

Coronavirus COVID-19

Regreso a clases y festejo del 15 de septiembre



Presentación de resultados
Sexto levantamiento
Agosto 2020



PQR
Planning Quant



Parámetros del proyecto



Metodología

Entrevistas online en México.
Para poder asegurar representatividad a nivel nacional, los resultados fueron ponderados por sexo, 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

603 casos con un margen de error de +/- 4.1% al 95% de confianza.



Cuestionario

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



Periodo de levantamiento

Del 19 al 24 de agosto de 2020.

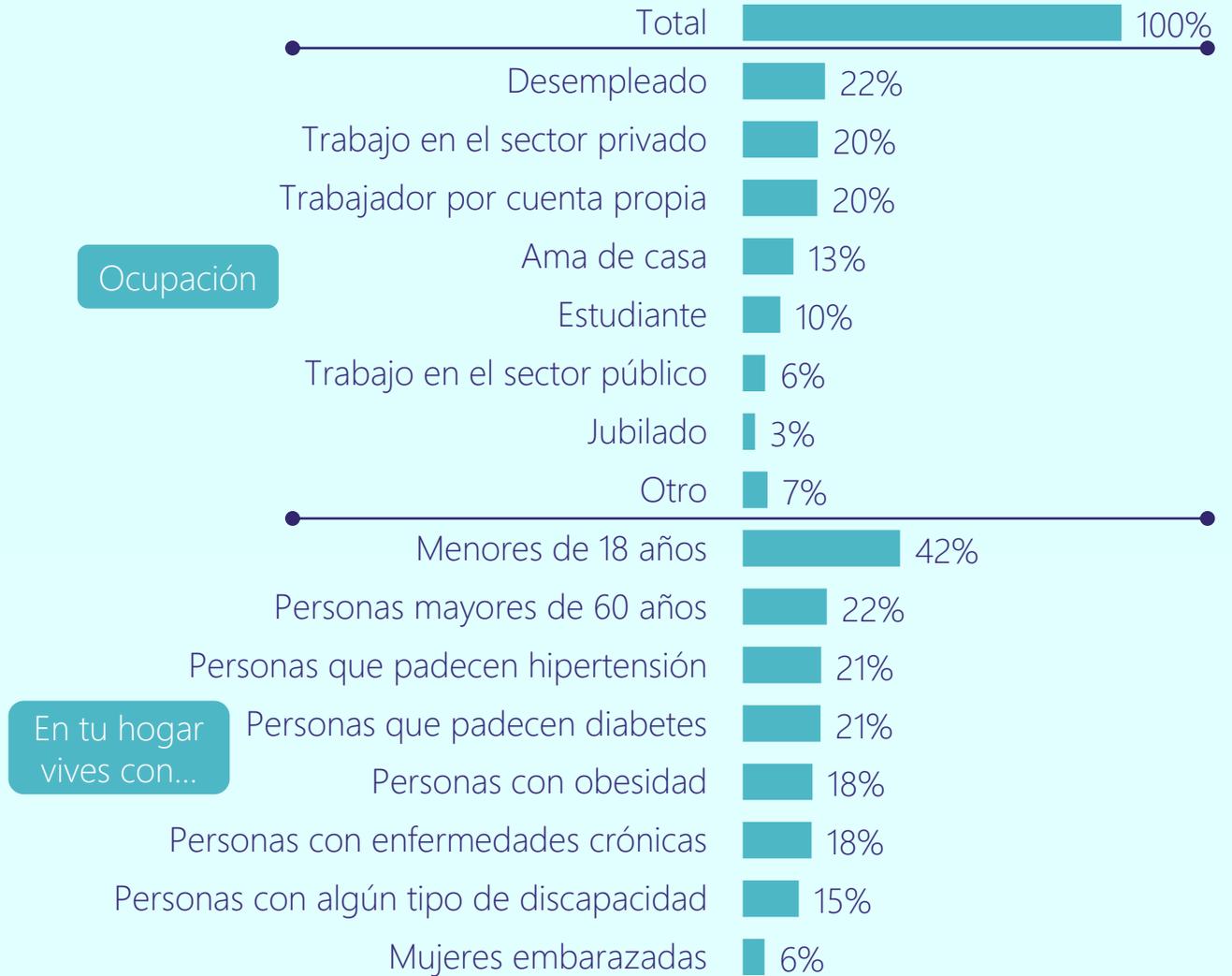
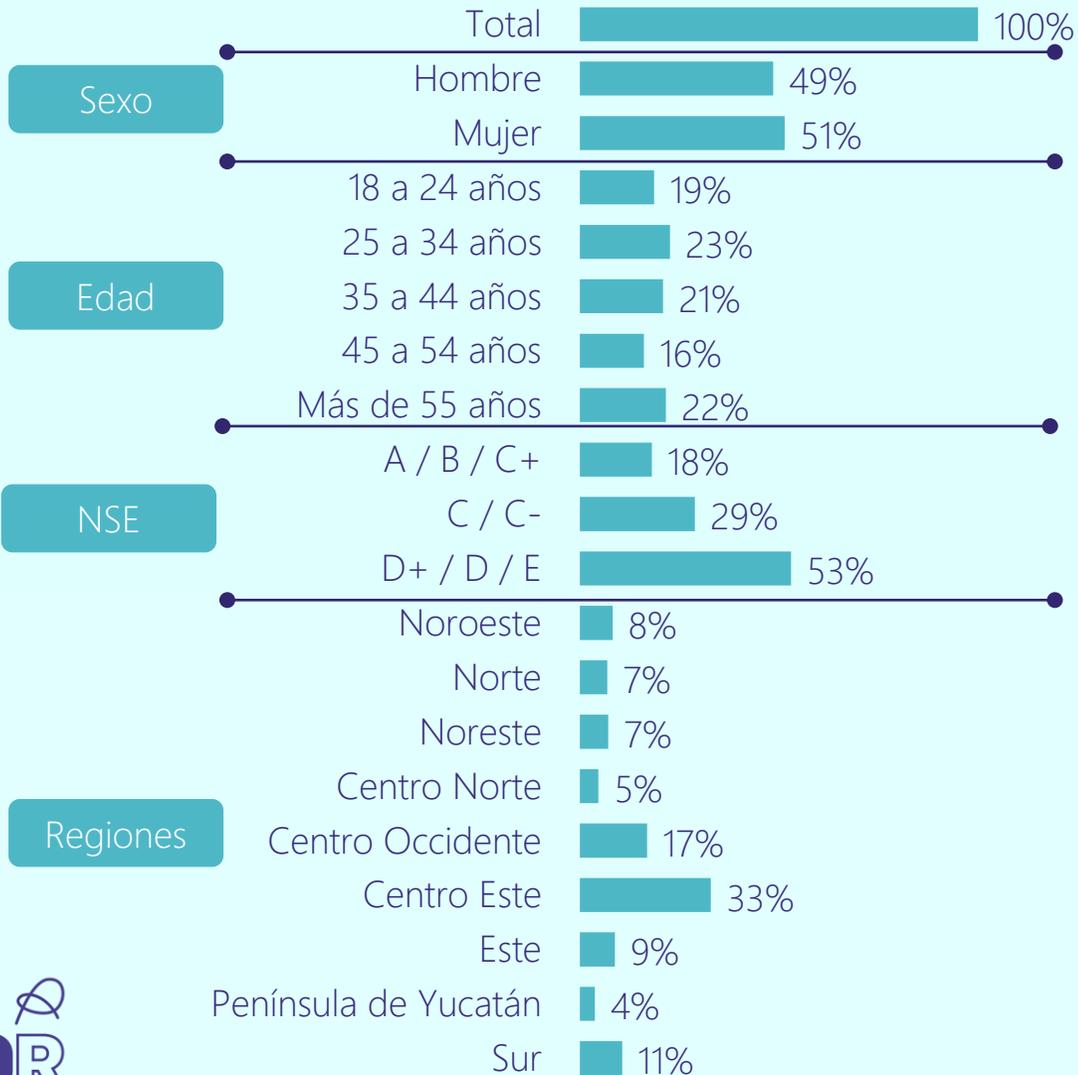


Contenido

Seguimiento a la opinión general de los mexicanos acerca del Covid-19.

- Regreso a clases
- Festejo del 15 de septiembre
- Semáforo epidemiológico
- Nuevo etiquetado de alimentos
- Reinicio de actividades
- Economía en los hogares
- Marcas
- Evaluación de gobierno

