

Coronavirus COVID-19

Cómo nos adaptaremos a la nueva normalidad



Presentación de resultados
Cuarto levantamiento
Junio 2020



PQR
Planning Quant

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

646 casos con un margen de error de +/-3.9% al 95% de confianza.



Cuestionario

Cuestionario estructurado con una duración aproximada de 12 minutos de aplicación.



Periodo de levantamiento

Del 3 al 7 de junio de 2020.



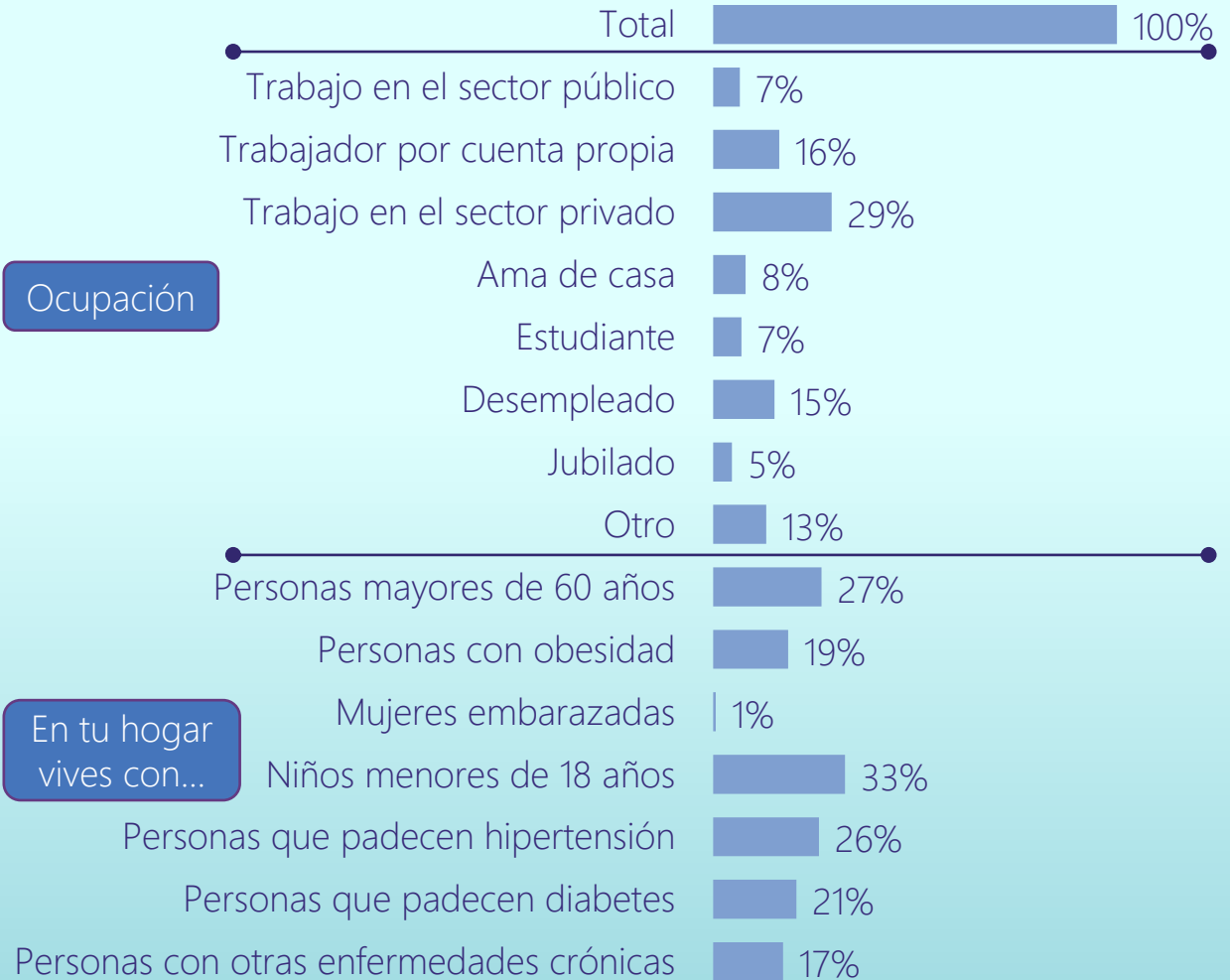
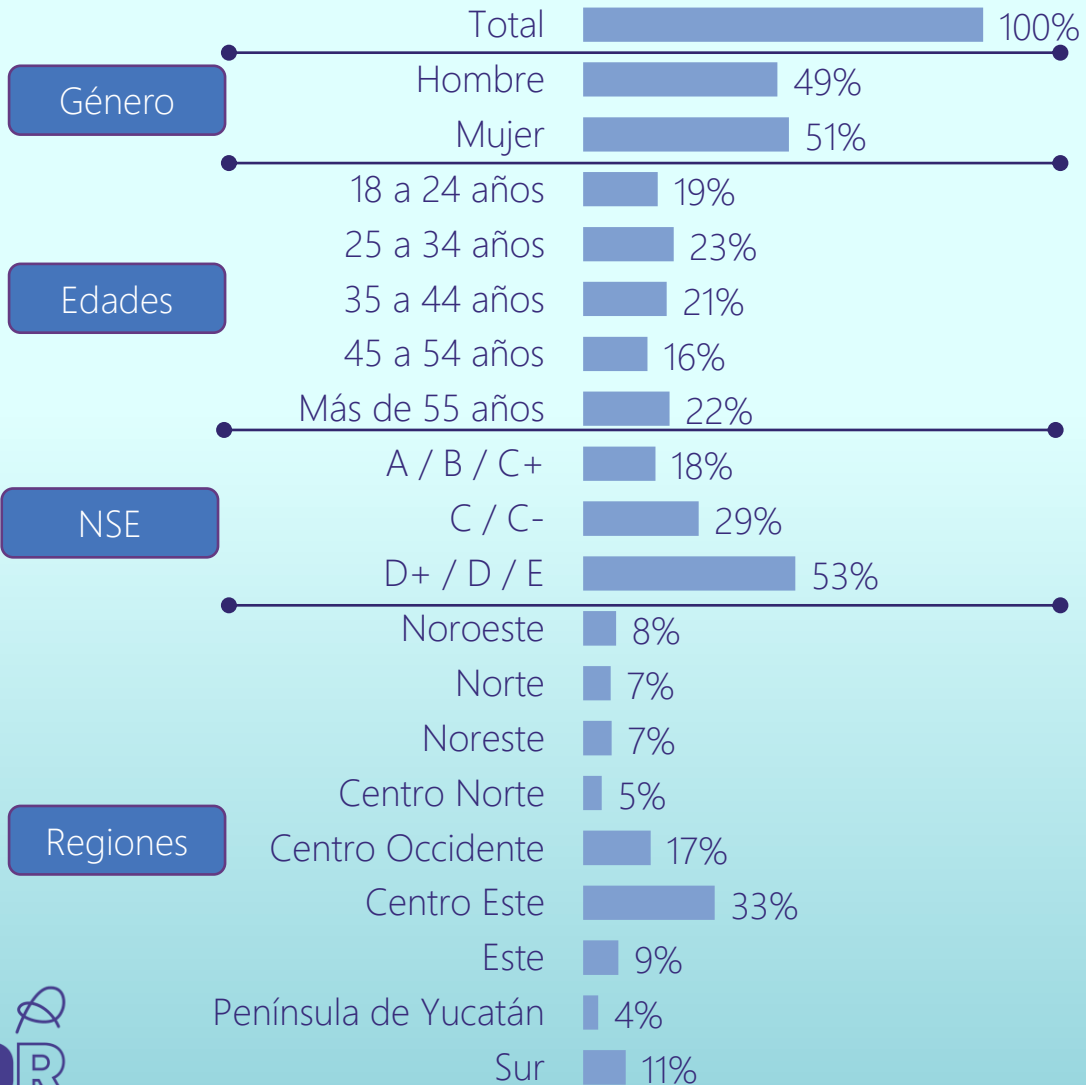
Contenido

Opinión general de los mexicanos acerca del Covid-19.

