CCR BUS: ETAPA DE AISLAMIENTO POR COVID-19

Abril 2020

www.ccrlatam.com.pe

50
años
HACIENDO
INVESTIGACION DE
MERCADOS CON
VISION DE
NEGOCIOS

Ahora es

I. FICHA TÉCNICA

FICHA TÉCNICA

TIPO DE ESTUDIO	Cuantitativo.
ÁMBITO GEOGRÁFICO	Lima Metropolitana.
TÉCNICA	Encuestas Online.
INSTRUMENTO	Cuestionario estructurado con preguntas abiertas y cerradas, elaborado por **CCR CUORE**.
UNIVERSO A INVESTIGAR	Hombres y mujeres en edades entre 18 a 65 años pertenecientes a los NSE A, B y C.
FECHA DE CAMPO	Del 1 al 3 de abril del 2020.

FICHA TÉCNICA

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

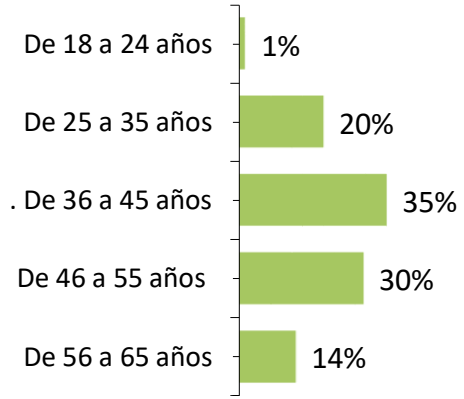
Los 303 casos se distribuyen de la siguiente manera en NSE; los cuales fueron ponderados en función de la penetración de los NSE según APEIM.

NSE	Pesos ponderados%
A	7%
B	32%
C	61%
TOTAL	**303 casos**

PERFIL DEL ENTREVISTADO

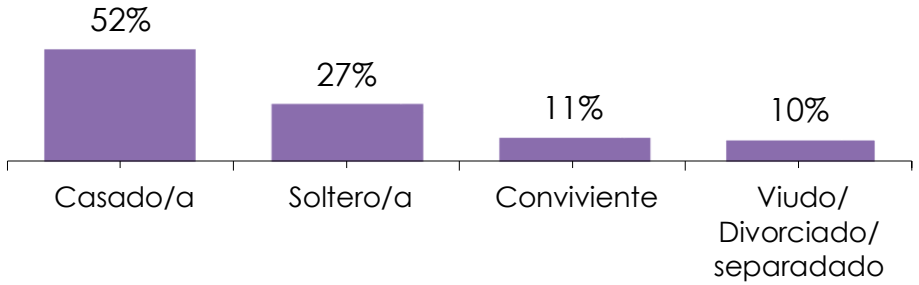
PERFIL DEL ENTREVISTADO

RANGO DE EDAD

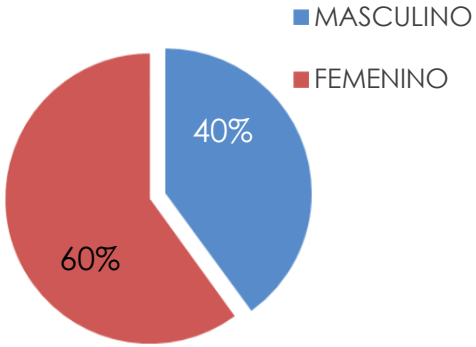


Base: 303 casos

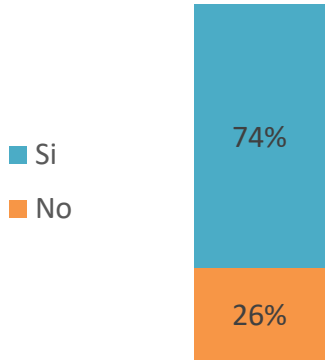
ESTADO CIVIL



GENERO



TENENCIA DE HIJOS



EDADES DE HIJOS

0 a 5 años	29%
6 a 10 años	22%
11 a 15 años	36%
16 a 18 años	14%
Más de 18 años	42%

Promedio de miembros en su hogar
4 personas

Base 303 casos

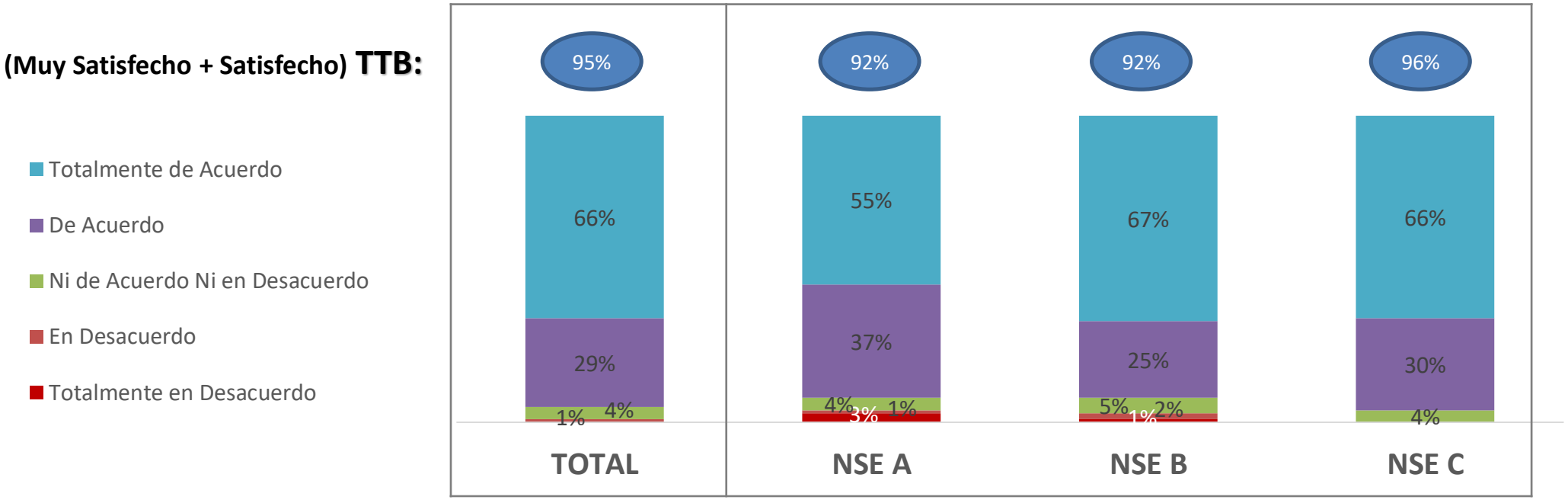
P.1 ¿Cuál es el cargo que usted ocupa dentro del área de Marketing? (RU) / P.2 ¿Hace cuánto tiempo que trabaja en esta empresa? RU / P.3 ¿Qué funciones desarrolla dentro de la organización?

ACCIONES DEL GOBIERNO FRENTE AL COVID-19

ACCIONES IMPLEMENTADAS POR EL GOBIERNO

El 95% de los entrevistados aprueba las medidas implementadas por el gobierno en bien de salvaguardar la salud del país.

¿Qué opina sobre las acciones implementadas por el Gobierno Central para afrontar el resguardo de la salud de la población peruana?



Base:	303	21*	97	185

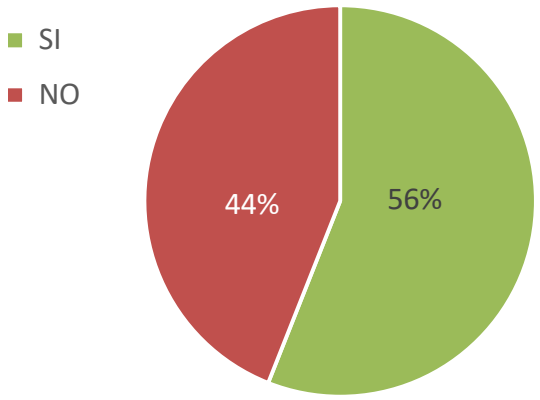
**Bases menores a 30 casos son referenciales*

P.1. Podría decirme según la siguiente tarjeta ¿Qué opina sobre las acciones implementadas por el Gobierno Central para afrontar el resguardo de la salud de la población peruana? RU

COVID – 19

El 44% percibe que esto no terminará a corto plazo, principalmente por la falta de cumplimiento por parte de la población, sugiriendo que estas debieran ser más drásticas.

