



2 0 2 0

MACRO ESTUDIO
EMPRESAS Y NEGOCIOS CHILE

*“Impulsamos tu negocio agilizando el proceso de toma de decisiones
en el ámbito del Marketing y Comercial”*



Carlos Oliveras

Partner & Founder

El mercado de las pequeñas empresas y negocios, El momento idóneo para apoyarlas

Históricamente el segmento pequeñas empresas, negocios y emprendedores ha sido poco estudiado por las empresas, probablemente porque supone un segmento que no ofrece grandes rentabilidades y además porque muchos de ellos tenían comportamientos más de persona que de empresa lo cual dificultaba su estudio. Son excepciones, que puedo contar con los dedos de una mano, los casos que he encontrado en mis casi 20 años de experiencia, de clientes que conocen bien al segmento y tienen una Propuesta de Valor diseñada *ad hoc* para este segmento.

Adicionalmente, junto con las familias, las pequeñas empresas y negocios han sido las más perjudicadas por la crisis de la Covid-19. Esto significa que, hoy más que nunca, se va a tener que poner foco en este segmento, estudiando y analizando sus comportamientos, preferencias y deseos más profundos con el objetivo de apoyarlo en estos momentos tan difíciles.

En LMI hemos llevado a cabo un macro estudio en Chile para tener una radiografía de las pequeñas empresas, negocios y emprendedores, y de esta manera saber como se gestionan internamente y externamente y como se relacionan con los Bancos y las Telecomunicaciones. Por supuesto, hemos estudiado el impacto que ha tenido la crisis de la Covid-19 en sus ventas, en el empleo, en su coordinación interna y en el despegue del *e-commerce* y el *home office*. Algunos de estos hallazgos los anticipamos en el presente documento.

Es un momento idóneo para apoyar a las empresas y negocios que están pasando por momentos difíciles. Principalmente porque son un pilar de cualquier economía, no sólo la chilena, y no olvidemos que es un *win-win* puesto que apoyarlas ahora supone una enorme oportunidad para generar *engagement* con la marca.

ESTUDIO

PYMES 2020

Objetivos y Metodología





1 PERFIL DE LAS EMPRESAS

Tener un perfil muy detallado de cómo son estas empresas y negocios y las personas que las gestionan, es decir, los empresarios y los emprendedores.



2 IMPACTO COVID-19

Entender el impacto que pueda tener esta crisis sanitaria en diferentes ámbitos de las empresas y negocios estudiados.



3 DIGITALIZACIÓN Y GESTIÓN INTERNA Y EXTERNA

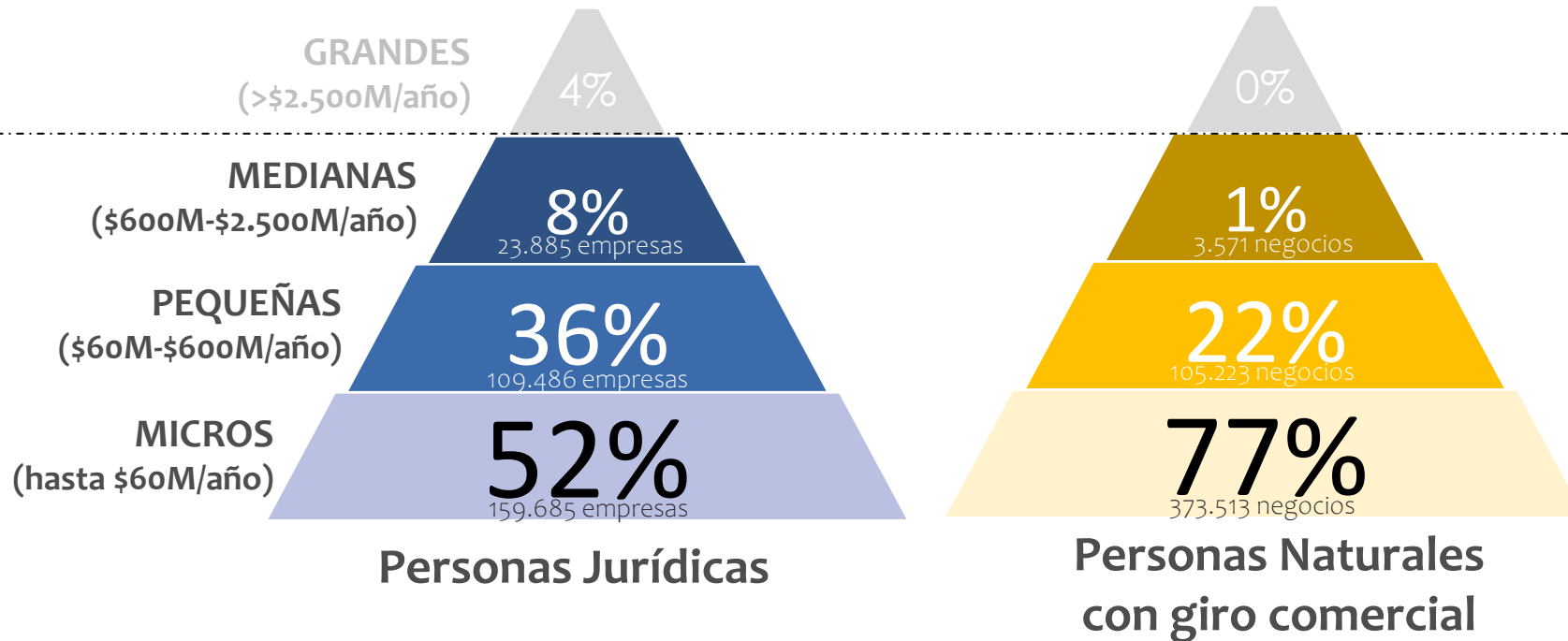
Entender el grado de digitalización de las empresas y negocios así como el uso de soportes tecnológicos y como estos ayudan a la gestión interna y externa.



