

MONITOR DE PERCEPCIÓN DE SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL

PRIMERA MEDICIÓN

Diciembre de 2022

GAME CHANGERS



OBJETIVOS DEL MSE

El Monitor de Sostenibilidad Empresarial es un **insumo anual de información para la gestión de las empresas** en materia de sostenibilidad:

- Ayudará a conocer la evaluación de la ciudadanía sobre el **aporte del sector privado** en el avance hacia el desarrollo sostenible
- El **impacto** que tiene esta gestión sobre **su relación con la ciudadanía**.
- **Conocer las tendencias de consumo responsable**

Entre otras.



FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO



METODOLOGÍA

- Metodología Cuantitativa.
- Muestreo NO-probabilístico con cumplimiento de cuotas de representación poblacional.



TÉCNICA

- Encuesta online, mediante cuestionario autoaplicado.



GRUPOS ENCUESTADOS

- **1.- CIUDADANÍA:** población general de 18 años y más de las 16 regiones del país
- **3,004** casos
- **2.- EXPERTOS DE EMPRESAS** del área de sostenibilidad, Asuntos Corporativos, Comunicaciones Marketing / Business Intelligence.
- **120** casos
- **3.- OTROS EXPERTOS:** ONGs, Universidades, Consultores en Sostenibilidad, funcionarios públicos
- **30** casos

CONTEXTO PARA HABLAR DE SOSTENIBILIDAD

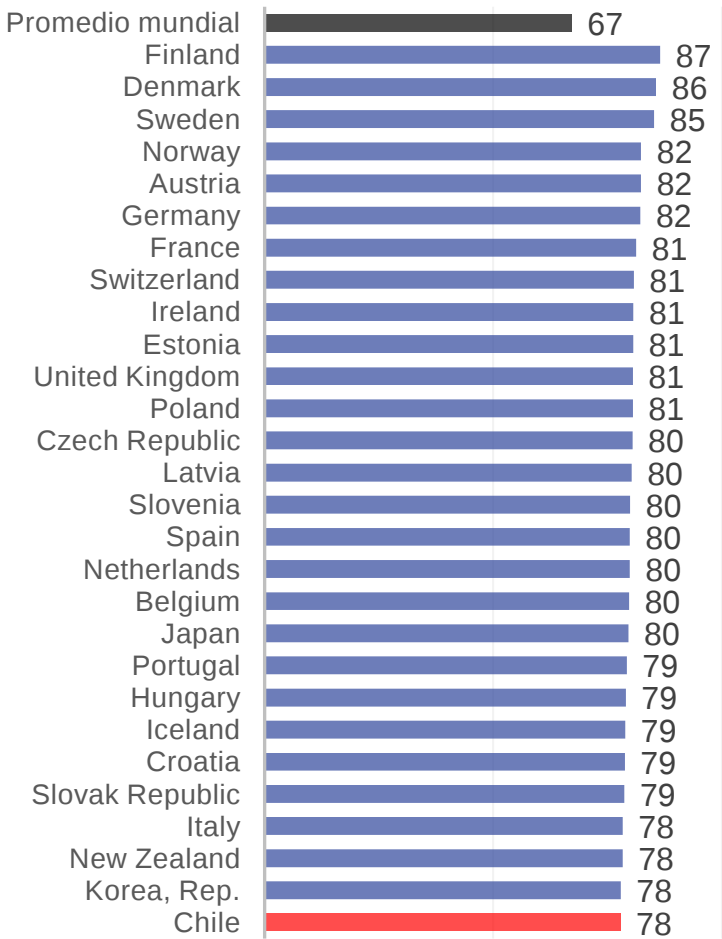
CHILE Y EL CAMINO DE LOS ODS

El Estado de Chile como muchas de las grandes empresas se ha sumado a los desafíos sistematizados por la ONU, **alineándose con los 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS)**



¿CÓMO VA CHILE?

2022 SDG Index Score



28° /163 

Clasificación de Chile en el ranking
1er Lugar en todo el continente
americano, superando a USA y
Canadá.

ÍNDICE DE DESEMPEÑO FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO (CCPI)

3° /60 

El CCPI evalúa 59 países y la Unión Europea, que juntos
generan más del 90% de las emisiones globales de gases
de efecto invernadero.

Fuente: Informe 2022 de Germanwatch, NewClimate
Instituto y la Red de Acción Climática.

Fuente: The Sustainable Development Goals Report 2022. Naciones Unidas.

LA RUTA CHILENA HACIA EL DESARROLLO SOSTENIBLE



1.- AVANCES DESDE EL ESTADO Y LA REGULACIÓN AMBIENTAL

- Ley marco de cambio climático y meta de descarbonización
- Ley REP
- Proyectos de desarrollo e inversión en Hidrógeno Verde
- Otras iniciativas públicas (Inyección de microbuses eléctricos, Plan de aumento de ciclovías, Eliminación de bolsas plásticas en retail, Fondos de desarrollo de inversión sostenible)



2.- TRANSFORMACIÓN DE LA MATRIZ ENERGÉTICA

- Superamos la meta de alcanzar el 20% de producción de energía de fuentes renovables para 2025 (ya va en el 31%), y el gobierno redefinió este desafío al 40% para el 2030.
- Las buenas condiciones geográficas y climáticas hacen de Chile un lugar ideal para implementar parques eólicos, paneles solares y plantas mareomotrices.
- El año 2021, Bloomberg New Energy Finance publicó posición a Chile en el lugar número 1 para invertir en ER en América (11 en el mundo)



3.- AVANCE DESDE EL MUNDO EMPRESARIAL

Las empresas, (principalmente las de gran tamaño), se han alineado con los ODS y cuentan con programas y actividades de largo plazo con foco ESG

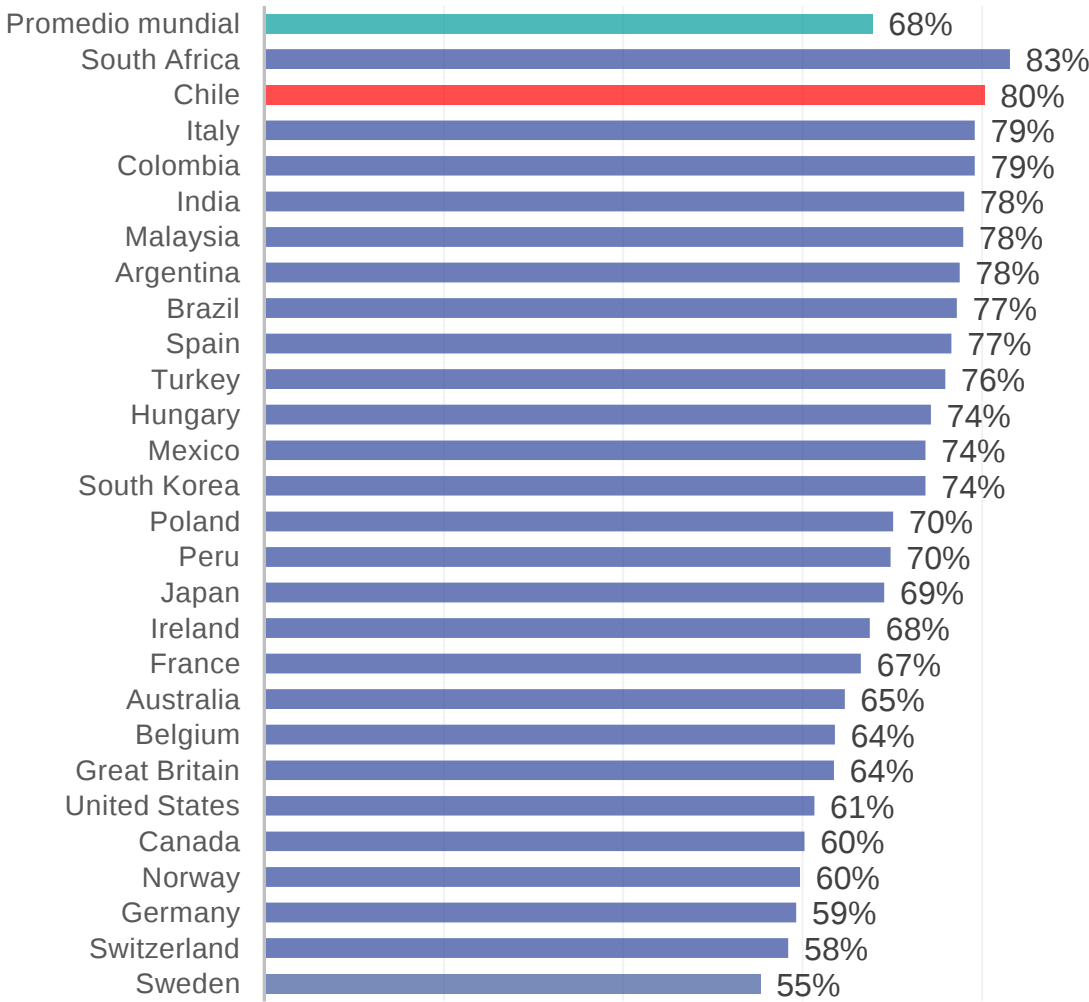
Se han multiplicado las empresas que reportan bajo estándares GRI o similares