¿Considera que con las medidas planteadas será controlado y pronto terminará?



Base: 303 casos

	NSE A	NSE B	NSE C
SI	47%	54%	59%
NO	53%	46%	41%
Base:	*21**	*97*	*185*

¿Por qué?

¿Por qué SI?	
Porque se tomaron las medidas a tiempo y son adecuadas	43%
Por las medidas del distanciamiento social /Aislamiento	23%
Solo si las personas hacen caso	5%
El Índice de contagio es mínimo	5%
Siguiendo las recomendaciones	4%
Otros	20%
Base:	171

¿Por qué NO?	
La gente no respeta las medidas /Se debe ser más drásticos	44%
El virus estará todo el año /seguirá contagiando /El virus estará mas tiempo	14%
Va a demorar a nivel mundial	6%
El número de muestras no revelan la magnitud de contagios	6%
Falta de tecnología médica /falta de medidas sanitarias	5%
No hay vacuna	5%
Otros	24%
Base:	132

P.2. ¿Considera usted que el brote del COVID-19 en nuestro país con las medidas planteadas será controlado y pronto terminará? RU / P.3. ¿Por qué?

**Bases menores a 30 casos son referenciales*

SITUACIÓN LABORAL

ACTIVIDADES PENDIENTES

La cuarentena obligó a las personas a postergar negocios o actividades laborales

¿Qué actividades le quedaron pendientes con el inicio del aislamiento social obligatorio?

Base: 303 casos

	NSE A	NSE B	NSE C
Postergó negocios o actividades laborales	55%	65%	48%
Postergó un viaje planeado personal /laboral	53%	28%	21%
Perdió una oportunidad de trabajo	13%	18%	24%
Postergó una operación o tratamiento médico	15%	15%	20%
Postergó la compra de un inmueble	7%	6%	3%
Se portergó año escolar y/o estudios	-	3%	4%
Otros	11%	6%	6%
Ninguno	1%	5%	5%
Base:	*21**	*97*	*185*

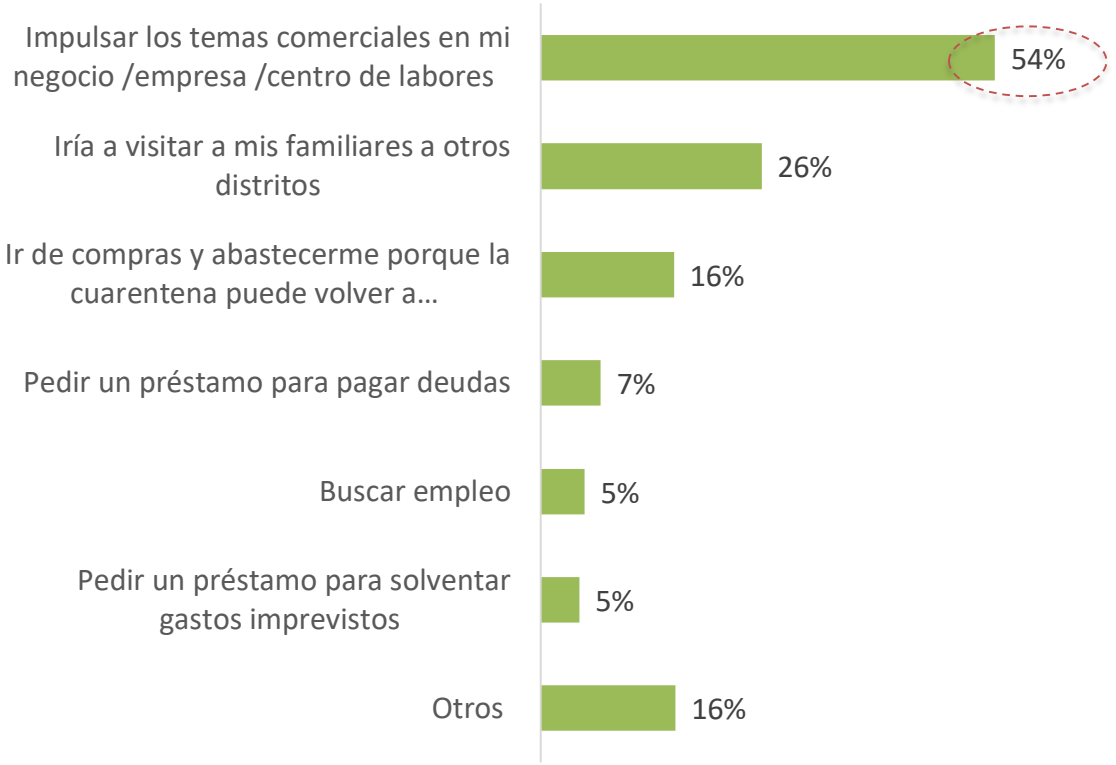
**Bases menores a 30 casos son referenciales*

P.4. ¿Que actividades o situaciones le quedaron pendiente con el inicio del aislamiento social obligatorio decretado por el Gobierno frente al COVID-19? RM

LO PRIMERO QUE HARA LUEGO DEL AISLAMIENTO

Las acciones están vinculadas al impulso de los temas comerciales y negocio.

¿Qué es lo primero que usted hará culminado el aislamiento social obligatorio?



Base: 303 casos

	NSE A	NSE B	NSE C
	83%	63%	46%
	25%	31%	24%
	8%	13%	19%
	8%	6%	8%
	-	4%	7%
	4%	5%	4%
	8%	20%	14%
Base:	*21**	*97*	*185*

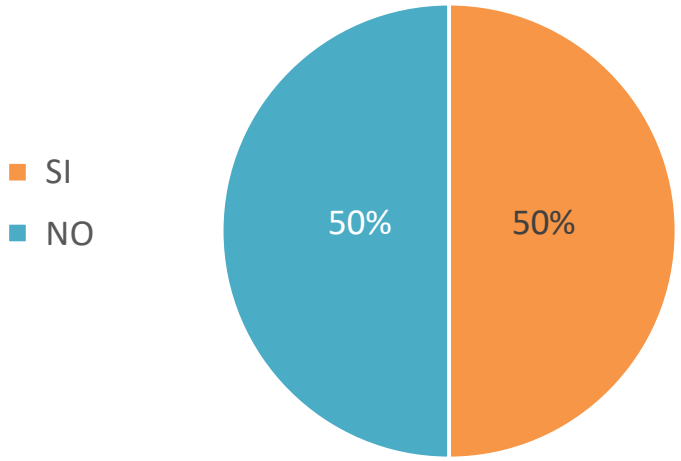
P.5¿Culminado el aislamiento social obligatorio decretado por el Gobierno frente al COVID-19; que será LO PRIMERO QUE USTED HARÁ? RM

**Bases menores a 30 casos son referenciales*

HOME OFFICE

Esta modalidad ha sido implementada y utilizada por el 50% de los entrevistados, ya que el tipo de trabajo que desempeñan se los permitió.

¿Usted trabajo desde casa a través de Home Office o Teletrabajo?



Base: 303 casos

	NSE A	NSE B	NSE C
SI	77%	65%	38%
NO	23%	35%	62%
Base:	*21*	*97*	*185*

¿Por qué?

