

Seguimiento Mensual de la Percepción del Consumidor

Investigación realizada por Go Research en Alianza con la Escuela de Publicidad de la Universidad Diego Portales

Gabriel Argel A. y Cristian Leporati M.

Tabla de Contenidos

Objetivos y Diseño Metodológico

Modelo de Evaluación

Percepción Empresarial

Conclusiones

Objetivos y Diseño Metodológico

Objetivo General. Describir las percepciones y la evaluación que la población realiza del empresariado nacional y de fenómenos de coyuntura que inciden en su comportamiento en tanto ciudadanos consumidores.

Tipo de Estudio. Investigación cuantitativa descriptiva mediante la aplicación de una encuesta estructurada que es aplicada telefónicamente.

Población Objetivo. Población Chilena, de 18 años y más, Santiago y Regiones, sin discriminación por GSE.

Tamaño y Error Muestral. El tamaño de la muestra es de 600 casos, lo que bajo el supuesto de varianza máxima, nivel de confianza de 95% y universo infinito, corresponde a un margen de error muestral de 4 puntos.

Ajuste de la Muestra. Con el objetivo de ajustar la muestra encuestada a la distribución poblacional, ésta fue ponderada de acuerdo a los criterios de Zona Geográfica, Sexo, Edad y GSE.

Fecha del Trabajo de Campo. 20 a 23 de Octubre de 2017.

Modelo de Evaluación

El modelo de evaluación perceptual utilizado considera las siguientes dimensiones y variables:



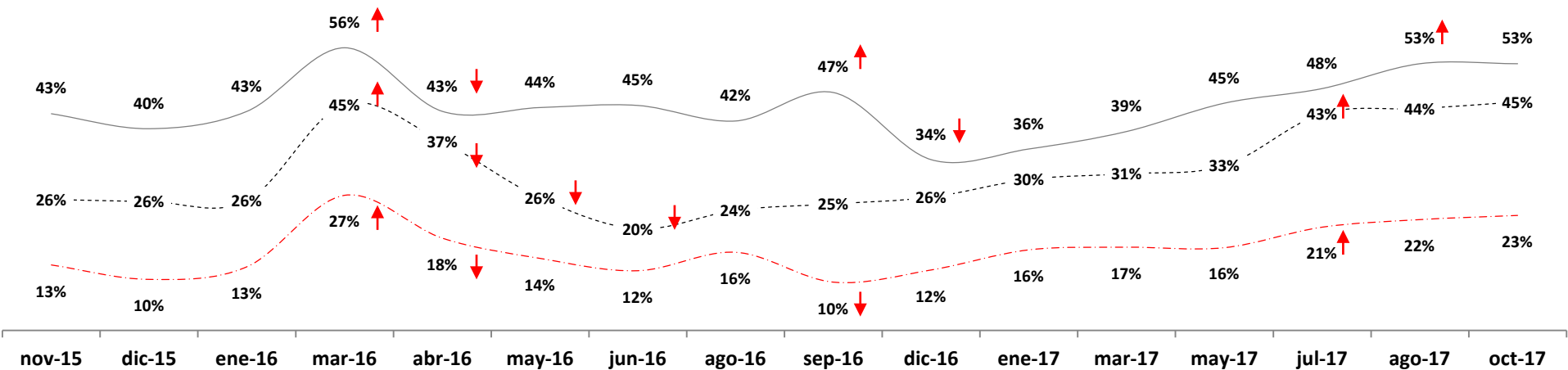
Percepción Empresarial

Evaluación General de las Empresas

¿CÓMO EVALÚA USTED EL DESEMPEÑO ACTUAL DE LAS...EN CHILE?

% "BIEN + MUY BIEN"

----- EMPRESAS EN GENERAL ——— PYMES - - - - GRANDES EMPRESAS



↓ ↑ Variación estadísticamente significativa

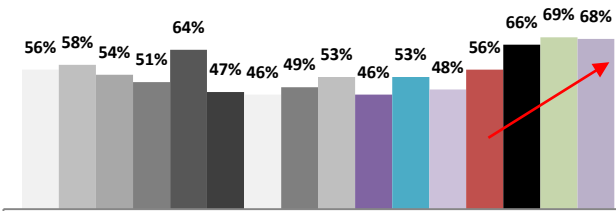
Percepción Empresarial. Sectores

¿CÓMO EVALÚA USTED EL DESEMPEÑO DE CADA UNO DE LOS SIGUIENTES SECTORES EMPRESARIALES?

