

COVID-19



RECALCULANDO...

Actualización de la situación del COVID-19 en Ecuador

Ola # 4

Patrizia Scifo

Patrizia.Scifo@ipsos.com

@IpsosEcuador



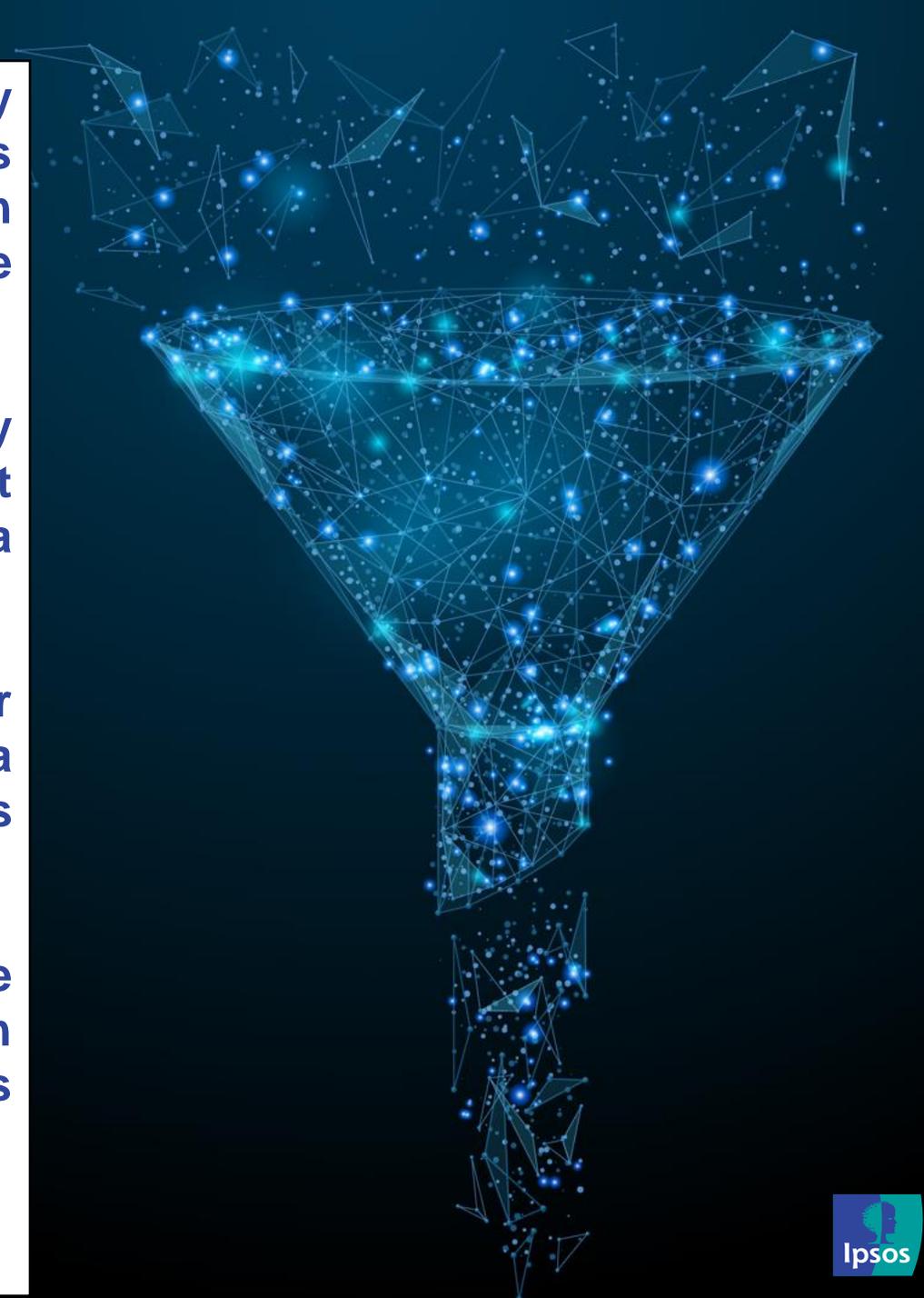
A medida que se acerca la fecha del desconfinamiento y que se empiezan a sentir los efectos de la crisis económica, los ecuatorianos nos vemos enfrentados con una dura realidad y visualizamos con miedo, lo que tendremos que enfrentar.

Frente a esta sensación de miedo, hemos adaptado y anticipado con lucidez la manera de sobre llevar el post Covid. Trabajar, ahorrar, y proteger la salud son ahora nuestras prioridades.

Familia, amigos, sociedad civil en general y en menor medida, las empresas, son con quien contaremos para salir adelante. Hemos perdido la confianza en nuestros gobernantes.

Nuestro estado de ánimo y nuestra nueva manera de afrontar la vida afectan el consumo, las empresas deben escuchar con atención para entender mejor a los ecuatorianos y así adaptar su oferta a la nueva realidad.

