

Coronavirus Covid-19

Evaluación de marcas, impacto económico y uso de telecomunicaciones

Presentación de resultados
Tercer levantamiento
Mayo 2020



Parámetros del proyecto



Metodología

Entrevistas online en México. Para poder asegurar representatividad a nivel nacional, los resultados fueron ponderados por género, edad y región de acuerdo con la Encuesta Intercensal 2015 y por nivel socioeconómico, de acuerdo a la Encuesta Nacional de Ingreso Gasto de los Hogares 2018, ambas encuestas del INEGI.



Público objetivo

Personas de 18 años o más residentes del país.



Tamaño de muestra y error

876 casos con un margen de error de +/-3.4% al 95% de confianza.



Cuestionario

Cuestionario estructurado con una duración aproximada de 15 minutos de aplicación.



Periodo de levantamiento

Del 7 al 11 de mayo de 2020.



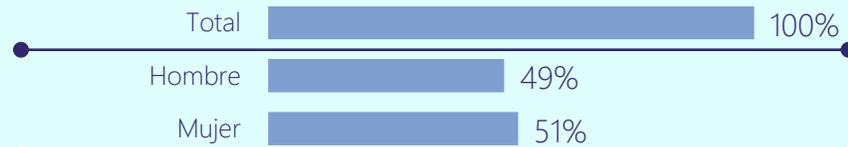
Contenido

Opinión general de los mexicanos acerca del coronavirus Covid-19.

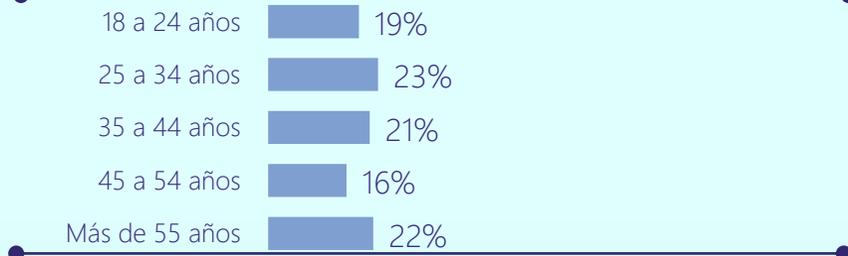
- Evaluación de marcas
- Percepción de la situación económica
- Actividades post cuarentena
- Evaluación de gobierno
- Consumo de contenidos en telecomunicaciones

Perfilamiento de la muestra ponderada

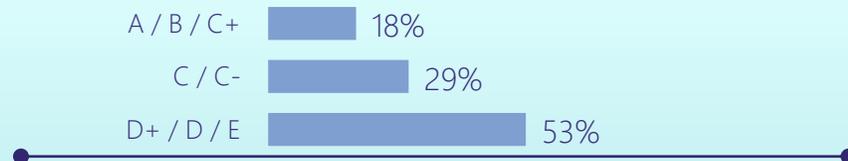
Género



Edades



NSE



Regiones



Ocupación





Marcas

Resultados



Grupo Modelo, Coca-Cola y Bimbo se mantienen en el top de marcas solidarias con respecto a la medición de abril

Marcas solidarias

Base
Promedio de respuestas por persona

Abril	Mayo
1,030	876
1.9	1.8

Base
Promedio de respuestas por persona

Abril	Mayo
1,030	876
1.9	1.8

Ninguna marca está siendo solidaria

23%

Todas las marcas están siendo solidarias

16%

No recuerda marcas que estén siendo solidarias

28%

Ranking de marcas de acuerdo a las menciones en mayo de 2020

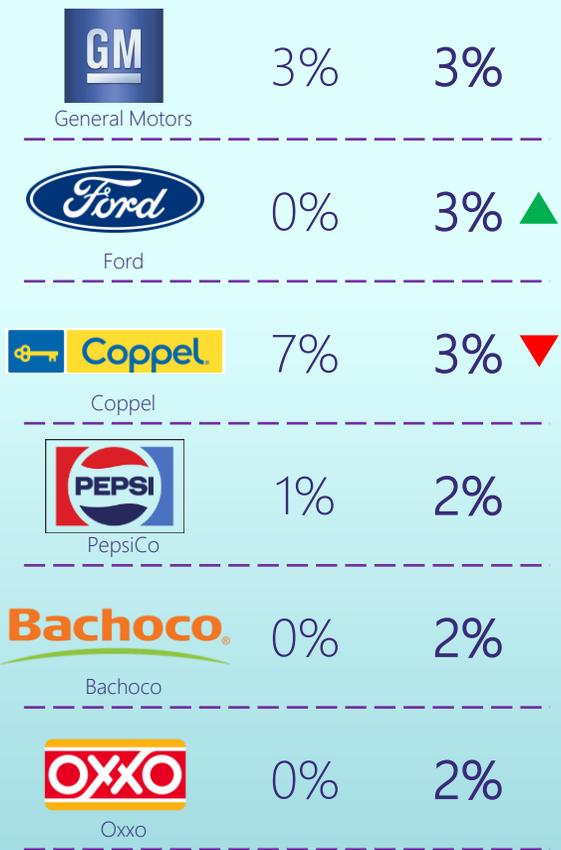
Abril Mayo

6% 3% ▼

De las personas mencionaron una o más marcas del grupo Carso



Las marcas que componen a Grupo Carso son: Condumex, Grupo Sanborns, Sears, iShop-Mixup, eduMac, Saks Fifth Avenue, Dax, Telmex, América Móvil (Telcel) y grupo financiero Inbursa.



P4. ¿Qué marcas o empresas consideras que están siendo solidarias con sus empleados y con la población en general durante la crisis por coronavirus COVID-19?

*Se presentan las principales menciones. Las personas podían escribir más de una marca, la suma de los porcentajes no es 100%

▼ Indica un decremento estadísticamente significativo con respecto a la medición de abril ▲ Indica un incremento estadísticamente significativo con respecto a la medición de abril

Grupo Salinas continúa mencionada como una marca que NO está siendo solidaria durante la pandemia

Marcas no solidarias

	Abril	Mayo
Base	1,030	876
Promedio de respuestas por persona	1.8	1.6

 **elektra** 20% 19%

Elektra

 **Coppel** 6% 8%

Coppel

 **GRUPO SALINAS** 5% 4%

Salinas

 **Banco Azteca** 6% 4%

Banco Azteca

 **Asea** 2% 4%

Asea

 **Walmart** 3% 3%

Walmart



Grupo Modelo /
Corona

	Abril	Mayo
Base	1,030	876
Promedio de respuestas por persona	1.8	1.6

0% 3% ▲



Starbucks

5% 3%



Televisión Azteca

6% 2% ▼



Comisión Federal de Electricidad

CFE

6% 2% ▼



Aurrera / Bodega
Aurrera

4% 2%



Telmex / Telnor

1% 2%

No recuerda marcas que no estén siendo solidarias

31%

Ranking de marcas de acuerdo a las menciones en mayo de 2020

Abril	Mayo
27%	23% ▼

De las personas mencionaron una o más marcas del grupo Salinas



Las marcas que componen a Grupo Salinas son: Grupo Elektra, Elektra, Salinas y Rocha, Banco Azteca, Afore Azteca, Seguros Azteca, TV Azteca, Azteca Uno, Azteca 7, a+, adn40, Dragón, Neto, Upax, Total Play, Fundación Azteca, Libertad, Arte & Cultura Grupo Salinas, Kibernus.

