



¿Has escuchado antes acerca de la Responsabilidad Social Corporativa?

Conocimiento general acerca de la Responsabilidad Social Corporativa



P17 -> Desde hace algunos años, solemos escuchar acerca de la “responsabilidad social corporativa”, o simplemente “responsabilidad social”. La RSC (responsabilidad social corporativa) es la atención que las empresas le dedican a la “conducta ética” y al impacto que sus negocios tienen sobre el medio ambiente, la sociedad y las personas. ¿Habías escuchado antes de este concepto?

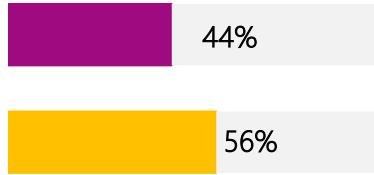
Conocimiento general acerca de la Responsabilidad Social Corporativa

Porcentajes extraídos de la población total

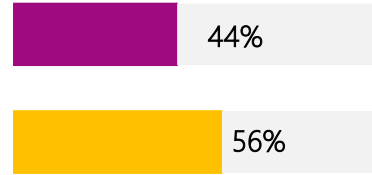
Total



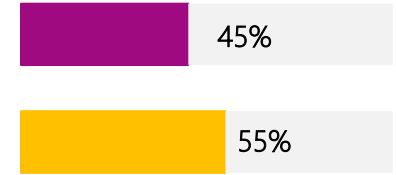
Perú



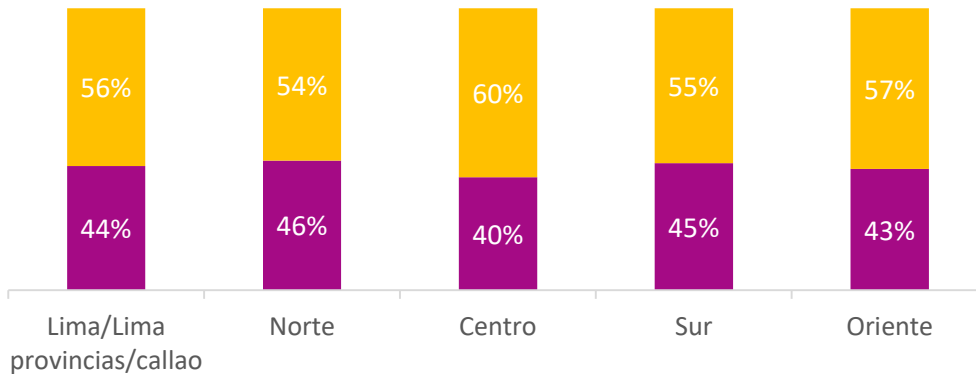
Lima/Callao



Interior



Por regiones



Sí	No
----	----

Fuente: WIN 2021. Base: 1000 casos

P17 -> Desde hace algunos años, solemos escuchar acerca de la “responsabilidad social corporativa”, o simplemente “responsabilidad social”. La RSC (responsabilidad social corporativa) es la atención que las empresas le dedican a la “conducta ética” y al impacto que sus negocios tienen sobre el medio ambiente, la sociedad y las personas. ¿Habías escuchado antes de este concepto?

Conocimiento general acerca de la Responsabilidad Social Corporativa

Porcentajes extraídos de la población total

	Por nivel educativo	
Sin educación/ educación básica	12%	88%
Primaria completa	21%	79%
Secundaria completa	34%	66%
Educación superior completa	48%	52%
Posgrado completo	63%	37%
No sabe/No responde	35%	65%



Sí	No
----	----

Fuente: WIN 2021. Base: 1000 casos

P17 -> Desde hace algunos años, solemos escuchar acerca de la “responsabilidad social corporativa”, o simplemente “responsabilidad social”. La RSC (responsabilidad social corporativa) es la atención que las empresas le dedican a la “conducta ética” y al impacto que sus negocios tienen sobre el medio ambiente, la sociedad y las personas. ¿Habías escuchado antes de este concepto?

