COVID-19

RECALCULANDO...

Actualización de la situación del COVID-19 en Ecuador

Ola 3

Patrizia Scifo

Patrizia.Scifo@ipsos.com

@IpsosEcuador

“Sigue la cuarentena y a pesar de los anuncios de desconfinamiento, las personas perciben que la situación no va a cambiar mucho en el corto plazo.

Estamos entrando en una fase en la cual los ecuatorianos estamos perdiendo la ilusión de un rápido retorno a la normalidad y nos enfrentamos a la dura realidad de la crisis y sus consecuencias.

La salida es cada vez menos sencilla y nos encontramos ante el dilema de escoger entre salvar la salud o salvar la economía, sin entender que son complementarias”

Patrizia Scifo, Gerente Ipsos

Actualización de las cifras de contagios en Ecuador por COVID-19

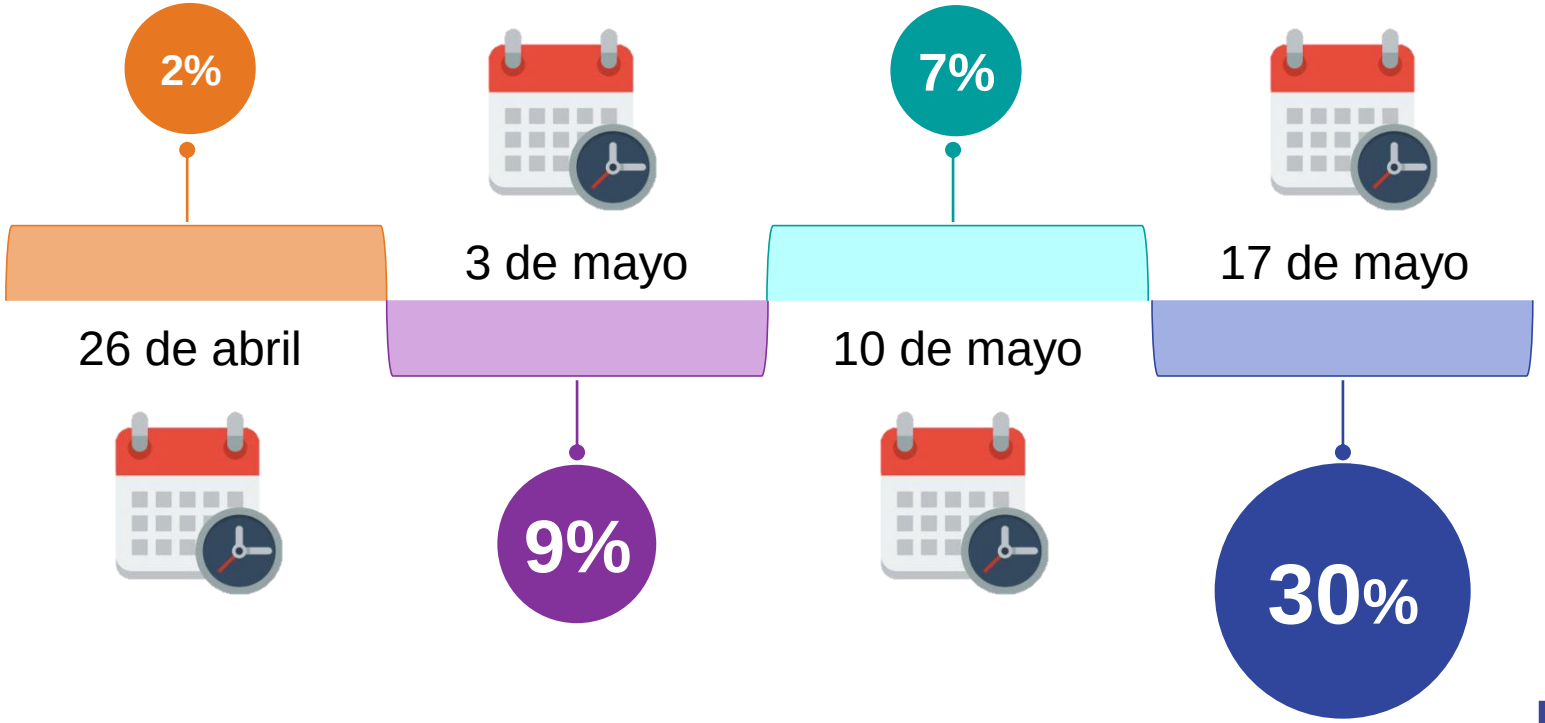
- Las condiciones de los 22.719 casos de COVID-19 que se han confirmado en el país son:
  - 20.350 estables en aislamiento domiciliario
  - 300 hospitalizados estables
  - 127 hospitalizados con pronóstico reservado
  - 1.366 casos con alta hospitalaria
  - 576 fallecidos
  - 23.138 casos fueron descartados
- El próximo 4 de mayo comenzará una nueva fase: El distanciamiento social para reanudar algunas actividades laborales. Para ello será necesario el sistema de semaforización en Ecuador que establece cómo funcionarán las actividades de cada cantón: rojo, amarillo y verde.

¿CUÁNDO CREE QUE EL ESTADO DE CUARENTENA SE VA A TERMINAR?

Más de la mitad de los entrevistados no sabe con exactitud cuándo se terminará el estado de cuarentena.