- Nueva normalidad
- Percepción de la economía en los hogares
- Evaluación de marcas
- Evaluación de gobierno



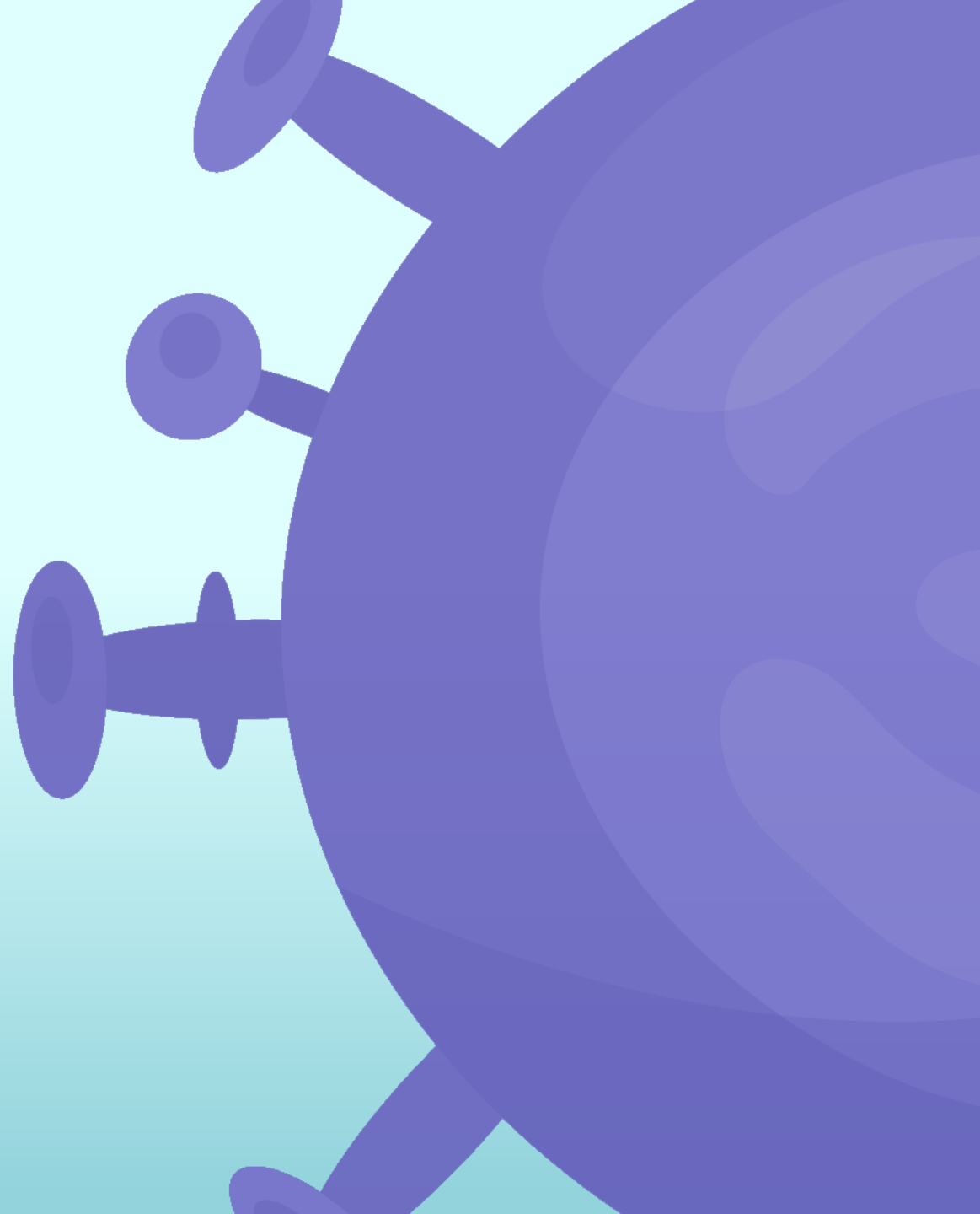
Perfilamiento de la muestra ponderada





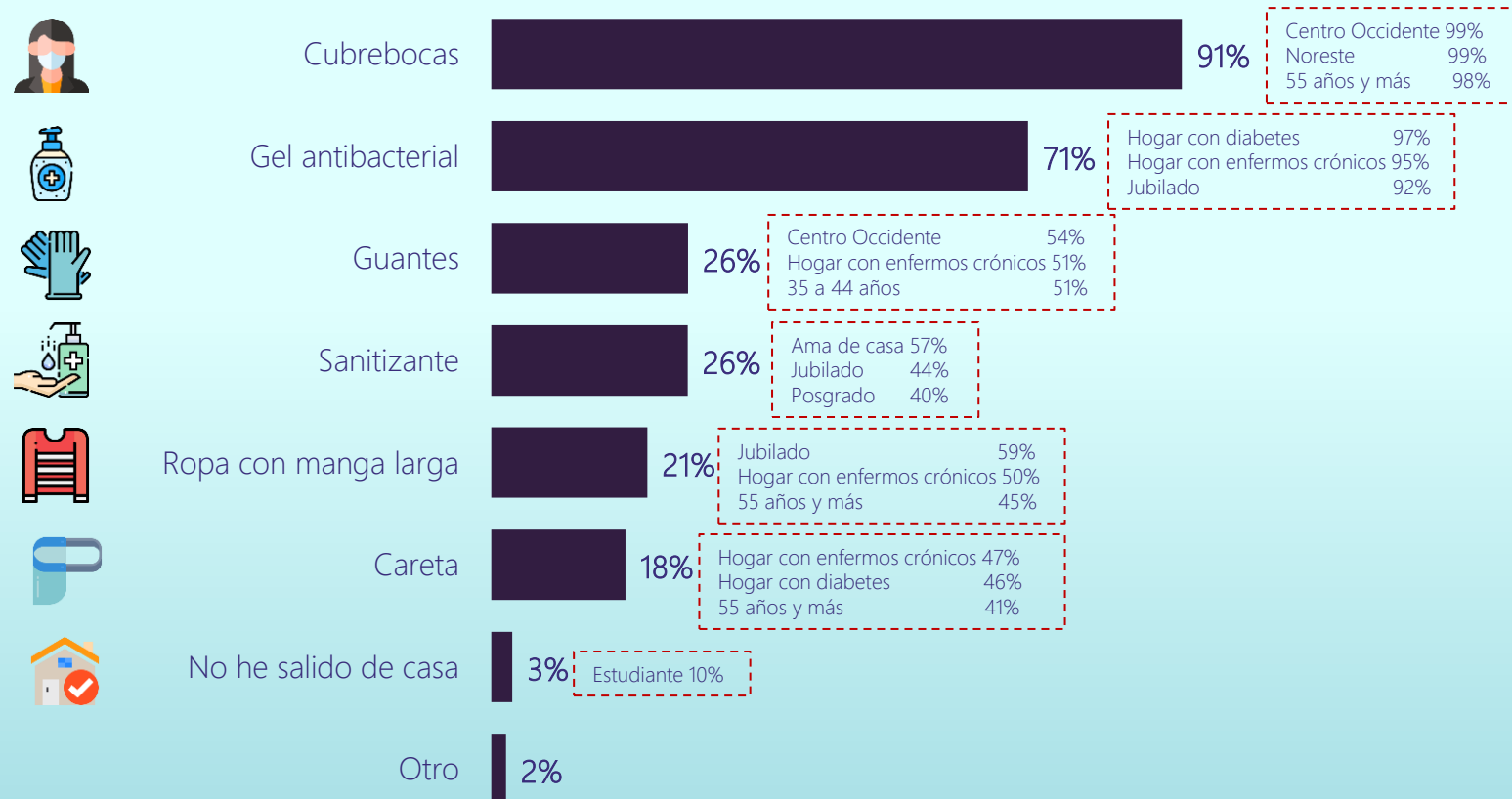
Adaptación a la nueva normalidad

Resultados



Cubre bocas y gel antibacterial son los accesorios básicos para salir a la calle en la nueva normalidad

