# **Según la reciente encuesta internacional de Voices!, Argentina se encuentra entre los cinco países más críticos sobre las empresas y su accionar en términos de Responsabilidad Social Empresaria.**

# **Si bien crece el conocimiento general sobre responsabilidad social de las empresas en el mundo y en Argentina, todavía hay escepticismo acerca del propósito de la RSE.**

Voices! comparte los resultados de un nuevo estudio global de opinión pública sobre la **Responsabilidad Social Empresaria.** Se indaga acerca de lo que la gente sabe y opina sobre este concepto y el accionar de las empresas. El estudio realizado junto a WIN International, asociación mundial líder en investigación de mercados y opinión pública, explora las opiniones y creencias de 29.739 individuos de 36 países. Voices!, miembro de WIN en Argentina, realizó el sondeo en el país. El informe cuenta con datos de tendencia de ediciones anteriores.

**RESULTADOS**

**LA MITAD DE LOS CIUDADANOS A NIVEL GLOBAL HA ESCUCHADO HABLAR DE ESTE CONCEPTO Y SE DETECTA UNA LEVE SUBA EN EL NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE EL TEMA**

**El 51% de los encuestados a nivel global ha oído hablar alguna vez de la RSE**, entendida como *la atención que las empresas le ponen a la "conducta ética" y al impacto que sus negocios tienen sobre el medio ambiente, la sociedad y las personas (ciudadanos, clientes, empleados).* Se observa un aumento del 3% respecto al año pasado.

La responsabilidad de las empresas hacia la sociedad y el medio ambiente se está convirtiendo en una parte importante de la agenda pública, lo que lleva a una mayor concientización sobre la RSE entre los ciudadanos de todo el mundo.

Cuando se observa lo que sucede en cada una de las regiones, vemos que **Europa se sitúa a la cabeza con el mayor aumento de conocimiento** (+6%) en comparación con el año anterior; **seguida de América** (+3%). Por otro lado, las regiones de **Oriente Medio y Norte de África están menos familiarizadas con el concepto**, con un 59% de personas que no saben lo que significa la RSE.

Entre los 34 países donde se realizó el estudio, **Argentina se encuentra en el puesto número 24 en cuanto a nivel de conocimiento sobre RSE. El 47% de los encuestados de nuestro país señala que ha oído hablar de ella**, una proporción un tanto menor manifiesta lo contrario (39%) y un 14% no sabe o no contesta la consulta.

El conocimiento general acerca de RSE es 4 puntos más bajo en nuestro país (47%) versus lo declarado a nivel global (51%). Sin embargo, la brecha se achicó ya que en el 2022 estábamos 8 puntos por debajo de la media global.

Si analizamos los emergentes de los **países de América Latina** que participaron en esta encuesta, se observa que **México es el país cuyos ciudadanos más han escuchado hablar de RSE, con un 59% de menciones que afirman saber acerca del tema**. Luego le siguen Perú (53%), Paraguay (51%) y Brasil (49%). Luego aparece Argentina (con el 47% ya mencionado), y por debajo Chile con un 44% de menciones. Ecuador, por su parte, es el país de la región con menor porcentaje de encuestados conocedores del concepto de RSE (36% de menciones positivas).

**“CONOCIMIENTO GENERAL DE RSE”**

*Desde hace algunos años, se oye hablar a menudo de la "Responsabilidad Social Empresaria" o, más simplemente, de la "Responsabilidad Social". La RSE (Responsabilidad Social Empresaria) es la atención que las empresas le ponen a la "conducta ética" y al impacto que sus negocios tienen sobre el medio ambiente, la sociedad y las personas (ciudadanos, clientes, empleados) ¿Ha oído hablar de ella antes?*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **SI** | **NO** | **NO SABE** |

Encuesta Global de WIN. VOICES! en Argentina.

Al desmenuzar los datos de nuestro país, vemos que los argentinos se muestran algo más alertas acerca de la RSE que un año atrás: **el nivel de conocimiento sobre esta temática es 7 puntos superior al observado en el 2022**, cuando un 40% señaló haber escuchado hablar de RSE (vs 47% hoy).

Hablando en clave comparada, vemos que mientras el año pasado eran 6 de cada 10 los argentinos que desconocían o no contestaban acerca de este tema, hoy 5 de cada 10 se muestran alejados de este tema.

**“CONOCIMIENTO GENERAL DE RSE”**

*Desde hace algunos años, se oye hablar a menudo de la "Responsabilidad Social Empresaria" o, más simplemente, de la "Responsabilidad Social". La RSE (Responsabilidad Social Empresaria) es la atención que las empresas le ponen a la "conducta ética" y al impacto que sus negocios tienen sobre el medio ambiente, la sociedad y las personas (ciudadanos, clientes, empleados) ¿Ha oído hablar de ella antes?*

Encuesta Global de WIN. VOICES! en Argentina.