Patrizia Scifo, Gerente Ipsos





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

Las condiciones de los 38.471 casos de COVID-19 que se han confirmado (al 28 de mayo) en el país son:

- 15.898 estables en aislamiento domiciliario
- 416 hospitalizados estables
- 2201 hospitalizados con pronóstico reservado
- 4.220 casos con alta hospitalaria
- 3.313 fallecidos
- 49.240 casos fueron descartados

Desde el 20 de mayo 2020, Guayaquil cambió el color del semáforo a amarillo con ciertos ajustes a la realidad de esta ciudad.

Este color implica relajar las restricciones a la movilidad, el toque de queda iniciará a las 21:00 hasta las 05:00. Las oficinas y comercios podrán abrir pero solo con el 50% de su personal. El transporte público podrá operar al 30% de su capacidad y los automóviles podrán usar dos días a la semana.

Por otro lado el 3 de junio Quito cambiará de color de semáforo a un amarillo modificado.

ENTENDIENDO LA CRISIS DEL CORONAVIRUS

1

2

3

4

PERCEPCIONES Y ACTITUDES

La historia hasta
ahora...

IMPACTO EN EL CONSUMO

Cambios en el
comportamiento

IMPACTO EN LOS NEGOCIOS

Cómo responder a
esta nueva realidad

CONFIANZA EN EL GOBIERNO

Evaluación de la
gestión

PERCEPCIONES Y ACTITUDES

La historia hasta ahora

1

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



Ola 3
24 Abril

26 de abril

2%

3 de mayo

9%

10 de mayo

7%

17 de mayo

30%

NO PRECISA

53%

Base:

1190

Ola 4
15 Mayo

18 de mayo

2%

25 de mayo

9%

1 de junio

22%

8 de junio

19%

NO PRECISA

48%

Base:

800

Continúa la incertidumbre, casi la mitad de los entrevistados no sabe con exactitud cuándo se terminará el estado de cuarentena.

Ola 3: al 24 de abril
Base: 1190 entrevistados

Ola 4: al 15 de mayo
Base: 800 entrevistados

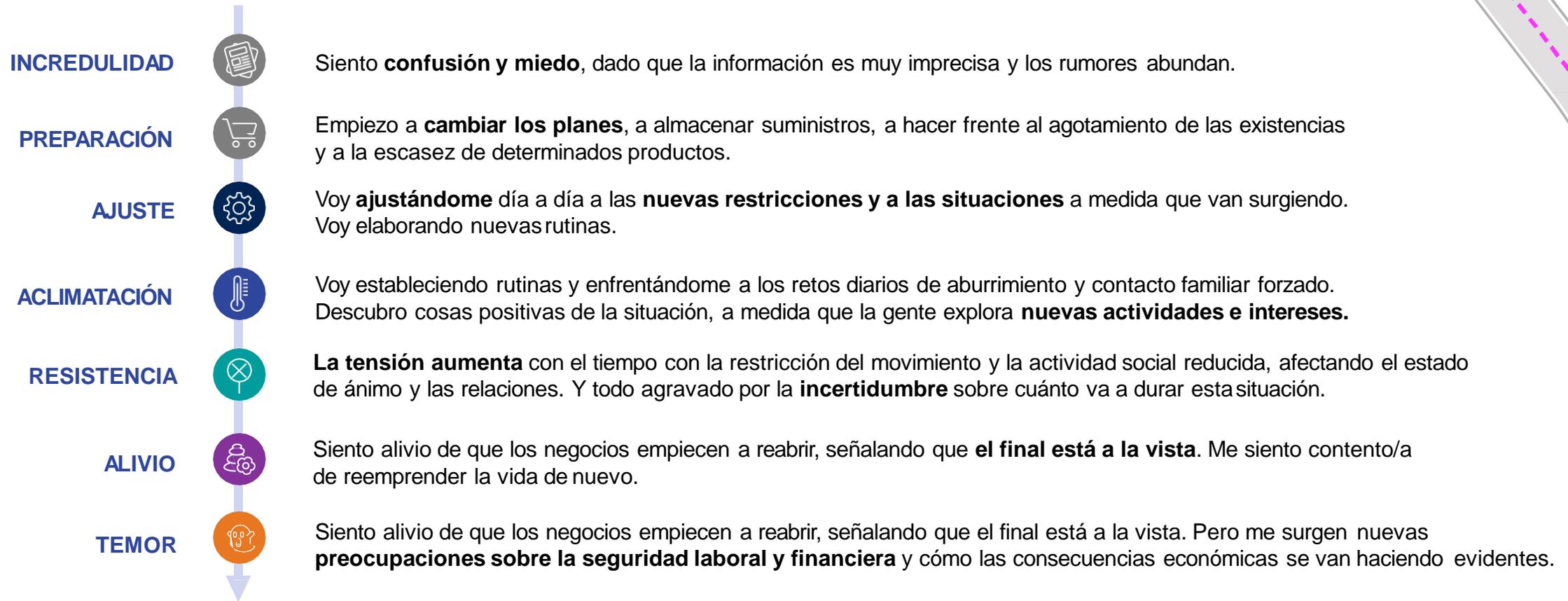




LAS 7 ESTADIOS EMOCIONALES QUE LA GENTE ATRAVIESEA

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

7 Estadios emocionales que podemos experimentar durante el confinamiento



PERCEPCIÓN SOBRE LA PANDEMIA: ESTADIOS EMOCIONALES

El temor es el sentimiento dominante

En Ecuador se mantiene el estadio de Ajuste, mientras que aumenta el TEMOR ya que surgen nuevas preocupaciones sobre la seguridad laboral y financiera.