Insumos al salir de casa



Base total entrevistas: 646

Promedio de respuestas por persona: 2.6

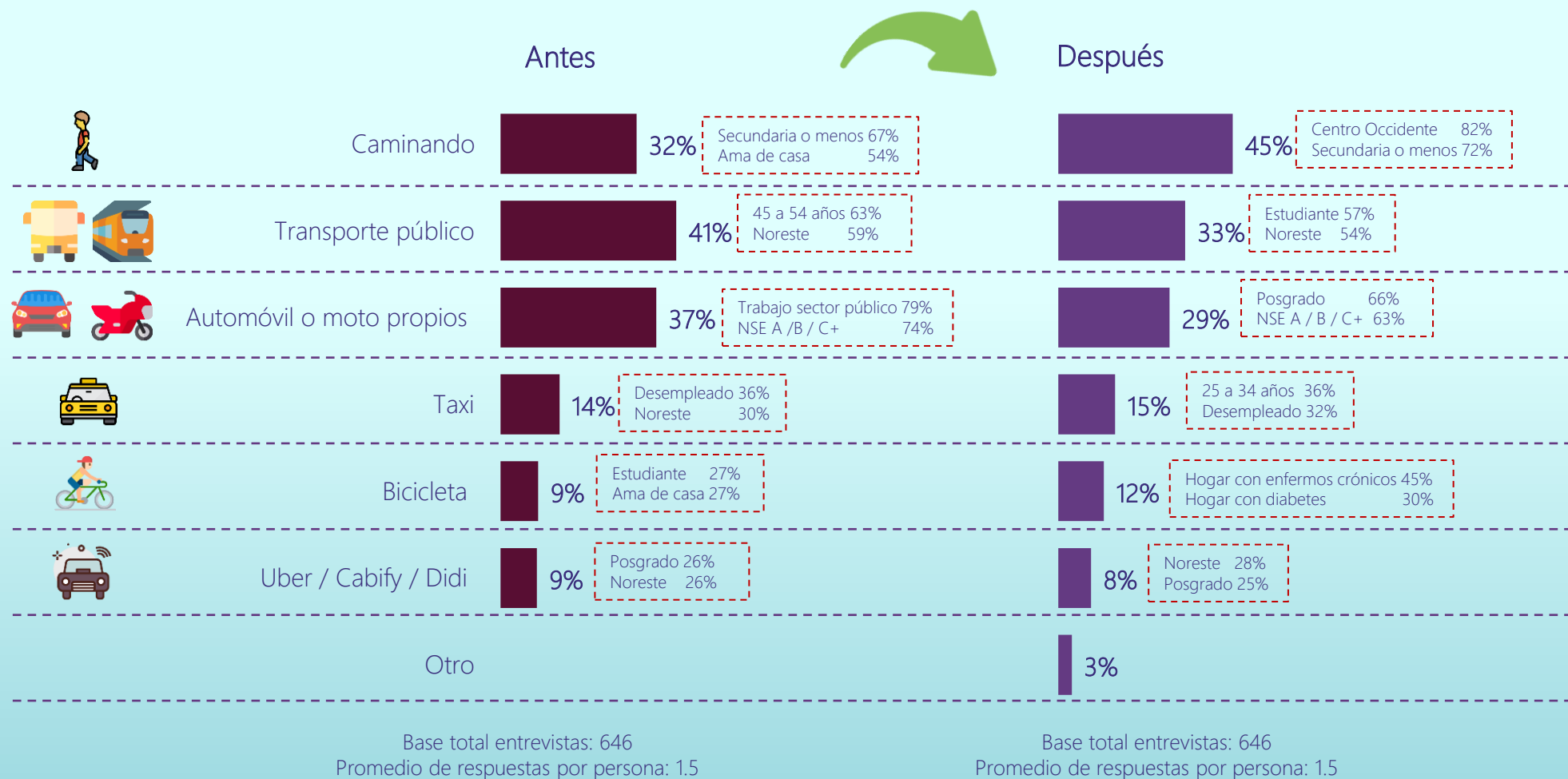
P18. En la nueva normalidad al salir de casa, ¿cuáles de los siguientes insumos empleas?

*Las personas podían seleccionar 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

En la nueva normalidad, la forma preferida para trasladarse será caminando en detrimento del uso del transporte público y automóvil

Formas de trasladarse antes y después de la cuarentena



P16. Antes de la cuarentena ¿Cómo realizabas tus desplazamientos diarios?

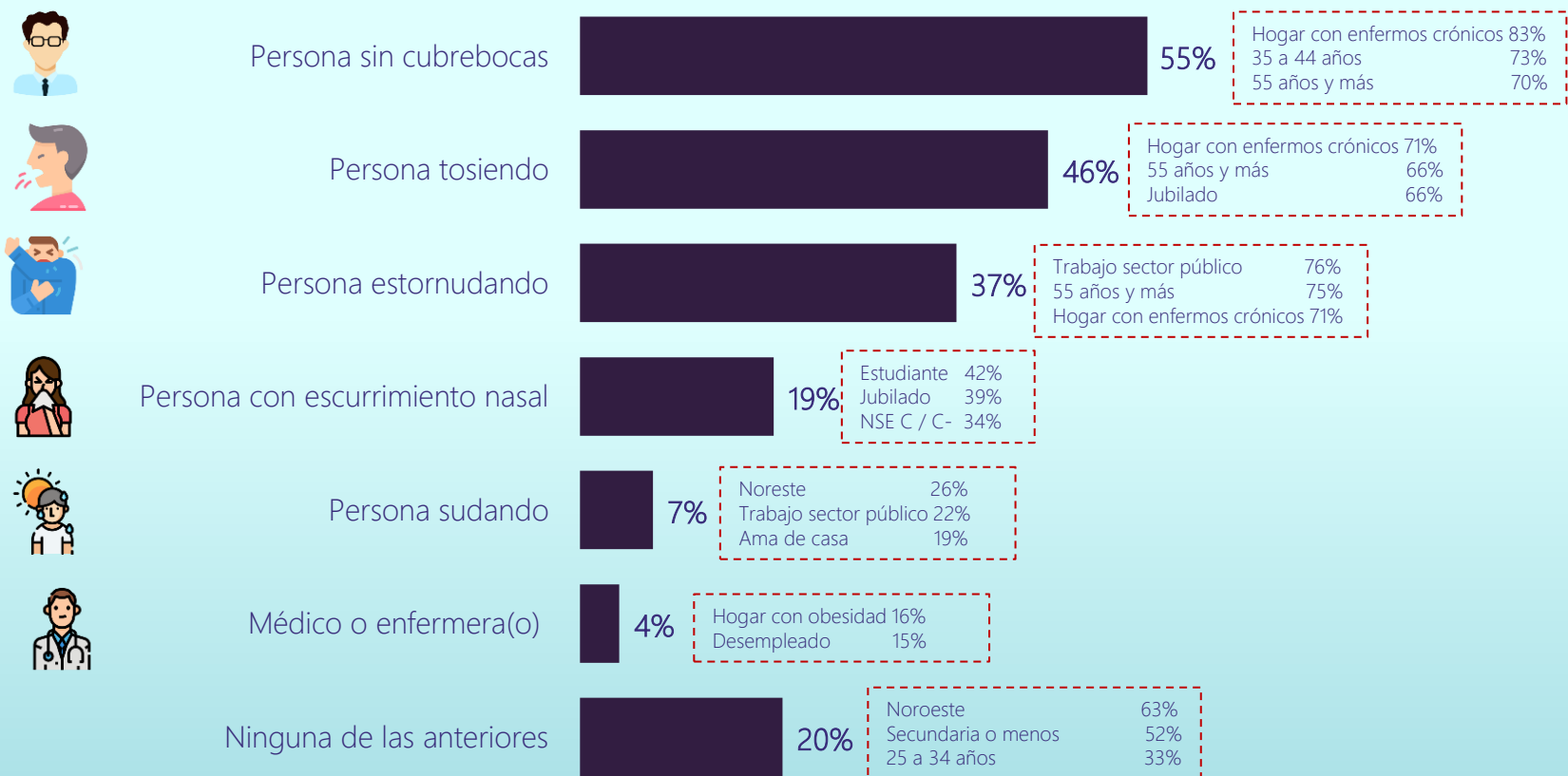
P17. A partir de la nueva normalidad ¿Cómo piensas realizar tus desplazamientos diarios?

*Las personas podían seleccionar 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

La gente prefiere evitar a personas sin cubrebocas o que tosan o estornuden

Personas que se evitan



Base total entrevistas: 646
Promedio de respuestas por persona: 1.9

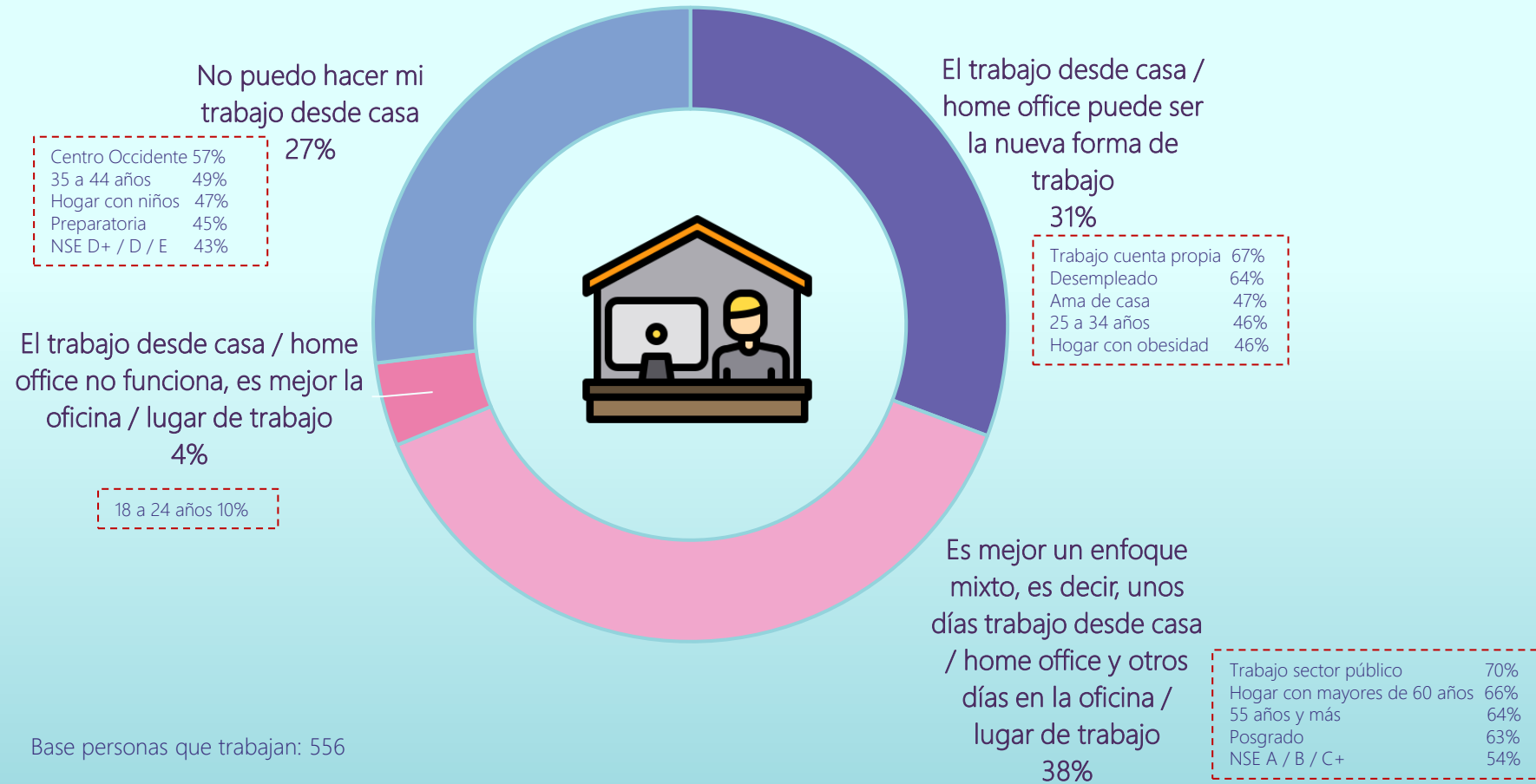
P13. Supongamos que te encuentras en la fila del supermercado/mercado, guardando una sana distancia; indica qué persona o personas te harían cambiar de fila si estuvieran adelante o detrás de ti.