4 RELACIÓN CON LAS TELCOS Y LOS BANCOS

Cómo se relacionan con las compañías de Telecomunicaciones y con los Bancos en su día a día y qué elementos debe tener el proveedor ideal de estos servicios.

TOTAL EMPRESAS ACTIVAS DE CHILE (Fuente: Sii, Equifax y ELE)



El UOE lo componen todas las empresas de Chile, de cualquier tamaño, excepto las “grandes” y de cualquier rubro, el cual se cuantificó en

775.000 empresas o negocios.

Ámbito geográfico



- ❖ Todo Chile, con representación de las 4 zonas del país: Norte, Centro, RM Santiago y Sur.

Recogida de información



- ❖ La recogida de la información se hizo mediante **encuestas online** de una duración aproximada de **30 minutos**.
- ❖ Los **cuestionarios y el material de apoyo** a utilizar fueron pre-testados con anticipación al inicio del trabajo de campo, con el objetivo de detectar la existencia de aspectos que pudiesen ser mal interpretados por los entrevistados o que pudiesen sesgar las respuestas dadas.
- ❖ El **trabajo de campo** fue realizado bajo nuestra dirección, control y responsabilidad **desde el 27 de Abril al 10 de Mayo de 2020**.

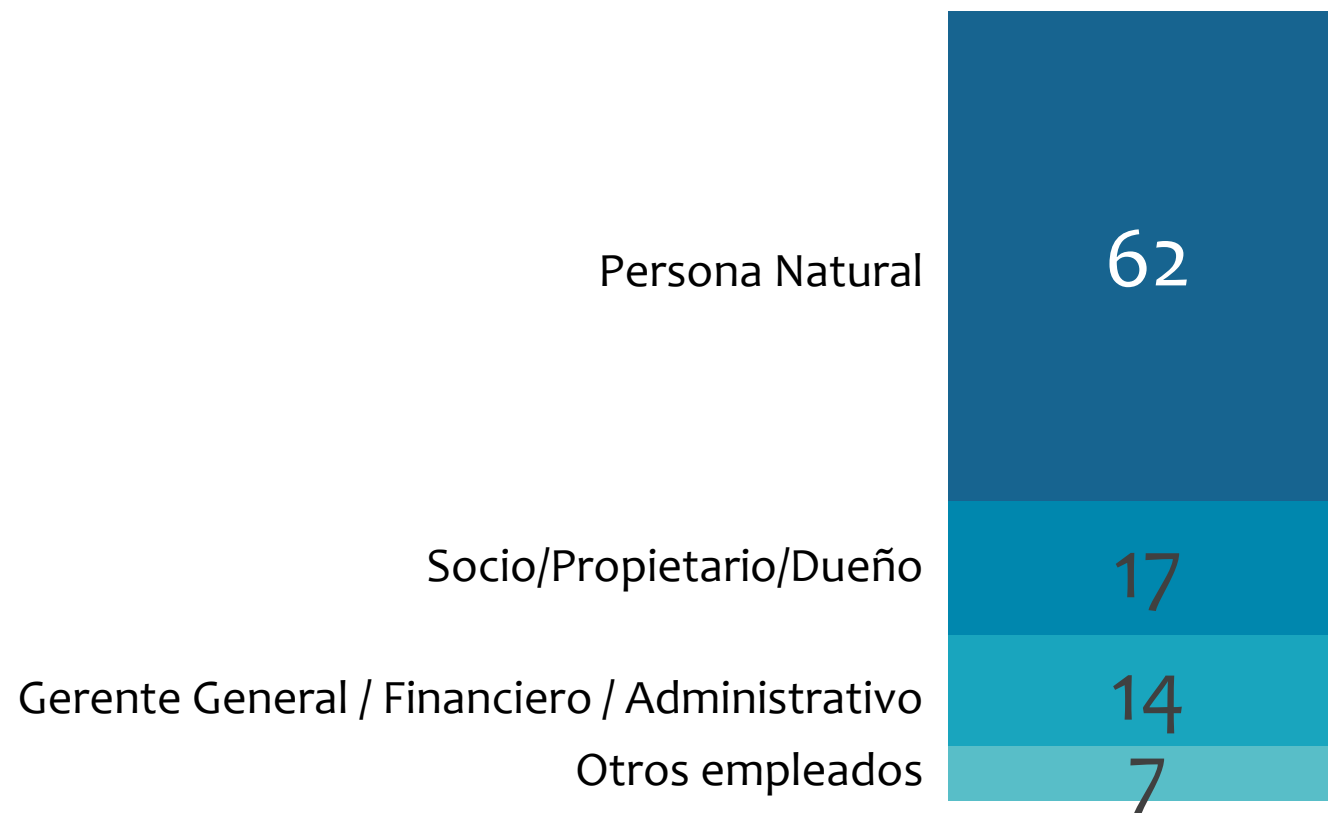
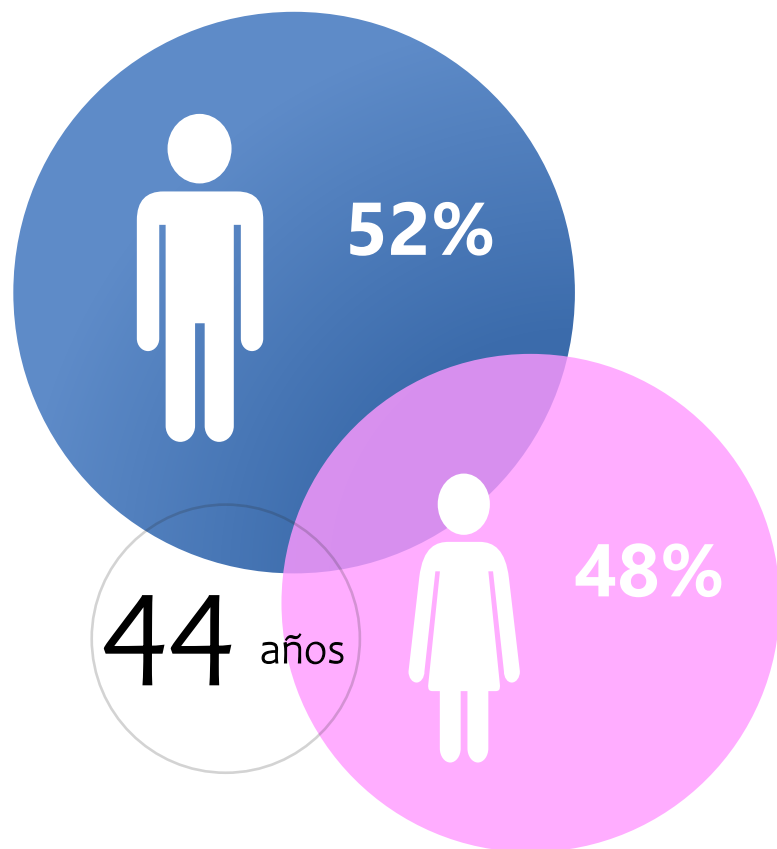
Plan Muestral