53%

No Sabe

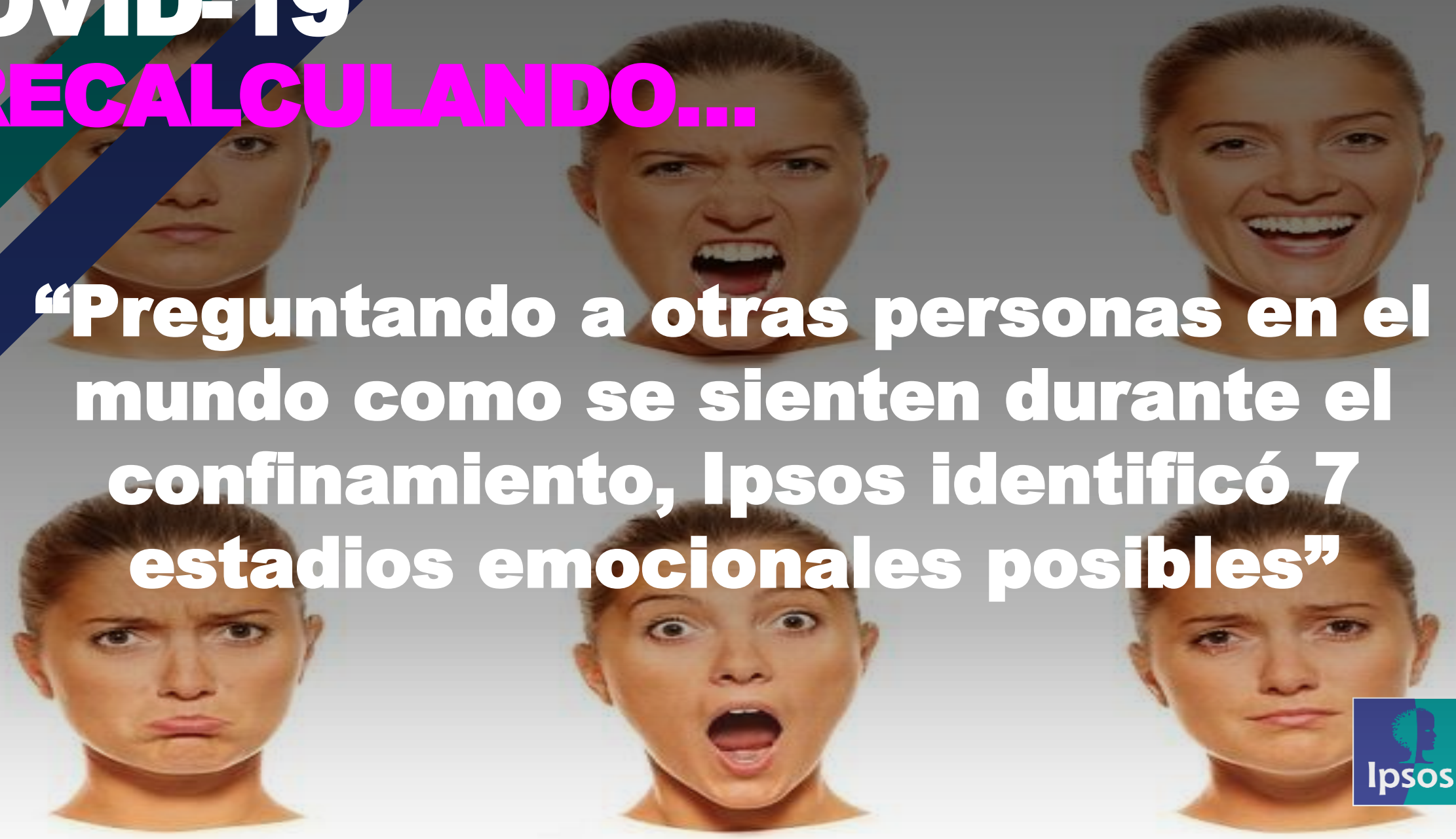


Ola 3: al 24 de abril
Base: 1190 entrevistados

COVID-19

RECALCULANDO...

“Preguntando a otras personas en el mundo como se sienten durante el confinamiento, Ipsos identificó 7 estadios emocionales posibles”



¿Qué frase describe mejor como se siente Ud. hoy?

	ESTADIO EMOCIONAL	
16%	INCREDULIDAD	Siento confusión y miedo, dado que la información es muy imprecisa y los rumores abundan
6%	PREPARACIÓN	Empiezo a cambiar los planes, a almacenar suministros, a hacer frente al agotamiento de las existencias y a la escasez de determinados productos
28%	**AJUSTE**	**Voy ajustándome día a día a las nuevas restricciones y a las situaciones a medida que van surgiendo. Voy elaborando nuevas rutinas**
13%	ACLIMATACIÓN	Voy estableciendo rutinas y enfrentándome a los retos diarios de aburrimiento y contacto familiar forzado. Descubro cosas positivas de la situación, a medida que la gente explora nuevas actividades e intereses
16%	RESISTENCIA	La tensión aumenta con el tiempo con la restricción del movimiento y la actividad social reducida, afectando el estado de ánimo y las relaciones. Y todo agravado por la incertidumbre sobre cuánto va a durar esta situación
3%	ALIVIO	Siento alivio de que los negocios empiecen a reabrir, señalando que el final está a la vista. Me siento contento/a de reemprender la vida de nuevo
18%	**TEMOR**	Siento alivio de que los negocios empiecen a reabrir, señalando que el final está a la vista. Pero me surgen nuevas preocupaciones sobre la seguridad laboral y financiera y cómo las consecuencias económicas se van haciendo evidentes

***Ipsos identifica 7 estadios emocionales a nivel global**

Ola 3: al 24 de abril
Base: 1190 entrevistados

PERCEPCIÓN SOBRE LA PANDEMIA: ESTADIOS EMOCIONALES

En Ecuador, PREDOMINA EL ESTADIO DE AJUSTE*.