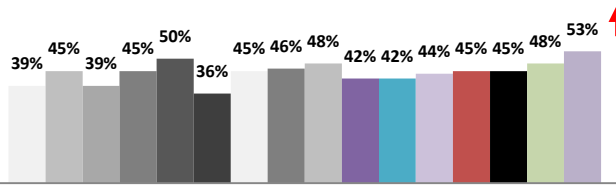
% "BIEN + MUY BIEN"

■ nov-15 ■ dic-15 ■ ene-16 ■ mar-16 ■ abr-16 ■ may-16 ■ jun-16 ■ ago-16 ■ sep-16 ■ dic-16 ■ ene-17 ■ mar-17 ■ may-17 ■ jul-17 ■ ago-17 ■ oct-17

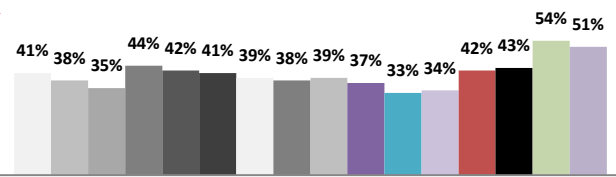
MINERÍA



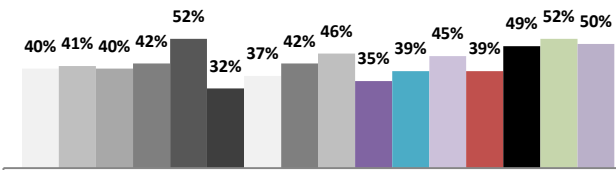
PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO



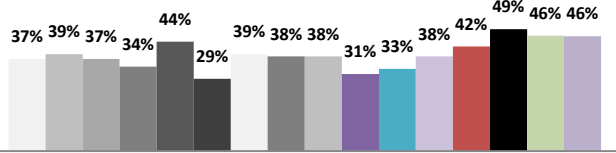
TELECOMUNICACIONES



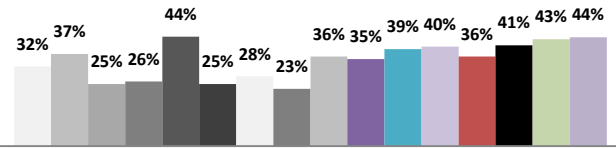
BANCOS



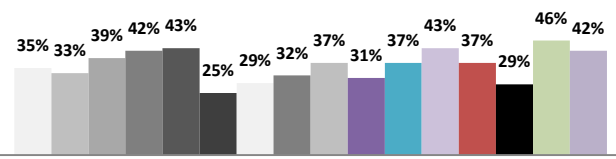
CLINICAS



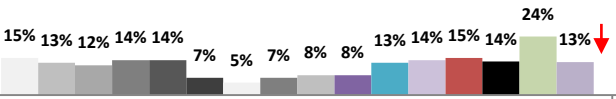
GRANDES TIENDAS Y SUPERMERCADOS



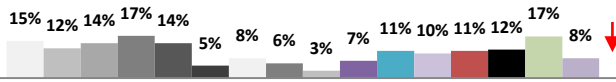
ENERGÍA



ISAPRES



AFPs



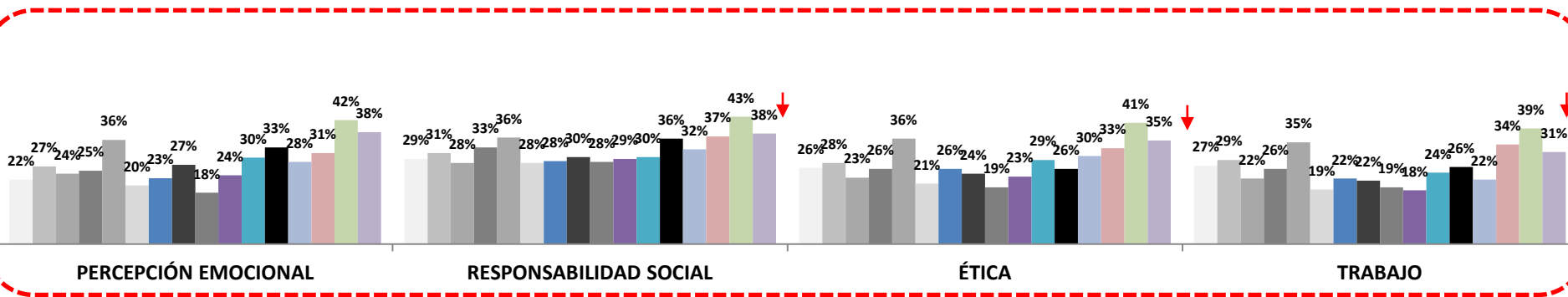
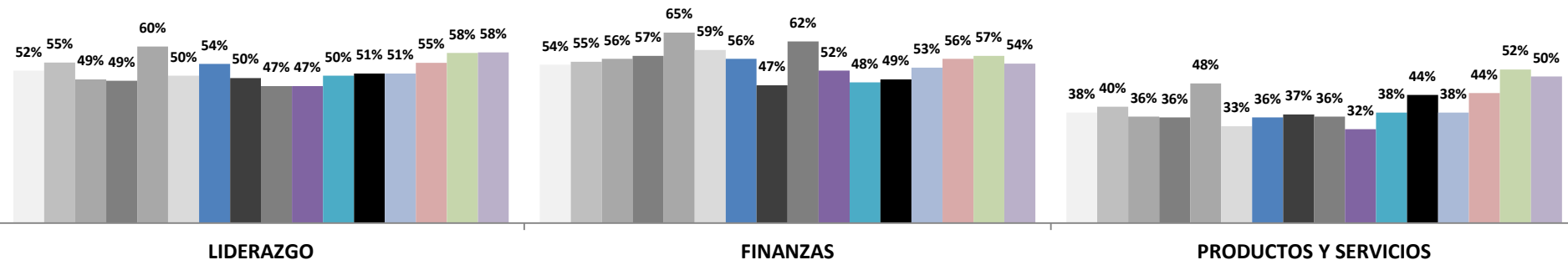
↑↓ Variaciones más significativas

Percepción Empresarial. Dimensiones Reputacionales

¿CÓMO EVALÚA USTED EL ACTUAR DE LAS EMPRESAS EN CHILE EN CADA UNO DE LOS SIGUIENTES ASPECTOS?

% "BIEN + MUY BIEN"

■ nov-15 ■ dic-15 ■ ene-16 ■ mar-16 ■ abr-16 ■ may-16 ■ jun-16 ■ ago-16 ■ sep-16 ■ dic-16 ■ ene-17 ■ mar-17 ■ may-17 ■ jul-17 ■ ago-17 ■ oct-17