- ❖ Se realizó una muestra de **651 casos**, con un error muestral de $\pm 3,9\%$, en el caso de máxima indeterminación y un intervalo de confianza del 95%.
- ❖ La muestra se distribuyó de la siguiente manera **por tamaño de empresa**; 283 Personas Naturales, 159 Micro empresas y 209 PYMES. Por **zona**; 436 en Santiago RM y 215 en Regiones. Por **rubro**: 147 comercios, 12 agricultura/pesca, 116 Industria/Construcción, 38 Hoteles/Restaurantes, 123 actividades empresariales y 215 Otros servicios.



❖ Hablamos con personas que en su mayoría eran hombres de 44 años, y 8 de cada 10 eran empresarios.



PRINCIPALES INSIGHTS

Informe parcial Covid-19

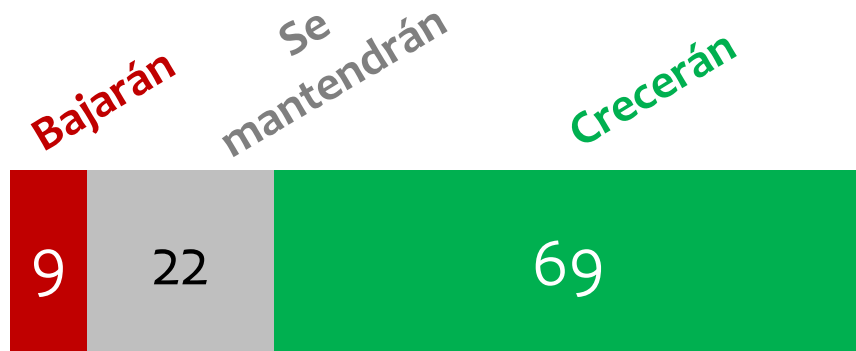


Impacto de la Covid-19 en las ventas

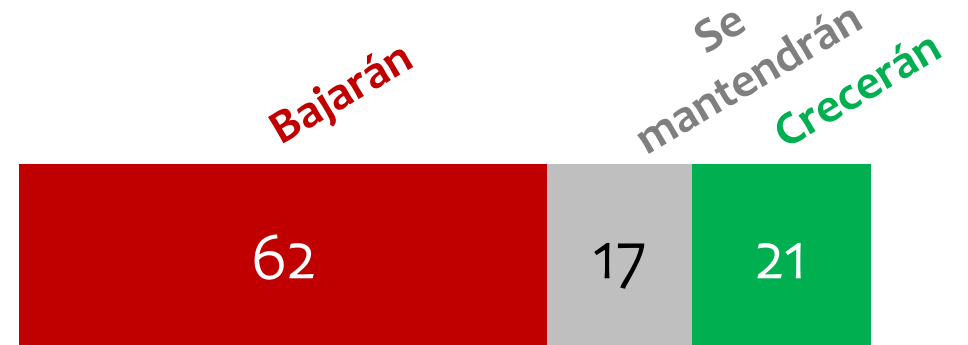
% empresas en cada categoría

Antes de la pandemia, pero teniendo en cuenta el estallido social de Octubre, el 69% de los empresarios tenían las expectativas de que sus ventas iban a crecer. Ahora, con la pandemia, un 62% cree que las ventas bajarán en 2020.

¿Cómo se esperaba que se comportasen las Ventas en 2020 antes del Covid-19?



¿Cómo se espera ahora que se comporten las Ventas en 2020 con el Covid-19?



Impacto de la Covid-19 en el empleo

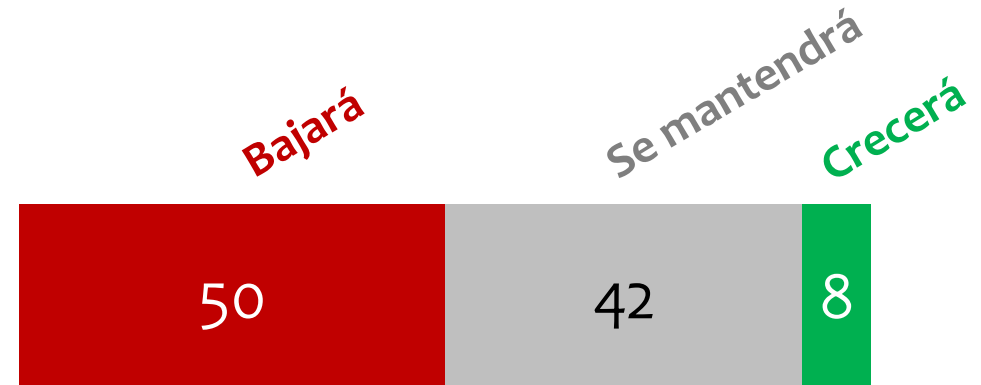
% empresas en cada categoría

Antes de la pandemia, pero teniendo en cuenta el estallido social de Octubre, el 56% de los empresarios tenían las expectativas de que iban a contratar más empleados. Ahora, con la pandemia, un 50% cree que reducirá plantilla en 2020.

