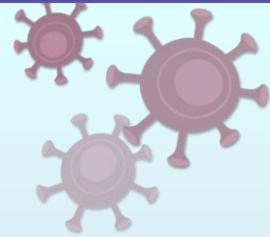


# Segmentación actitudinal de la población mexicana ante el COVID-19

*El gobierno exagera.  
No es una enfermedad  
seria.*



**Rebeldes**



*En un año regre-  
saremos a nuestra  
vida de siempre.*



**Cómodos  
indiferentes**



*En cuanto esto acabe,  
adiós cubrebocas.*



**Cautelosos**

*Mi familia se ha visto  
muy afectada por la  
crisis. Me siento  
impotente.*



**Apanicados**

# Tamaño y características de los segmentos



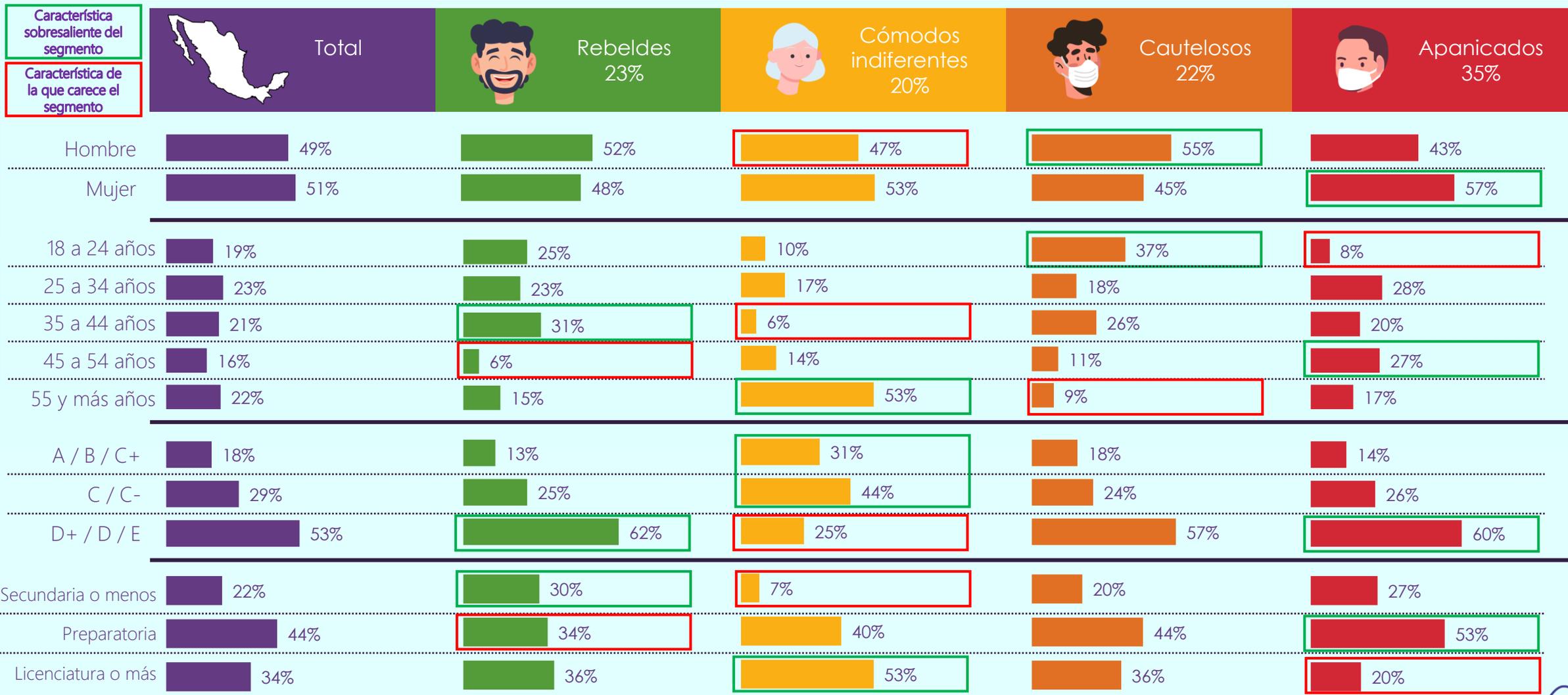
Este segmento cree que el **gobierno de México ha exagerado** al pedirle a la gente que se quede en sus casas pues consideran que el coronavirus es un **invento del gobierno** para tenernos controlados. Se lavan las manos pocas veces al día y además **siguen saludando de mano y beso**. Consideran que la probabilidad de que mueran por coronavirus es mínima y que la enfermedad no es seria, así que **continúan yendo a fiestas** sin siquiera pensarlo. Estas personas opinan que **ya debemos regresar a las calles a hacer una vida normal**.

En el hogar de estas personas se **sigue gastando lo mismo** que antes de la pandemia y **sus ingresos se han mantenido igual que siempre**. Consideran que su familia es afortunada porque **siguen estando bien económicamente**. **Opinan que en un año** la crisis del coronavirus se olvidará y **todos regresaremos a nuestras vidas** de siempre. Tienen miedo de contagiarse de coronavirus, por lo que pasan todo el tiempo encerrados en casa.

