

AEF

Asociación
de Empresas
Familiares



Encuesta AEF -
Situación
coronavirus

Ficha técnica

Sondeo

Estudio cuantitativo realizado a través de cuestionarios auto administrados vía WEB.

Grupo Objetivo

Base de datos AEF, compuesta por empresarios, ejecutivos y directivos de empresas familiares.

Muestra

Se realizaron 146 entrevistas.

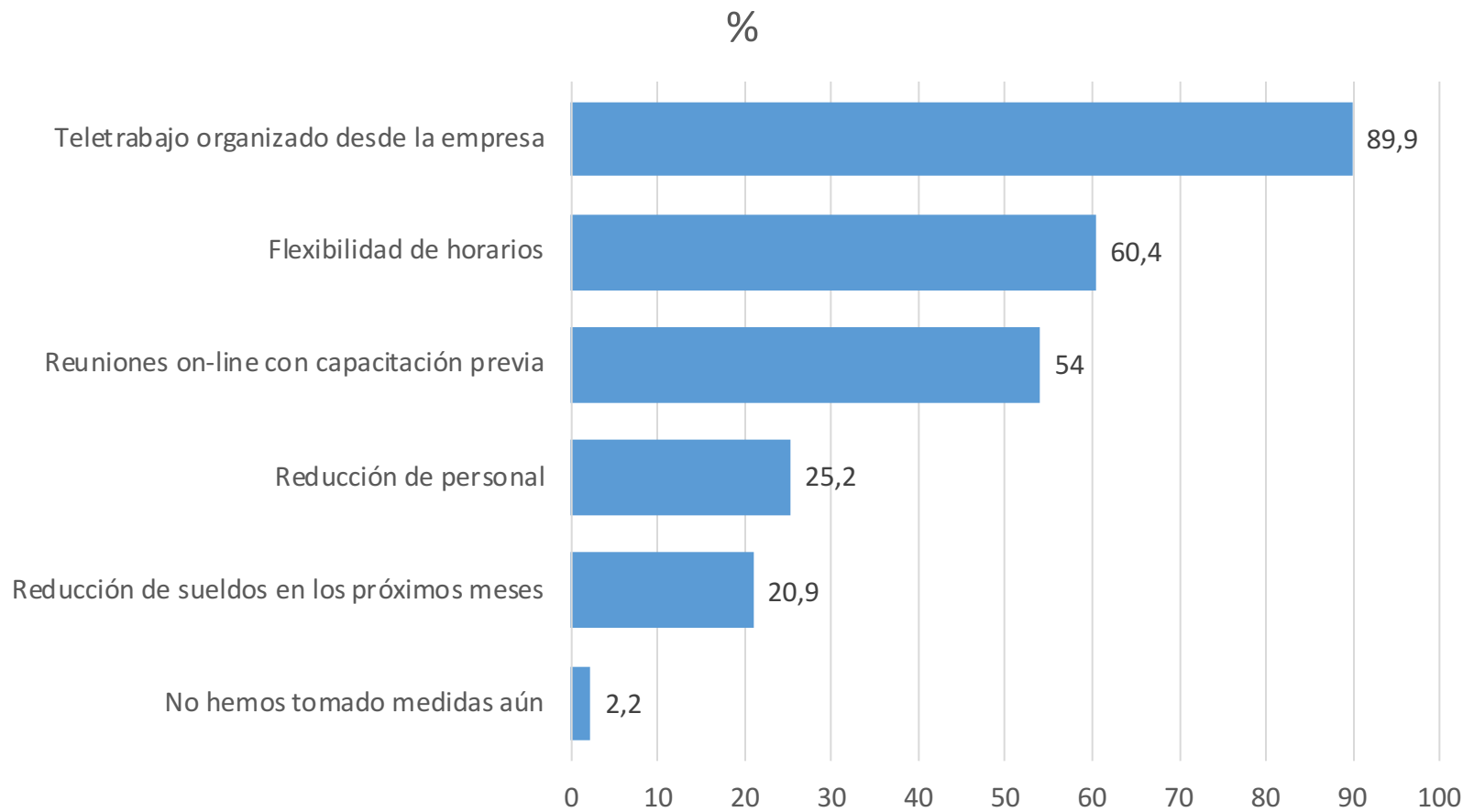
La tasa de respuesta fue de un 7,8%, en relación a una base de datos de 1.861 empresarios familiares.

Fecha de Terreno

Las encuestas fueron realizadas entre el lunes 30 de marzo y el martes 7 de abril de 2020.



1. ¿Qué alternativas ha aplicado su empresa para enfrentar la crisis del coronavirus? Puede marcar más de una alternativa