¿Cómo se esperaba que evolucionase el número de empleados en 2020 antes del Covid-19?



¿Cómo se espera ahora que evolucione el número de empleados en 2020 con el Covid-19?



Otros impactos de la Covid-19

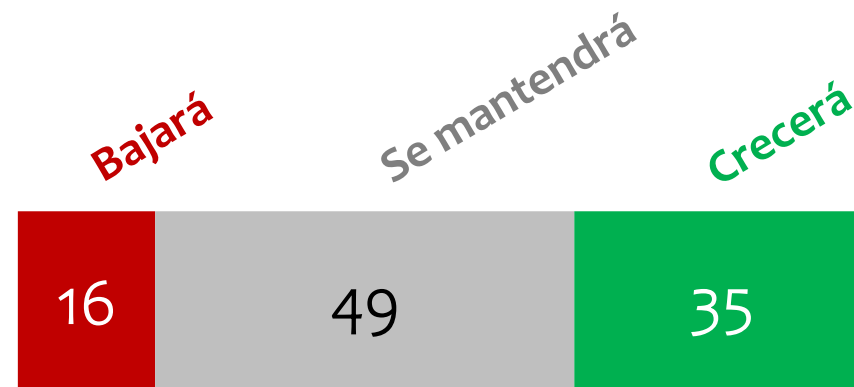
% empresas en cada categoría

Según las perspectivas de los empresarios el impacto de la Covid-19 en la “Atención a los Clientes” y la “Coordinación del personal” será mucho menor que en las ventas y el empleo, al contrario, incluso hay un 35% y 23% de las empresas que declararon que podrían mejorar en estos 2 aspectos respectivamente.

¿Debido al Covid-19 cómo evolucionará...



... la Atención a los Clientes?



... la coordinación entre el personal?

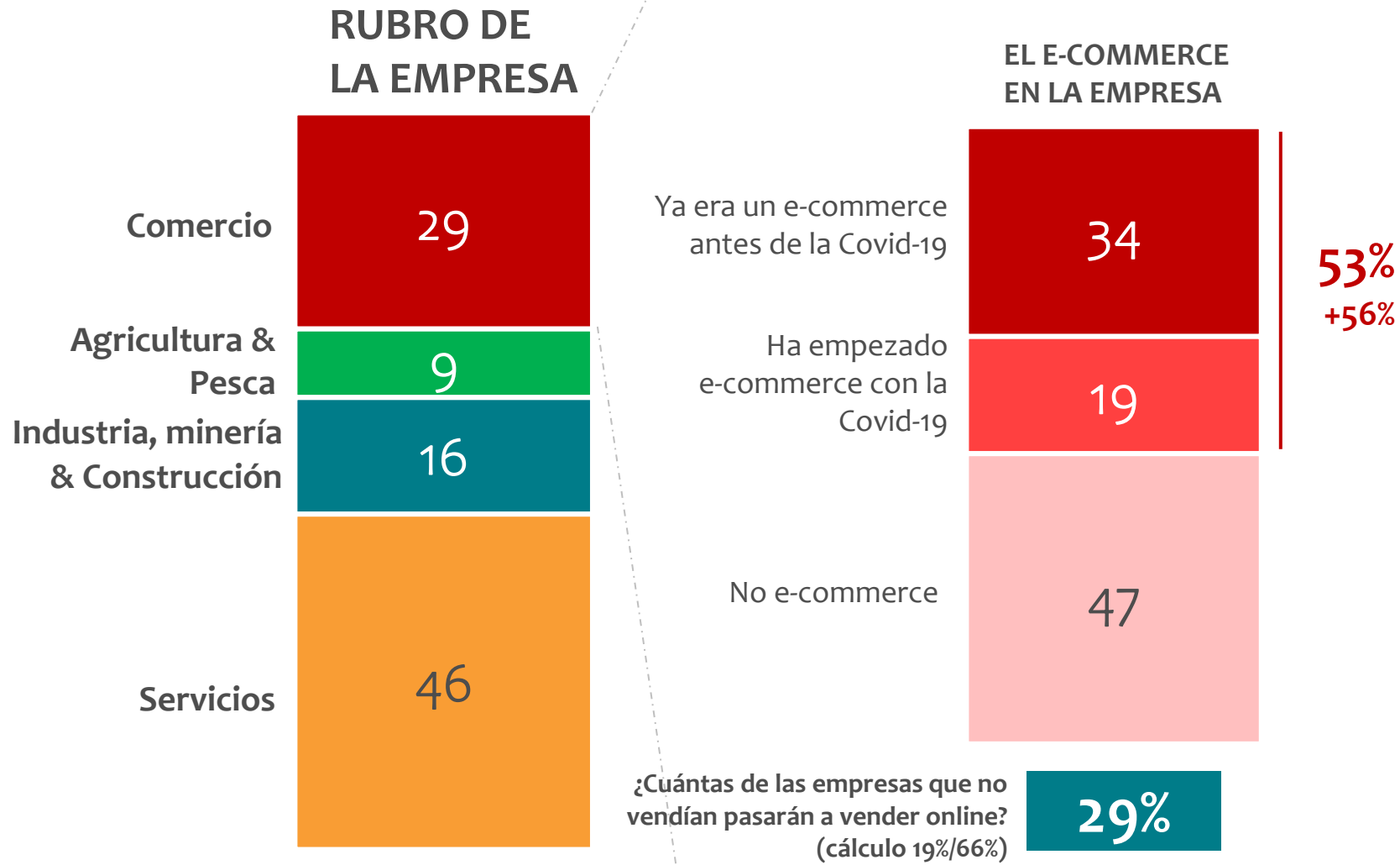


Impacto de la Covid-19 en el e-commerce

% empresas en cada categoría

Un 34% de los comercios de Chile declaró que ya vendía su producto por Internet antes de la Covid-19, un 19% que ha empezado a venderlo por la Covid-19 y el 47% que no vende su producto por Internet ni antes ni ahora.

