

¿Cómo será el nuevo mexicano?

Estudio para la perfilación del ciudadano que nos dejará la crisis del Coronavirus



Doyle
Dane
Bernbach

DDB México | Abril 2020



¿Un nuevo mexicano?

En los últimos días, muchos analistas se han atrevido a decir que después de esta crisis, nada volverá a ser como antes. Aún no lo sabemos. Pero probablemente cambiarán muchas cosas en nuestra vida cotidiana y, seguramente, en nuestros propósitos y aspiraciones de vida.



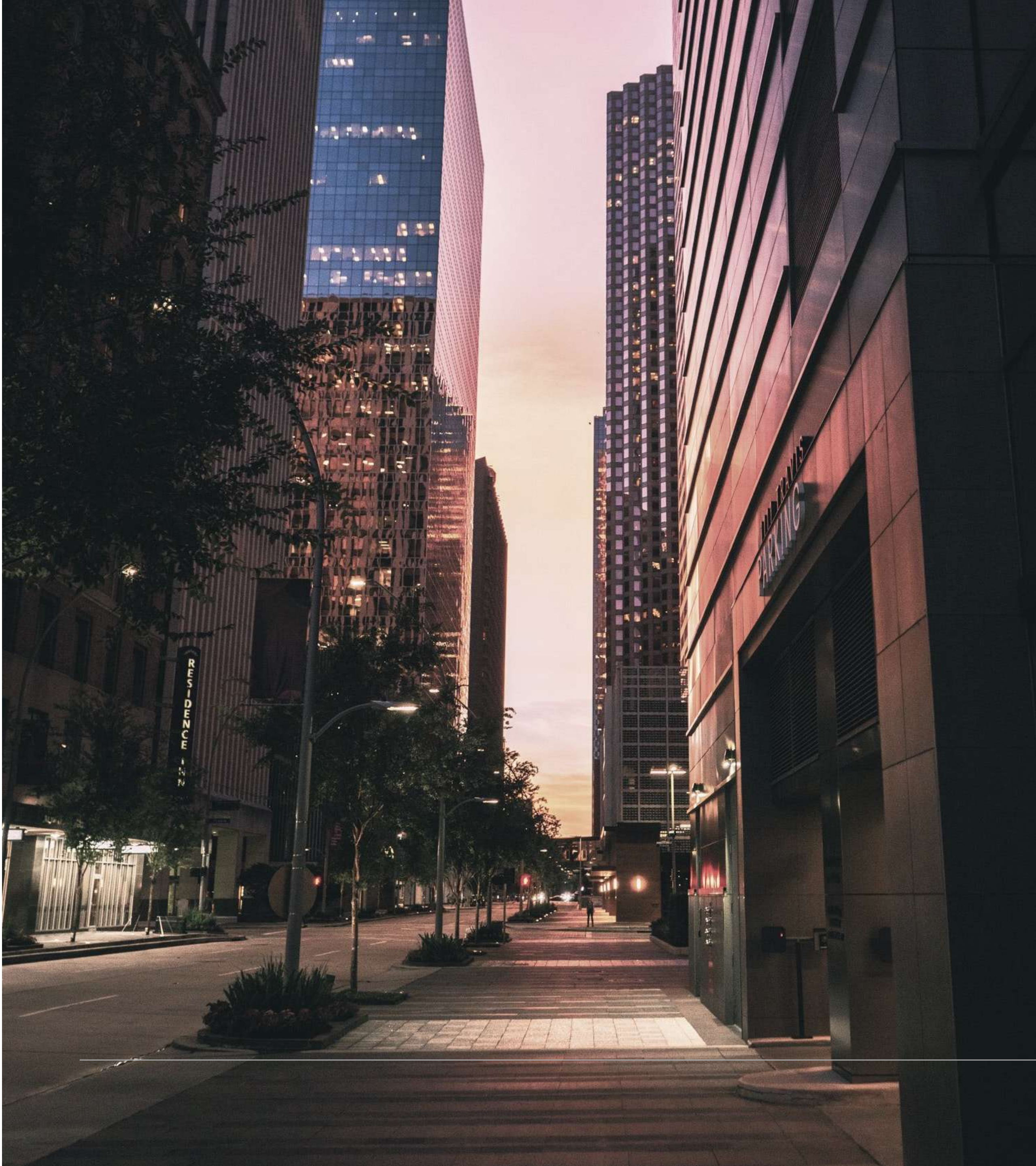
FICHA TÉCNICA

Universo de la encuesta: Hombres y mujeres 18+

Tamaño de la muestra: n=467 entrevistados

Técnica de recolección: Cuestionario online

Fecha del trabajo de campo: 26 al 31 de marzo de 2020.