Abril	Mayo
7%	7%

De las personas mencionaron una o más marcas del grupo Asea

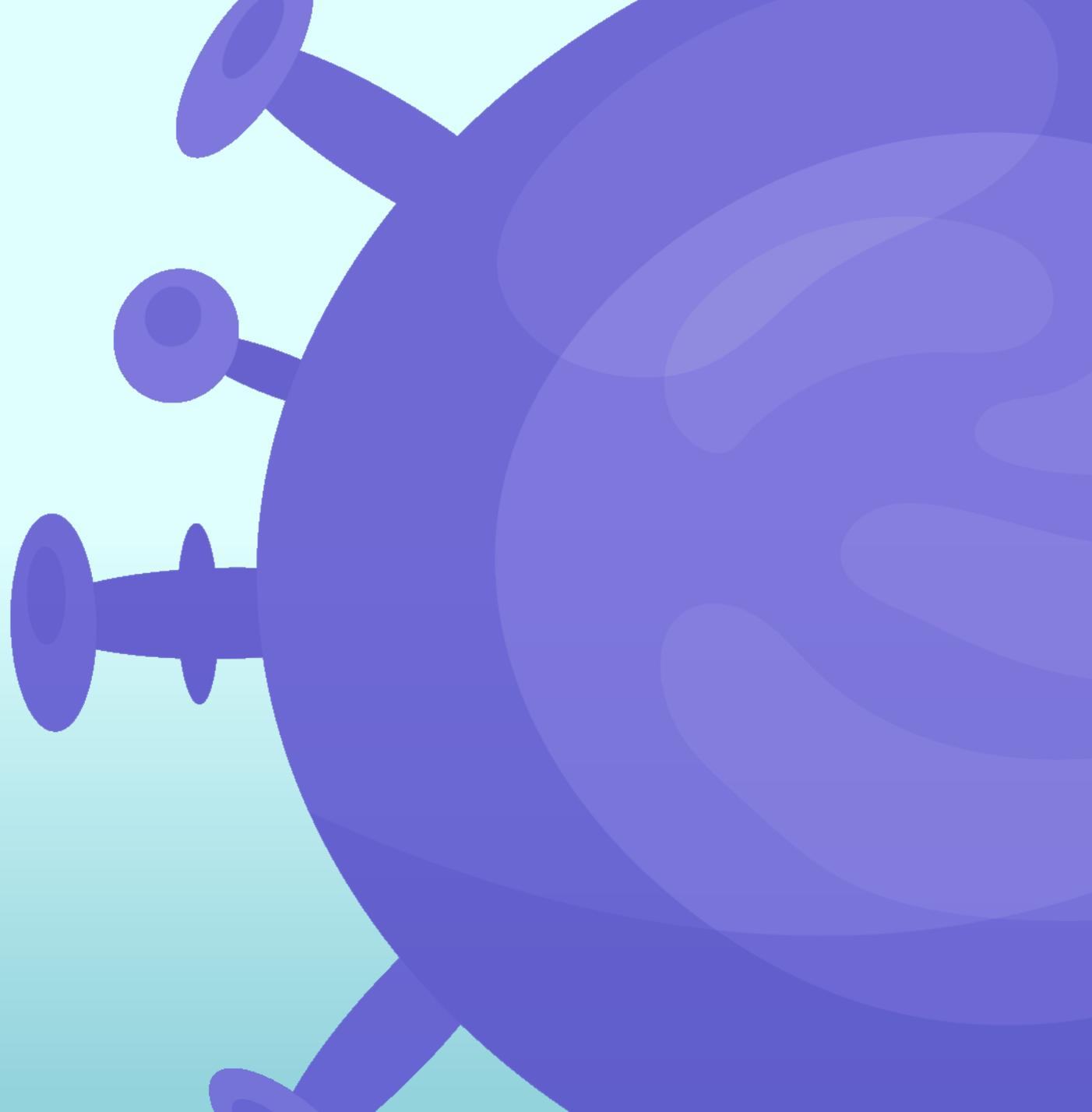


Las marcas que componen a Grupo Asea son Domino's, Starbucks, Burger King, Chili's, P.F. Chang's, The Cheesecake Factory, Italianni's, Vips, El portón, Foster's Hollywood, Cañas y tapas, Archies, GINOS, TGI Fridays.