¿Por qué SI?	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C
Mi tipo de trabajo lo permite	55%	57%	52%	57%
La empresa lo determinó así	15%	17%	12%	17%
Ya laboraba en ese sistema desde antes	15%	9%	17%	14%
Solo de manera parcial	3%	2%	5%	3%
Otros	7%	9%	12%	3%
Base:	150	16*	63	70

¿Por qué SI?	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C
No aplica a mi tipo de trabajo /rubro	47%	41%	47%	47%
No tengo trabajo /Ya no laboro	24%	24%	28%	23%
Laboro en Sectores de atención esencial en la coyuntura	4%	12%	-	5%
Ama de casa	4%	-	6%	4%
Se paralizo mi trabajo /negocios	4%	12%	9%	2%
Otros	13%	6%	6%	16%
Base:	153	5*	34	114

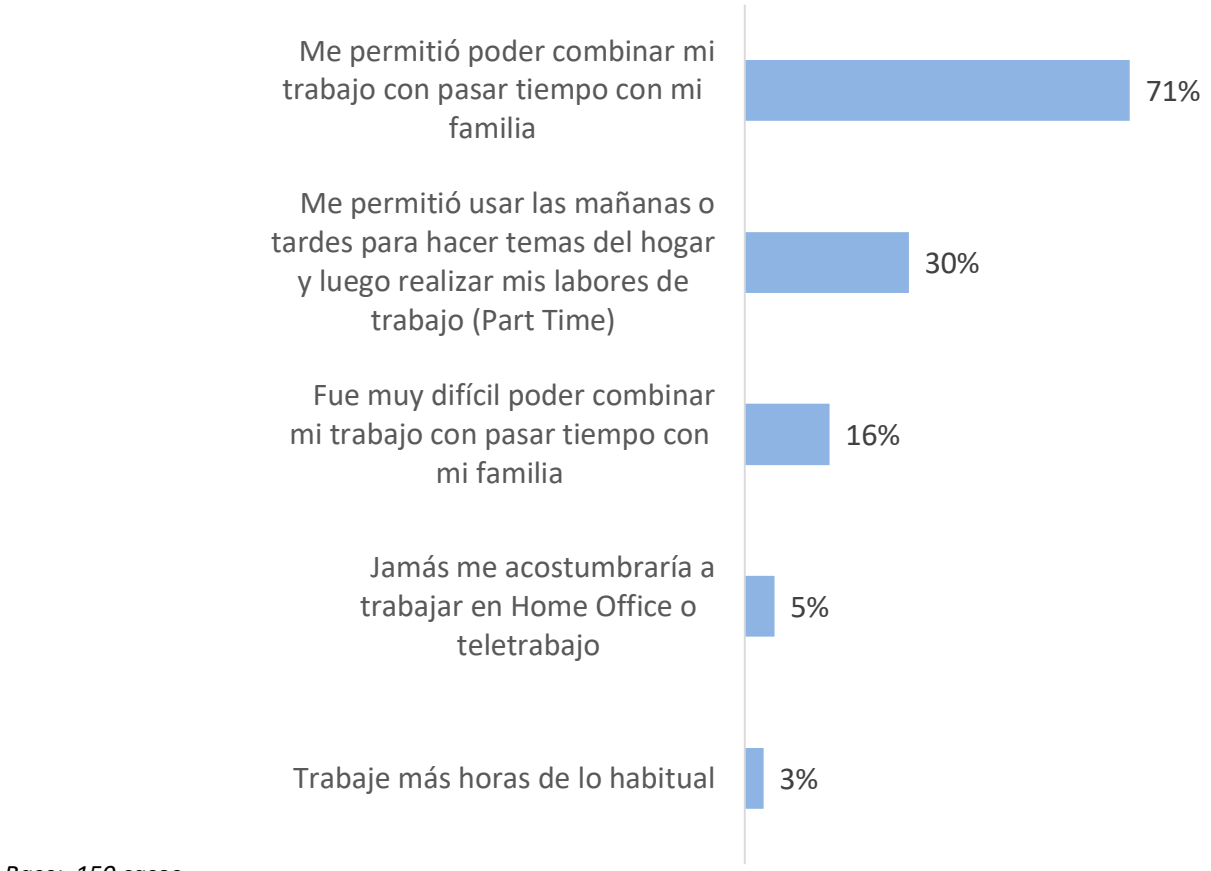
**Bases menores a 30 casos son referenciales*

P.6. ¿Durante el aislamiento social obligatorio decretado por el Gobierno frente al COVID-19, usted trabajo a través de Home Office o Teletrabajo? RU / P.7 ¿Por qué?

HOME OFFICE

Esta alternativa laboral les permitió poder combinar el trabajo y pasar tiempo con la familia.

¿Le permitió adaptarse a otros horarios?



Base: 150 casos

NSE A	NSE B	NSE C
64%	63%	80%
33%	28%	31%
16%	20%	11%
7%	8%	3%
2%	5%	3%
*16**	*63*	*70*

Base:

**Bases menores a 30 casos son referenciales*

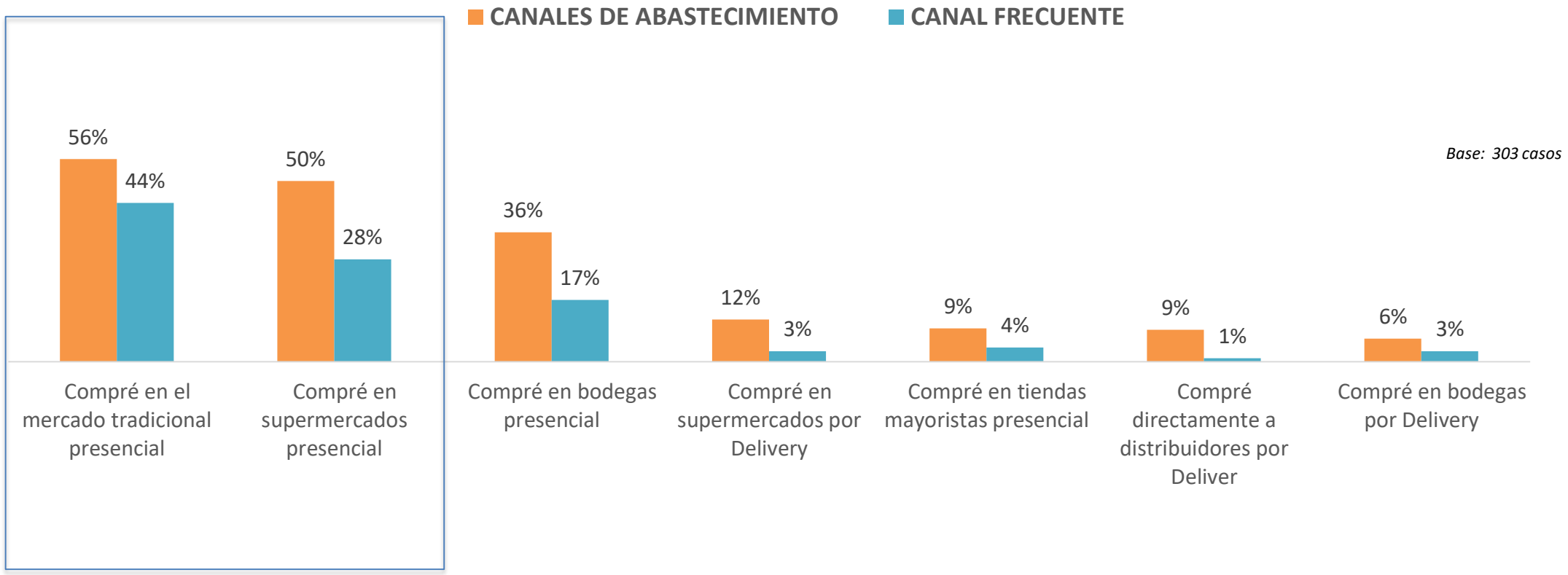
P.8. ¿El haber realizado la modalidad de Home Office o Teletrabajo le permitió adaptarse a otros horarios? RM

HÁBITOS DE COMPRA

CANALES DE COMPRA

El canal elegido para las compras es el Mercado tradicional, seguido por los Supermercados también de manera presencial.

¿Cómo se abasteció usted?