El impacto en el auge del e-commerce debido a la Covid-19 por lo tanto es muy significativo, 29% del total de las empresas que no vendía online ha pasado a hacerlo por la crisis, lo que supone que la penetración del e-commerce podría pasar del 34% al 53%, lo cual significa un incremento del 56%



Auge del e-commerce

En cada tipo de empresa

TOTAL COMERCIOS

Ya era un e-commerce antes de la Covid-19

34

Ha empezado e-commerce con la Covid-19

19

No e-commerce

47

53%
+56%

Persona Natural



32

17

51

49%
+52%

Micro



25

28

47

53%
+115%

PYME



52

13

35

65%
+25%

¿Cuántas de las empresas que no vendían pasarán a vender online?

29%

25%

38%

27%

Impacto de la Covid-19 en el Home Office

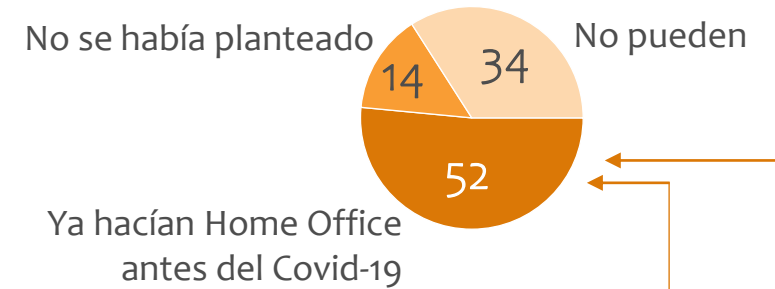
% empresas en cada categoría

La mitad de las empresas estudiadas declaran que ya antes de la Covid-19 hacían algún tipo de Home Office (probablemente es un indicador más alto de lo normal debido a las revueltas sociales de Octubre), un tercio que debido al tipo de trabajo que desempeñan que no pueden hacerlo y el 14% que no lo han pensado.

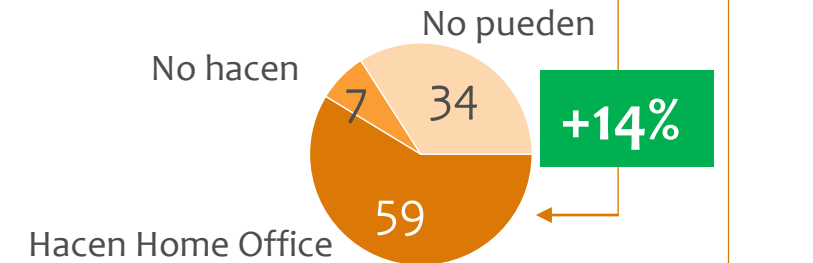
Con la crisis la mitad de las empresas que pueden teletrabajar y no lo hacían lo están haciendo, lo cual significa un incremento del Home Office por la Covid-19 de un 14%.

No obstante, según las intenciones declaradas, después de la crisis el Home Office volverá a su ratios habituales, incluso descendiendo ligeramente -7%.

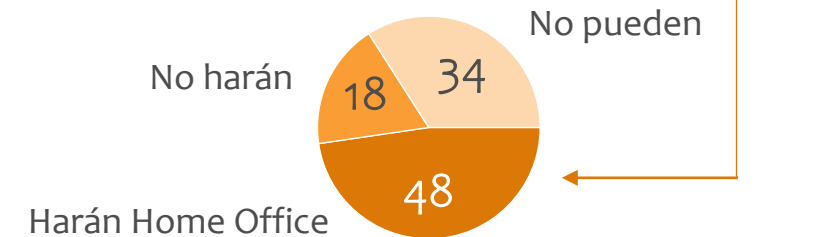
¿Antes del Covid-19?



¿Durante del Covid-19?



¿Después del Covid-19?



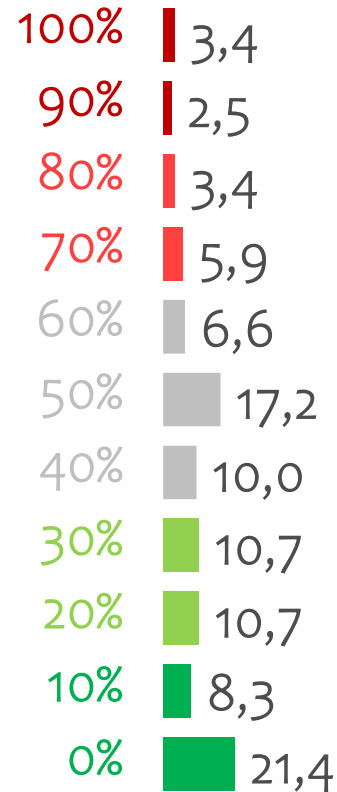
Cierre de empresas debido a la Covid-19

% empresas en cada categoría

Un 6% son empresas que declararon una muy alta probabilidad de cierre del negocio, un 9% son empresas también en riesgo de quiebra y un 34% son ahora una incógnita sobre su futuro.

Eso supone que la mitad de las empresas declaran estar en cierto riesgo de cierre debido a la Covid-19 y la otra mitad no.

¿Cuál es la probabilidad de que tenga que cerrar su empresa/negocio?