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

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

Qué es lo que haría que en este momento se sienta mejor?

Los que sienten **temor** buscan tanto mejoras al nivel de crecimiento personal, mantenerse en comunicación con sus amigos y seres queridos, pero también mejoras en sus perspectivas económicas y profesionales. Quisieran recibir buenas noticias.

TEMOR 28%

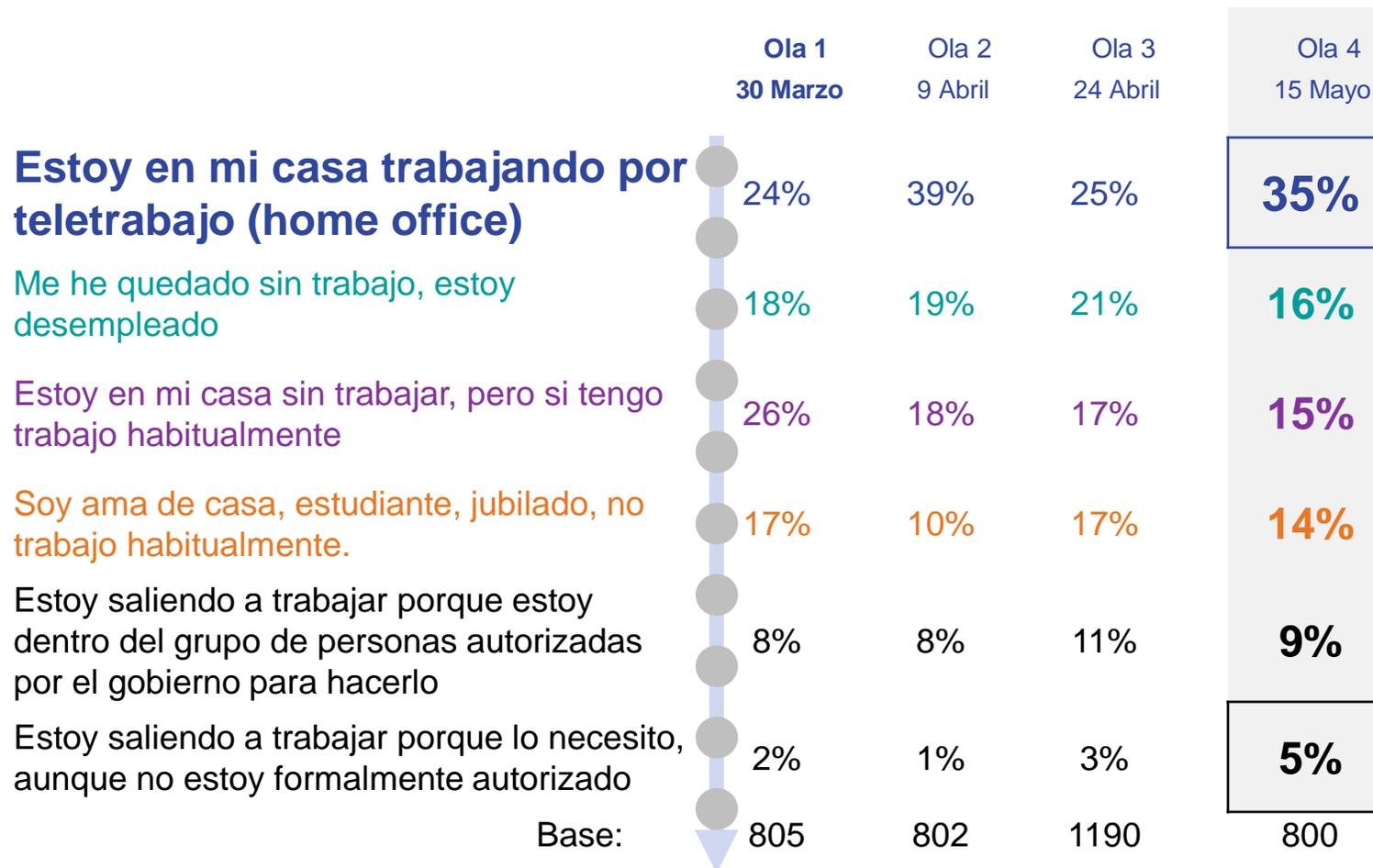
- ✓ 49% Tener oportunidades de crecimiento personal
- ✓ 48% Mantener constante comunicación con mis seres queridos / amigos
- ✓ 46% Apoyo para un alivio económico
- ✓ 43% Oportunidad de embarcarme en un emprendimiento
- ✓ 41% Noticias positivas / alentadoras

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



Casi 4 de cada 10 de los entrevistados continúan trabajando en casa.