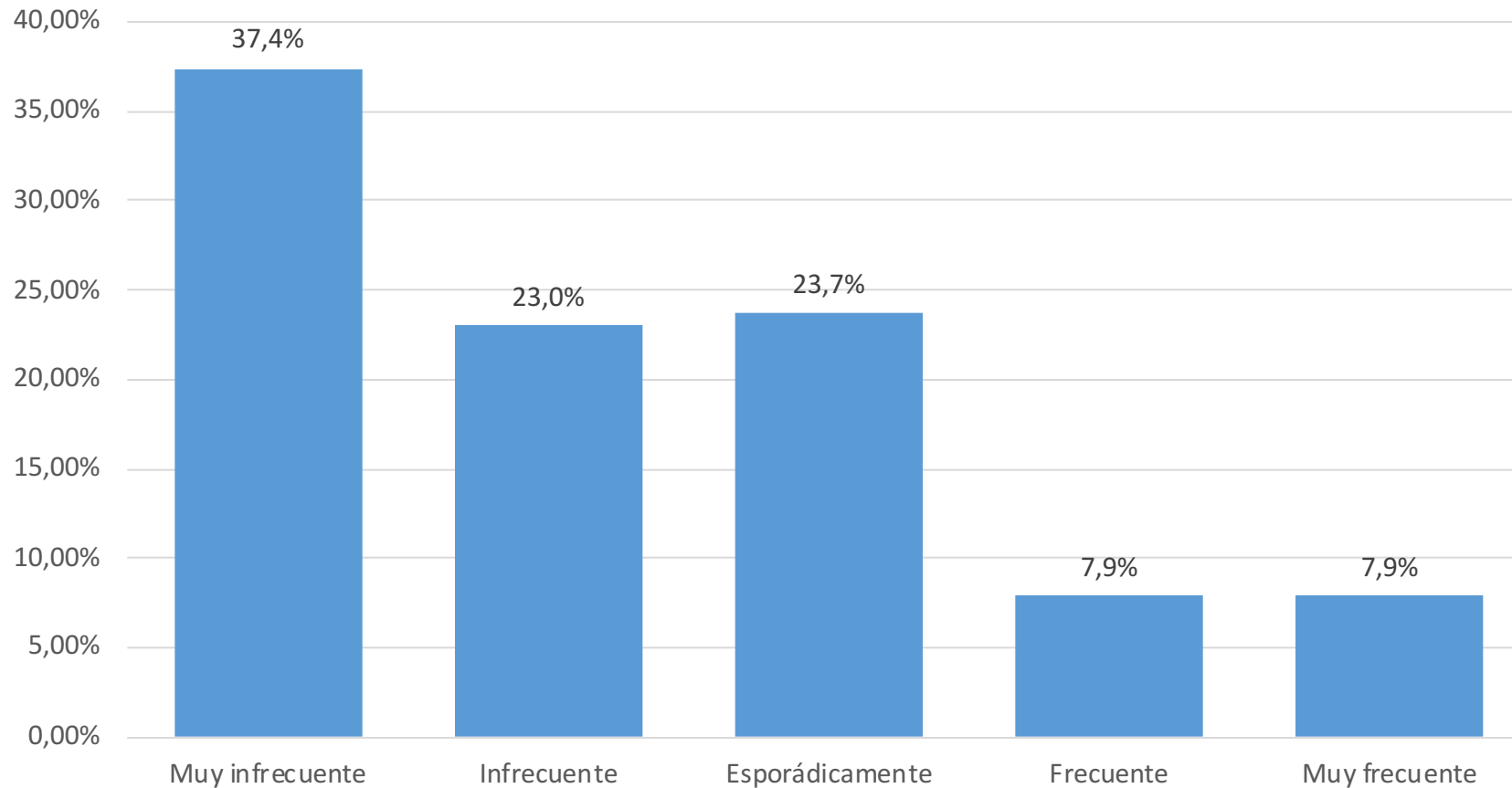


Nota: Los encuestados podían marcar más de una alternativa, por eso el total no suma 100

- Al preguntarle a los empresarios familiares las principales medidas tomadas como consecuencia de la crisis asociada al coronavirus, casi el 90% reconoció haber implementado teletrabajo para enfrentar la coyuntura. El 60% aplicó flexibilidad horaria y el 54% ha realizado reuniones con capacitaciones previas.
- Las alternativas que implican efectos sobre los colaboradores (reducción de personal o reducción de sueldos) hasta el momento de efectuada la encuesta habían sido menos frecuentes.



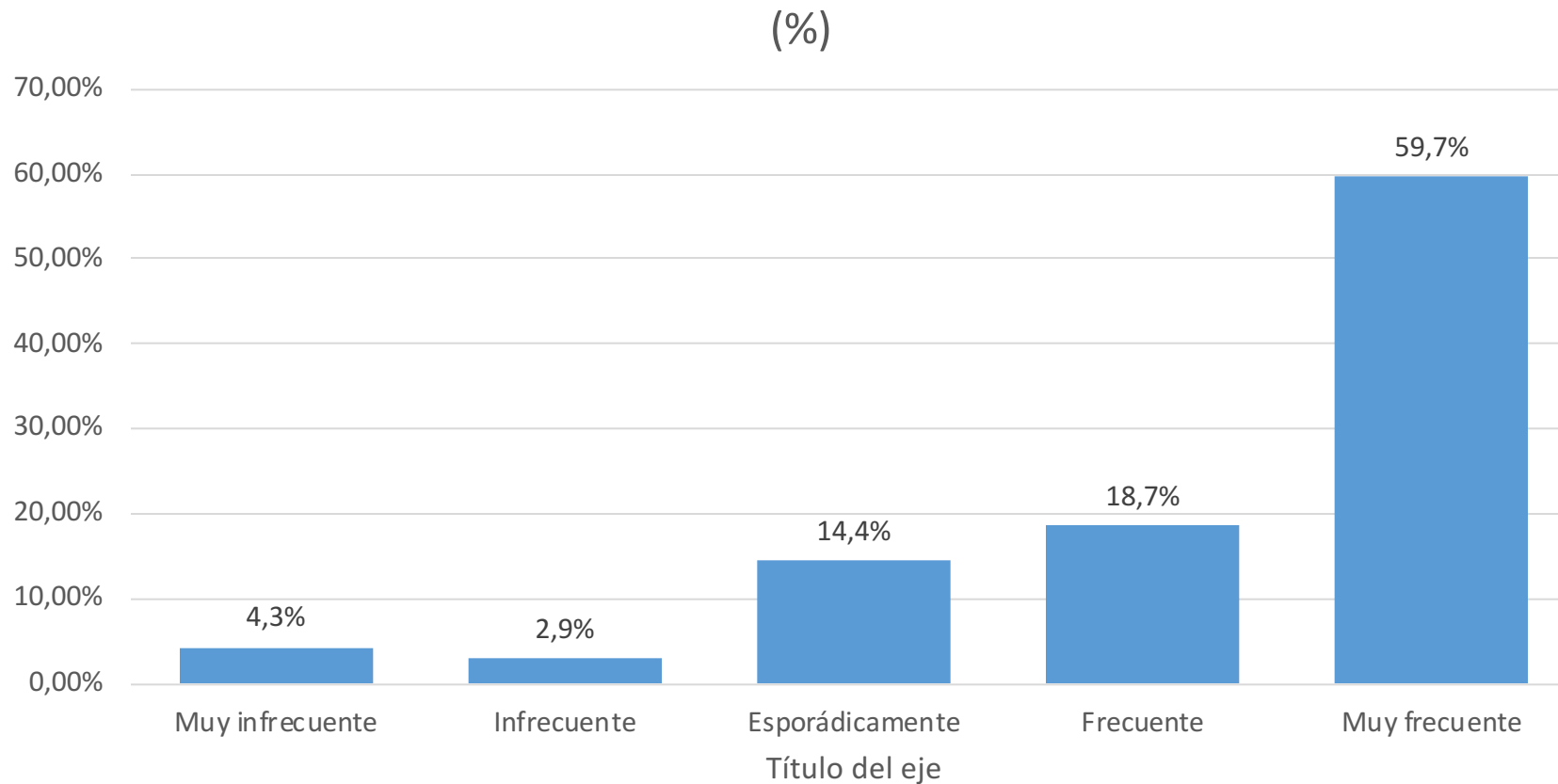
2. Antes de la crisis, ¿qué tan frecuente era el uso de videoconferencias en su(s) empresa(s)? Donde 1 es muy infrecuente y 5 muy frecuente



- La mayoría de los empresarios familiares (60%) reconoce que el uso de las videoconferencias ANTES de la crisis era infrecuente o muy infrecuente.