En este momento las personas necesitan saber cómo las empresas van a apoyarlas ante esta nueva realidad. Hemos pasado la fase de necesidad emocional de acompañamiento a la de la realidad: ¿qué vas a hacer por mi?!

	40 días de cuarentena
INCREDULIDAD	16%
PREPARACIÓN	6%
AJUSTE	**28%**
ACLIMATACIÓN	13%
RESISTENCIA	16%
ALIVIO	3%
TEMOR	18%

***"Voy ajustándome día a día a las nuevas restricciones y a las situaciones a medida que van surgiendo. Voy elaborando nuevas rutinas"**

El 18% se encuentra en la fase de **TEMOR** ya que las consecuencias económicas se están haciendo evidentes y surgen nuevas preocupaciones sobre la seguridad laboral y financiera.

Fecha	25/04/20
Días de Cuarentena	40
Infectados	22.729
Fallecidos	576
Altas Médicas	1.366

Ola 3: Del 23 al 25 de abril
Base: 1190 entrevistados

Seguimos preocupados y ansiosos. Pero también llenos de optimismo y de alegría por la unión familiar.

¿QUÉ SENTIMIENTOS LE GENERA ESTAR EN SU CASA BAJO ESTA SITUACIÓN DE AISLAMIENTO SOCIAL OBLIGATORIO?

	Ola 1	Ola 2	**Ola 3**
Esperanza / optimismo	48%	48%	**47%**
Alegría por la unión familiar	45%	44%	**45%**
Preocupación / nerviosismo	48%	48%	**42%**
Ansiedad/estrés	35%	35%	**34%**
Seguridad	-	39%	**32%**
Aburrimiento/Soledad	17%	14%	**15%**
Frustración /mal humor	12%	14%	**13%**
Miedo	20%	15%	**13%**
Tristeza / pesimismo	15%	17%	**13%**
Indiferencia, me da lo mismo	4%	5%	**5%**

Ola 1: al 30 de marzo
Base: 805 entrevistados

Ola 2: al 9 de abril
Base: 802 entrevistados

Ola 3: al 24 de abril
Base: 1190 entrevistados

¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES OPCIONES DESCRIBE MEJOR SU SITUACIÓN EN ESTOS MOMENTOS?

El 38% de los encuestados NO está trabajando. Sigue subiendo el grupo que se va quedando sin empleo.

	Ola 1	Ola 2	**Ola 3**
Estoy en mi casa trabajando por teletrabajo (home office)	24%	39%	**25%**
Me he quedado sin trabajo, estoy desempleado	18%	19%	**21%**
Estoy en mi casa sin trabajar, pero si tengo trabajo habitualmente	26%	18%	**17%**
Soy ama de casa, estudiante, jubilado, no trabajo habitualmente.	17%	10%	**17%**
Estoy saliendo a trabajar porque estoy dentro del grupo de personas autorizadas por el gobierno para hacerlo	8%	8%	**11%**
No precisa	5%	5%	**5%**
Estoy saliendo a trabajar porque lo necesito, aunque no estoy formalmente autorizado	2%	1%	**3%**

Ola 1: al 30 de marzo
Base: 805 entrevistados

Ola 2: al 9 de abril
Base: 802 entrevistados

Ola 3: al 24 de abril
Base: 1190 entrevistados

¿EN QUÉ ESTÁ OCUPANDO LA MAYOR PARTE DE SU TIEMPO ESTOS DÍAS DE AISLAMIENTO SOCIAL OBLIGATORIO?

Se evidencia más tiempo dedicado a la familia (52%) y las redes sociales (con un salto importante de 35% a 44% en esta medición).

	Ola 1	Ola 2	**Ola 3**
Haciendo los quehaceres del hogar	25%	56%	**59%**
Pasando tiempo con mi familia	9%	45%	**52%**
Revisando redes sociales	3%	35%	**44%**
Viendo películas, y programas de entretenimiento	8%	37%	**42%**
Viendo noticias / informándome	6%	40%	**38%**
Haciendo ejercicios	4%	33%	**33%**
Estudiando / aprendiendo algo nuevo	9%	27%	**29%**
Trabajando por teletrabajo (home office)	22%	40%	**28%**
Leyendo	4%	26%	**26%**
Haciendo tareas con mis hijos	-	25%	**17%**
Jugando juegos de mesa	0,40%	14%	**16%**
Estoy saliendo a trabajar, no estoy en cuarentena	8%	8%	**11%**
No precisa	3%	1%	**1%**

Ola 1: al 30 de marzo
Base: 805 entrevistados

Ola 2: al 9 de abril
Base: 802 entrevistados

Ola 3: al 24 de abril
Base: 1190 entrevistados

SENTIMIENTOS Y SITUACION ACTUAL

Definitivamente tener trabajo impacta en el estado de ánimo de los ecuatorianos de manera positiva.

