

Empresas! humanas!

Estudio de Reputación Corporativa
Versión 2025

BROCHURE

EMPRESAS HUMANAS

“

UNA RADIOGRAFÍA DE LA REPUTACIÓN
EMPRESARIAL BASADA EN LA MIRADA DE
LAS PERSONAS Y LAS PARTICULARIDADES
DE CADA GENERACIÓN Y TERRITORIO.

”



QUÉ BUSCAMOS

RESPONDER

- DESDE DÓNDE CONSTRUYEN LAS PERSONAS HOY LA REPUTACIÓN CORPORATIVA DE LAS EMPRESAS

- QUÉ RELEVANCIA TIENEN LAS EMPRESAS Y SECTORES PARA LOS CIUDADANOS DE HOY

¿CÓMO LO HICIMOS?

- Estudio cuantitativo, metodología encuestas online.
- Encuestamos a **4.000 personas** a lo largo de Chile.
- Evaluamos **119 empresas**.



• BOOMERS • GEN X
• MILLENNIALS • GEN Z



TODOS LOS GSE



NIVEL NACIONAL

MODELO EMPRESAS HUMANAS

- Empresas Humanas cuenta con un modelo que nace desde las dimensiones que la ciudadanía reconoce como relevantes para la construcción de la reputación corporativa de las empresas.
- La evaluación de las personas se expresa en un Índice de Empresas Humanas, dando como resultado un ranking de 119 marcas empresa.



MODELO EMPRESAS HUMANAS

1. HONESTIDAD

Coherente entre lo que dice y hace entre lo que ofrece y entrega.

2. RELEVANCIA

Innovación constante, el cliente al centro, promueven temas relevantes para las personas, existe visión clara de futuro.

3. CONTRIBUCIÓN

Se preocupan realmente por aportar a las comunidades y dar solución a las personas.

4. EMPLEABILIDAD

Es un lugar que atrae y se preocupa de sus talentos. (horarios razonables, flexibles, reparten ganancias, entre otros)

5. LIDERAZGO Y CALIDAD

Lideran su sector y tienen productos o servicios de buena calidad.

7. FINANCIERO

A la empresa le va bien económicamente.

6. SOSTENIBILIDAD

Se preocupan de cuidar y proteger el medio ambiente. Tienen un propósito social claro.



CATEGORÍAS 2025

AFP

ALIMENTOS
Y BEBIDAS

BANCOS E
INSTITUCIONES
FINNCIERAS

MALLS

GRUPOS
EMPRESARIALES

CUIDADO PERSONAL
Y DEL HOGAR

COMBUSTIBLE

FARMACIAS

MEDIOS DE
COMUNICACIÓN

MINERÍA

MEJORAMIENTO
DEL HOGAR

RETAIL

CLÍNICAS Y
CENTROS MÉDICOS

SERVICIOS
BÁSICOS

SUPERMERCADOS

TELECOMUNICACIONES

TRANSPORTE

LÍNEAS AÉREAS

CAJAS DE
COMPENSACIÓN



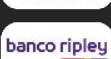
LO QUE NOS ENTREGARON LOS RESULTADOS 2025

- Las empresas crecen en su reconocimiento: El Índice de Empresas Humanas crece consistentemente desde el 2023.
- La honestidad se mantiene como la dimensión más relevante para las personas y con mayor peso en el modelo.
- La calidad es el atributo más relevante y que distingue a las empresas reconocidas del resto de las empresas.
- Las Generaciones son muy distintas en su evaluación frente a las empresas, mostrándose la generación Z como las más ácida.
- Existe un desafío de abordar la zona norte de nuestro país, un territorio con una evaluación decreciente y crítica respecto a la reputación corporativa de las empresas.