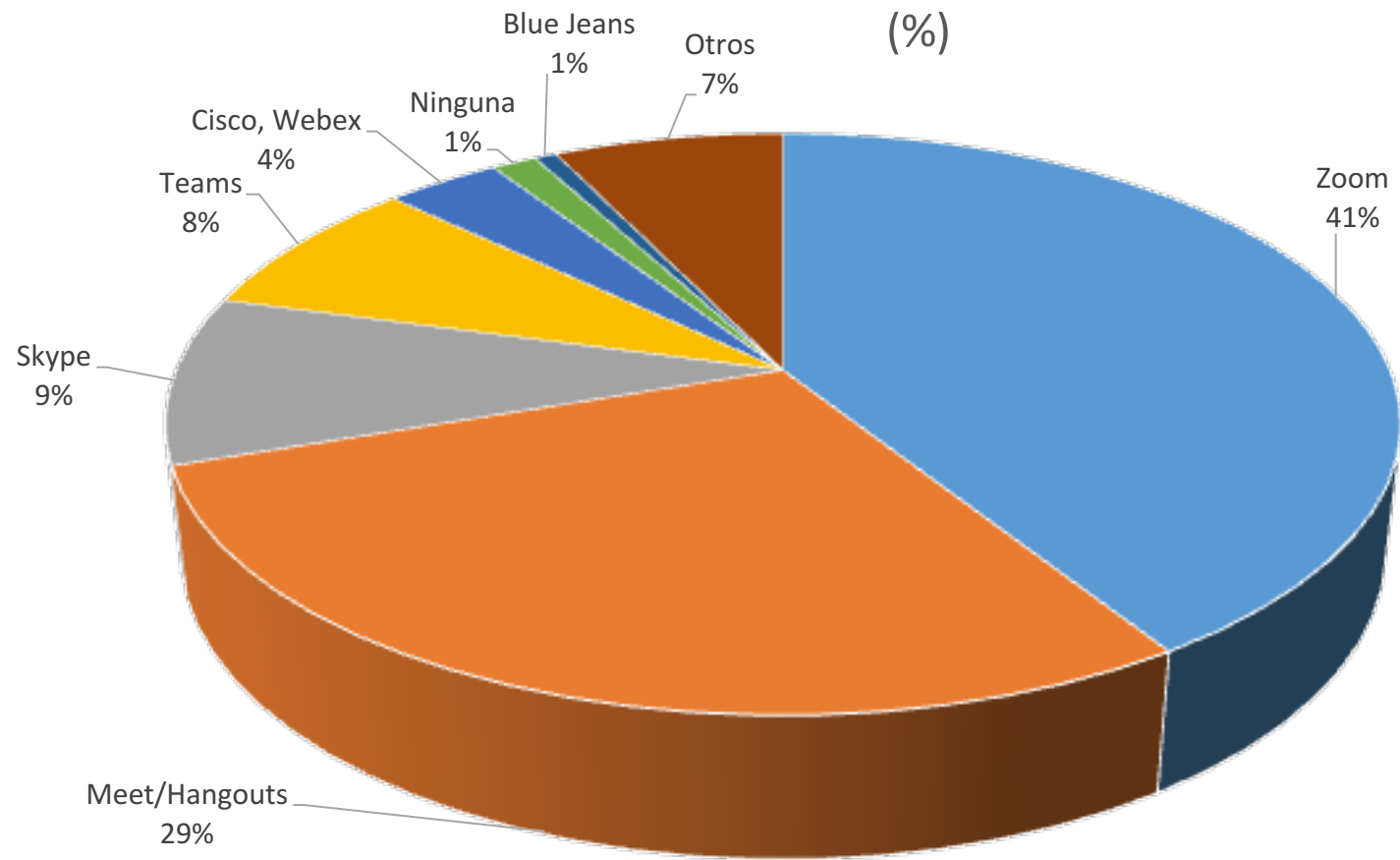
3. ¿Qué tan frecuente se ha vuelto el uso de videoconferencias en tu empresa durante la crisis?



- Con la crisis se ha masificado el uso de videoconferencias, hasta el punto que el 78,4% de los empresarios familiares reconoce su uso de forma frecuente o muy frecuente.

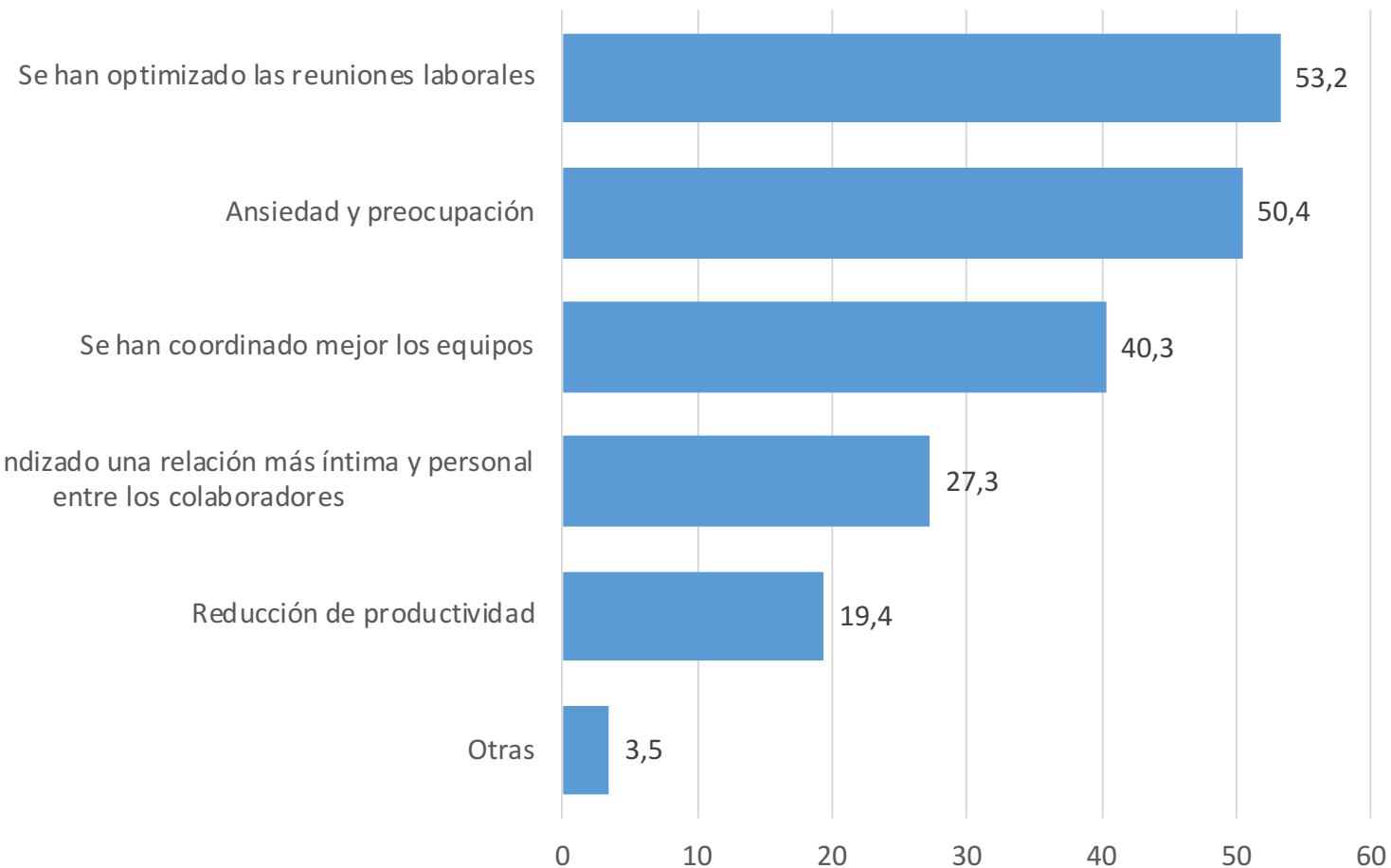


4. ¿Qué aplicación de videoconferencia usan mayoritariamente en tu empresa?