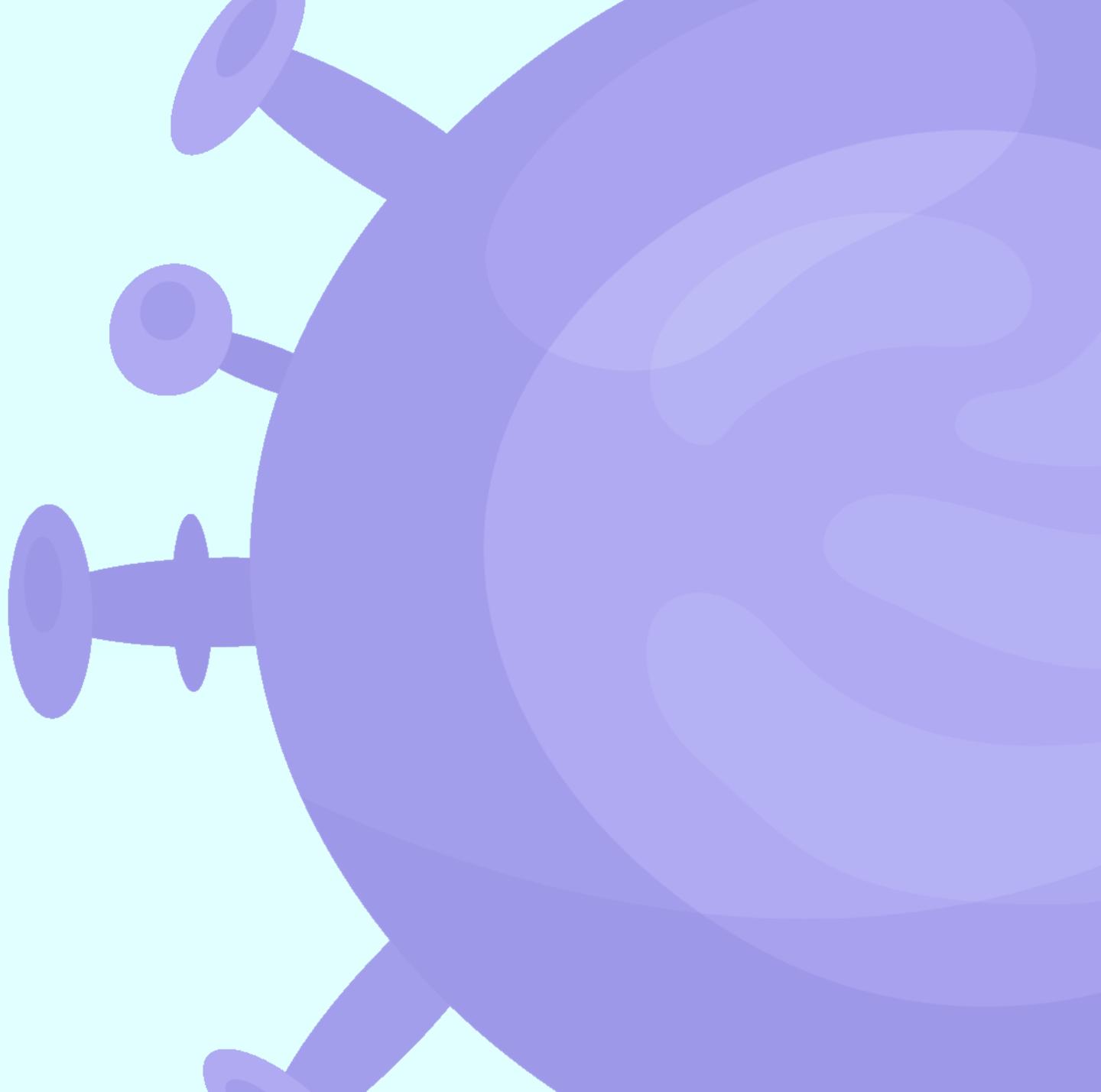
Perfilamiento de la muestra ponderada





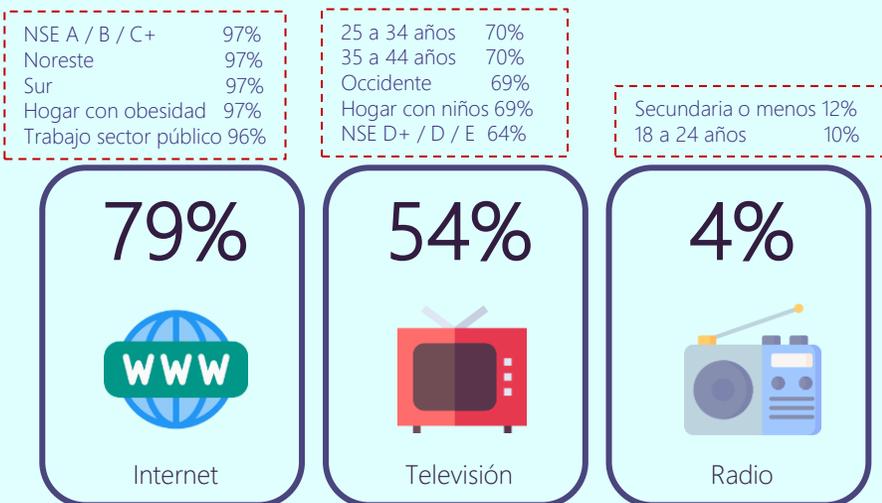
Regreso a clases

Resultados

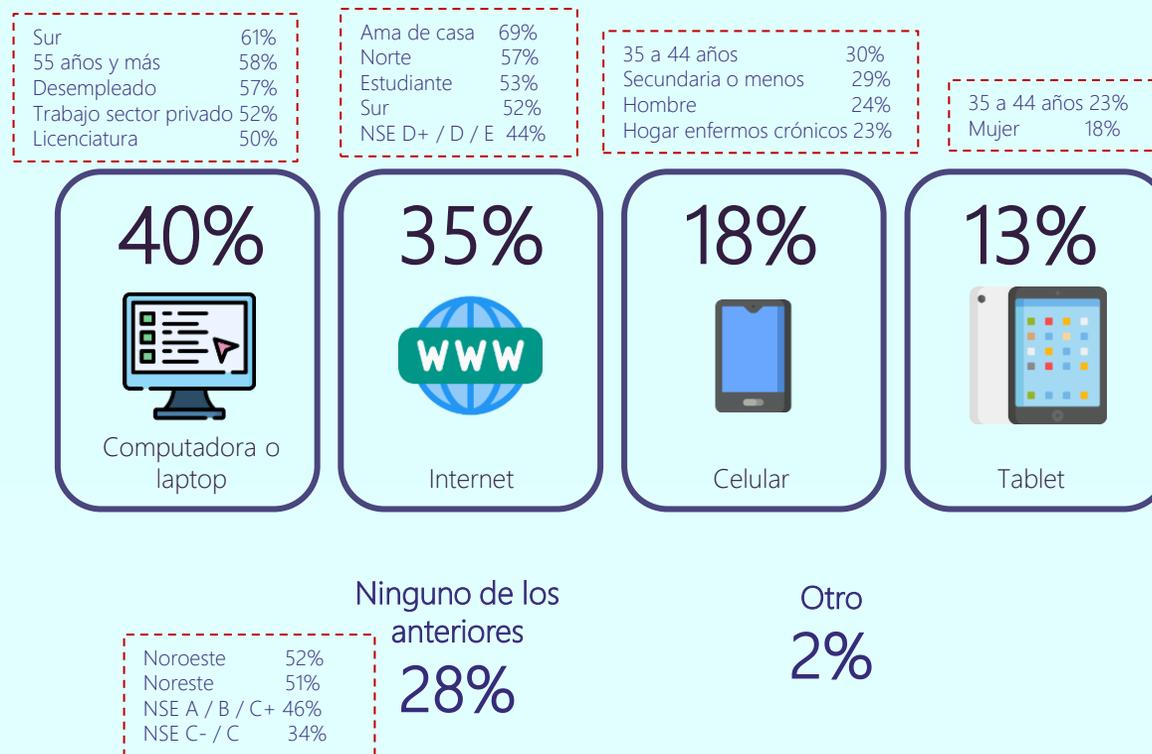


El internet es ahora la herramienta básica para la educación

Medio que se empleará para la educación a distancia



Aparatos y/o servicios a adquirir para la educación a distancia

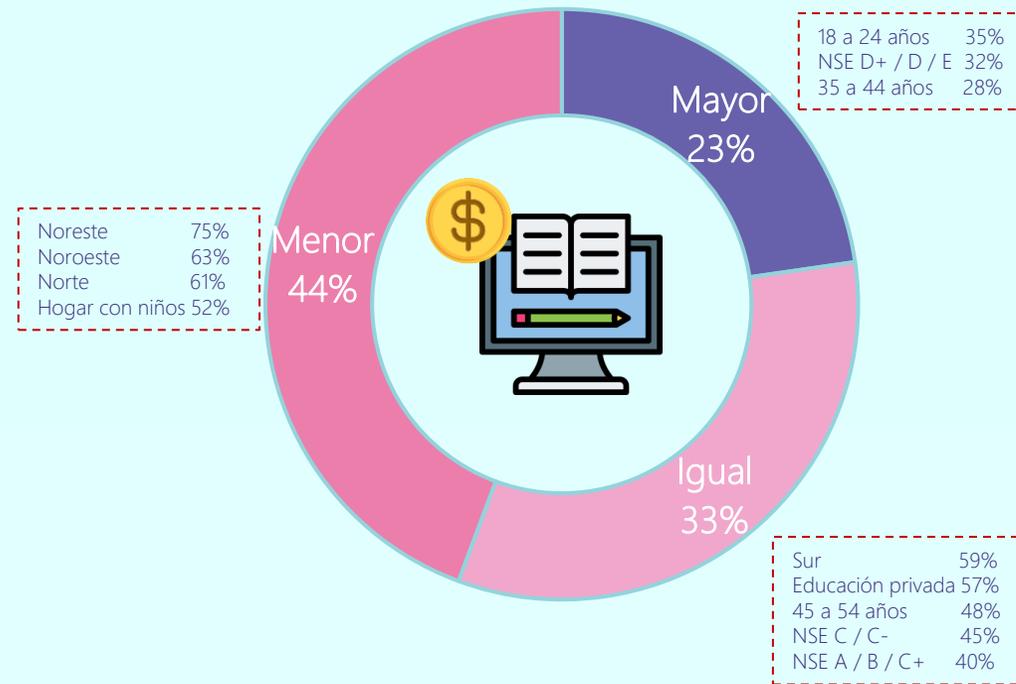


Base personas que estudian o que tienen hijos que estudian: 406
Promedio de respuestas por persona: 1.4

Base personas que estudian o que tienen hijos que estudian: 406
Promedio de respuestas por persona: 1.4

Ventaja de la educación a distancia: el gasto es menor

Con la educación a distancia, ¿consideras que tu gasto en educación es mayor, igual o menor que el gasto que realizabas con la educación presencial?



Base personas que estudian o que tienen hijos que estudian: 406

Opiniones divididas en cuanto a la calidad de la educación a distancia

¿Qué tan de acuerdo estás con que ...?

■ Completamente en desacuerdo ■ Desacuerdo ■ De acuerdo ■ Completamente de acuerdo

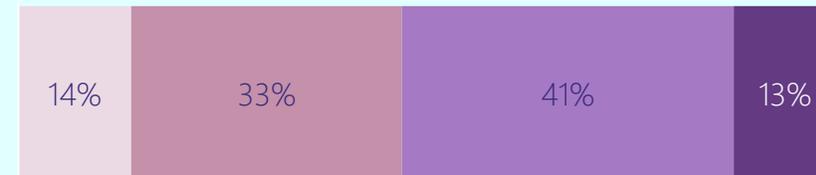
El inicio del ciclo escolar 2020-2021 sea con clases por internet, televisión o radio