Aumentan las personas que salen a trabajar por necesidad sin estar autorizados.



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

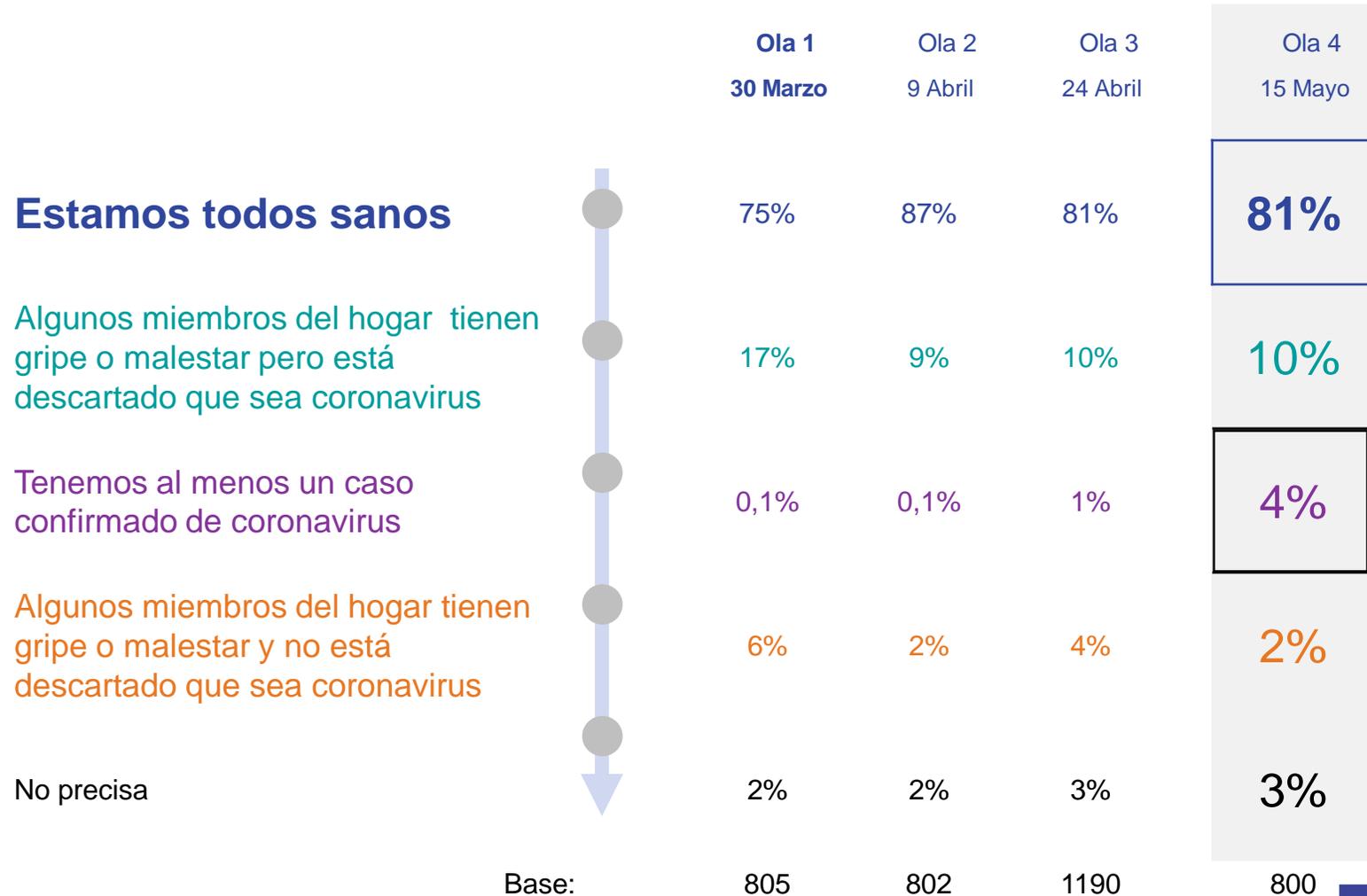
Ola 4: al 15 de mayo
Base: 800 entrevistados



¿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: 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

Ola 4: al 15 de mayo
Base: 800 entrevistados



UNA VEZ QUE CAMBIE EL COLOR DEL SEMÁFORO, DE ROJO HACIA EL AMARILLO, ¿QUÉ HARÍA USTED?

Al pasar a semáforo amarillo, los encuestados están sobre todo deseosos de retomar actividades productivas y sociales más que actividades de consumo y de esparcimiento.

- 70% Intentaré retomar actividades laborales
- 59% Intentaré hacer trámites, gestiones personales
- 44% Visitaré amigos / familiares
- 37% Buscaré servicios médicos
- 35% Saldré de compras (productos básicos)
- 25% Saldré a pasear / tomar aire



IMPACTO EN EL CONSUMO

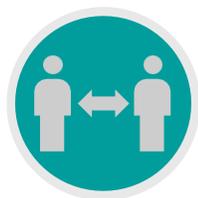
2

¿Cómo están cambiando el
comportamiento los consumidores?