Probabilidad de cerrar promedio

35%

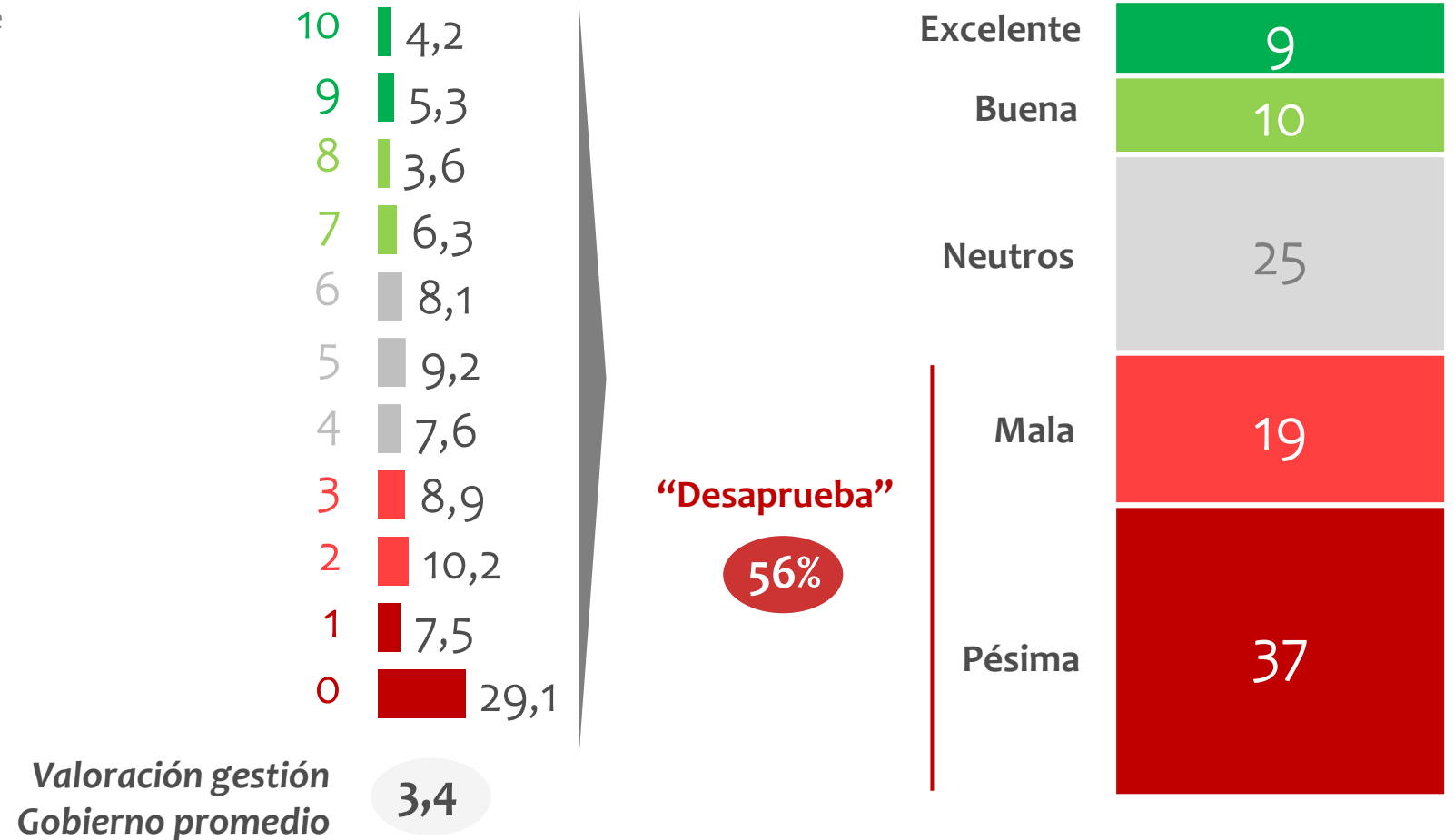


Valoración de la gestión del gobierno

% empresas en cada categoría

La gestión del gobierno respecto al apoyo que está brindando a las empresas en esta crisis no aprueba. La nota promedio sobre 10 es de un 3,4 y el 37% declaró que es “pésima”, lo que supone un 56% de desaprobación.

¿Cuál es la valoración de la gestión general del Gobierno en apoyo a las empresas?