Las áreas de sostenibilidad (gerencias o subgerencias) pasaron a formar parte del organigrama habitual de las empresas

El impulso ha venido desde la instituciones
(Estado, ONG, empresas) y el camino para un
cambio ciudadano ha sido más lento

UNA CIUDADANÍA SENSIBLE A LA PROBLEMÁTICA AMBIENTAL

Preocupación por los efectos del cambio climático



Fuente: Encuesta sobre el día de la Tierra. Marzo 2022. Ipsos



2do país más preocupado por los efectos concretos del cambio climático

Fuente: Encuesta sobre el día de la Tierra. Marzo 2022. Ipsos

8 de cada 10 chilenos perciben que el cambio climático es producto de la actividad humana

Fuente: Observatorio de cambio climático. Ipsos 2022

2 de cada 3 piensa que el cambio climático se debe enfrentar principalmente con un cambio en el estilo de vida

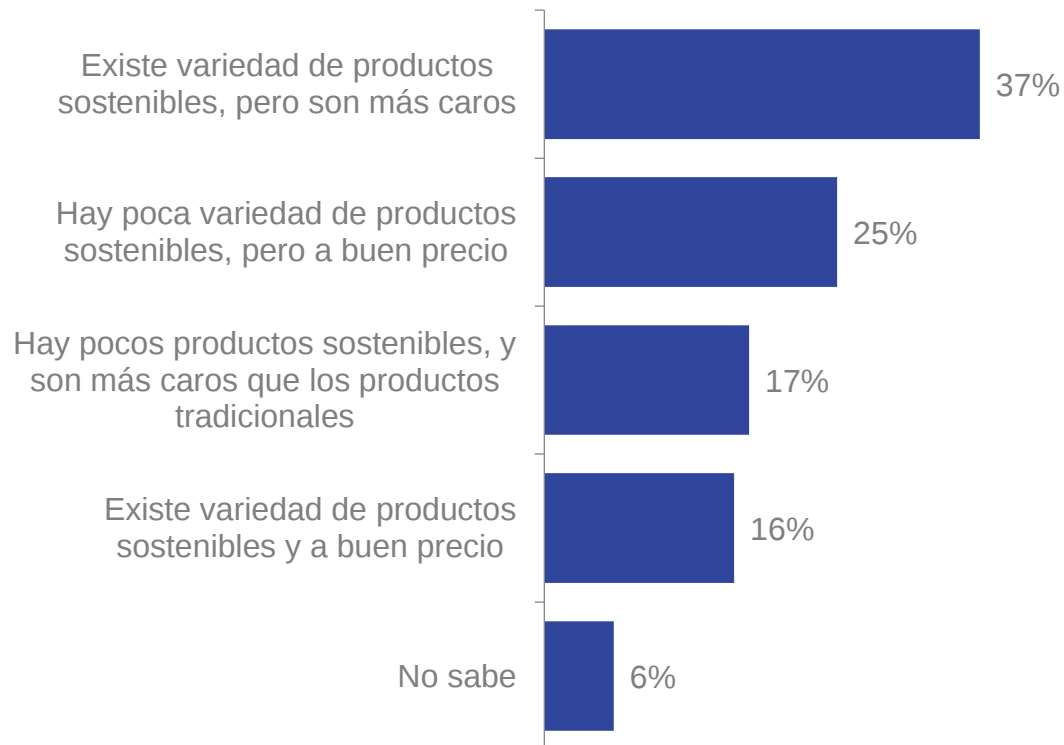
Fuente: Observatorio de cambio climático. Ipsos 2022



A pesar de la sensibilidad ambiental, tenemos una ciudadanía poco conectada de los desafíos:

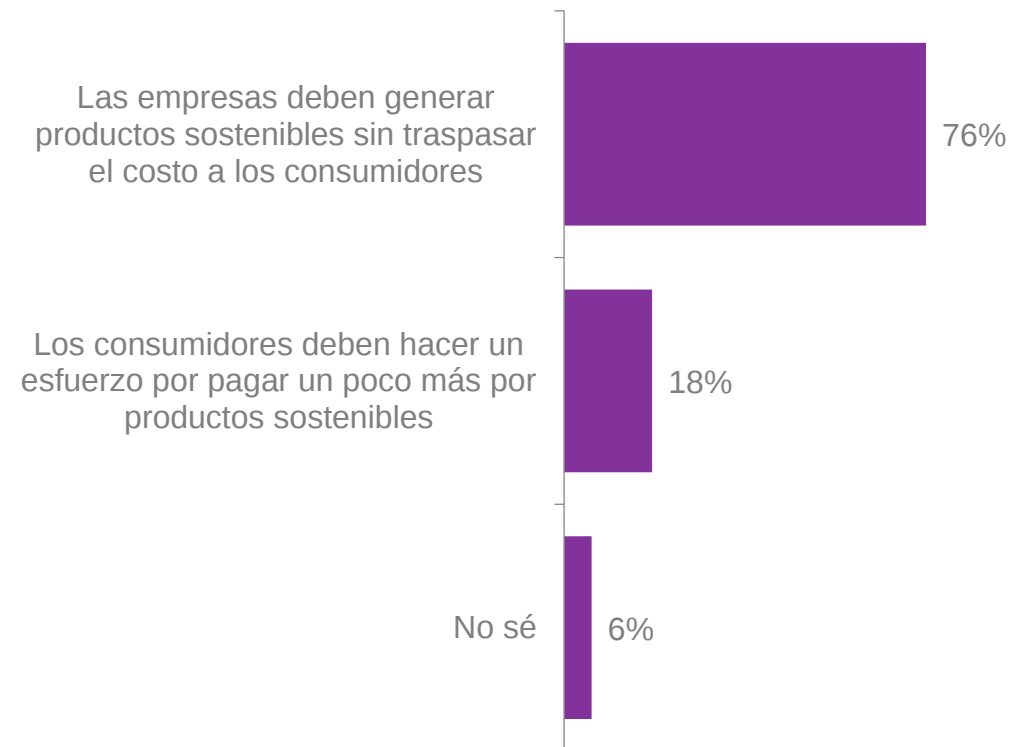
- 1) El **60% de los chilenos piensa que** su gobierno **no tiene un plan claro** sobre cómo el Estado, las empresas y las personas van a trabajar juntos para abordar el cambio climático (Fuente: Ipsos, Encuesta Día de la Tierra, marzo 2022)
- 2) Falta mucho para lograr que los ciudadanos y consumidores se involucren en el desafío con prácticas de mayor impacto tanto a nivel de estilo de vida como de consumo responsable (Fuente: Ipsos, Observatorio de cambio climático 2022)

“UN ESTILO DE VIDA RESPONSABLE ES CARO”



Con cuál de estas frases está más de acuerdo...