Es un elemento de decisión sobre el lugar donde hago mis compras de bienes de productos y servicios saber que están siguiendo de manera seria las normas de bioseguridad en el local?



91%



Distanciamiento



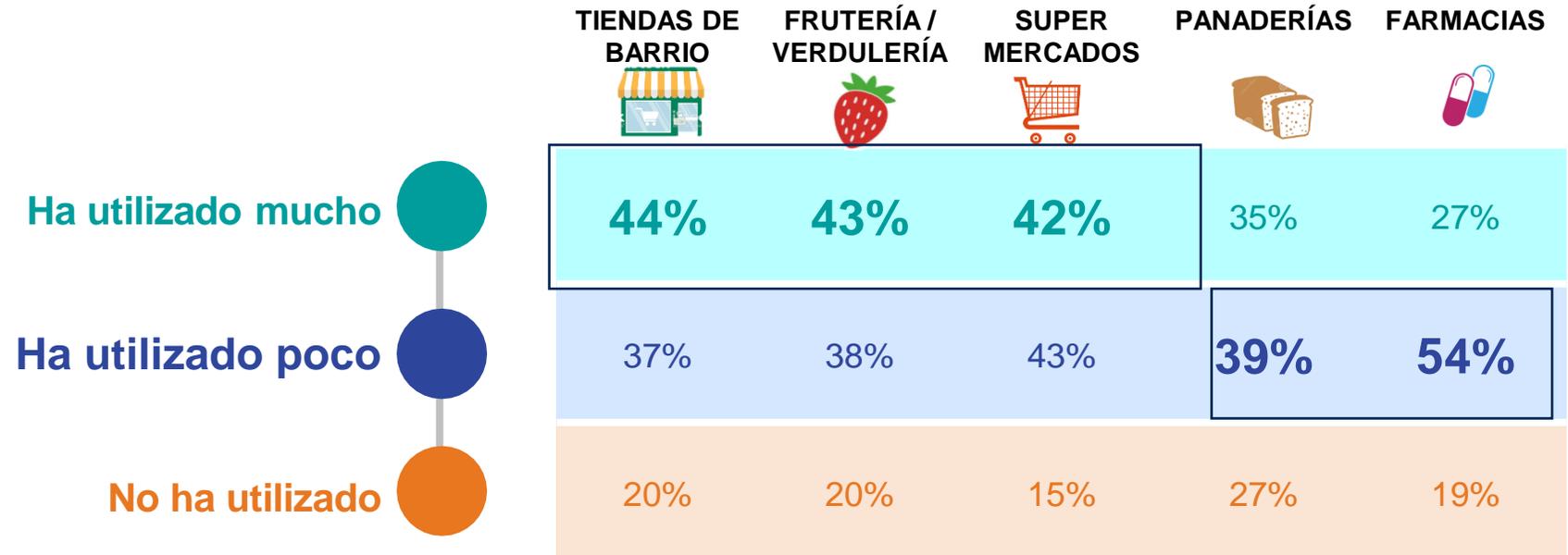
Altos estándares de higiene



Nuevos servicios, como dispensadores de gel y jabón

9 de cada 10 ecuatorianos aseguran que comprarán productos y usaran servicios sólo donde se cumplan las medidas de bioseguridad.

¿Qué tanto esta utilizando estos canales para la compra de productos?



9 de cada 10 no han utilizado los restaurantes ni licorerías durante la pandemia.



Casi el 50% de los entrevistados han realizado alguna vez compras con entrega a domicilio (**Delivery**).

Ola 4: al 15 de mayo
Base: 800 entrevistados



Las personas siguen haciendo más uso de las **tiendas, fruterías y supermercados**