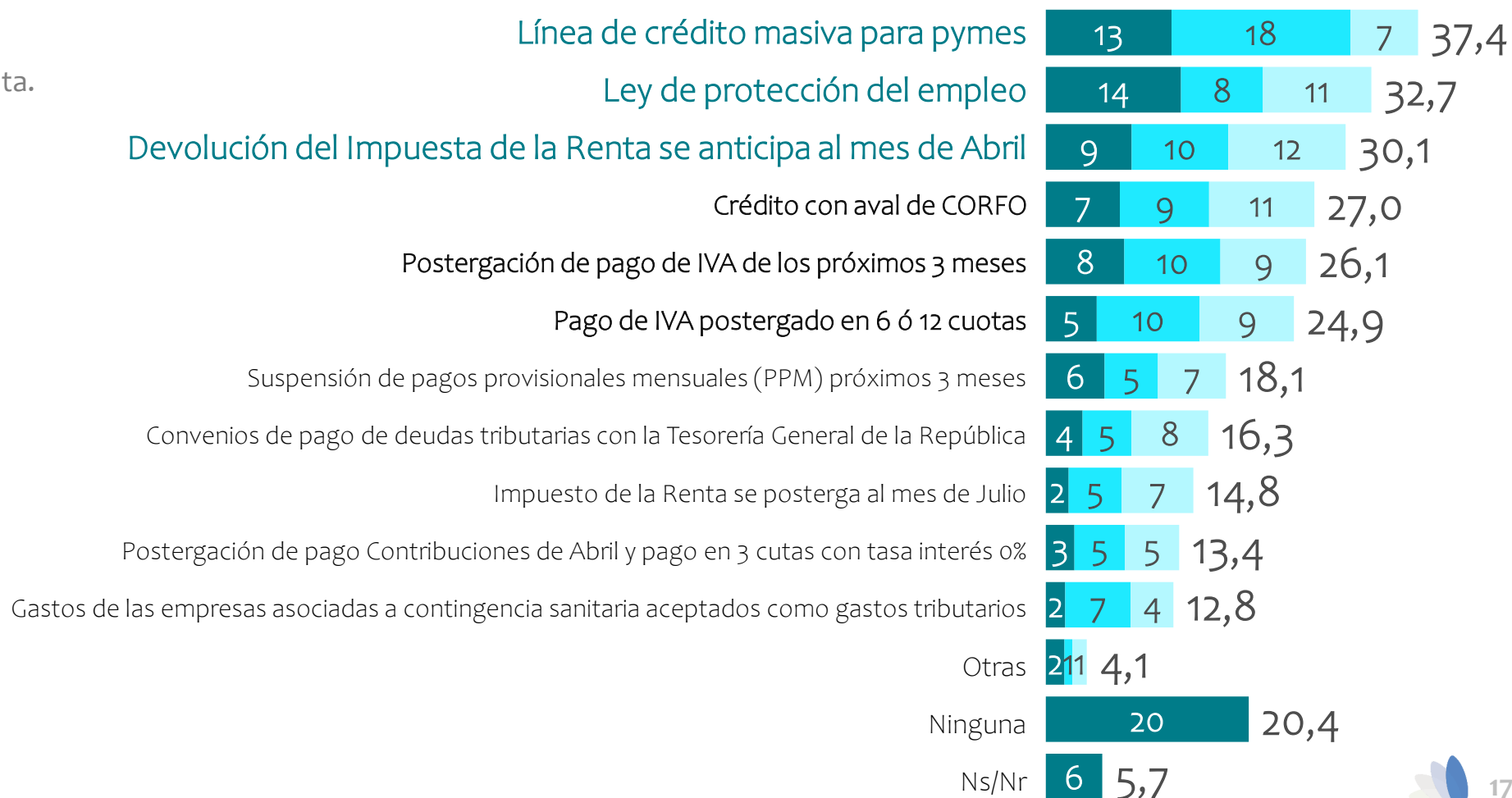
Valoración medidas empleadas por el gobierno

% empresas citan cada medida

Las 3 medidas que más ayudarían a la empresas son:

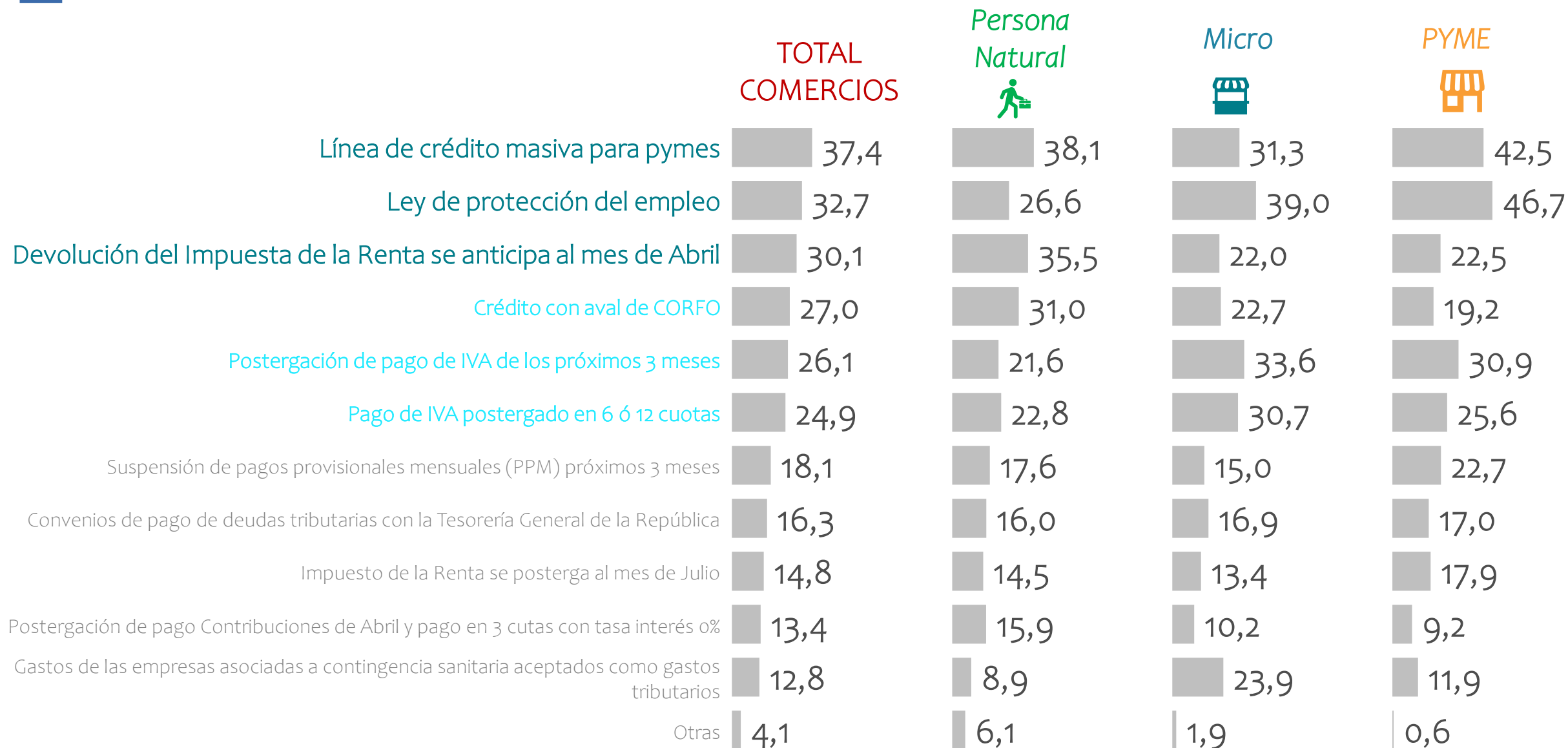
1. Línea de crédito masiva.
2. Ley de protección empleo.
3. Devolución impuesto de la Renta.