- La aplicación más popular durante la crisis ha sido Zoom, ya que el 41% de los empresarios familiares reconoce estar usando en sus compañías mayoritariamente esta aplicación. Esto pese a los problemas de seguridad que se han reportado de esta plataforma. Le sigue Meet con casi un 30% de preferencias y luego Skype con un 9%.

5. ¿Qué reacciones han experimentado tus equipos de trabajo con la contingencia? Pueden contestar más de una alternativa.

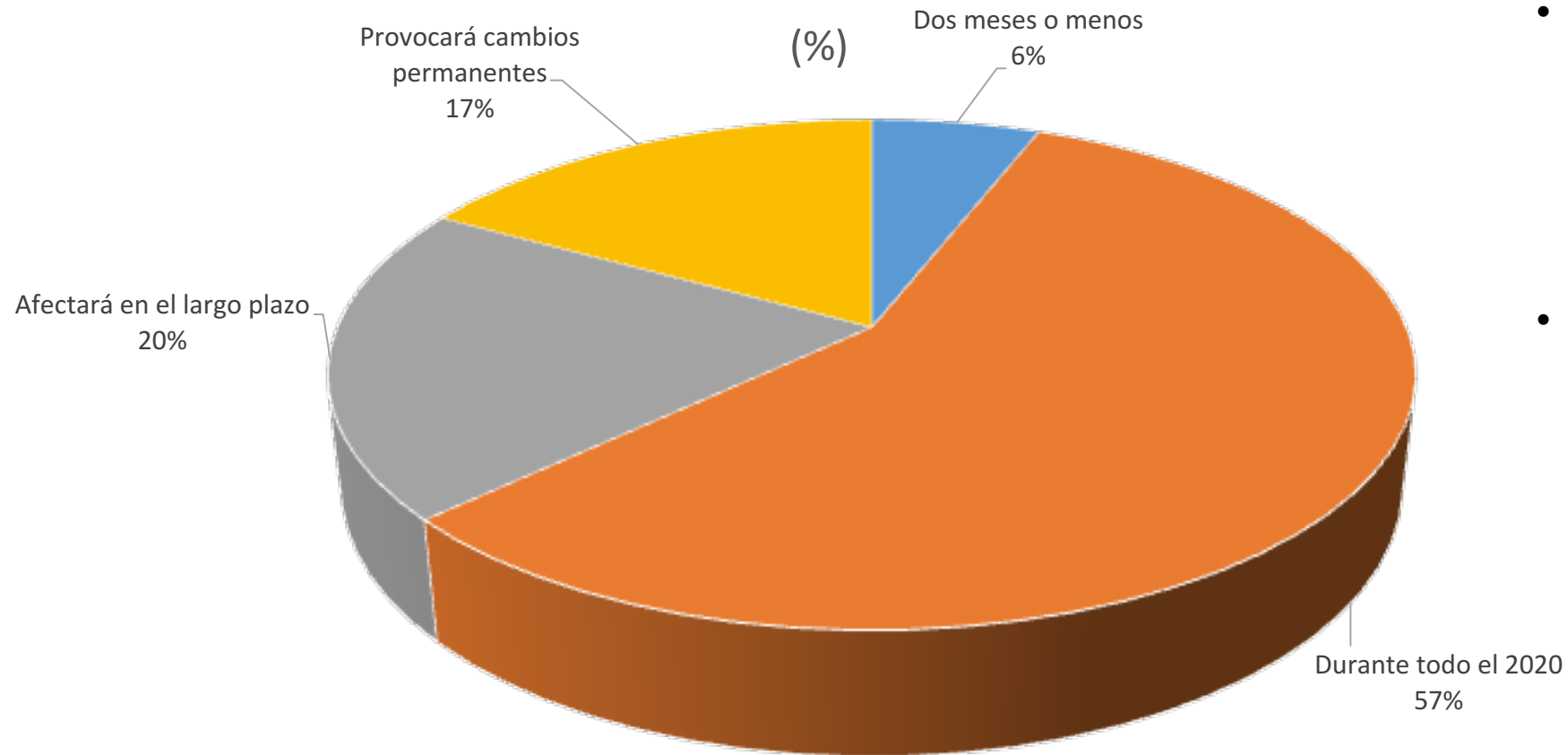


- Al consultar sobre las reacciones en los equipos de trabajo producto de la crisis, el 53,2% afirma que se han optimizado las reuniones laborales –lo que surge como consecuencia de la masificación de las videoconferencias- y como segunda alternativa más mencionada aparece la ansiedad y preocupación con un 50,4%.
- Un poco más atrás aparece la mayor coordinación entre los equipos con un 40%, mientras la alternativa de una relación más íntima y personal entre los colaboradores llega al 27,3%.
- Destaca que un alto porcentaje de los empresarios familiares consignan reacciones positivas en sus equipos como consecuencia de la crisis.

Nota: Los encuestados podían marcar más de una alternativa, por eso el total no suma 100