EMPRESAS HUMANAS 2025 RANKING

Ranking 2025	Empresa	Lugar año 2024	Ranking 2025	Empresa	Lugar año 2024	Ranking 2025	Empresa	Lugar año 2024	Ranking 2025	Empresa	Lugar año 2024
01	 FARMACIAS DEL DR. SIMI	(=) 02	16	 LATAM	(+) 75	31	 Banco de Chile	(+) 41	46	 MALLS & OUTLETS VIVO	(+) 77
02	 COLUN	(=) 01	17	 CCU	(+) 29	32	 IKEA	(=) 27	47	 MUTUAL de seguros	-
03	 Casaideas	(+) 11	18	 entel	(+) 26	33	 Shell	(+) 59	48	 EMPRESAS EJIANSÁ	(-) 25
04	 mercado libre	(=) 05	19	 CALLEJAS SURF	(=) 15	34	 NotCo	(+) 49	49	 Bupa Clínica Santiago	(-) 39
05	 Soprole	(+) 14	20	 Banco Falabella	(+) 60	35	 abastible	(+) 63	50	 cenco malls	(+) 91
06	 SODIMAC HOME CENTER	(=) 10	21	 Lipigas	(+) 52	36	 falabella	(+) 55	51	 cencosud	-
07	 Quimbo	(+) 16	22	 REDSALUD	(+) 62	37	 Watt's	(-) 17	52	 WOM	(+) 89
08	 natura	(=) 06	23	 easys	(-) 12	38	 Scotiabank	(+) 70	53	 Unizap	(-) 22
09	 carozzi	(+) 35	24	 tresmorceles ludichesi	(+) 47	39	 INDISA	-	54	 Santander	(+) 76
10	 Nestlé	(=) 08	25	 TOTTUS	(=) 28	40	 P&G	(-) 20	55	 Clínica Santa María	90*
11	 COPEC	(=) 13	26	 Unilever	(+) 42	41	 CNN CHILE	(-) 23	56	 PFalimentos	(=) 61
12	 Lider	(+) 54	27	 Empresas Copec	-	42	 CASA LOS ANDES	-	57	 cmpc	85*
13	 METRO DE SANTIAGO	(+) 33	28	 mallplaza	(+) 50	43	 ANTOINASTA MINERALS	(+) 82	58	 paris	(-) 43
14	 Santa Fabiola	(+) 56	29	 achs	-	44	 PEPSICO	(=) 45	59	 LOS HEROES	-
15	 Banco del Sur	(+) 37	30	 Coca-Cola	(=) 31	45	 Pirtek Arica	(+) 53	60	 clínica Alemana	(-) 34

EMPRESAS HUMANAS 2025 RANKING

Ranking 2025	Empresa	Lugar año 2024	Ranking 2025	Empresa	Lugar año 2024	Ranking 2025	Empresa	Lugar año 2024	Ranking 2025	Empresa	Lugar año 2024
61	 (+)	95	76	 (-)	58	91	 (=)	90*	106	 (+)	113
62	 -	-	77	 (-)	44	92	 -	-	107	 (+)	115
63	 (+)	85*	78	 (+)	92	93	 (=)	98	108	 (+)	116
64	 (=)	65	79	 (+)	96	94	 (+)	102	109	 (-)	103
65	 (+)	73	80	 (+)	87	95	 (-)	46	110	 (+)	117
66	 (-)	51	81	 (=)	81	96	 (+)	108	111	 (=)	109
67	 (-)	36	82	 (+)	107	97	 -	-	112	 (+)	122
68	 (+)	99	83	 (-)	72	98	 -	-	113	 (+)	120
69	 (+)	78	84	 (-)	68	99	 (-)	67	114	 (+)	118
70	 (+)	106	85	 (=)	84	100	 -	-	115	 (+)	121
71	 (=)	66	86	 (+)	101	101	 -	-	116	 (-)	105
72	 (-)	64	87	 (+)	112	102	 -	-	117	 (=)	119
73	 -	-	88	 (=)	86	103	 (+)	111	118	 -	-
74	 (=)	74	89	 -	-	104	 -	-	119	 (=)	123
75	 (-)	40	90	 -	-	105	 -	-			