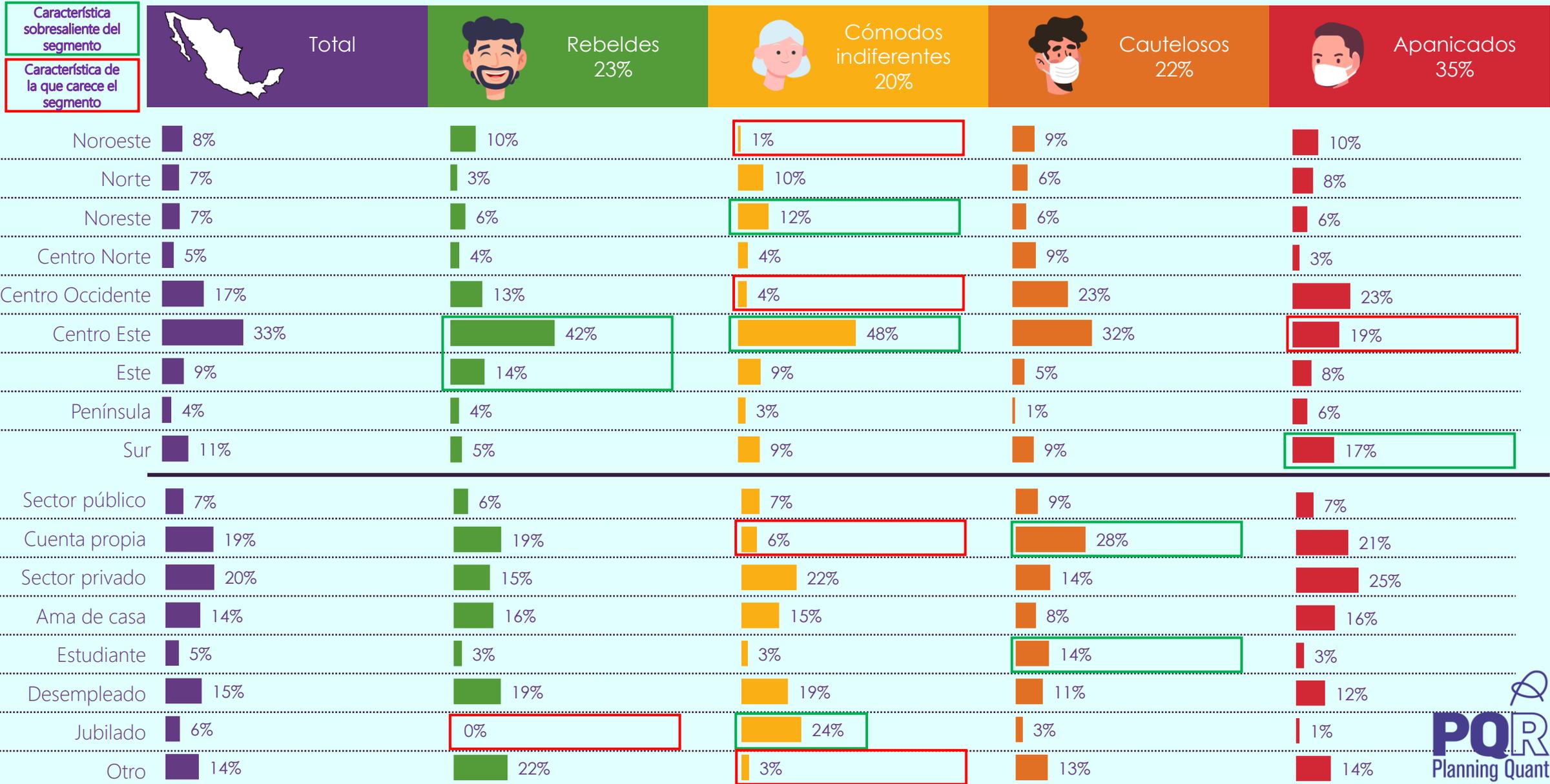
Desde que empezó la pandemia y hasta este día, **sus actividades diarias siguen igual que siempre**, continúan haciendo lo mismo que han hecho toda su vida, **sus rutinas no se han alterado**. Creen que una vez que estemos en **semáforo verde** todo regresará a lo que **estábamos acostumbrados**. Han seguido algunas indicaciones del gobierno como **guardar sana distancia y usar cubrebocas**, pero una vez **termine la pandemia dejarán de hacerlo**.

Son un grupo de personas que consideran que en estos momentos **hay que ahorrar**. Se sienten impotentes y **preocupados por el futuro**. Este grupo considera que **su familia se ha visto muy afectada por la crisis**, por lo que han tenido que hacer grandes cambios, especialmente en sus compras pues **ya no pueden gastar lo mismo que antes**. Consideran que **la enfermedad es seria** y que es muy importante obedecer las recomendaciones de las autoridades. Se sienten impotentes ante la situación y muy **preocupados por el futuro**. Temen salir a la calle y comer en restaurantes. Opinan que deberían meter a la cárcel a quien no use cubrebocas en lugares públicos. Uno de sus mayores temores es contagiar a los adultos mayores con los que viven o a las personas con las que conviven.

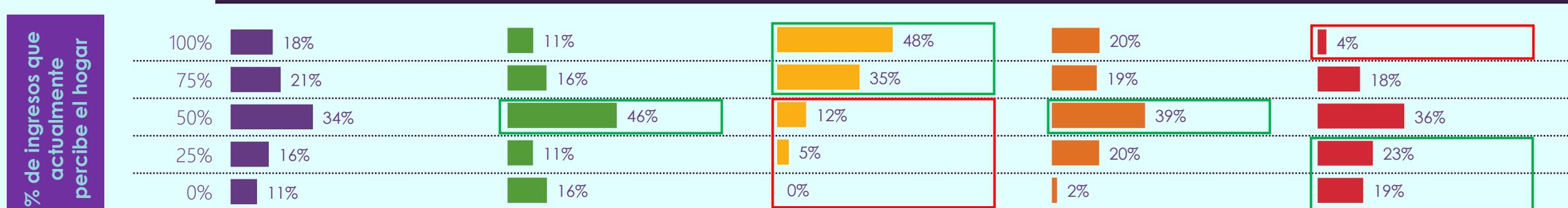
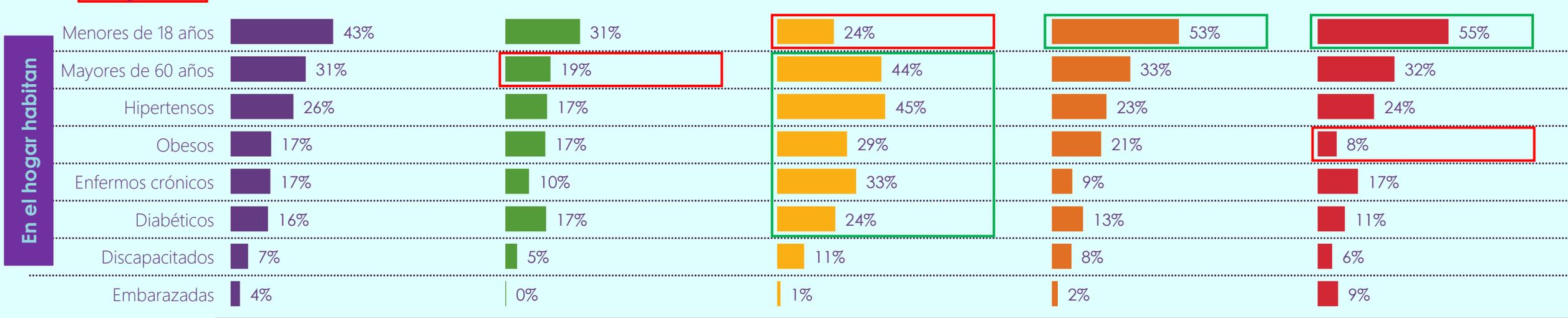
# Diferencias por género, edad, nivel y educación