*Las personas podían seleccionar 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

Al 38% de los entrevistados le gustaría combinar home office y oficina

Home office como la nueva forma de trabajo

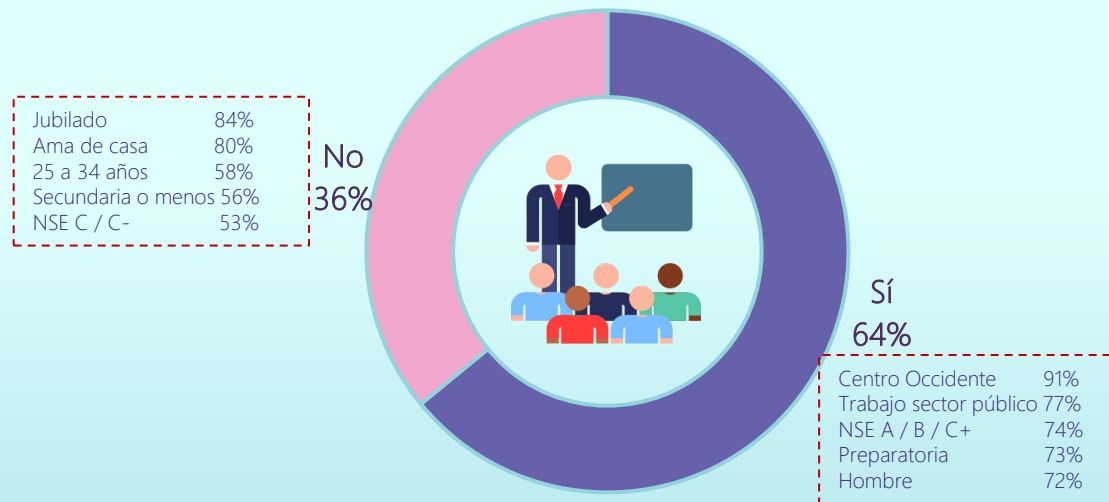


En el recuadro se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto

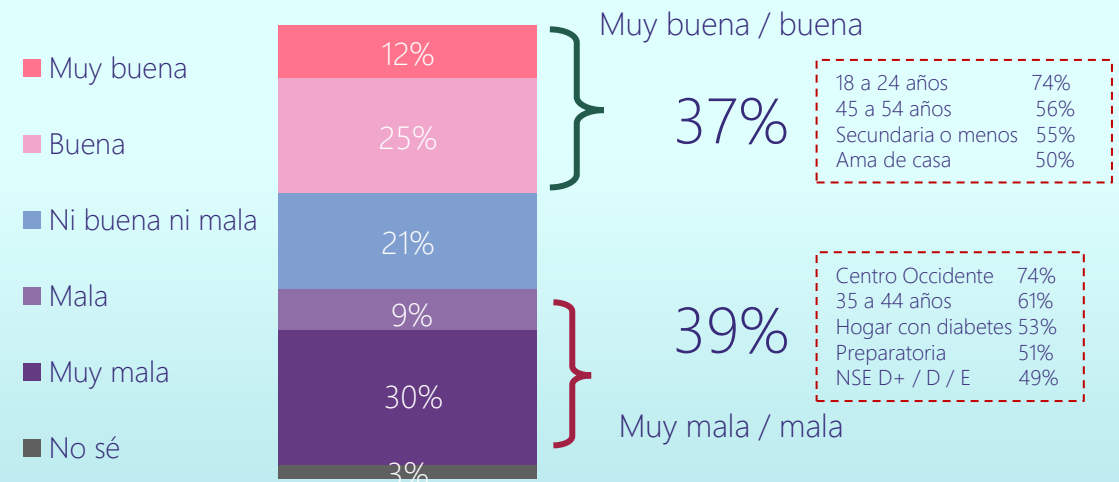
P14. Respecto al trabajo desde casa / home office y en el contexto de la nueva normalidad, consideras que...

Solo el 64% de los padres enviará a sus hijos a clases presenciales para el siguiente ciclo escolar

Independientemente de lo que digan las autoridades, ¿enviarás a tus hijos a clases presenciales a partir del siguiente ciclo escolar?



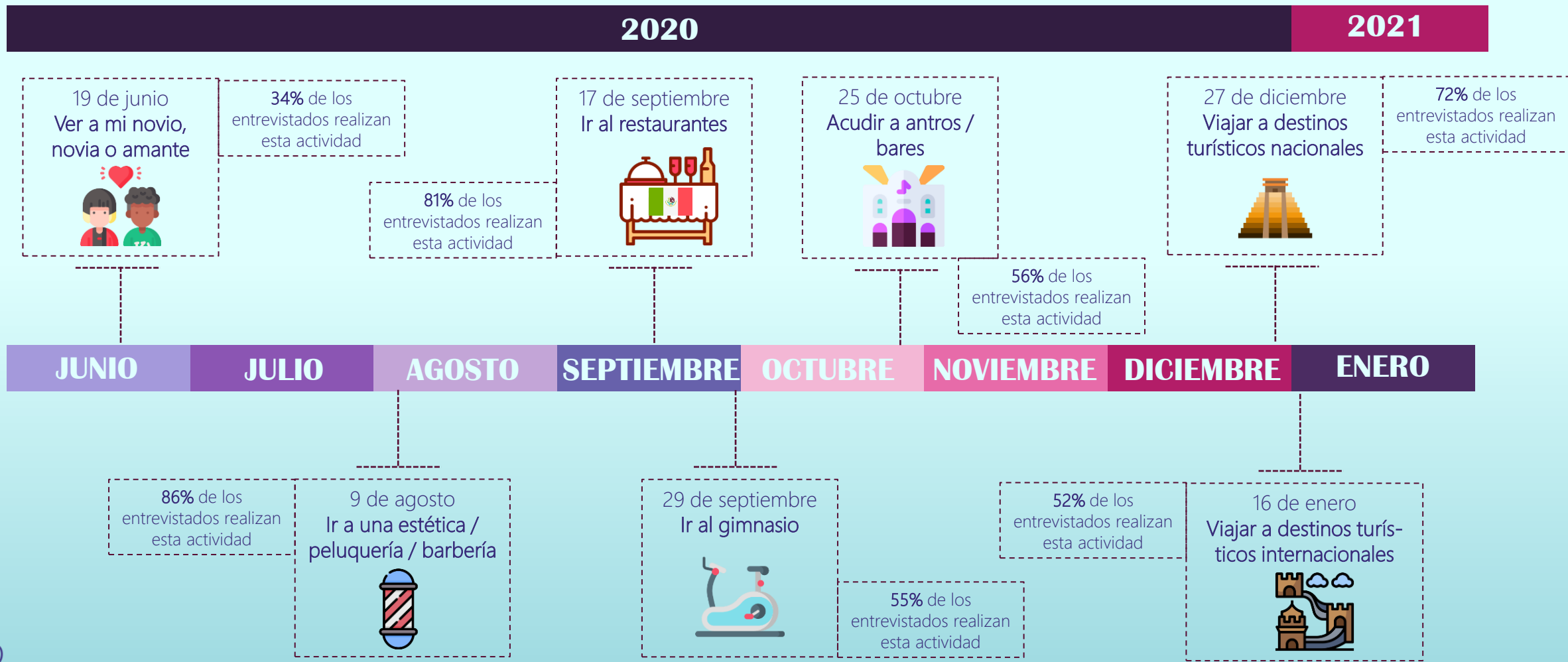
Consideras que la educación a distancia durante el confinamiento ha sido...



