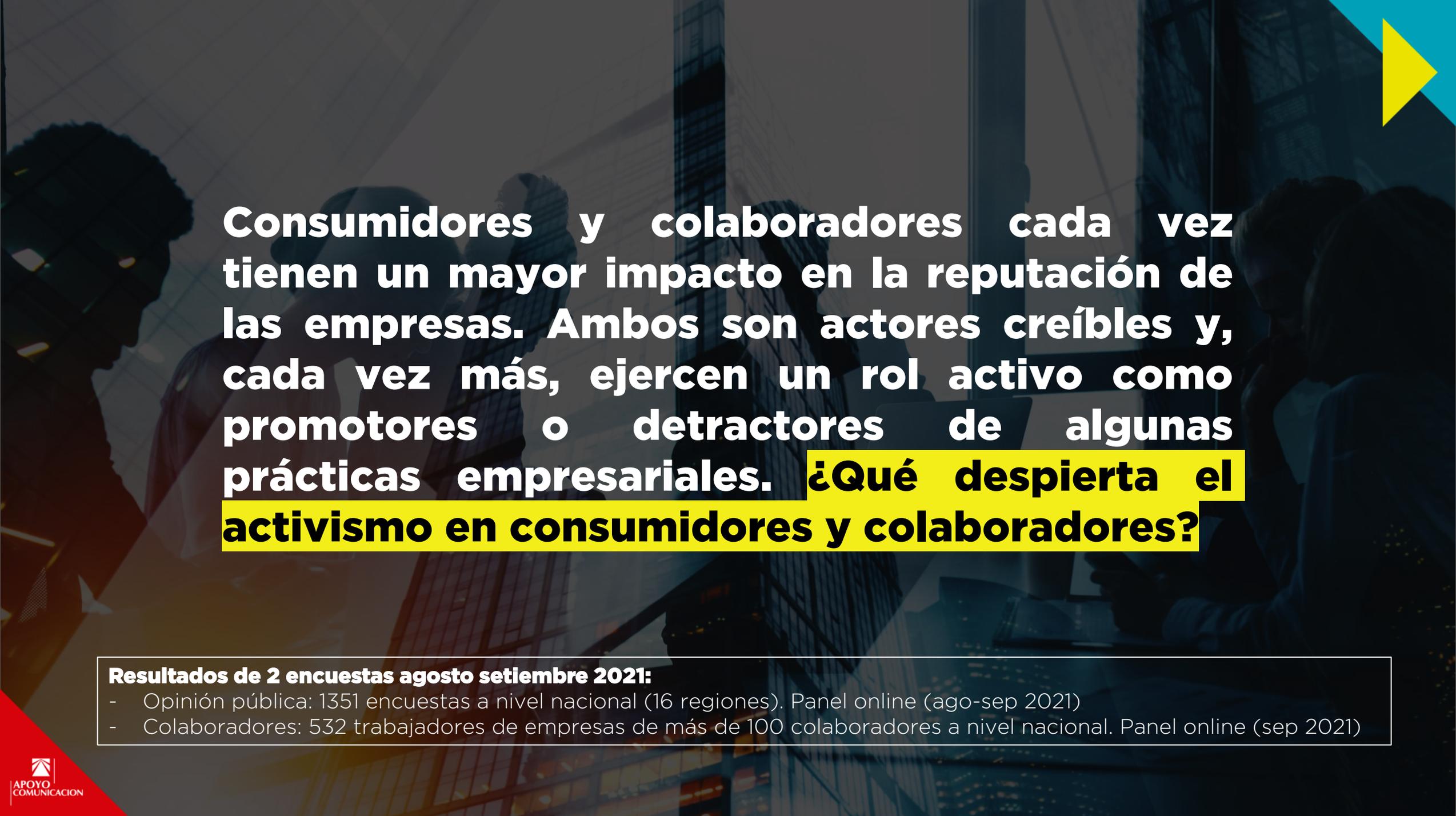


Colaboradores y consumidores **activistas:
dos actores clave en la construcción
de reputación y situaciones de crisis**



