

S U F U F A

Barómetro de la Confianza Empresarial

BCE 2018

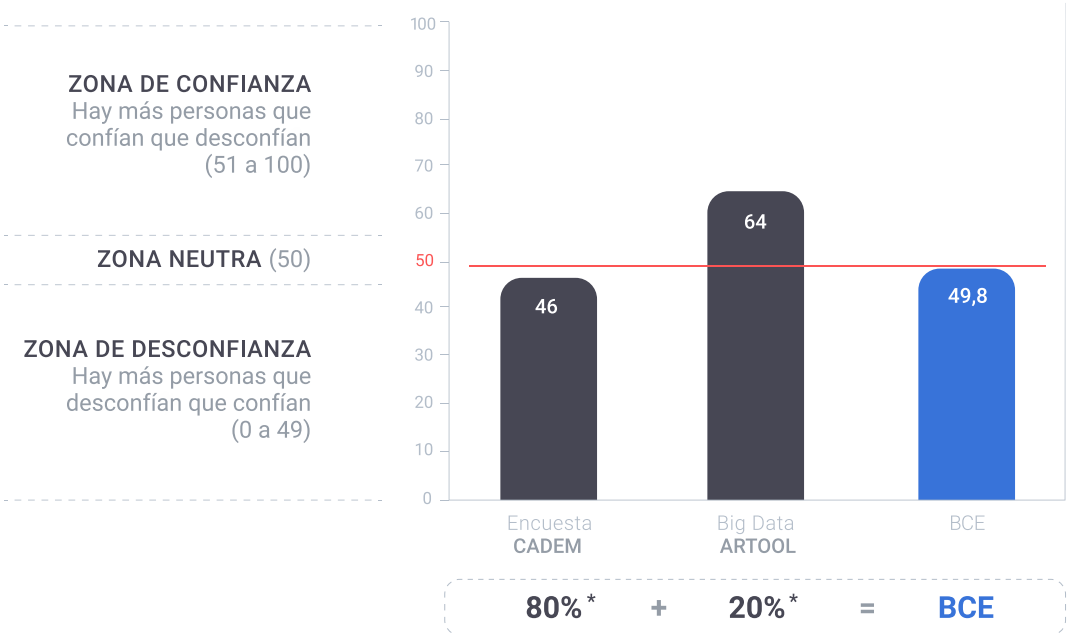


Confianza en las Empresas:

Un buen punto de partida

“No hay un sesgo negativo o un prejuicio a priori hacia las empresas, sino que se parte de un sano escepticismo. Tenemos un potencial para transformar la valoración positiva que las personas tienen de ‘su’ empresa hacia la empresa en general” .

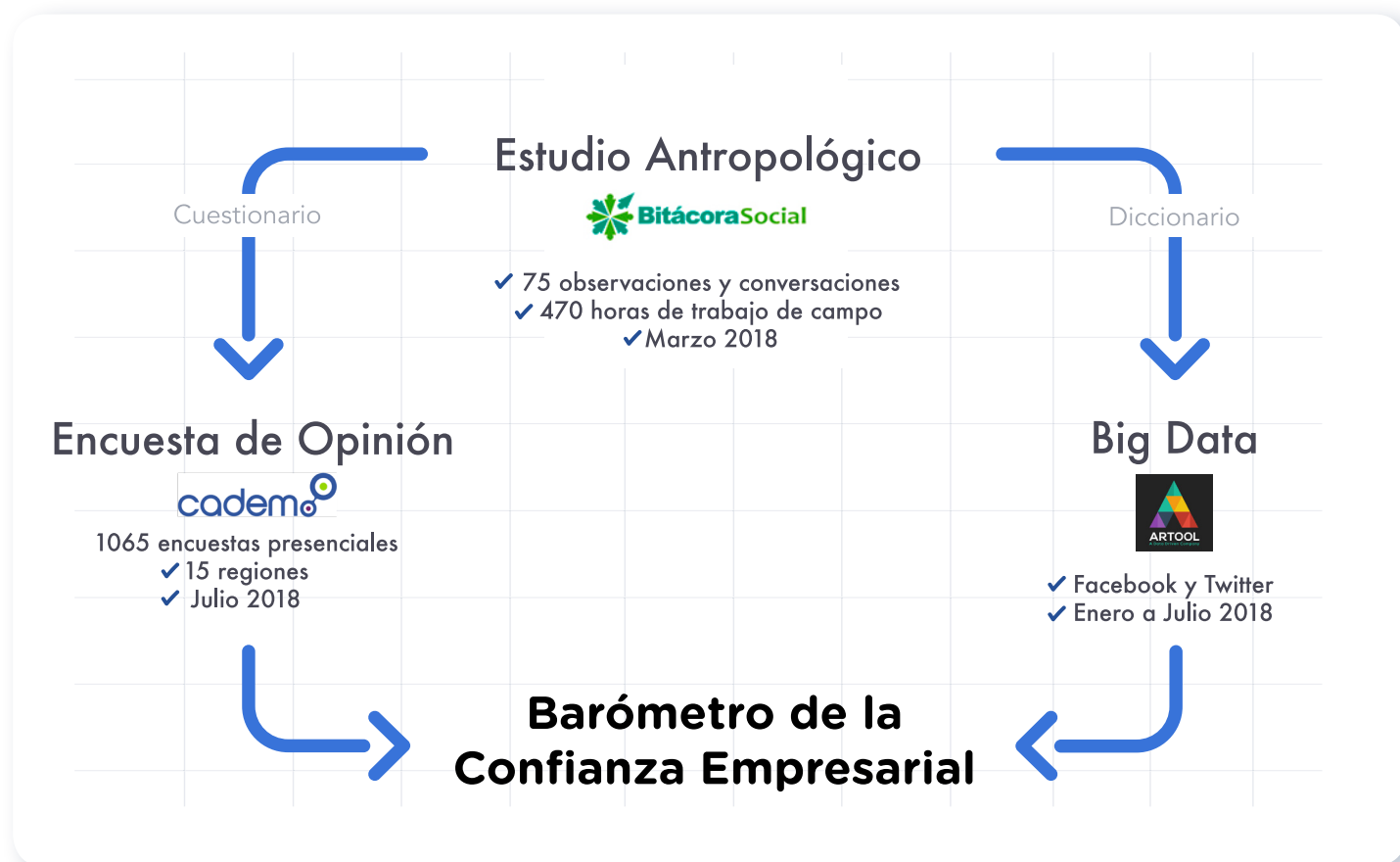
Bernardo Larraín, Presidente SOFOFA.
(El Mercurio, 27 de Octubre 2018)