*Empresas medidas dentro de marca corporativa 2024

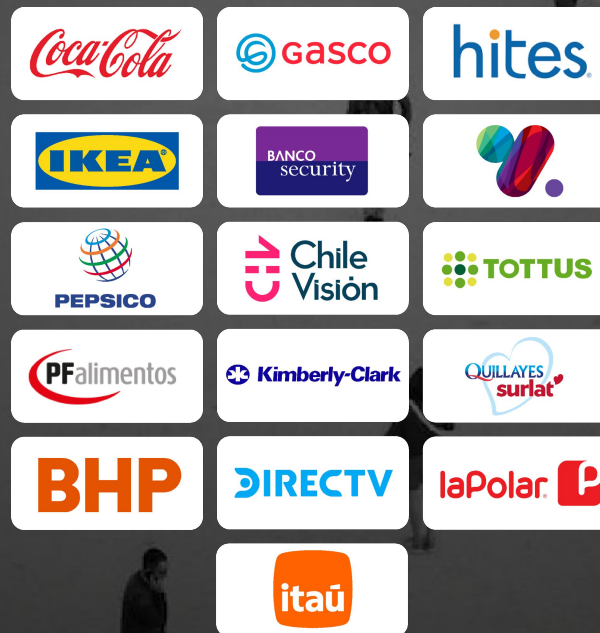
LAS MARCAS QUE



MÁS SUBEN



SE MANTIENEN



MÁS BAJAN



CATEGORÍAS CON MAYOR ALZAS

TRANSPORTE



5,3%

SUPERMERCADO



4%

CENTROS COMERCIALES



+1,6%

GANADORES POR CATEGORÍA

AFP		Medios de comunicación		Farmacias		Retail	
Minería		Alimentos y bebidas		Supermercados		Transporte	
Banco e instituciones financieras		Combustibles		Líneas Aéreas		Cuidado personal y del hogar	
Caja de Compensación		Grupo Empresarial		Servicios Básicos		Clínicas y centros médicos	
Mejoramiento del hogar		Telecomunicaciones		Malls			



¿QUÉ OBTENDRÁS?

- Una mirada completa a los hallazgos del estudio de manera evolutiva.
- Un análisis de la evolución de la reputación corporativa de tu marca-empresa, respecto a las empresas medidas, empresas destacadas, tu competencia directa y el sector en el que participas.
- Un zoom del desempeño de tu marca-empresa por dimensión, distintas generaciones y territorios.
- Un informe y reunión de trabajo con recomendaciones de palancas posibles de accionar para mover la reputación corporativa de tu marca-empresa.

OUTPUTS GENERALES

REFERENCIAL

Top 10 por generaciones:

A nivel de generaciones las empresas se valoran de distinta manera. Se observan marcas que solo están presentes en ciertas generaciones como es el caso de Notco en la gen Z, banco de Chile en los millenials, UC Christus en Gen x y Soprole junto a Chilevisión en los baby Boomers.

RK	Total	RK	Gen Z	RK	Millennials	RK	Gen X	RK	Baby Boomers
1	Dr. Simi	1	Casaldos	1	Mercado Libre	1	Dr. Simi	1	Colan
2	Colan	2	NotCo	2	Dr. Simi	2	Casaldos	2	Natura
3	Mercado Libre	3	Mercado Libre	3	Colan	3	Colan	3	Dr. Simi
4	Casaldos	4	Parque Isabel	4	Easy	4	Nestle	4	Parque Arauco
5	Natura	5	Homecenter / Sodimac	5	Natura	5	Natura	5	Metro
6	Lider / Walmart	6	Colan	6	Lider / Walmart	6	Homecenter / Sodimac	6	Lider / Walmart
7	Easy	7	Jumbo	7	Jumbo	7	Watts	7	Soprole
8	Nestle	8	CCU	8	Parque Arauco	8	Watts	8	Procter & Gamble
9	Homecenter / Sodimac	9	Nestle	9	Homecenter / Sodimac	9	Nestle	9	Nestle
10	Jumbo	10	Dr. Simi	10	Banco de Chile	10	Mercado Libre	10	Chilevisión

Top 10 por segmento socioeconómico:

También se observan diferencias por segmentos socioeconómicos donde marcas que no pertenecen al top ten general aparecen con una posición destacada en los distintos grupos.