Base: 3004, Total muestra.



De las siguientes alternativas, ¿Cuál diría que refleja lo que percibe sobre la disponibilidad y precios de productos sostenibles?

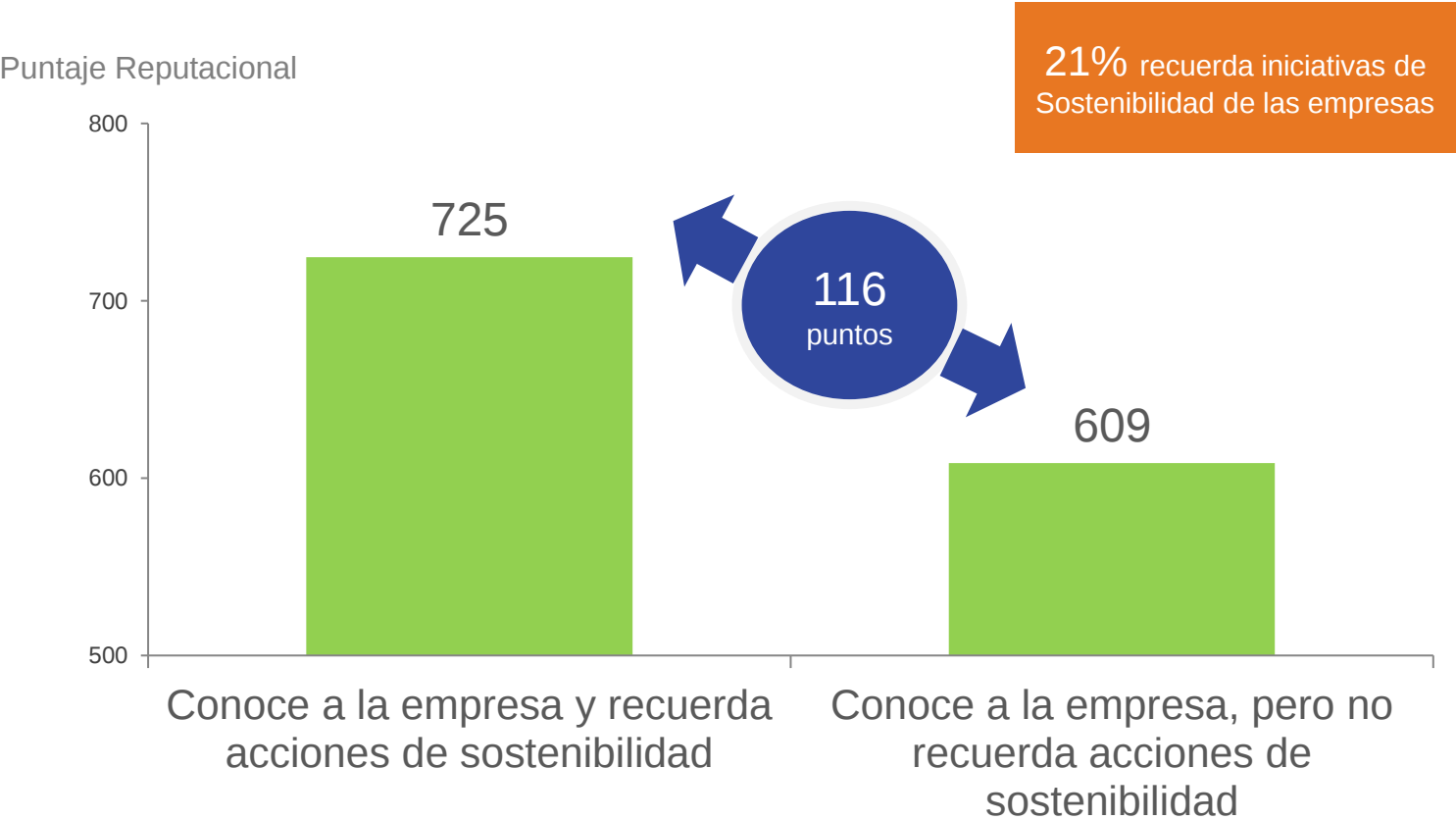
Base: 3004, Total muestra.

Y SI BIEN SE MANTIENE LA DESCONFIANZA HACIA LAS EMPRESAS, HA AUMENTADO LENTAMENTE EL RECONOCIMIENTO POR LAS BUENAS PRÁCTICAS

88% de las personas encuestadas considera que los esfuerzos en materia de sostenibilidad mejoran la confianza que tienen en las empresas

Fuente Monitor de Sostenibilidad Empresarial, Ipsos 2022.

¿Cree usted que estos esfuerzos, si son genuinos, ayudarían a mejorar la confianza en las empresas?



*Fuente: Estudio anual de Reputación corporativa, 2022, Ipsos. Base: 25.610 evaluaciones (muestra de 5122 casos evaluando 5 empresas cada persona. Corresponde a las personas que conocen cada empresa)

RESULTADOS MONITOR DE SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL

1

PERCEPCIONES GENERALES:
AVANCES Y PRIORIDADES

2

SEGMENTACIÓN DE
CONSUMIDORES

3

EVALUACIÓN DE EMPRESAS – IPSE
(ÍNDICE DE PERCEPCIÓN
SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL)



PROTECTING THE ENVIRONMENT:
including protecting and caring for our natural environment



IMPROVING SOCIETY:
including treatment of employees & diversity, working conditions



PRACTICING GOOD GOVERNANCE: including tax strategy, executive remuneration

PERCEPCIONES GENERALES, AVANCES Y PRIORIDADES

1

ASOCIACIÓN ESPONTÁNEA AL CONCEPTO DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Reconoce
correctamente lo
que es la
sostenibilidad

26%



Tiene una noción sobre
el concepto, pero es
parcial o incompleta

23%



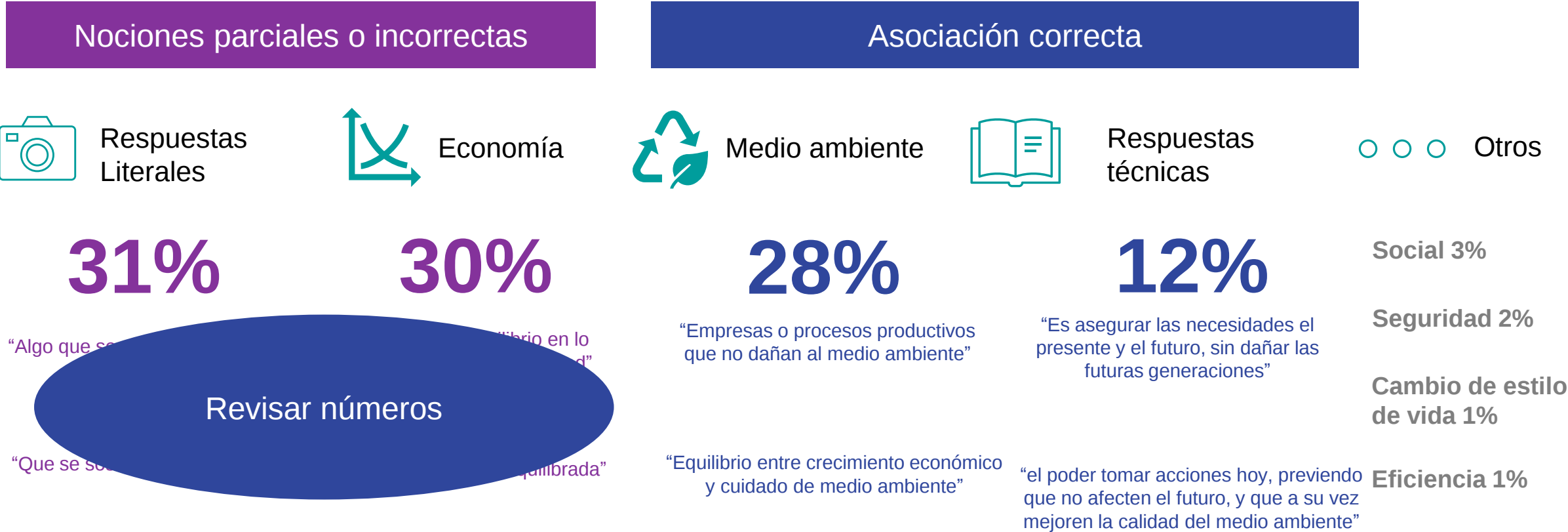
No sabe o no conoce el
concepto / identifica
erróneamente lo que es la
sostenibilidad

51%

A continuación leerá una breve descripción, pero antes quisiéramos saber ¿Qué es lo primero que se le viene a la mente cuando escucha hablar del concepto de SOSTENIBILIDAD?

