



# INSIGHTS

mayo 2019

## CENTRO DE REPUTACIÓN CORPORATIVA

Las empresas deben detectar los cambios sociales que influyen en las expectativas que se tienen de ellas y en los parámetros con que son evaluadas



### Exigencias Medioambientales

Entre 2000 y 2012, el porcentaje de chilenos que considerará que la protección del medio ambiente debe ser prioridad por sobre el crecimiento económico subió desde 48% a 67% (1)



### Demanda por mayor transparencia

Las personas que viven en la Región Metropolitana consideran la transparencia como el atributo más importante para confiar en una marca. Sin embargo, es justamente el atributo que evalúan con el peor desempeño (2)



### Creciente influencia de organizaciones ciudadanas

Las manifestaciones ciudadanas tuvieron un alza entre los años 2002 y 2012, alcanzando peaks en el 2006 y 2011. Además aumentó el volumen de estas entre 2015 y 2016 (3)



### Impacto de las redes sociales

Fin de las comunicaciones unidireccionales desde compañías a sus stakeholders/ las empresas no pueden controlar las conversaciones sobre ellas (4)



### Mayores niveles de inclusión

Nuevas regulaciones que obligan a las empresas a actuar en favor de la inclusión y en contra de la discriminación (Ley 20.348, Ley 20.609, Ley 20.830, Ley 21.015, Ley 21.120)

Lo que construía reputación hace 20 años no es lo mismo que construye reputación en la actualidad

Si las empresas quieren generar y sostener reputación, deben hacerse cargo de monitorear permanentemente lo que cimienta legitimidad social

#### Novedades del centro

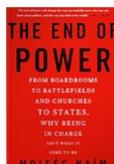


Lanzamiento libro

**¿DESPRESTIGIO EMPRESARIAL? CÓMO RESTAURAR LA CONFIANZA**  
Ediciones El Mercurio

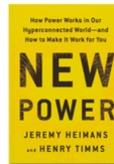
Disponible en librerías, Amazon e iTunes

#### Recomendaciones



### Moisés Naim, (2013) "The end of power"

*From boardrooms to battlefields and churches to states, why being in charge isn't what it used to be*



### Jeremy Heimans y Henry Timms (2018) "New Power"

*How Power Works in Our Hyperconnected World and How to Make It Work For You*

1. Encuesta mundial de valores. Disponible en <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSOnline.jsp>  
 2. Almabrande: Estudio Icreo 2018. Disponible en: <http://almabrande.com/?q=blog/resultados-icreo-2018- confianza-humanizar-los-negocios-y-las-marcas>  
 3. Matías Garratón et al., Conflicto social en Chile 2015- 2016: disputando mitos. Disponible en <https://www.coes.cl/publicaciones/n4-conflicto-social-en-chile-2015-2016-disputando-mitos>  
 4. Paola Fioreddu et al., «Inside Your Social Media Ring: How to Optimize Online Corporate Reputation». 2014. Disponible en <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007611314000998?via=ihub>.

ESE BUSINESS SCHOOL

Av. Plaza 1905 - San Carlos de Apoquindo  
Las Condes - Santiago Chile