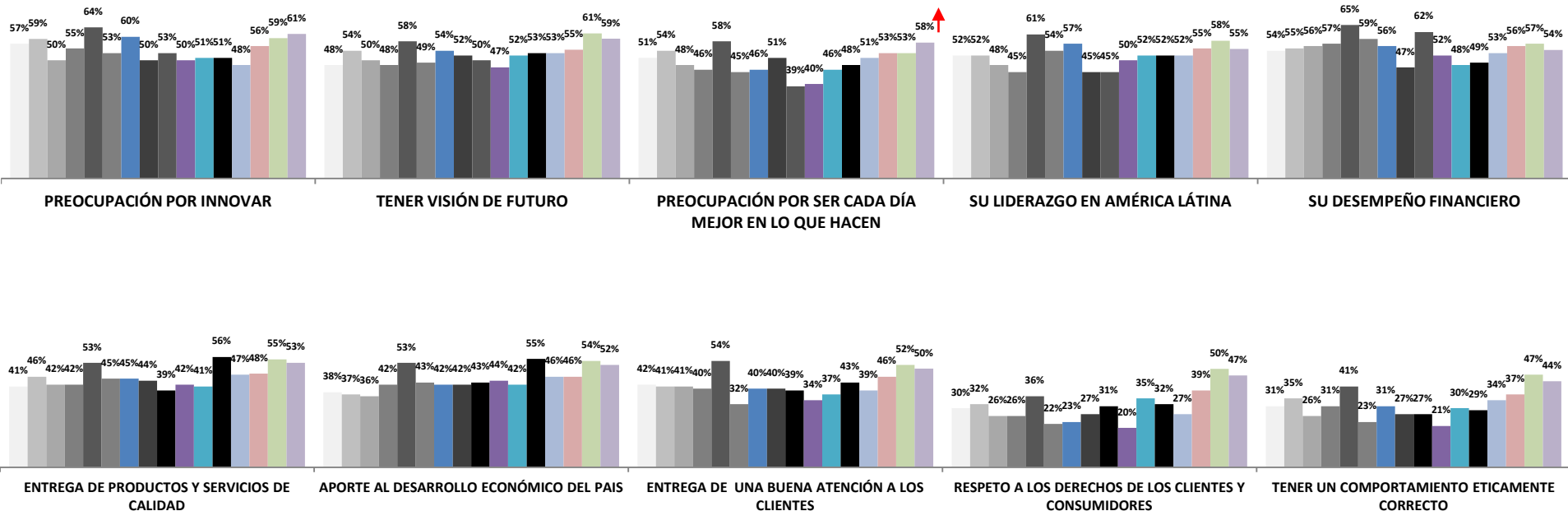
↑↓ Variaciones más significativas

Percepción Empresarial. Atributos de Posicionamiento Mejor Evaluados

¿CÓMO EVALÚA USTED EL ACTUAR DE LAS EMPRESAS EN CHILE EN CADA UNO DE LOS SIGUIENTES ASPECTOS?

% "BIEN + MUY BIEN"

nov-15 dic-15 ene-16 mar-16 abr-16 may-16 jun-16 ago-16 sep-16 dic-16 ene-17 mar-17 may-17 jul-17 ago-17 oct-17