Imagen colectiva actual acerca de las empresas y la responsabilidad social corporativa



La imagen colectiva actual sobre la responsabilidad social corporativa

Porcentajes extraídos de la población total



Perú

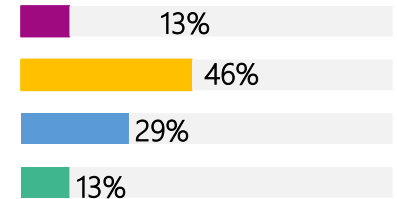
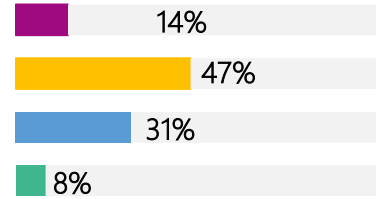
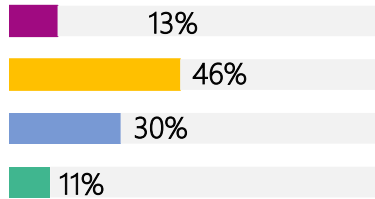


Lima/Callao

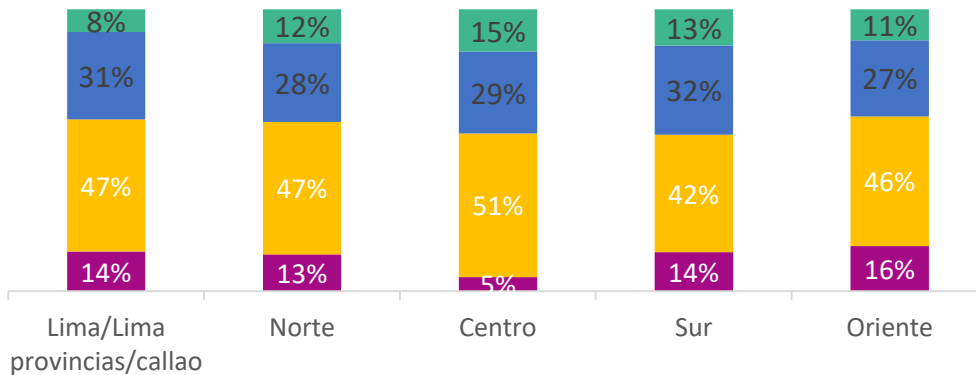


Interior

Total



Por regiones



La mayoría de compañías están operando en base a la RSC y la sostenibilidad

La mayoría de compañías no lo están haciendo realmente. Todo es apariencia

A la mayoría de compañías no le importan la RSC. Sólo se enfocan en los negocios

No sabe/no responde

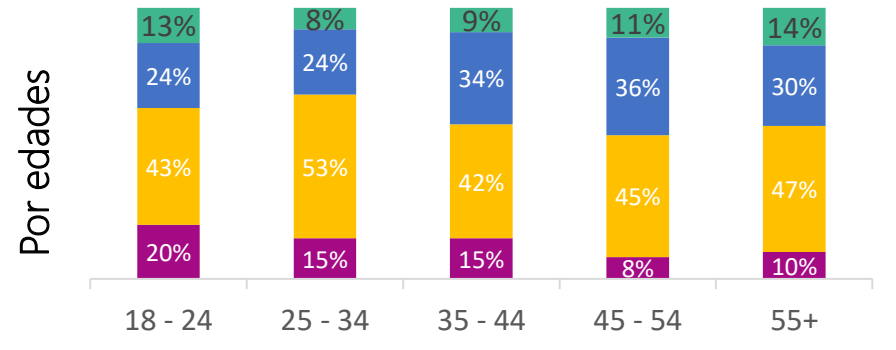
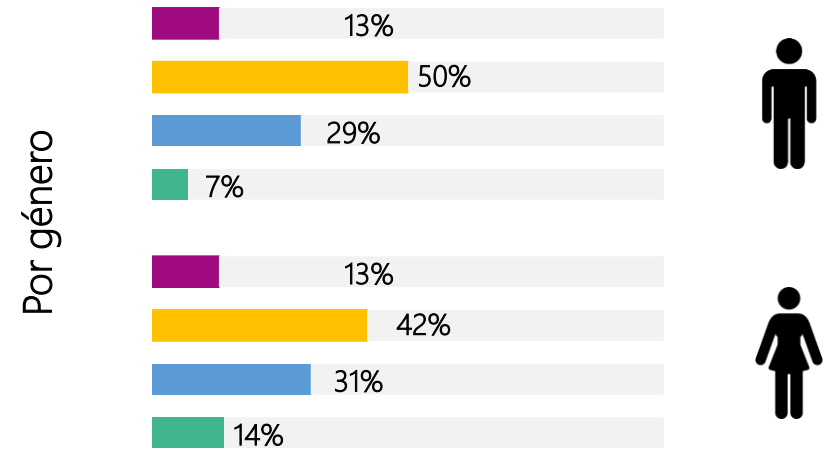
Fuente: WIN 2021. Base: 1000 casos

P18 -> ¿Cuál de las siguientes tres afirmaciones describe mejor lo que piensas acerca de la responsabilidad social corporativa?

