

VALORACIÓN DE LAS EMPRESAS EN PANDEMIA

Capítulo especial del Estudio Anual de Reputación Corporativa 2020

Noviembre, 2020

Sobre la medición y el estudio de Reputación Corporativa

Ipsos e INC realizan en 2020 la versión número 19 del estudio de Reputación Corporativa. Una medición que desde el año 2002 y por medio de más de 5 mil encuestas a ciudadanos y ciudadanas de todo el país evalúa anualmente la reputación corporativa de 100 empresas que operan en el mercado nacional.

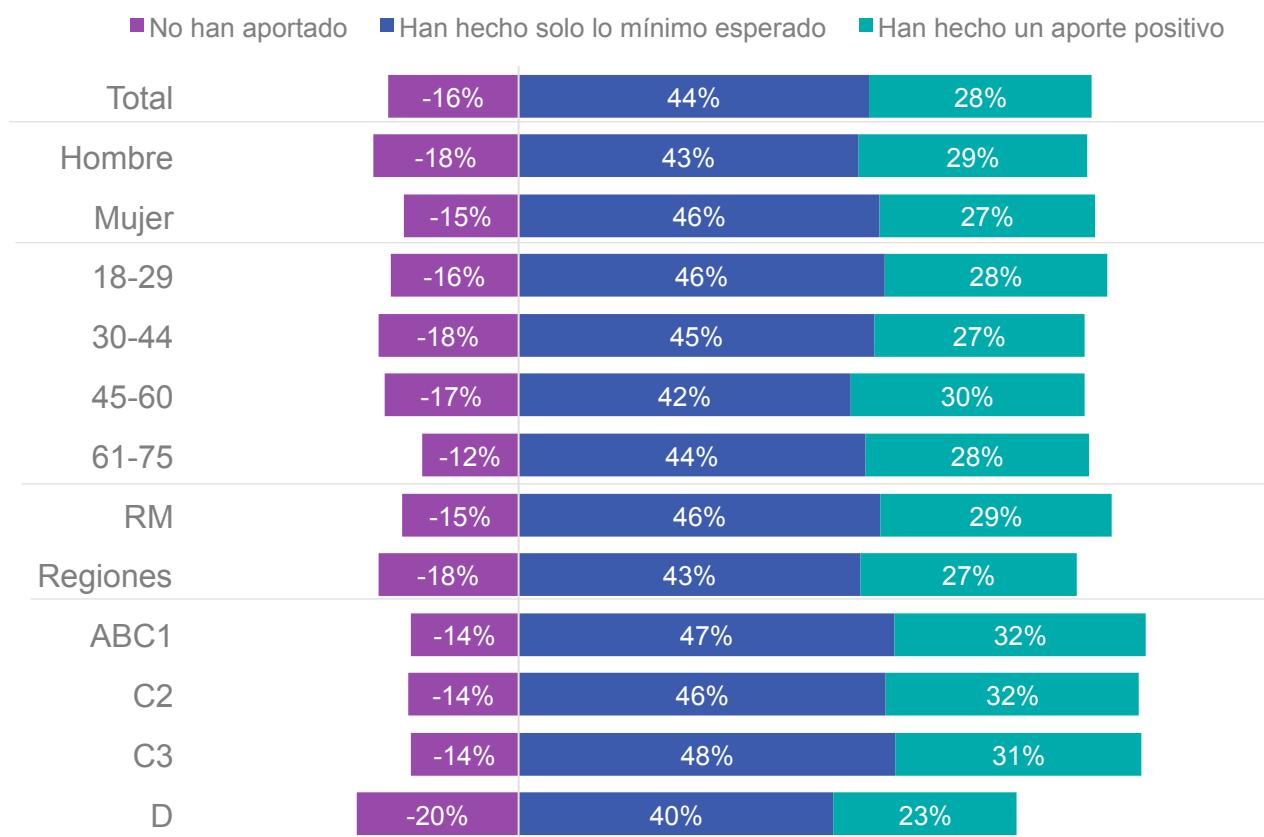
Este año la gestión de la Reputación se vio especialmente desafiada por el contexto de la pandemia de coronavirus, ya que las empresas se vieron forzadas a adaptar sus operaciones y estrategias de relacionamiento con clientes y con la sociedad en general, ante las restricciones que impuso la pandemia y sobre todo ante las nuevas necesidades de ciudadanos y consumidores.

En este contexto, el estudio 2020, incluyó algunas preguntas que pretenden ayudar a entender como las personas evalúan el comportamiento de las empresas y cuáles son las acciones concretas mejor evaluadas por la población.