Península Yucatán 58%
Hogar con enfermos crónicos 41%
45 a 54 años 40%



La educación a distancia es de buena calidad



45 a 54 años 36%
Hogar con enfermos crónicos 36%
Trabajo sector público 31%



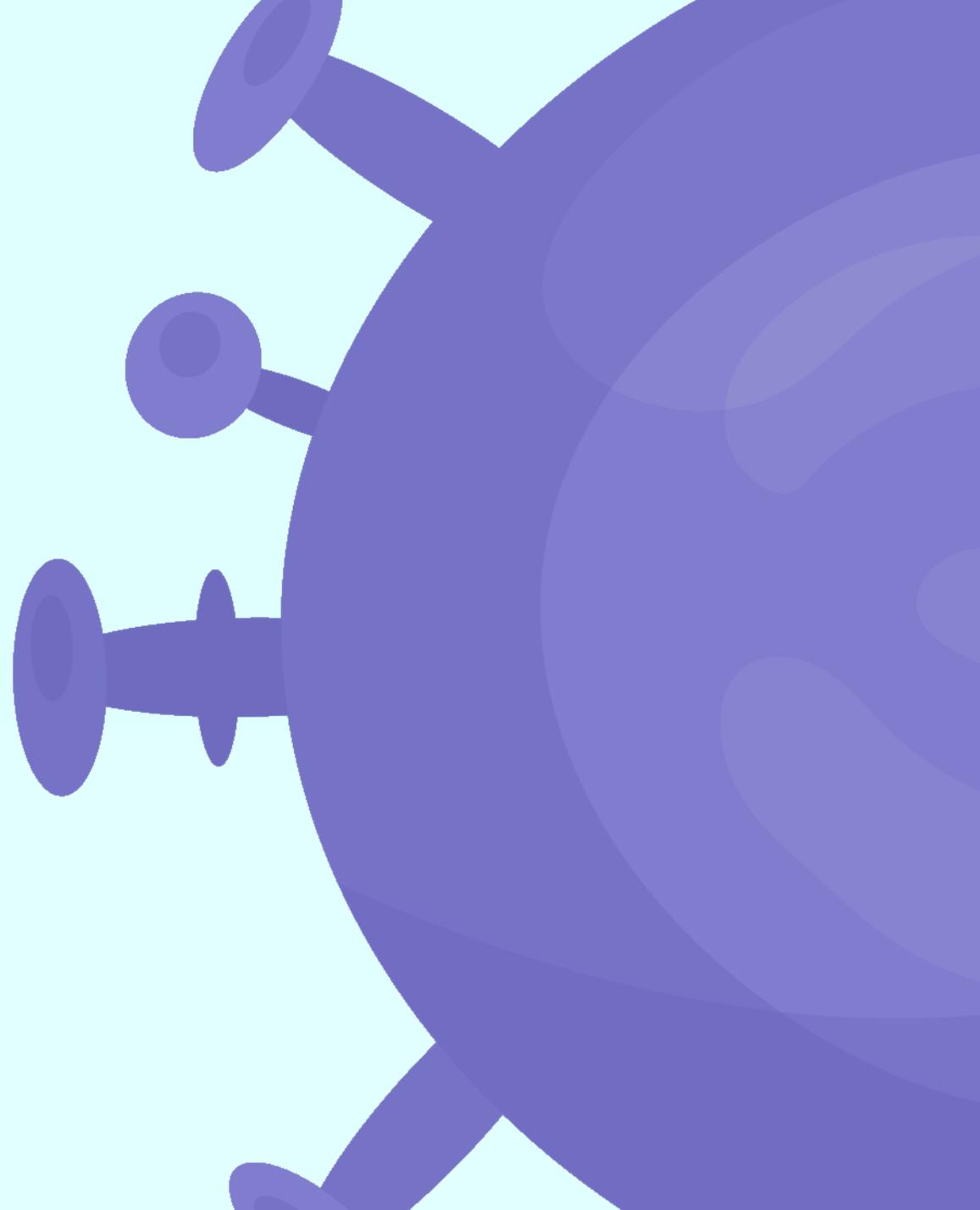
Base total entrevistas: 603

P18. ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con que...?

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



*Festejo del 15 de
septiembre*
Resultados

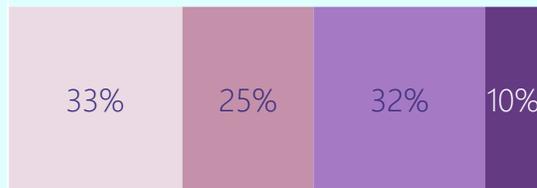


60% de las personas indica que no van realizar festejos del 15 de septiembre

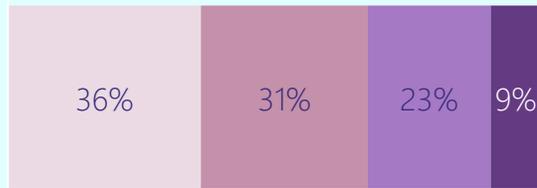
¿Qué tan de acuerdo estás con que ...?

■ Completamente en desacuerdo ■ Desacuerdo
■ De acuerdo ■ Completamente de acuerdo

El presidente López Obrador realice el grito de independencia en el zócalo



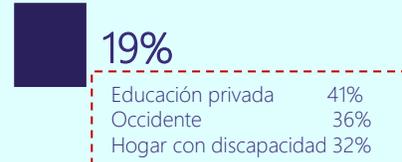
Se lleve a cabo el desfile militar del 16 de septiembre



Base total entrevistas: 603

Formas de celebrar el 15 de septiembre

Una reunión por internet con familiares y/o amigos



Una reunión presencial con familiares y/o amigos



Acudiendo a un lugar público (zócalo, plazas, palacio municipal, etc.)



Alguna otra forma



No voy a festejar / celebrar



Base total entrevistas: 603

P10. ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con que ...?
 P11. ¿Cuál es la principal manera en que vas a celebrar este 15 de septiembre?

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

Marcas de bebidas alcohólicas, refrescos y botanas serán los principales productos presentes para festejar el 15 de septiembre



Base personas que festejarán el 15 de septiembre: 241

Promedio de respuestas por persona: 2

P12. ¿Cuáles son las principales marcas de bebidas, bebidas alcohólicas y alimentos que planeas usar para festejar este 15 de septiembre?

*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



*Percepción de semáforo
epidemiológico*

Resultados

30% de los entrevistados piensan que el semáforo epidemiológico se encuentra en un color distinto al oficial en su estado

¿En qué color se encuentra el semáforo epidemiológico del estado donde vives?

		Color oficial en las entidades			
		Rojo	Naranja	Amarillo	Verde
Color declarado	Rojo	3%	22%		
	Naranja	3%	63%		
	Amarillo		4%	2%	
	Verde		1%		

Base total entrevistas: 603

30%

Declara que el semáforo se encuentra en un color diferente al oficial.

68%

Saben con certeza en qué color se encuentra el semáforo epidemiológico en su entidad de residencia

2%

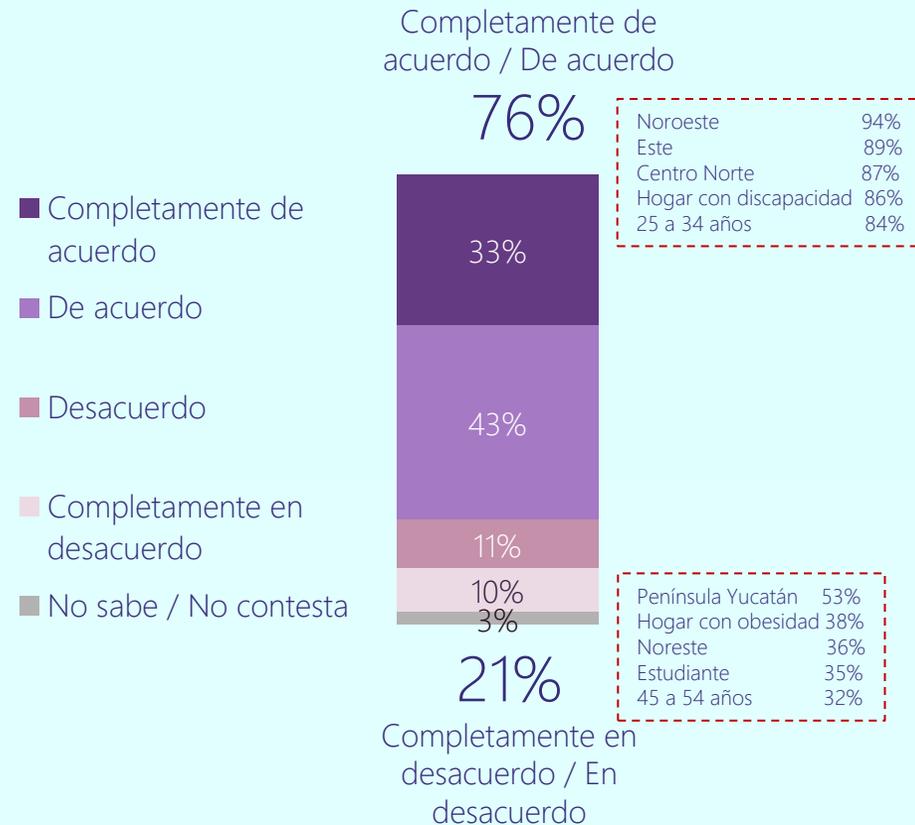
No sabe en que color se encuentra el semáforo epidemiológico en su entidad.

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

P5. ¿En qué color se encuentra el semáforo epidemiológico del estado donde vives?

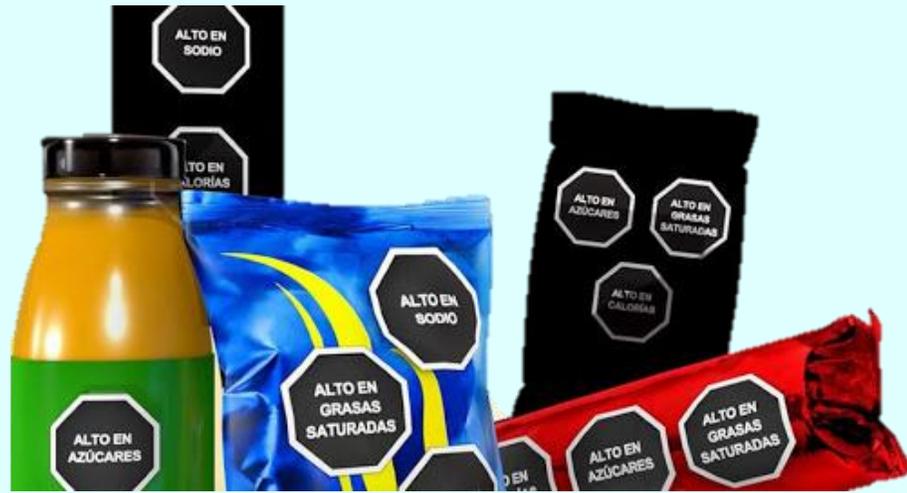
76% de la población está de acuerdo con el uso del semáforo epidemiológico

¿Qué tan de acuerdo estás con que se utilice el semáforo epidemiológico para determinar la reactivación económica y la apertura del espacio público en cada estado de la República?