Al analizar los segmentos sociodemográficos de Argentina, vemos que el conocimiento sobre RSE crece significativamente en algunos perfiles. En nuestro país **aumenta fuertemente el conocimiento declarado sobre RSE** entre los **hombres** (54% vs 40% de las mujeres), **a mayor edad** de los encuestados (62% de los mayores de 65 vs 39% entre los menores de 34), en **CABA** (59% vs 46% en interior del país y 41% en GBA) y **a mayor nivel socioeconómico, entre quienes salta al 75%** (vs 48% en C2C3 y 37% en DE).

*(Continúa página siguiente)*

**“CONOCIMIENTO GENERAL DE RSE”**

**CRUCE POR SEGMENTOS**

*Desde hace algunos años, se oye hablar a menudo de la "Responsabilidad Social Empresaria" o, más simplemente, de la "Responsabilidad Social". La RSE (Responsabilidad Social Empresaria) es la atención que las empresas le ponen a la "conducta ética" y al impacto que sus negocios tienen sobre el medio ambiente, la sociedad y las personas (ciudadanos, clientes, empleados) ¿Ha oído hablar de ella antes?*

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |

Encuesta Global de WIN. VOICES! en Argentina.

**ESFUERZOS PARA ADOPTAR Y PROMOVER LA RSE: LAS EMPRESAS NO HACEN LO SUFICIENTE**

Los encuestados son cada vez más escépticos. Cuando se les pregunta en qué medida las empresas adoptan y promueven la RSE, **el 42% cree que las empresas no adoptan seriamente la RSE y que las acciones que se llevan a cabo sólo se hacen para aparentar** (+3% en comparación con 2021). **El 25% va un poco más allá y considera que la mayoría de las empresas no se preocupa en absoluto por la RSE**, sin cambios en comparación con el año anterior.

**Sólo el 16% cree que las empresas abordan seriamente la RSE**. La región más optimista es Asia Pacífico, con un 24% de personas que creen en los esfuerzos de las empresas, y países como Malasia, Filipinas e India también siguen esta línea de pensamiento.

En cambio, países como Eslovenia, Croacia y Serbia son los que menor opinión positiva tienen sobre las empresas y sus esfuerzos por promover la RSE. **Argentina y Tailandia** también se destacan por ello, **y forman parte del grupo de los cinco países con menor imagen positiva sobre las empresas y su accionar en términos de Responsabilidad Social Empresaria.**

**LAS EMPRESAS Y LA RSE**

*¿Cuál de las 3 siguientes afirmaciones describe mejor su opinión sobre las empresas y la responsabilidad social empresaria (RSE)?*

Encuesta Global de WIN. VOICES! en Argentina.

¿**Qué piensan los argentinos** acerca de los esfuerzos de las empresas en materia de responsabilidad social empresaria? Según el estudio de Voices!, **el 41% de los encuestados de nuestro país considera que la mayoría de las empresas no está abordando la RSE seriamente, sino que lo hacen sólo por imagen**. Esta opinión se reforzó en el último tiempo, creciendo 5 puntos desde el 2022 cuando el 36% señalaba lo mismo.

Una proporción algo menor pero muy significativa, **el 34%, considera que la mayoría de las empresas no se preocupan en absoluto por la RSE y se centran únicamente en el negocio.** Esta es una opinión que también ganó fuerza entre los argentinos, y creció 7 puntos desde el último estudio realizado por Voices! un año atrás.

Solamente un **8%** **de los argentinos considera que las empresas operan seriamente la RSE y la sustentabilidad** (versus un 11% en el 2022), y el 18% de la población no se define al respecto (versus el 26% en el 2022).

Las opiniones argentinas relativas a cómo operan la RSE las empresas son bastante más críticas que la media global. De hecho, **al comparar a la Argentina con el resto del mundo, en nuestro país la proporción de quienes tienen una opinión positiva de las empresas y sus operaciones de RSE (8%) es menor que la del promedio global (16%)**, creciendo la visión escéptica local que plantea que a las empresas no les importa en absoluto la RSE (34% Argentina vs 25% global).

**LAS EMPRESAS Y LA RSE**

*¿Cuál de las 3 siguientes afirmaciones describe mejor su opinión sobre las empresas y la responsabilidad social empresaria (RSE)?*

Encuesta Global de WIN. VOICES! en Argentina.

Al analizar los datos de Argentina por segmentos sociodemográficos, los resultados muestran que los **hombres** se destacan entre quienes opinan que **la mayoría de las empresas que se preocupan por la RSE no lo hace seriamente sino sólo por imagen**, con un 48% de menciones versus un 35% entre las mujeres. También crece esta idea entre los de **NSE más alto** (52% versus 34% en NSE bajo) y en **CABA** con 5 de cada 10 encuestados haciendo tal afirmación.

