

# ¿Sabes cómo te ven?

Te ven como una promesa  
que debe ser cumplida ...

**16** años **REPUTACIÓN CORPORATIVA** 2017  
Escuchando a los consumidores



- 
- La Reputación Corporativa se basa en la percepción de los consumidores hacia tu organización.
  - Ellos ven como te comportas y opinan de ti desde su propia forma de mirar.
  - Hoy la reputación es la nueva imagen y necesitas conocerla para gestionarla de manera óptima.

{ LAS EMPRESAS SON DUEÑAS DE SUS MARCAS,  
LOS CONSUMIDORES SON DUEÑOS  
DE SU REPUTACIÓN. }

**16**  
**años**

Hill + Knowlton Strategies®  
y GfK Adimark desarrollando el  
estudio de Reputación  
Corporativa más  
importante de Chile.

Hace 16 años fuimos los primeros en comenzar a estudiar la Reputación Corporativa. Hoy no hacer gestión de reputación es un peligro para las empresas ya que se ha demostrado que **impacta** en los resultados del negocio.

→ Hoy el Estudio de Reputación Corporativa se ha convertido en un referente clave para las empresas en Chile.

## EL ESTUDIO DE REPUTACIÓN CORPORATIVA ES:

- 16 años de medición en Chile.
- Una mirada desde los consumidores.
- Un referente indispensable en reputación corporativa que orienta el quehacer de industrias, empresas y marcas.
- Una evaluación que descubre y premia cada año el standard de las compañías más valoradas reconociendo su desempeño.
- Una herramienta clave que permite a las empresas mejorar la gestión de su reputación, reducir riesgos y entender como son percibidas por los consumidores.
- Un identificador de oportunidades de conexión con los públicos de interés

## ¿QUÉ ES EL ESTUDIO DE REPUTACIÓN CORPORATIVA?

Basado en el Modelo de Reputación  
Corporativa de Hill+Knowlton Strategies®  
y GfK Adimark.

↓  
100 empresas  
evaluadas  
distribuidas  
en Industrias.

Considera  
tracking histórico  
de su  
performance.

↓  
Comparación  
con la  
competencia y  
benchmarking.

↓  
Más de 5.000  
encuestados  
de las 14  
principales  
ciudades de  
Chile.

↓  
Evaluación en  
6 dimensiones  
y 23 atributos.  
  
Evaluación por  
edad, sexo y GSE.



Principal  
medio de  
negocios como  
media partner.

# UNA MIRADA DESDE LA PERCEPCION DE LOS CONSUMIDORES



Estudio cuantitativo basado en encuestas presenciales y online.

## GRUPO OBJETIVO

Consumidores   
**18 - 75 años**



💰 GSE  
**ABC1, C2, C3 y D**

Más de **5.000** encuestas   presenciales y online

Residentes en las ciudades de:

### Zona Norte

Arica  
Iquique  
Copiapó  
La Serena/  
Coquimbo

### Zona Centro

RM  
Viña del Mar/  
Valparaíso  
Rancagua  
Talca  
Talcahuano

### Zona Sur

Concepción  
Temuco  
Puerto Montt

## Estudio Preliminar

Selección de empresas a evaluar

**MUESTRA**  
**1.100**  
**CASOS**

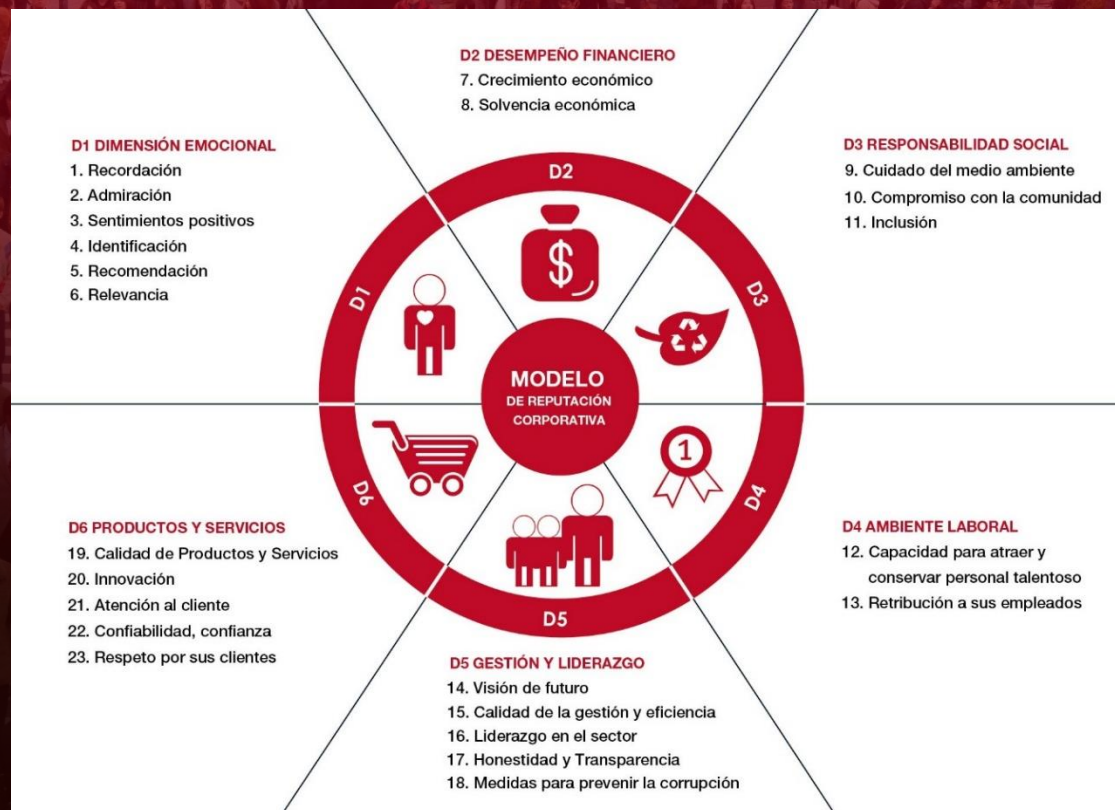
## Medición Principal

Evaluación de la reputación corporativa de las empresas

**MUESTRA**  
**Más de 5.000**  
**CASOS**

**IRC**  
**Índice de**  
**Reputación**  
**Corporativa®**

# NUESTRO MODELO REPUTACIÓN CORPORATIVA



Modelo de Hill+Knowlton Strategies desarrollado por GfK Adimark.

# SABEMOS QUE :



Las empresas que saben lo que se dice de ellas son las que están mejor preparadas construir su reputación.

Hoy el **60%** de la reputación se juega en 3 dimensiones:  
**Emocional / Productos y servicios / Gestión y liderazgo.**



La Reputación Corporativa es gestionable y el contenido del estudio hace posible trabajar sobre las percepciones de los consumidores.



Hoy nos enfrentamos a los niveles **más bajos de valoración empresarial.**



Las empresas que conocen los atributos más valorados de su industria logran “afinar la puntería” mejorando su estrategia comunicacional y optimizando recursos.



La Reputación Corporativa representa un sólido blindaje para las empresas en tiempos de crisis.



Los consumidores esperan de las empresas **mayor liderazgo en su industria**



Los consumidores demandan respeto y respuestas oportunas.