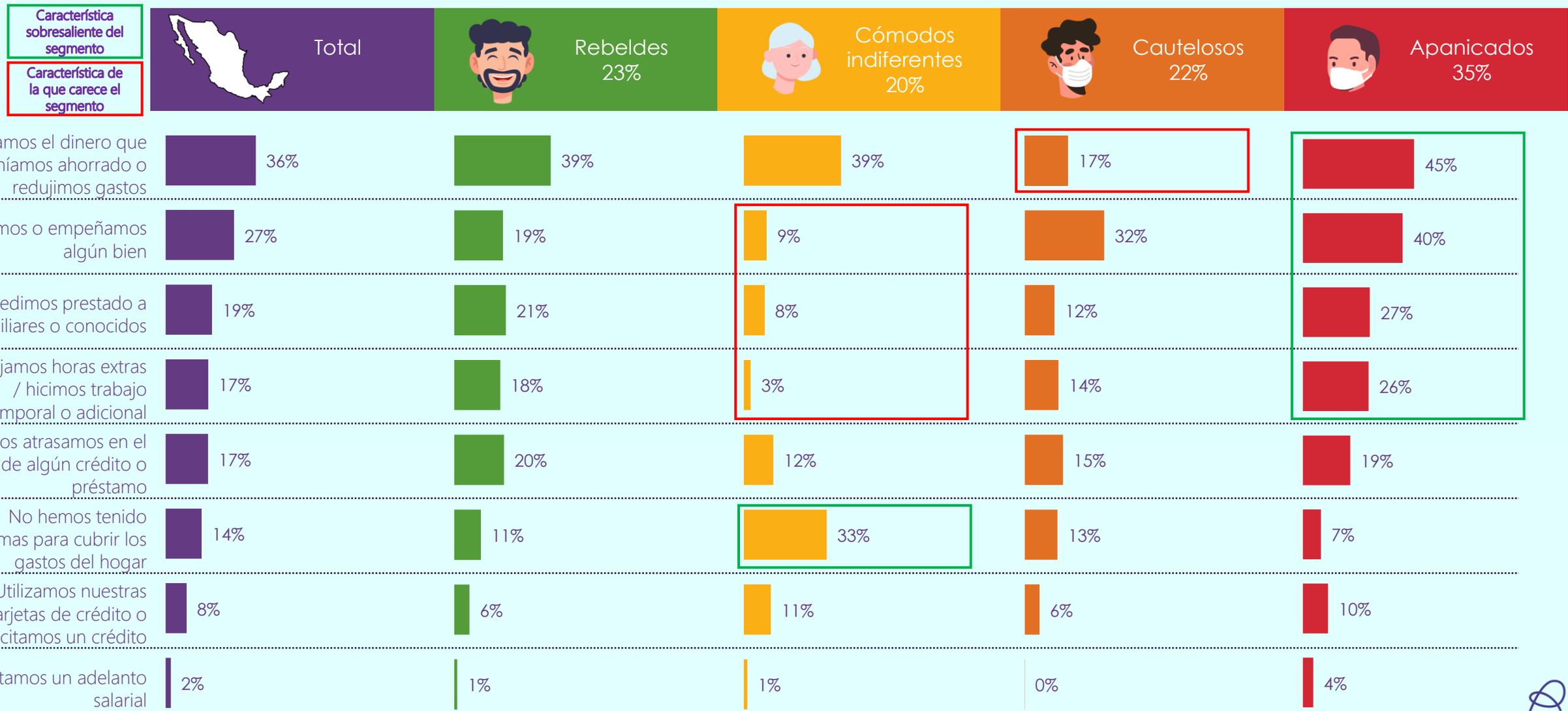
# Diferencias por región y ocupación



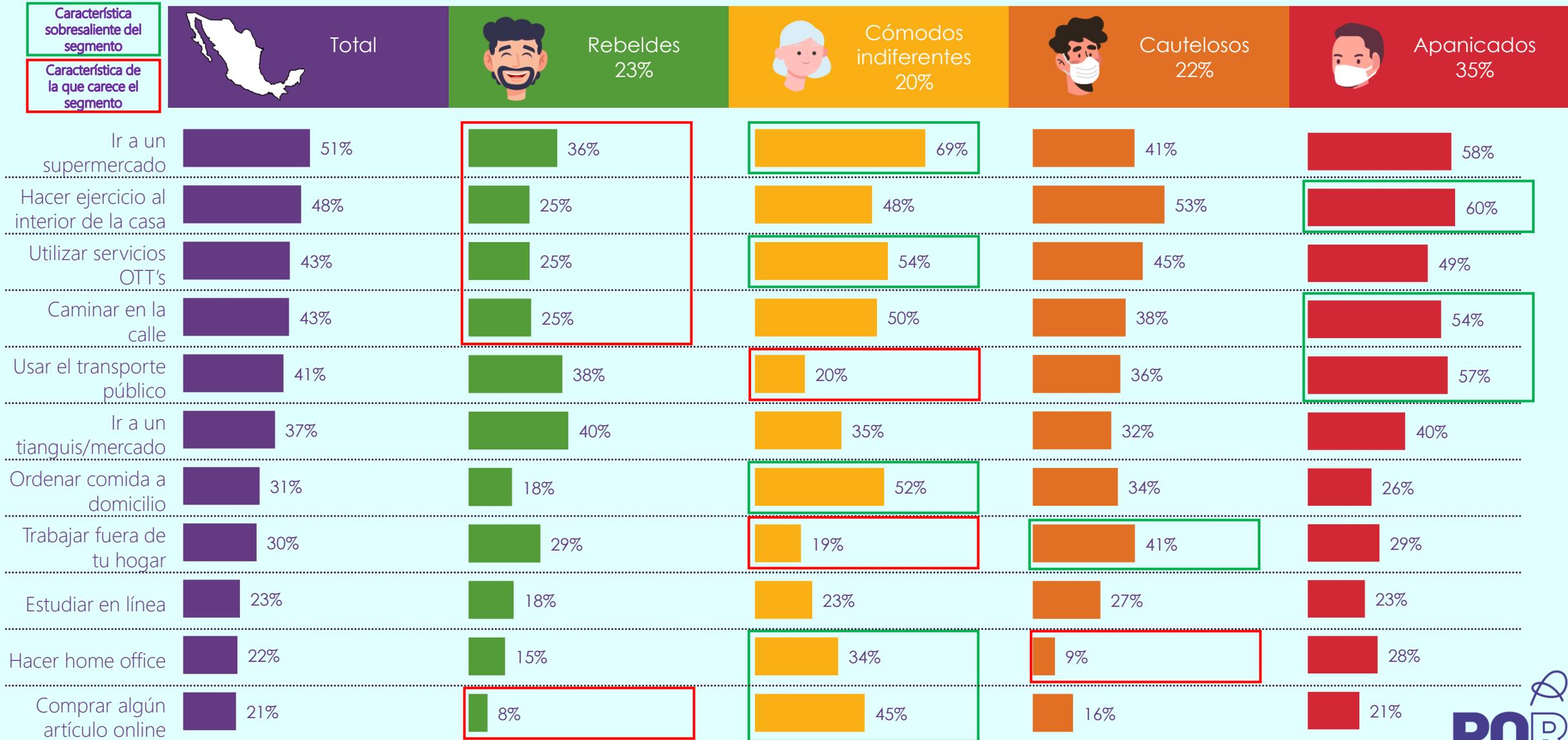
# Diferencias por presencia de comorbilidades en el hogar e ingresos