- El resultado del BCE 2018 alcanza los 49,8 puntos, lo que lo sitúa en la zona neutra. Esto quiere decir que se registra la misma cantidad de confianza que de desconfianza hacia las empresas.
- Este resultado ubica la confianza en las empresas en un buen punto de partida.

Metodología:

Síntesis



- El BCE es un estudio multidimensional que incluye un estudio antropológico, una encuesta de opinión, y un análisis de Big Data en redes sociales.

- El estudio antropológico corresponde al primer paso del BCE, sentando las bases cualitativas para preparar posteriormente la encuesta y análisis de redes sociales.

- La encuesta de opinión consideró entrevistas cara a cara en hogares en las 15 regiones del país.

- El análisis Big Data cuenta con una muestra de mensajes asociadas a más de 100 organizaciones empresariales y gremios socios de SOFOFA, Pymes y otras instituciones.

- Los resultados de la encuesta de opinión y análisis Big Data fueron ponderados en un 80/20% para llegar a un indicador general de la confianza empresarial, ponderación basada en la inversión publicitaria en medios de comunicación según ACHAP 2018.

(Fuente: ACHAP2018).

Campo antropológico: Principales hallazgos



- El chileno no distingue entre personas e instituciones para generar lazos de confianza, por lo cual espera de la empresa un comportamiento **moral y eficiente**.
- No existe *a priori* una desconfianza hacia la empresa, sino que un **punto neutro de confianza** desde el cual ella puede desvirtuarse o fortalecerse.
- La confianza en la empresa está determinada por los valores de la **transparencia, la justicia y la lealtad**.
- La confianza en la empresa se construye en tres dimensiones:
 - ✓ **Vivencial**, en el lugar de trabajo.
 - ✓ **Funcional**, en el consumo de bienes y servicios.
 - ✓ **Simbólica**, referida a una imagen mediatizada.

“Es transparencia, lealtad, comunicación, para mí eso es confianza. Si vamos todos para adelante, todos remamos hacia allá (...) Sirve para crecer. Creces en todos los ámbitos: laboralmente, personalmente, familiarmente, matrimonialmente. Entonces, si no hay confianza no podemos avanzar”.

Hombre, 37 años, GSE medio alto, Antofagasta.

“Nos interesa medirnos y entender cómo somos percibidos para trabajar en aquellas variables que fortalezcan la confianza. Nos mueve mejorar de manera permanente en hacer cada día mejor empresa para toda la sociedad”.