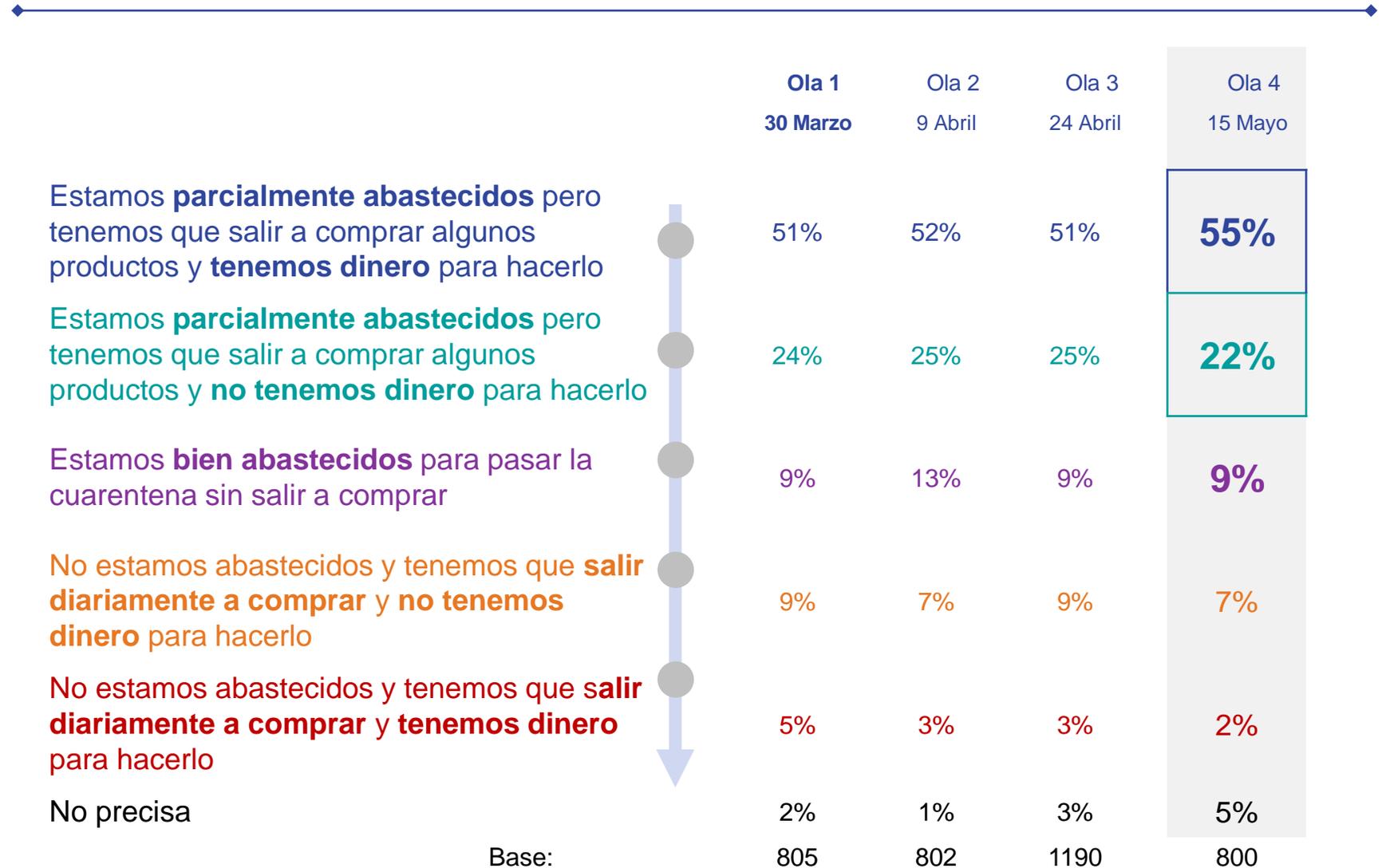
Los restaurantes y las licorerías son canales no usados.

¿Qué tan abastecido está su hogar para los próximo días de aislamiento social obligatorio



Más de la mitad de las personas encuestadas continúan parcialmente abastecidas.

El 22% tiene que salir a comprar productos pero no tiene recursos para hacerlo.



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

Ola 4: al 15 de mayo
Base: 800 entrevistados



Si comparamos el gasto que realizó esta semana en la compra de los siguientes productos vs lo que gastó la semana ¿Su gasto fue?

La compra de alimentos aumentó vs. la semana pasada; mientras que el gasto en productos de higiene personal y de limpieza se ha mantenido igual.

	ALIMENTOS	PRODUCTOS DE HIGIENE PERSONAL	PRODUCTOS DE LIMPIEZA DEL HOGAR	BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	MEDICINAS
He gastado MÁS +	39%	27%	22%	10%	20%
He gastado IGUAL =	37%	37%	36%	28%	20%
He gastado MENOS -	17%	19%	21%	15%	19%
No compré en la última semana	7%	18%	21%	47%	41%

No se ha comprado en la última semana productos como: Ropa/zapatos (90%), Bebidas alcohólicas (84%), Recargas de TV por cable (79%), Recargas celulares (74%) y comida preparada (61%).

¿Se mantendrá, disminuirá o ya no gastará dinero en la compra de ciertos bienes o servicios y Porque?

En cuanto a compras y servicios, el nivel de gasto **se mantendrá** especialmente en servicios de **internet**, **compras en supermercados y farmacias**.

Por el contrario se eliminarán gastos de **TV pagada y suscripciones a periódicos y revistas**.

	Se mantendrá	Disminuirá	No gastaré en ello
Servicios de Internet	78%	17%	6%
Compras en cadenas de supermercados	59%	33%	7%
Compras en cadenas de farmacias	56%	37%	7%
Servicios de Telefonía Celular	50%	34%	16%
Servicios de Streaming o transmisión de contenidos como:Netflix, Spotify, etc.	48%	21%	31%
Servicios Financieros en Bancos y Cooperativas	46%	26%	28%
Servicios de Televisión Pagada	35%	24%	42%
Suscripciones a periódicos o revistas	11%	19%	70%



Entre las principales razones por las que se **disminuirán** ciertos gastos están:

- ✓ **59% Es un gasto innecesario**
- ✓ **36% Sus tarifas no se redujeron**
- ✓ **34% No entendieron las necesidades del cliente durante la emergencia**
- ✓ **31% Su oferta de productos y servicios no satisfacen mi necesidad**
- ✓ **24% Sus tiempos de respuesta a mis necesidades fueron muy malos**

La **disponibilidad** es la primera razón para la compra, seguida de mejor precio o promoción

Categorías como cerveza y licores no están siendo compradas.