**APOYO
COMUNICACION**

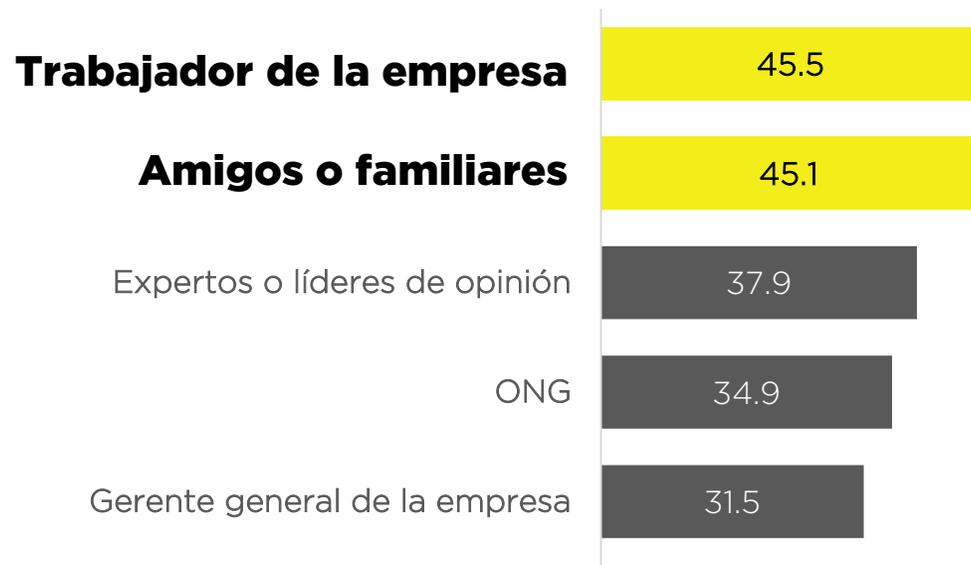


Consumidores y colaboradores cada vez tienen un mayor impacto en la reputación de las empresas. Ambos son actores creíbles y, cada vez más, ejercen un rol activo como promotores o detractores de algunas prácticas empresariales. ¿Qué despierta el activismo en consumidores y colaboradores?

Resultados de 2 encuestas agosto setiembre 2021:

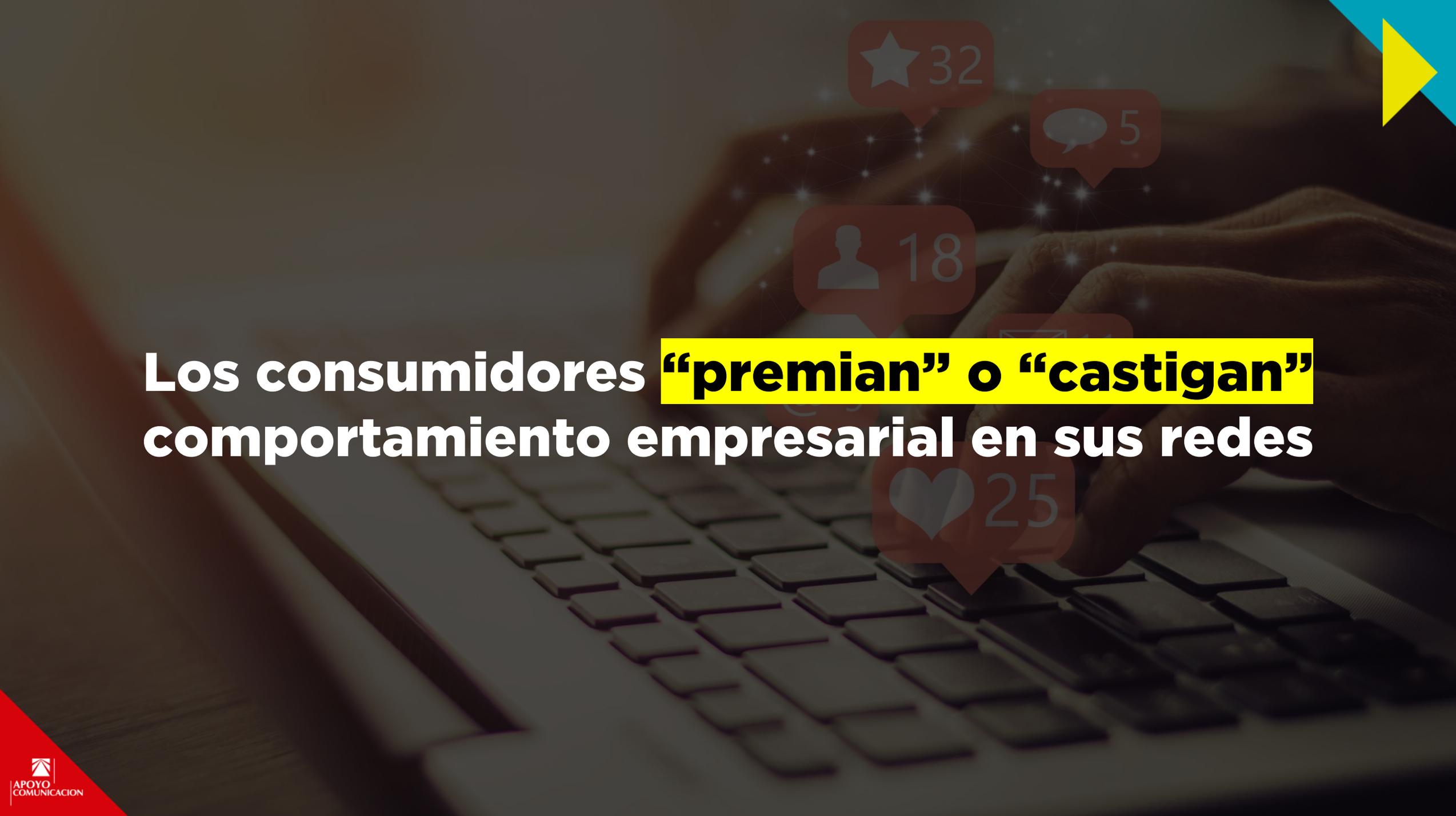
- Opinión pública: 1351 encuestas a nivel nacional (16 regiones). Panel online (ago-sep 2021)
- Colaboradores: 532 trabajadores de empresas de más de 100 colaboradores a nivel nacional. Panel online (sep 2021)

Cuando te formas una opinión sobre una empresa, **¿qué tanto confías en las siguientes fuentes de información si hablan de una empresa?**



En un ambiente de desconfianza y polarización, las personas creen en sus pares.

Base: 1531



Los consumidores **“premian” o “castigan”** comportamiento empresarial en sus redes



ACTIVISMO POSITIVO

En los últimos 6 meses compartieron noticias o información positiva sobre alguna empresa en sus redes sociales



ACTIVISMO NEGATIVO

En los últimos 6 meses compartieron críticas, denuncias o información negativa sobre alguna empresa en sus redes sociales



El activismo positivo se reduce y el negativo retoma la dimensión que tenía pre-pandemia.

Cabe mencionar que ambos indicadores tuvieron picos el 2020, probablemente porque el levantamiento de información se hizo en mayo de ese año, mes en el cual gran parte de la población seguía en confinamiento y más atento a sus redes sociales.

Además, es probable que el 2021 la atención hacia hechos políticos y activismo en esos temas haya tenido un impacto coyuntural en el activismo hacia empresas.

42%

compartió alguna noticia o información positiva sobre una empresa en sus redes sociales en los últimos seis meses

Si bien el 2020 el activismo positivo se generó por campañas de salud y prevención y buenas prácticas laborales en pandemia, el 2021 regresan las razones de activismo recogidas pre-pandemia: se aplauden buenos productos, servicios y precios, así como también iniciativas de cuidado ambiental e innovación.