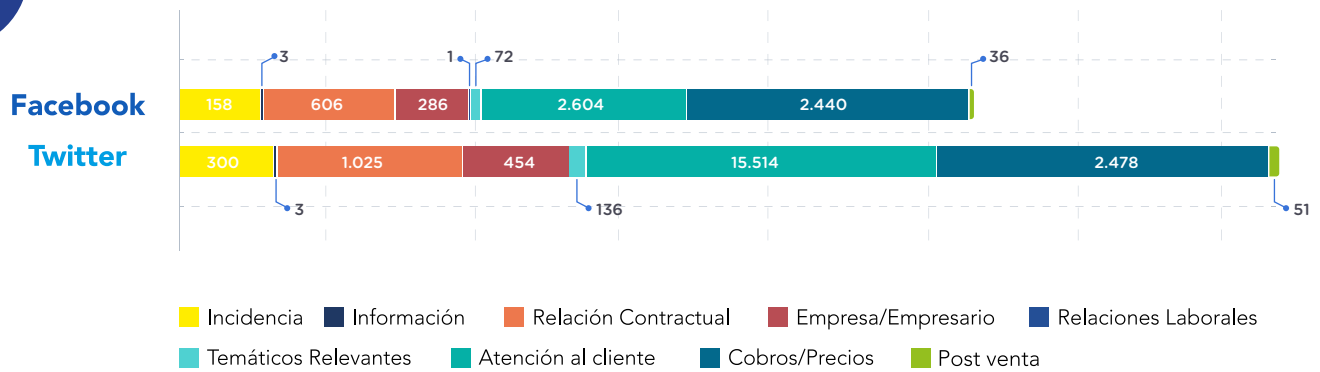
Patricio Jottar, Copresidente del Comité de Evolución Empresarial de SOFOFA.
(El Mercurio, 27 de Octubre 2018)

“Hay empresarios que se dedican a trabajar y les va súper bien, a veces de buena forma, a veces de mala forma. Eso depende y no hay que generalizar. Confío en un empresario que haga las cosas bien, que trate bien a su gente y no se meta en asuntos de corrupción. Confío mucho en los emprendedores porque al final son gente como una, que puso su esfuerzo y sus ahorros en un proyecto para ganarse la vida”.

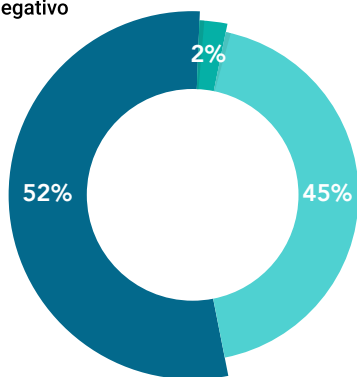
Mujer, 24 años, GSE medio bajo, Concepción.

Big Data: Principales hallazgos

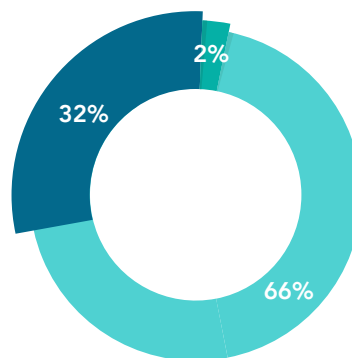
- Existe un espacio de confianza con la empresa que se construye principalmente en la atención al cliente y que usa como medio de comunicación las redes sociales.
- Facebook es una plataforma más crítica que Twitter para expresar desconfianza.



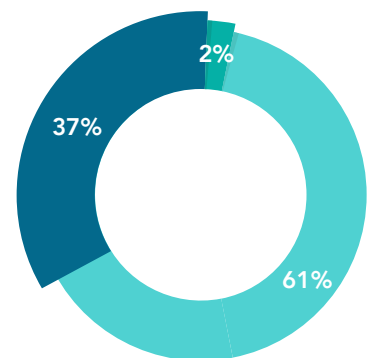
- Positivo
- Neutro
- Negativo



Facebook



Twitter



Total

Encuesta: Principales hallazgos

- Empresas deben ser capaces de estar en **constante evolución**.
- No existe **predisposición negativa** de los medios de comunicación en contra de las empresas.
- Evolución debe partir por asumir que la percepción de los medios y ciudadanos es el **resultado de la acción u omisión de las empresas**.
- Avances deben centrarse en factores vinculados a **trabajadores y clientes** en materias de:
 - ✓ **Justicia objetiva**, como sueldos y jornada.
 - ✓ **Justicia subjetiva**, como trato, transparencia y equilibrio trabajo-familia.

6 elementos clave a considerar son:

1. Círculo de Confianza
2. Evaluación de su Empresa
3. Percepción de la Empresa
4. Percepción del Empresario
5. Atributos de la Empresa
6. Medios de Comunicación