**En DDB México hemos
aunado esfuerzos con la
región de DDB Latina para
desarrollar este estudio
que nos ha permitido
tomarle la temperatura al
consumidor mexicano en
estos momentos.**



En las páginas siguientes se detallan los intereses y necesidades que podrían representar a ese nuevo mexicano que ahora nos dice que estará más preocupado por su salud, que comerá mejor y que se interesará más por tener cobertura médica.





El nuevo ciudadano, y la nueva ciudadana que está emergiendo le comprará a marcas que muestren mayor compromiso con el planeta, pero también que demuestren que apoyan el desarrollo social y el mejoramiento de aquellas comunidades en las que operan.

**Es un momento de incertidumbre,
como lo dicen hoy los
consumidores, llenos de ansiedad y
preocupaciones. Nuestro rol, como
siempre lo hemos sabido, tiene que
ser entender sus necesidades y
preocupaciones para ofrecerles
aquellos productos y servicios que
le añadan valor en este momento
de su vida.**



El Gobierno, los medios y los ciudadanos



La polarización política que ha marcado nuestro día a día en los últimos años, resulta ser también la lente con la que muchos mexicanos leen esta crisis del Coronavirus.

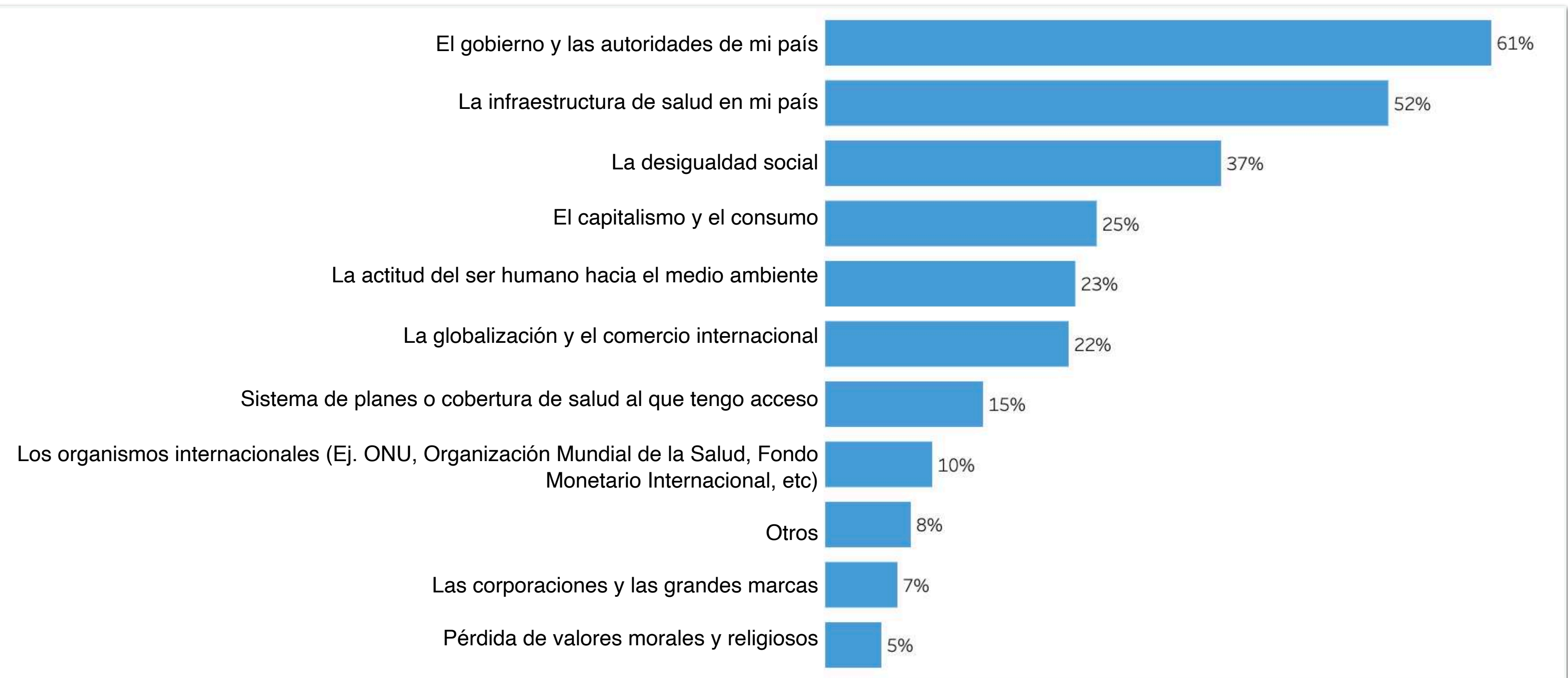
Un **61%** considera que **el gobierno nacional ha sido un factor decisivo** en agravar la crisis, seguido de la infraestructura de salud con la que contamos en México (52%).



