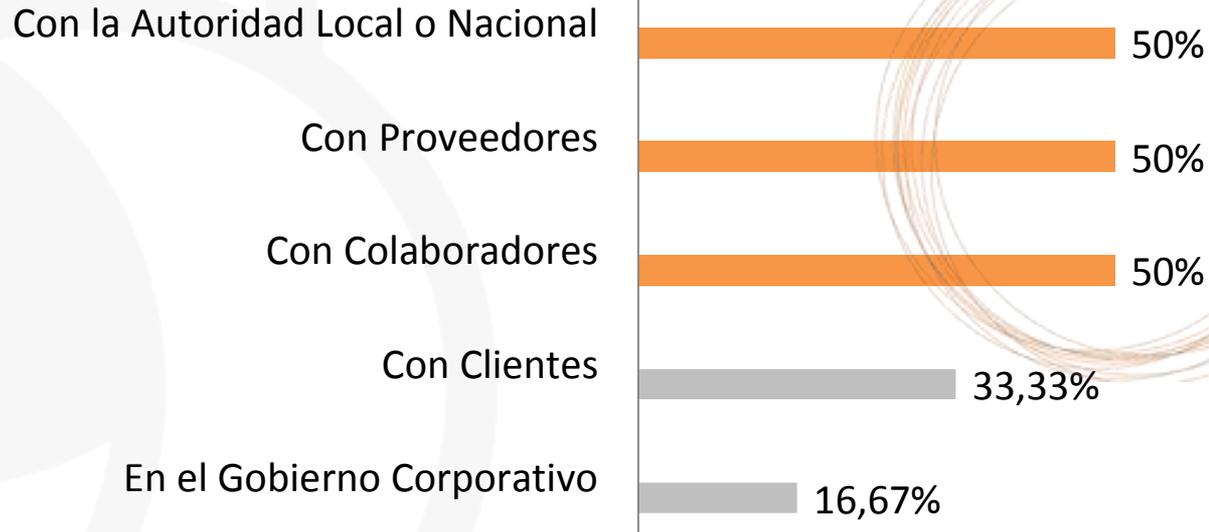
Pensando en la actualidad, ¿En qué áreas de la RSE/Sustentabilidad se producen los mayores conflictos o desafíos en su Empresa?



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?