Base personas con hijos en la escuela: 342

Primero el novio(a), luego la estética y después el restaurante

Fechas **estimadas** en que las personas planean retomar la actividad



P15. Aproximadamente ¿en qué momento planeas retomar las siguientes actividades?

*La fecha estimada de reactivación se calculó a partir del promedio de días en que las personas planean retomar la actividad en cuestión.

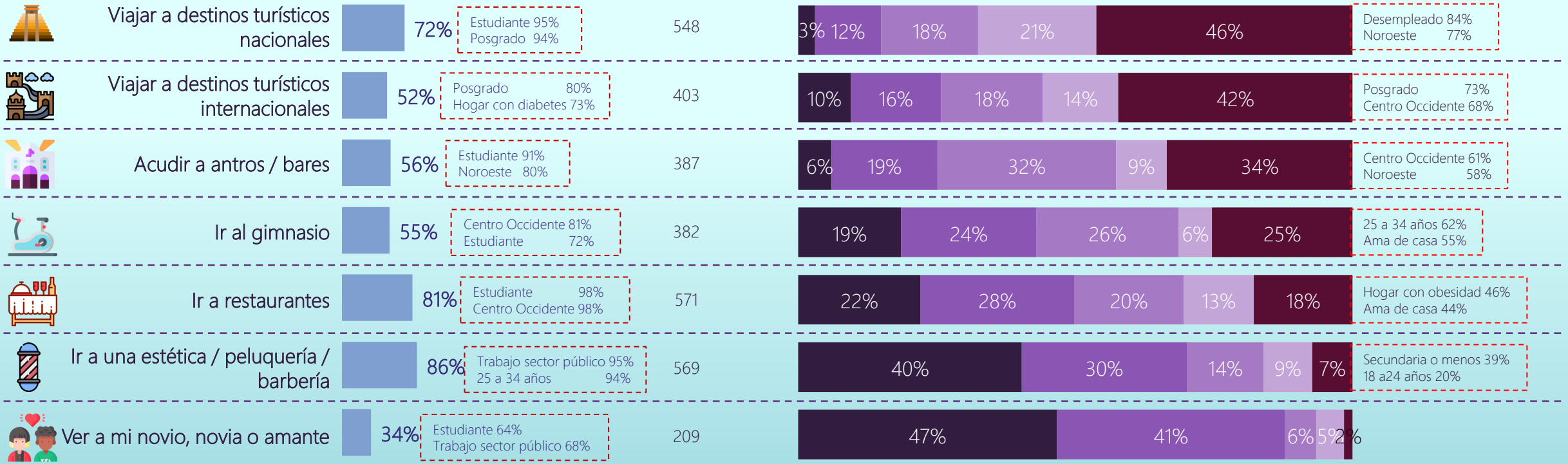
Las actividades turísticas, ya sea a destinos nacionales o a internacionales, son las actividades económicas que se pretenden retomar hasta el 2021

Reactivación de la economía

% de personas que realizan la actividad

Base

■ Junio ■ Julio - Agosto ■ Septiembre - Octubre ■ Noviembre - Diciembre ■ Hasta el 2021



Base total entrevistas: 646

P15. Aproximadamente ¿en qué momento planeas retomar las siguientes actividades?

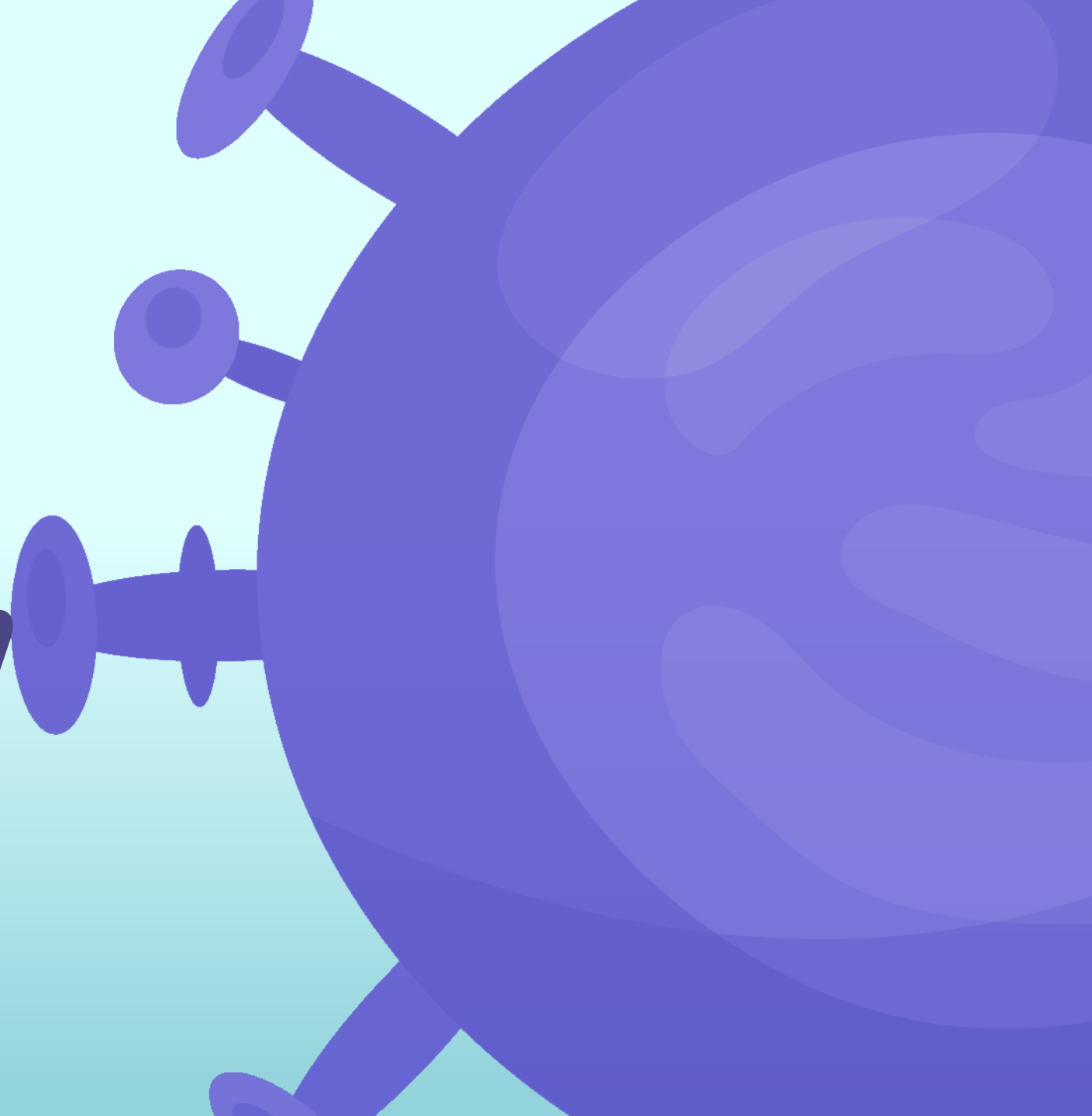
*Las personas podían seleccionar más de una opción, la suma de los porcentajes no es 100%

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



Economía en los hogares

Resultados



Ante la incertidumbre económica habrá mayor atención a los precios y se reducirá el gasto

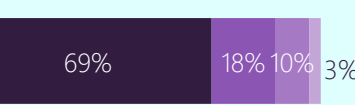
Acciones ante la incertidumbre económica

■ Me describe mucho ■ Me describe algo ■ Me describe poco ■ No me describe para nada



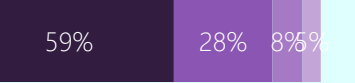
Estaré más **atento a los precios** de los productos o servicios que compro

Centro Occidente 90%
35 a 44 años 86%
Mujer 79%



Reduciré mi **gasto** en los próximos meses

55 años o más 77%
Licenciatura 73%



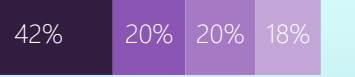
Buscaré reemplazar los productos o servicios que compro por **opciones más baratas**

45 a 54 años 66%
Hombre 49%



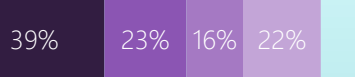
Estoy **ahorrando** todo el dinero que puedo

55 años o más 68%
Hombre 50%



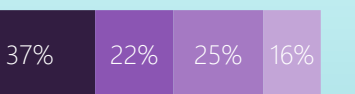
Estoy buscando **cambiarme de trabajo**

Trabaja sector privado 73%
NSE D+/D/E 52%



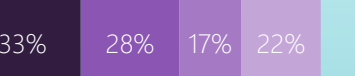
Dejaré de pagar algunos servicios (colegiaturas, gimnasio, televisión de paga)