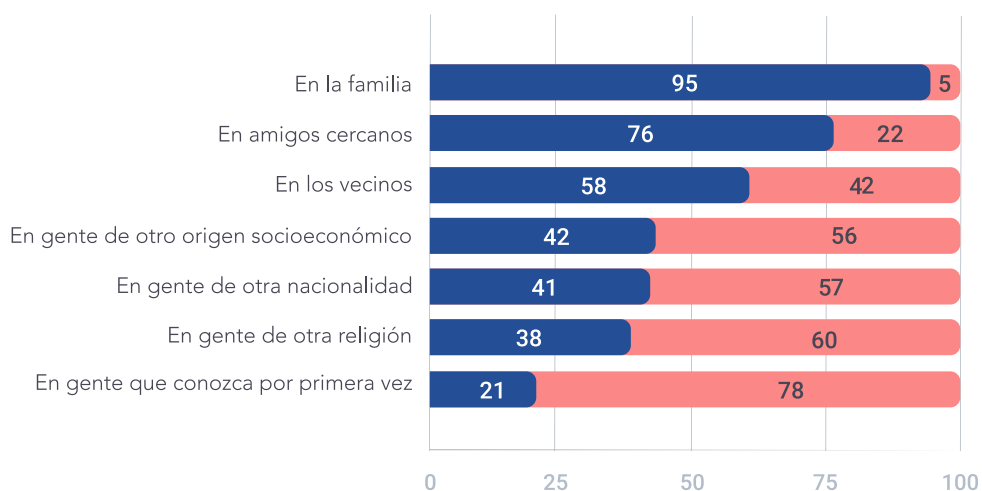


1. Círculo de Confianza

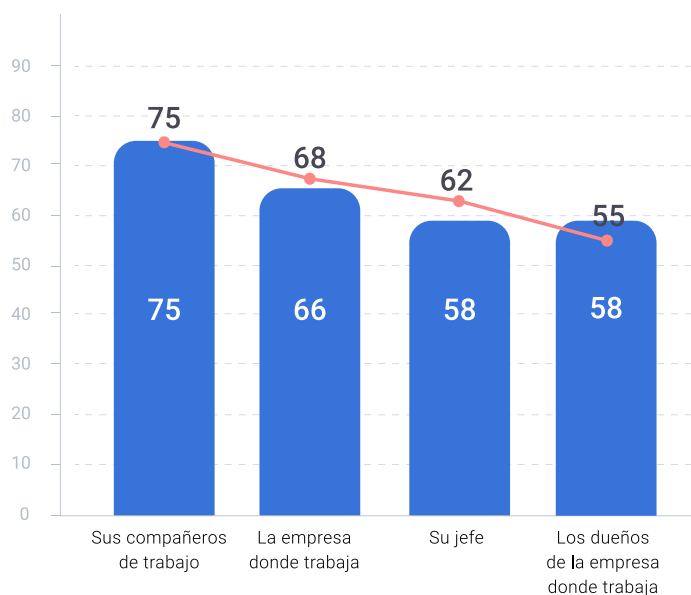
- Elevada correlación entre cercanía y confianza, tanto en el proceso de construcción de confianza interpersonal como hacia las empresas.
- Círculos de relaciones interpersonales más cercanas muestran mayor grado de confianza.

► Usando una escala de 1 a 7 como en el colegio, donde 1 es nada de confianza y 7 es mucha confianza, ¿Podría decirme cuánto confía usted en las siguientes personas?

■ % Nota 1 a 4
■ % Nota 5 a 7



■ % Nota de 5 a 7 confianza
● % Nota 5 a 7 cercanía



Alta correlación entre porcentaje de notas positivas al preguntar por el nivel de confianza y de cercanía en cada dimensión

2. Evaluación de su Empresa

Dimensión Personal/Relacional

► Usando una escala de 1 a 7 como en el colegio, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, ¿cómo calificaría a su empresa en los siguientes aspectos?