Q/. ¿Qué instituciones o factores sociales crees que han agravado el impacto del Coronavirus?
Elige sólo las tres (3) opciones que más apliquen

La polarización política que ha marcado nuestro día a día en los últimos años, resulta ser también la lente con la que muchos mexicanos leen esta crisis del Coronavirus.

Esta misma pregunta se hizo en el resto de los países de América Latina. **México fue el país en el que la culpa al gobierno fue la más alta**, seguida por Chile (60%) y Brasil (58%).



Q/. ¿Qué instituciones o factores sociales crees que han agravado el impacto del Coronavirus?
Elige sólo las tres (3) opciones que más apliquen

¿Tienen responsabilidad los medios de comunicación?

Para el 8% de los mexicanos, **la crisis por el Coronavirus ha estado agravada por otros factores más allá de las instituciones o las problemáticas políticas, sociales o medioambientales.**

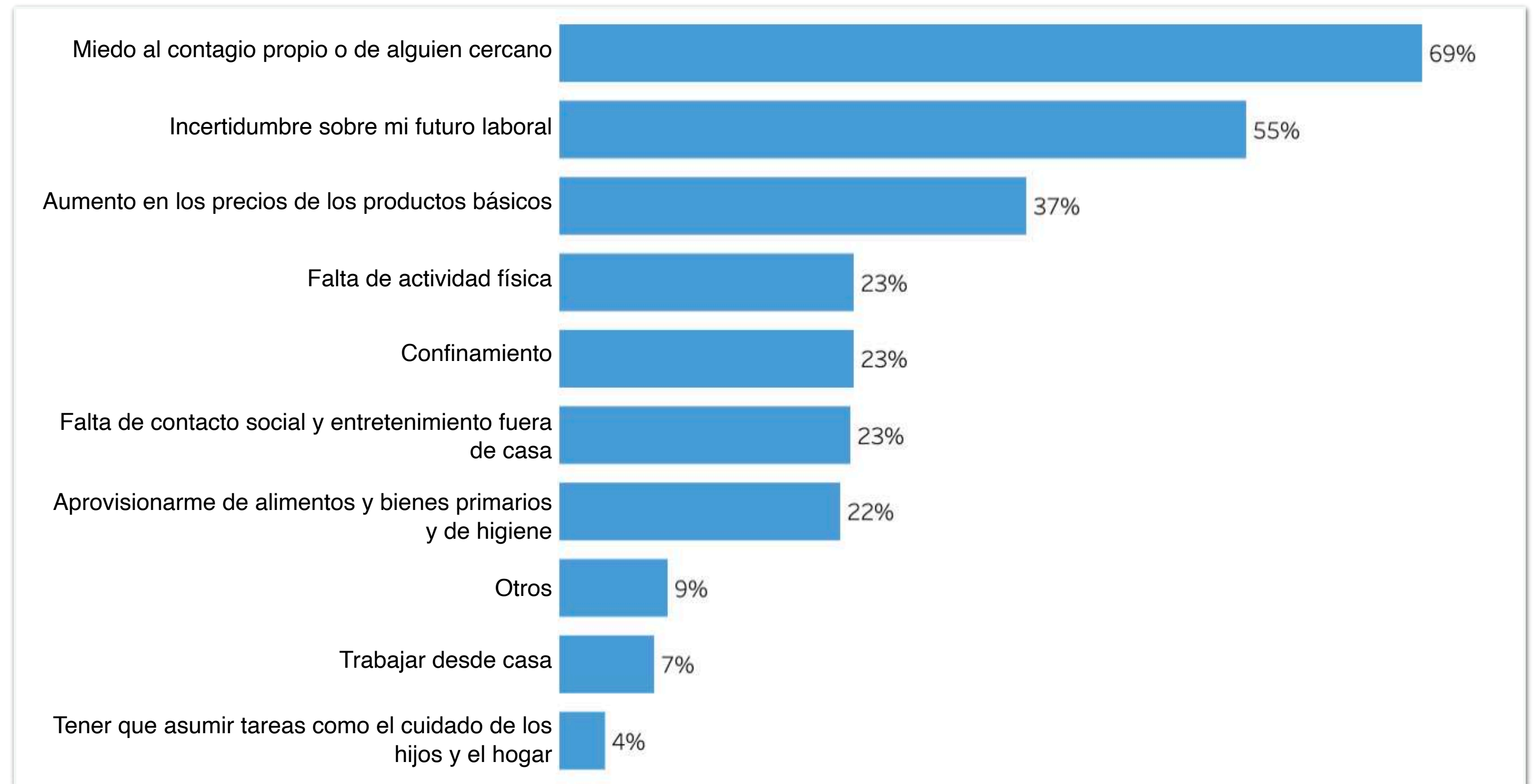
El principal dedo acusador va para los **medios de comunicación con un 43% y un 8% para las redes sociales**, esto dentro de todas las menciones de aquellos que señalaron “otros” factores como los que han agravado el problema.

De igual manera, un **29% de aquellos que señalaron otros factores, acusaron a las personas/la sociedad/los ciudadanos y su falta de disciplina o capacidad de acatar las normas** como el factor que más ha agravado la crisis.



¿Conservar la salud o perder el trabajo?

En México, como en todos los demás países de América Latina, **lo más difícil ha sido el miedo a resultar contagiado o que alguien cercano pueda contagiarse (69%)**. Perder el trabajo es una de las mayores preocupaciones para un poco más de la mitad de la población.



¿Qué ha sido lo más difícil de enfrentar durante estos días en los que tu país ha sufrido el impacto del Coronavirus? Elige las tres (3) opciones que más apliquen.

¿Conservar la salud o perder el trabajo?

La disyuntiva en la mente de todos los ciudadanos del mundo desde que se ha desatado la crisis tiene que ver con dos grandes temores: **contagiarse del virus, así como la posibilidad de perder su trabajo** por culpa de la crisis económica.