Tener trabajo hace que la aguja gire a tener sentimientos Positivos

Me he quedado sin trabajo, estoy desempleado

Estoy en mi casa trabajando por teletrabajo

- 33% Tristeza / Pesimismo
- 31% Miedo
- 28% Indiferencia, me da lo mismo
- 27% Frustración / Mal humor

- 33% Seguridad
- 28% Esperanza / Optimismo
- 26% Alegría por la unión familiar

26% Ansiedad / Estrés

Ola 3: al 24 de abril
Base: 1.190 entrevistados

PERCEPCIÓN HACIA EL FUTURO DEL PAÍS

Más de la mitad de los ecuatorianos siguen pensando que la situación del país **volverá a la normalidad en más de tres meses.**

En cuanto tiempo cree que el país volverá a la normalidad, es decir a la libre circulación y reunión de personas a cualquier hora y por cualquier lugar del territorio nacional?

	Ola 1	Ola 2	Ola 3
Más de tres meses	21%	54%	**56%**
En un par de meses	38%	17%	**12%**
En unos tres meses	18%	17%	**10%**
En menos de un mes	11%	3%	**3%**
No precisa	11%	9%	**20%**

Ola 1: al 30 de marzo
Base: 805 entrevistados

Ola 2: al 9 de abril
Base: 802 entrevistados

Ola 3: al 24 de abril
Base: 1190 entrevistados

¿CUÁL DIRÍA QUE ES LA SITUACIÓN DE SALUD DE SU HOGAR CON RESPECTO A ENFERMEDADES RESPIRATORIAS?

Estado de salud de los miembros del hogar: 8 de cada 10 familias se encuentran Saludables.

Incrementan los casos de Covid-19.

	Ola 1	Ola 2	**Ola 3**
Estamos todos sanos	75%	87%	**81%**
Algunos miembros del hogar tienen gripe o malestar pero está descartado que sea coronavirus	17%	9%	**10%**
Algunos miembros del hogar tienen gripe o malestar y no está descartado que sea coronavirus	6%	2%	**4%**
Tenemos al menos un caso confirmado de coronavirus	0,1%	0,1%	**1%**
No precisa	2%	2%	**3%**

Ola 1: al 30 de marzo
Base: 805 entrevistados

Ola 2: al 9 de abril
Base: 802 entrevistados

Ola 3: al 24 de abril
Base: 1190 entrevistados

Impacto en el consumo

¿Cómo están cambiando el comportamiento los consumidores?

ABASTECIMIENTO Y RECURSOS DISPONIBLES

La mitad sigue parcialmente abastecido, tiene que salir a comprar productos y cuentan con los recursos para hacerlo. También, hay quienes no tienen dinero para hacerlo (25%).

	Ola 1	Ola 2	**Ola 3**
Estamos parcialmente abastecidos pero tenemos que salir a comprar algunos productos y tenemos dinero para hacerlo	51%	52%	**51%**
Estamos parcialmente abastecidos pero tenemos que salir a comprar algunos productos y no tenemos dinero para hacerlo	24%	25%	**25%**
Estamos bien abastecidos para pasar la cuarentena sin salir a comprar	9%	13%	**9%**
No estamos abastecidos y tenemos que salir diariamente a comprar y no tenemos dinero para hacerlo	9%	7%	**9%**
No estamos abastecidos y tenemos que salir diariamente a comprar y tenemos dinero para hacerlo	5%	3%	**3%**
No precisa	2%	1%	**3%**

Ola 1: al 30 de marzo
Base: 805 entrevistados

Ola 2: al 9 de abril
Base: 802 entrevistados

Ola 3: al 24 de abril
Base: 1190 entrevistados

Las categorías que han aumentado y disminuido su frecuencia de compra de una medición a la otra, se mantienen. **Se observa que el 59% de los encuestados**, en este momento, no consumen bebidas alcohólicas.

CAMBIOS EN LA FRECUENCIA DE COMPRA HABITUAL

	AUMENTÓ	SE MANTIENE	DISMINUYÓ	ACTUALMENTE NO CONSUME
Alimentos	**53%**	31%	16%	-
Productos de limpieza del hogar	**51%**	40%	9%	-
Productos de higiene personal	41%	**51%**	8%	-
Medicinas	29%	**50%**	14%	7%
Bebidas no alcohólicas	12%	36%	32%	20%
Bebidas alcohólicas	3%	8%	30%	**59%**
Smartphones	2%	17%	44%	37%
Artículos de Tecnología	3%	16%	45%	36%
Artículos de Belleza	1%	16%	**48%**	34%
Ropa/zapatos	2%	19%	**55%**	-

Ola 3: al 24 de abril
Base: 1190 entrevistados

La **disponibilidad** es la primera razón para la compra / consumo de bebidas durante el estado de cuarentena. Para los productos de primera necesidad, la compra se hace para almacenar.

En caso de haber consumido/ comprado alguna de las siguientes Bebidas en las últimas semanas, por favor nos podría indicar, ¿cuál fue la principal razón que lo llevó a decidir esta compra? Respuesta múltiple.