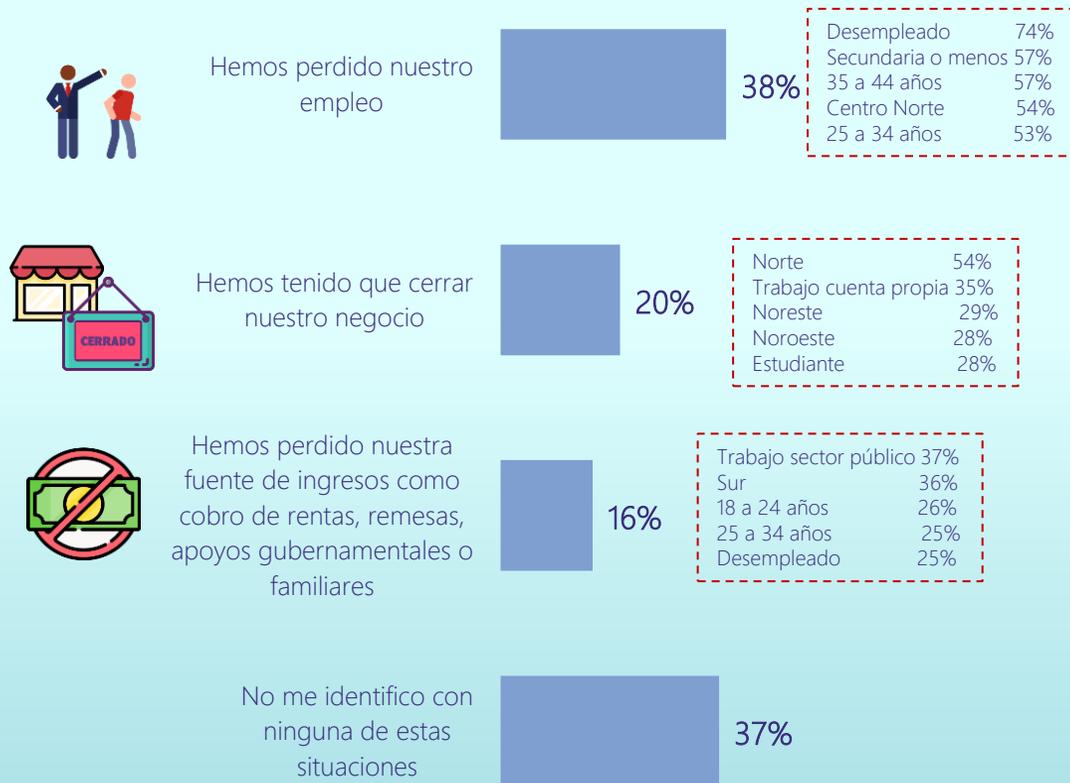
Economía y Política

Resultados



De abril a mayo, las fuentes de ingreso en los hogares siguen disminuyendo

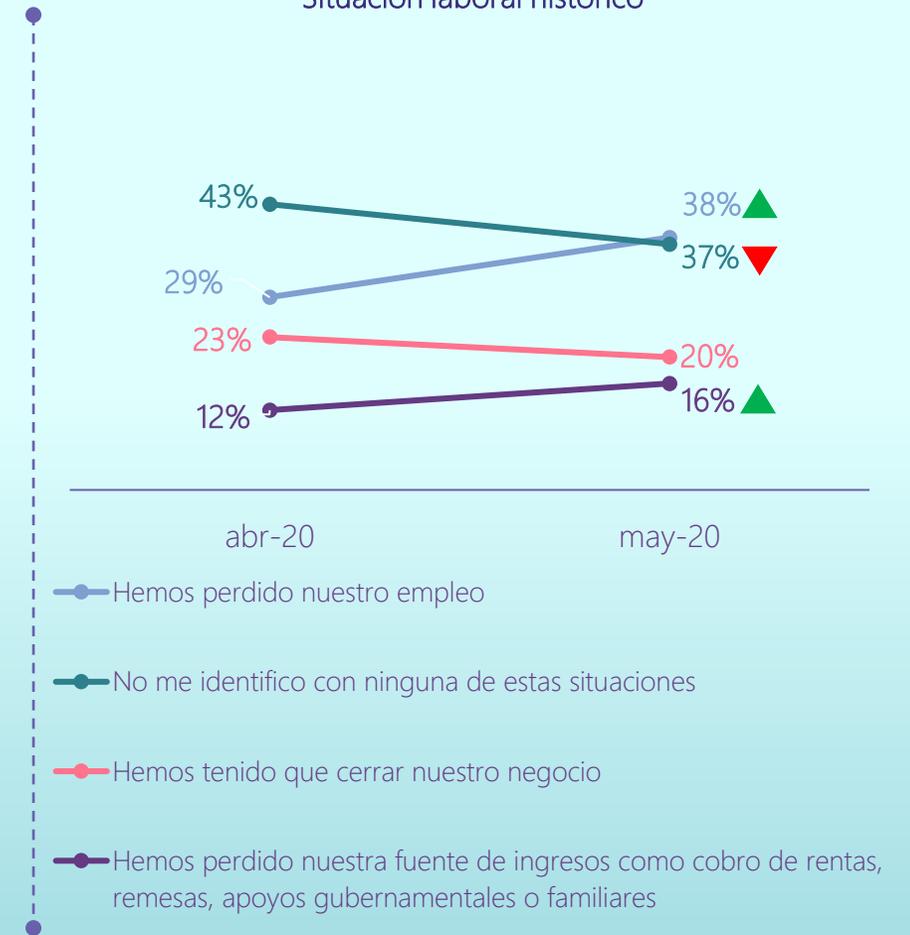
Situación laboral



Base total entrevistas: 876

Promedio de respuestas por persona: 1.1

Situación laboral histórico



P13. ¿Con cuáles de las siguientes situaciones te identificas? A causa de la crisis del coronavirus COVID-19 yo o algún miembro de mi hogar...

*Las personas podían elegir más de una opción, la suma de los porcentajes no es 100%

En el recuadro se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto

▼ Indica un decremento estadísticamente significativo con respecto a la medición de abril

▲ Indica un incremento estadísticamente significativo con respecto a la medición de abril

En promedio, un habitante por hogar ha logrado mantener su fuente de ingresos



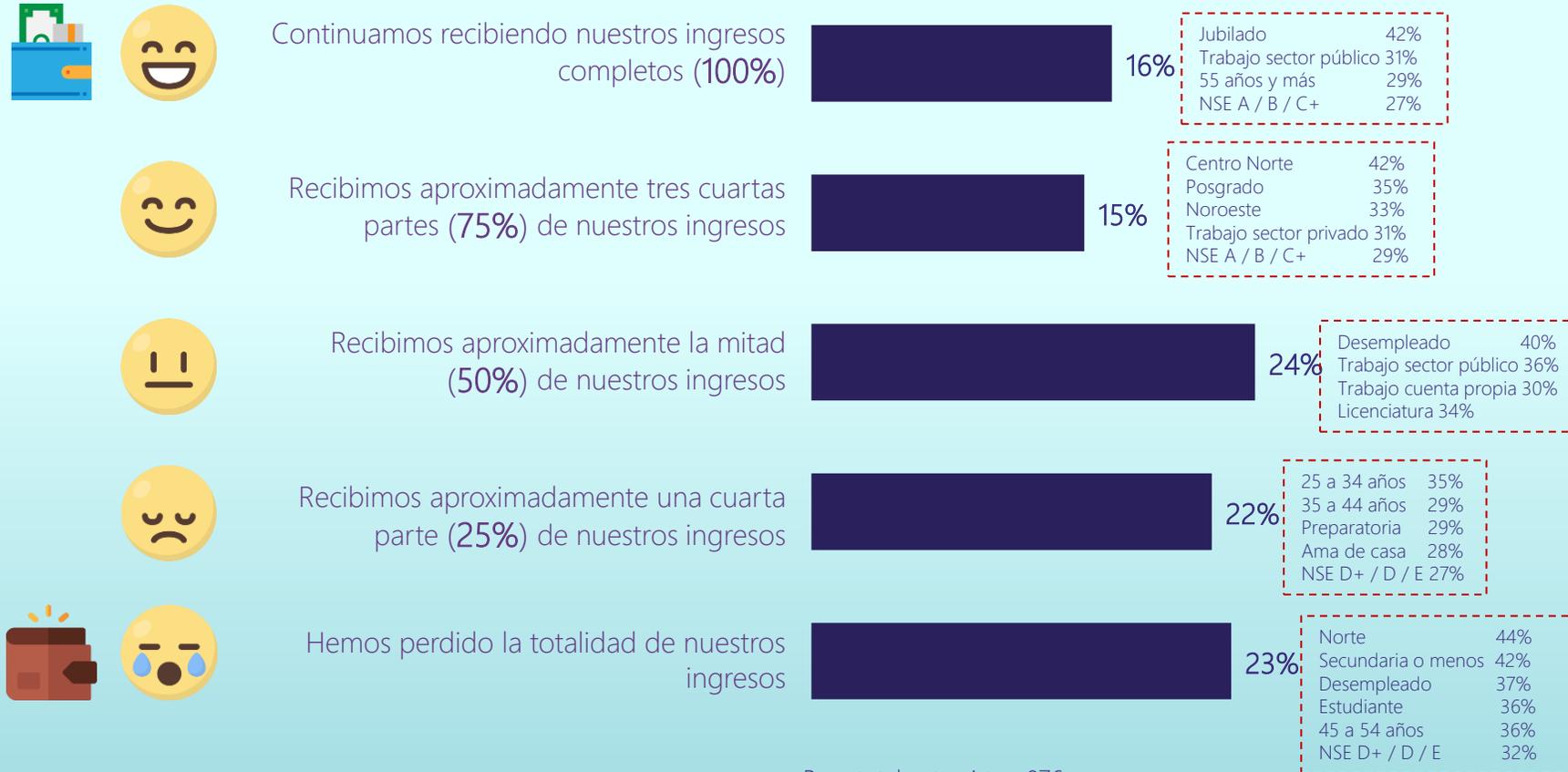
Base total entrevistas: 876

P14. A partir de la pandemia, ¿cuántas personas en tu hogar han perdido sus fuentes de ingresos?
P21. ¿Cuántas personas habitan en tu hogar?
NSE5. De todas las personas de 14 años o más que viven en su hogar, ¿Cuántas trabajaron en el último mes?

23% de los hogares se ha quedado totalmente sin ingresos mientras que 61% ha tenido alguna disminución y 16% no ha tenido ninguna afectación

Percepción de ingresos

Los hogares están recibiendo en promedio el **45%** de sus ingresos normales.