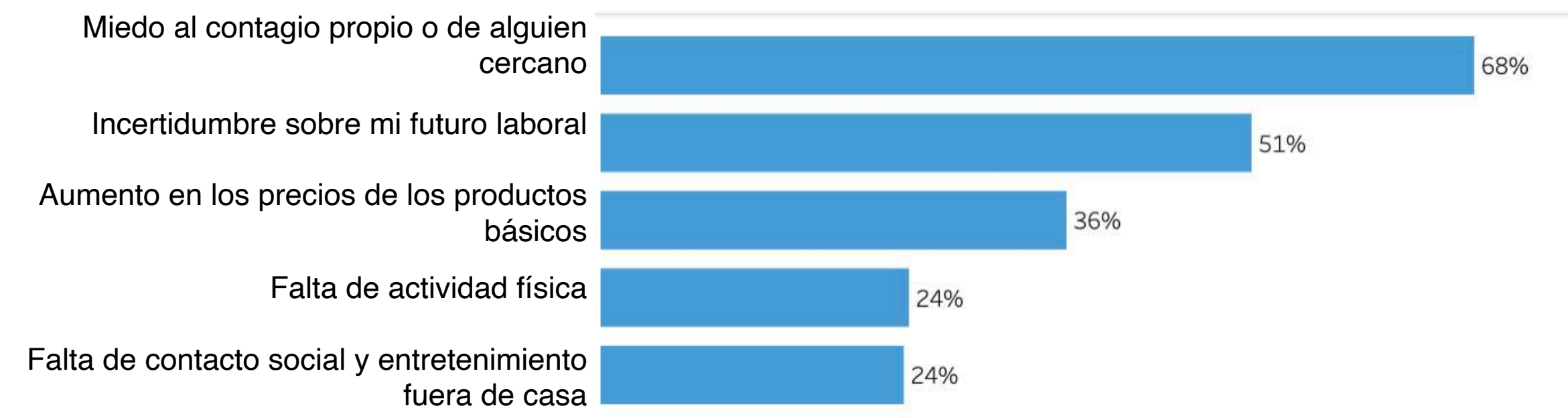
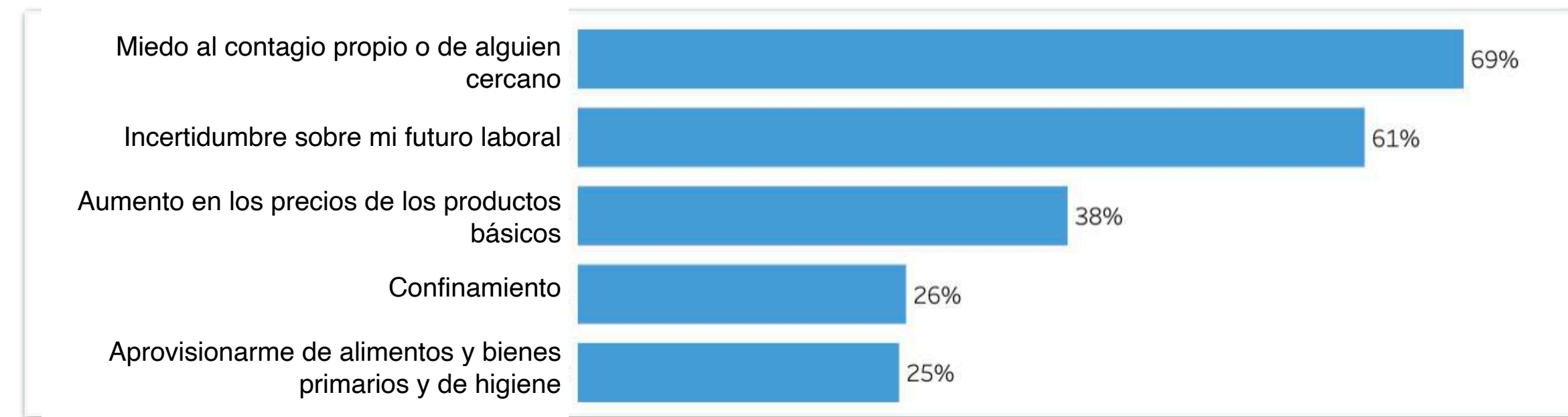
En el contexto de América Latina, **México es uno de los países donde la gente expresa mayor preocupación por el aumento de los precios de los productos básicos.**



**A los hombres les
preocupa el
confinamiento.**



**A las mujeres la
actividad física.**



¿Qué ha sido lo más difícil de enfrentar durante estos días en los que tu país ha sufrido el impacto del Coronavirus? Elige las tres (3) opciones que más apliquen. Top 5 por género.