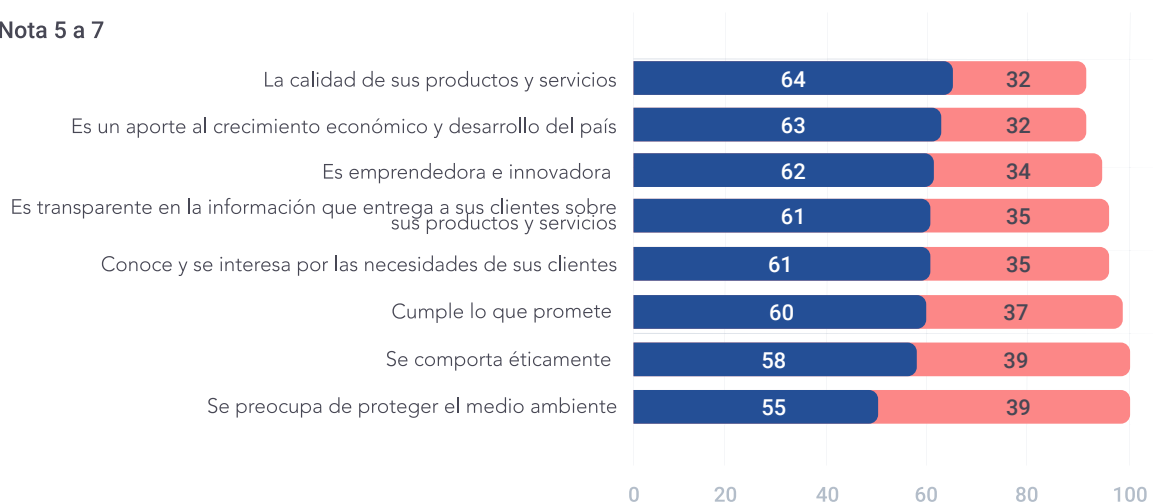
■ % Nota 1 a 4
■ % Nota 5 a 7



Dimensión Pública/Mediatizada

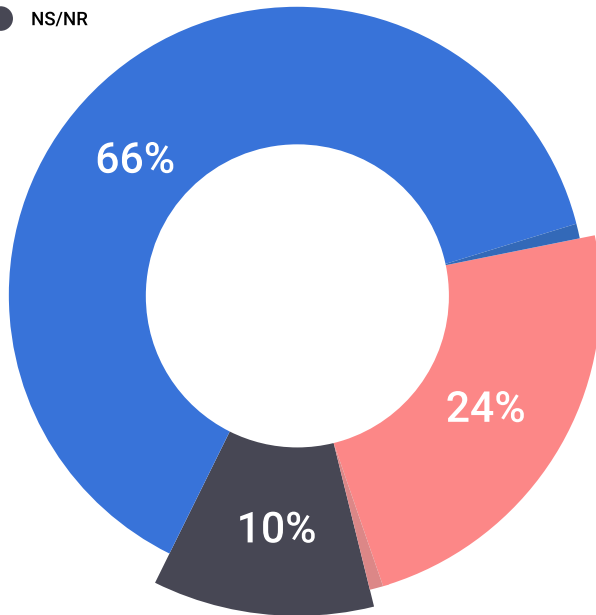
► Usando una escala de 1 a 7 como en el colegio, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, ¿cómo calificaría a su empresa en los siguientes aspectos?

■ % Nota 1 a 4
■ % Nota 5 a 7



► ¿Recomendaría a un amigo o familiar trabajar en su empresa? Utilice una escala de 1 a 7, donde 1 es definitivamente NO y 7 es definitivamente SÍ.

- Nota 5 a 7
- Nota 1 a 4
- NS/NR

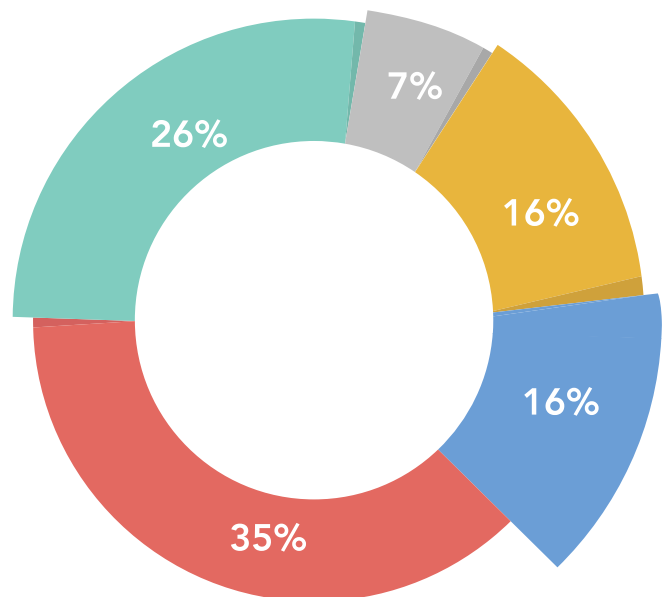


• Altos niveles de confianza en “su empresa” en distintas dimensiones.

• Grandes empresas presentan evaluación más favorable en la dimensión pública/mediatizada que las pequeñas empresas.

► Imagine que usted recibe a un familiar del extranjero que viene a trabajar a Chile, ¿Usted le recomendaría trabajar en...?

- Una gran empresa
- Una empresa pequeña o mediana
- Una organización sin fines de lucro
- Una empresa estatal
- NS/NR