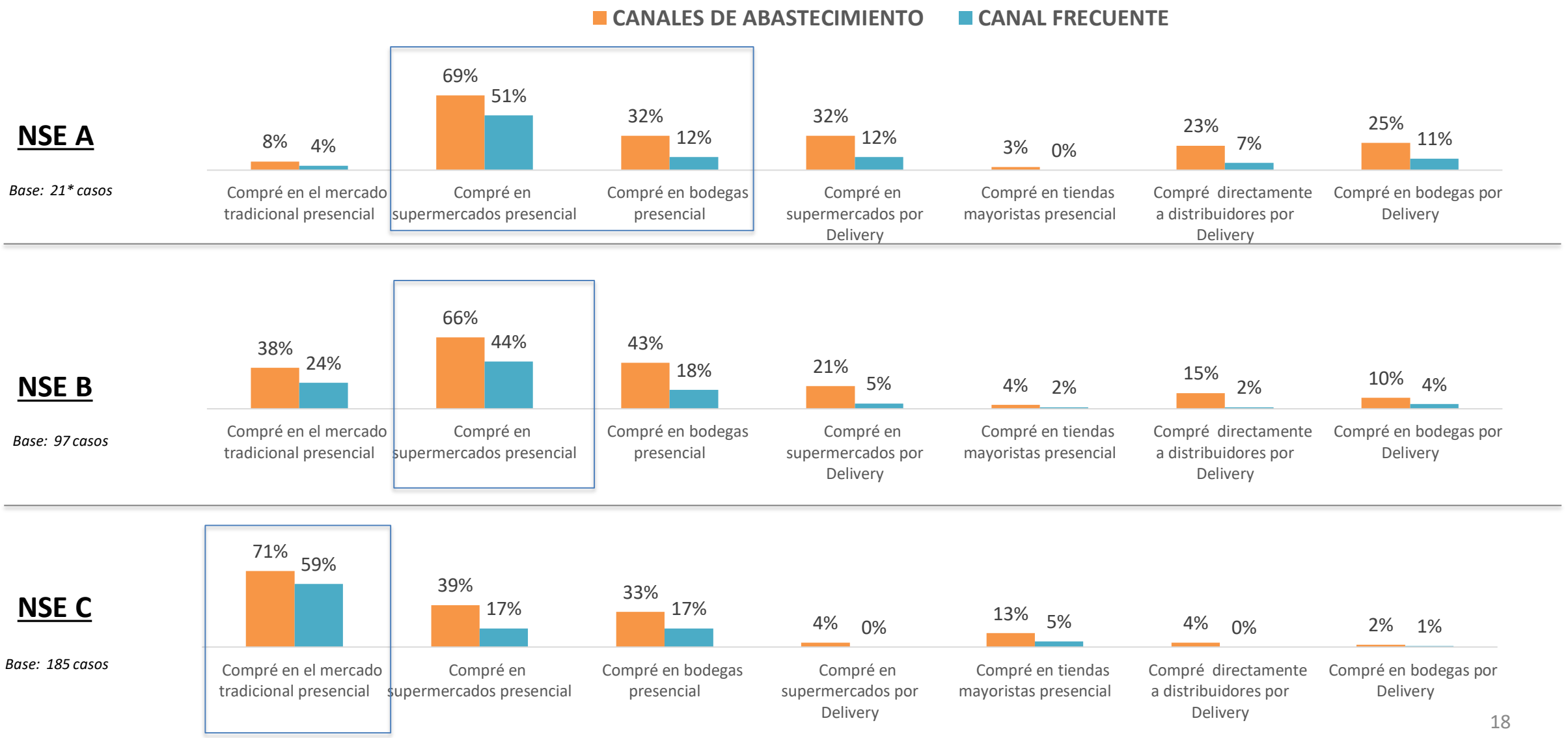


Base: 303 casos

P.9. Durante el aislamiento social obligatorio decretado por el Gobierno frente al COVID-19, ¿Cómo se abasteció usted? RM / P.10. ¿Cuál fue su canal de compra más frecuente? RU

CANALES DE COMPRA -POR NSE –

La compra presencial fue la mas usada y es transversal a los NSE

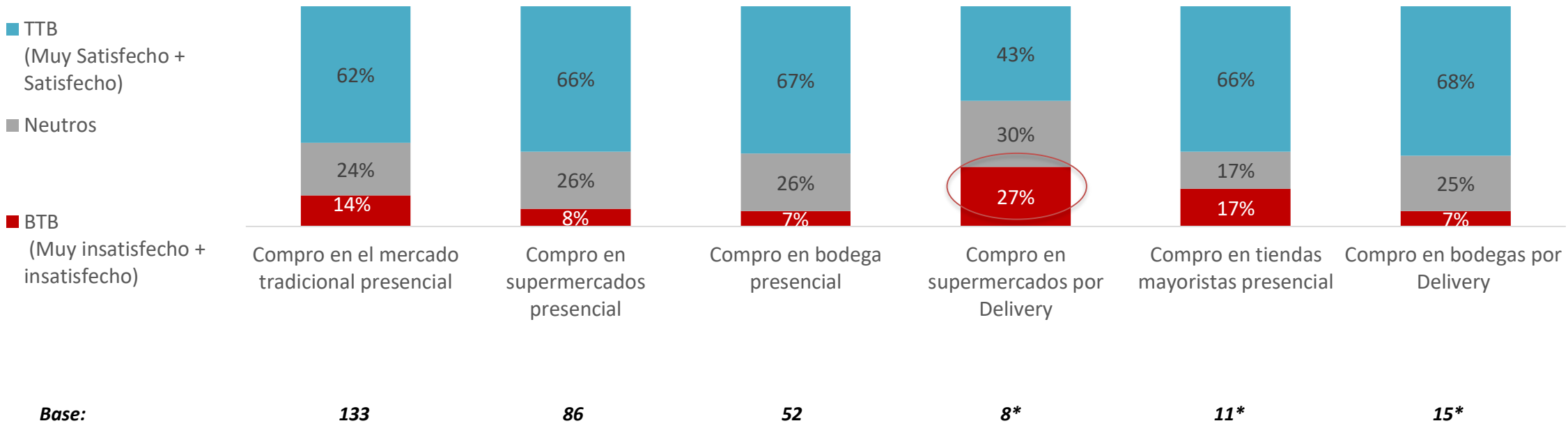


**Bases menores a 30 casos son referenciales*

SATISFACCION DE LOS CANALES DE COMPRA

Las compras On Line / Delivery en Supermercados fueron las más criticadas.

TOTAL LIMA – ENTREVISTADOS QUE REALIZARON SUS COMPRAS EN LA ETAPA DE AISLAMIENTO



**Bases menores a 30 casos son referenciales*

11. ¿Qué tan satisfecho se encuentra usted con las compras que realizó durante el periodo de aislamiento social obligatorio decretado por el Gobierno frente al COVID-19, según su canal de compra más frecuente? RU (Según P.10)

RAZONES DE SATISFACCION CON LOS CANALES DE COMPRA

En los canales presenciales había buen abastecimiento.

TTB: (Muy Satisfecho + Satisfecho)
BTB: (Muy Insatisfecho + Insatisfecho)

	COMPRO EN EL MERCADO TRADICIONAL PRESENCIAL		
	TTB	NEUTRO	BTB
Porque he conseguido lo que necesito /Había buen abastecimiento	70%	5%	-
Precios elevados	5%	52%	57%
Falta de Stock	5%	20%	12%
Buen precio	11%	-	-
Miedo al contagio	-	8%	27%
Colas muy largas	2%	6%	12%
Cercanía	6%	2%	-
BASE	***83***	***33***	***17****

	COMPRO EN SUPERMERCADOS PRESENCIAL		
	TTB	NEUTRO	BTB
Porque he conseguido lo que necesito /Había buen abastecimiento	69%	3%	4%
Falta de Stock	8%	53%	31%
Precios elevados	7%	23%	29%
Buen precio	9%	-	-
Rapidez	8%	-	-
Demoraban mucho en la entrega	1%	14%	4%
Orden social	4%	-	-
BASE	***57***	***22****	***7****

	COMPRO EN BODEGAS PRESENCIAL		
	TTB	NEUTRO	BTB
Porque he conseguido lo que necesito /Había buen abastecimiento	64%	8%	-
Falta de Stock	5%	46%	68%
Precios elevados	12%	8%	50%
Buen precio	14%	2%	-
Rapidez	6%	-	-
Demoraban mucho en la entrega	-	15%	-
Orden social	6%	-	-
Cercanía	6%	-	-
BASE	***35***	***13****	***4****

P.12. ¿Por qué razón se encuentra usted ……MENCIONAR RESPUESTA DE P.11?