**A los hombres les
preocupa el
confinamiento.**



**A las mujeres la
actividad física.**



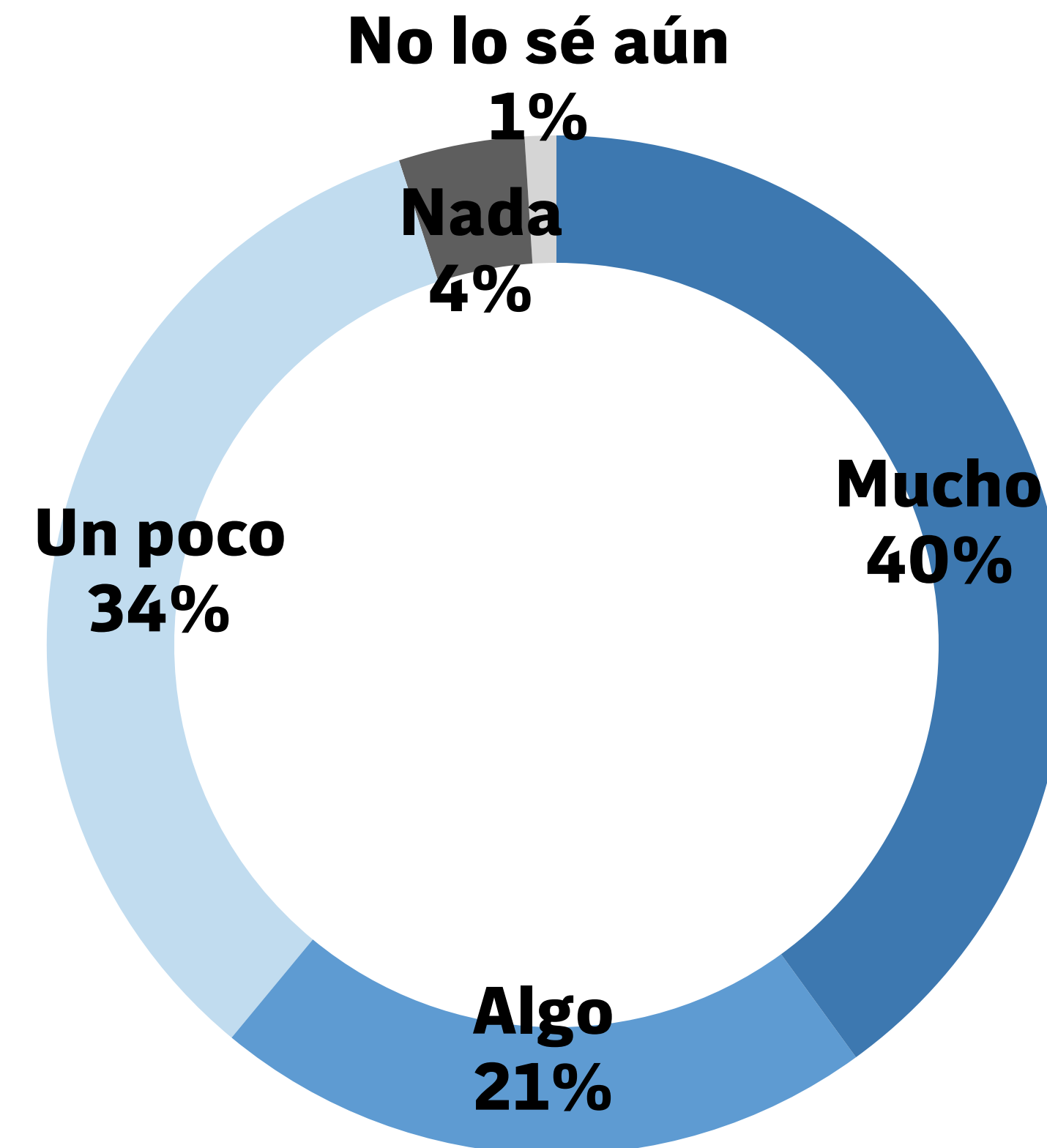
- Si bien los tres primeros factores (resultar infectado, perder el trabajo o el incremento de precios en productos básicos) **son un problema tanto para hombres como para mujeres, los hombres superan en 10 puntos a las mujeres en la preocupación por lo laboral.**
- Los hombres se preocupan de tener que estar confinados y de que puedan faltar los productos básicos. **Las mujeres, en cambio, consideran que lo más difícil de afrontar es la falta de actividad física, así como la falta de contacto social y el entretenimiento por fuera de casa.**

¿Qué ha sido lo más difícil de enfrentar durante estos días en los que tu país ha sufrido el impacto del Coronavirus? Elige las tres (3) opciones que más apliquen. Top 5 por género.