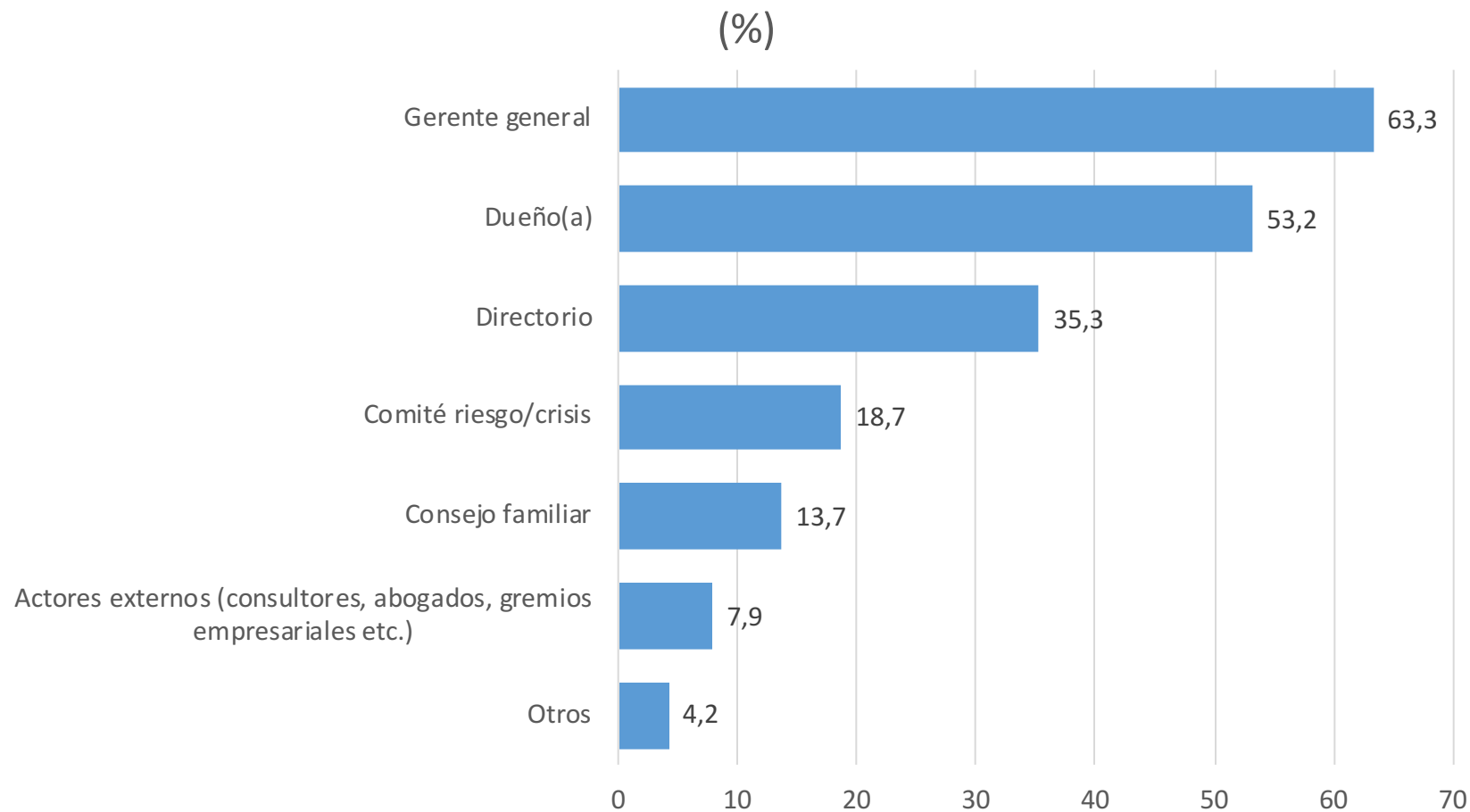


6. ¿Cuánto tiempo cree Ud. que afectará la crisis provocada el coronavirus y sus efectos?



- La mayoría de los empresarios familiares (57%) se inclina por una crisis que afectará todo el 2020. Por su parte, el 37% cree que los efectos permanecerán por más tiempo.
- Solo un 6% de los empresarios familiares cree que esta crisis tendrá efectos acotados de dos meses o menos.

7. ¿Quiénes han sido los líderes claves en su organización durante la crisis? Se puede responder más de una alternativa.

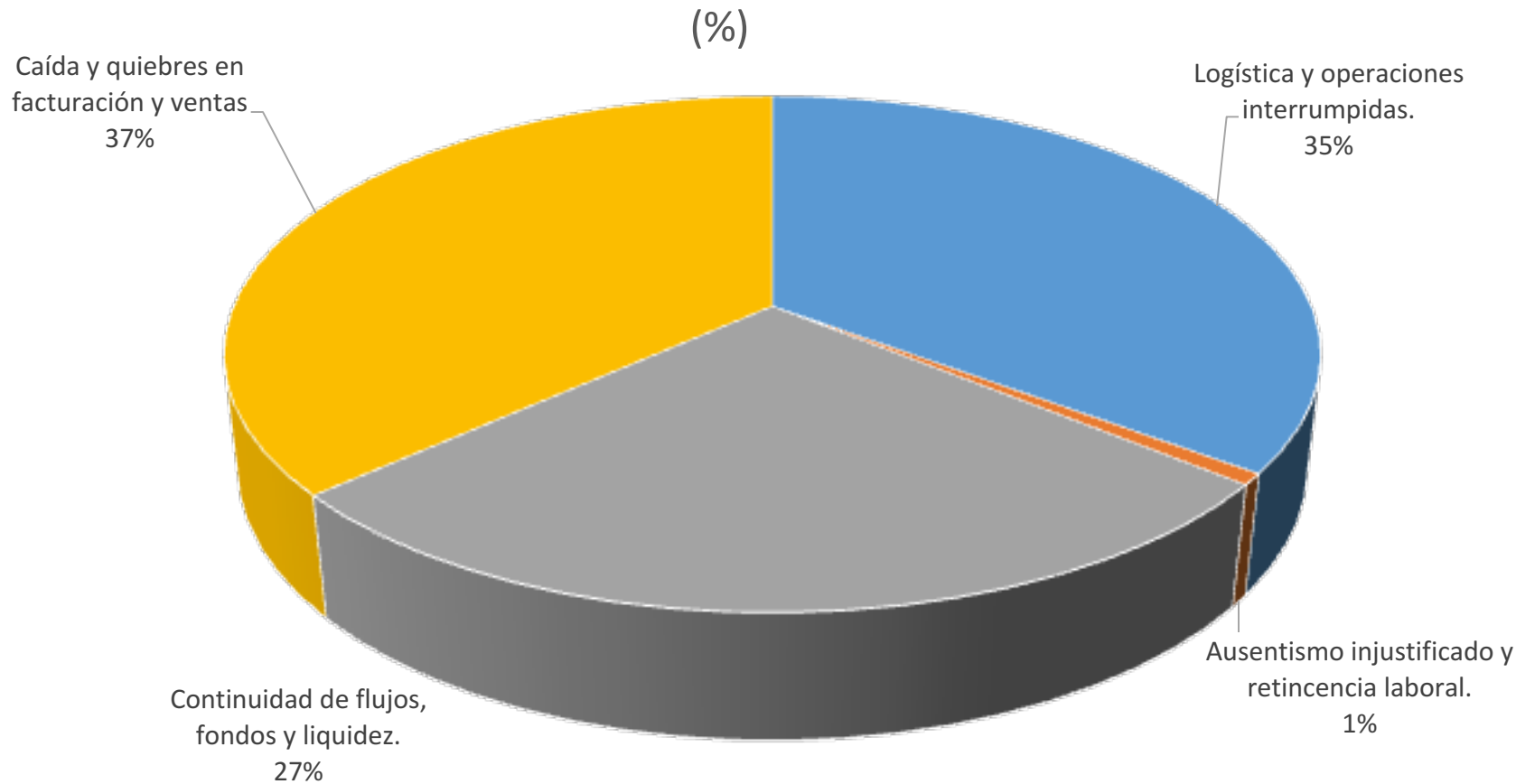


Nota: Los encuestados podían marcar más de una alternativa, por eso el total no suma 100

- El gerente general es el actor clave que han tenido las empresas familiares para enfrentar la crisis, ya que el 63,3% de los empresarios los consignan como los líderes más importantes en la contingencia. Les sigue el dueño (53,2%) y más atrás el directorio (35,3%).
- Los actores externos aparecen con solo el 7,9% de las menciones.