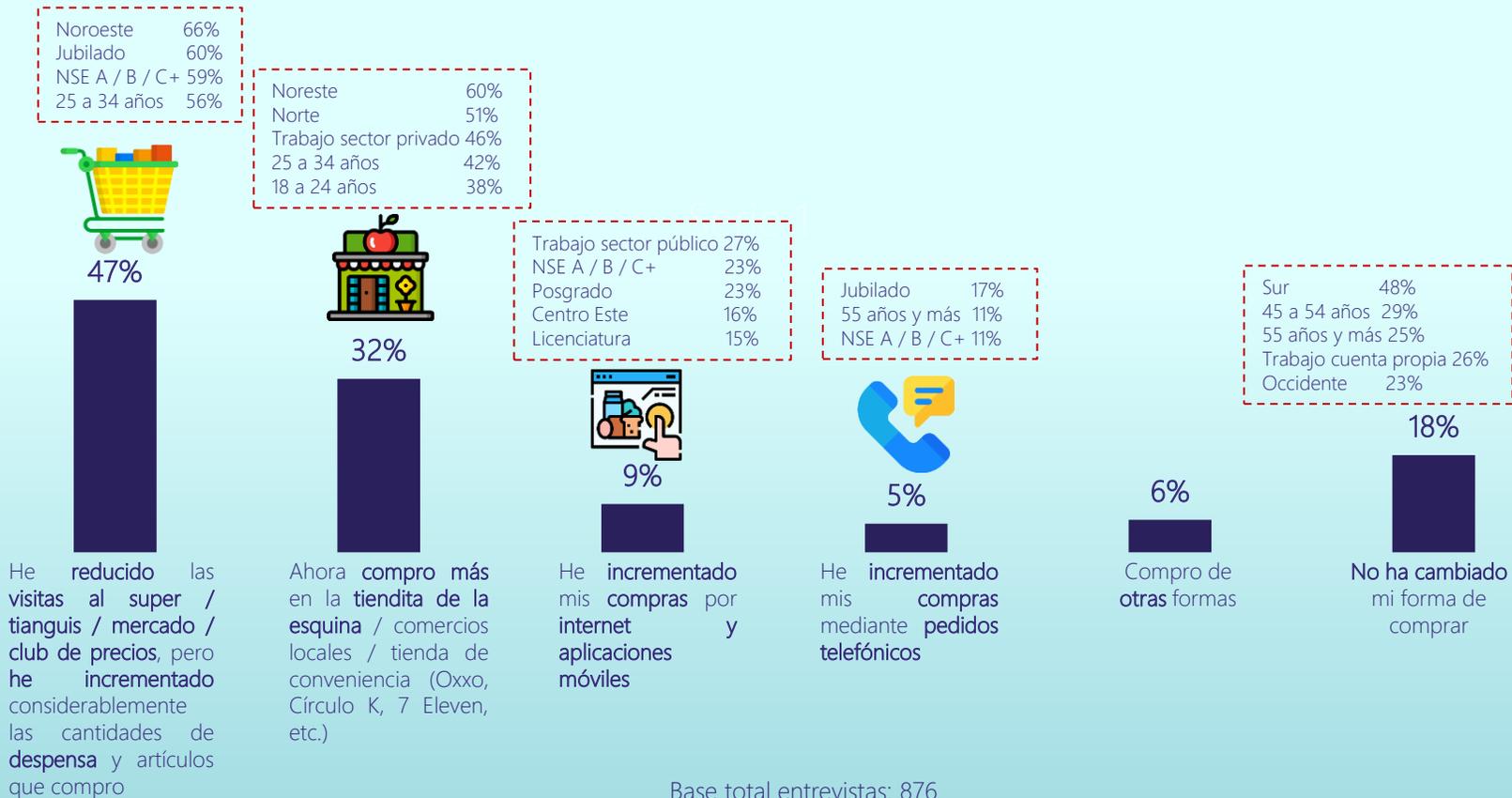
Los hogares que han recibido una disminución de ingresos representan el **61%** del total.

Base total entrevistas: 876

En el recuadro se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto

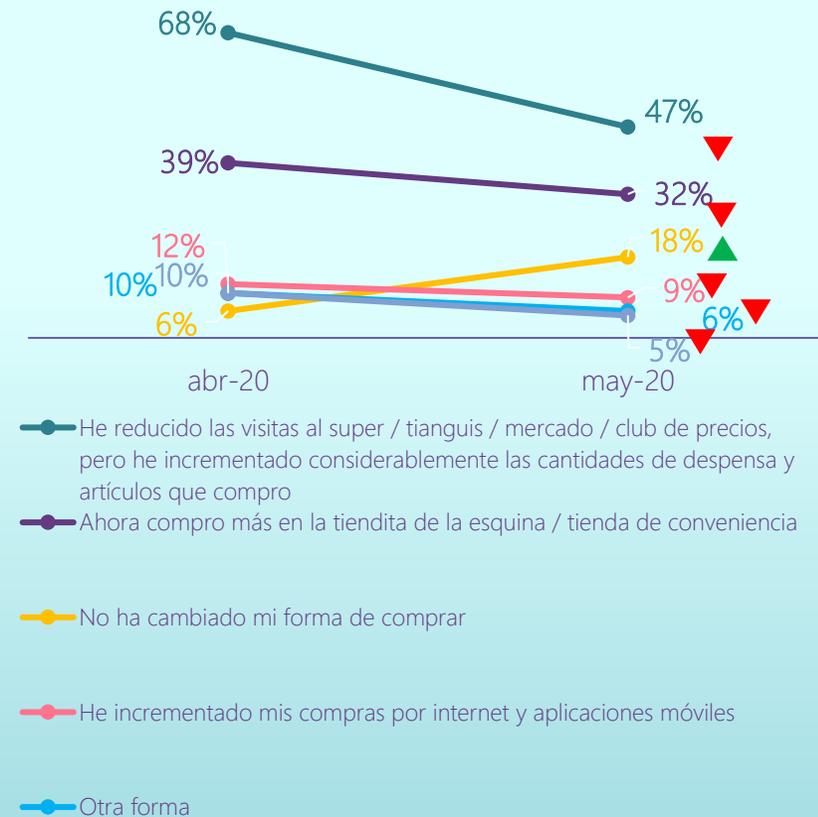
Han disminuido las compras de pánico

Cambio de hábitos en las compras



Base total entrevistas: 876
Promedio de respuestas por persona: 1.2

Cambio de hábitos en las compras histórico



En el recuadro se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto

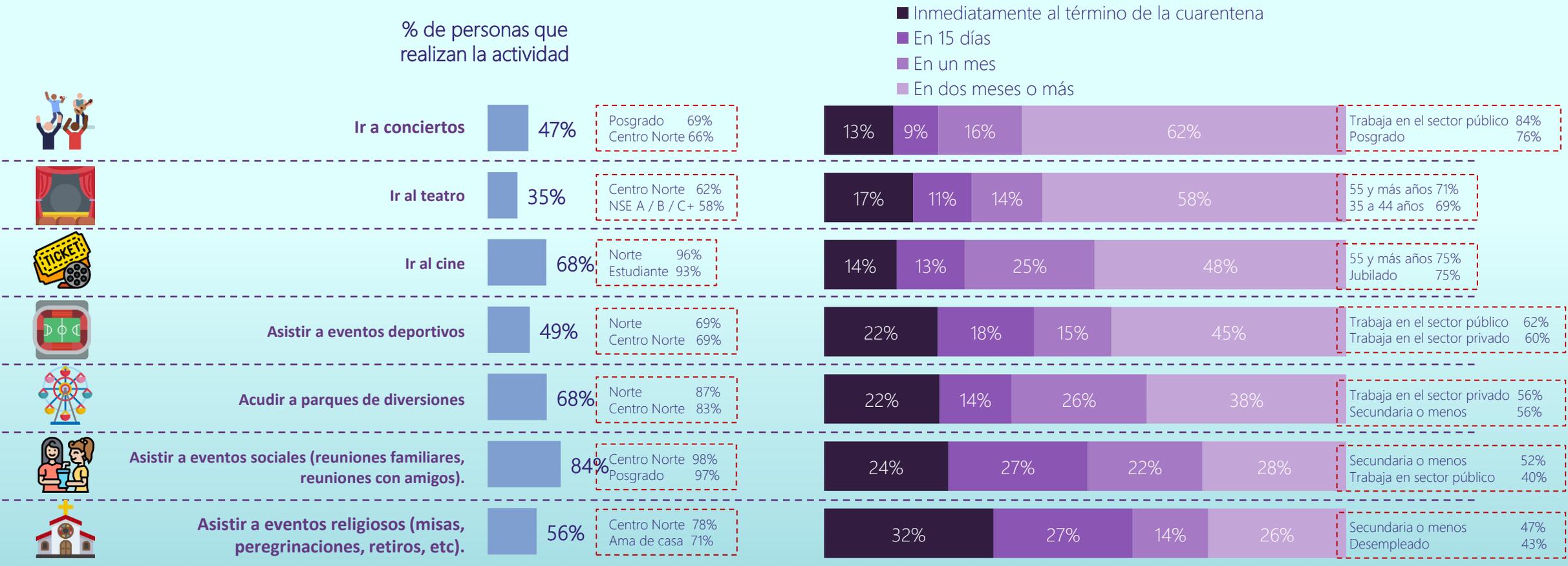
P16. Durante el último mes, ¿cómo ha cambiado la forma de realizar tus compras?
*Las personas podían elegir más de una opción, la suma de los porcentajes no es 100%