**Bases menores a 30 casos son referenciales*

RAZONES DE SATISFACCION CON LOS CANALES DE COMPRA

Los canales por delivery/On Line, la falta de Stock y la demora en entrega, eran los puntos deficientes.

¿Por qué se encuentra Usted…?

TTB: (Muy Satisfecho + Satisfecho)
BTB: (Muy Insatisfecho + Insatisfecho)

	COMPRO EN BODEGAS POR DELIVERY		
	T.TWO BOX	NEUTRO	B.TWO BOX
Falta de Stock	29%	33%	50%
Porque he conseguido lo que necesito /Había buen abastecimiento	44%	-	-
No tuve que salir de casa	34%	-	-
Precios elevados	-	33%	-
BASE	**6***	**2***	**1***

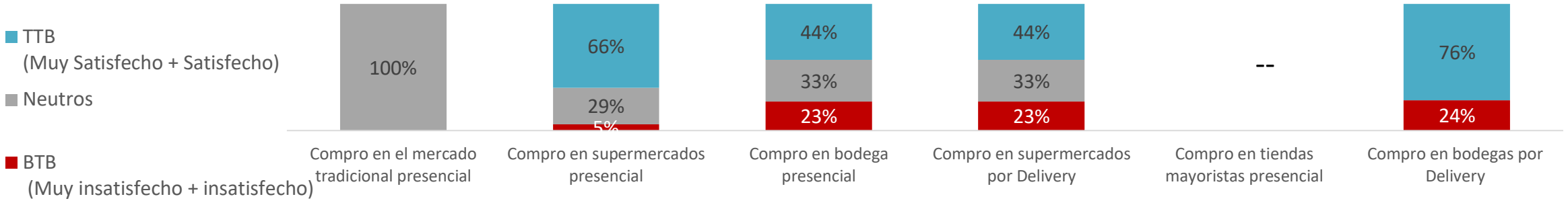
	COMPRO EN SUPERMERCADOS POR DELIVERY		
	TTB	NEUTRO	BTB
Demoraban mucho en la entrega	-	56%	86%
Porque he conseguido lo que necesito /Había buen abastecimiento	48%	-	-
Las compras fueron rápidas / Las recibí a tiempo	44%	-	-
Falta de Stock	-	44%	14%
Buen precio	9%	-	-
Precios elevados	-	12%	-
Compra On line	9%	-	-
BASE	**3***	**2***	**2***

P.12. ¿Por qué razón se encuentra usted ……MENCIONAR RESPUESTA DE P.11?

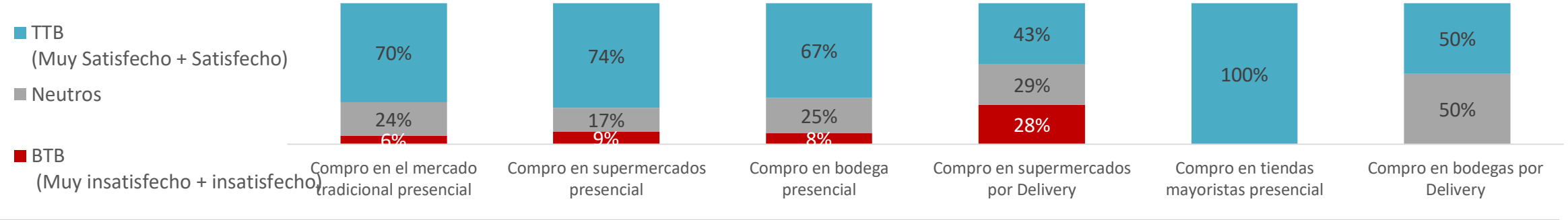
**Bases menores a 30 casos son referenciales*