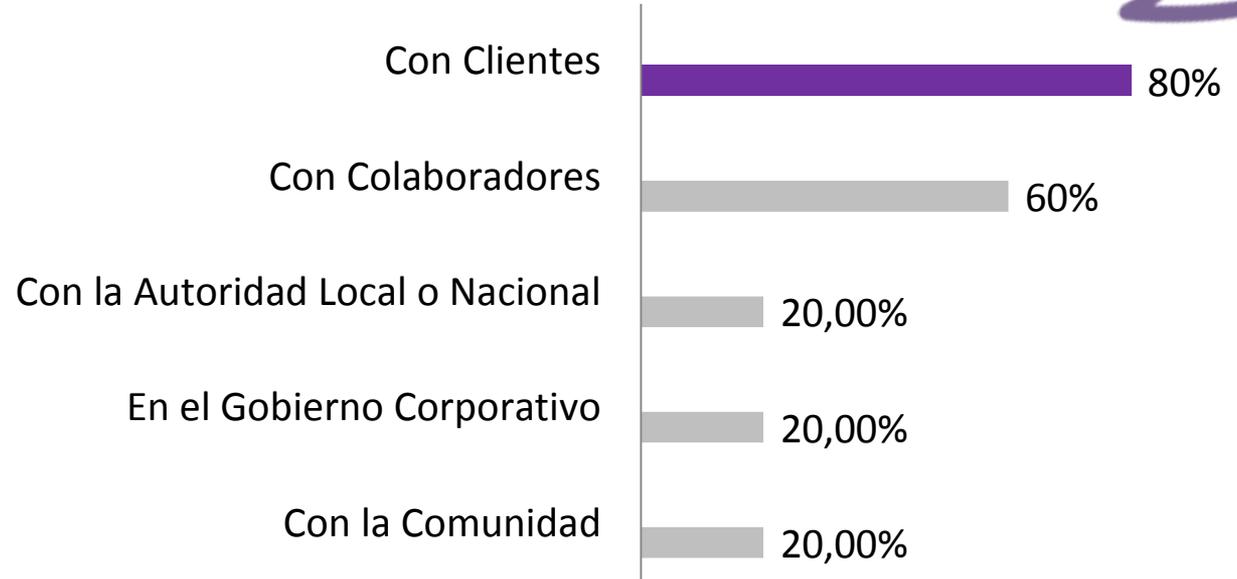


N= Ejecutivos de 4 Clínicas, 1 Farmacia, 1 Cosméticos



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



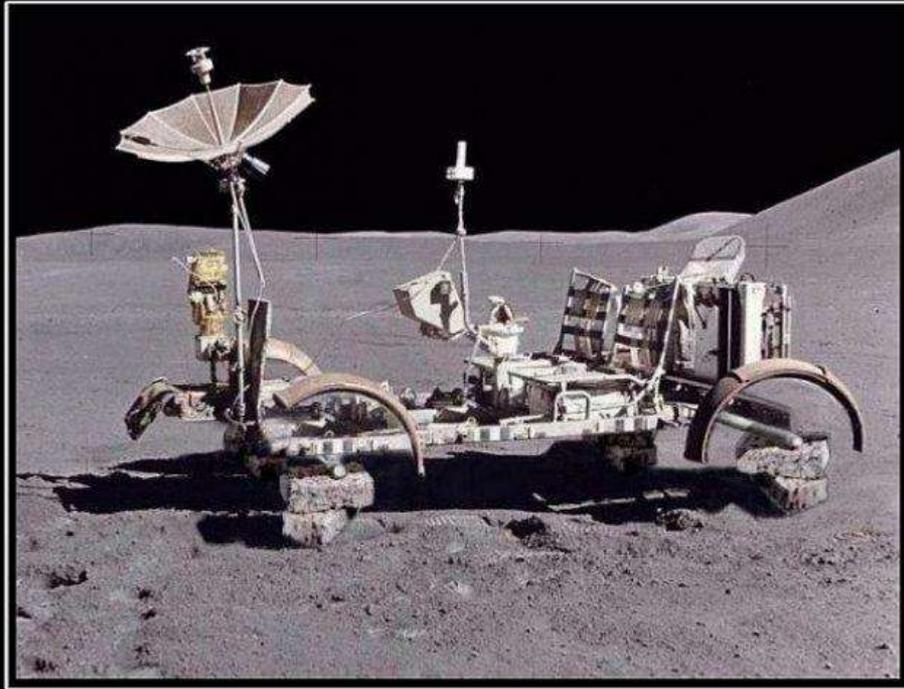
#4

Lo que no están
viendo los
ejecutivos...



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





Houston, we have a problem

A pesar de la Agenda impulsada por organizaciones promotoras de la RSE y la Sustentabilidad