Base: personas que hicieron activismo positivo (588)

38%

compartió alguna crítica, denuncia o información negativa sobre una empresa en sus redes sociales en los últimos seis meses

Los disparadores de activismo negativo van cambiando según coyuntura, por lo cual es clave medir cómo evolucionan estos motivadores pues son un reflejo de los temas relevantes para la población.

Así, en el 2021 ganan protagonismo como razones de activismo negativo, acciones empresariales vinculadas a falta de empatía o cuestionamientos éticos (la coyuntura política y social podría haber generado mayor foco en estos temas).



Base: personas que hicieron activismo negativo (537)

A top-down view of a collaborative workspace. Several people's hands are visible, interacting with various devices: a laptop, a tablet, a smartphone, and a notebook. There are also glasses of water on the table. The scene is dimly lit, with a dark overlay. A yellow triangle is in the top right corner, and a red triangle is in the bottom left corner.

Activismo de colaboradores: otra cara de la misma moneda

62% de colaboradores

compartió alguna noticia o información positiva sobre la empresa en la que trabaja en sus redes sociales en los últimos seis meses

Si bien también comparten noticias sobre logros propios (reconocimientos, capacitaciones), los temas que más se comparten son aquellos que generan orgullo sobre su empresa y su impacto positivo en la sociedad (iniciativas sociales y ambientales / campañas con propósito).



Base: personas que hicieron activismo positivo (328)

13% de colaboradores

compartió alguna crítica, denuncia o información negativa sobre la empresa en la que trabaja en sus redes sociales en los últimos seis meses.

Los líderes no solo tienen un rol en la gestión de sus equipos, sus conductas también pueden impactar en la reputación de las empresas (es la principal razón de activismo negativo).

También cada vez habría una mirada más vigilante para que la empresa se preocupe por el bienestar de sus trabajadores. La pandemia habría trasladado mayores responsabilidades a los empleadores (ej. salud emocional, balance vida- trabajo, etc.)



Base: personas que hicieron activismo negativo (69)

LA OPORTUNIDAD

Los colaboradores, más cercanos al día a día de las empresas, son consistentemente más favorables al evaluar a los líderes empresariales.

Opinión pública

¿Cómo crees que se han desempeñado los empresarios o principales ejecutivos de las empresas del Perú en...?
(promedio de top2box de los 9 atributos evaluados)

42.5%

vs

Colaboradores

¿Cómo evalúas el desempeño de tu gerente(a) general o CEO en...?
(promedio de top2box de los 9 atributos evaluados)

