



El rol de las empresas en el contexto de COVID-19

En un clima de intranquilidad y preocupación por la situación de la pandemia y sus consecuencias económicas, este estudio sindicado de Voices! muestra que las empresas tienen la oportunidad de demostrar su apoyo a la sociedad a través de acciones concretas.

La consultora de mercado *Voices!*, con larga trayectoria en investigaciones sobre el lugar que ocupan que las empresas en la sociedad, lanza su estudio sindicado “El rol de las empresas en el contexto de COVID-19” para indagar acerca del rol de las empresas en el contexto de COVID-19 en el país. Resulta importante en el escenario complejo que se está atravesando contar con información que permita diseñar estrategias en base a una visión holística de la problemática actual, en la que la voz del consumidor debe ser escuchada. El estudio se realizó de manera online entre 1216 adultos de AMBA y principales ciudades del país. A continuación, se presentan algunos de sus hallazgos.

Valoración positiva de la intervención de actores clave para la situación

En Argentina como en otras partes del mundo, se viven momentos de intranquilidad frente a la situación causada por la pandemia de COVID-19. Por un lado, se manifiesta la preocupación por la situación sanitaria y por otro, por las consecuencias económicas de esta situación y de la cuarentena decretada para enfrentarla. Consultados acerca de la probabilidad de una serie de consecuencias económicas en el corto y largo plazo, **72% de los encuestados que trabajan consideran probable que su sueldo se reduzca** mientras dure la crisis de Coronavirus, y **59%** cree probable de que se reduzca **de manera permanente**. Además **52% ve probable el perder su trabajo durante la crisis**, mientras que **44%** de los encuestados **tiene miedo de perderlo de manera permanente**.

Dentro de este panorama incierto, un aspecto positivo es el consenso que existe en la alta valoración del accionar de algunos grupos cuya actividad es clave para enfrentar esta crisis. En una evaluación comparativa del rol de diferentes actores, si bien para las empresas **predomina una**

valoración positiva con 6 de cada 10 entrevistados que consideran que están actuando bien o muy bien, 4 de cada 10 las evalúan negativamente.

La valoración más alta es hacia **los médicos y personal sanitario, que son evaluados positivamente por la casi totalidad** de los entrevistados (99%) y **los científicos e investigadores de la salud por el 97%**.

Otro aspecto a destacar es la percepción sobre **el accionar del gobierno nacional** en respuesta a la crisis: **88% de los entrevistados cree que es bueno o muy bueno**.

La visión sobre otros actores como ONG's y gobiernos provinciales es positiva en 8 de cada 10 encuestados, y en un poco menor medida lo es también para gobiernos municipales y medios de comunicación (7 de cada 10 evalúan positivamente su accionar).

La opinión sobre el accionar de **la sociedad en general** se encuentra un poco más dividida, con un **62%** de valoraciones positivas, pero también cerca de un 40% de valoraciones negativas. Al final del listado un **46%** de entrevistados creen que el accionar de **la Iglesia** es bueno o muy bueno.

EVALUACIÓN DEL ACCIONAR DE DIFERENTES ACTORES

¿Cómo evaluás el accionar del siguiente grupo o institución frente al Coronavirus en Argentina? (Muy bueno + Bueno)



Estudio Voces! Base: Población adulta +16 años (1216 casos).

El rol del Estado como guardián de la cuarentena

Consultados acerca de los aspectos más importantes en los que debería centrarse la intervención estatal, **6 de cada 10 encuestados priorizaron el control de las fronteras** por un lado para evitar el movimiento de personas y el **asegurar el cumplimiento de la cuarentena obligatoria** por el otro, mientras que un porcentaje algo menor (**58%**) cree que debe estar centrado en **garantizar la cantidad y calidad de médicos y personal sanitario** y otro tanto (56%) en garantizar el abastecimiento de bienes y servicios básicos.

Otras medidas prioritarias para 5 de cada 10 entrevistados son el proteger económicamente a los sectores más vulnerables (54%), mejorar la infraestructura de salud (53%) y regular precios (51%).

¿Quiénes apoyan a la sociedad durante esta crisis?

Veamos que a nivel general son 6 de cada 10 los argentinos que evalúan en forma positiva el accionar de las empresas en este difícil contexto, mientras que 4 de cada 10 son críticos. Al analizar las opiniones por tamaño de empresas, puede verse que **8 de cada 10 entrevistados creen que las PyMES están acompañando bien** a la sociedad en este momento, un porcentaje menor (65%) dice lo mismo de las grandes empresas nacionales y **la cifra es aún menor para las empresas multinacionales (55%)**.

