



MIRACLE
THE FIRST
KINDNESS
COMPANY

HACER EL BIEN ES RENTABLE PARA LAS EMPRESAS.

Uno de cada dos chilenos castiga con consumo los escándalos reputacionales de las empresas.

Esto se concluye del estudio realizado por GfK Adimark y encargado por MIRACLE, la primera empresa de Bondad en el Mundo, en el que se revela que más de la mitad de los chilenos prefiere ir más lejos o pagar más con tal de comprar un servicio o producto de una empresa que "hace el Bien".

A los consumidores no les da mismo: El 74% de los chilenos afirma que el que una empresa "haga el Bien" impacta en su preferencia de compra. En el escenario actual de desconfianza dado los escándalos públicos que han afectado a

un número importante de empresas, los chilenos dicen premiar, con el consumo, a aquellas que tienen buena reputación.

¿Y qué entienden por este concepto? El "hacer el Bien", en términos empresariales, tiene que ver principalmente con aspectos vinculados al impacto ambiental, tales como el "respeto por el medio ambiente" (70%) y "preocuparse por los impactos negativos que su actividad genera" (69%). "Se preocupa por el bienestar de todas las personas" (66%), "trata bien a sus consumidores" (65%) y "ofrece un precio justo" (62%), son otras de las dimensiones que forman parte de una empresa que "hace el Bien".

Asimismo, 1 de cada 2 encuestados declara estar dispuesto a hacer sacrificios (como ir más lejos o pagar de más) con tal de hacer un consumo responsable.



MIRACLE
THE FIRST
KINDNESS
COMPANY

Hacer el Bien es rentable

Desde la mirada de los consumidores, la colusión es hoy el acto más repudiado que puede cometer una empresa (73%), seguido de los "cobros excesivos o injustificados" (64%) y la "vulneración de las leyes laborales" (62%). El "maltrato a los animales" es considerado por el 22% de los encuestados como algo "grave o muy grave".

¿Y cómo reaccionan los consumidores cuando se enteran de que alguna de las empresas con las que se vinculan ha estado involucrada en algún escándalo de este tipo?

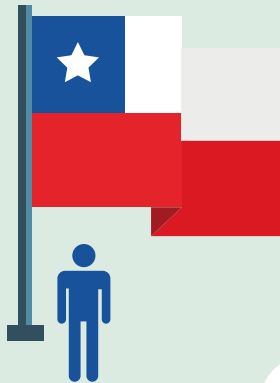
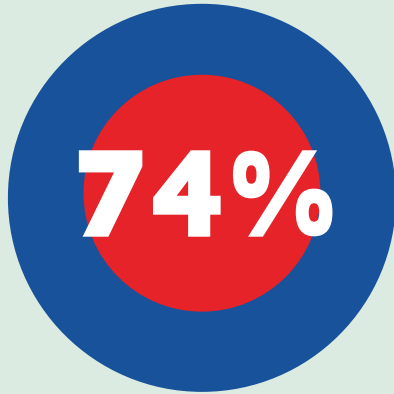
Uno de cada dos de ellos tiende a restringir el consumo de la empresa afectada, mientras que el 30% dice que deja de consumirla para siempre.

En el lado opuesto, sólo el 8% asegura que no le importa y por lo tanto, no impacta su decisión de consumo.

Ante una situación como ésta, los consumidores no sólo castigan con su preferencia, sino que además esperan actos reparatorios. Entre estos destacan el "hacer una inversión económica para un bien comunitario proporcional al daño producido" (31%), "compensar económicamente a las personas afectadas" (26%) y "castigar a los miembros involucrados con despidos o multas" (25%).