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



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**



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



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



Lo más efectivo para comunicar: Empresas Extractivas

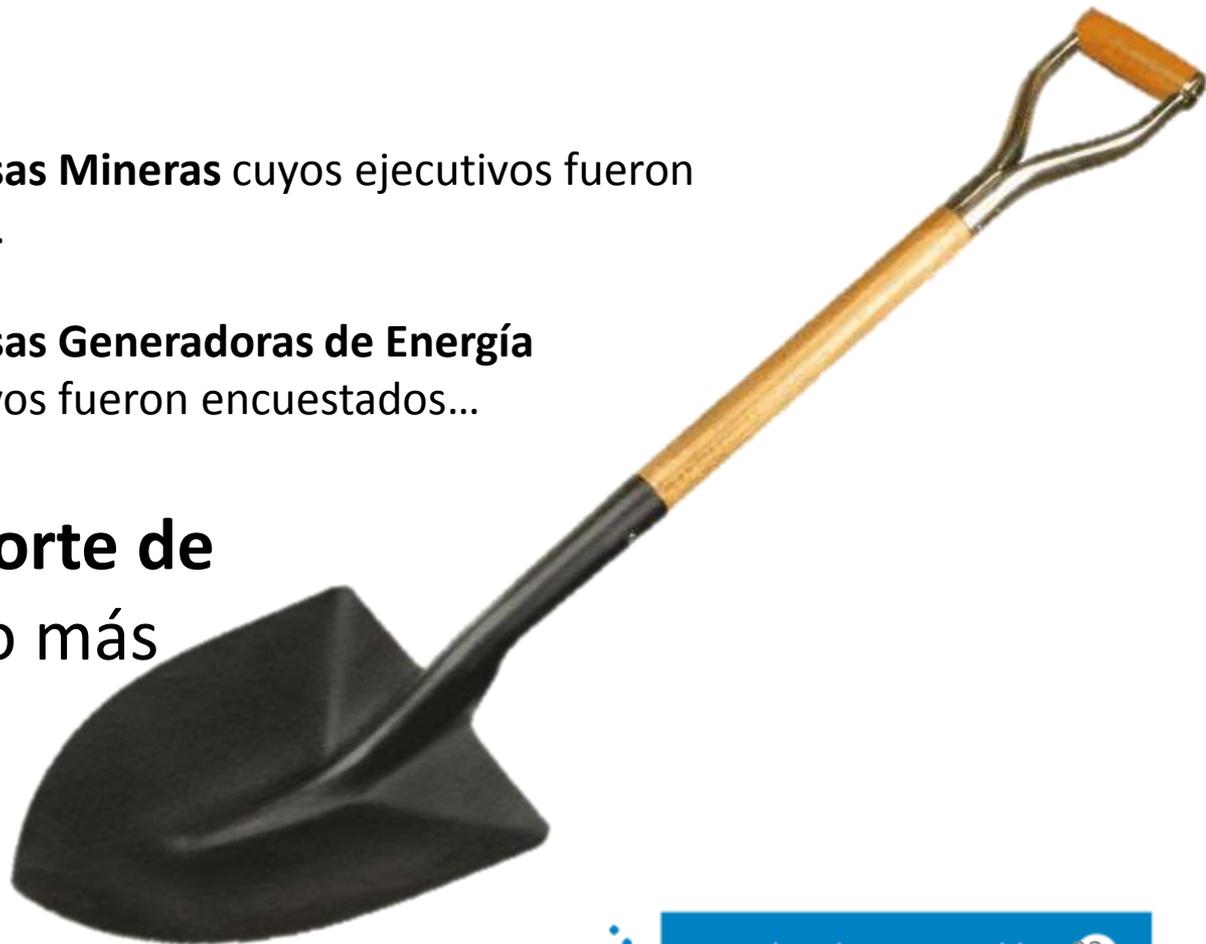
83,3%

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...

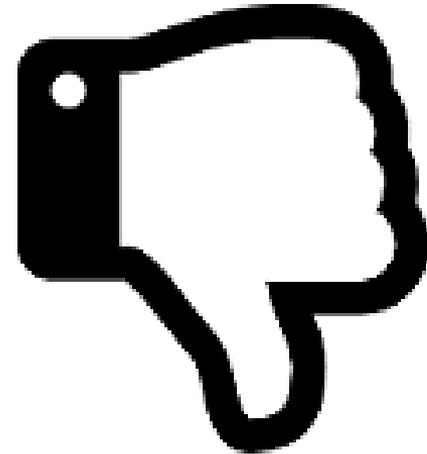
60%

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, cuyos ejecutivos fueron encuestados, indicó que las páginas sociales son efectivas para comunicar la RSE/Sustentabilidad