Base: 3004, Total muestra, respuesta espontánea.

MEDIO AMBIENTE: EL CONCEPTO MÁS ASOCIADO



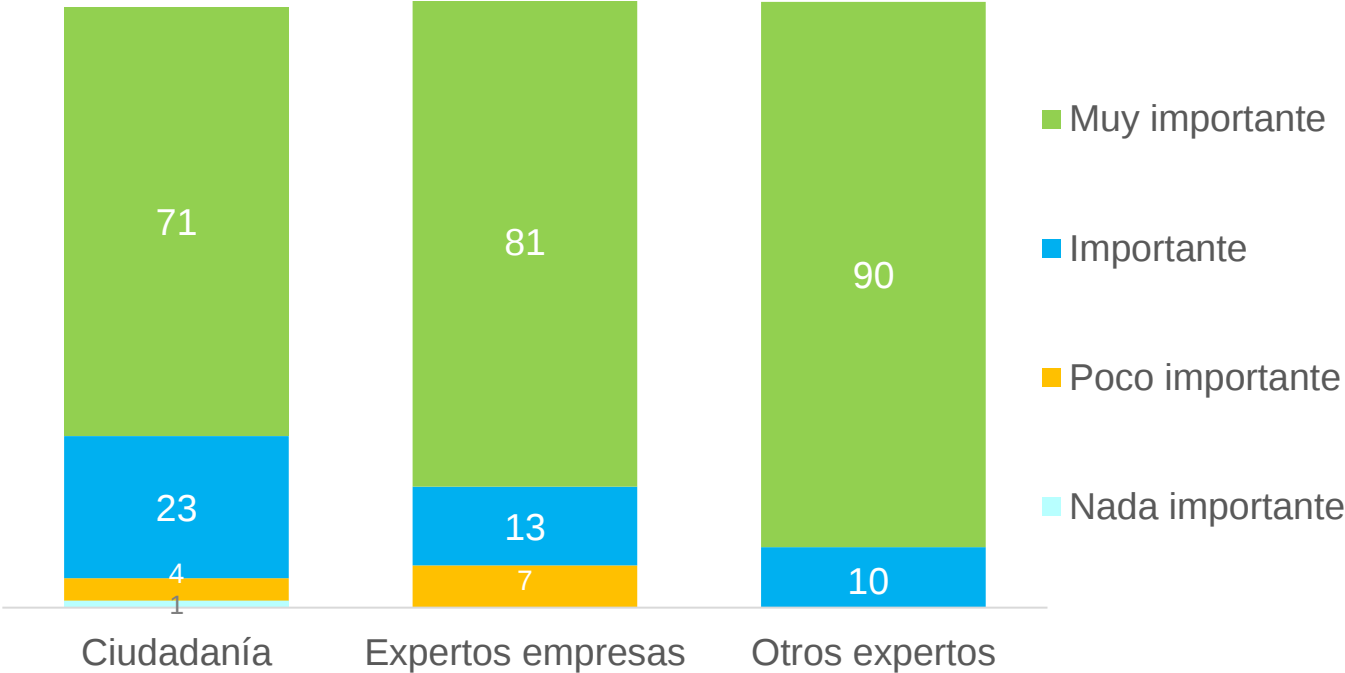
A continuación leerá una breve descripción, pero antes quisiéramos saber ¿Qué es lo primero que se le viene a la mente cuando escucha hablar del concepto de SOSTENIBILIDAD?

Base: 3004, Total muestra, respuesta espontánea.

IMPORTANCIA DE LA SOSTENIBILIDAD

Después de leer esta definición ¿Cuán importante diría usted que es el desarrollo sostenible para nuestro país?
Base: 3004, Total muestra, respuesta espontánea.

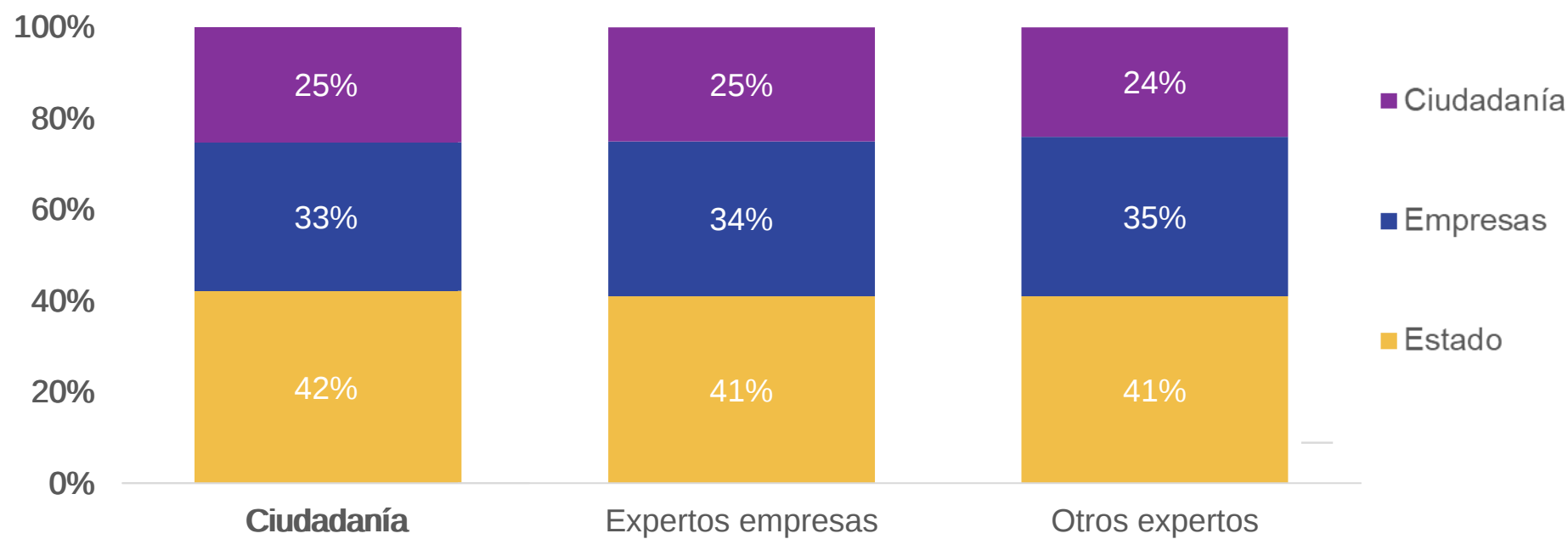
*“La sostenibilidad es el desarrollo que **satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones**, garantizando el equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado ambiental y el bienestar social”*



DISTRIBUCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD EN SOSTENIBILIDAD

¿Cómo distribuiría la responsabilidad que tienen el Estado, las empresas, y los ciudadanos para lograr el desarrollo sostenible?