La imagen colectiva actual sobre la responsabilidad social corporativa

Porcentajes extraídos de la población total

	Por nivel educativo			
Sin educación/ educación básica	10%	83%	7%	0%
Primaria completa	3%	34%	27%	36%
Secundaria completa	12%	46%	32%	10%
Educación superior completa	15%	46%	31%	9%
Posgrado completo	15%	48%	27%	10%
No sabe/No responde	9%	35%	29%	28%



La mayoría de compañías están operando en base a la RSC y la sostenibilidad	La mayoría de compañías no lo están haciendo realmente. Todo es apariencia	A la mayoría de compañías no le importan la RSC. Sólo se enfocan en los negocios	No sabe/no responde
---	--	--	---------------------

Fuente: WIN 2021. Base: 1000 casos

P18 -> ¿Cuál de las siguientes tres afirmaciones describe mejor lo que piensas acerca de la responsabilidad social corporativa?

La importancia de la toma de conciencia sobre la responsabilidad social corporativa



La importancia de ser conscientes acerca de los comportamientos de responsabilidad social de las empresas

Porcentajes extraídos de la población total



Perú

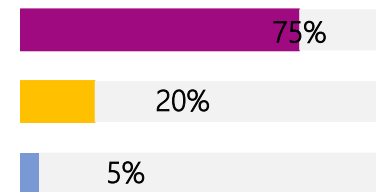
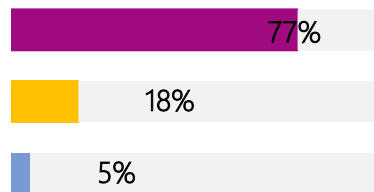
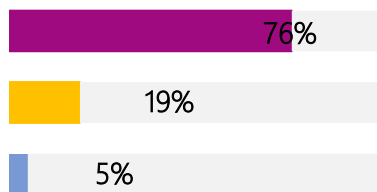


Lima/Callao

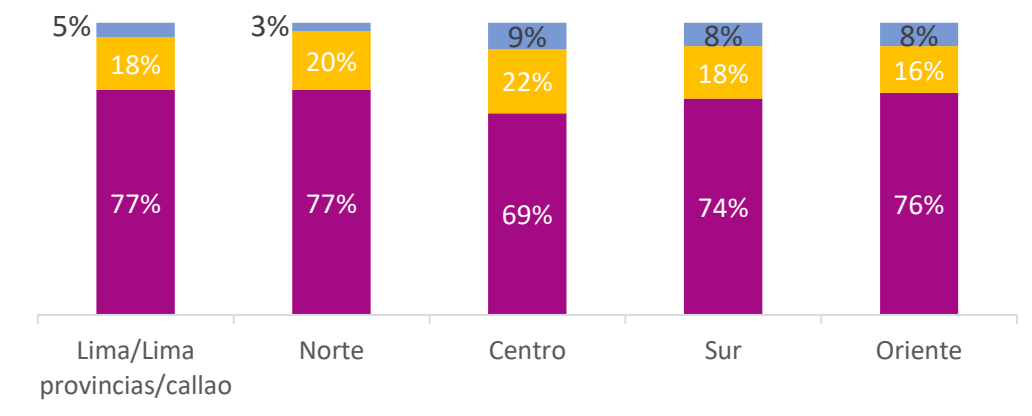


Interior

Total



Por regiones



Extremadamente importante	Muy importante	Ligeramente importante	No importa	No sabe/no responde
---------------------------	----------------	------------------------	------------	---------------------