▼ Indica un decremento estadísticamente significativo con respecto a la medición de abril

▲ Indica un incremento estadísticamente significativo con respecto a la medición de abril

Ir a conciertos, ir al teatro e ir al cine serán actividades que se retomarán en aproximadamente dos meses después de finalizar la cuarentena

Reactivación de actividades



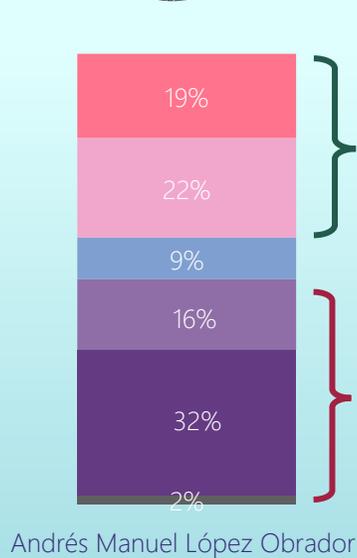
Base total entrevistas: 876

P19. Al terminar la cuarentena, aproximadamente ¿en cuánto tiempo planeas retomar las siguientes actividades?

En el recuadro se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto

Continúa aprobación de Gatell superior a la de López Obrador

Aprobación ante el coronavirus COVID-19



Base total entrevistas: 876

Aprueba mucho / algo

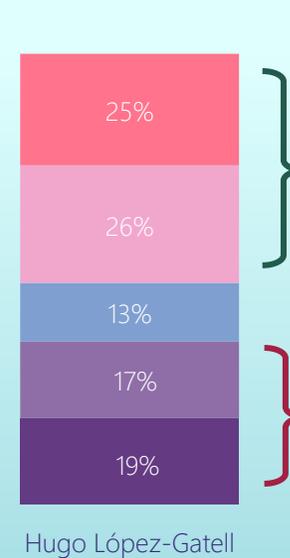
41%

Noreste	64%
35 a 44 años	63%
Secundaria o menos	55%
Trabajo sector público	54%
Sur	53%
25 a 34 años	51%

48%

Jubilado	83%
55 años y más	77%
Norte	72%
NSE A / B / C+	66%
Licenciatura	66%
Trabajo sector privado	58%

Desaprueba mucho / algo



Base personas que conocen a Hugo López-Gatell: 869

Aprueba mucho / algo

51%

Península de Yucatán	94%
Noroeste	75%
25 a 32 años	69%
Noreste	65%
Trabajo sector público	65%
Ama de casa	65%

36%

Jubilado	69%
55 años y más	65%
Norte	62%
Occidente	54%
Posgrado	47%
Trabajo cuenta propia	44%

Desaprueba mucho / algo

En el recuadro se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto

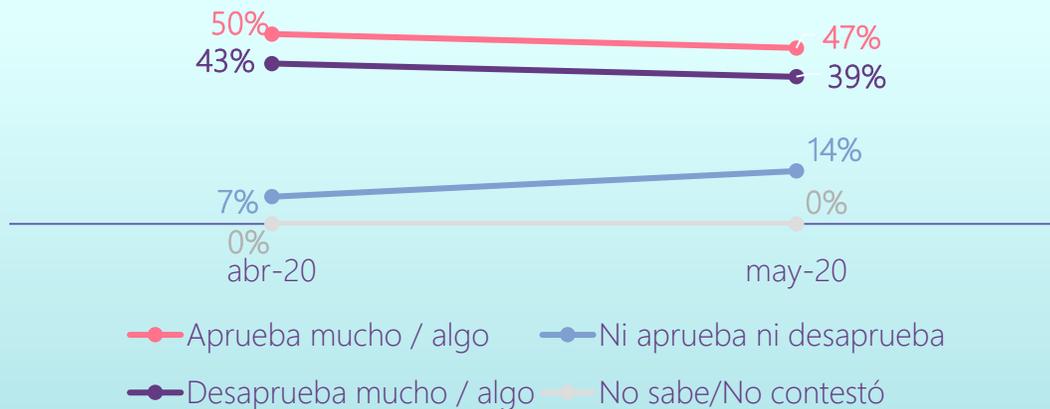
- P2. ¿Qué tanto apruebas o desapruebas el trabajo de Andrés Manuel López Obrador en cuanto a las acciones tomadas respecto al control del contagio por coronavirus COVID-19 en México?
 P3. ¿Qué tanto apruebas o desapruebas el trabajo de Hugo López-Gatell en cuanto a las acciones tomadas respecto al control del contagio por coronavirus COVID-19 en México?

La aprobación general de AMLO supera a la de su actuación ante el COVID

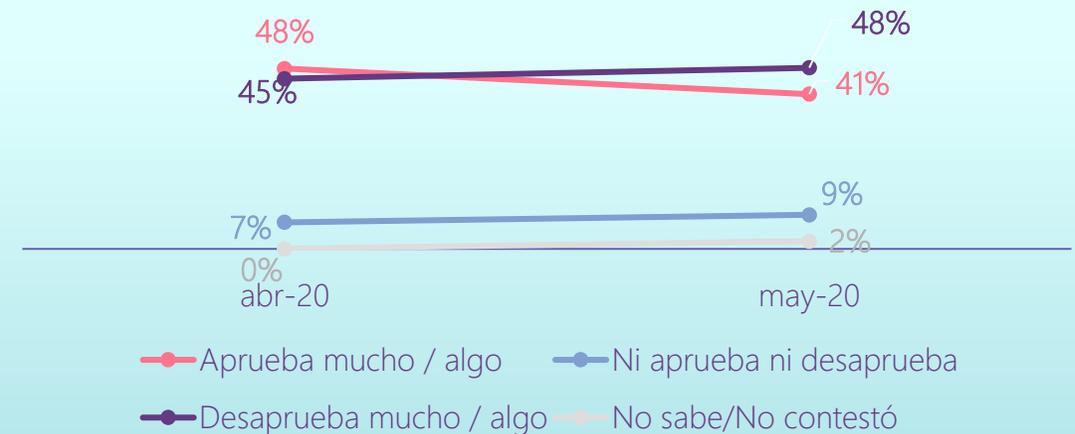
Histórico Andrés Manuel López Obrador



Aprobación de gobierno



Aprobación ante las acciones tomadas respecto al coronavirus COVID-19*



P1. En términos generales, ¿qué tanto apruebas o desapruebas el trabajo que realiza Andrés Manuel López Obrador como Presidente de México?
P2. ¿Qué tanto apruebas o desapruebas el trabajo de Andrés Manuel López Obrador en cuanto a las acciones tomadas respecto al control del contagio por coronavirus COVID-19 en México?