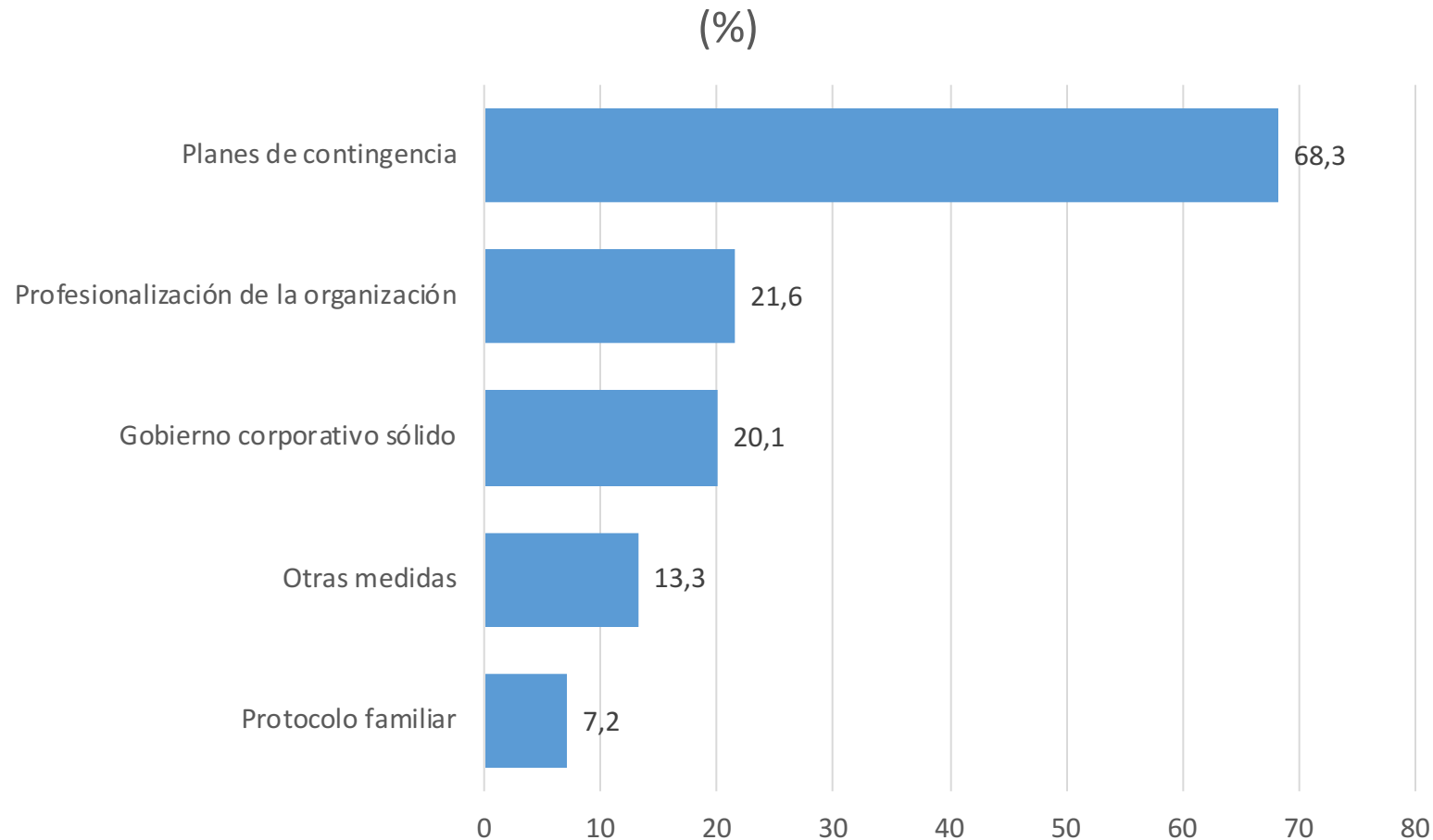


8. ¿Cuál de estos ámbitos de su organización es el que más se ha visto afectado con la crisis?



- Entre los ámbitos de la organización que más se han visto afectados por la crisis destaca la caída y quiebres en facturación y ventas (37%) y la logística y operaciones interrumpidas (35%). Más atrás aparece continuidad de flujos, fondos y liquidez con un 27%.

9. ¿Qué elementos hubieran sido útiles tener previamente definidos para enfrentar una crisis como esta? Puede marcar más de una alternativa

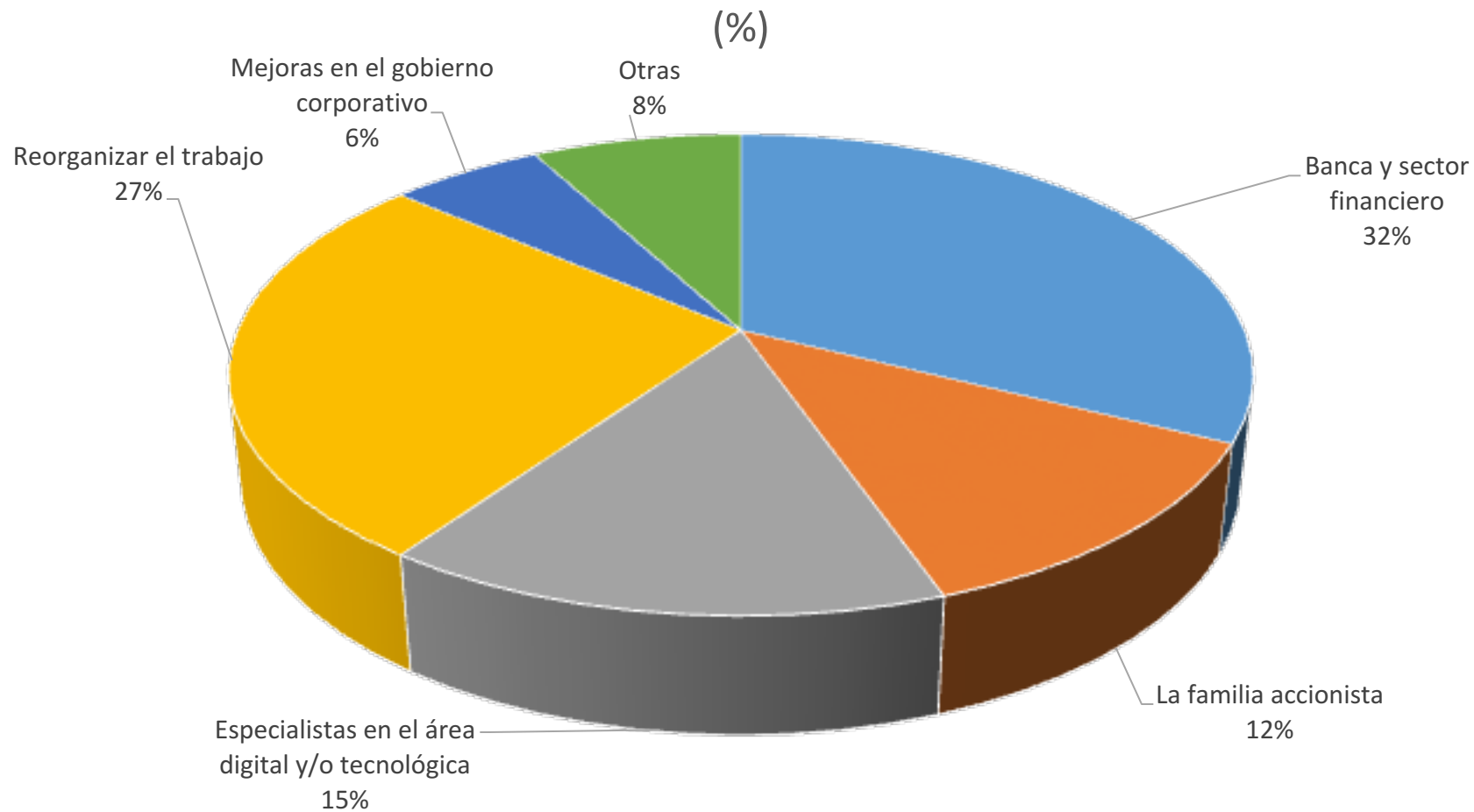


Nota: Los encuestados podían marcar más de una alternativa, por eso el total no suma 100

- Una de los principales déficit que asumen las empresas familiares al momento de enfrentar la crisis son los planes de contingencia (68,3%). Más atrás aparece la profesionalización de la organización con un 21,6% de los empresarios familiares que señaló este ítem.
- Como tercera opción fue mencionada la opción de contar con un gobierno corporativo sólido, mención que recibe el 20,1%.