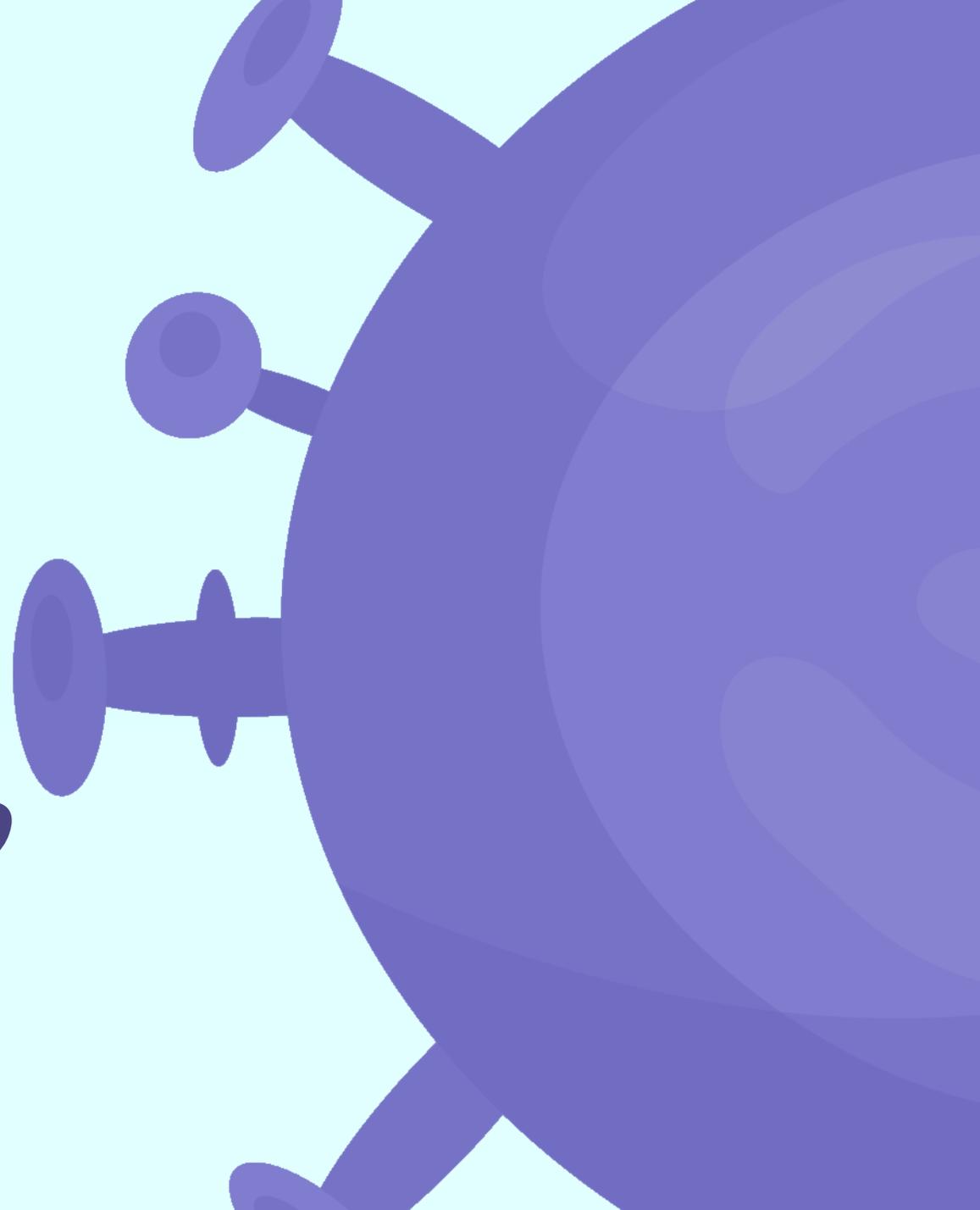
En el recuadro se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto

P6. ¿Qué tan de acuerdo estas con que se utilice el semáforo epidemiológico para determinar la reactivación económica y la apertura del espacio público en cada estado de la República?



Nuevo etiquetado de alimentos

Resultados



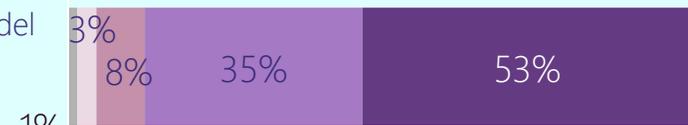
En general, la población está de acuerdo con la nueva norma de etiquetado en alimentos

¿Qué tan de acuerdo estás con qué ...?



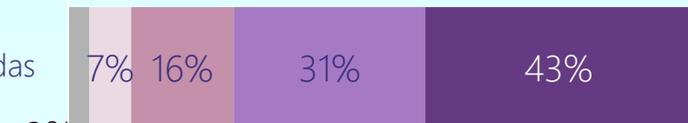
- No sabe / No contesta
- Desacuerdo
- Completamente de acuerdo
- Completamente en desacuerdo
- De acuerdo

Se implemente la norma del nuevo etiquetado de alimentos



Península Yucatán	83%
55 años y más	78%
Trabajo sector privado	72%
Trabajo sector público	70%
NSE C / C-	65%

Se prohíba la venta de alimentos chatarra y bebidas azucaradas a niños



Península Yucatán	80%
Noroeste	64%
Desempleado	59%
55 años y más	58%
Trabajo sector público	48%

Base total entrevistas: 603

P7. En México entrará en vigor una norma que obliga a todos los alimentos chatarra y bebidas azucaradas a modificar su etiquetado en la parte frontal. ¿Qué tan de acuerdo estás con que se implemente esta norma?

P8. ¿Qué tan de acuerdo estás con que se prohíba la venta de alimentos chatarra y bebidas azucaradas a niños?

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

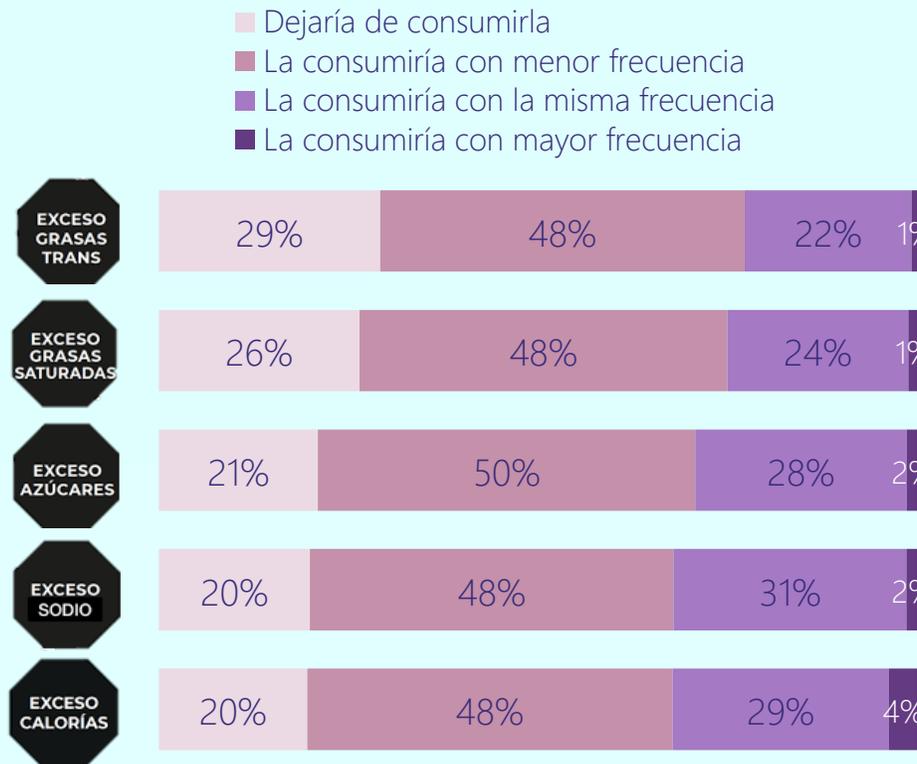
Con el nuevo etiquetado la gente piensa disminuir el consumo de comida chatarra

Piensa en tu golosina, bebida energética o comida chatarra favorita. Si la etiqueta trajera alguna o algunas de las características de la lista, ¿Con qué frecuencia la consumirías?

10%

De los entrevistados no consume este tipo de alimentos

Base total entrevistas: 603



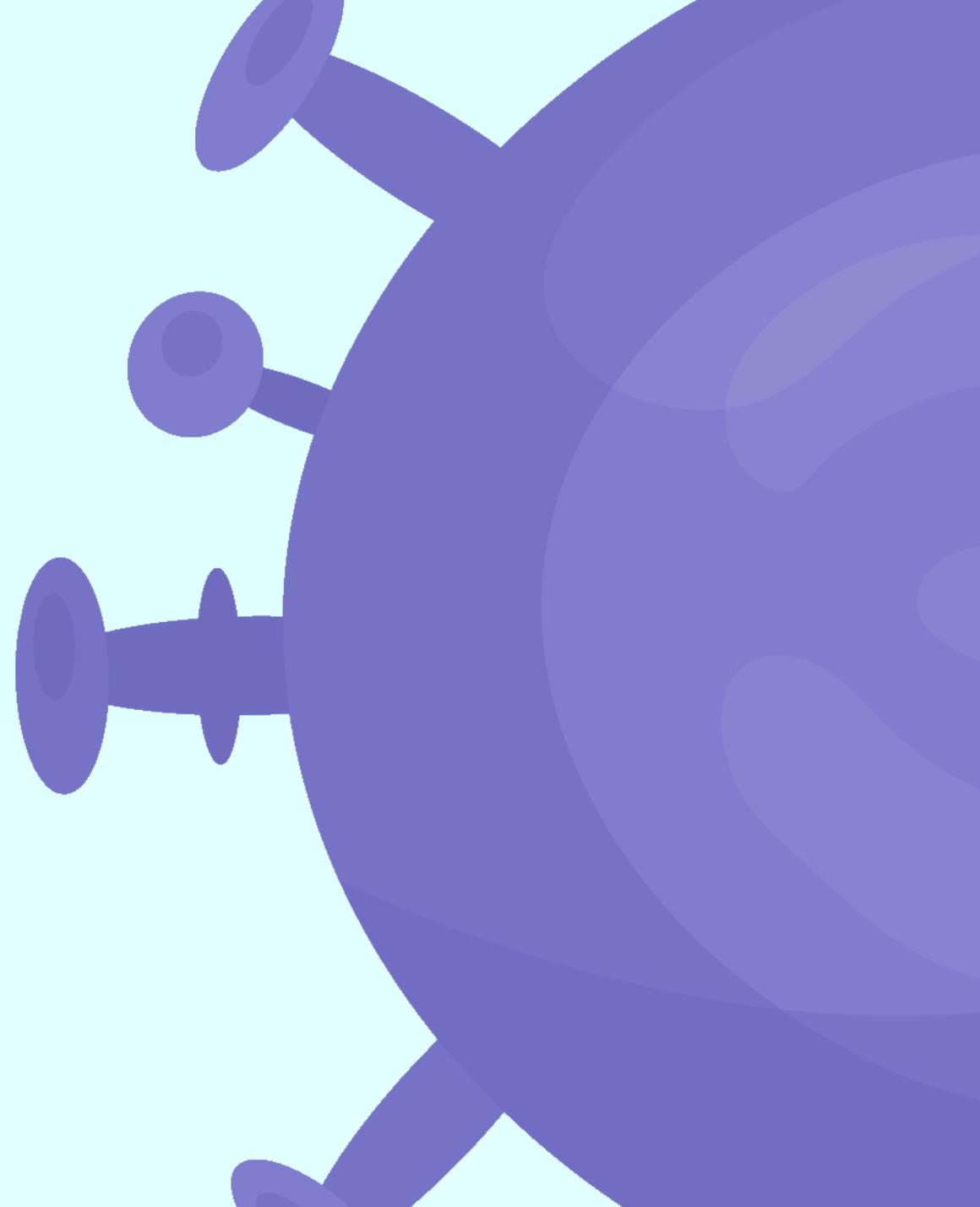
Base personas que consumen golosinas, bebidas energéticas o comida chatarra : 566

P9. Piensa en tu golosina, bebida energética o comida chatarra favorita. Si la etiqueta trajera alguna o algunas de las características de la lista, ¿Con qué frecuencia la consumirías?