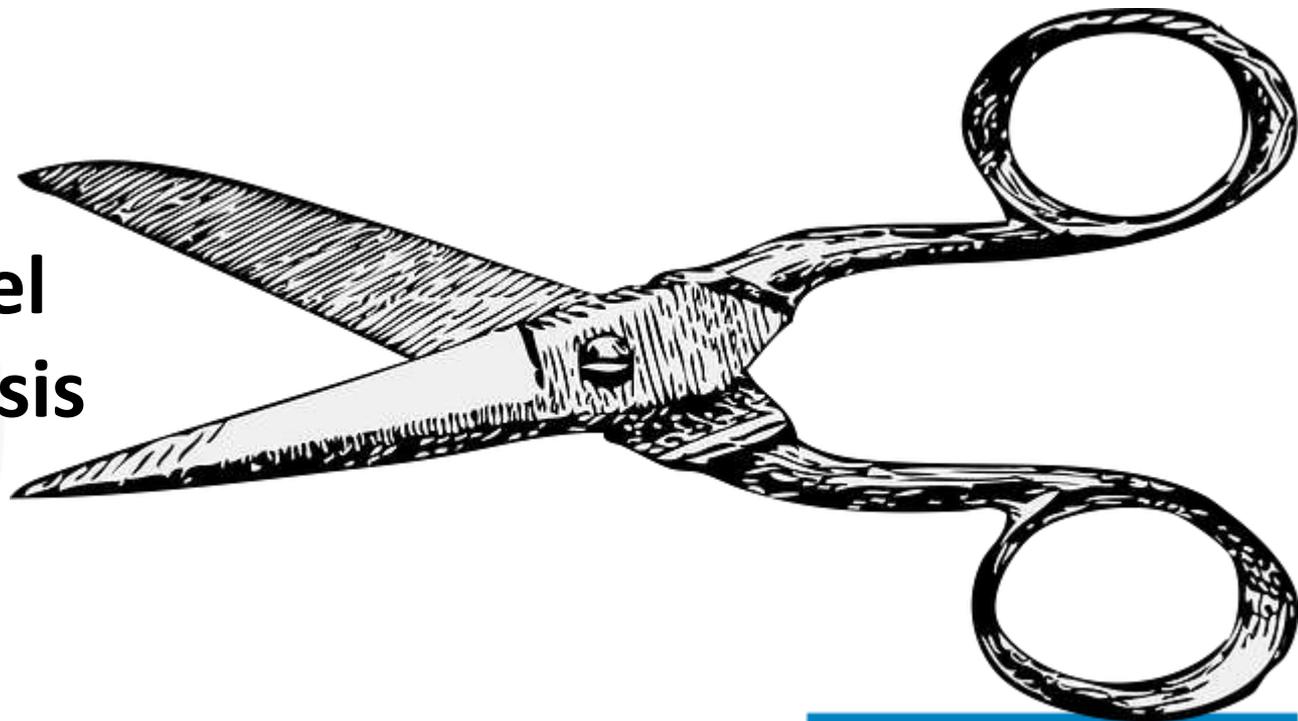
Proyecciones

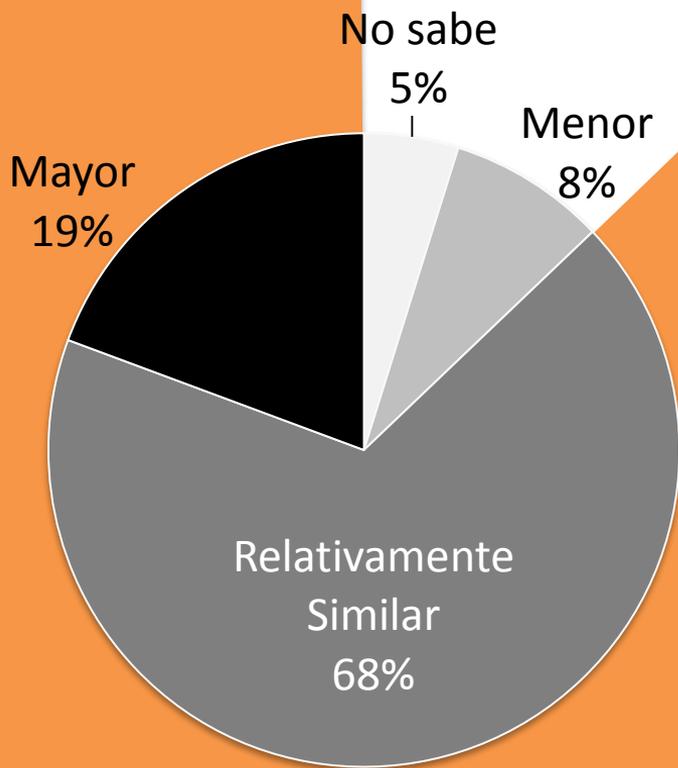
¿QUÉ RUMBOS TOMARÁ LA SUSTENTABILIDAD EMPRESARIAL EN 2015?