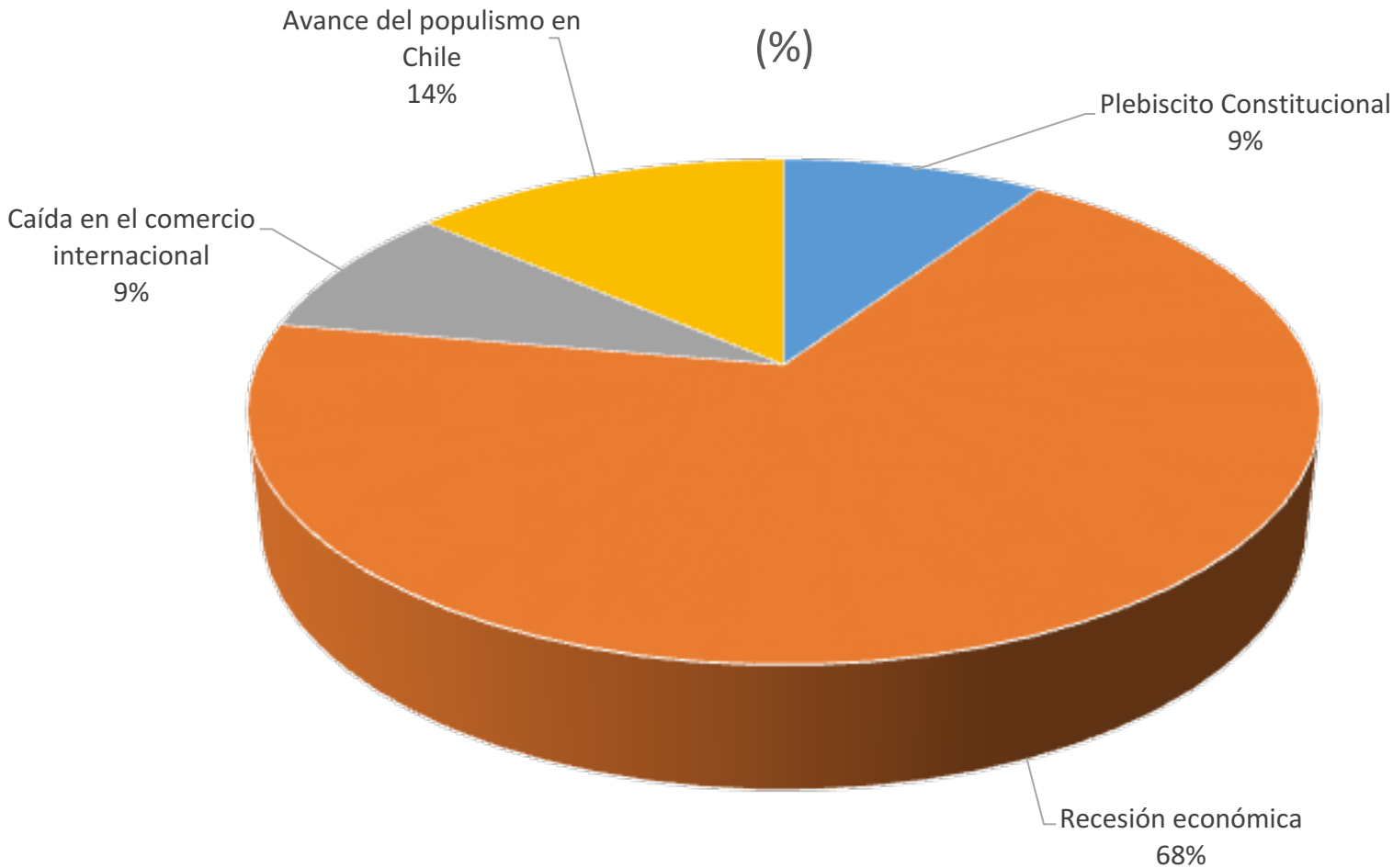
10. Pensando en las acciones que deberá emprender su empresa superada la crisis, ¿qué actores/medidas serán claves en esta etapa?



- Las necesidades de financiamiento aparecen como las primeras medidas que deberán resolver las empresas familiares. Es por eso que la Banca y el sector financiero acaparan el 32% de las preferencias de los empresarios familiares entre los actores/medidas claves para la etapa post crisis. Seguido por la necesidad de reorganizar el trabajo (27%).
- La crisis develó la brecha que algunas empresas tenían en materia de transformación digital. Es por eso que el 15% se inclina por especialistas en el área digital y/o tecnológica.