TTB

BTB

No sabe, no responde

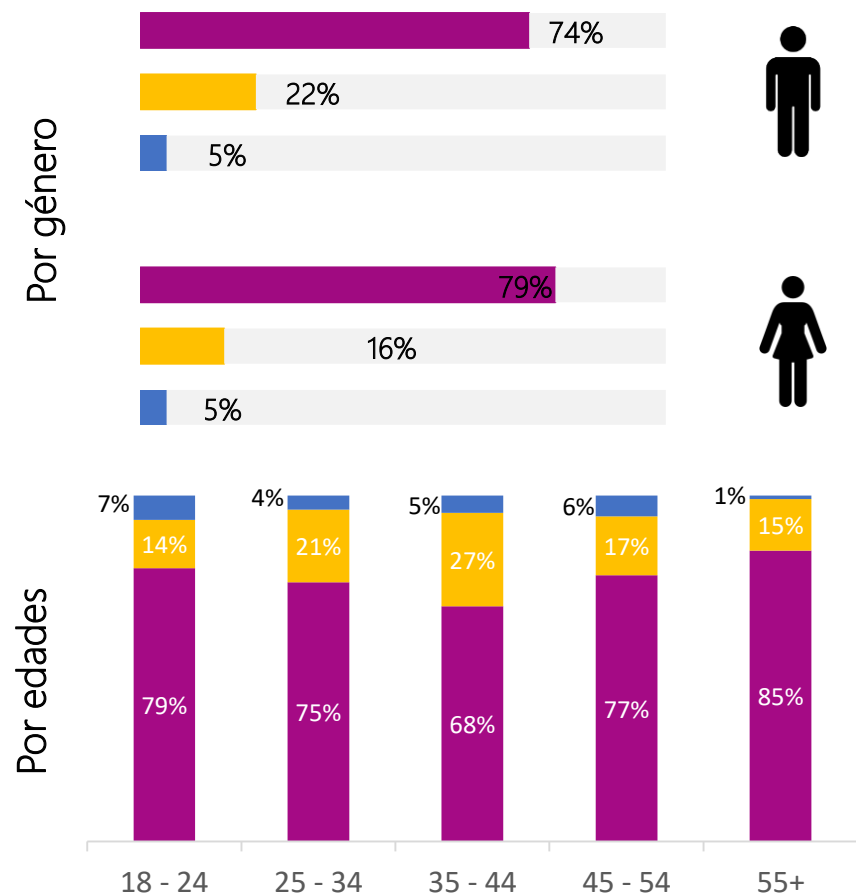
P19 → ¿Qué tan importante piensas que es el estar consciente acerca de los comportamientos de responsabilidad social de las empresas de las cuales eres cliente?

Fuente: WIN 2021. Base: 1000 casos

La importancia de ser conscientes acerca de los comportamientos de responsabilidad social de las empresas

Porcentajes extraídos de la población total

Por nivel educativo			
Sin educación/ educación básica	10%	90%	0%
Primaria completa	41%	59%	0%
Secundaria completa	77%	17%	7%
Educación superior completa	80%	17%	4%
Posgrado completo	82%	13%	5%
No sabe/No responde	43%	38%	19%



Extremadamente importante	Muy importante	Ligeramente importante	No importa	No sabe/no responde
---------------------------	----------------	------------------------	------------	---------------------



P19 → ¿Qué tan importante piensas que es el estar consciente acerca de los comportamientos de responsabilidad social de las empresas de las cuales eres cliente?

Fuente: WIN 2021. Base: 1000 casos

La influencia de la responsabilidad social corporativa de las empresas sobre las decisiones de compras de los consumidores



La influencia de los comportamientos de responsabilidad social de las empresas sobre las decisiones de compra de los clientes

Porcentajes extraídos de la población total



Perú

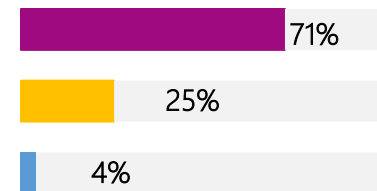
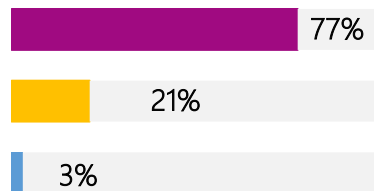
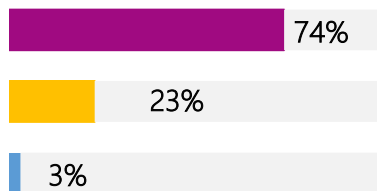