+ información: isamiracle.org

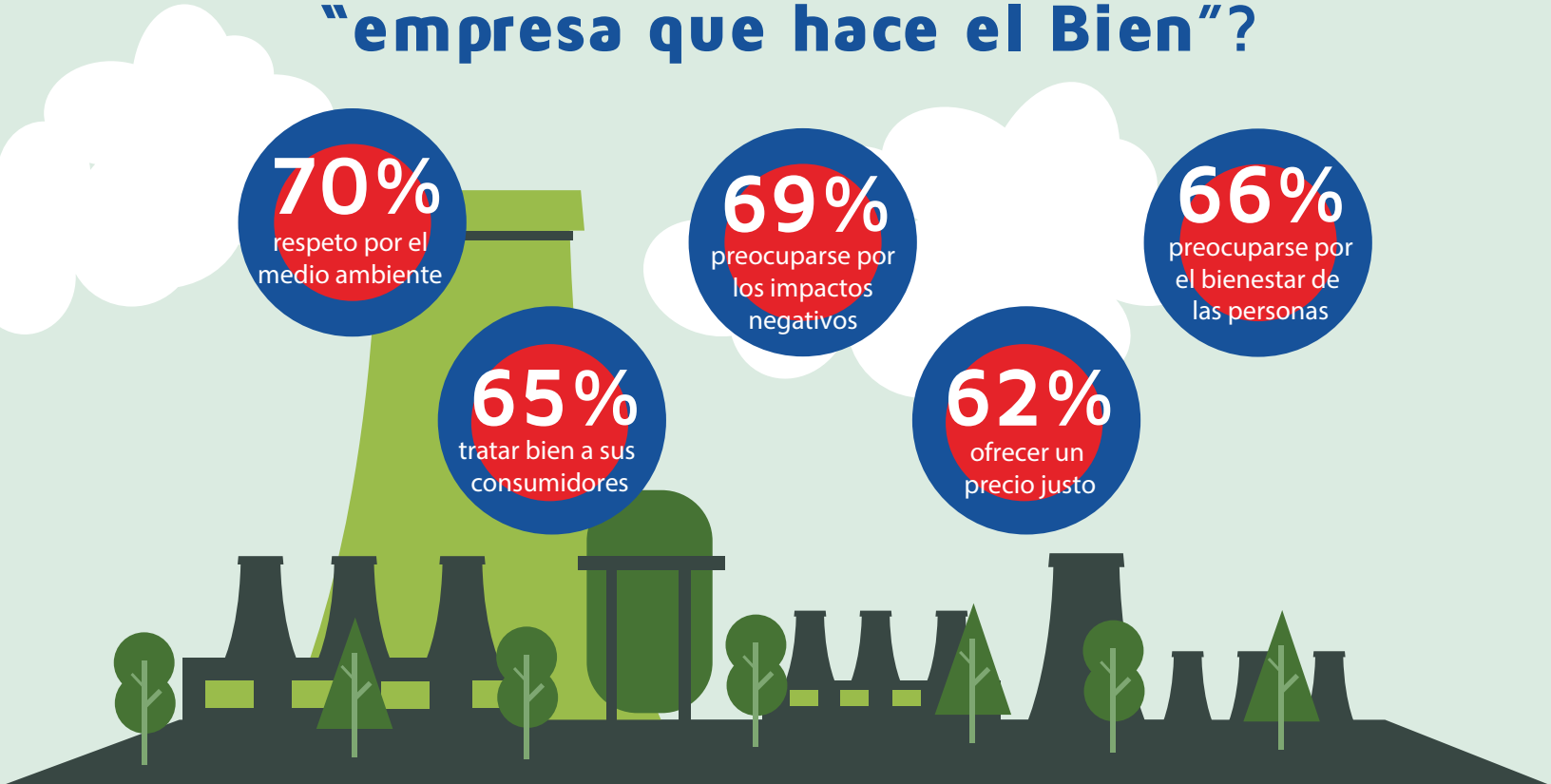
¿HACER EL BIEN ES RENTABLE PARA LAS EMPRESAS“?



afirma que el que una empresa “haga el Bien” impacta en su preferencia de compra.

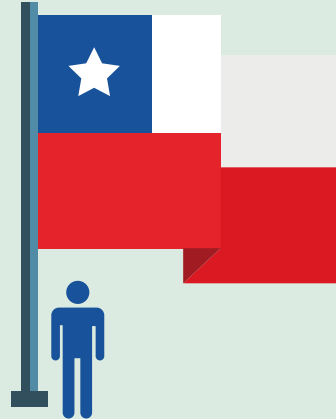
está dispuesto a pagar de más con tal de hacer un consumo responsable

¿Qué se entiende por una “empresa que hace el Bien“?



¿Y SI LAS EMPRESAS NO "HACEN EL BIEN"?

1 de cada 2 chilenos



RESTRINGEN

el consumo de la empresa afectada

30%

dejan de consumirlo para siempre

no impacta la decisión de consumo

8%

¿Qué es lo que más castiga la población?

73%
colusión

64%
cobros injustificados

62%
vulneración a las leyes laborales

22%
maltrato animal