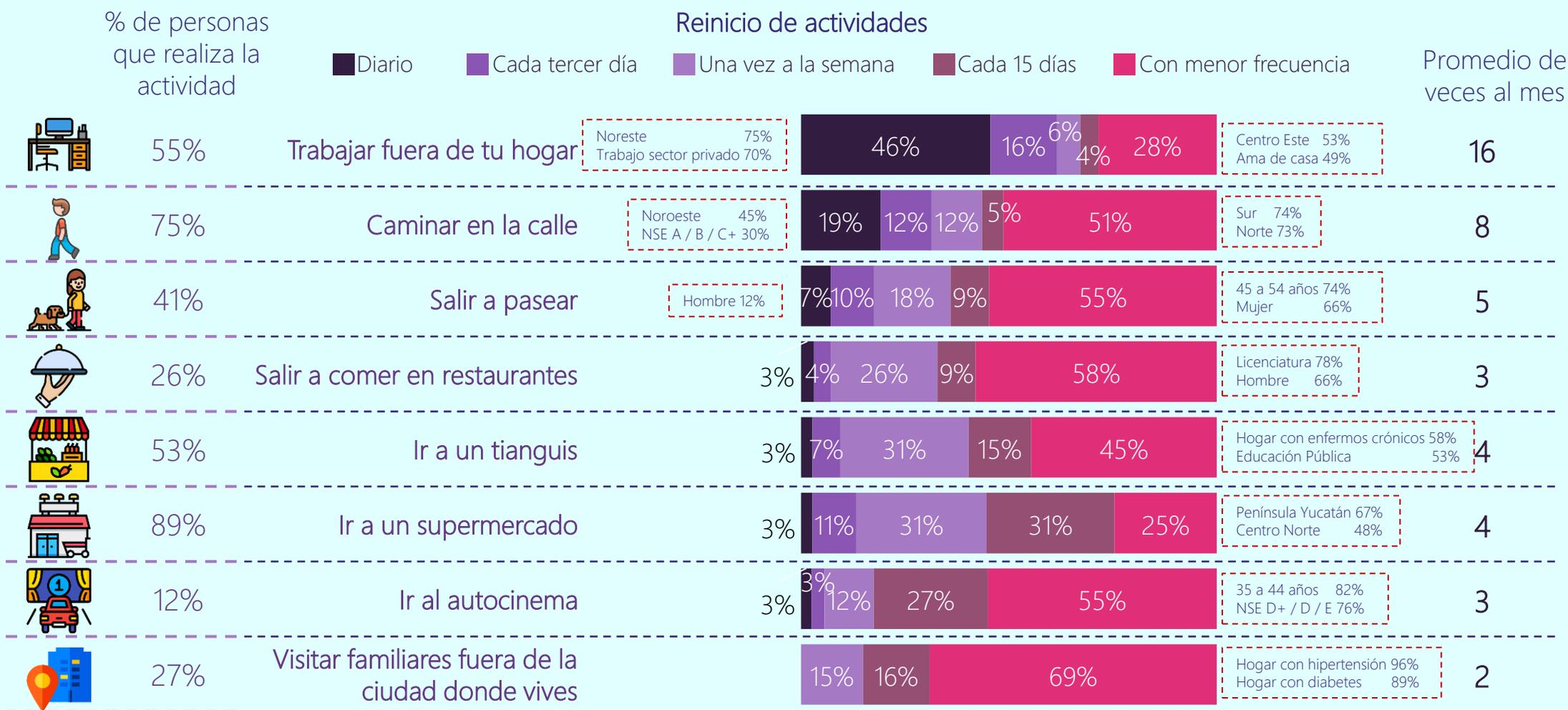
En el recuadro se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto



*Reinicio de
actividades*
Resultados



El 46% de quienes trabajan, tienen la necesidad de salir diariamente a realizar su labor



Noreste 75%
Trabajo sector privado 70%

Centro Este 53%
Ama de casa 49%

Noroeste 45%
NSE A / B / C+ 30%

Sur 74%
Norte 73%

Hombre 12%

45 a 54 años 74%
Mujer 66%

Licenciatura 78%
Hombre 66%

Hogar con enfermos crónicos 58%
Educación Pública 53%

Península Yucatán 67%
Centro Norte 48%

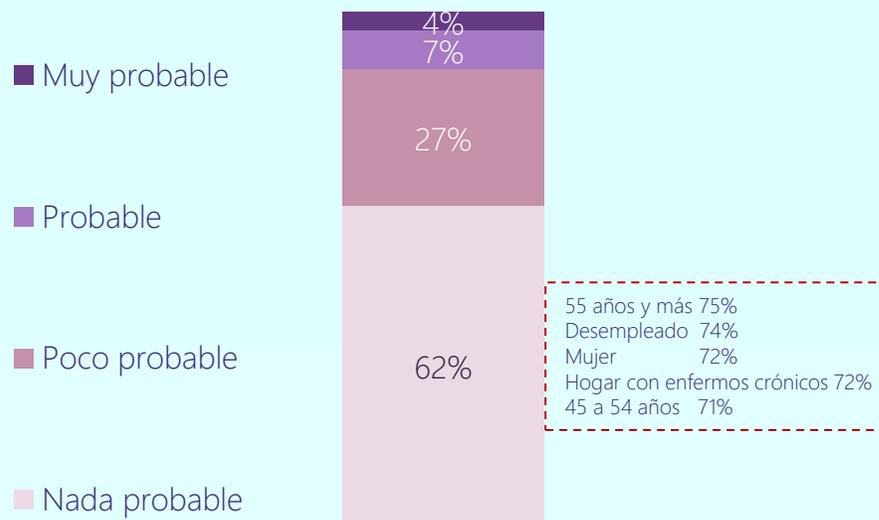
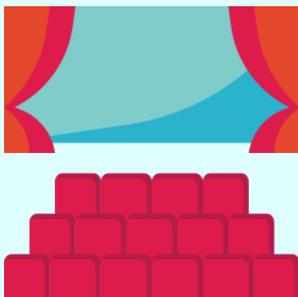
35 a 44 años 82%
NSE D+ / D / E 76%

Hogar con hipertensión 96%
Hogar con diabetes 89%

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

89% de las personas declara que no pretende asistir al cine durante el siguiente mes

Ahora que algunos cines han vuelto a abrir, ¿qué tan probable es que asistas al cine durante los próximos 30 días?



Base total entrevistas: 603

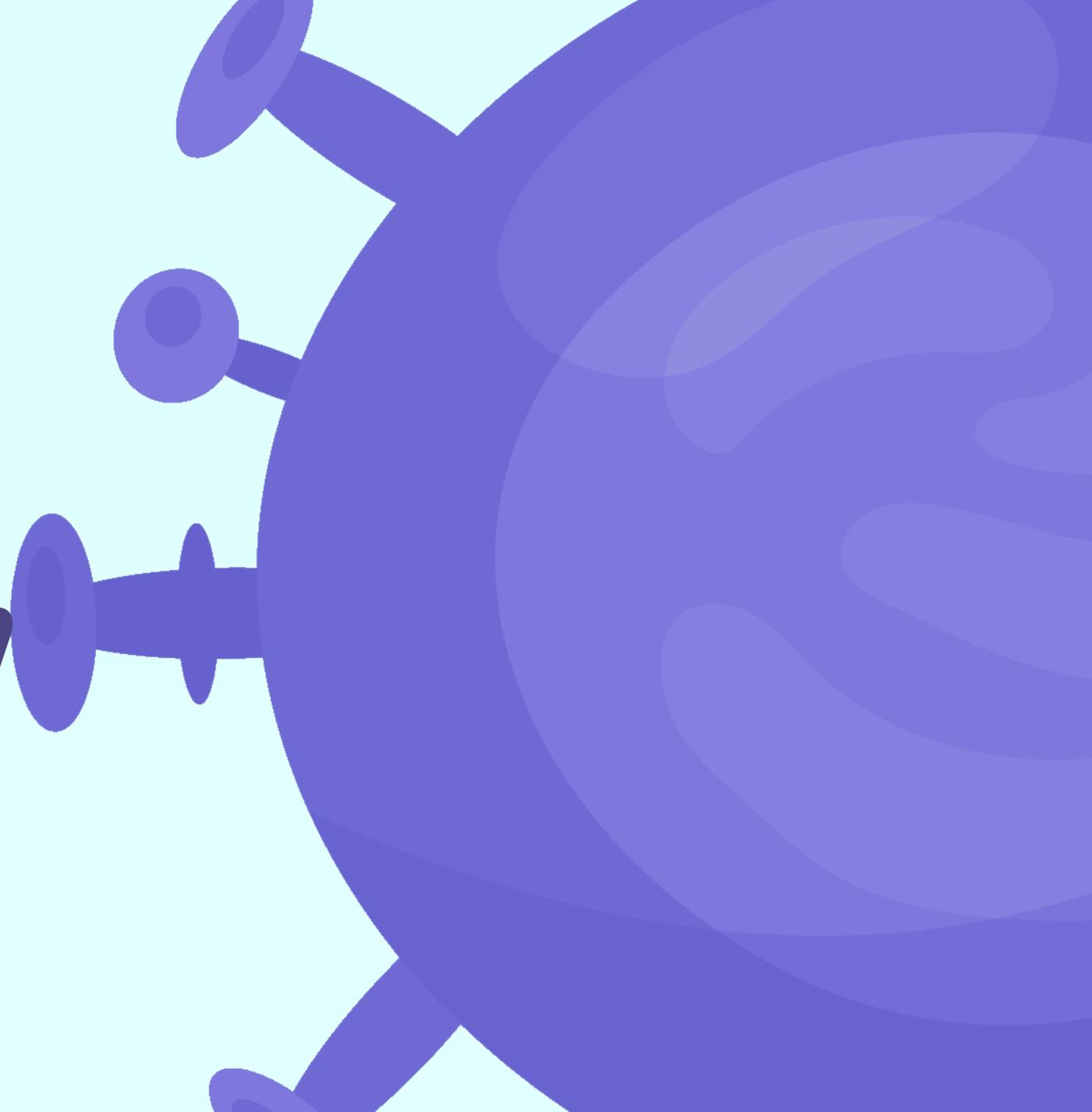
P16. Ahora que algunos cines han vuelto a abrir, ¿qué tan probable es que asistas al cine durante los próximos 30 días?