SATISFACCION DE LOS CANALES DE COMPRA POR NSE

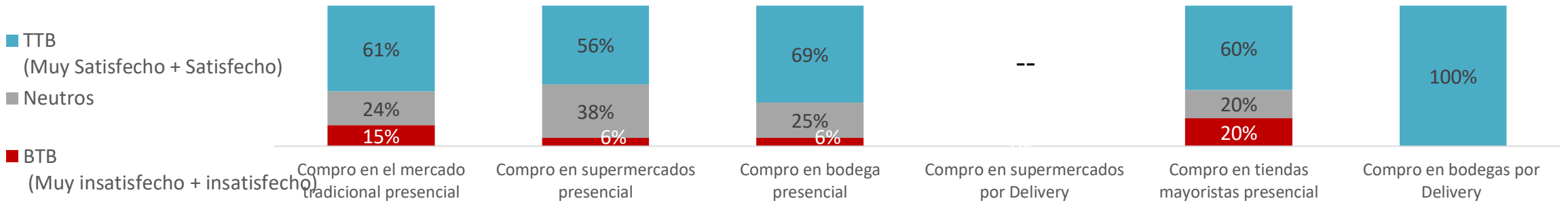
NSE A



NSE B



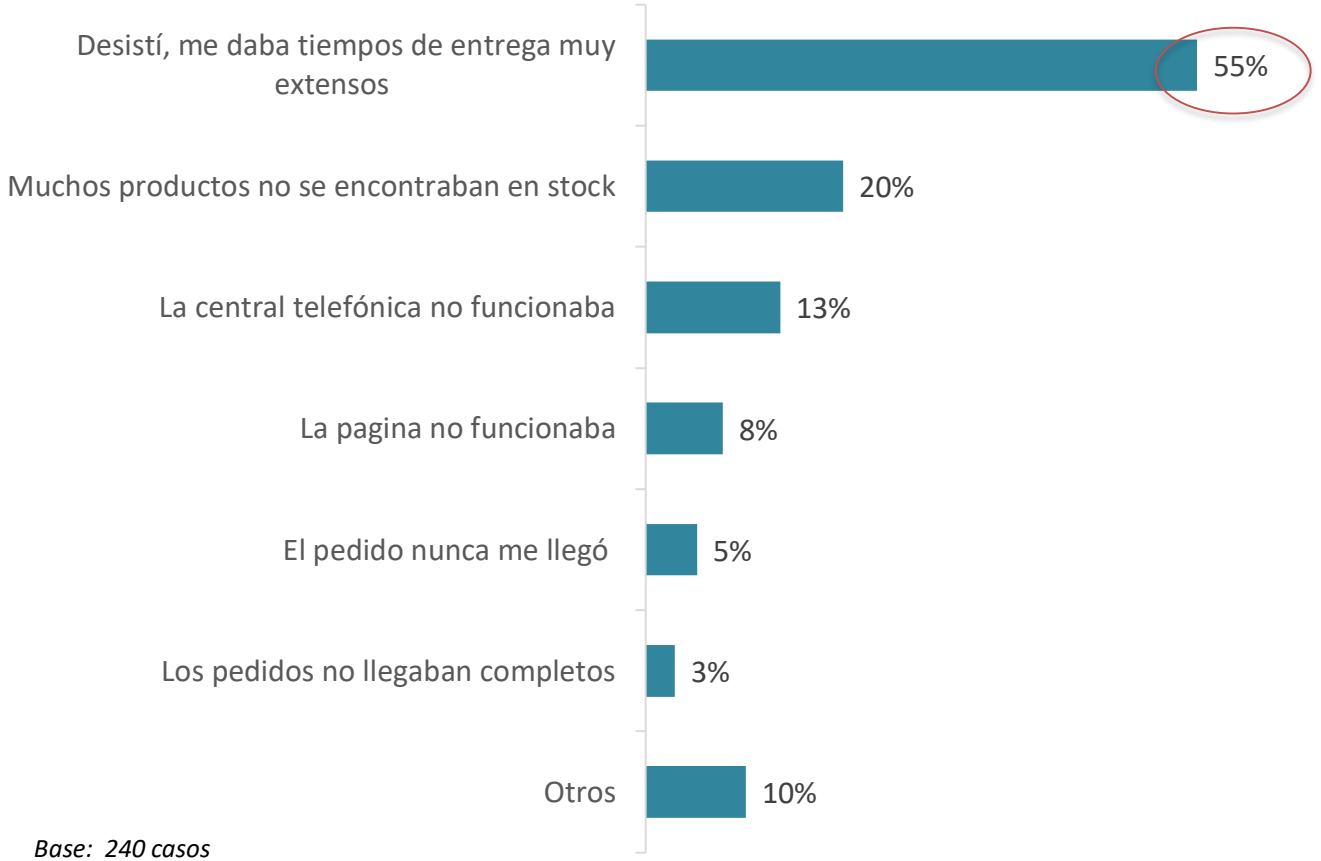
NSE C



RAZONES DE NO COMPRA EN CANAL DELIVERY / ON LINE

Cerca del 80% de los encuestados desiste del uso de éste canal, por los tiempos de entrega tan extensos que eran ofrecidos.

¿Por qué razones no compró por el canal delivery / On Line?



Base: 240 casos

NSE A	NSE B	NSE C
58%	60%	53%
8%	23%	19%
11%	5%	17%
19%	10%	6%
8%	2%	6%
8%	3%	2%
11%	12%	8%
*10**	*63*	*167*

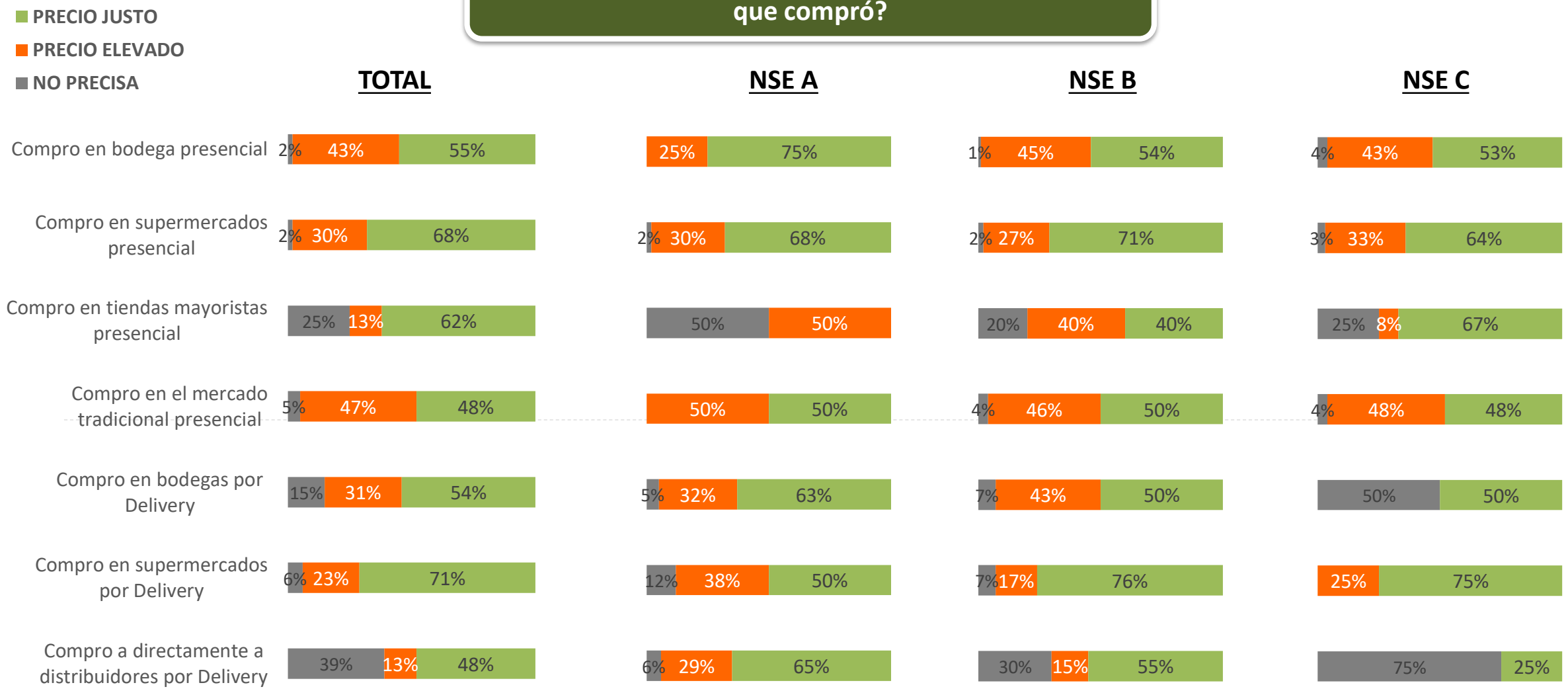
**Bases menores a 30 casos son referenciales*

P.14. SOLO PARA LOS QUE NO COMPRARON DELIVERY/ON LINE ¿Porqué razones usted no compro por el canal delivery/On line? RM

PRECIOS

Son elevados principalmente en el Mercado Tradicional; mientras que los Supermercados, mantuvieron los precios justos

¿Que opina de los precios en los diferentes productos que compró?