25 a 34 años 54%
Trabajada en sector privado 54%



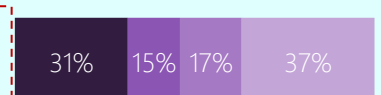
Estoy buscando un **trabajo adicional**

Trabaja cuenta propia 54%
18 a 24 años 48%



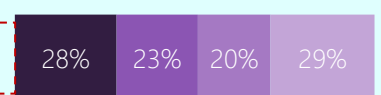
Dejaré de pagar a instituciones financieras

Trabajada en sector privado 58%



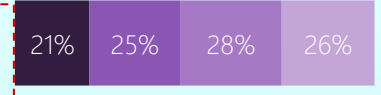
Estoy pensando **vender alguna propiedad o automóvil** o algún otro artículo

35 a 44 años 51%
NSE D+/D/E 42%



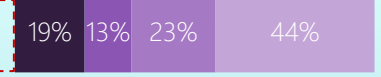
Estoy considerando **pedir un préstamo**

35 a 44 años 40%
Trabajada en sector privado 38%



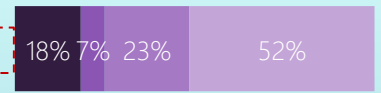
Dejaré de pagar a personas que me han prestado

45 a 54 años 36%
Mujer 31%



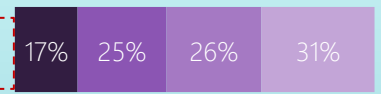
Dejaré de pagar impuestos

55 y más 43%



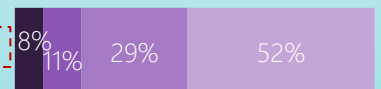
Voy a abrir un **nuevo negocio**

Centro Occidente 55%
18 a 24 años 42%



Usaré más mi **tarjeta de crédito**

Mujer 13%



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

P10. Con la intención de mantener tus ingresos en un futuro próximo y ante la incertidumbre económica que ha dejado la pandemia ¿qué tanto te describen las siguientes situaciones?

La situación laboral comienza a mantenerse estable

Situación laboral



Hemos perdido nuestro empleo



41%

Desempleado	80%
Secundaria o menos	61%
Hogar con enfermos crónicos	60%
Trabajo sector privado	59%
NSE D+ / D / E	53%



Hemos tenido que cerrar nuestro negocio



16%

Trabajo cuenta propia	34%
Desempleado	33%
25 a 34 años	30%
Posgrado	25%
35 a 44 años	24%



Hemos perdido nuestra fuente de ingresos como cobro de rentas, remesas, apoyos gubernamentales o familiares



14%

Estudiante	46%
Noroeste	45%
Jubilado	32%
Trabajo sector público	30%
NSE A / B / C+	27%

No me identifico con ninguna de estas situaciones

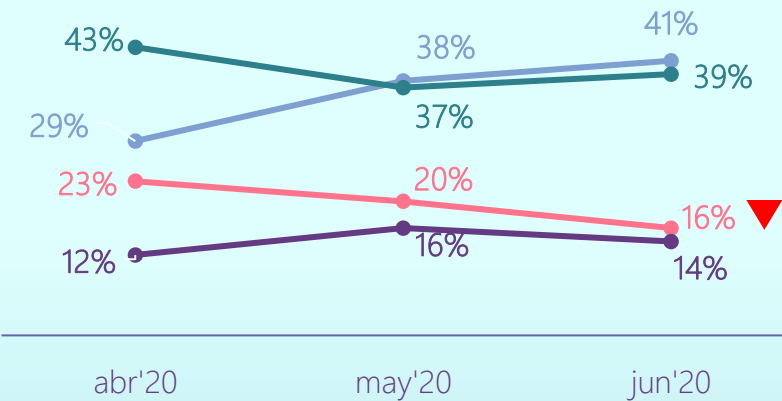


39%

Hogar con niños	57%
Centro Occidente	54%
Mujer	53%
Preparatoria	53%
Jubilado	45%

Base total entrevistas: 646
Promedio de respuestas por persona: 1.1

Situación laboral histórico



- Hemos perdido nuestro empleo
- No me identifico con ninguna de estas situaciones
- Hemos tenido que cerrar nuestro negocio
- Hemos perdido nuestra fuente de ingresos como cobro de rentas, remesas, apoyos gubernamentales o familiares

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

P7. ¿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%

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

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

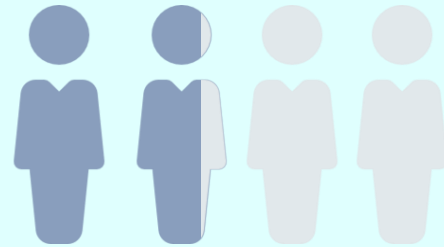
Se registra estabilidad en el número de personas por hogar que mantiene su fuente de ingreso.



Promedio de habitantes por hogar entrevistado

3.6

Medición mayo: 3.7



Promedio de habitantes que han generado ingresos en el hogar

1.7

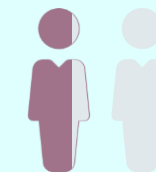
Medición mayo: 1.7



Promedio de habitantes que continúan generando ingresos de manera normal

1.0

Medición mayo: 1.0



Promedio de habitantes que han perdido alguna de sus fuentes de ingresos a partir de la pandemia

0.7

Medición mayo: 0.7



Promedio de habitantes que no generan ingresos

1.9

Medición mayo: 2.0

Base total entrevistas: 649

P8. A partir de la pandemia, ¿cuántas personas en tu hogar han perdido sus fuentes de ingresos?

P24. ¿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?

El promedio de los ingresos percibidos por hogar va a la baja. Continúa incrementando la cantidad de hogares que se ha quedado sin ingresos

Percepción de ingresos

Los hogares están recibiendo en promedio el **40%** de sus ingresos habituales



Continuamos recibiendo nuestros ingresos completos (100%) **14%**

Trabajo sector público	73%
Jubilado	37%
Noreste	30%
55 años y más	26%
45 a 54 años	23%



Recibimos aproximadamente tres cuartas partes (75%) de nuestros ingresos **13%**

Estudiante	44%
Noroeste	36%
18 a 24 años	20%
25 a 34 años	20%



Recibimos aproximadamente la mitad (50%) de nuestros ingresos **23%**

25 a 34 años	41%
Posgrado	40%
Desempleado	35%
Hogar con enfermos crónicos	32%



Recibimos aproximadamente una cuarta parte (25%) de nuestros ingresos **18%**

Ama de casa	38%
Noreste	36%
25 a 34 años	29%
Estudiante	29%
NSE D+ / D / E	23%

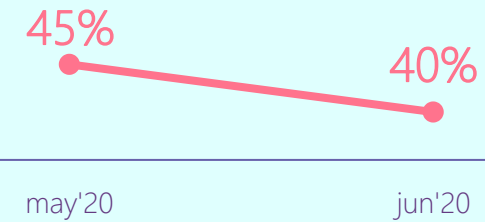


Hemos perdido la totalidad de nuestros ingresos **32%**

Centro Occidente	71%
35 a 44 años	54%
Secundaria o menos	47%
NSE D+ / D / E	46%
Trabajo cuenta propia	46%

Base total entrevistas: 646

Promedio del ingreso que están recibiendo los hogares a causa de coronavirus con respecto a sus ingresos habituales