- **45% Disponibilidad**
- 26% Almacenar durante la cuarentena
- 24% Mejor precio/promoción
- 2% Otros

GASEOSA

- **32% Disponibilidad**
- 13% Mejor precio/promoción
- 9% Almacenar durante la cuarentena
- 5% Venía incluida con la comida que ordené

- **24% Disponibilidad**
- 19% Almacenar durante la cuarentena
- 9% Mejor precio/promoción
- 1% Otros

- **43% Disponibilidad**
- 21% Almacenar durante la cuarentena
- 21% Mejor precio/promoción
- 2% Otros

- **27% Disponibilidad**
- 15% Almacenar durante la cuarentena
- 12% Mejor precio/promoción
- 3% Otros

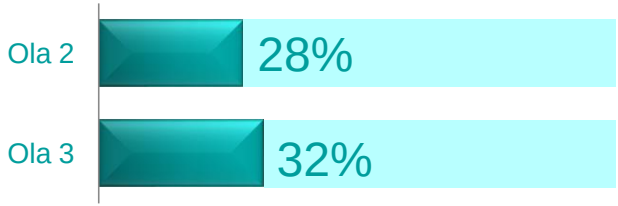
Ola 3: Del 23 al 25 de abril
Base: 1190 entrevistados

CAMBIOS EN LA MARCA DE LOS PRODUCTOS QUE COMPRABA HABITUALMENTE

77% de los ecuatorianos ha cambiado de marca en los productos que compraba.

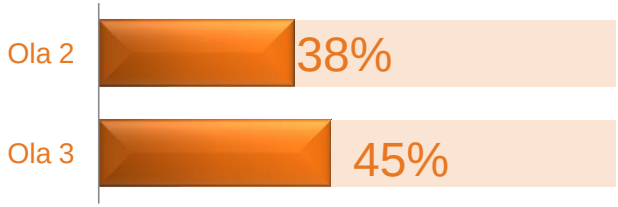
@IpsosEcuador

CAMBIÓ MUCHO



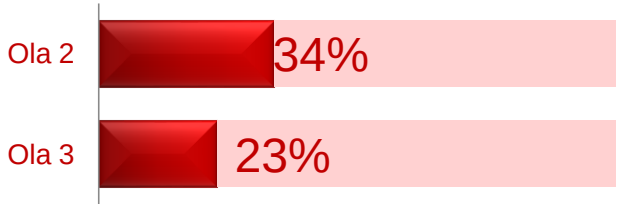
	GÉNERO		NSE				EDAD	
			Medio Alto	Medio Típico	Medio Bajo	Bajo	18 – 36 años	37+ años
Ola 2	27%	29%	24%	27%	25%	44%	26%	30%
Ola 3	33%	32%	25%	25%	38%	33%	33%	32%

CAMBIÓ POCO



	GÉNERO		NSE				EDAD	
			Medio Alto	Medio Típico	Medio Bajo	Bajo	18 – 36 años	37+ años
Ola 2	39%	38%	36%	42%	40%	29%	45%	32%
Ola 3	45%	44%	51%	47%	40%	49%	45%	44%

NO CAMBIÓ NADA



	GÉNERO		NSE				EDAD	
			Medio Alto	Medio Típico	Medio Bajo	Bajo	18 – 36 años	37+ años
Ola 2	35%	33%	40%	31%	35%	28%	29%	38%
Ola 3	22%	24%	24%	28%	22%	18%	22%	24%

Ola 1: al 30 de marzo
Base: 805 entrevistados

Ola 2: al 9 de abril
Base: 802 entrevistados

Ola 3: al 24 de abril
Base: 1190 entrevistados

Las personas siguen haciendo **más uso** de las **tiendas de barrio y fruterías** para la compra de productos, buscando evitar las aglomeraciones.

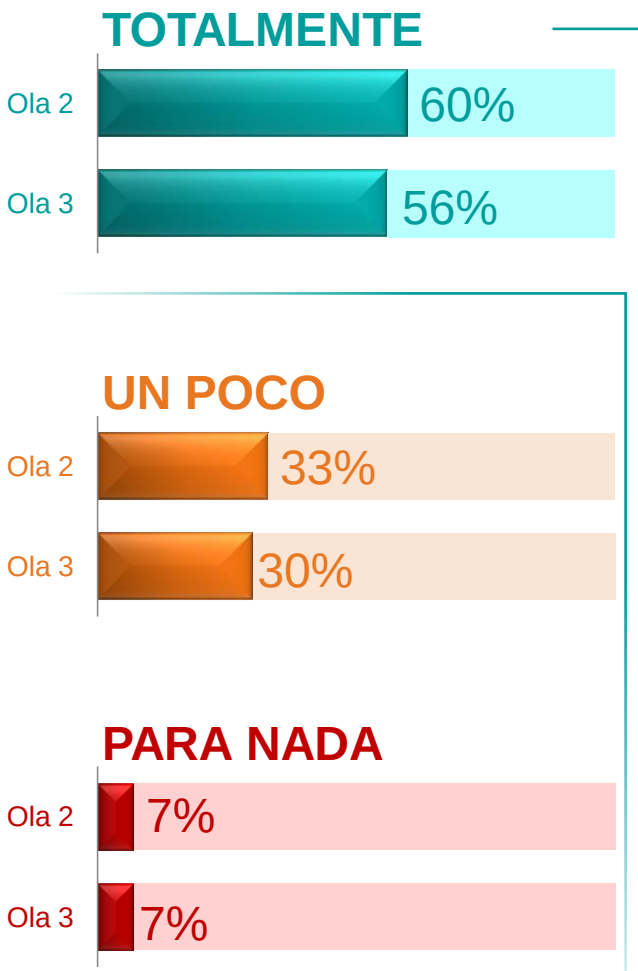
USO DE LOS CANALES PARA LA COMPRA DE PRODUCTOS

	UTILIZADO MUCHO	UTILIZADO POCO	UTILIZADO NADA
Tienda del barrio	**46%**	40%	15%
Frutería / Verdulería	**39%**	40%	22%
Supermercados	36%	**43%**	21%
Panaderías	33%	40%	26%
Farmacias	25%	**57%**	18%
Mercados	15%	29%	57%
Bodegas/Distribuidoras mayoristas	11%	23%	**66%**
Compras por Internet	9%	22%	**70%**
Restaurantes	2%	12%	**86%**

Ola 3: al 24 de abril
Base: 1190 entrevistados

¿CONSIDERA QUE DESPUÉS DE QUE SUPEREMOS EL COVID-19 SUS PRIORIDADES EN EL GASTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS CAMBIARÁN?