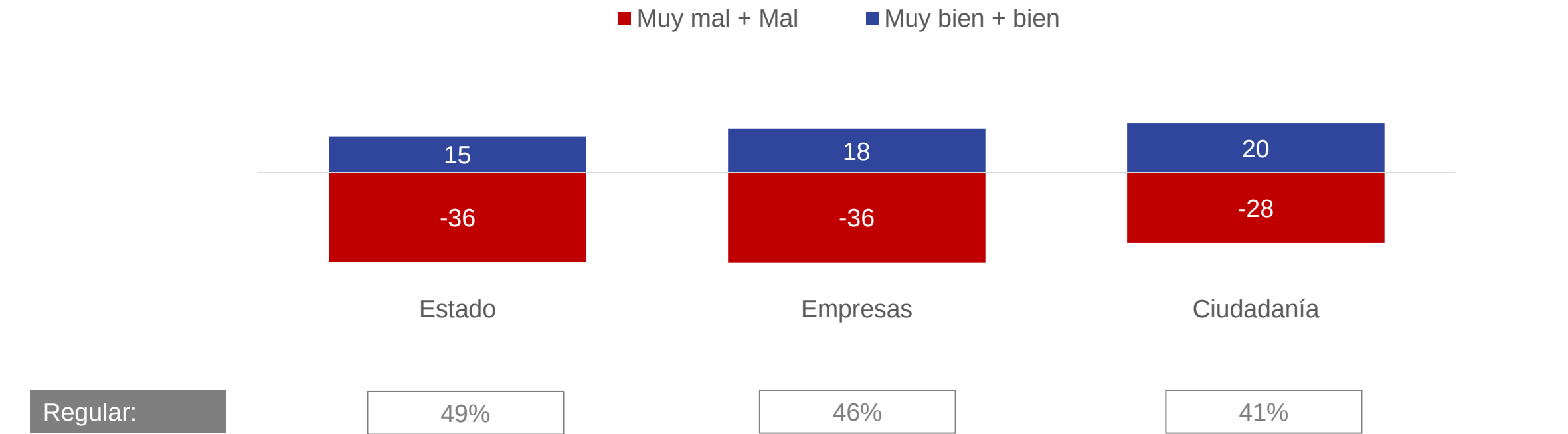
Base: 3004, Total muestra.



EVALUACIÓN DEL AVANCE DE LA SOSTENIBILIDAD - ACTORES

Y en la misma escala de 1 a 5, ¿cómo evalúa al Estado, las empresas y la ciudadanía en la tarea de alcanzar un desarrollo sostenible en Chile?

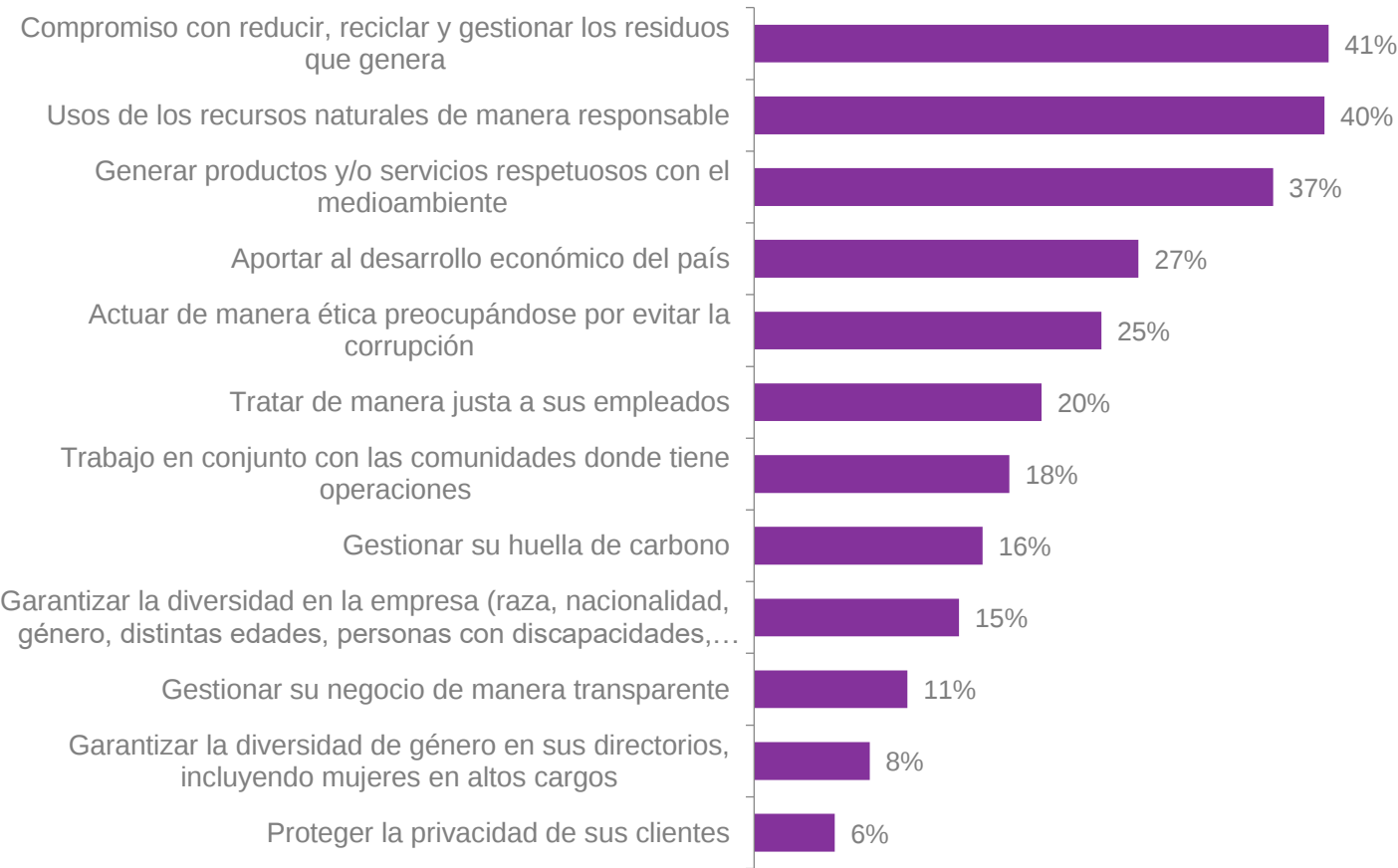
Base: 3004, Total muestra.



PERCEPCIÓN DE PRIORIDADES DE LAS EMPRESAS

De las siguientes acciones que pueden realizar las empresas en el ámbito económico, ambiental y social, para contribuir con el desarrollo sostenible, ¿cuáles son las 3 más importantes para Ud.?

Base: 3004, Total muestra, respuesta múltiple hasta 3 opciones.



51%



PROTECTING THE ENVIRONMENT:
including protecting and caring for our natural environment

30%



IMPROVING SOCIETY:
including treatment of employees & diversity, working conditions