Total	RK ABC1		RK C2		RK C3		RK D/E		
1	Dr. Simi	1	Dr. Simi	1	Colan	1	Homecenter / Sodimac	1	Dr. Simi
2	Colan	2	Colan	2	Dr. Simi	2	Easy	2	Mercado Libre
3	Mercado Libre	3	Casaldos	3	Mercado Libre	3	Nestle	3	Casaldos
4	Casaldos	4	NotCo	4	NotCo	4	Colan	4	Natura
5	Natura	5	Natura	5	Natura	5	Parque Arauco	5	Colan
6	Lider / Walmart	6	Metro	6	China Bora	6	Lider / Walmart	6	Easy
7	Easy	7	Jumbo	7	Lider / Walmart	7	Dr. Simi	7	Seamarc
8	Nestle	8	Nestle	8	Metro	8	Unimarc	8	Lider / Walmart
9	Homecenter / Sodimac	9	Lider / Walmart	9	Banco Santander	9	Mercado Libre	9	Watts
10	Jumbo	10	Homecenter / Sodimac	10	Homecenter / Sodimac	10	Nestle	10	Nestle

A nivel de zonas:

A nivel general, la evaluación más crítica es en RM. En norte y sur hay mayor reconocimiento de reputación corporativa.

Total Ranking Empresas Humanas	579,25
Chile Norte	593,91
Chile Centro	587,27
RM	561,99
Chile Centro Sur	595,79
Chile Sur / Austral	579,15

Ciudadano de la Región Metropolitana es más crítico en relación a la reputación corporativa de las diversas rubros evaluados: menor puntaje de índice de Empresas Humanas.

Y la evaluación de las marcas tiene matices también dependiendo del lugar de residencia de los ciudadanos:

RK Total	RK Norte / Centro norte	RK RM	RK Centro sur / Sur
1Dr. Simi	1Lider / Walmart	1Dr. Simi	1Colan
2Colan	2Dr. Simi	2Colan	2Mercado Libre
3Mercado Libre	3Homecenter / Sodimac	3Natura	3Dr. Simi
4Casaldos	4Nestle	4Natura	4Natura
5Natura	5Parque Arauco	5Casaldos	5Casaldos
6Lider / Walmart	6Watts	6Easy	6Lider / Walmart
7Easy	7Fruitea	7Jumbo	7CCU
8Nestle	8Nestle	8Nestle	8Homecenter / Sodimac
9Homecenter / Sodimac	9Banco de Chile	9Chilevisión UC Christus	9Jumbo
10Jumbo	10Colan	10Parque Arauco	10Easy

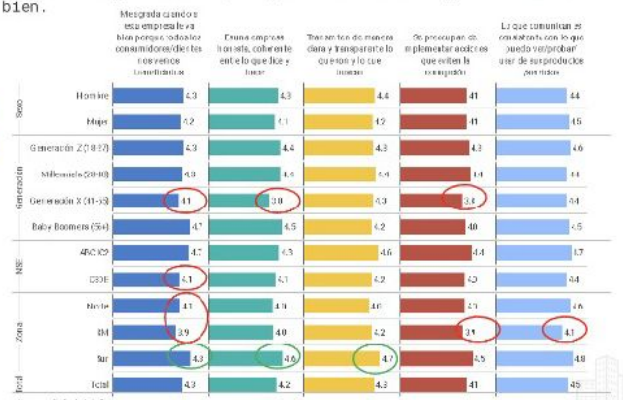
Dimensión: Honestidad: una dimensión con desafíos a nivel general, mostrando mayor sentido de urgencia en la generación x, Rm y el atributo: me agrada cuando a la empresa le va bien.

EJEMPLO MARCA

Índice de la Dimensión

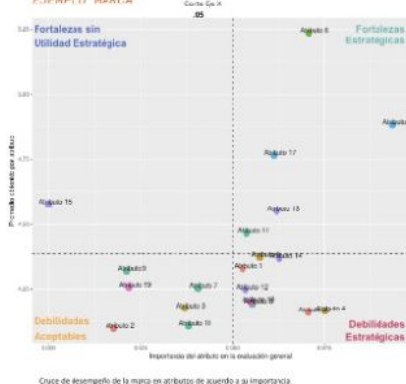
545,3

Peso de la dimensión en el modelo: 26,5



Mapa de Atributos en Evaluación General

EJEMPLO MARCA



Dimensión 1: Honestidad
 Atributo 6: Es una empresa transparente, transparente entre los socios y la marca.
 Atributo 7: Transparencia de manera clara y transparente lo que son los que buscan.
 Atributo 10: Me agrada cuando a esta empresa le va bien (...).
 Atributo 12: Se preocupan por implementar acciones que eviten la corrupción.
 Atributo 15: Los que compran en esta empresa saben lo que pueden ser sus productos.