APORTE DE LAS EMPRESAS PARA ENFRENTAR PANDEMIA

¿Cuánto cree usted que han aportado las empresas chilenas para enfrentar la pandemia? Por favor piense no solamente en las medidas de sanitarias que pueden haber tomado, sino que también en como puedan haber adaptado sus productos o servicios, apoyado a sus clientes o trabajadores en la crisis económica

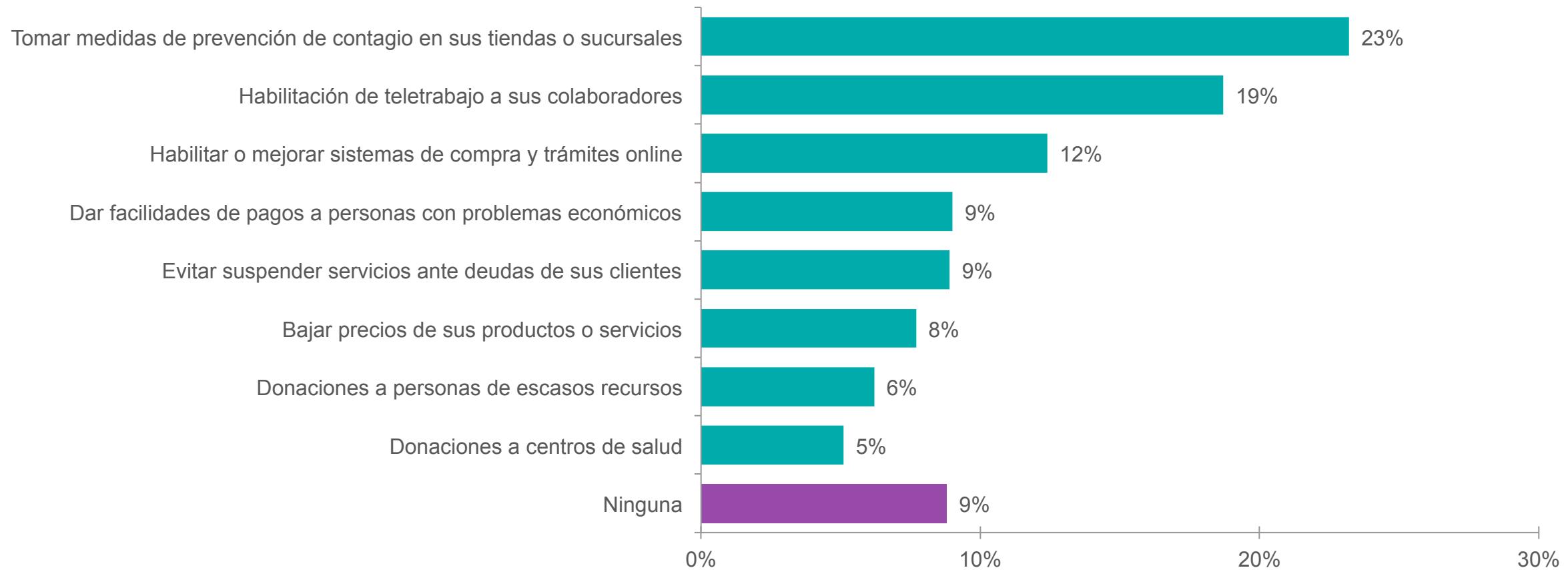
Base: 5145 casos, total muestra



ACCIONES VALORADAS DE LAS EMPRESAS

Durante el periodo de Pandemia, las empresas realizaron diferentes acciones para enfrentar los efectos de la crisis de coronavirus. Del siguiente listado de estas acciones, ¿Cuál es la que usted personalmente más valora?

Base: 5145 casos, total muestra



ACCIONES VALORADAS DE LAS EMPRESAS

Durante el periodo de Pandemia, las empresas realizaron diferentes acciones para enfrentar los efectos de la crisis de coronavirus. Del siguiente listado de estas acciones, ¿Cuál es la que usted personalmente más valora?