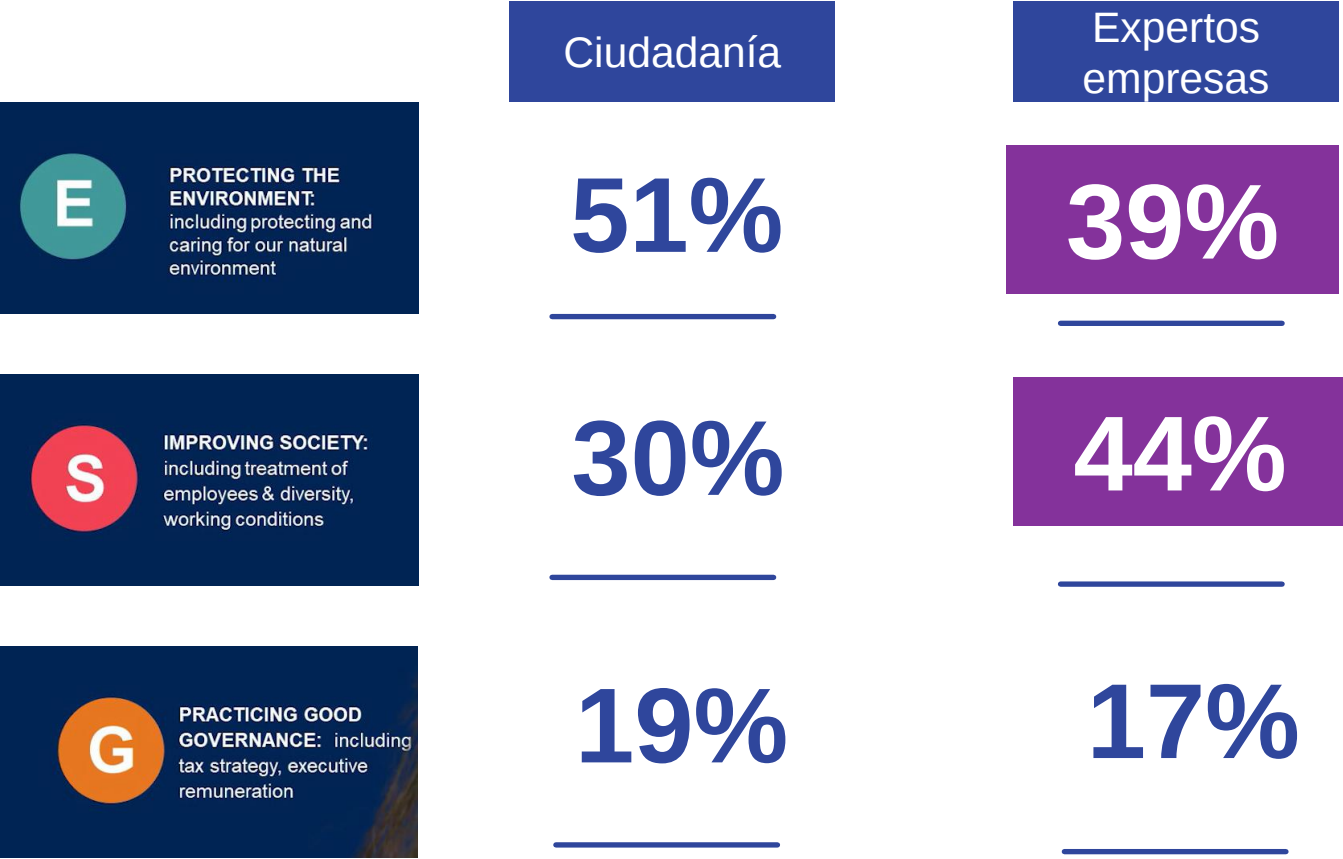
19%



PRACTICING GOOD GOVERNANCE: including tax strategy, executive remuneration

PERCEPCIÓN DE PRIORIDADES DE LAS EMPRESAS

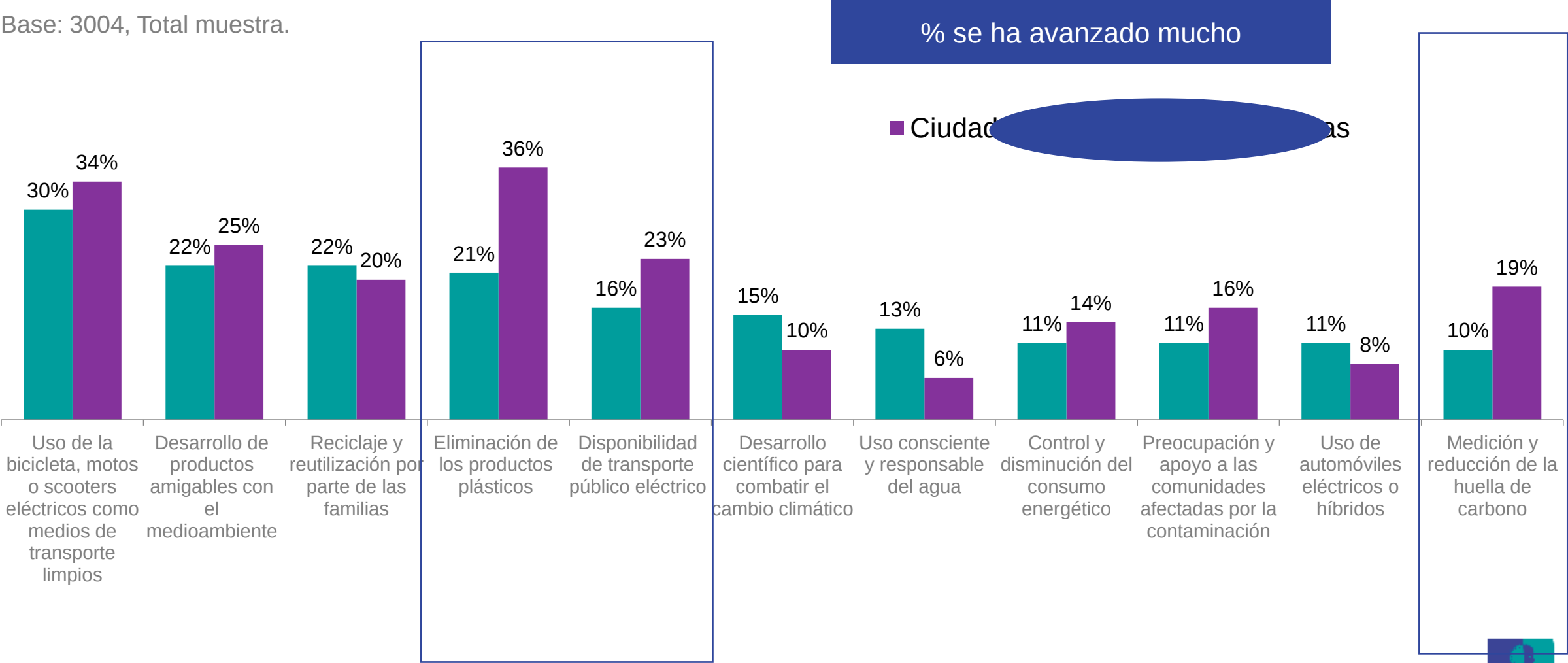
De las siguientes acciones que pueden realizar las empresas en el ámbito económico, ambiental y social, para contribuir con el desarrollo sostenible, ¿cuáles son las 3 más importantes para Ud.?



COMPARACIÓN DE PERCEPCIÓN DE AVANCE

De los siguientes elementos que favorecen la dimensión ambiental dentro del desarrollo sostenible de nuestro país, ¿En qué estado de avance cree usted que están los siguientes ámbitos en Chile?

Base: 3004, Total muestra.