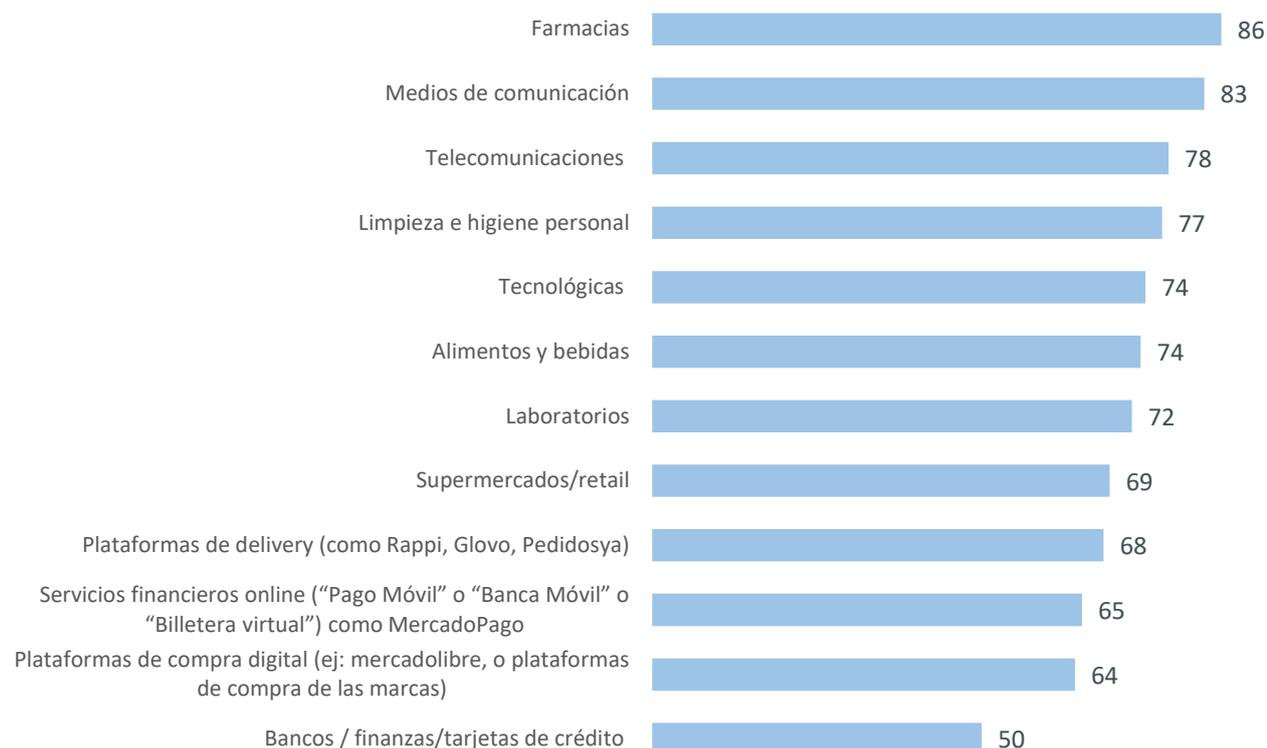
En cuanto a los diferentes rubros y actividades, los que mejor parecen estar acompañando a sus empleados y consumidores, según la visión de los encuestados, son **las Farmacias, con 86%** de ellos que dicen que están acompañando muy bien/algo. Los **medios de comunicación también reciben una evaluación positiva de 8 de cada 10 entrevistados (83%)** y en algo menor medida las empresas de **telecomunicaciones (78%)** y de productos de **limpieza e higiene personal (77%)**. **7 de cada 10** personas entrevistadas tienen una visión positiva sobre las **empresas tecnológicas, de alimentos y bebidas (74%** en ambos casos), **laboratorios (72%)** y **supermercados** o retailers (69%).

La tecnología parece ser un gran aliado en estas circunstancias, **y 2 de cada 3 encuestados reconocen un rol positivo de las plataformas de delivery (68%)**, de **servicios financieros online (65%)** y de **compra digital (64%)**. Estos últimos son más valorados por quienes residen en CABA que los encuestados de GBA o el interior del país: en el caso de las plataformas de delivery 82% de los entrevistados de CABA valora positivamente su aporte (vs. 68% en GBA y 66% en el interior), mientras que para los servicios financieros online 75% de los entrevistados de CABA dicen que acompañan la situación (vs. 67% en GBA y 63% interior) y para las empresas de compra digital son 78% de los encuestados en CABA (vs.67% GBA y 61% interior) quienes afirman lo mismo.