Lima/Callao

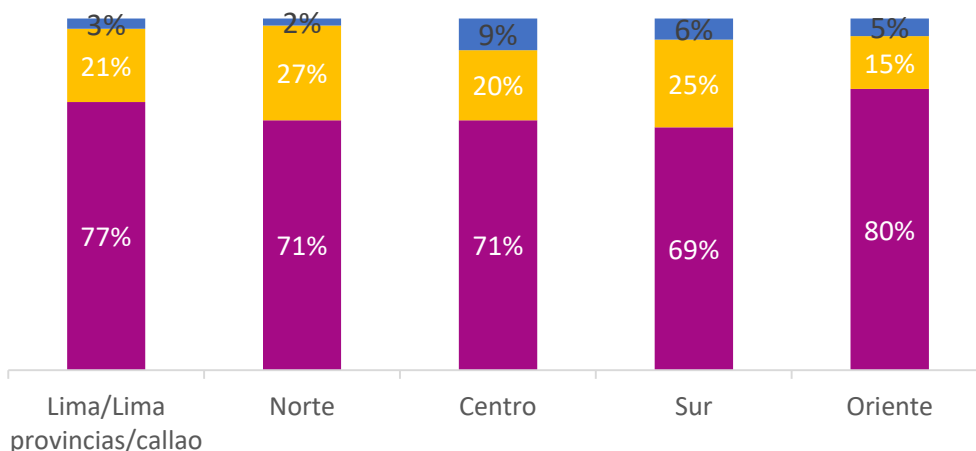


Interior

Total



Por regiones



TTB

BTB

No sabe, no responde

P20 -> ¿Los comportamientos de responsabilidad social corporativa en las empresas influyen tus decisiones de compra?

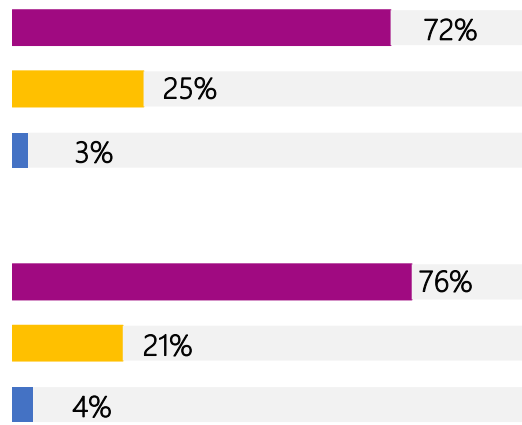
La influencia de los comportamientos de responsabilidad social de las empresas sobre las decisiones de compra de los clientes

Porcentajes extraídos de la población total

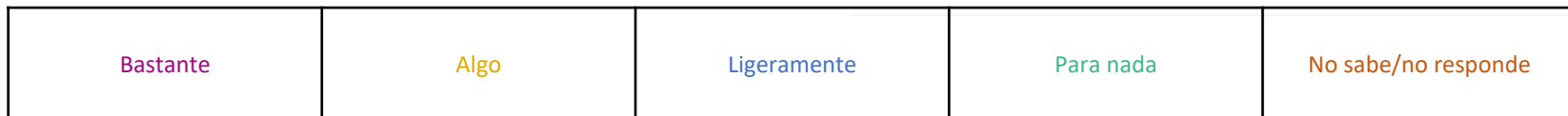
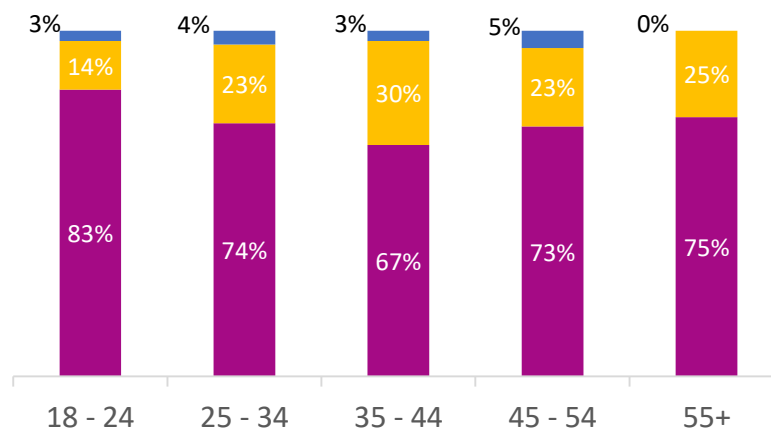
Por nivel educativo

Sin educación/ educación básica	25%	75%	0%
Primaria completa	76%	24%	0%
Secundaria completa	75%	21%	4%
Educación superior completa	78%	21%	2%
Posgrado completo	67%	29%	4%
No sabe/No responde	56%	28%	16%

Por género



Por edades



TTB

BTB

No sabe, no responde

P20 -> ¿Los comportamientos de responsabilidad social corporativa en las empresas influyen tus decisiones de compra?