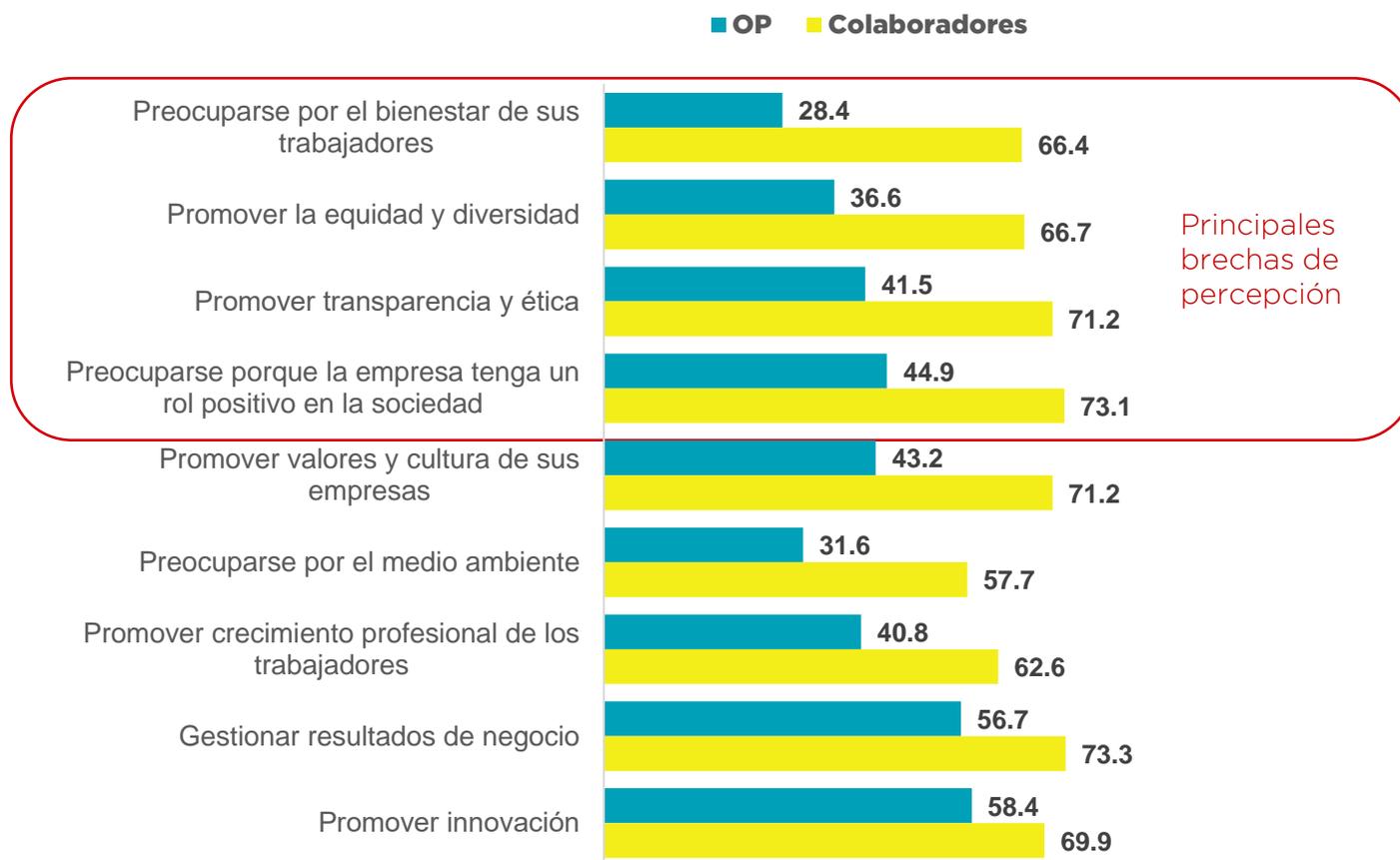
68.0%

* Se usó la misma batería de atributos en ambos públicos: (1) gestionar resultados de negocio, (2) preocuparse porque la empresa tenga un rol positivo en la sociedad, (3) promover valores y cultura en sus empresas, (4) promover transparencia y ética, (5) promover innovación, (6) promover equidad y diversidad, (7) preocuparse por el bienestar de los trabajadores, (8) promover crecimiento profesional de los trabajadores, (9) preocuparse por el medio ambiente.

Colaboradores: nuestros principales aliados para acortar gaps de percepciones

La diferencia en la visión que tienen ambos grupos marca una clara oportunidad para que sean los propios colaboradores los embajadores que muestren las buenas prácticas laborales pero es, sobre todo, un llamado para atender con igual prioridad la reputación interna y externa de las empresas.

Evaluación de ejecutivos Top2box – Orden según tamaño de la brecha entre ambos públicos



OP: ¿Cómo crees que se han desempeñado los empresarios o principales ejecutivos en...?
Colaboradores: ¿Cómo evaluas el desempeño de tu gerente(a) general o CEO en...?

Reporte elaborado por el área de *Insights* y Analítica de APOYO Comunicación.
Para mayor información, contactarse con mkfilomeno@apoyocomunicacion.com

<https://www.apoyocomunicacion.com/>