Los **Bancos, tarjetas de crédito y otros servicios financieros** son los que reciben una visión más crítica: mientras que **la mitad los evalúa positivamente**, un 42% cree que no están acompañando.

COMO ACOMPAÑAN LAS DIFERENTES ACTIVIDADES

¿En qué medida dirías que los siguientes rubros/actividades están tomando medidas y acompañando a los consumidores y empleados durante el Coronavirus? (Están acompañando muy bien + algo)



Estudio Voices! Base: Población adulta +16 años (1216 casos).

¿Qué se espera de las empresas?

En este delicado contexto, el comportamiento de las empresas está siendo observado: **algo más de la mitad (53%) de los encuestados dice seguir con atención las acciones que llevan a cabo** las marcas y empresas en relación a la situación de Coronavirus. Y si bien sus motivaciones pueden ser cuestionadas por un porcentaje elevado de los entrevistados (81%) que percibe las acciones de las marcas y empresas en este contexto como intentos de ganar dinero, **9 de cada 10** creen que es una buena **oportunidad para que las empresas colaboren con el gobierno** para contener el Coronavirus y 8 de cada 10 está en desacuerdo con que no hay nada que las marcas puedan hacer para ello, lo que demuestra que existe una oportunidad para las empresas para demostrar su compromiso.

A su vez, 13% de los entrevistados dice haber “premiado” a alguna marca eligiendo sus productos o hablando positivamente de ella porque le gustó su postura o accionar frente al Coronavirus, mientras que 21% al menos consideró hacerlo. En función de datos anteriores se puede apreciar una mayor predisposición a premiar a una marca (o al menos considerar hacerlo) por su actitud socialmente responsable.

Respecto a las acciones posibles que podrían tomar las empresas para colaborar en esta situación, se enumeró a los entrevistados una serie de acciones que están realizando algunas empresas, entre las que destacaron como importantes el promover **horarios de atención especiales para adultos mayores** y las **donaciones a hospitales**, ambas seleccionadas por 46% de los entrevistados, seguidas por el **control de la cantidad de personas** que ingresan a los comercios (36%).

ACCIONES QUE PODRÍAN REALIZAR LAS EMPRESAS PARA COLABORAR CON LA SOCIEDAD

De las siguientes iniciativas de algunas empresas y marcas para colaborar con la sociedad durante el Coronavirus.

¿Cuáles te parecen las 3 más importantes?



Estudio Voices! Base: Población adulta +16 años (1216 casos).

Todo lo anterior muestra que los ciudadanos siguen con atención el accionar de los principales actores sociales ante el contexto particular generado por el Coronavirus, y que existen numerosas y valiosas formas en que las empresas pueden manifestar su apoyo a la sociedad.

Constanza Cilley, Directora Ejecutiva de Voices destacó “En los estudios sobre el rol de las empresas que venimos realizando hace más de dos décadas, vemos que crecientemente los ciudadanos de la Argentina y el mundo demandan que las empresas vayan más allá de lo que les exige la ley y se comprometan en el bienestar de su comunidad. Nuestra investigación sobre el rol de las empresas muestra que esta opinión sigue vigente en tiempos de coronavirus. Existe una expectativa concreta de que las marcas y empresas apoyen a la sociedad en este difícil momento, en la medida de sus posibilidades y desde su rol como empleadores, pero también como miembros de la comunidad, que pueden manifestarse en numerosas acciones desde apoyo material y

económico, medidas que aseguren el cuidado de la salud de sus empleados y clientes, hasta el desarrollo de servicios especiales que faciliten a los ciudadanos cuidarse a sí mismos.”

METODOLOGIA

Universo

Hombres y mujeres, mayores de 16 años

Cobertura Geográfica

Principales ciudades del país (CABA, GBA, Córdoba, Rosario, Mendoza, Tucumán, La Plata, Mar del Plata y Salta).

Técnica de Recolección

Estudio cuantitativo online

Tamaño Muestral

1216 casos.

Cuotas

Se trabajó con cuotas de sexo, edad y nivel educativo

Fecha de Campo

3 al 6 de abril de 2020.

DATOS DE CONTACTO

Para más información, contactar a:

Constanza Cilley, Directora Ejecutiva de Voices!

+54 11 48076256 // 1565724467

constanzacilley@voicesconsultancy.com