Base: 5145 casos, total muestra

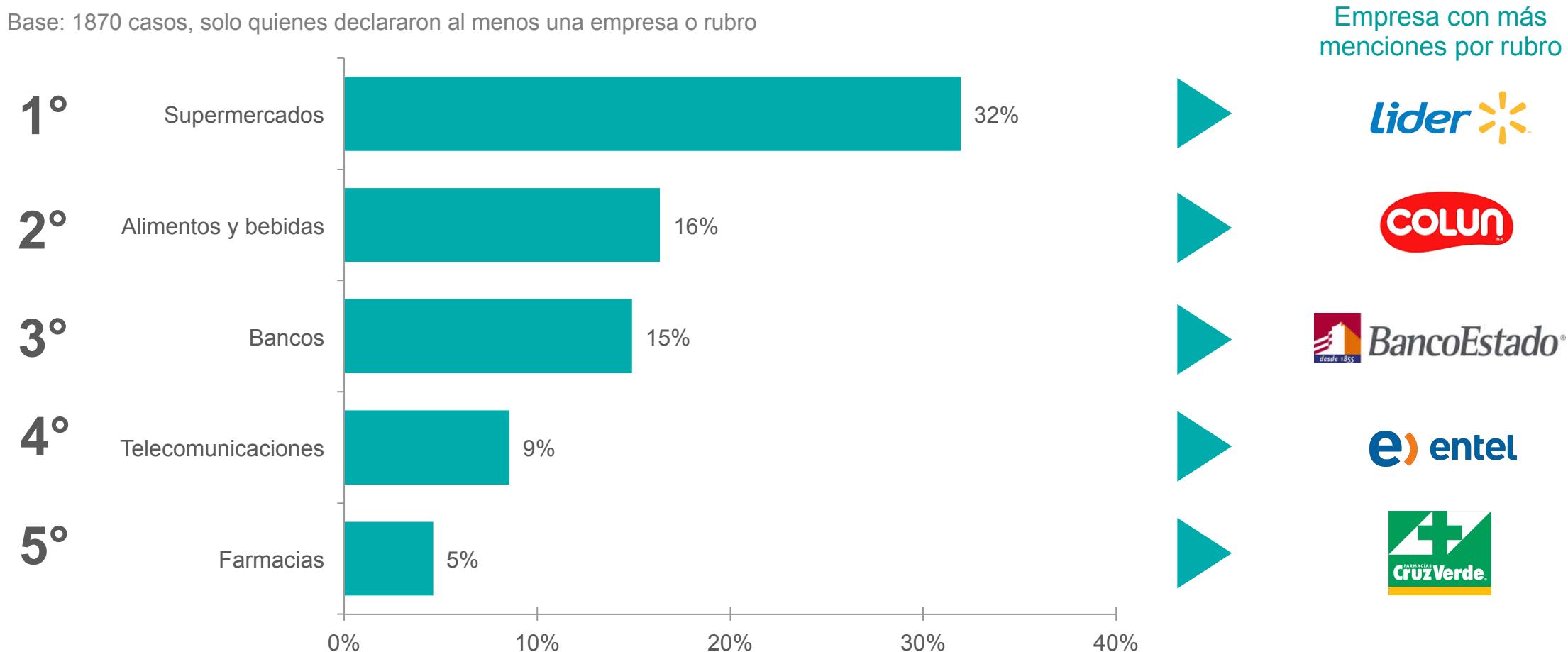
	Total	Hombre	Mujer	18-29	30-44	45-60	61-75	RM	Regiones	ABC1	C2	C3	D
Tomar medidas de prevención de contagio en sus tiendas o sucursales	23%	26%	21%	24%	23%	22%	24%	20%	26%	18%	21%	25%	25%
Habilitación de teletrabajo a sus colaboradores	19%	17%	20%	17%	18%	20%	20%	24%	15%	24%	20%	18%	16%
Habilitar o mejorar sistemas de compra y trámites online	12%	12%	13%	12%	14%	11%	11%	11%	14%	12%	14%	14%	11%
Dar facilidades de pagos a personas con problemas económicos	9%	9%	9%	8%	8%	11%	9%	9%	9%	11%	12%	9%	8%
Evitar suspender servicios ante deudas de sus clientes	9%	7%	11%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	11%	9%	9%	8%
Bajar precios de sus productos o servicios	8%	8%	8%	7%	9%	9%	5%	8%	8%	9%	8%	7%	8%
Donaciones a personas de escasos recursos	6%	7%	6%	9%	6%	5%	5%	7%	6%	6%	6%	6%	7%
Donaciones a centros de salud	5%	6%	4%	7%	4%	4%	5%	5%	5%	3%	6%	6%	5%
Ninguna	9%	10%	8%	7%	8%	11%	12%	8%	10%	5%	5%	6%	13%

  Valor significativamente mayor o menor, a nivel de confianza del 95%.

RUBROS DESTACADOS POR SU APORTE EN PANDEMIA

Pensando en todas las empresas que operan en Chile, mencione aquella que podría destacar por su aporte a enfrentar la crisis del coronavirus.

Base: 1870 casos, solo quienes declararon al menos una empresa o rubro



EMPRESAS DESTACADAS POR SU APORTE EN PANDEMIA

Pensando en todas las empresas que operan en Chile, mencione aquella que podría destacar por su aporte a enfrentar la crisis del coronavirus.