#7

Se rompería el
mito de la crisis





87,1%

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

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



**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

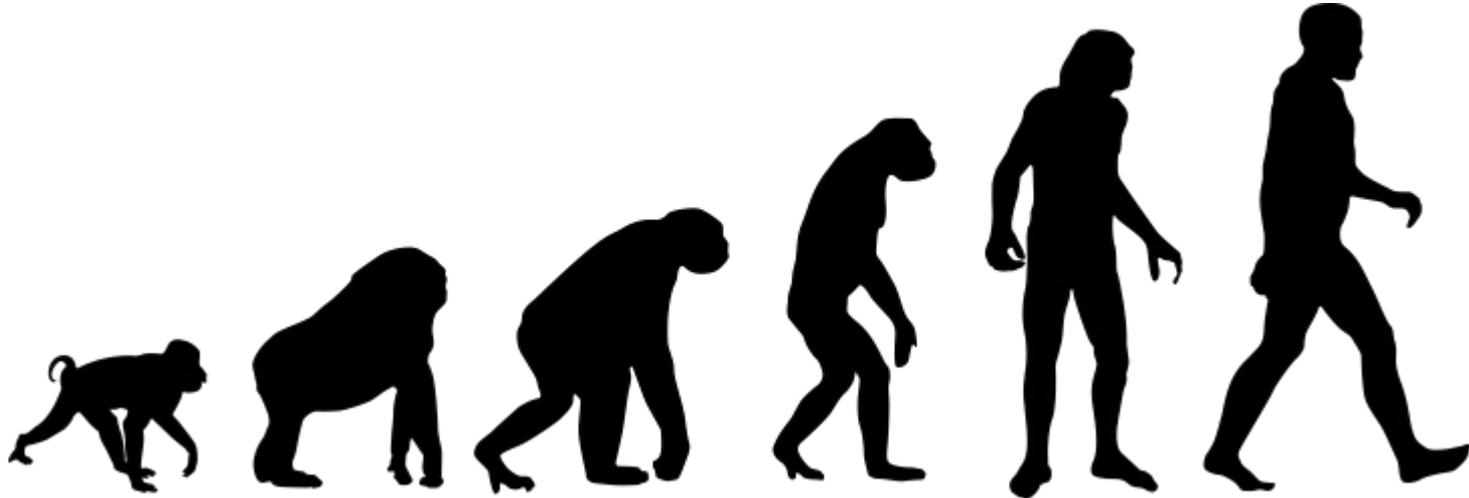




• Inglés
• Español
**Brechas,
desafíos y otras
curiosidades**
• Portugués
• Otros Idiomas



#8 De la Filantropía hacia la Inversión Social



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%

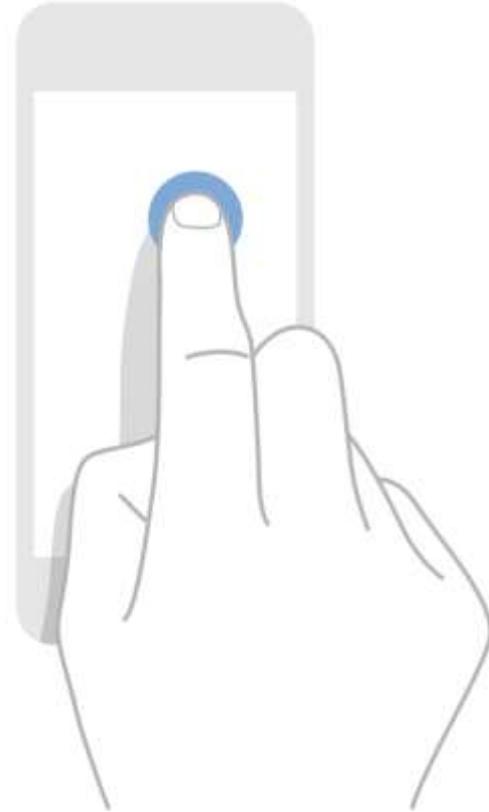
1 de cada 3 empresas

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

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%



#10

Una no muy
buena noticia



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

**Solo el
3,23%**
van a preferir
programas de
Anticorrupción en 2015

(Gobierno Corporativo) Reporte de
Sustentabilidad y Transparencia

20,97%

(Gobierno Corporativo) Anti-
Corrupción

3,23%



Resumen

¿QUÉ RUMBOS TOMARÁ LA SUSTENTABILIDAD EMPRESARIAL EN 2015?



Las empresas utilizarán la sustentabilidad para agregar valor, en primer lugar, maximizando la reputación

La comunidad se toma la agenda

El Gobierno Corporativo y Proveedores ausentes en la gestión de RSE

El Reporte de Sustentabilidad se confirma como herramienta de comunicación sustentable

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

La recesión económica, en general, no ha significado un recorte en el presupuesto disponible para la RSE/Sustentabilidad en 2015

La Filantropía perdió espacio, y esta siendo reemplazada por Inversión Social

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

Lamentablemente la gestión para la Anticorrupción no estaría en prioridad RSE/ Sustentabilidad para la agenda 2015





add
value
creando valor sustentable