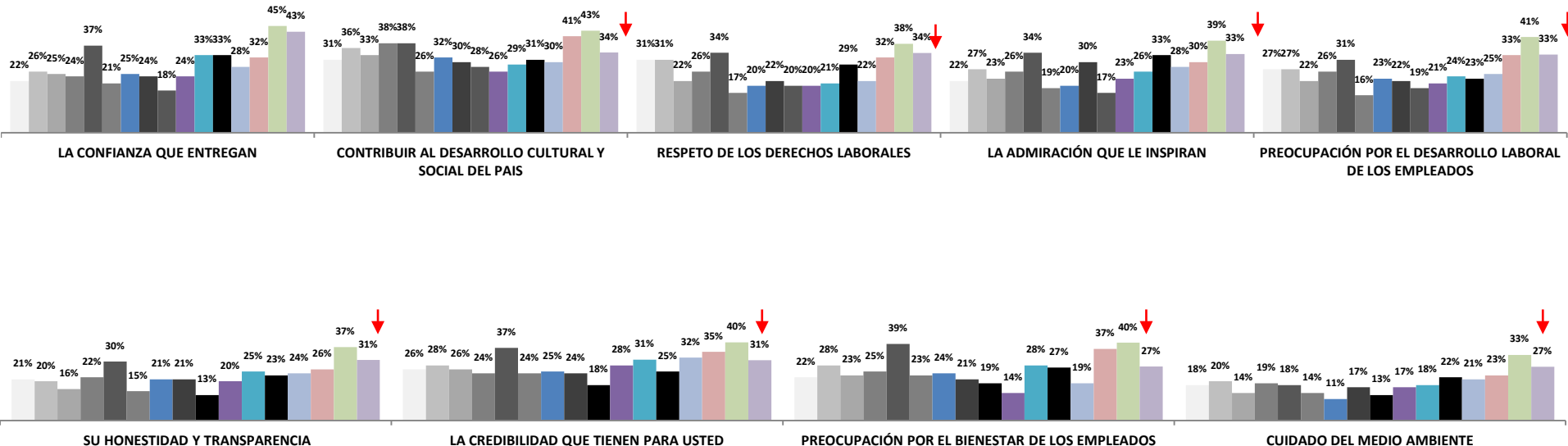


Percepción Empresarial. Atributos de Posicionamiento Peor Evaluados

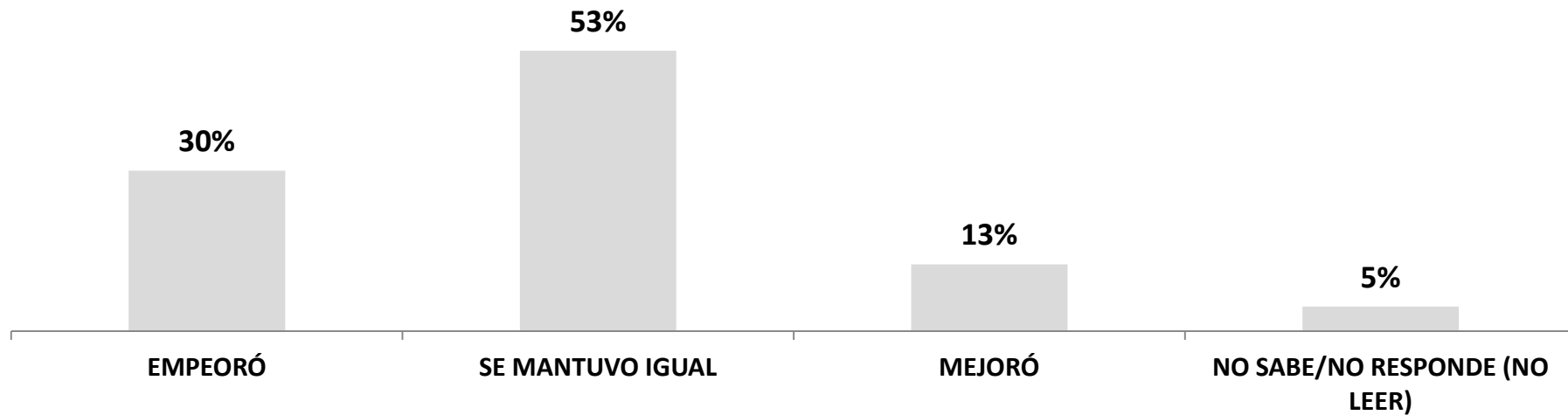
¿CÓMO EVALÚA USTED EL ACTUAR DE LAS EMPRESAS EN CHILE EN CADA UNO DE LOS SIGUIENTES ASPECTOS?

% "BIEN + MUY BIEN"

■ nov-15 ■ dic-15 ■ ene-16 ■ mar-16 ■ abr-16 ■ may-16 ■ jun-16 ■ ago-16 ■ sep-16 ■ dic-16 ■ ene-17 ■ mar-17 ■ may-17 ■ jul-17 ■ ago-17 ■ ago-18