Los consumidores piden que las compañías aporten **visión de futuro, sentido y relevancia en su quehacer.**

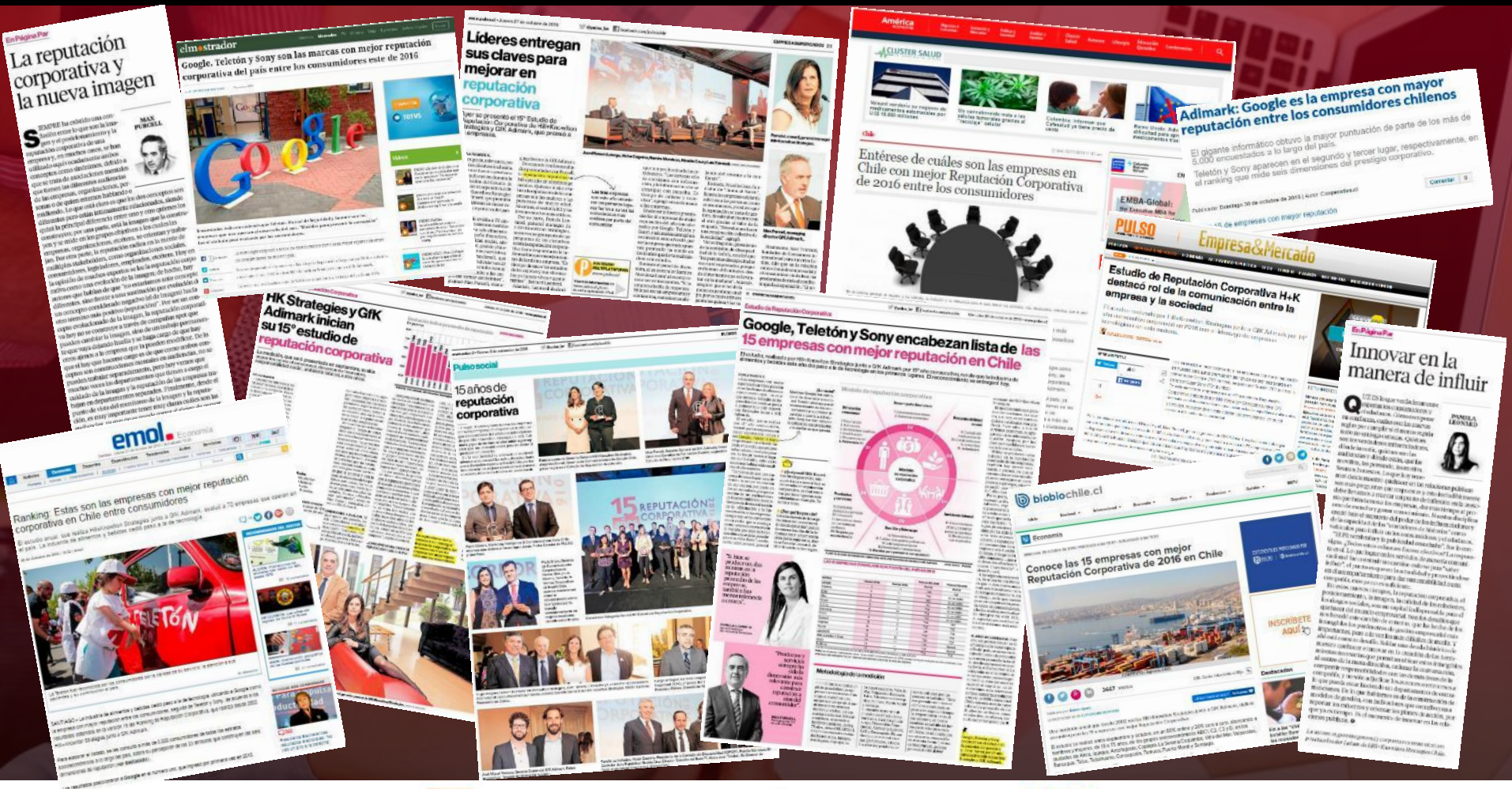
**2017**

Nuevas Preguntas

Mas empresas participantes

Ampliación de edad a 75 años.

Medición de nuevos atributos





# ¿Sabes cómo te ven?

Te ven como una promesa  
que debe ser cumplida ...

**16** años **REPUTACIÓN CORPORATIVA** 2017  
Escuchando a los consumidores