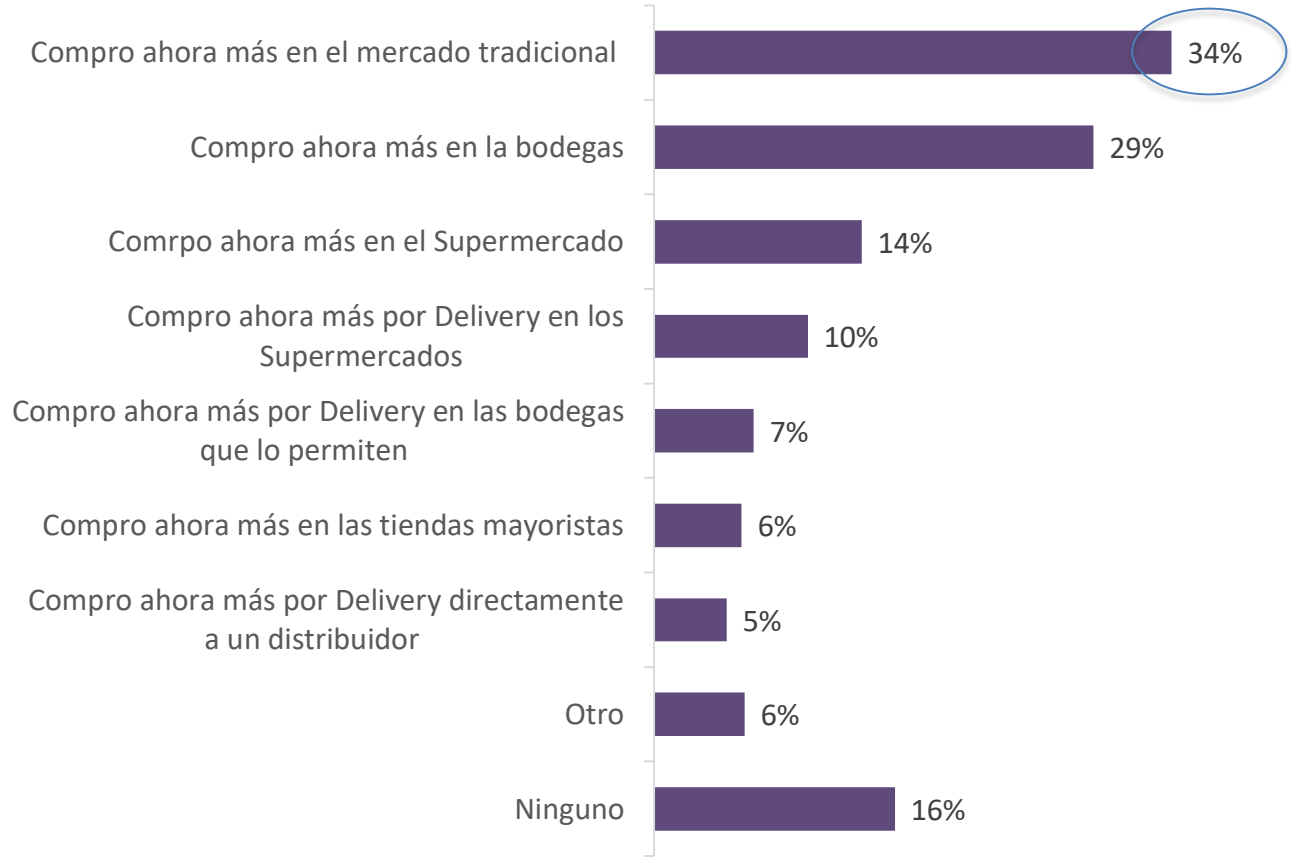


P.13. SEGÚN LA RESPUESTA DE P9 ¿Qué opina de los precios que se ofrecían en los diferentes productos que compro usted durante el periodo de aislamiento social obligatorio decretado por el Gobierno frente al COVID-19, según su canal de compra? RU

HABITOS DE COMPRA QUE HAN CAMBIADO

Los hábitos de compra han cambiado, favoreciendo al mercado tradicional, bodegas y supermercados en ese orden.

¿Qué hábitos de compra ha cambiado en su vida con las medidas dadas?



Base: 303 casos

NSE A	NSE B	NSE C
8%	23%	44%
24%	30%	29%
21%	18%	11%
24%	16%	5%
19%	10%	3%
-	2%	9%
16%	10%	1%
9%	8%	4%
20%	18%	14%
*21**	*97*	*185*

**Bases menores a 30 casos son referenciales*

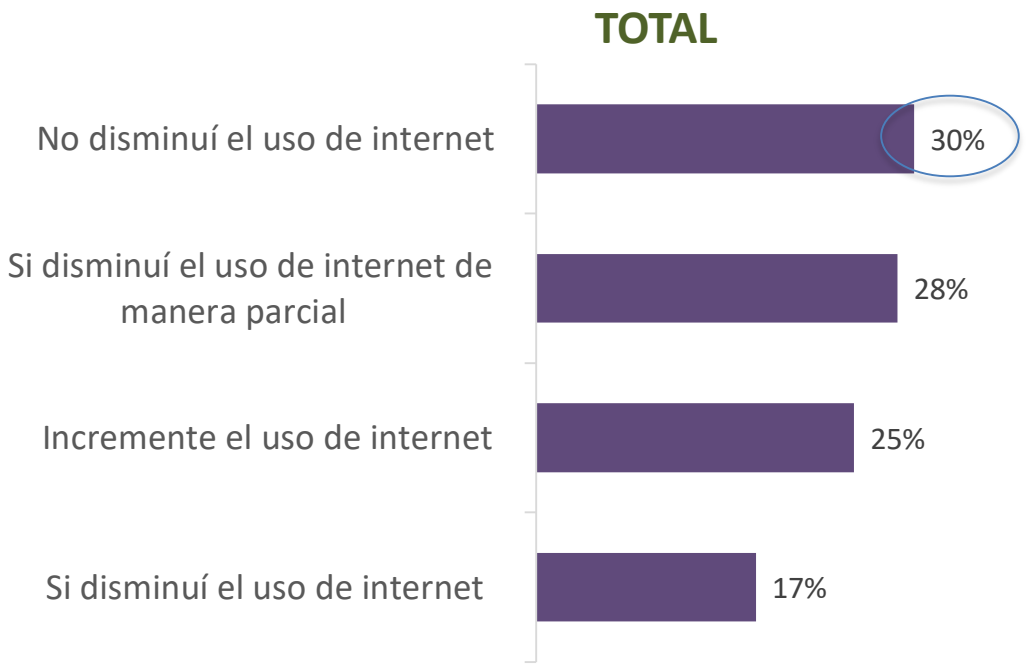
P.15. ¿Qué hábitos de compra cree usted que han cambiado en su vida con las medidas dadas por el COVID-19? RM

USO DE TV CABLE Y STREAMING

USO DE INTERNET

La mayoría no disminuyo el uso del internet e incluso el 25% menciona que incremento el mismo.

¿Siguió las recomendaciones de disminuir el uso de internet en las redes sociales durante el periodo de aislamiento social?



Base: 303 casos

NSE A	NSE B	NSE C
35%	33%	27%
31%	26%	29%
29%	28%	23%
5%	13%	21%
*21**	*97*	*92*

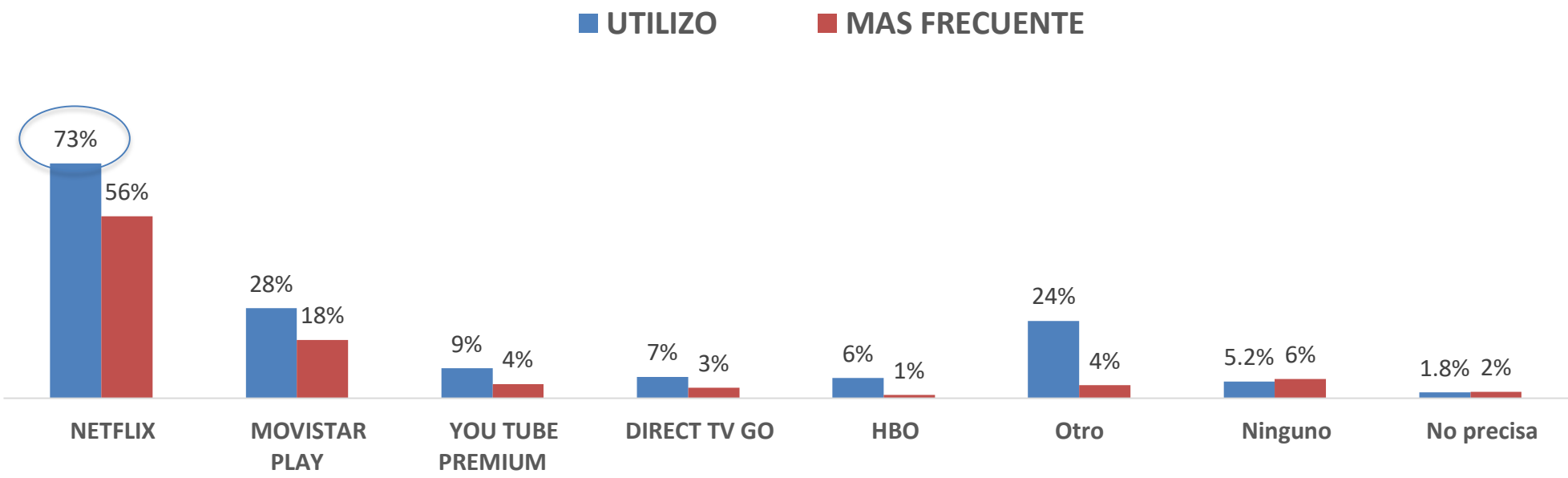
**Bases menores a 30 casos son referenciales*

P.16 ¿Usted siguió las recomendaciones dadas por las empresas de Telecomunicaciones para disminuir el uso de internet en las redes sociales durante el periodo de aislamiento social obligatorio decretado por el Gobierno frente al COVID-19 RU

USO DE INTERNET

Netflix es la plataforma mas usada en el periodo de aislamiento social obligatorio.

¿Qué plataformas de Video On Demand o Streaming utilizo?