6 de cada 10 cambiarán totalmente sus gastos, que se distribuirán específicamente en el consumo de **productos ecuatorianos, seguro médico y paseos/diversión.**



Principales productos / servicios donde gastará su dinero después que superemos el COVID-19.

	OLA 2	OLA 3
Consumo de productos ecuatorianos	78%	**74%**
Seguro médico	56%	**58%**
Paseos / Diversión	48%	**42%**
Comida en restaurantes	45%	**41%**

Ola 2: al 9 de abril
Base: 802 entrevistados

Ola 3: al 24 de abril
Base: 1190 entrevistados

¿DESPUÉS DE SUPERAR LA CRISIS, QUE CONSIDERA IMPORTANTE EN SU VIDA Y LA DE SU FAMILIA?

Ahorrar dinero sigue siendo una prioridad. Comprar un seguro de salud es importante… Comienza a aparecer la necesidad de contar con ayuda psicológica.

AHORRO DE DINERO

OLA 2	OLA 3
94%	**93%**

SEGURO DE SALUD

OLA 2	OLA 3
35%	**33%**

SEGURO EXEQUIAL

OLA 2	OLA 3
20%	**16%**

EDUCACIÓN ON-LINE

OLA 2	OLA 3
18%	**16%**

COMPRA DE CASA

OLA 2	OLA 3
19%	**15%**

MEJORA PLAN DE INTERNET

OLA 2	OLA 3
13%	**13%**

AYUDA PSICOLÓGICA

OLA 3
12%

Ola 2: al 9 de abril
Base: 802 entrevistados

Ola 3: al 24 de abril
Base: 1190 entrevistados

Impacto en los negocios

A medida que COVID 19 se está extendiendo por todo el mundo, podemos esperar que afecte el comportamiento del consumidor en los próximos meses

Las empresas deben estar muy atentas a estos cambios ya que son muy dinámicos en el corto plazo.

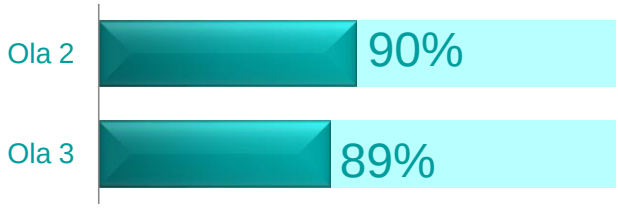
¿Cómo pueden los CEO´s y sus equipos responder a esta nueva realidad?

Al 25 de abril 2020

9 de cada 10 ecuatorianos siguen pensando que las marcas deben involucrarse en aportar una solución frente a la crisis actual.

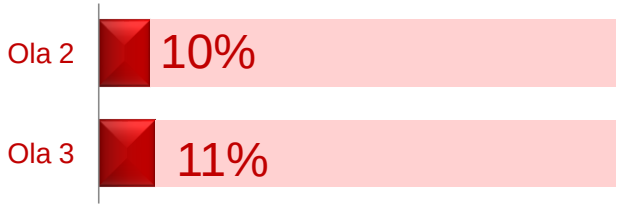
CREE USTED QUE LAS MARCAS DEBEN DAR UN PASO AL FRENTE E INVOLUCRASE EN APORTAR A LA SOLUCIÓN FRENTE A ESTA CRISIS?

SI



	GÉNERO		NSE				EDAD	
			Medio Alto	Medio Típico	Medio Bajo	Bajo	18 – 36 años	37+ años
Ola 2	91%	90%	90%	92%	90%	88%	90%	90%
Ola 3	90%	87%	94%	86%	88%	88%	87%	90%

NO



	GÉNERO		NSE				EDAD	
			Medio Alto	Medio Típico	Medio Bajo	Bajo	18 – 36 años	37+ años
Ola 2	9%	10%	10%	8%	10%	12%	10%	10%
Ola 3	10%	13%	6%	14%	12%	12%	13%	10%

Ola 2: al 9 de abril
Base: 802 entrevistados

Ola 3: al 24 de abril
Base: 1190 entrevistados

Alimentos, Supermercados y Farmacias en general han reaccionado favorablemente ante la crisis. Sin embargo El consumidor indica también que muchos de los sectores de empresas claves en periodo de cuarentena, no han reaccionado favorablemente.

¿QUÉ TIPO DE EMPRESAS USTED CONSIDERA QUE HAN REACCIONADO FAVORABLEMENTE ANTE LA CRISIS OCASIONADA POR EL COVID-19?