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



Economía en los hogares

Resultados



Cada vez se cierran menos negocios

Situación laboral



Hemos perdido nuestro empleo



49%

Desempleado	90%
Península Yucatán	74%
Secundaria o menos	70%
45 a 54 años	62%
NSE D+ / D / E	61%



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

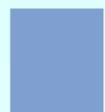


14%

Noreste	31%
Posgrado	30%
Norte	27%
Occidente	23%
NSE C / C-	21%



Hemos tenido que cerrar nuestro negocio



11%

Trabajo cuenta propia	26%
Hogar con personas mayores	20%
NSE A / B / C+	16%
NSE C / C-	15%

No me identifico con ninguna de estas situaciones

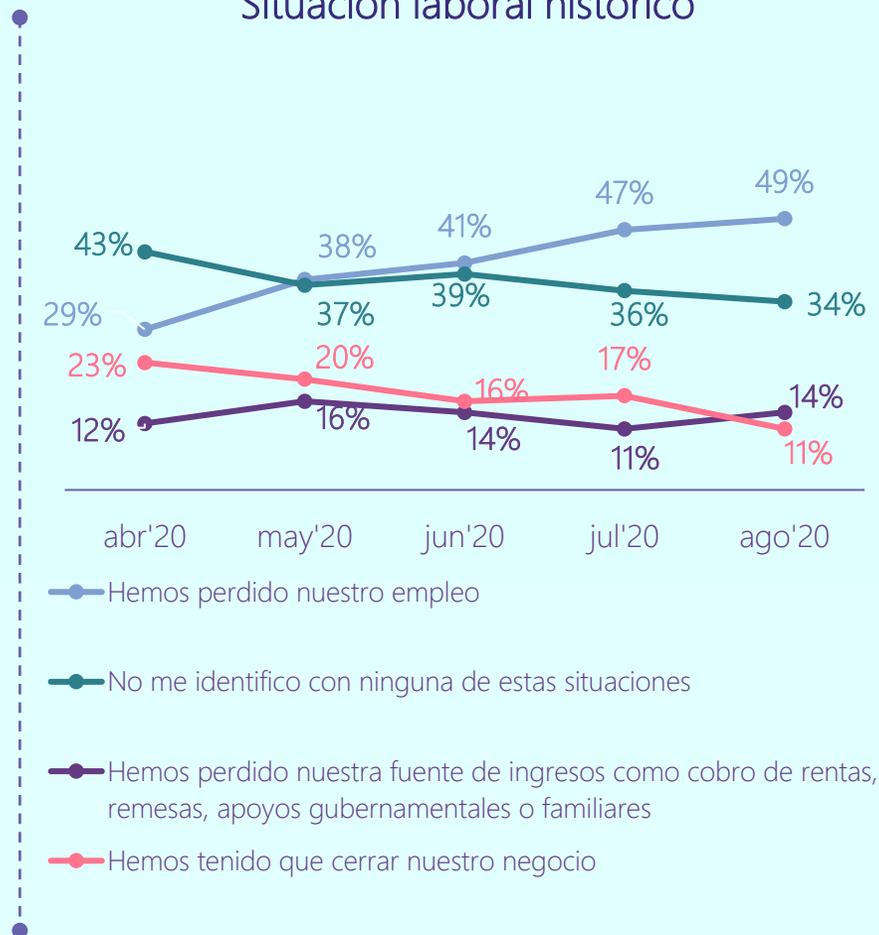


34%

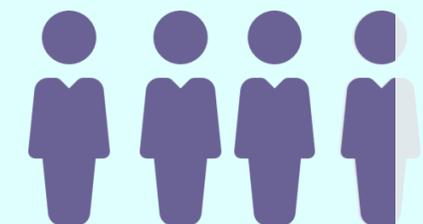
Trabajo sector privado	65%
Centro Norte	59%
Trabajo sector público	55%
NSE A / B / C+	55%
Este	53%

Base total entrevistas: 603
Promedio de respuestas por persona: 1.1

Situación laboral histórico



Estabilidad en cuanto a la cantidad de personas que generan ingresos en el hogar



Promedio de habitantes por hogar entrevistado

3.9

Medición julio: 4.2



Promedio de habitantes que han generado ingresos en el hogar

2.1

Medición julio: 2.1



Promedio de habitantes que continúan generando ingresos de manera normal

0.9

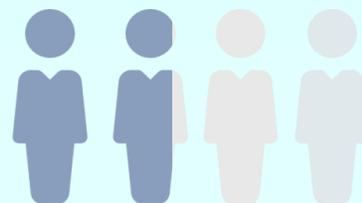
Medición julio: 1.1



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

1.2

Medición julio: 1.0



Promedio de habitantes que no generan ingresos

1.8

Medición julio: 2.1

Base total entrevistas: 603

P2. A partir de la pandemia, ¿cuántas personas en tu hogar han perdido sus fuentes de ingresos?

P31. ¿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?

Se mantienen estables los ingresos percibidos en los hogares de julio a agosto

Percepción de ingresos



Continuamos recibiendo nuestros ingresos completos (100%) **17%**

Trabajo sector público	51%
Este	40%
Trabajo sector privado	36%
Norte	32%
NSE A / B / C+	29%



Recibimos aproximadamente tres cuartas partes (75%) de nuestros ingresos **18%**

Noreste	50%
Estudiante	31%
NSE A / B / C+	29%
45 a 54 años	26%
Posgrado	24%



Recibimos aproximadamente la mitad (50%) de nuestros ingresos **25%**

Ama de casa	40%
Hogar con discapacidad	39%
Educación privada	35%
Preparatoria	33%
Mujer	32%



Recibimos aproximadamente una cuarta parte (25%) de nuestros ingresos **22%**

Península Yucatán	50%
Secundaria o menos	35%
Desempleado	35%
Occidente	29%
Ama de casa	29%

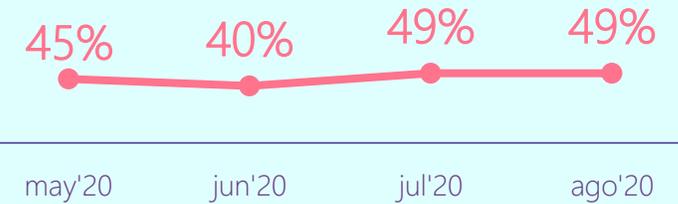


Hemos perdido la totalidad de nuestros ingresos **18%**

Noroeste	55%
Desempleado	47%
Secundaria o menos	45%
NSE D+ / D / E	26%
Centro Este	25%