Dimensión 2: Responsabilidad
 Atributo 13: Faltan cosas para mejorar.
 Atributo 14: Se nota que quieren o quieren estar realmente en el centro (...).
 Atributo 16: Promueven cosas que son importantes para la sociedad.
 Atributo 17: Tienen una clara visión de futuro.

Dimensión 3: Contribución
 Atributo 18: Ayuda a la sociedad, se preocupan realmente por dar una solución (...).
 Atributo 19: Se preocupan por hacer cosas buenas a su comunidad (...).
 Atributo 20: Siento que realmente les interesa ponerse en mi lugar / entenderme.

Dimensión 4: Empleabilidad
 Atributo 21: Es un lugar que atrae talento.
 Atributo 22: Se preocupan por tener a sus empleados por un tiempo largo.

Dimensión 5: Liderazgo/Calidad
 Atributo 23: Liderazgo en su sector.
 Atributo 24: Tienen un producto de buena calidad.

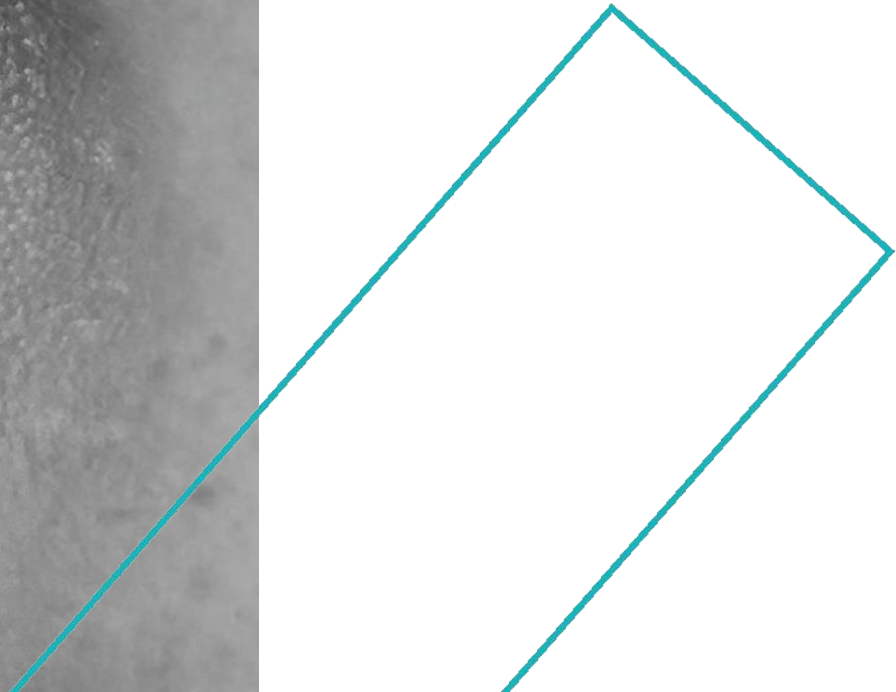
Dimensión 6: Sostenibilidad
 Atributo 25: Se preocupan por cuidar y proteger el medio ambiente (...).
 Atributo 26: Tienen un propósito social claro.

Dimensión 7: Financiero
 Atributo 27: Los valores económicos.



VALOR INFORME ADHOC

120 UF + IVA



¿QUIÉNES SOMOS?

EL ESTUDIO EMPRESAS HUMANAS ES DESARROLLADO POR:



Consultora estratégica de marca que busca inspirar y movilizar las estrategias de negocio, para conectar a las empresas con sus diferentes stakeholders.



Líder mundial en data y analítica, Nielsen IQ lleva más de 85 años proporcionando insights sobre el consumidor y el mercado. Provee a las empresas con el análisis de datos y tendencias necesarias, para la toma de decisiones certeras.

A close-up, grayscale image of a human eye, looking directly at the viewer. The eye is detailed, showing eyelashes and the iris. Two teal-colored geometric lines, resembling stylized triangles or chevrons, are overlaid on the image. One line is in the upper right quadrant, and the other is in the lower left quadrant.

Empresas! humanas!

Estudio de Reputación Corporativa
Versión 2025

BROCHURE