Porcentaje de hogares que han sufrido la pérdida total de sus ingresos



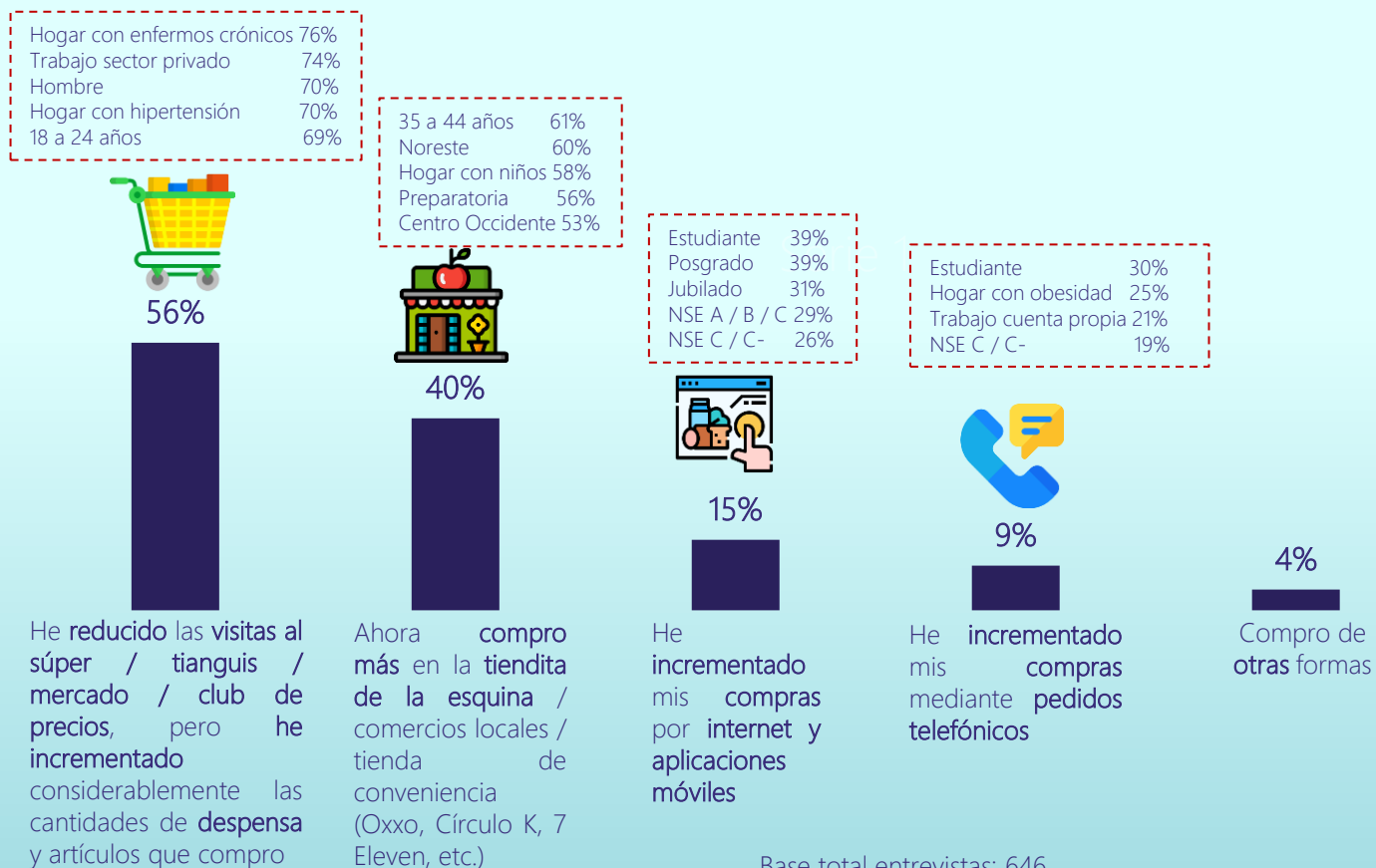
En el recuadro se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto

P9. A partir de la pandemia, considerando el ingreso de todos los miembros del hogar, ¿en qué situación se encuentran?

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

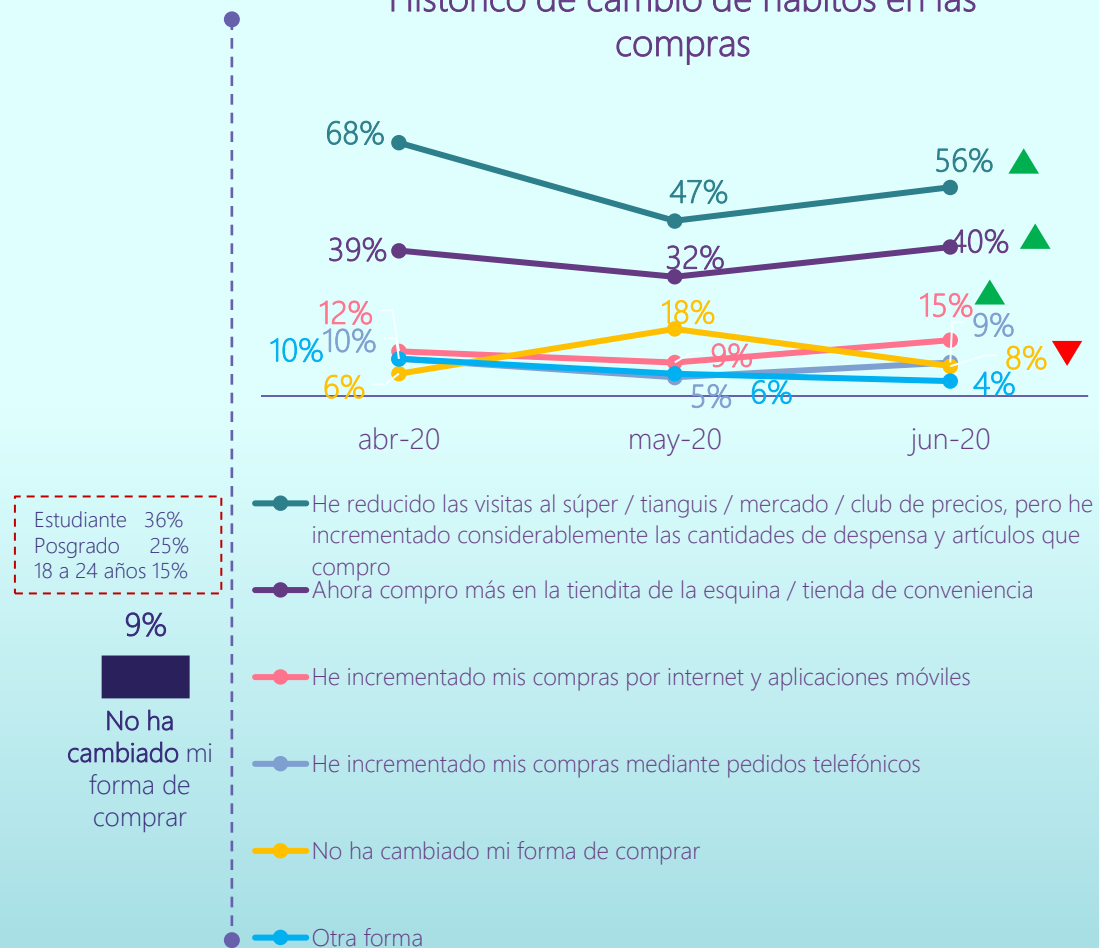
Algunas personas retoman las compras de pánico

Cambio de hábitos en las compras



Base total entrevistas: 646
Promedio de respuestas por persona: 1.3

Histórico de cambio de hábitos en las compras



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

A partir de la cuarentena los hombres comenzaron a ir al supermercado y a decidir sobre las marcas que compran

Hábitos modificados a raíz de la pandemia

% de personas que realizan la actividad

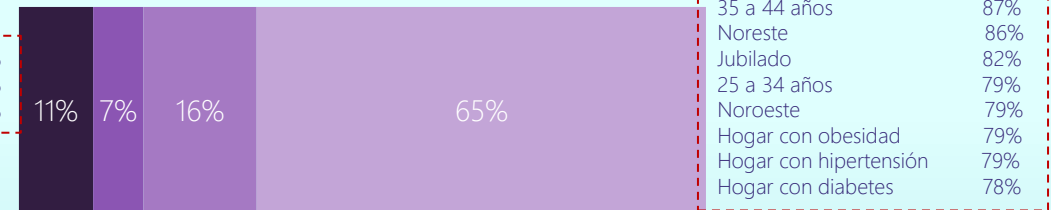
- La comencé a realizar a partir de la cuarentena
- Ahora la realizo con mayor frecuencia a partir del inicio de la cuarentena
- La sigo realizando con la misma frecuencia que antes del inicio de la cuarentena
- Ahora la realizo con menor frecuencia a partir del inicio de la cuarentena



Ir al supermercado / tianguis / mercado

90%

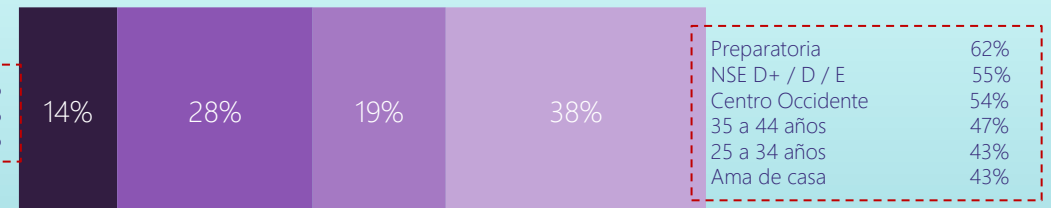
18 a 24 años 22%
NSE AB/C+ 22%
Hombre 18%



Decidir sobre qué marcas o productos comprar en el supermercado / tianguis / mercado

89%

NSE A /B / C+ 31%
55 años y más 25%
Hombre 20%



Base total entrevistas: 646

P12. A partir del inicio de la cuarentena ¿qué actividades has comenzado a realizar o qué actividad realizas con mayor frecuencia que antes?