SEGMENTACIÓN DE CONSUMIDORES

2

SEGMENTACIÓN DE CONSUMIDORES



SEGMENTACIÓN DE CONSUMIDORES

Desinteresados



25%

Ambientalistas Conflictuados



20%

Negacionistas responsables



17%

Pragmáticos



24%

Activistas



14%

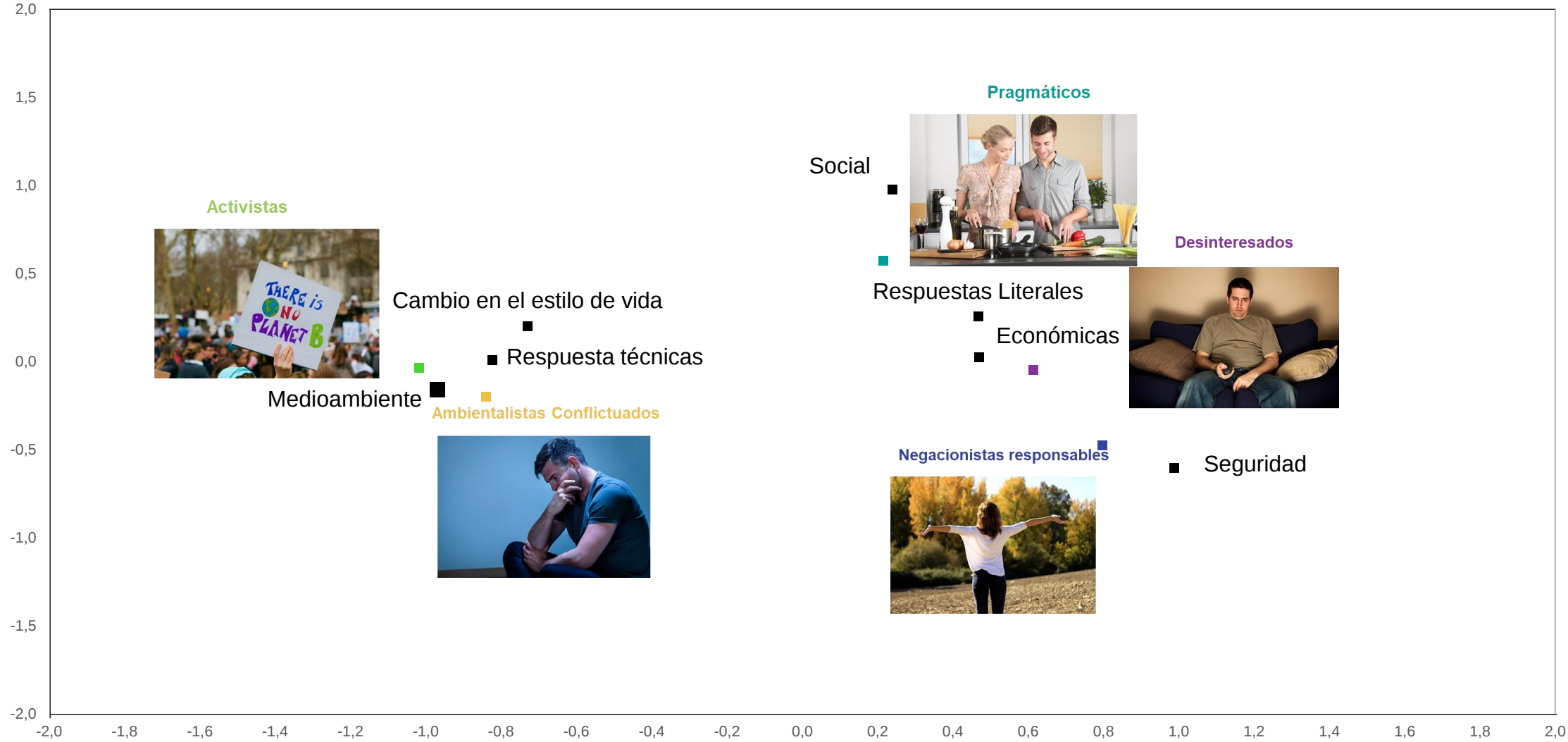


Segmentos con baja disposición a pagar premium



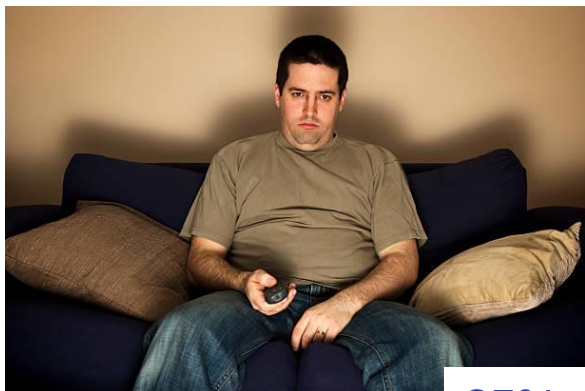
Segmentos con mayor disposición a pagar premium

MAPA DE CORRESPONDENCIA: ASOCIACIÓN SOSTENIBILIDAD



CARACTERIZACIÓN DE LOS GRUPOS

Desinteresados



25%

Son el grupo que realiza menos conductas responsables con el medio ambiente.

Personas que no están muy enterados de lo que es el desarrollo sostenible, aunque en su mayoría creen en el cambio climático. **NO están dispuestos a pagar más por productos responsables** y no consideran estos elementos en las compras que hacen en la actualidad.

Tienen una percepción de que el avance del desarrollo sostenible ha sido poco o nulo, y tienden a evaluar **peor a las empresas que el resto de los segmentos**

Demográficamente, tienden a concentrarse en los niveles socioeconómicos bajos (**C3DE**).

Ambientalistas Conflictuados



20%

Son conscientes del problema climático y están medianamente enterados de lo que es el desarrollo sostenible, considerándose a si mismos como consumidores responsables.

Quisieran contribuir más, pero no están dispuestos a pagar extra por productos responsables. Exigen que las empresas se hagan cargo de los costos asociados a la generación de oferta consiente.

Asimismo, son el grupo que peor evalúa a las empresas en su contribución al desarrollo sostenible y quienes más creen que los aportes de las empresas son para mejorar su imagen o ganar más dinero, y no por un interés genuino en contribuir.

Los ambientalistas conflictuados tienden a concentrarse en los niveles socioeconómicos más altos, **ABC1 y C2**.

CARACTERIZACIÓN DE LOS GRUPOS

Negacionistas responsables



17%

Son personas que contribuyen siendo consumidores responsables, sin ser demasiado conscientes de ello.

La principal característica de este grupo es que son negacionistas del cambio climático: muchos de ellos piensan que es parte de un proceso natural de la tierra.

Sin embargo, tienen una conducta ambiental medianamente extendida y muchos de ellos están dispuestos a pagar adicional por productos responsables.

Los negacionistas responsables tienden a concentrarse en el nivel socioeconómico DE. Son quienes perciben un mayor avance del desarrollo sostenible en Chile.

Son personas que no creen que los esfuerzos de las empresas en esta materia tengan un efecto en mejorar la confianza que tiene la ciudadanía en ellas.

CARACTERIZACIÓN DE LOS GRUPOS

Pragmáticos



24%

Este grupo se caracteriza por tener un **muy bajo conocimiento de lo que es el desarrollo sostenible**. A pesar de ello, son conscientes de la urgencia del cambio climático y están muy **comprometidos con acciones concretas** que incluyen tanto conductas ambientales como una **amplia disposición a pagar más por productos responsables**.

No se concentran en un nivel socioeconómico específico, a diferencia de otros grupos.

Son en general **personas más positivas, tienden a percibir un alto avance en materia de desarrollo sostenible en Chile**. Son personas que tienden a destacar en mayor medida el ámbito social del desarrollo sostenible que el resto de los grupos.

Activistas



14%

Los activistas **son el grupo más pequeño de la población**, y representan a las personas que tienen un alto nivel de acercamiento conceptual con el desarrollo sostenible, junto con la mayor frecuencia de prácticas responsables con el medio ambiente.

Son las personas que **están más dispuestas a pagar adicional por productos o servicios responsables**, y quienes en mayor medida consideran criterios de sostenibilidad en sus decisiones actuales de compra.

Los activistas tienden a concentrarse en los niveles socioeconómicos más altos, ABC1 y C2.

Es un grupo más crítico y exigente en términos del avance en materia de sostenibilidad.

Las acciones que más destacan de las empresas para contribuir al desarrollo sostenible están asociadas a lo ambiental.

IPSE – ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DE SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL

3

MODELO DE EVALUACIÓN DE LAS EMPRESAS



- Reduce, recicla y gestiona los residuos
- Gestiona su huella de carbono / Tomar medidas contra el cambio climático
- Usa los recursos naturales (agua, energía, otros) de manera controlada
- Genera productos amigables con el medio ambiente**



- Aporta al desarrollo del país
- Garantiza la diversidad en la empresa (raza, nacionalidad, género, distintas edades, persona con discapacidades, comunidad LGBTQIA+)
- Apoya a las comunidades donde tiene operaciones**
- Trata de manera justa a sus empleados



- Lleva su negocio de manera transparente
- Actúa de manera ética / se preocupa por controlar la corrupción
- Garantiza la diversidad en sus directorios / inclusión de mujeres en altos cargos
- Protege la privacidad de sus clientes

¿CÓMO SE CALCULA EL ÍNDICE?