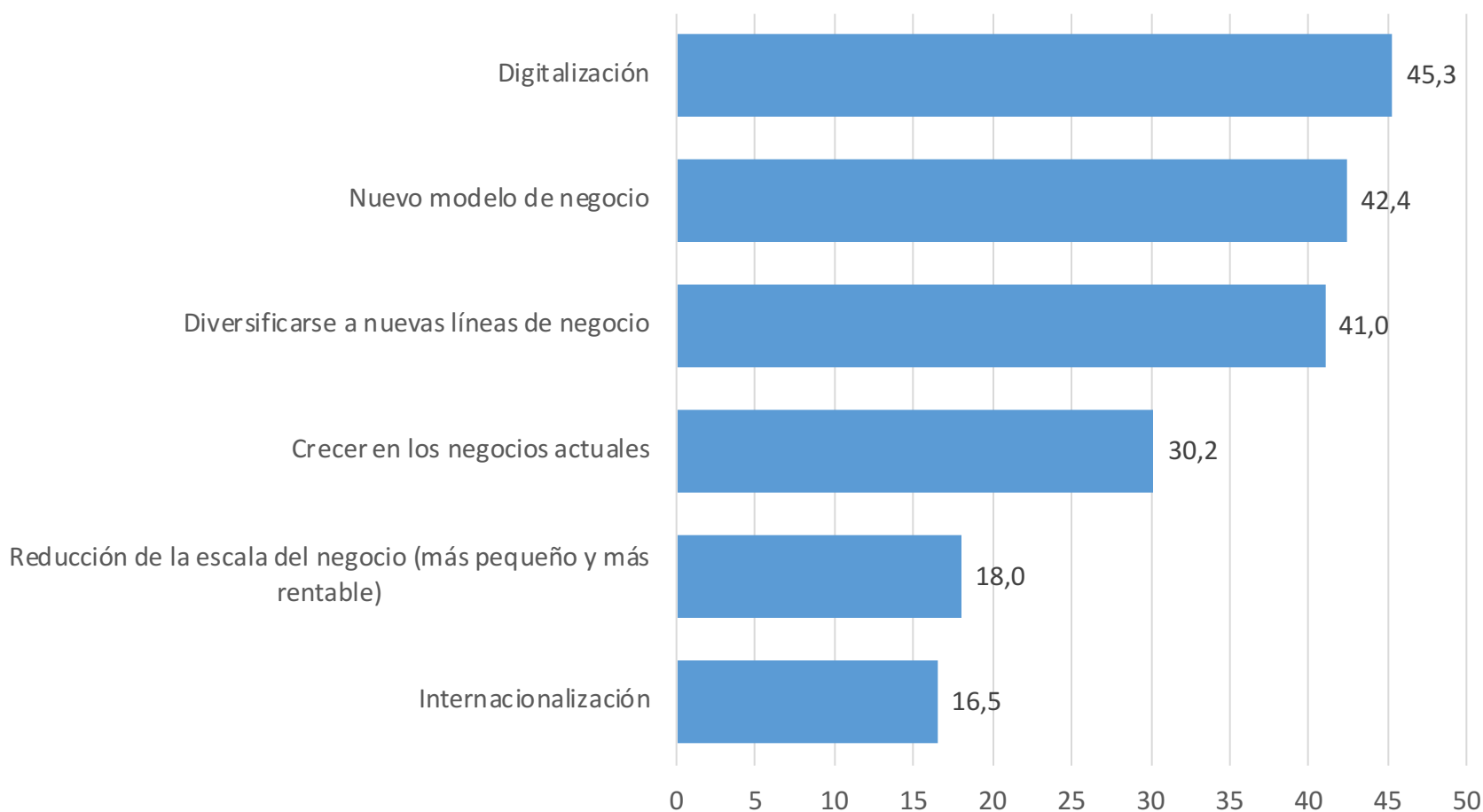


11. Pensando en lo ocurrido entre el 18 de octubre y la crisis del coronavirus ¿Cuál de estos posibles eventos cree que va a tener mayor impacto para su empresa?



- El plebiscito constitucional aparece lejano entre los factores que los empresarios familiares consignan como fuente de posibles impactos para sus compañías, ya que solo recibe el 9% de las preferencias.
- Por lejos, el factor más relevante que incidirá en la evolución de las empresas aparece la recesión económica, ya que el 68% de los empresarios familiares lo consigna como el evento con mayor impacto en su compañía. Le sigue la preocupación sobre el avance del populismo en Chile con un 14%.

12. ¿Qué oportunidades visualizas luego de la crisis? Puede marcar más de una alternativa

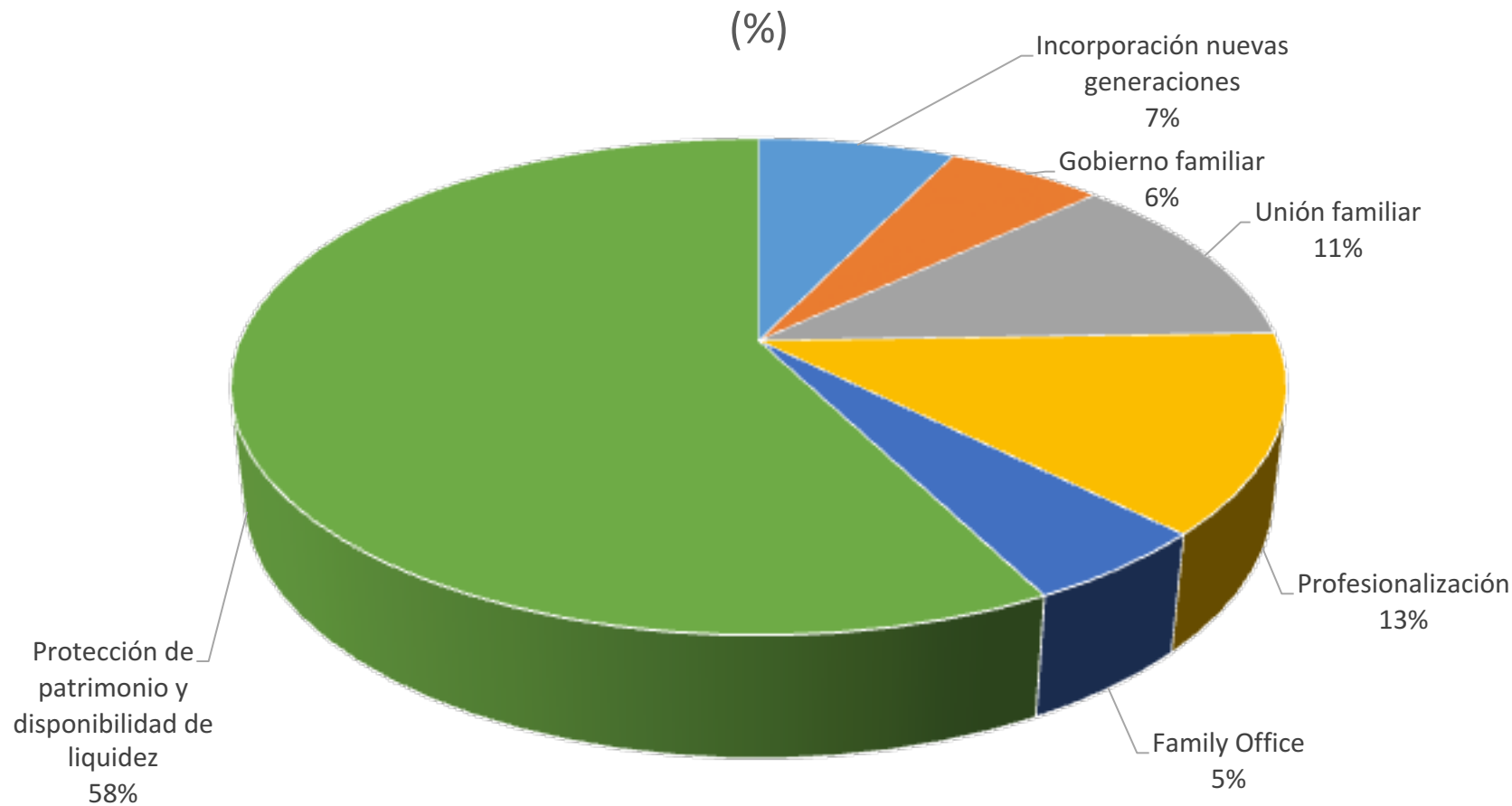


- Los tres elementos que se perciben con mayor oportunidades después de la crisis son la digitalización (45,3%), la revisión del modelo (42,4%) y el diversificarse a nuevas líneas de negocios (41%).
- Sólo el 30% de los empresarios familiares estima como oportunidad crecer en los negocios actuales, mientras el 18% espera reducir la escala del negocio y solo un 16,5% piensa en internacionalizar la empresa post crisis.

Nota: Los encuestados podían marcar más de una alternativa, por eso el total no suma 100



13. A nivel familiar, ¿cuál es el principal desafío a abordar después de la crisis?



- Por lejos el desafío más importante para abordar en las empresas familiares es la protección del patrimonio y la disponibilidad de liquidez, ya que el 58% de los empresarios familiares lo consigna como factor clave.
- Las alternativas asociadas a mejorar la estructura familiar suman un 42% de las preferencias, lideradas por profesionalización de las empresas (13%), la unión familiar (11%) y la incorporación de nuevas generaciones (7%).