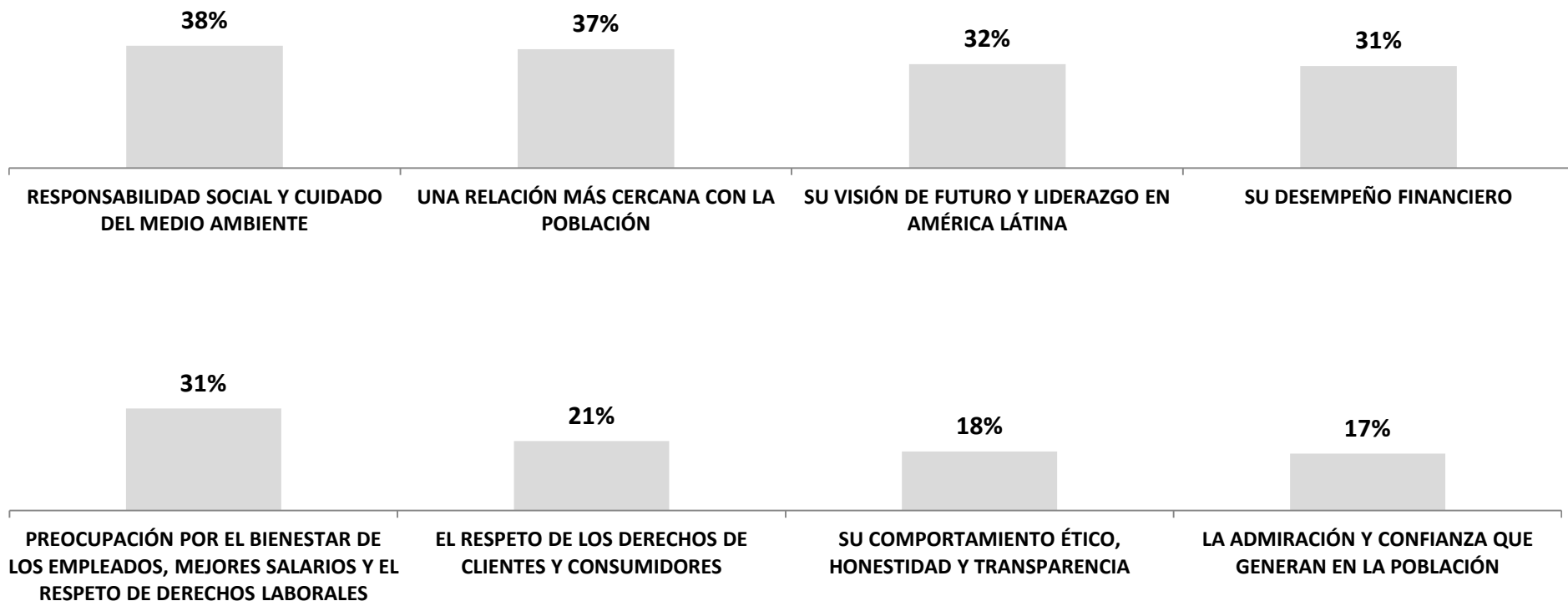


Durante el 2017, ¿La opinión que usted tenía de las Empresas en Chile...?