Por otro lado, la opinión de que **las empresas no se preocupan en absoluto por la RSE** **sino solo en su negocio** crece entre las **mujeres** (39% versus 28% de los hombres) y en los **adultos de entre 35 y 64 años** (39% de menciones versus un 24% en jóvenes de 16 a 24 años). Esta opinión más acida y negativa también cobra relevancia en el **nivel socioeconómico más bajo**, destacándose un 36% de menciones versus un 25% en el NSE más alto; y entre los **residentes de GBA** (47%), a comparación de lo que opinan los residentes de CABA (30% de menciones en este sentido) y 31% en el interior del país.

El análisis de los emergentes nos muestra que **el mayor conocimiento acerca del tema, genera una imagen menos negativa de las empresas en relación a sus programas de RSE**. Aunque no podemos afirmar que sea una relación causal, se observa una relación entre el desconocimiento acerca de lo que es la Responsabilidad Social Empresaria y la mala imagen que se tiene acerca del real propósito de las empresas al abordar sus iniciativas de RSE. Esto nos sugiere que las acciones de difusión de lo que significa la RSE aportan a la construcción de una imagen más positiva de las corporaciones y sus acciones sociales y medioambientales.

**LAS EMPRESAS Y LA RSE**

*¿Cuál de las 3 siguientes afirmaciones describe mejor su opinión sobre las empresas y la responsabilidad social empresaria (RSE)?*

**COMPARATIVO CONOCEDORES VERSUS NO CONOCEDORES RSE**

Encuesta Global de WIN. VOICES! en Argentina.

**La influencia de la RSE: Disminuye la influencia de la RSE en las decisiones de compra**

Sorprendentemente, en comparación con el año pasado, **menos personas señalan que se dejan influir por los esfuerzos de RSE de las empresas a la hora de comprar productos y servicios**. La desconfianza hacia las marcas se traduce en un mayor desinterés por orientar la decisión de compra en función de esos esfuerzos. La influencia de la RSE en la decisión de compra bajó del 62% al 50% a nivel global, pero los resultados varían significativamente entre países.

India (82%), México (71%) y Turquía (67%) muestran los niveles más altos de influencia de la RSE en las decisiones de compra. Mientras que Kenia (71%), Países Bajos (66%) y Corea del Sur (60%) parecen ser los países en los que la RSE impacta menos en las decisiones de compra de sus ciudadanos.

**En Argentina, alineado al promedio global, el 52% afirma que los comportamientos socialmente responsables de las empresas tienen peso a la hora de tomar decisiones de compra**. Es interesante destacar que, al igual que lo observado a nivel mundial, baja esta declaración en relación a la edición anterior del estudio, cuando el 58% señalaba lo mismo

Las mujeres declaran en mayor medida que las iniciativas de RSE de las empresas y marcas impactan en sus decisiones de compra (56% vs 47% de los hombres), al igual que los jóvenes de 16 a 24 años (59%, vs 50% entre los mayores de 50) y los residentes del Gran Buenos Aires (66%).

**Comentando los resultados, Constanza Cilley señala:** *“Si bien el conocimiento sobre RSE aumentó tanto a nivel global como en Argentina, en comparación con el año pasado, los encuestados se muestran todavía bastante escépticos sobre el compromiso de las empresas con la Responsabilidad Social Empresaria. Observamos que la imagen de las empresas mejora entre quienes se muestran más cercanos a los programas y acciones de RSE. Esto pone de manifiesto una vez más la necesidad de que las empresas aumenten la concientización, por un lado, y la confianza y la transparencia, por otro, comunicando acerca de sus iniciativas con propósitos claros, no solo al interior de sus equipos, pero también en la comunidad en la que operan”.*

**NOTAS PARA LOS EDITORES**

**Metodología**

La encuesta se realizó en 36 países utilizando métodos de encuesta CAWI / CATI / F2F/ TAPI /online. En Argentina se utilizó la metodología CAWI.

**Tamaño muestral y metodología de campo:**

Se entrevistó a un total de 29.739 personas. El trabajo de campo se realizó entre el 9 de octubre y el 10 de diciembre de 2022. En Argentina el trabajo de campo inició el 21 de octubre y finalizó el 31 del mismo mes.

El margen de error de la encuesta está entre 4,4 y 2,5 con un nivel de confianza del 95%.

La media global se ha calculado en función de la población adulta cubierta de los países encuestados.

**ACERCA DE VOICES!**

Voices! Research & Consultancy es una empresa con foco en la investigación social, política y de mercado, con el objetivo de proporcionar consultoría a las organizaciones usando rigurosas metodologías y enfoques innovadores. El equipo de VOICES! tiene una amplia experiencia en estudios nacionales e internacionales y ha participado en las investigaciones con encuestas más importantes del mundo.

Voices! es integrante de la red realizando los estudios en Argentina.

<http://www.voicesconsultancy.com/>

**CONTACTO**

Constanza Cilley | Directora Ejecutiva VOICES!

[constanzacilley@voicesconsultancy.com](mailto:constanzacilley@voicesconsultancy.com) | Cel: 1565724467