En caso de haber comprado algunos de estos productos en las últimas semanas, por favor nos podría indicar ¿Cuál fue la principal razón que lo llevó a decidir esta compra?



25% Estaba disponible en el PDV

- 23% Mejor precio/promoción
- 23% Almacenamiento para la cuarentena
- 18% Es un producto práctico, listo para el consumo

22% Estaba disponible en el PDV

- 20% Mejor precio/promoción
- 19% Es un producto práctico, listo para el consumo
- 17% Almacenamiento para la cuarentena

43% No lo compré porque no lo necesitaba

24% No lo compré porque priorizo otras cosas

8% Estaba disponible en el PDV

7% No compré por salud

50% No lo compré porque no lo necesitaba

25% No lo compré porque priorizo otras cosas

7% Mejor precio / promoción

6% No compré por salud



CHIFLES



CHOCOLATES

27% No lo compré porque no lo necesitaba

16% No lo compré porque priorizo otras cosas

15% Es un producto práctico, listo para el consumo

14% Mejor precio / promoción

36% No lo compré porque no lo necesitaba

22% No lo compré porque priorizo otras cosas

11% Estaba disponible en el PDV

11% Es un producto práctico, listo para el consumo

28% No lo compré porque no lo necesitaba

21% No lo compré porque priorizo otras cosas

17% Estaba disponible en el PDV

12% Mejor precio / promoción

¿Qué tanto han cambiado las marcas de los productos que compraba antes?

74% de los consumidores ecuatorianos han cambiado en proporción significativa las marcas que compran.

@IpsosEcuador



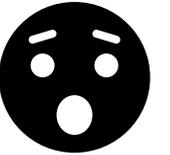
Ola 2 / 9 abr
Base: 802



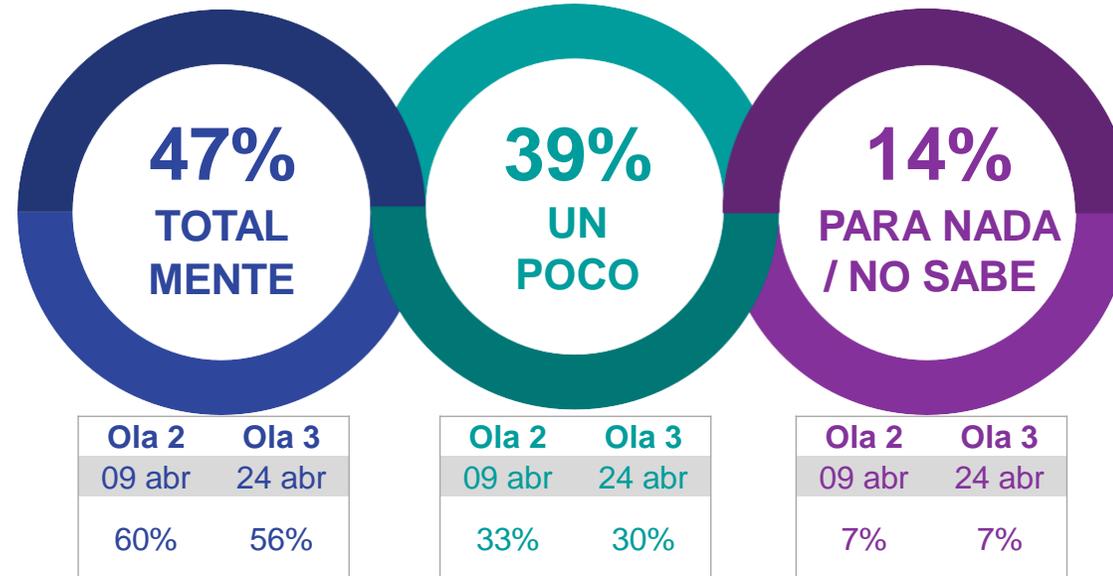
Ola 3 / 24 abr
Base: 1190



Ola 4 / 15 may
Base: 800



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



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

68%

Consumo de productos ecuatorianos

48%

Seguro médico

46%

Paseo / Diversión

Ola 2: al 9 de abril
Base: 802 entrevistados

Ola 3: al 24 de abril
Base: 1190 entrevistados

Ola 4: al 15 de mayo
Base: 800 entrevistados

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

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



Ahorrar

dinero

sigue siendo una prioridad.

El Ejercicio y la salud comienzan a ser importantes...

Aparece la necesidad de buscar nuevas opciones de financiamiento.