La aprobación de Gatell va a la baja

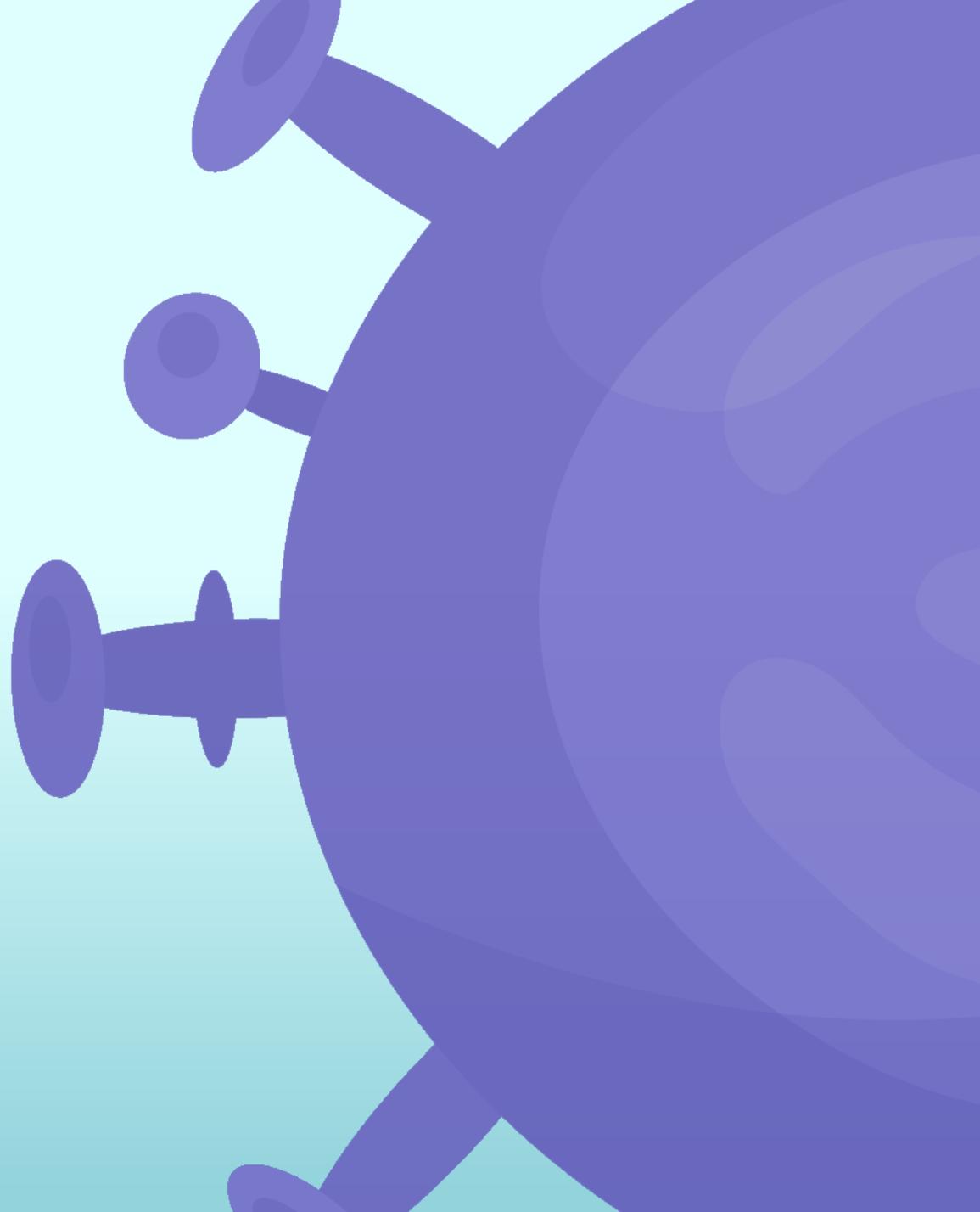
Histórico Hugo López Gatell aprobación ante las acciones tomadas respecto al coronavirus COVID-19*





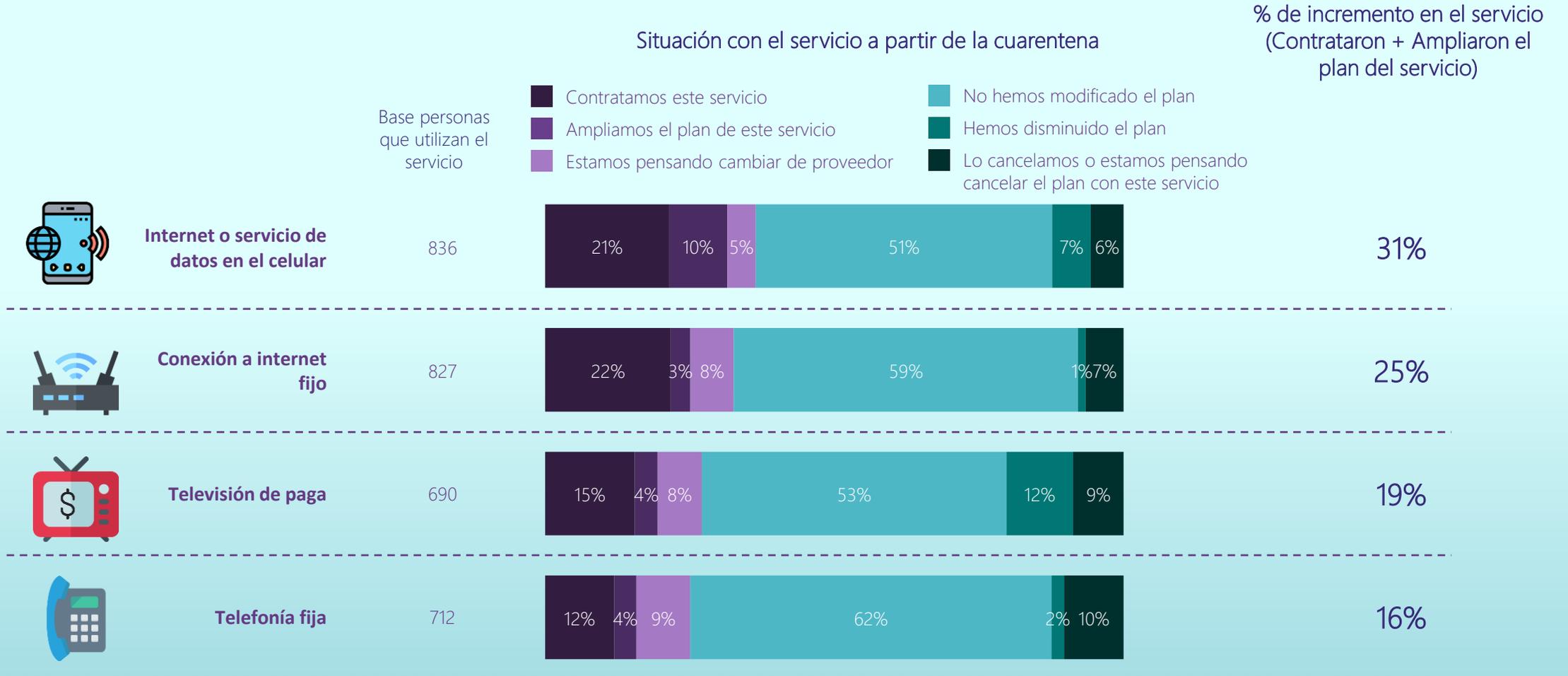
Telecomunicaciones

Resultados



Internet móvil y fijo han sido los servicios de telecomunicaciones que más han incrementado su contratación durante la cuarentena