Base: 303 casos

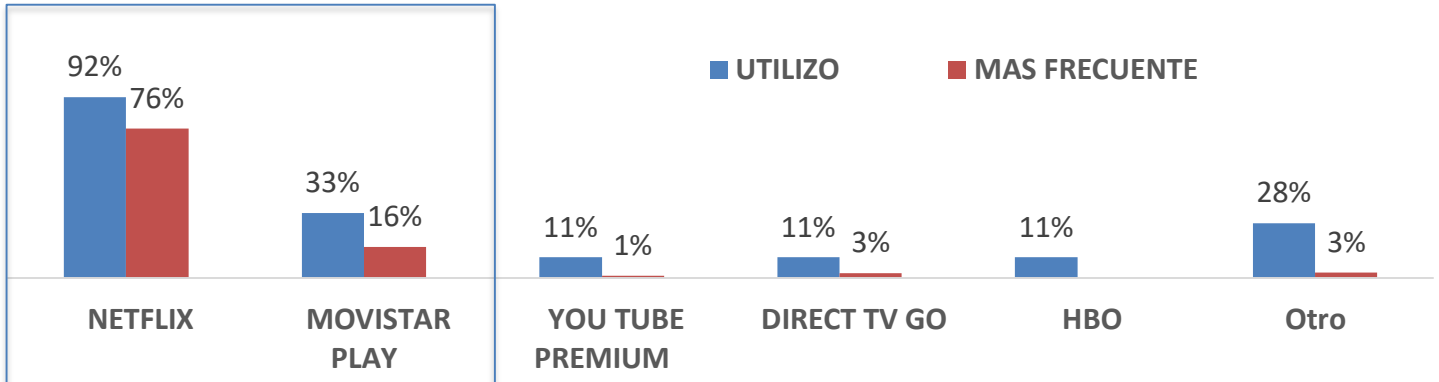
P.17 ¿Durante el periodo de aislamiento social obligatorio decretado por el Gobierno frente al COVID-19, que plataformas de video On Demand o Streaming utilizó usted? RM
P.18. ¿Cuál fue la que utilizó con mayor frecuente? RU

USO DE INTERNET

El uso de Netflix y Movistar TV es transversal a los NSE.

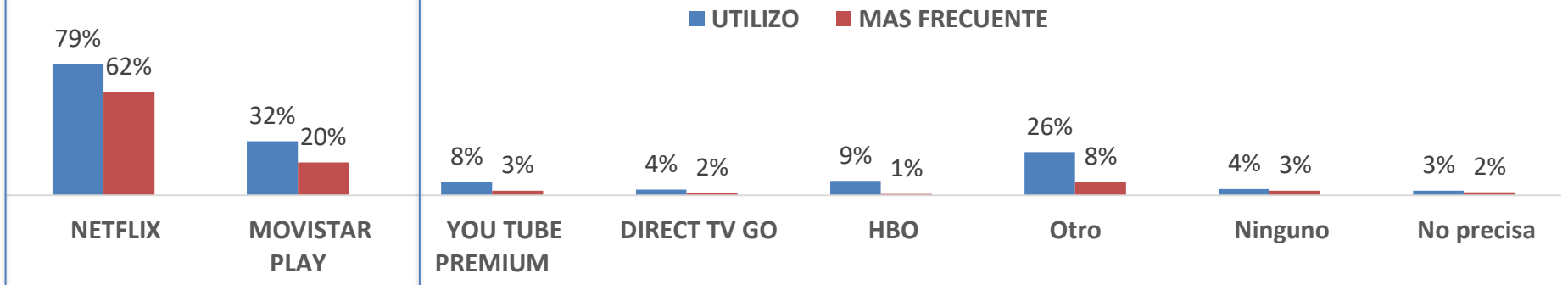
NSE A

Base: 21 casos*



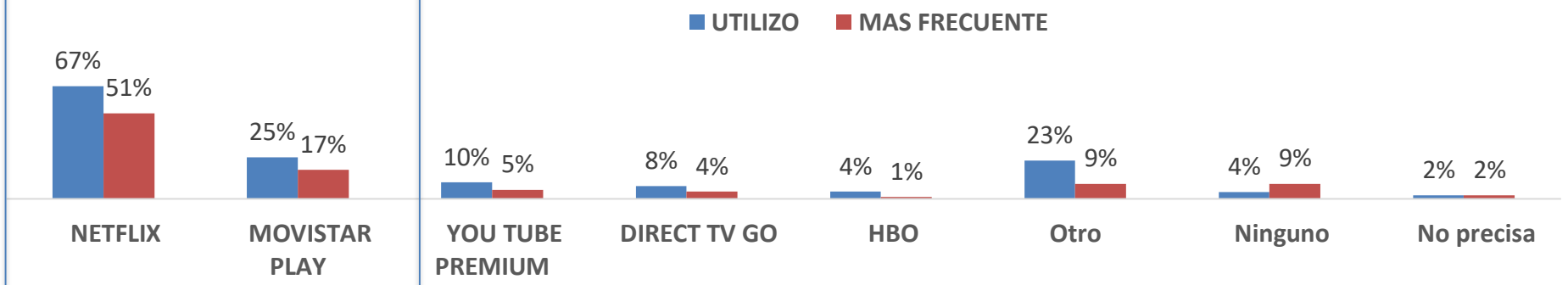
NSE B

Base: 97 casos



NSE C

Base: 185 casos



**Bases menores a 30 casos son referenciales*

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

- El ***95% de los entrevistados aprueba las medidas implementadas por el gobierno*** en bien de salvaguardar la salud del país.
- Si bien algo ***más de la mitad de encuestados considera que con las medidas dadas se combatirá pronto al COVID-19***; existe un segmento (44%) que percibe que esto no terminará a corto plazo, principalmente por la falta de cumplimiento por parte de la población a las medidas dadas, sugiriendo que estas debieran ser más drásticas.
- En el ámbito laboral, ***el inicio de la cuarentena obligó a las personas a postergar negocios o actividades laborales***; mientras que en el ***NSE C, un 24% manifiesta haber perdido oportunidades de trabajo***.
- En este sentido, las principales acciones posterior al levantamiento del aislamiento social obligatorio, están vinculadas al ***impulso de los temas comerciales y negocio***. De igual manera la ***necesidad de visitar a familiares en otros distritos se mantiene latente***.
- El trabajo desde casa o ***Home Office ha sido implementado y utilizado por lo menos por el 50%*** de los entrevistados; siendo más marcados en los NSE A y B. Asimismo ***esta opción laboral les permitió poder combinar el trabajo y pasar tiempo con la familia***.
- Aquellos que manifiestan no estar haciendo trabajo Home Office mencionan que se debe a que el tipo de trabajo o rubro en el que se desempeñan no aplica dicho sistema.

CONCLUSIONES

- El canal de compra de compra estrella durante el asilamiento obligatoria estaría siendo el ***Mercado tradicional***, seguido por los ***Supermercados también de manera presencial; lo cual es mas evidente en los NSE A y B***.
- No obstante al calificar el nivel de satisfacción con los canales de compra utilizados principalmente; encontraron un ***% alto de puntajes Neutros, generalmente asociados a la falta de stock y los precios elevados***.
- Sobre estos precios; se menciona que los mismos fueron ***elevados principalmente en el Mercado Tradicional***; mientras que los Supermercados, mantuvieron los precios justos.
- En el ***canal Delivery / On Line, se demuestra la deficiencia presentada por los supermercados en el manejo del e-commerce,*** el cual fue desbordado, lo que conllevo que ***cerca del 80% de los encuestados desista del uso de éste, por los tiempos de entrega tan extensos que eran ofrecidos***. Otras razones refieren a no encontrar el Stock de productos necesitado.
- Sobre el uso de Internet durante el periodo de aislamiento social obligatorio, ***el 30% manifiesta no haber disminuido el uso del mismo a pesar de las recomendaciones dadas por las empresas de Telecomunicaciones***, existiendo incluso ***un 25% que afirma haber incrementado su uso***, lo cual fue transversal a los NSE.
- Las ***plataformas de Video On Demand o Streaming más usadas en este periodo son Netflix*** con 73%, seguido de ***Movistar Play*** 28%.

CCR
CUORE