89%

Ahorro de dinero

57%

Ejercicio y vida saludable

55%

Nuevos hábitos de higiene / limpieza

31%

Nuevas opciones de financiamiento

27%

Mayor comunicación y uso de plataformas virtuales en actividades cotidianas

25%

Consolidar el hábito del teletrabajo

25%

Compra de un seguro de salud

IMPACTO EN LOS NEGOCIOS

3

¿Han sabido los CEO's y sus equipos responder a esta nueva realidad?....Algunos si, algunos no.

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

Supermercados, empresas de alimentos 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.

	Ola 2 9 Abril	Ola 3 24 Abril	Ola 4 15 Mayo
Supermercados	71%	70%	77%
Empresas de Alimentos	75%	80%	76%
Farmacias	60%	64%	68%
Plataformas digitales de entrega a domicilio	47%	48%	38%
Bancos y Cooperativas	37%	31%	33%
Empresas de Bebidas	22%	24%	29%
Empresas de Internet	26%	29%	24%
Portales de información digital (webs)	-	-	20%
Empresas de Telefonía celular	20%	21%	20%
Restaurantes	8%	12%	18%
Base:	802	1190	800

Ola 2: al 9 de abril
Base: 802 entrevistados

Ola 3: al 24 de abril
Base: 1190 entrevistados

Ola 4: al 15 de mayo
Base: 800 entrevistados

Los supermercados son quienes demostraron implementar mejor las normas de bioseguridad, las farmacias y los bancos deben trabajar para mejorarlo

En las últimas semanas y de las visitas que usted ha realizado, ¿Qué empresas están cuidando las medidas básicas de higiene para sus clientes, como es: distanciamiento, uso de mascarillas y uso de guantes?



CONFIANZA EN EL GOBIERNO

Evaluación de la gestión

4

¿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 4	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 4	Ola 1	Ola 2	Ola 3	Ola 4
 PRESIDENTE Lenin Moreno	26%	22%	19%	10%	54%	58%	58%	68%	20%	20%	23%	23%
 VICEPRESIDENTE Otto Sonnenholzner	-	54%	45%	41%	-	31%	34%	36%	-	15%	21%	23%
 COE NACIONAL Comité de Operaciones de Emergencia	29%	38%	34%	22%	54%	43%	43%	52%	17%	19%	24%	26%
 ALCALDE DE QUITO Jorge Yunda	-	87%	81%	74%	-	4%	6%	7%	-	9%	13%	19%
 GOBERNADOR DEL GUAYAS Pedro Pablo Duart	-	12%	17%	11%	-	61%	48%	48%	-	28%	35%	42%
 ALCALDESA DE GUAYAQUIL Cynthia Viteri	-	7%	17%	15%	-	81%	68%	63%	-	12%	16%	22%

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

Ola 4: al 15 de mayo
Base: 800 entrevistados



CONFIANZA EN POLÍTICOS, EMPRESAS PRIVADAS Y EMPRESARIOS

SI CONFÍA

NO CONFÍA



POLÍTICOS

3%
OLA 2

3%
OLA 3

3%
OLA 4

97%
OLA 2

97%
OLA 3

97%
OLA 4



EMPRESAS
PRIVADAS

58%
OLA 2

54%
OLA 3

58%
OLA 4

42%
OLA 2

46%
OLA 3

42%
OLA 4



EMPRESARIOS

47%
OLA 2

40%
OLA 3

46%
OLA 4

53%
OLA 2

60%
OLA 3

54%
OLA 4

Sin llegar a niveles muy altos, mejora la percepción de **confianza** de la empresas privadas.

Los empresarios siguen con niveles bajos de confianza.

Ola 2: al 9 de abril
Base: 802 entrevistados

Ola 3: al 24 de abril
Base: 1190 entrevistados

Ola 4: al 15 de mayo
Base: 800 entrevistados

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



58%
Ola 3

61%

La Sociedad Civil



18%
Ola 3

24%

Los empresarios



17%
Ola 3

9%

Organismos Internacionales



6%
Ola 3

7%

El Gobierno

Ecuatorianos siguen opinando que

la sociedad civil va a sacar al país adelante.

Cuentan cada vez menos con los empresarios y poco con el gobierno.

HALLAZGOS PRINCIPALES:

1

En Ecuador se mantiene el estadio de Ajuste, mientras que aumenta el TEMOR ya que surgen nuevas preocupaciones sobre la seguridad laboral y financiera.

2

Al pasar a semáforo amarillo, los ecuatorianos están sobre todo deseosos de retomar actividades productivas y sociales mas que actividades de consumo y de esparcimiento.

3

9 de cada 10 ecuatorianos aseguran que comprarán productos y usaran servicios solo donde se cumplan las medidas de bioseguridad.

4

La mayoría de los ecuatorianos siguen confiando poco en los políticos y cada vez menos en los empresarios. Opinan que es la sociedad civil quien sacará al país adelante.



THANK YOU

Patrizia Scifo
GERENTE CUANTITATIVA
Patrizia.Scifo@ipsos.com

GAME CHANGERS 

800 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; género del 2010 al 2020 y de la Encuesta nacional acerca de nivel socioeconómico