1

Cada persona evalúa el desempeño de los 12 atributos en 3 empresas

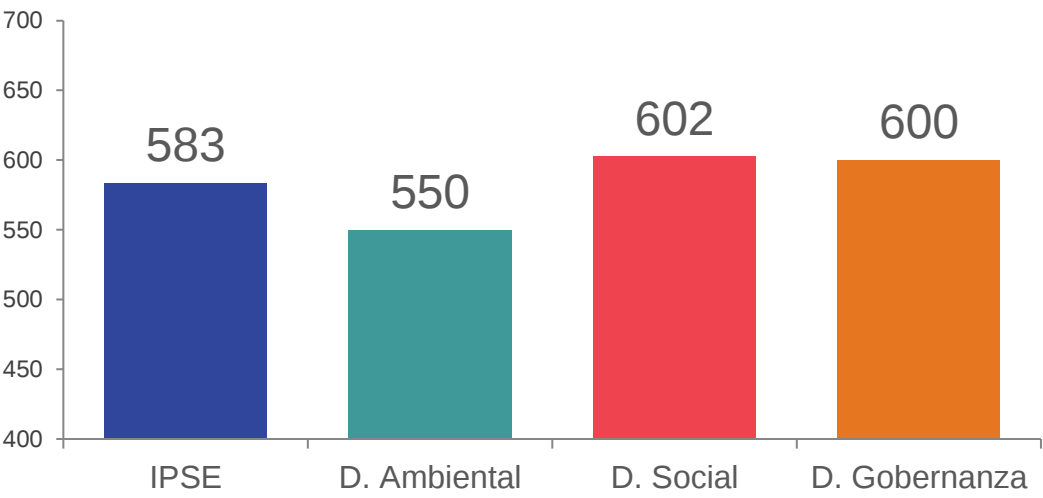
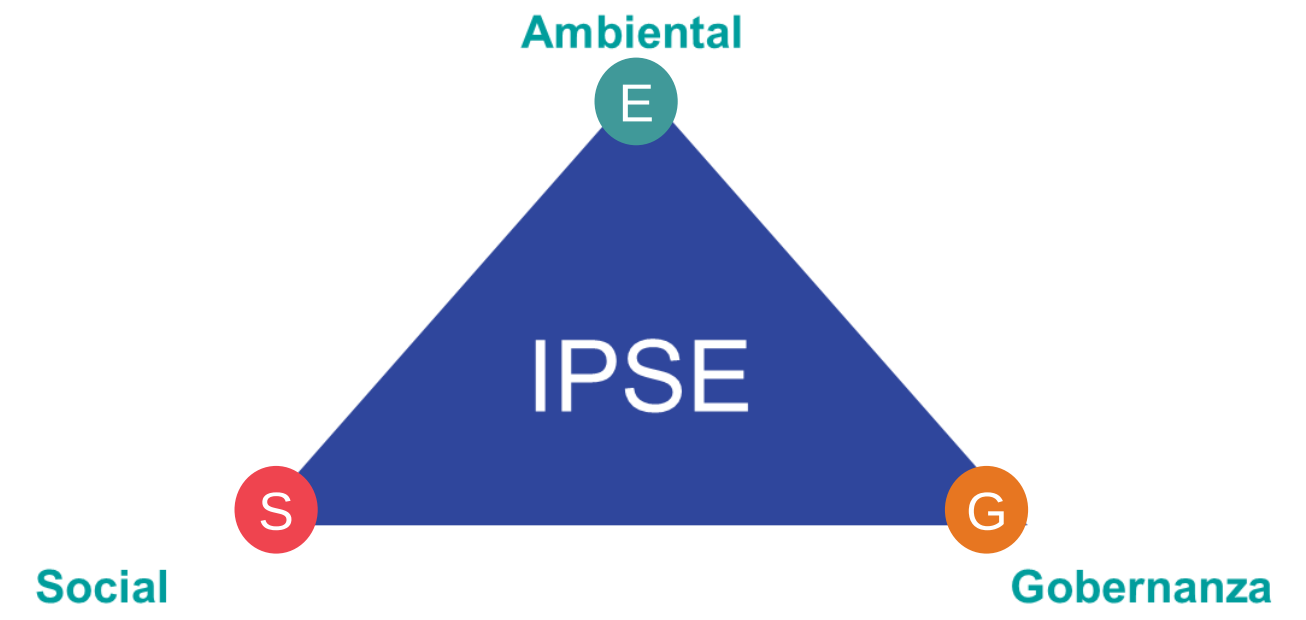
2

Se calcula un indicador por dimensión **ESG**, por empresa, considerando el peso de cada atributo, según el impacto en ese ítem

3

Con el promedio de las 60 empresas medidas, se calcula un indicador global (**IPSE**) y el total de las 3 dimensiones **ESG**

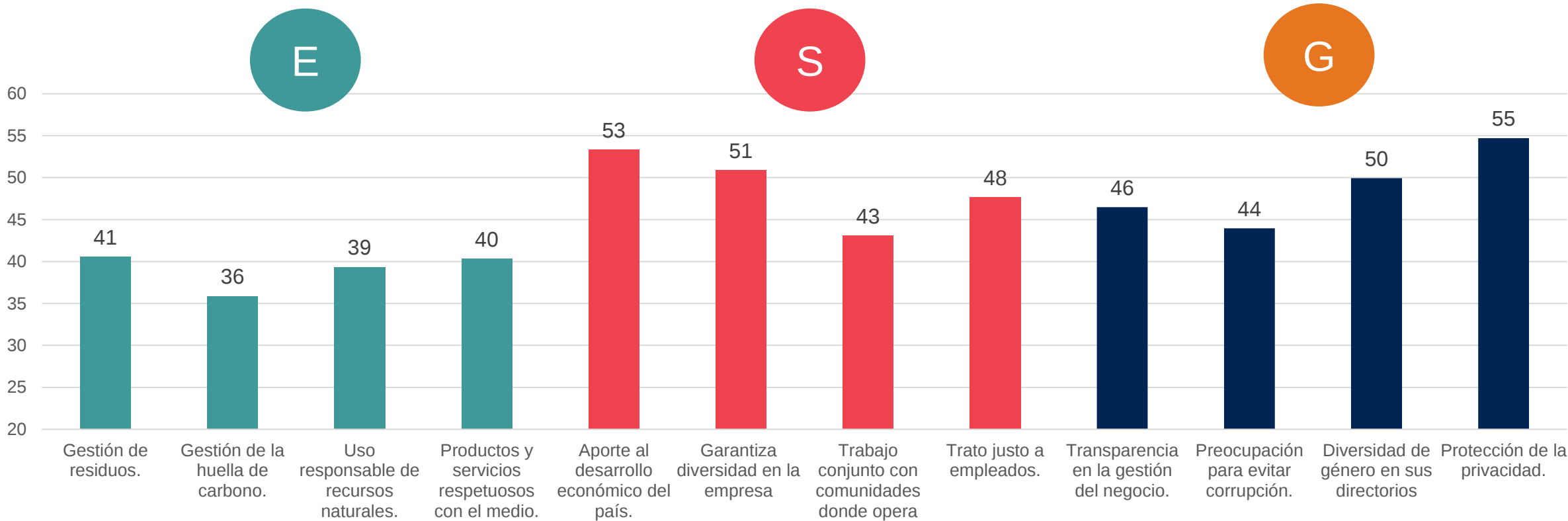
IPSE - INDICE DE PERCEPCIÓN DE SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL



Contribución negativa		Contribución Neutra	Contribución positiva	
0	...	500	...	1.000

RESULTADOS DIMENSIÓN - ATRIBUTOS

% Lo está haciendo bien + muy bien



PREGUNTAS Y DESAFÍOS PAR EL PANEL

PREGUNTAS Y DESAFÍOS

1

¿Cómo hacemos para involucrar mucho más a la ciudadanía en el camino hacia el desarrollo sostenible?

2

¿Qué oportunidades trae la crisis económica y política para impulsar un mayor avance?

3

Considerando los distintos grupos de ciudadanos ¿Cómo comunicamos de manera eficiente?

Gracias!