Situación con servicios de telecomunicaciones

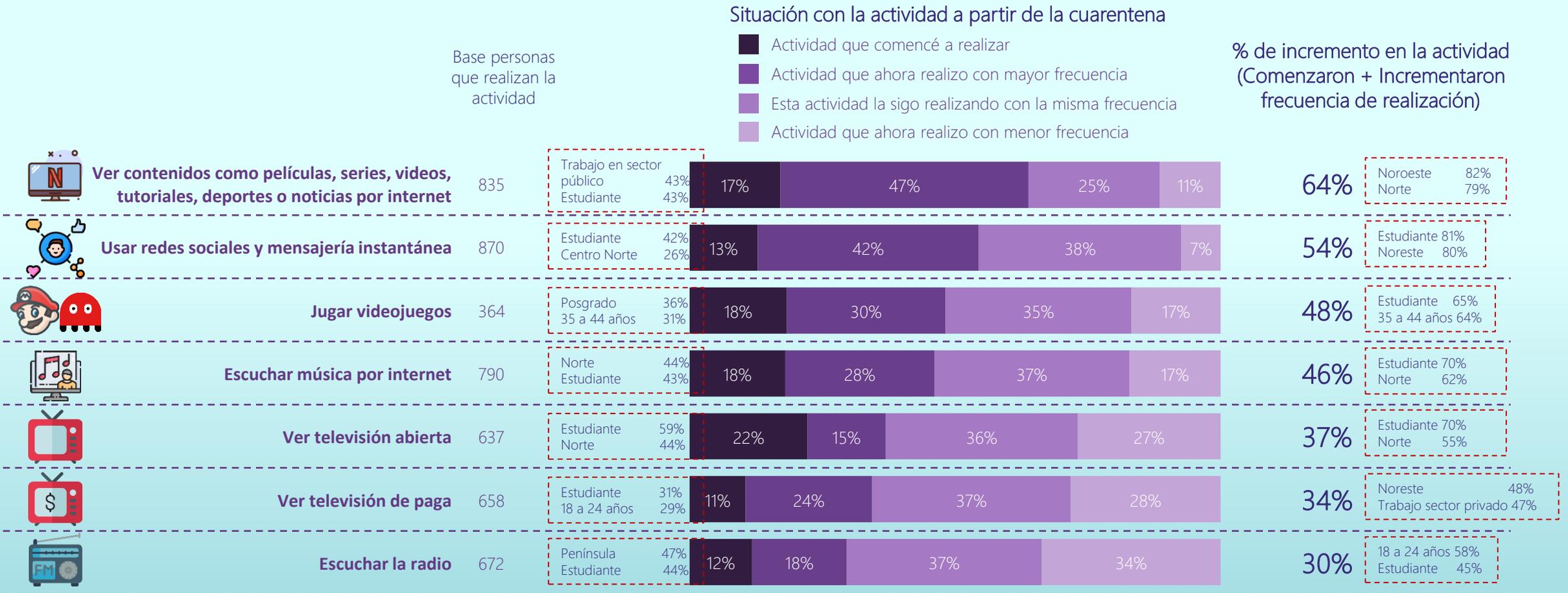


Servicios ordenados con respecto a Contrataron + Ampliaron el plan de servicio

P6. A partir del inicio de la cuarentena selecciona la opción que mejor se ajusta a la situación de tu hogar para cada uno de los siguientes servicios.

Ver contenidos por internet es la actividad que más ha incrementado a partir del inicio de la cuarentena

Uso de dispositivos durante la cuarentena



Actividades ordenados con respecto a Comenzaron + Incrementaron frecuencia

P8. A partir del inicio de la cuarentena, ¿cómo se ha modificado la frecuencia con que realizas las siguientes actividades? ¿ahora las realizas con más o menos frecuencia?

En el recuadro se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto

Netflix compite con YouTube y Facebook por el liderazgo en plataformas para ver contenidos

Aplicaciones más usadas para ver contenidos por internet



Desempleado 94%
Noreste 92%
Norte 88%

Noroeste 91%
Jubilado 82%
55 y más años 79%
25 a 34 años 78%

Estudiante 74%
Norte 74%
Centro Norte 74%

Base personas que ven contenidos por internet: 835 Promedio de respuestas por persona: 3.1

Aplicaciones más usadas para ver contenidos por internet entre quienes comenzaron a ver contenidos por internet

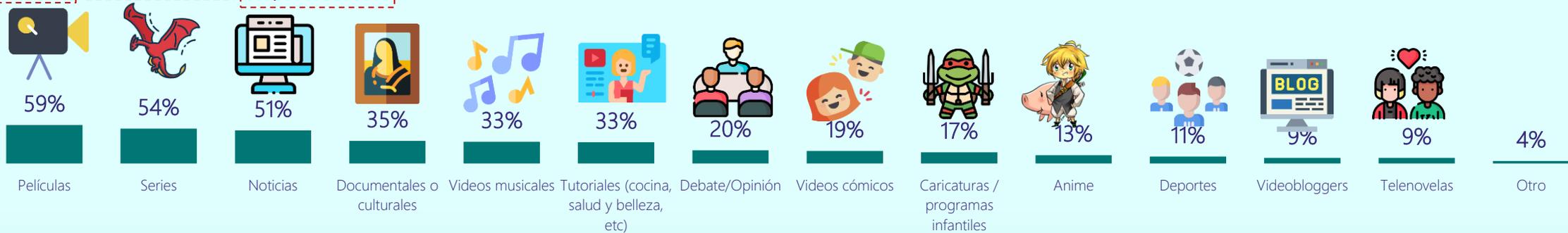


Base personas que comenzaron a ver contenidos por internet: 63 Promedio de respuestas por persona: 3.0

Los tutoriales son muy buscados entre los nuevos usuarios de contenidos por internet

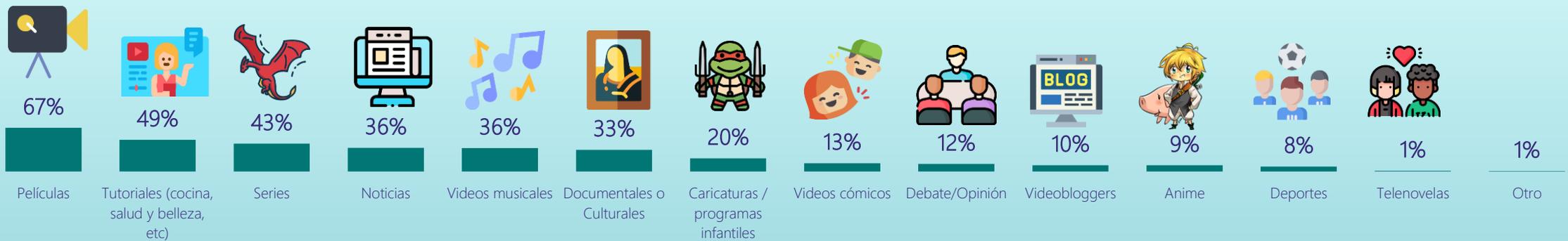
Tipos de programas más vistos por internet

Estudiante	85%	Estudiante	85%	Norte	78%
Centro Norte	79%	Centro Norte	79%	Jubilado	77%
NSE A/B/C+	70%	NSE A/B/C+	70%	55 y más años	74%