ALIMENTOS

OLA 2	OLA 3
75%	**80%**

SUPERMERCADOS

OLA 2	OLA 3
71%	**70%**

FARMACIAS

OLA 2	OLA 3
60%	**64%**

PLATAFORMAS DIGITALES

OLA 2	OLA 3
47%	**48%**

BANCOS Y COOPERATIVAS

OLA 2	OLA 3
37%	**31%**

EMPRESAS DE INTERNET

OLA 2	OLA 3
26%	**29%**

EMPRESAS DE BEBIDAS

OLA 2	OLA 3
22%	**24%**

TELEFONÍA CELULAR

OLA 2	OLA 3
20%	**21%**

Ola 2: al 9 de abril
Base: 802 entrevistados

Ola 3: al 24 de abril
Base: 1190 entrevistados

AL FINALIZAR LA CUARENTENA, USTED DEJARÁ DE SER CLIENTE DE ALGÚN SERVICIO O EMPRESA?

4 de cada 10 entrevistados **Si dejará de ser cliente** de algún servicio o empresa. Entre las principales se encuentran **Bancos, Supermercados y Telefonía.**

Principales servicios que abandonará

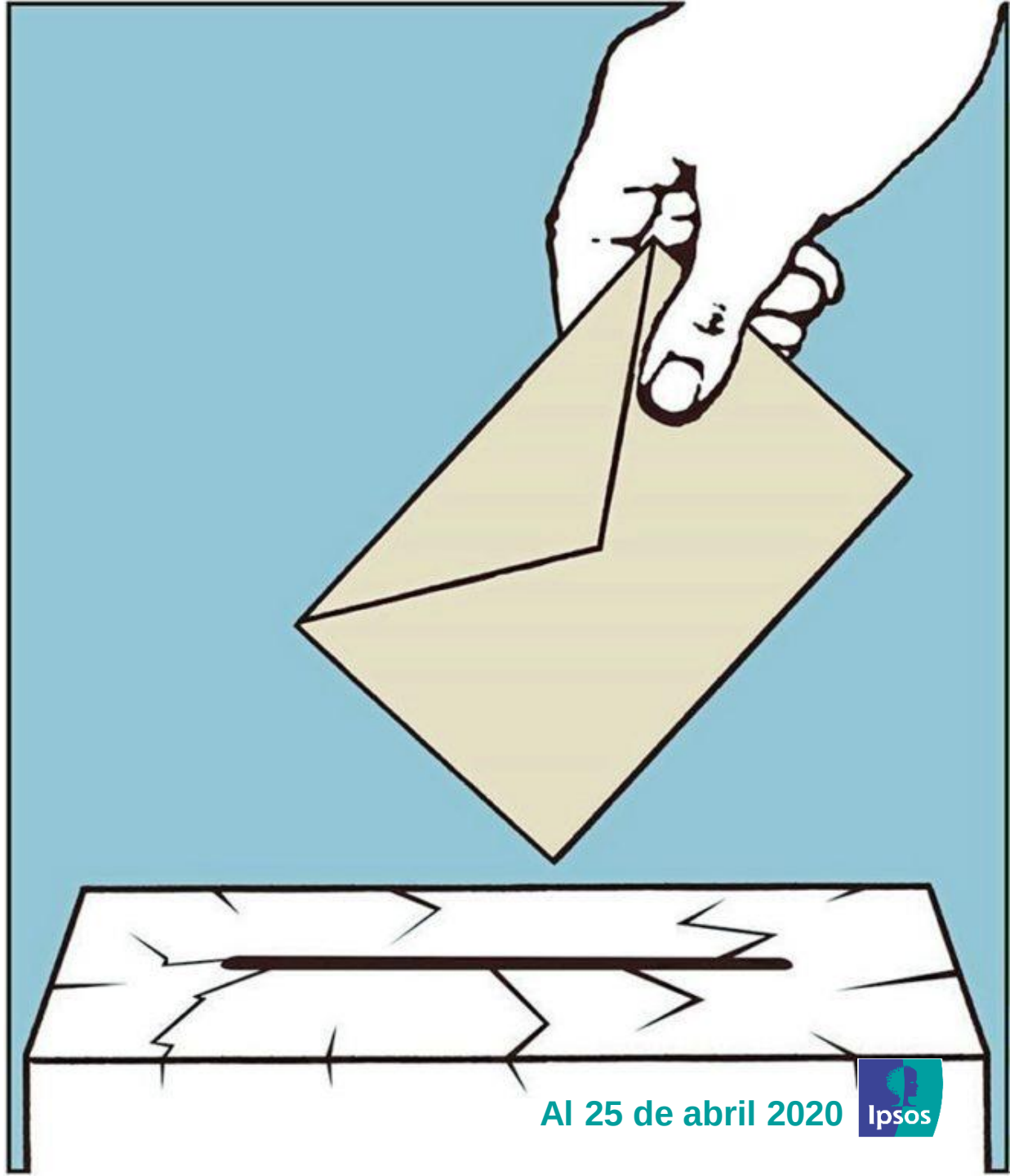
Base: 493

	GÉNERO		NSE				EDAD	
			Medio Alto	Medio Típico	Medio Bajo	Bajo	18 – 36 años	37+ años
Ola 3	**36%**	**46%**	**40%**	**46%**	**42%**	**34%**	**40%**	**42%**

Bancos	**86%**
Supermercados	**82%**
Telefonía	71%
Farmacias	**54%**
Internet	**39%**
TV por cable	**25%**

Ola 3: al 24 de abril
Base: 1.190 entrevistados

Panorama Político



Al 25 de abril 2020

¿Diría que aprueba o desaprueba la gestión de las autoridades frente al Covid-19?