# Acciones para lograr cubrir los gastos del hogar durante la pandemia

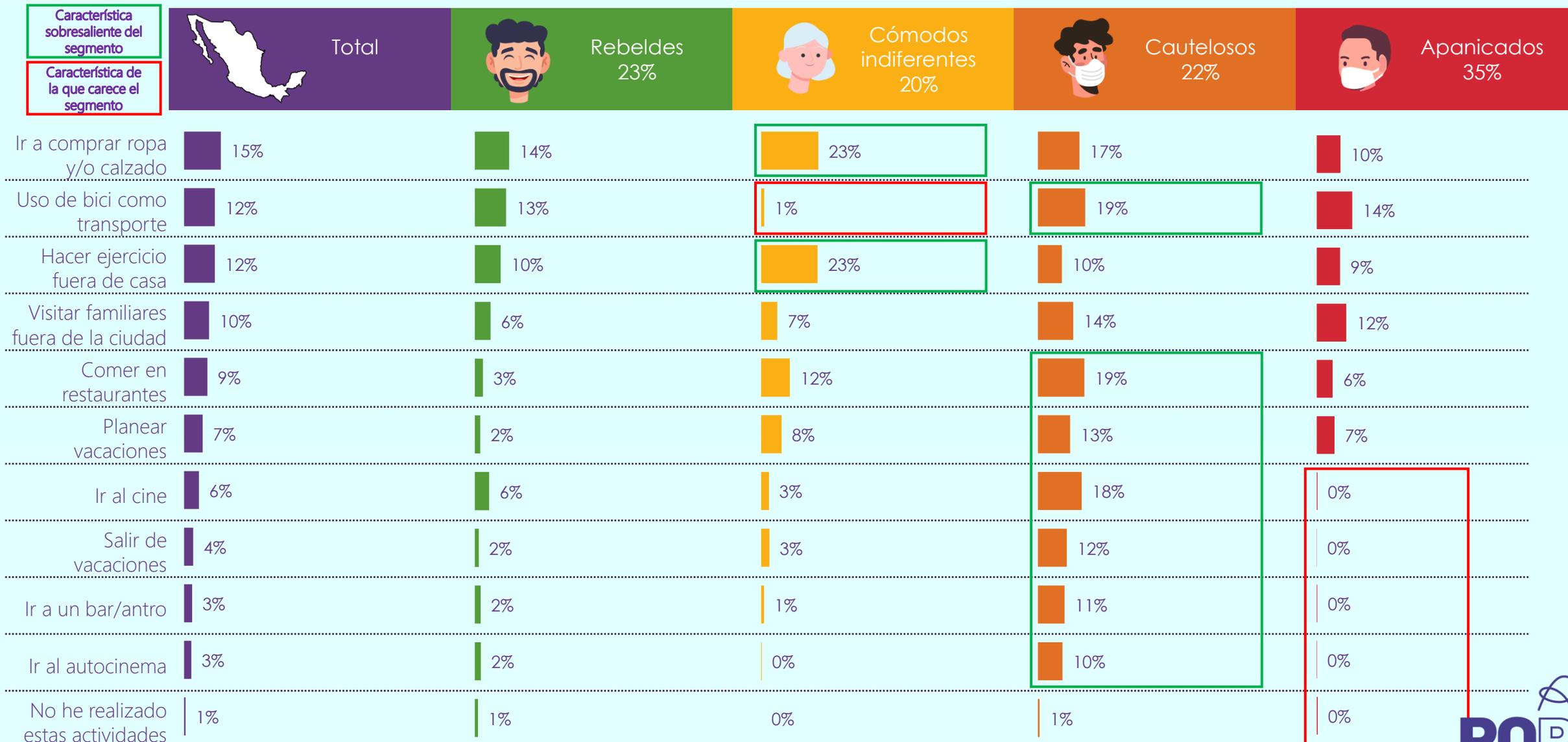


# Actividades realizadas en el último mes