Base total entrevistas: 603

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

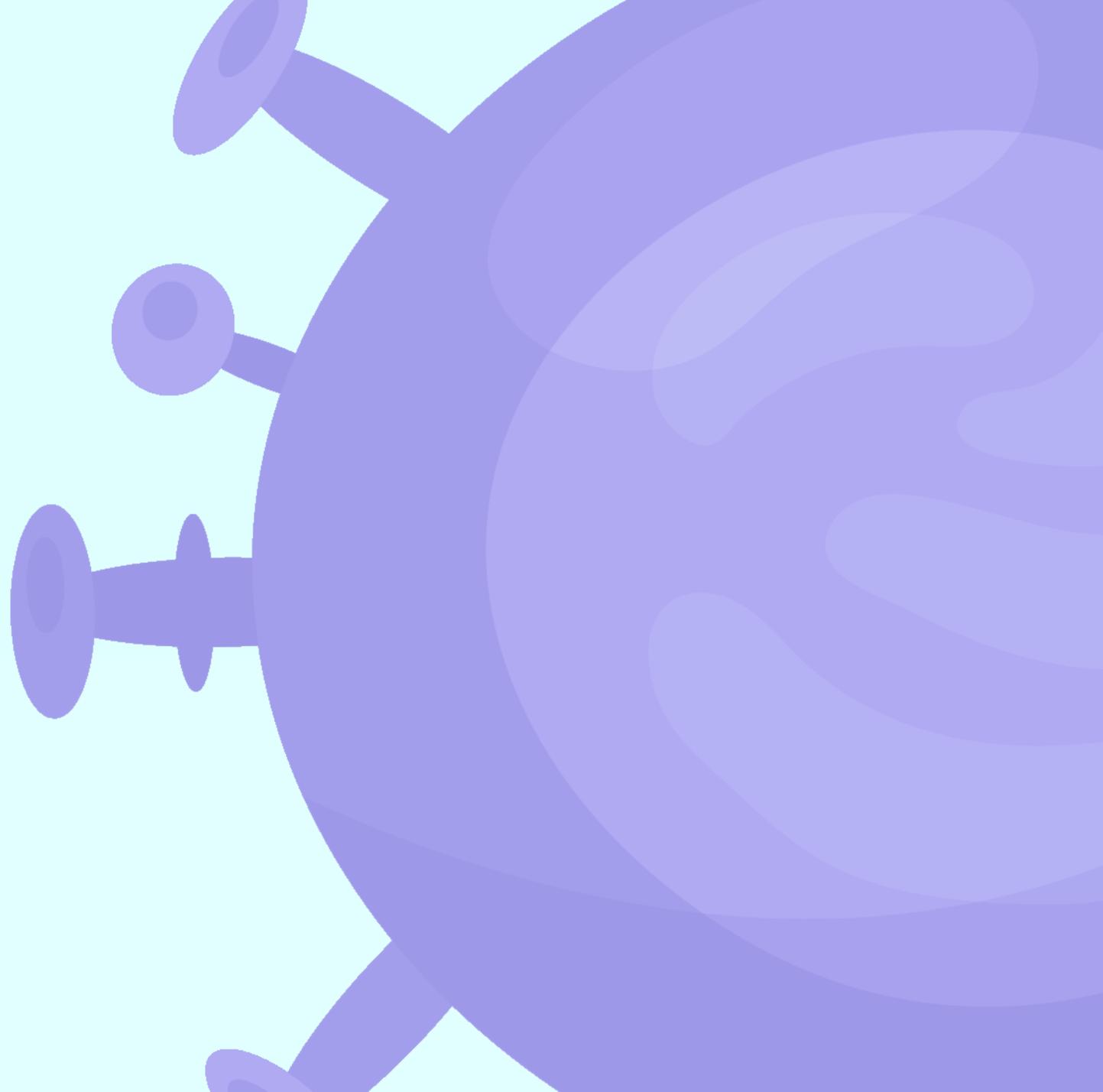


En el recuadro se muestran los segmentos donde el porcentaje es más alto



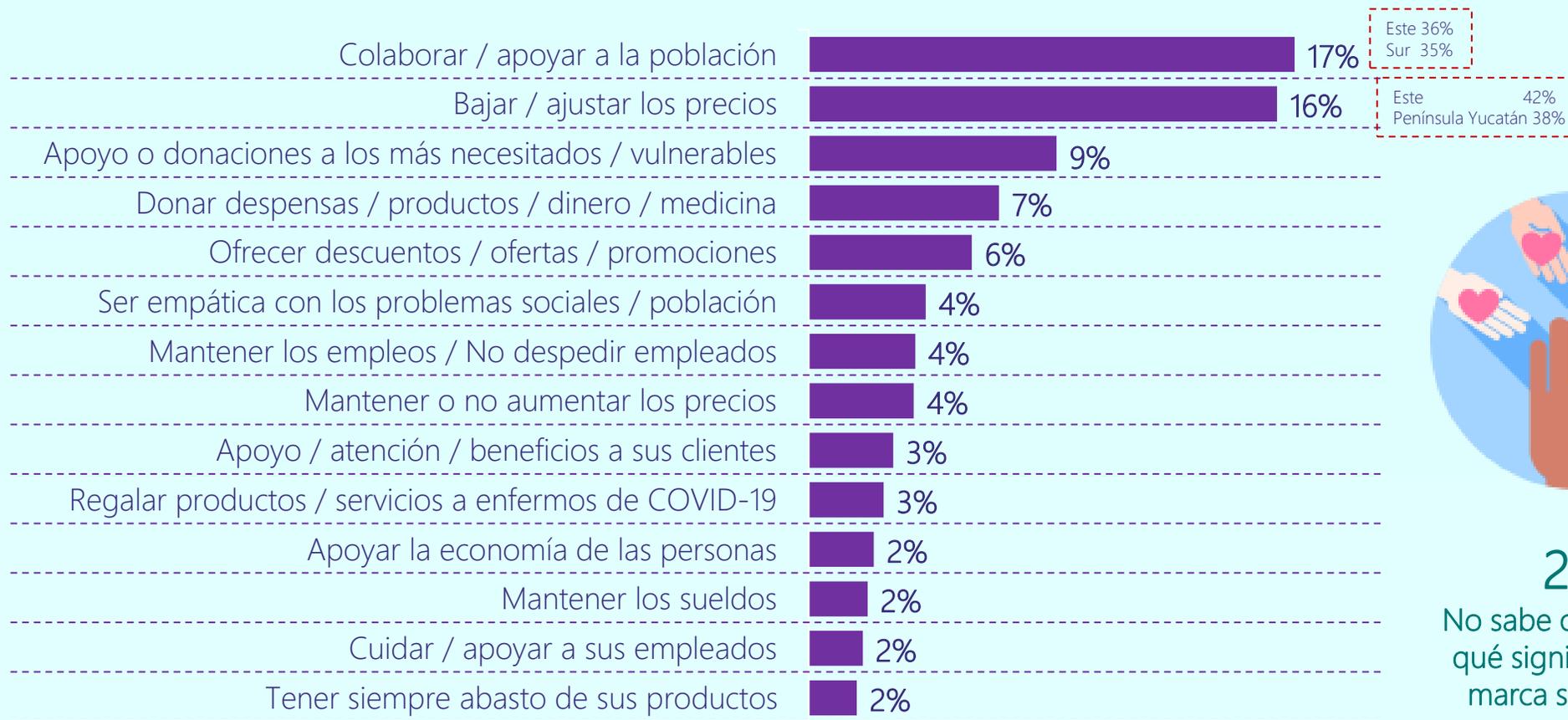
Marcas

Resultados



Ser marca solidaria significa apoyar a la población y ajustar precios a la baja

El significado de marca solidaria



20%

No sabe o no contestó qué significa que una marca sea solidaria

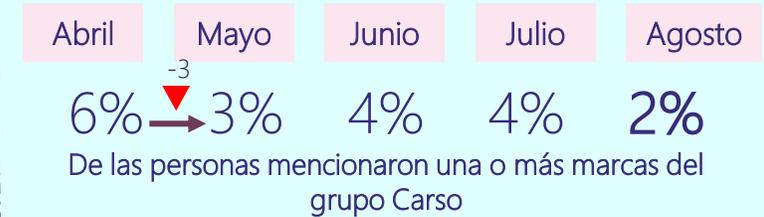
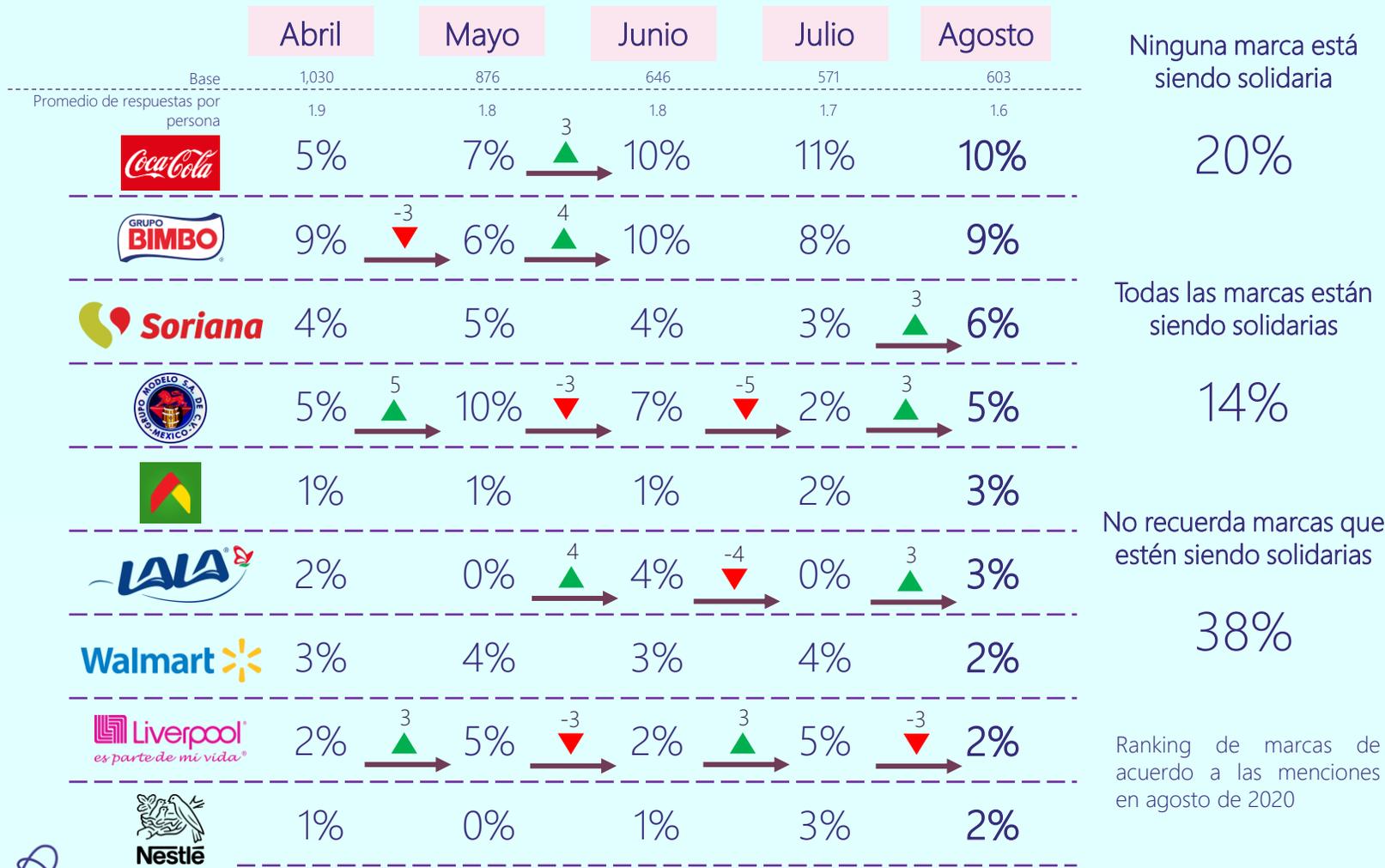
Base total entrevistas: 603
Promedio de respuestas por persona: 1.2

P22. Durante la pandemia, ha habido marcas solidarias y no solidarias con la población, para ti, ¿Qué significa que una marca sea solidaria con la población?
*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

Coca-Cola y Bimbo continúan como marcas líderes en solidaridad con la población en tiempos de pandemia

Marcas solidarias



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.

P23. ¿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 entre mediciones

Indica un incremento estadísticamente significativo entre mediciones

La percepción de Coppel y Elektra como marcas no solidarias continúa a la baja

Marcas no solidarias

	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
Base	1,030	876	646	571	603
Promedio de respuestas por persona	1.9	1.8	1.4	1.4	1.5
 elektra	20%	19% ▼ -11	8%	9%	7%
 Coppel	6%	8% ▼ -4	4%	5%	4%
 CFE <small>Comisión Federal de Electricidad</small>	6% ▼ -4	2%	4%	1%	3%
 Coca-Cola	2%	1%	1%	2%	3%
 GRUPO BIMBO	1%	0%	0%	2%	3%
 telcel	3% ▼ -3	0%	2%	1%	2%
 Liverpool <small>es parte de mi vida®</small>	4% ▼ -3	1%	1%	1%	2%
 LG	0%	0%	0%	0%	2%
 SAMSUNG	0%	0%	0%	0%	2%

No recuerda marcas que no estén siendo solidarias

51%

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

Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
27% ▼ -4	23% ▼ -14	9%	11%	8% ▼ -3

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	Junio	Julio	Agosto
7%	7% ▼ -5	2%	3%	1%

De las personas mencionaron una o más marcas del grupo Alsea



Las marcas que componen a Grupo Alsea 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.