@IpsosEcuador

	APRUEBA			DESAPRUEBA			NO PRECISA		
	OLA 1	OLA 2	OLA 3	OLA 1	OLA 2	OLA 3	OLA 1	OLA 2	OLA 3
PRESIDENTE Lenin Moreno	26%	22%	**19%**	54%	58%	**58%**	20%	20%	**23%**
VICEPRESIDENTE Otto Sonnenholzner		54%	**45%**		31%	**34%**		15%	**21%**
COE NACIONAL Comité de Operaciones de Emergencia	29%	38%	**34%**	54%	43%	**43%**	17%	19%	**24%**
ALCALDE DE QUITO Jorge Yunda		87%	**81%**		4%	**6%**		9%	**13%**
GOBERNADOR DEL GUAYAS Pedro Pablo Duart		12%	**17%**		61%	**48%**		28%	**35%**
ALCALDESA DE GUAYAQUIL Cynthia Viteri		7%	**17%**		81%	**68%**		12%	**16%**

Ola 1: al 30 de marzo
Base: 805 entrevistados

Ola 2: al 9 de abril
Base: 802 entrevistados

Ola 3: al 24 de abril
Base: 1190 entrevistados

Ipsos

¿Le cree usted al Presidente y al Vicepresidente cuando se dirige a la nación ?

CREDIBILIDAD CUANDO SE DIRIGE A LA NACIÓN

PRESIDENTE
Lenin Moreno

SI LE CREE		NO LE CREE	
20% OLA 2	15% OLA 3	80% OLA 2	85% OLA 3

	GÉNERO		NSE				EDAD	
			Medio Alto	Medio Típico	Medio Bajo	Bajo	18 – 36 años	37+ años
Ola 2	20%	20%	35%	19%	20%	7%	13%	26%
Ola 3	13%	17%	35%	15%	11%	10%	12%	18%

VICEPRESIDENTE
Otto Sonnenholzner

SI LE CREE		NO LE CREE	
47% OLA 2	38% OLA 3	53% OLA 2	62% OLA 3

	GÉNERO		NSE				EDAD	
			Medio Alto	Medio Típico	Medio Bajo	Bajo	18 – 36 años	37+ años
Ola 2	43%	50%	67%	47%	44%	35%	40%	52%
Ola 3	40%	37%	65%	37%	34%	31%	37%	40%

Ola 2: al 9 de abril
Base: 802 entrevistados

Ola 3: al 24 de abril
Base: 1190 entrevistados

Ipsos

CONFIANZA EN POLÍTICOS, EMPRESAS PRIVADAS Y EMPRESARIOS

9 de cada 10 entrevistados **no confían en los políticos ecuatorianos**, sin embargo **más de la mitad** tiene confianza en las empresas privadas.

Incrementa la desconfianza hacia los empresarios.

		SI CONFÍA		NO CONFÍA	
	POLÍTICOS	3% OLA 2	**3%** OLA 3	97% OLA 2	**97%** OLA 3
	EMPRESAS PRIVADAS	58% OLA 2	**54%** OLA 3	42% OLA 2	**46%** OLA 3
	EMPRESARIOS	47% OLA 2	**40%** OLA 3	53% OLA 2	**60%** OLA 3

Ola 2: al 9 de abril
Base: 802 entrevistados

Ola 3: al 24 de abril
Base: 1190 entrevistados

Ipsos

¿QUIÉN CREE USTED QUE VA A SACAR AL PAÍS ADELANTE?

Ecuatorianos siguen opinando que la sociedad civil va a sacar al país adelante.

@IpsosEcuador

La Sociedad Civil

59% OLA 2

58% OLA 3

Los Empresarios

20% OLA 2

18% OLA 3

Organismos Internacionales

15% OLA 2

17% OLA 3

El Gobierno

6% OLA 2

6% OLA 3

Ola 2: al 9 de abril
Base: 802 entrevistados

Ola 3: al 24 de abril
Base: 1190 entrevistados

HALLAZGOS PRINCIPALES:

1

Ecuador se encuentra en el estadio emocional de AJUSTE y crece el MIEDO por la incertidumbre

En este momento las empresas deben **identificar** cómo van a ayudar a los clientes a adaptarse a esta nueva realidad.

2

El consumidor opina que muchos de los sectores de empresas claves en periodo de cuarentena, no han reaccionado favorablemente ante la crisis.

Los consumidores están empezando a **CAMBIAR** sus marcas.

3

Comienza a aparecer la necesidad de contar con ayuda psicológica.

Estamos en un periodo de quiebre de la crisis en el cual el ánimo de las personas se empieza a ver **AFECTADO.**

4

La mayoria de los ecuatorianos confía poco en los politicos y en los empresarios y opina que es la sociedad civil quien sacará al pais adelante.

A pesar de todo, los ecuatorianos confían en que serán ellos mismos parte de la **solución** para salir de la crisis.

THANK YOU

Patrizia Scifo
GERENTE CUANTITATIVA
Patrizia.Scifo@ipsos.com

1190 personas mayores de 18 años que residan en ecuador con acceso a internet en dispositivos fijos o móviles. Los resultados NO SON FRECUENCIAS SIMPLES, sino se realizaron estimaciones sobre la muestra calculando factores de expansión de acuerdo con tres variables demográficas (sexo, edad y nivel socioeconómico) obtenidas del documento publicado por el INEC Proyecciones poblaciones por región; edad; genero del 2010 al 2020 y de la Encuesta nacional acerca de nivel socioeconómico