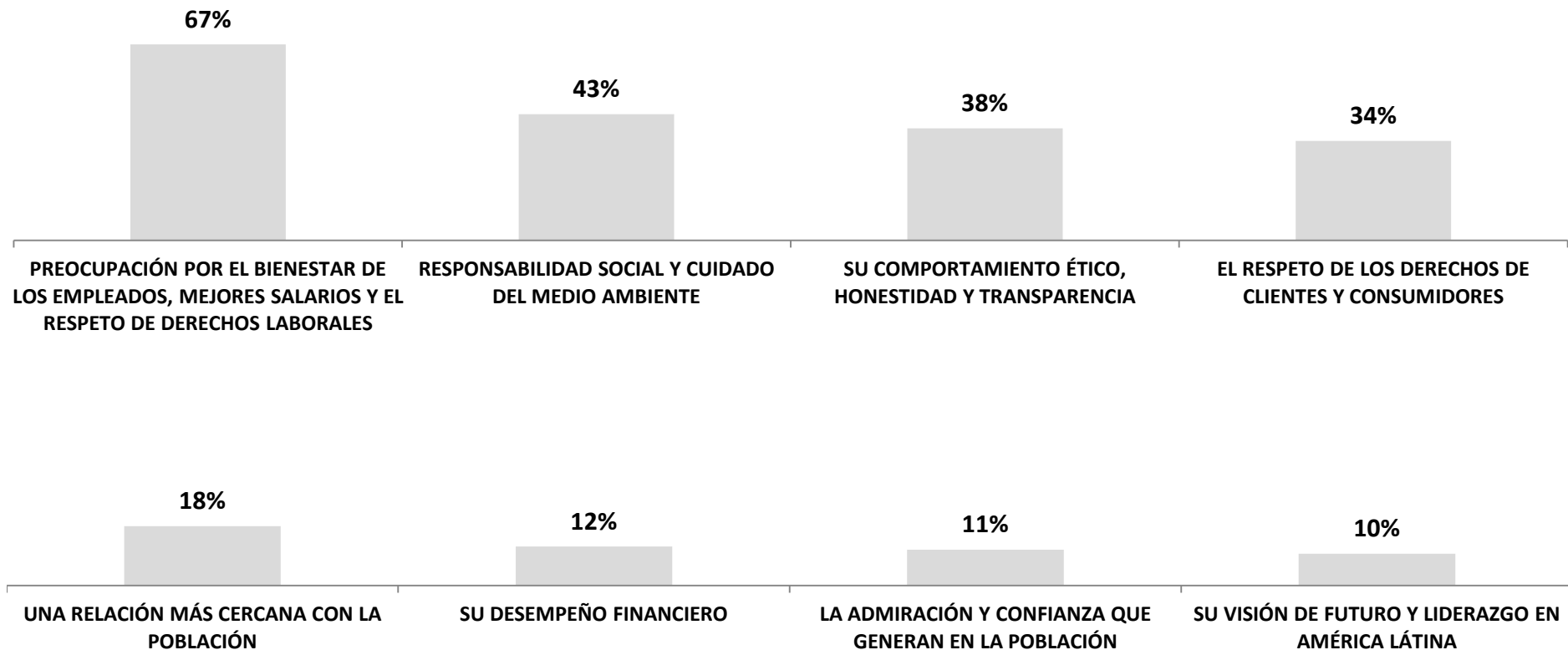


Según su opinión, ¿En cuales de los siguientes aspectos las empresas mejoraron durante este año?

Respuesta Múltiple, B: 13% Que opina que "mejoro"



En cuales de los siguientes aspectos usted cree que las Empresas deben mejorar en forma prioritaria? Respuesta Múltiple, B: Toda la muestra.



Conclusiones

Conclusiones

Percepción de las Empresas

1.- Desde julio del presente año observamos un alza en la manera en que la población percibe el desempeño de las empresas, esta alza ha tendido a estabilizarse en los últimos meses, dándonos a entender que la crisis reputacional ocasionada por los frecuentes escándalos de colusión y de comportamiento fuera de ley esta quedando atrás, al menos en la memoria de la personas. Para recordar, en septiembre de 2016 solo el 10% de la personas tenía una evaluación positiva del desempeño de las grandes empresas en Chile, hoy esa cifra llega a un 23%, más del doble.

2.- Si analizamos las cifras por sector podemos concluir que todos mejoran sus cifras, incluso los más "castigados" como lo son las AFP y las Isapres. Los que más mejoran su percepción de desempeño son minería, telecomunicaciones, clínicas y consumo masivo.

Conclusiones

Percepción de las Empresas

3.- Al analizar las cifras por dimensiones de posicionamiento podemos afirmar que el alza en la percepción de desempeño de las empresas se explica preferentemente por un alza en su percepción emocional y ética, dicho de otro modo, las empresas hoy proyectan más confianza, credibilidad, honestidad y transparencia que hace un año atrás. Éstas siguen siendo de las dimensiones peor evaluadas en el desempeño de las empresas, pero se encuentran mucho mejor que hace un año atrás.

4.- Coyunturalmente es interesante constatar que en el actual contexto político electoral, en el que el rol social de las empresas, los abusos y la colusión han vuelto a ser tema de discusión medial, la percepción que las personas tienen de la responsabilidad, la ética y la manera en que las empresas se relacionan con el mundo del trabajo han vuelto a bajar, luego de tener una tendencia al alza en los últimos meses.

Conclusiones

Percepción de las Empresas

5.- Ahora bien, si le preguntamos a las personas como ha variado su percepción de las empresas en el último año, el 13% menciona que ha mejorado y se lo atribuye preferentemente a una mejora en su responsabilidad social, cuidado del medio ambiente y a tener una relación más cercana con la población.

6.- Con todo la opinión de las personas se concentra en señalar que la empresas deben mejorar en forma prioritaria su relación con el mundo del trabajo (bienestar, mejores salarios y respeto a los derechos laborales), su responsabilidad social y cuidado del medio ambiente, su comportamiento ético (honestidad y transparencia), y el respeto a los derechos de los clientes y consumidores.

Seguimiento Mensual de la Percepción del Consumidor

Investigación realizada por Go Research en Alianza con la Escuela de Publicidad de la Universidad Diego Portales

Gabriel Argel A. y Cristian Leporati M.