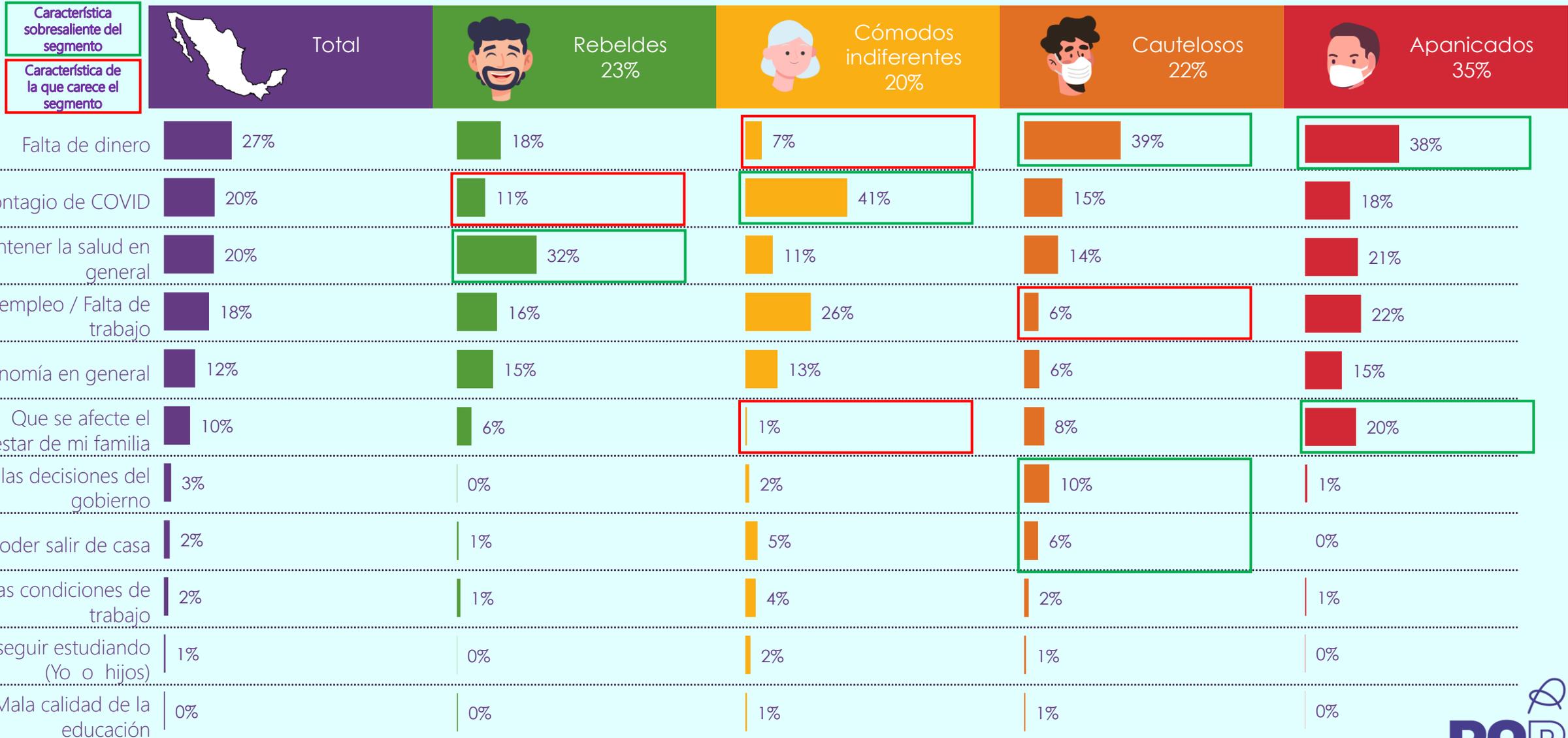


Base total entrevistas:563

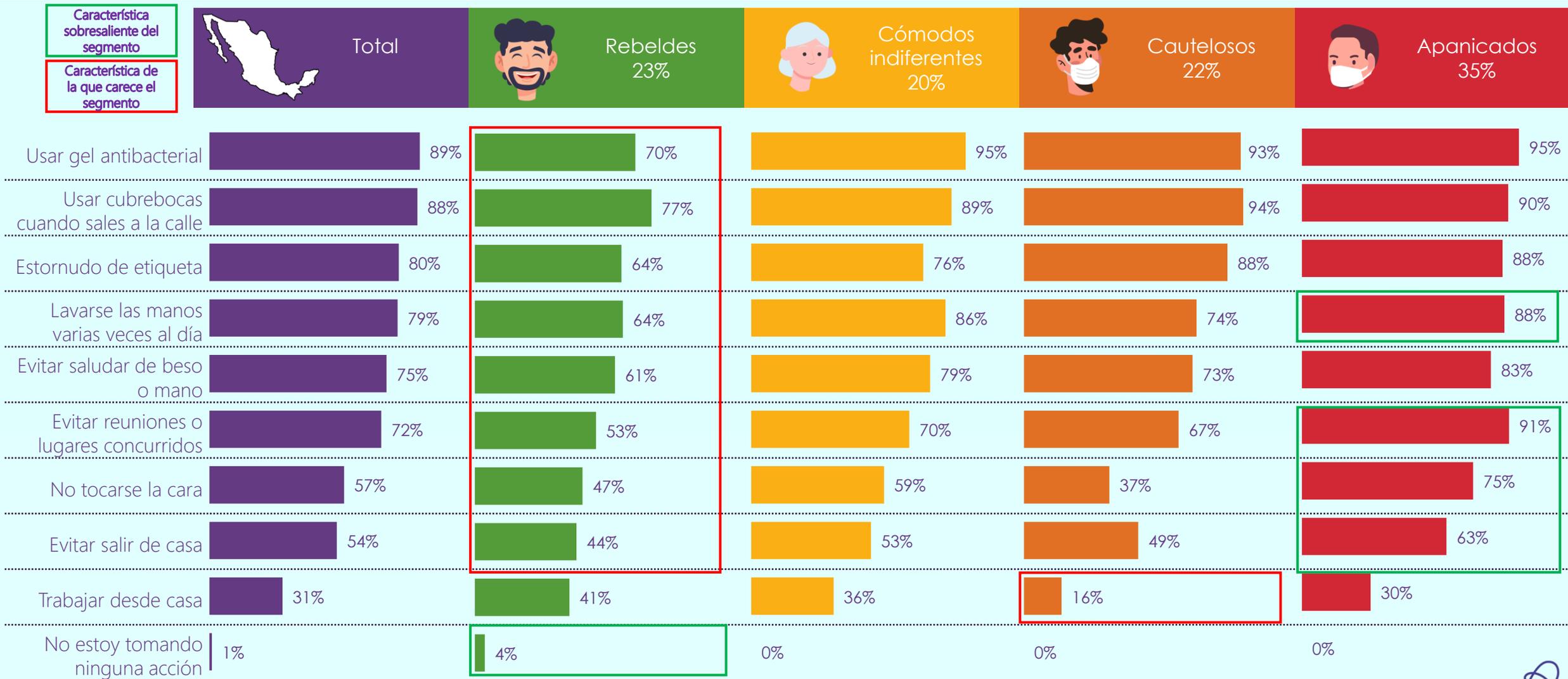
# Actividades realizadas en el último mes