1° **Lider** 

2°  **BancoEstado**

3°  **JUMBO**
cencosud

4° **Banco de Chile**

5°  **uniMARC**®

6°  **COLUN**

7°  **carozzi**

8°  **CCU**

9°  **Nestlé**

10°  **falabella.**

ACCIONES VALORADAS POR RUBRO

Durante el periodo de Pandemia, las empresas realizaron diferentes acciones para enfrentar los efectos de la crisis de coronavirus. Del siguiente listado de estas acciones, ¿Cuál es la que usted personalmente más valora?

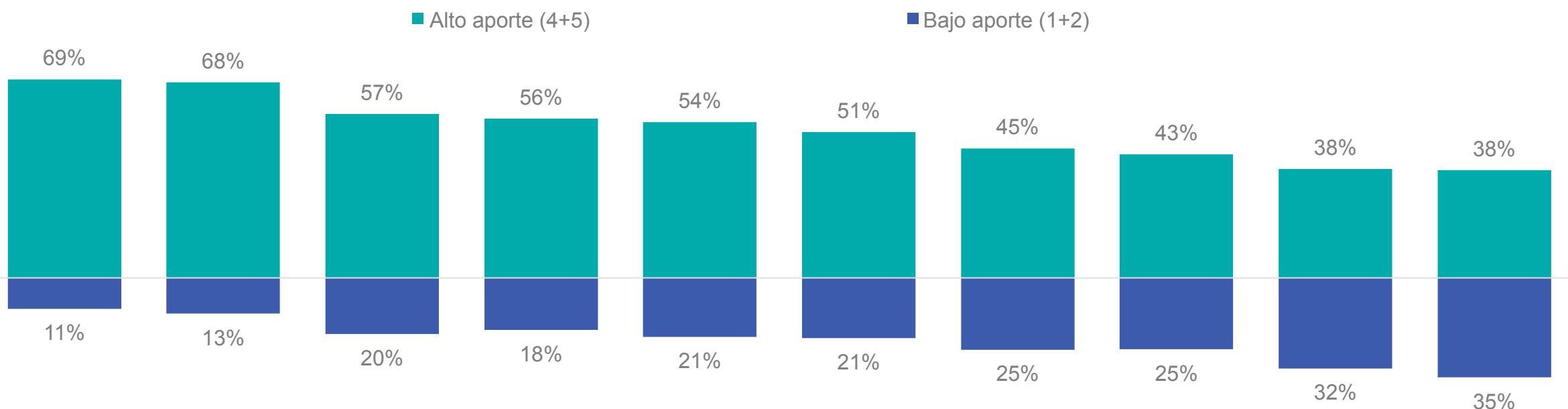
Base: 5145 casos, total muestra

	Total	Supermercados	Alimentos y bebidas	Bancos	Telecomunicaciones	Farmacias
Tomar medidas de prevención de contagio en sus tiendas o sucursales	23%	31%	19%	26%	19%	34%
Habilitación de teletrabajo a sus colaboradores	19%	16%	14%	19%	23%	15%
Habilitar o mejorar sistemas de compra y trámites online	12%	14%	13%	14%	9%	19%
Dar facilidades de pagos a personas con problemas económicos	9%	6%	10%	7%	8%	1%
Evitar suspender servicios ante deudas de sus clientes	9%	6%	15%	7%	8%	3%
Bajar precios de sus productos o servicios	8%	8%	7%	8%	15%	8%
Donaciones a personas de escasos recursos	6%	8%	11%	14%	8%	5%
Donaciones a centros de salud	5%	10%	9%	5%	8%	10%
Ninguna	9%	2%	2%	0%	2%	5%

APORTE A LA CALIDAD DE VIDA

Pensando en la comuna donde usted vive, ¿cuánto cree que es el aporte a la calidad de vida de la comunidad de los siguientes tipos de empresas? Por favor, use una escala de 1 a 5, donde 1 es “Ningún aporte” y 5 es “Mucho aporte”.

Base: 5145 casos, total muestra



Observatorio Reputacional y la alianza Ipsos e INC

Ipsos e INC Inteligencia Reputacional se unieron en 2019 para lanzar el "Observatorio Reputacional"; un espacio que entregará diferentes hallazgos para promover el desarrollo sostenible y buenas prácticas reputacionales.

Uno de nuestros insumos será la continuidad del Estudio de Reputación Corporativa con la versión 2020, que nos permitirá seguir midiendo este intangible de las organizaciones en Chile.

Este estudio es el más relevante del país y un referente clave para las empresas.

EL APORTE DE LAS EMPRESAS EN PANDEMIA

Capítulo especial del Estudio Anual de Reputación Corporativa 2020

Noviembre, 2020