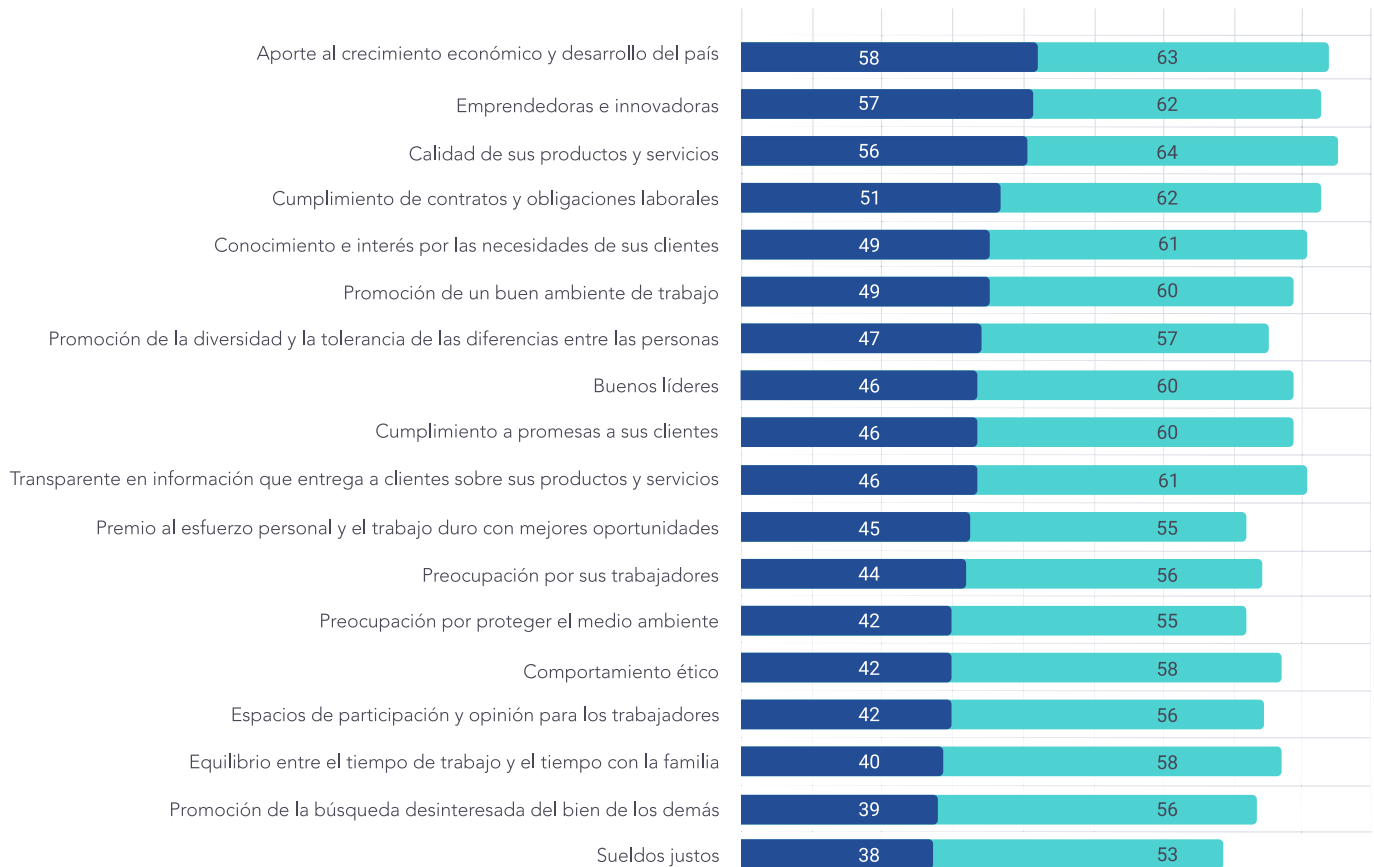
3. Percepción de la Empresa

• Baja diferenciación entre “su empresa” y “las empresas privadas” en dimensiones externas tales como **valorización de su aporte al crecimiento y desarrollo del país y competitividad y productividad.**

• Las mayores brechas entre ambas se verifican en dimensiones internas referidas a los trabajadores en materias tales como **sueldos y participación.**

► Del 1 al 7 como en el colegio, donde 1 es pésimo y 7 es excelente, ¿cómo calificaría a las empresas privadas/su empresa en los siguientes aspectos? (notas 5, 6 y 7).