# Mayor preocupación en los últimos 5 meses



# Acciones anti COVID

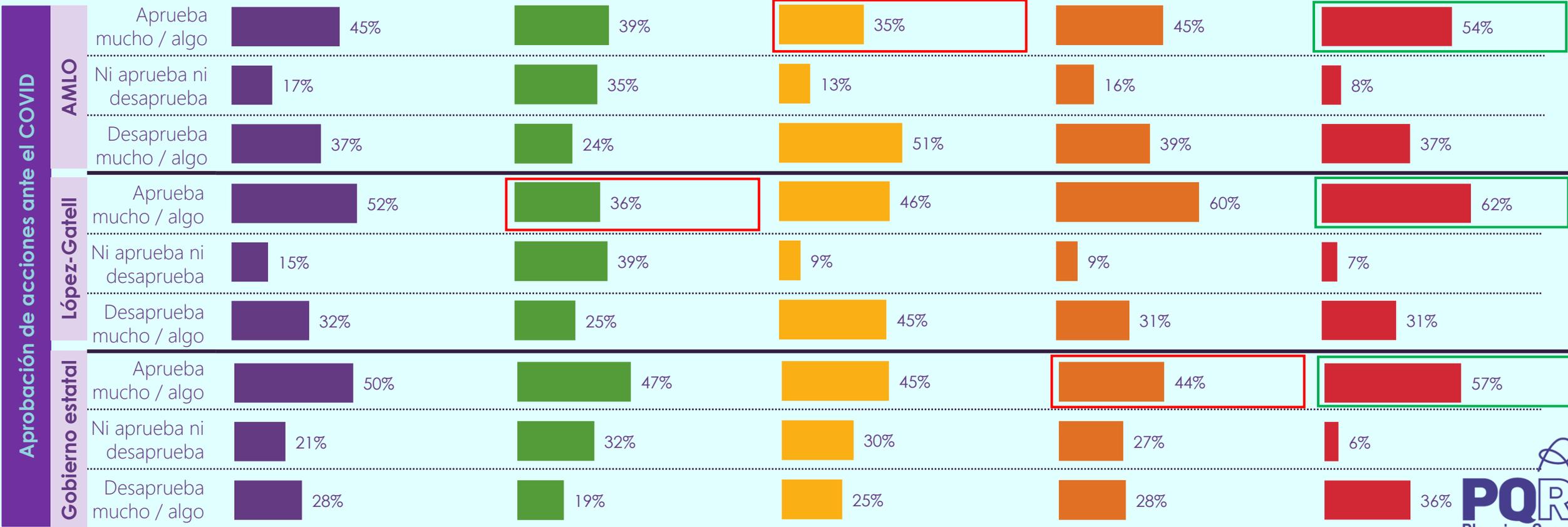


Base total entrevistas:563

# Satisfacción con la vida y aprobación de gobierno ante COVID



Promedio de satisfacción con la vida

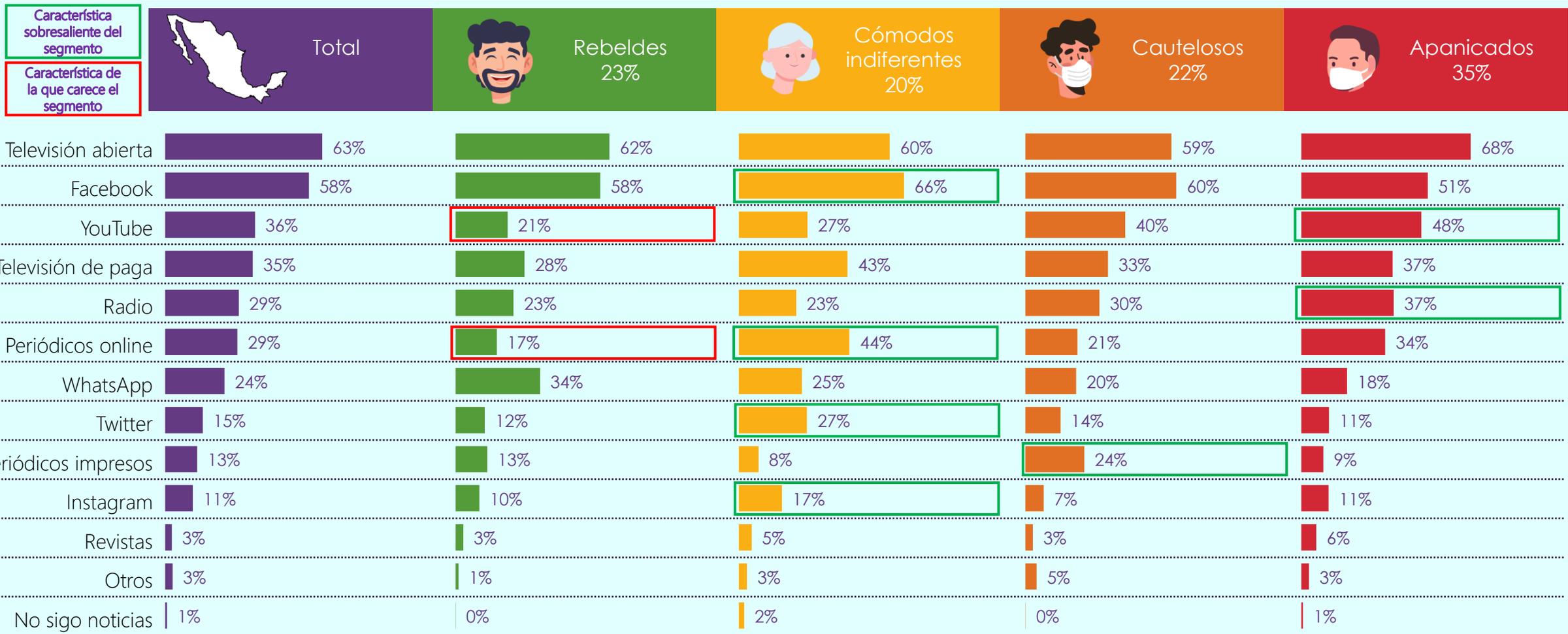


Característica sobresaliente del segmento

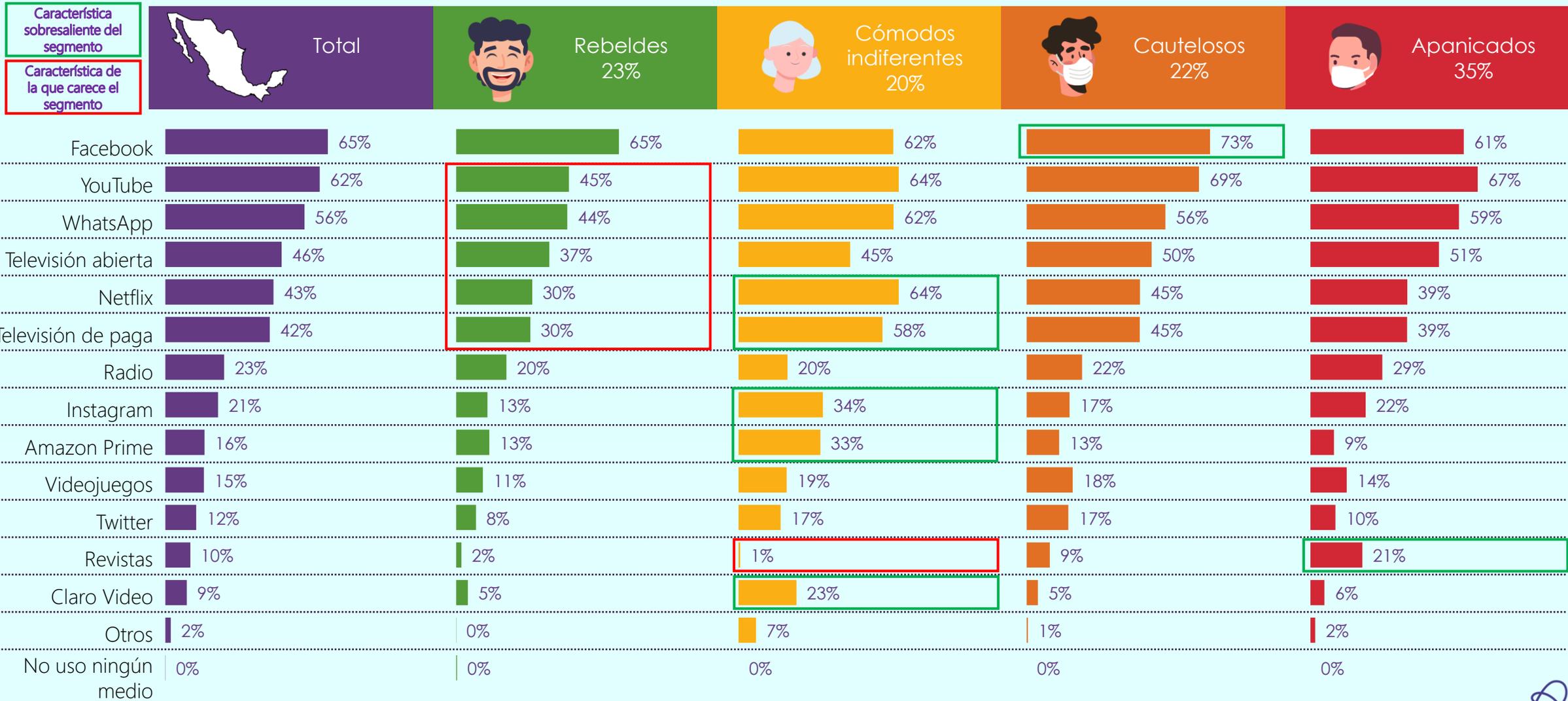
Característica de la que carece el segmento

Base total entrevistas: 563

# Uso de medios informativos



# Uso de medios de entretenimiento





# *Acerca del proyecto*

# 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

563 casos con un margen de error de +/- 4.2% al 95% de confianza.



## Cuestionario

Cuestionario estructurado con una duración aproximada de 13 minutos de aplicación.



## Periodo de levantamiento

Del 5 al 7 de octubre de 2020.