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



Marcas

Resultados



Bimbo, Coca-Cola y Grupo Modelo se mantienen en el top de marcas solidarias

Marcas solidarias



Ninguna marca está siendo solidaria

26%

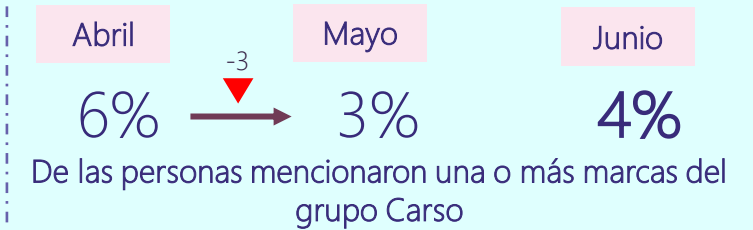
Todas las marcas están siendo solidarias

15%

No recuerda marcas que estén siendo solidarias

26%

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



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

Grupos Salinas y Asea disminuyeron su percepción como marcas no solidarias

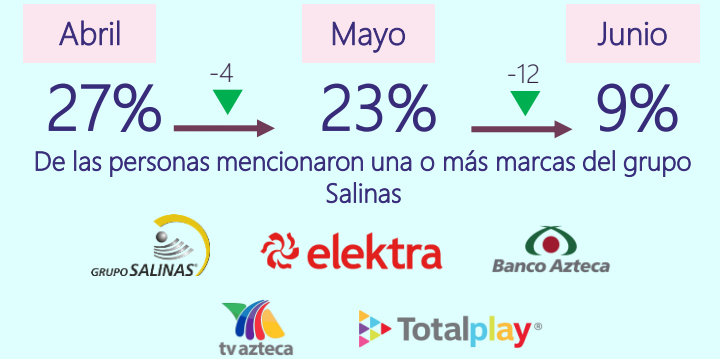
Marcas no solidarias

	Abril	Mayo	Junio
Base	1,030	876	646
Promedio de respuestas por persona	1.9	1.8	1.4
elektra	20%	19% ▼	8% ▲
CFE <small>Comisión Federal de Electricidad</small>	6%	2% ▼	4%
Coppel	6%	8% ▼	4%
Soriana	1%	1%	3%
TELCEL	4%	2%	3%
TELCEL	1%	2%	3%
telcel	3%	0%	2%
GRUPO SALINAS	5%	4%	2%
STARBUCKS COFFEE	5%	3%	2%

No recuerda marcas que no estén siendo solidarias

39%

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



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.



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.

P5. ¿Qué marcas o empresas consideras que no están siendo solidarias ni con sus empleados ni 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



Evaluación de gobierno

Resultados



La aprobación federal supera la aprobación de los gobernadores

Aprobación ante el coronavirus COVID-19

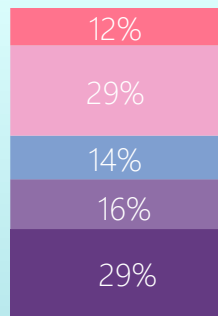
Andrés Manuel López Obrador



Aprueba mucho / algo

Jubilado	82%
Posgrado	69%
Hogar con enfermedades crónicas	64%

41%



Desempleado	79%
Trabajo en el sector público	64%
25 a 34 años	58%

45%

Desaprueba mucho / algo

Base total entrevistas: 646

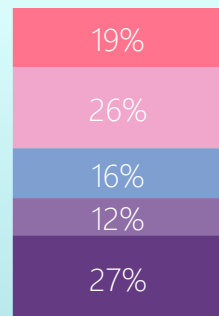
Hugo López-Gatell



Aprueba mucho / algo

Trabaja en el sector público	75%
Estudiante	69%
25 a 34 años	68%

45%



Jubilado	73%
55 y más años	58%
Centro Este	54%

39%

Desaprueba mucho / algo

Base personas que conocen a Hugo López-Gatell: 637

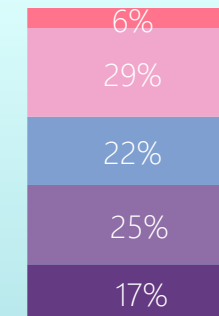
Gobierno estatal o jefatura de gobierno



Aprueba mucho / algo

Posgrado	70%
Trabaja en el sector público	66%
Noroeste	58%

35%



35 a 44 años	67%
Trabaja en el sector privado	57%
Centro Occidente	55%

42%

Desaprueba mucho / algo

Base total entrevistas: 646

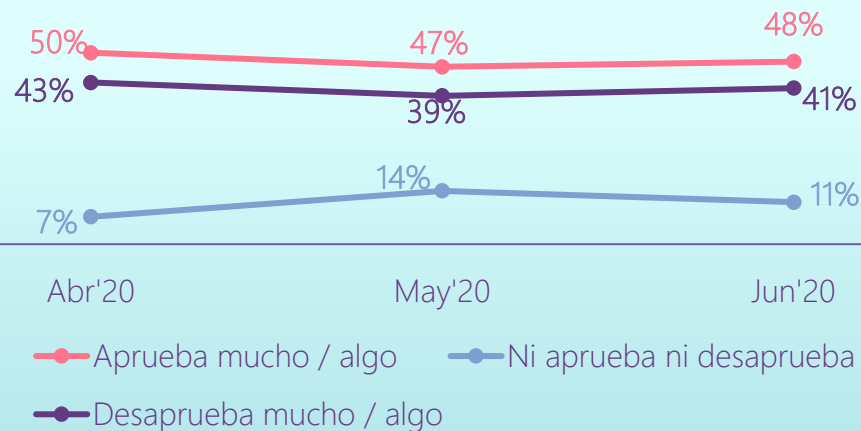
- Apruebo mucho
- Apruebo algo
- Ni apruebo ni desaprebo
- Desapruebo algo
- Desapruebo mucho
- No sé

Estabilidad en el desempeño de López Obrador

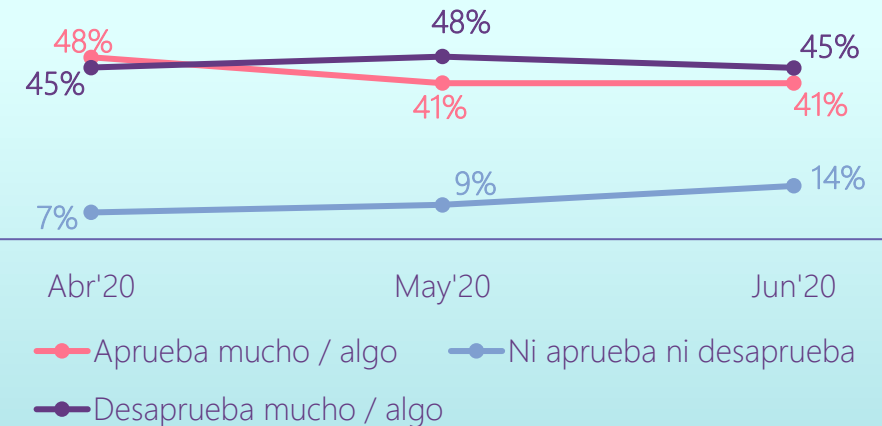
Histórico Andrés Manuel López Obrador



Aprobación de gobierno

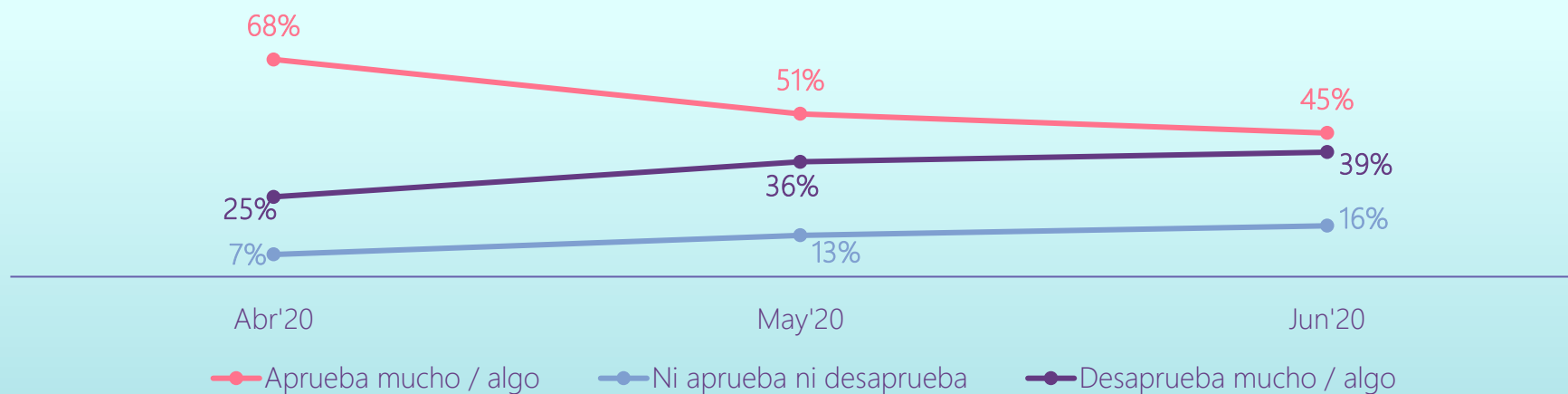


Aprobación ante las acciones tomadas respecto al coronavirus COVID-19*



La aprobación de Gatell continúa a la baja

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





¡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