■ Las empresas privadas
■ Su empresa

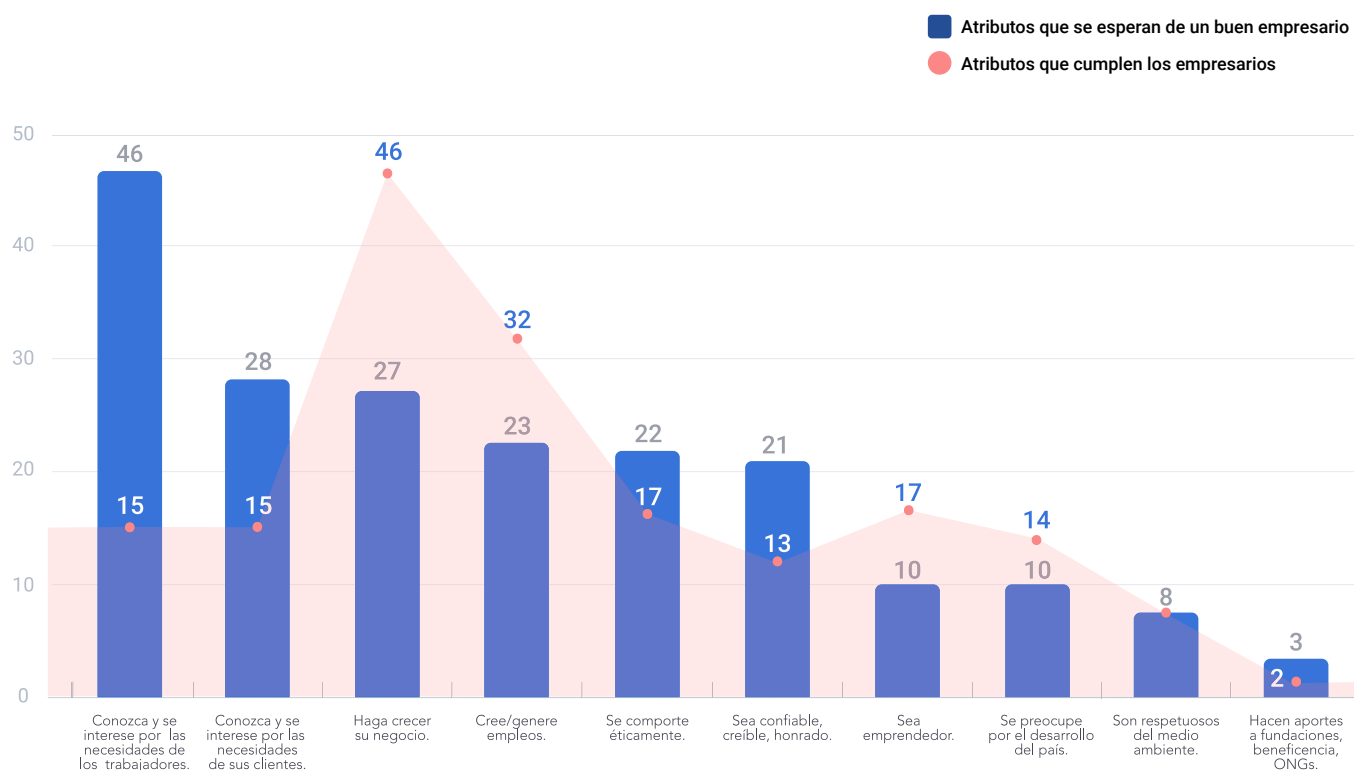


4. Percepción del Empresario

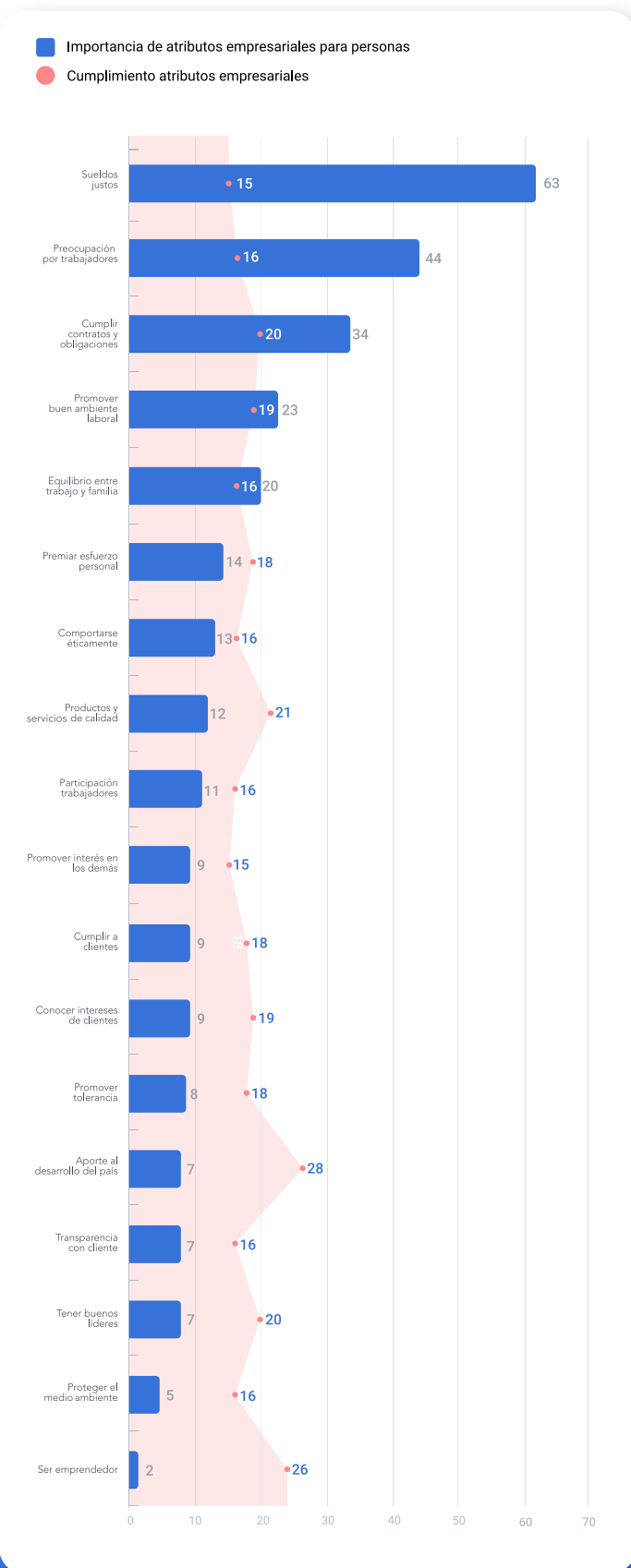


- Mayor valoración en reconocimiento por hacer crecer sus empresas y generar buenos empleos.
- Menor valoración en cuanto a conocimiento e interés por las necesidades de trabajadores y clientes.