Base personas que ven contenidos por internet: 835 Promedio de respuestas por persona: 4.1

Tipos de programas más vistos por internet entre quienes comenzaron a ver contenidos por internet



Base personas que comenzaron a ver contenidos por internet o incrementaron su uso: 63 Promedio de respuestas por persona: 3.8

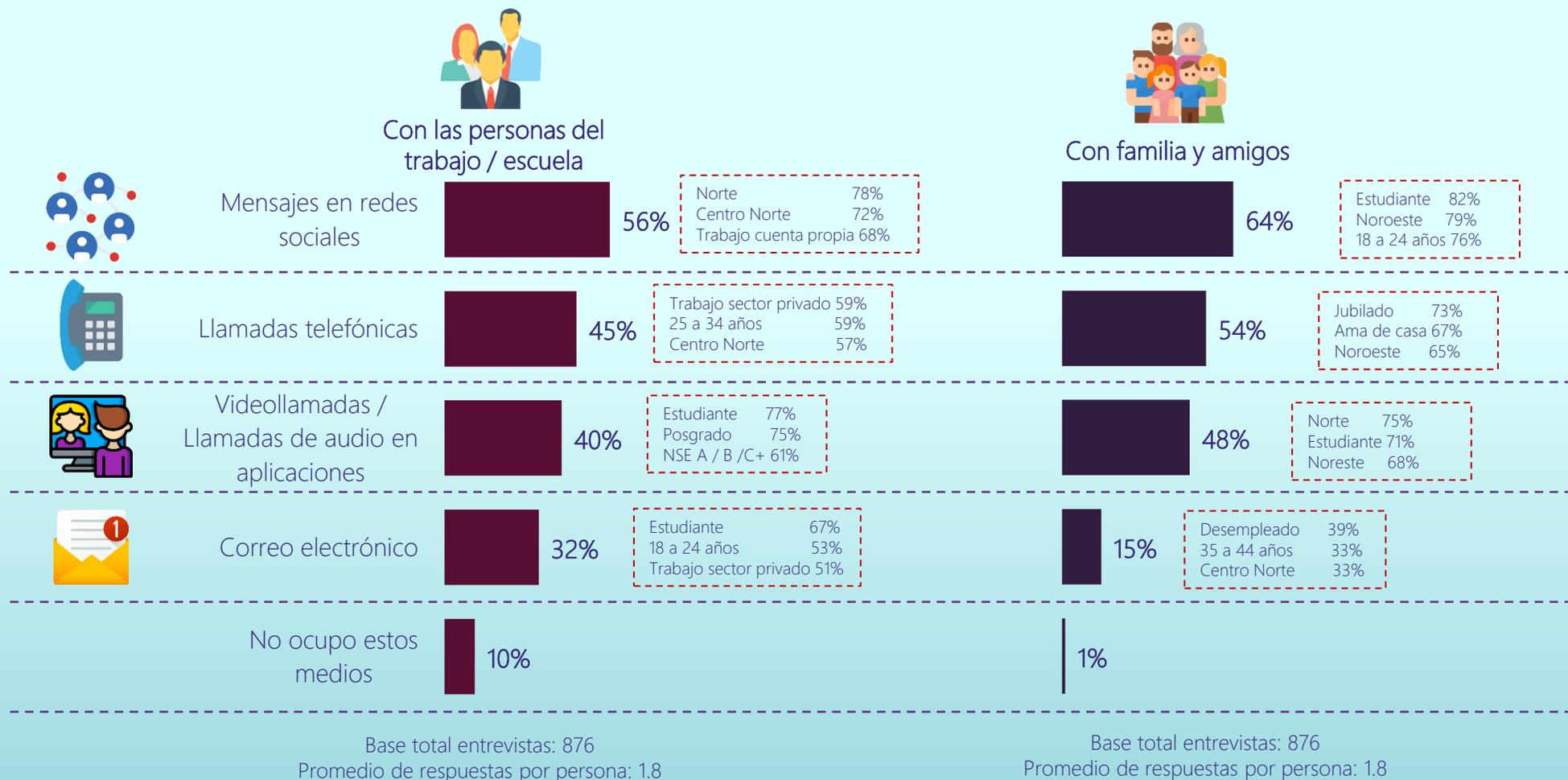
P10. ¿Qué tipo de programa ves con mayor frecuencia en internet?

*Se presentan las principales menciones. Las personas podían escribir más de una marca, la suma de los porcentajes no es 100%

En el recuadro se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto

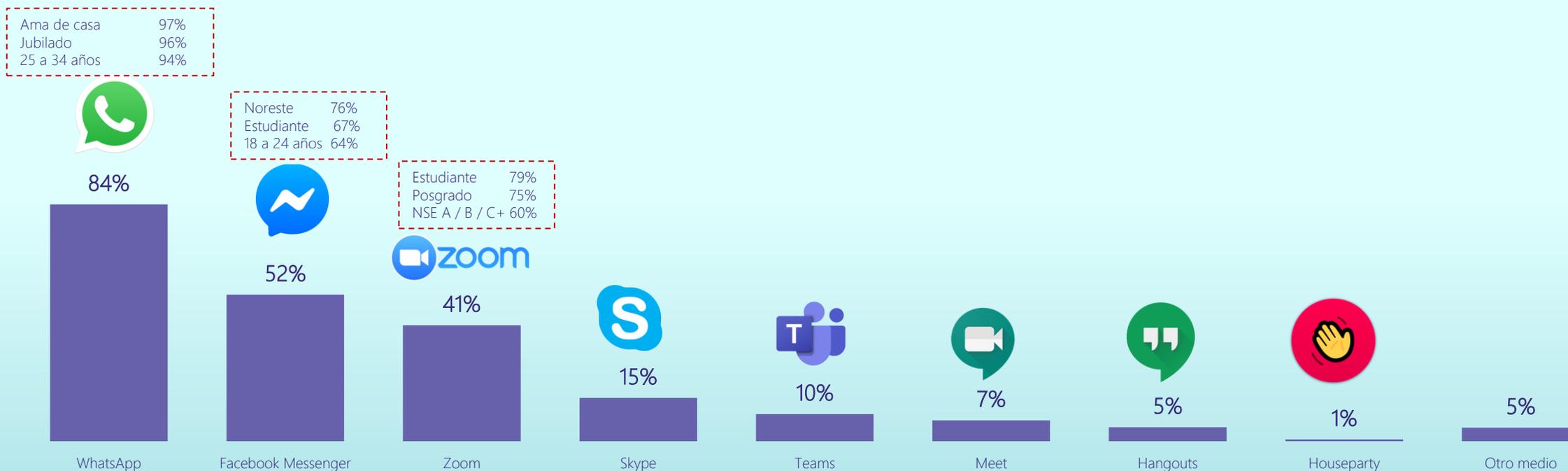
Durante la pandemia, las redes sociales se han convertido en la mejor opción para mantenerse comunicado tanto con personas del trabajo o escuela como entre amigos o familiares

Empleo de medios de comunicación



WhatsApp es el líder en videollamadas y llamadas de audio, seguido por Messenger y zoom

Principales aplicaciones usadas para realizar videollamadas o llamadas de audio



Base personas que usan videollamadas como medio de comunicación durante la pandemia: 637
Promedio de respuestas por persona: 2.2



¡Muchas gracias!

Tel.5208.3457 Sitio web planningquant.com

ivan@planningquant.com

alan@planningquant.com

blanca@planningquant.com

karla@planningquant.com

Este proyecto se ha realizado en cumplimiento de la norma internacional UNE-ISO-20252:2012