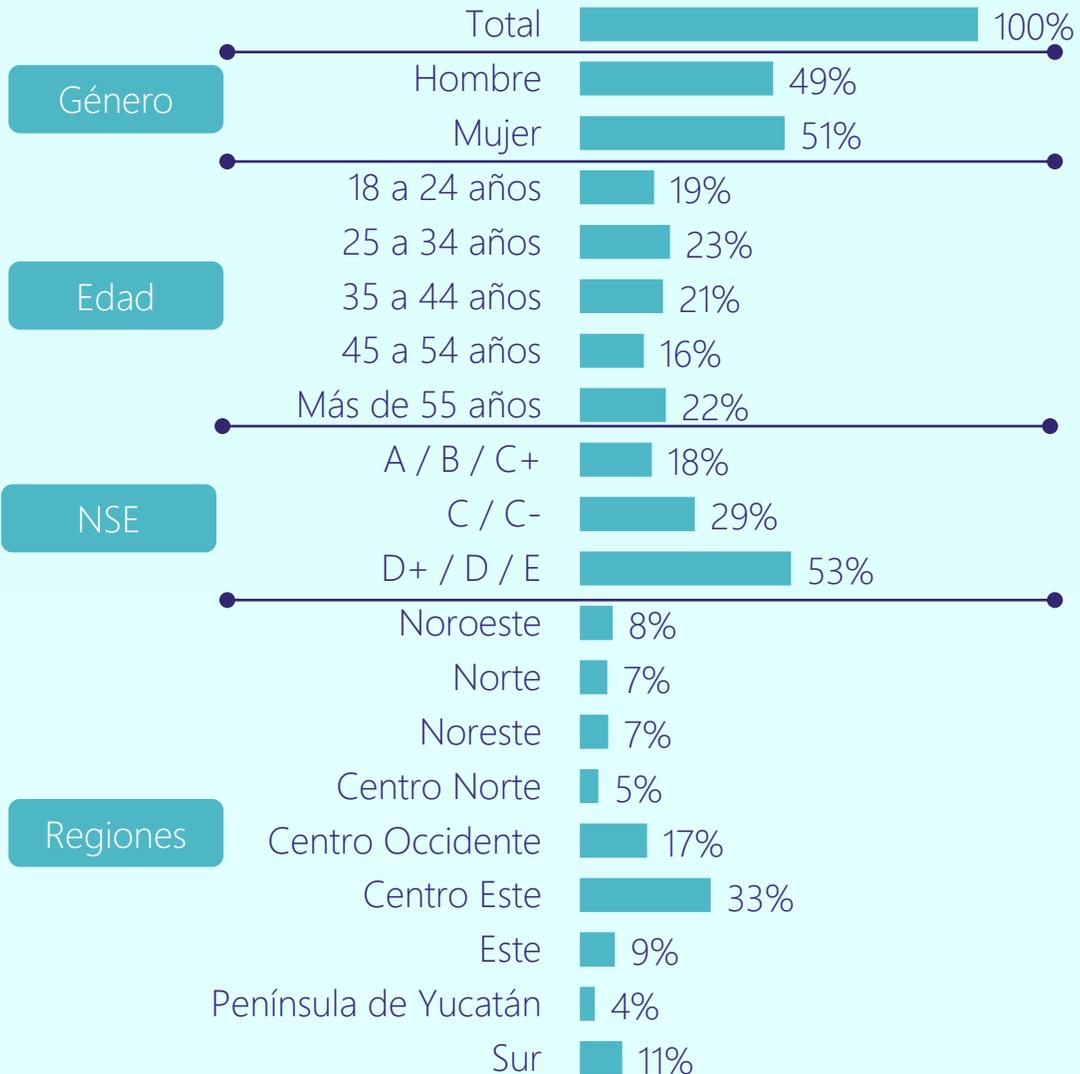


## Contenido

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

- Segmentación actitudinal ante el COVID

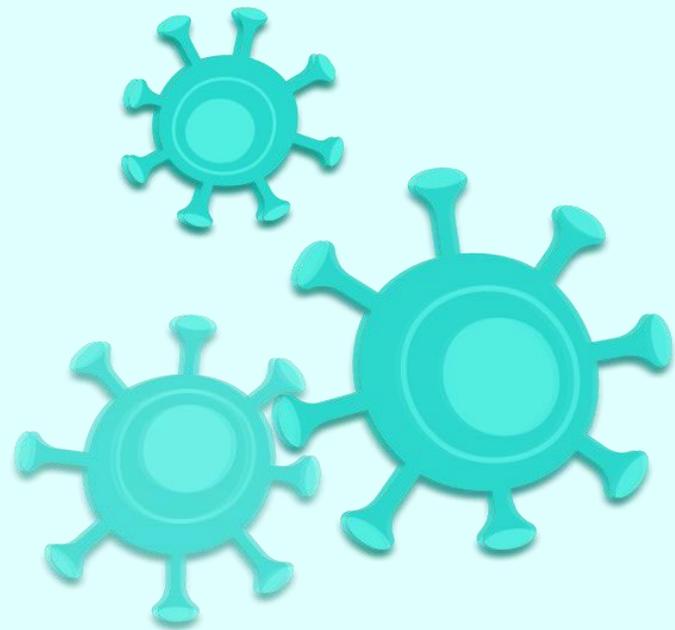
# Perfilamiento de la muestra ponderada



# Definición de regiones



Región	Estado
Noroeste	Baja California
	Baja California Sur
	Sonora
	Sinaloa
Norte	Chihuahua
	Durango
	Coahuila
Noreste	Nuevo León
	Tamaulipas
Centro Norte	Zacatecas
	SLP
	Aguascalientes
Centro Occidente	Jalisco
	Nayarit
	Colima
	Michoacán
Centro Este	Guanajuato
	Querétaro
	Hidalgo
	México
	CDMX
	Morelos
	Tlaxcala
Puebla	
Este	Veracruz
	Tabasco
Península de Yucatán	Campeche
	Yucatán
	Quintana Roo
Sur	Oaxaca
	Chiapas
	Guerrero



  
**PQR**  
Planning Quant



# ¡Muchas gracias!

Tel. 55.5208.3457

Más información en: [planningquant.com](http://planningquant.com)

[contacto@planningquant.com](mailto:contacto@planningquant.com)



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