► Atributos indispensables para ser buen empresario versus atributos que los empresarios cumplen de mejor manera.



5. Atributos de la Empresa

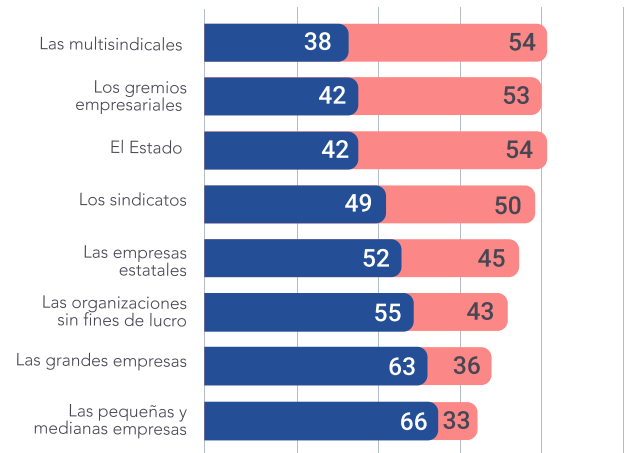


- Buena valoración del aporte de la empresa privada al desarrollo, de su espíritu emprendedor y de la calidad de los bienes y servicios que proveen.

- Baja evaluación de atributos relacionados con los trabajadores tales como sueldos justos, preocupación por los trabajadores y equilibrio trabajo/familia.

► Usando una escala de 1 a 7 como en el colegio, donde 1 es nada y 7 es mucho, ¿Cuánto cree usted que contribuyen las siguientes instituciones al desarrollo del país...?

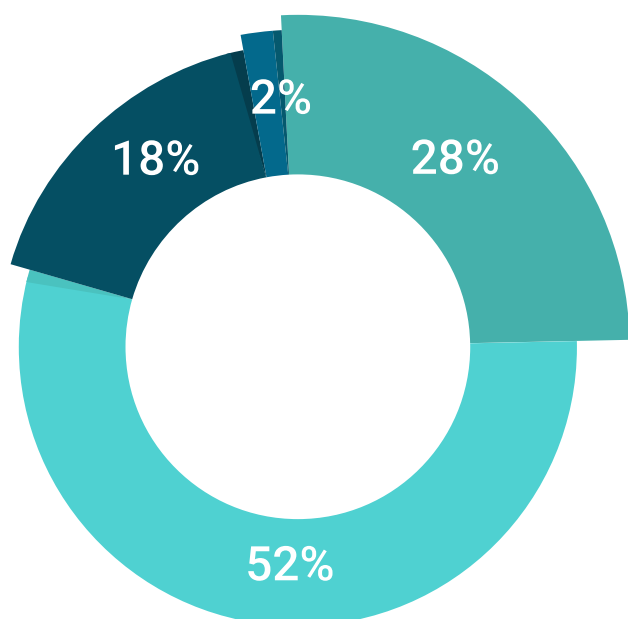
■ % Nota 1 a 4
■ % Nota 5 a 7



6. Medios de Comunicación

► ¿Cuánta confianza tiene usted en...?
La empresa donde trabaja, las PYMEs y las grandes empresas.

- Muy confiable o algo confiable
- Poco o nada confiable
- Ni confiable ni poco confiable
- NS/NR

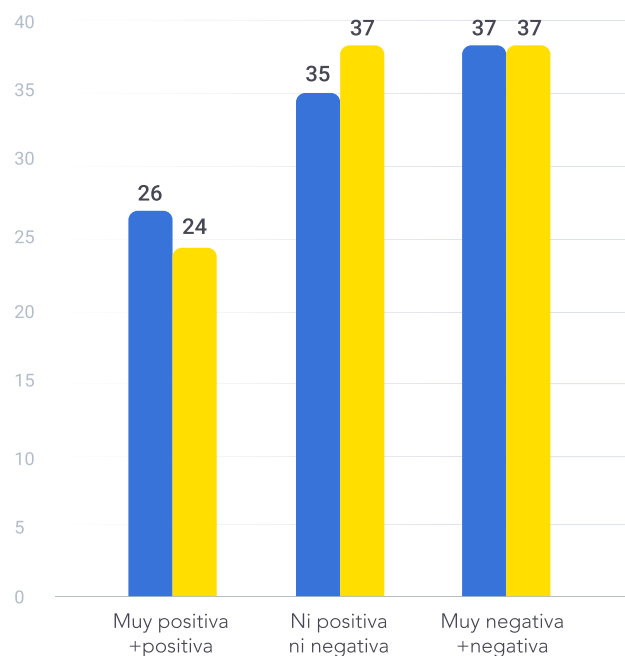


• Medios de comunicación no registran predisposición negativa hacia las empresas.

• Percepción de ciudadanos y medios de comunicación es el resultado de la acción u omisión de las empresas.

► Opinión personal versus imagen que entregan medios de comunicación sobre las empresas privadas.

- Opinión Personal
- Medios de comunicación



S J F J F A