METODOLOGÍA

Fechas de campo: Del 15 de Octubre al 18 de Diciembre del 2021

PAÍS	EMPRESA	METODOLOGÍA	TAMAÑO DE LA MUESTRA	COBERTURA
ARGENTINA	Voices Research & Consultancy	CAWI	821	Nacional
BRASIL	Market Analysis Brasil	CAWI	1153	Nacional
CANADÁ	Legér	CAWI	1001	Nacional
CHILE	ACTIVA RESEARCH	CAWI	1216	Nacional Urbano
CHINA	WisdomAsia	ONLINE	1000	Nacional Ciudad Nivel – 1 & Ciudad Nivel – 2
CROACIA	MEDIANA FIDES	CAWI	516	Nacional
COLOMBIA	Centro Nacional de Consultoría	CATI	775	Nacional
DINAMARCA	Norstat Denmark	CAWI	510	Nacional
ECUADOR	CEDATOS	FACE-TO-FACE	730	Nacional
FINLANDIA	TALOUSTUTKIMUS Oy	CAWI	1042	Nacional excepto Aland
FRANCIA	BVA	CAWI	1001	Nacional
ALEMANIA	Produkt + Markt	CAWI	1000	Nacional
GRECIA	Alternative Research Solutions	CAWI	505	Nacional
HONG KONG	Consumer Search Group (CSG)	CAWI	524	Nacional
INDIA	DataPrompt International Pvt. Ltd.	CAWI	1000	Nacional
INDONESIA	DEKA Marketing Research	CAWI	689	Nacional
IRLANDA	RED C Research & Marketing Ltd	CAWI	1020	Nacional
ITALIA	BVA Doxa	CAWI	1000	Nacional
JAPÓN	NIPPON RESEARCH CENTER, LTD.	CAWI	1182	Nacional
KENIA	MIND PULSE Ltd	F2F	1000	Nacional Urbano
LÍBANO	REACH SAL	CATI	500	Nacional

METODOLOGÍA

Total de 33 236 entrevistas a nivel global

Fechas de campo: Del 15 de Octubre al 18 de Diciembre del 2021

PAÍS	EMPRESA	METODOLOGÍA	TAMAÑO DE LA MUESTRA	COBERTURA
MALASIA	Central Force International Sdn.Bhd	CATI	1007	Nacional
MÉXICO	Brand International S.A de C.V	ONLINE	501	Ciudad de México/ Guadalajara/Monterrey
NIGERIA	Market Trends International	CAPI offline F2F	1000	Nacional
PAKISTÁN	Gallup Pakistan	CATI	1000	Nacional
PALESTINA	Palestinian Center of Public Opinion	TAPI	731	Nacional
PARAGUAY	ICA Consultoría Estratégica	CATI	500	Nacional
PERÚ	Datum Internacional	CAWI	1000	Nacional
FILIPINAS	Philipinne Survey and Research Center Inc (PSRC)	CAPI	1000	Nacional
POLONIA	Mareco Polska	CAWI	504	Nacional
COREA DEL SUR	Gallup Korea	CAPI	1500	Nacional
SERBIA	Mediana Fides	CAWI	529	Nacional
ESLOVENIA	Mediana	CAWI	515	Nacional
ESPAÑA	Instituto DYM	CAWI	1000	Nacional
TAILANDIA	Infosearch Limited	F2F	600	Nacional
TURQUÍA	Barem	CATI	1003	Nacional
REINO UNIDO	ORB International	CAWI	1051	Nacional
EE.UU.	Legér	CAWI	1000	Nacional
VIETNAM	Indochina Research	F2F asistido por Tablet	601	Ha Noi, Ho Chi Minh, Da Nang, Can Tho