P24. ¿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%

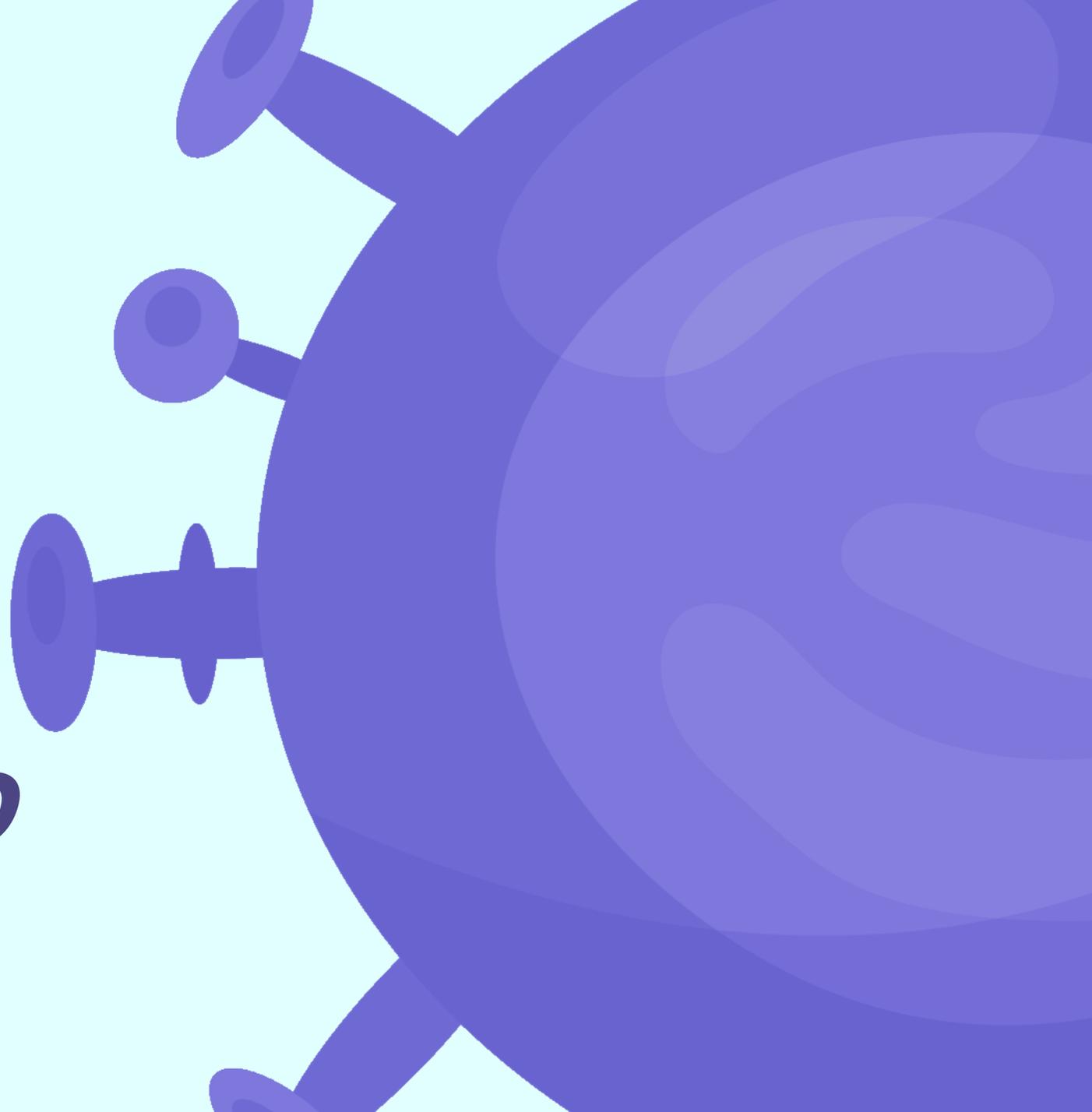
▼ Indica un decremento estadísticamente significativo con respecto a la medición de abril

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



Evaluación de gobierno

Resultados



La aprobación de obrador por acciones ante el Covid queda por debajo de la de López-Gatell y de la del gobierno estatal

Aprobación ante el coronavirus COVID-19

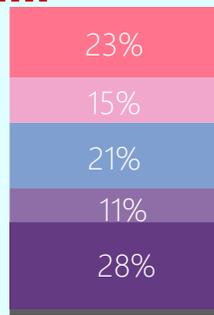
Andrés Manuel López Obrador



Aprueba mucho / algo

Este	66%
Noroeste	65%
Occidente	52%

38%



Posgrado	85%
Noreste	68%
NSE A / B / C+	62%

39%

Desaprueba mucho / algo

Base total entrevistas: 603

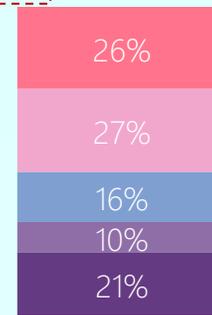
Hugo López-Gatell



Aprueba mucho / algo

Noroeste	89%
Este	74%
Secundaria o menos	71%

53%



Sur	60%
Posgrado	55%
45 a 54 años	55%

31%

Desaprueba mucho / algo

Base personas que conocen a Hugo López-Gatell: 585

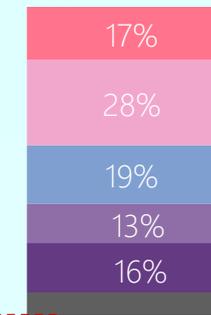
Gobierno estatal o jefatura de gobierno



Aprueba mucho / algo

Educación privada	65%
Península Yucatán	64%
Ama de casa	62%

45%



Posgrado	65%
Noreste	56%
45 a 54 años	43%

29%

Desaprueba mucho / algo

Base total entrevistas: 603

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

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

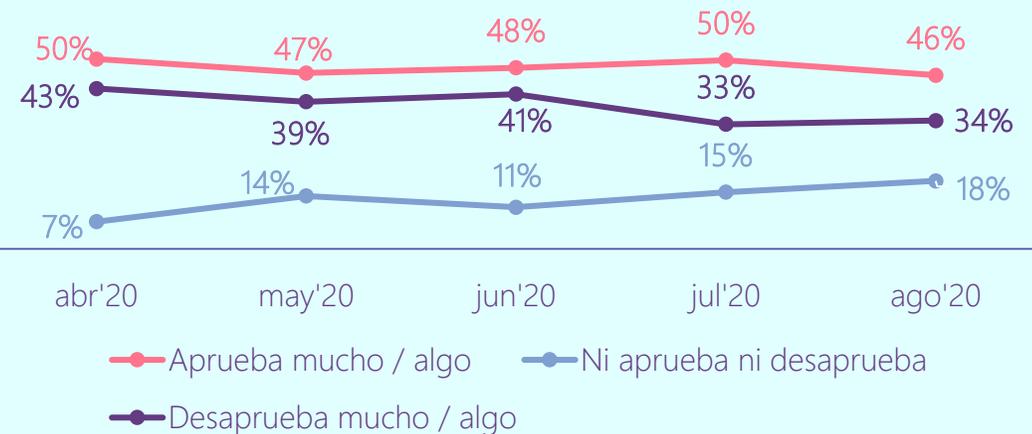
P26. ¿Qué tanto apruebas o desapruebas el trabajo de Andrés Manuel López Obrador en cuanto a las acciones tomadas respecto al control del contagio por coronavirus COVID-19 en México?
 P27. ¿Qué tanto apruebas o desapruebas el trabajo de Hugo López-Gatell en cuanto a las acciones tomadas respecto al control del contagio por coronavirus COVID-19 en México?
 P28. ¿Qué tanto apruebas o desapruebas el trabajo de tu Gobernador (o de la Jefa de Gobierno en CDMX) en cuanto a las acciones tomadas respecto al control del contagio por coronavirus COVID-19 en el Estado de la República donde vives?

Cae la aprobación de López Obrador

Histórico Andrés Manuel López Obrador



Aprobación de gobierno



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



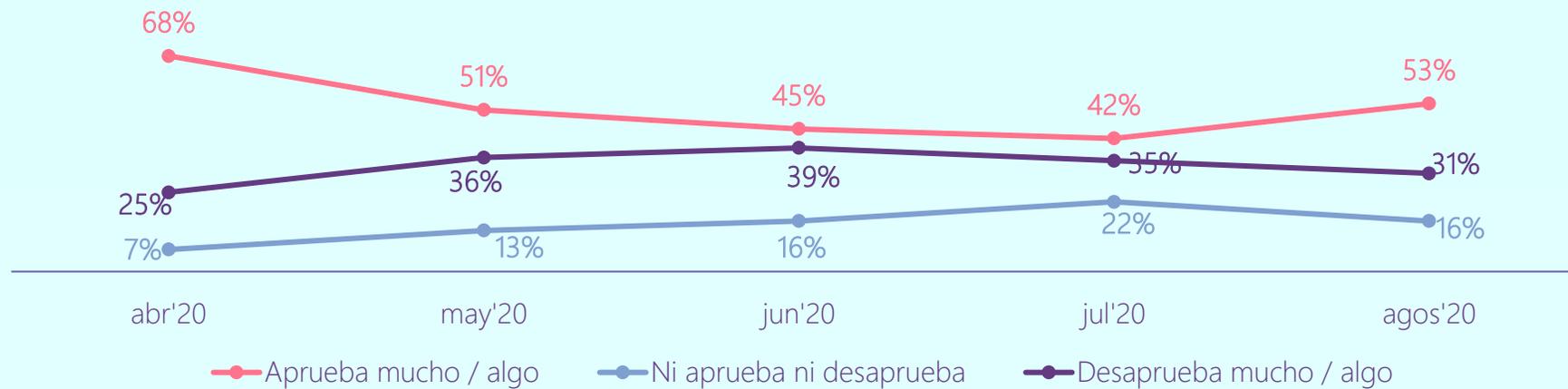
P25. En términos generales, ¿qué tanto apruebas o desapruebas el trabajo que realiza Andrés Manuel López Obrador como Presidente de México?

P26. ¿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?

No se presenta la opción "No sabe", por lo que algunas mediciones pueden no sumar 100%

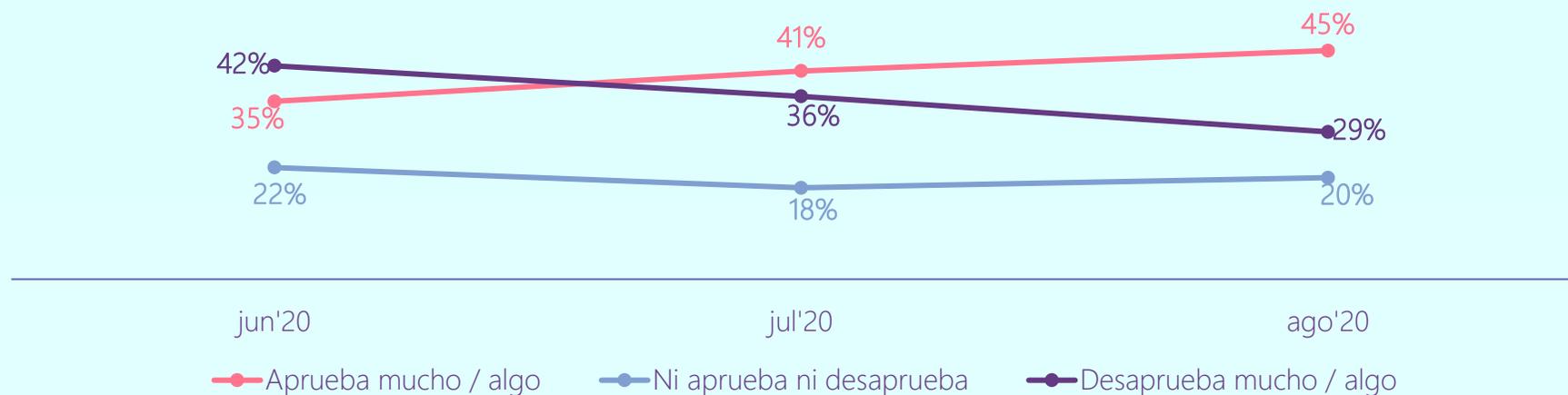
Incremento en la aprobación de López-Gatell

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



La aprobación de gobierno estatal o jefatura de gobierno por acciones tomadas ante el Covid incrementó de julio a agosto

Histórico de aprobación del gobierno estatal o jefatura de gobierno 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