¿Cuál de las medidas que ha tomado o ha anunciado el gobierno respecto a las empresas consideras que es la que más puede ayudar a las empresas?



Valoración medidas empleadas por el gobierno

En cada tipo de empresa



INFORME COMPLETO

Información por bloques



Check-list información obtenida

Listado de información disponible en cada uno de los bloques del Informe global



1 | Perfil del entrevistado

- Cargo en la empresa
- Edad
- Sexo
- Nivel de estudios
- GSE
- Rol en la empresa



2 | Perfil general de la empresa

- Antigüedad y origen.
- Facturación anual
- Actividad principal
- (si es comercio) Producto que comercializa
- (si es comercio) es e-commerce
- N° empleados y dispersión geográfica de los empleados
- N° locales, tipos y dispersión geográfica de los locales



3 | Impactos de la Covid-19

- Evolución estimada de la facturación
- Evolución estimada del número de empleados
- Evolución estimada de la calidad de Servicio
- Evolución estimada de la coordinación entre empleados
- Cambios en el modelo de ventas a online
- Probabilidades quiebre empresa
- Valoración gestión del gobierno
- Medidas del gobierno preferidas
- Valoración de acciones de su empresa Telco y su Banco
- Principales preocupaciones respecto a Telecomunicaciones
- Principales preocupaciones respecto a Bancos
- Medidas preferidas debiera adoptar su compañía Telecomunicaciones
- Medidas preferidas debiera adoptar su Banco
- Hábitos actuales y futuros home office

Check-list información obtenida

Listado de información disponible en cada uno de los bloques del Informe global



4 | Digitalización y Tecnología

- Uso, importancia y expectativas de diferentes soportes tecnológicos:
 - PC escritorio
 - Laptops / computadores portátiles
 - Teléfono Fijo
 - Celulares
 - Internet
 - WhatsApp
 - Cloud / Almacenamiento en la nube
 - Sistemas de videoconferencias (Skype, Webex, Teams,...)
 - Página web propia
 - Presencia en Redes Sociales
 - Sistemas de Seguridad (Antivirus)
 - Email
 - Servidor
 - Office (Excel, Word, Powerpoint,...)
- Zoom en Cuentas de email
- Zoom en Celulares
- Zoom en Laptops



5 | Gestión Interna & Externa

- Gestión de diferentes temas en la empresa (internamente o subcontratando)
 - Contabilidad
 - Temas legales
 - Marketing
 - Publicidad
 - Fuerza comercial / Ventas
 - Estrategia de negocio y operaciones
 - Recursos Humanos
 - Pago de salarios
 - Compras
 - Logística
 - TI/Informática/Tecnología
- Implicación de los empresarios en la gestión de dichos temas
- Listado productos y servicios ofrecidos
- Gestión Órdenes de Compras
- Cómo se relacionan los empleados
- Tipos de clientes (nacionales, internacionales, b2b, b2c...)
- Cómo se relacionan con los clientes (Publicidad, Venta, cobros, seguimiento temas...).
- Facturas y boletas emitidas (días de cobro, medios de cobro,...).
- Tipos de proveedores (nacionales, internacionales,...)
- Cómo se relacionan con los proveedores (pagos,...)
- Facturas y boletas recibidas (días de pago, medios de pago,...)

Check-list información obtenida

Listado de información disponible en cada uno de los bloques del Informe global



6 | Servicios Fijos

- Penetración servicios fijos
- Market Share de cada proveedor en cada servicio
- Grado de compartición, Totalización, vinculación
- Tipo Plan poseído (empresa vs. hogar)
- Gasto declarado en servicios fijos
- Market share proveedores en "valor"
- Nivel de satisfacción con cada proveedor
- Grado de recomendación y NPS de cada proveedor
- Grado cobertura expectativas de cada proveedor



7 | Celular

- Penetración celular y número de líneas
- Market Share de cada proveedor en empresas y líneas
- Tipo Plan pago poseído (Plan de datos, Plan sin datos o prepago)
- Tipo Plan poseído (empresa vs. personal)
- Gasto declarado
- Market share proveedores en "valor"
- Nivel de satisfacción con cada proveedor
- Grado de recomendación y NPS de cada proveedor
- Grado cobertura expectativas de cada proveedor



8 | Imagen y Posicionamiento de los operadores

- La compañía Telco Ideal
- Vector de imagen de cada proveedor
- Mapa imagen y posicionamiento con cada proveedor
- Posicionamiento Telco Ideal en el mapa
- Segmentación de empresas según su Telco "Ideal"



9 | Relaciones bancarias

- Bancos de los que son clientes
- Crosseling entre bancos
- Productos tienen en cada Banco
- Vinculación en productos
- Uso personal profesional de las cuentas
- Distribución créditos por Banco
- Distribución dinero por Banco
- Barrera a la toma de financiamiento
- Banco Principal
- Ratios de Principalidad, Exclusividad y Compartición
- Atributos más importantes en el Banco "Ideal"
- Segmentación de empresas según su Banco "Ideal"



Agilidad ante los NUEVOS DESAFÍOS

Va a ser complicado moverse en estos días extraños cargados de incertidumbre, pero lo único cierto es que las empresas deben estar preparadas para los cambios que se vienen. Estar preparadas significa explorar detenidamente los comportamientos, las preferencias y los deseos más profundos de los clientes y estar atentos a las pistas que den para anticiparse y reaccionar ágilmente.

¿Seguimos conectados?



carlos.oliveras@lmi-consulting.com