La vida nos va a cambiar (pero no tanto)

Más de un **60% de los mexicanos consideramos que la vida nos va a cambiar mucho o algo**. Tal como lo han mencionado diversos estudios y análisis, los cambios en la rutina, el impacto de la crisis económica y la manera de acceder a los productos y servicios, hacen que esta pandemia tenga un antes y un después.



Q/. Según la visión que tienes en este momento, ¿qué tanto crees que esta crisis va a cambiar tu vida cotidiana de ahora en adelante?



En la mayoría de los países de América Latina, se observa una correlación entre la rigurosidad que el gobierno de cada país le ha dado al confinamiento y la percepción que tienen los ciudadanos de que la vida les va a cambiar radicalmente.

Un 45% de los latinoamericanos considera que la vida les cambiará muchísimo mientras que esta cifra es del 40% para los mexicanos.

La salud y la familia están primero

3/4 mexicanos piensan que la salud será más importante a partir de ahora.

Un porcentaje similar piensa que, después de la crisis, valorará más a la familia y vivirá con más intensidad el presente.

A lo que menos importancia le darán los mexicanos será a viajar (**21%**)

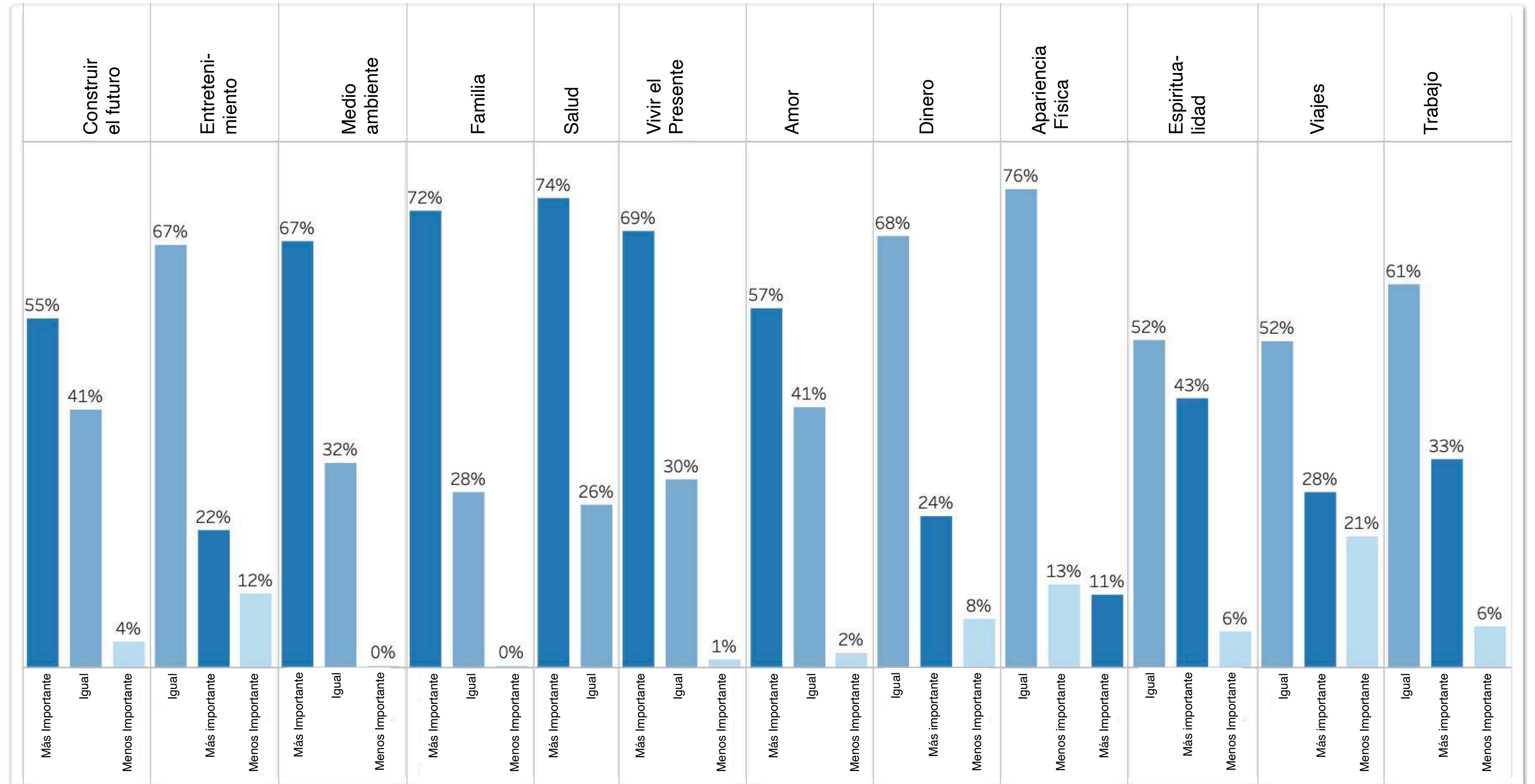


La salud y la familia están primero

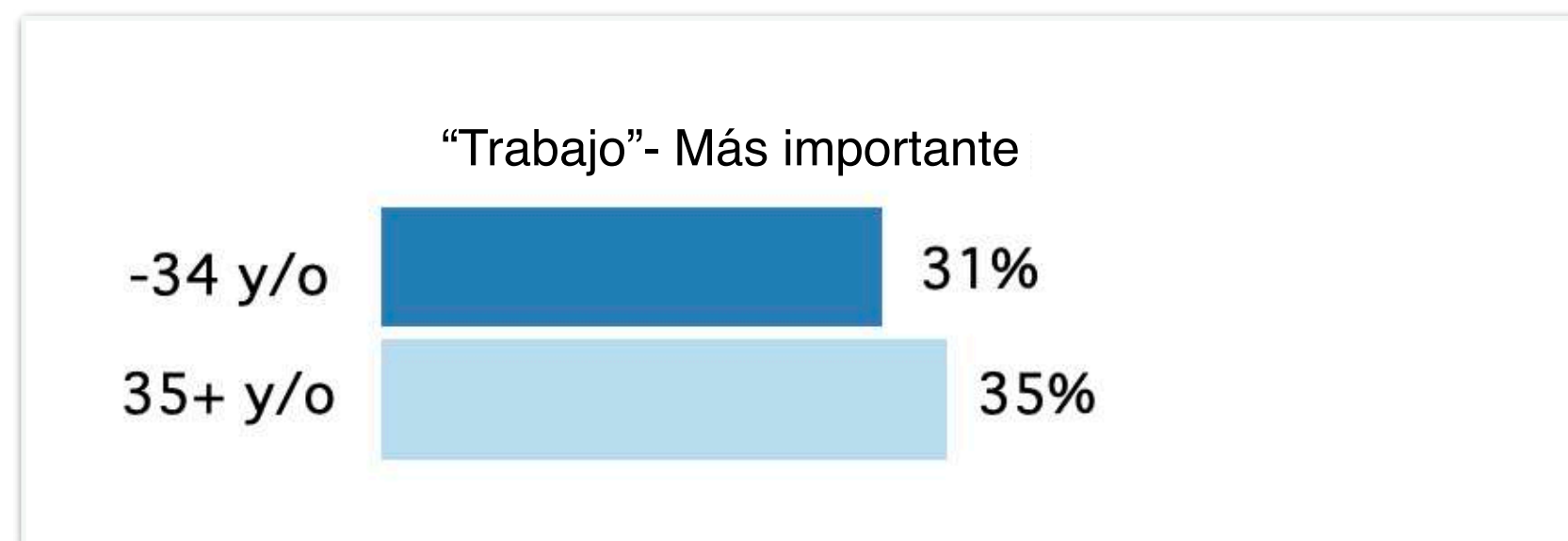
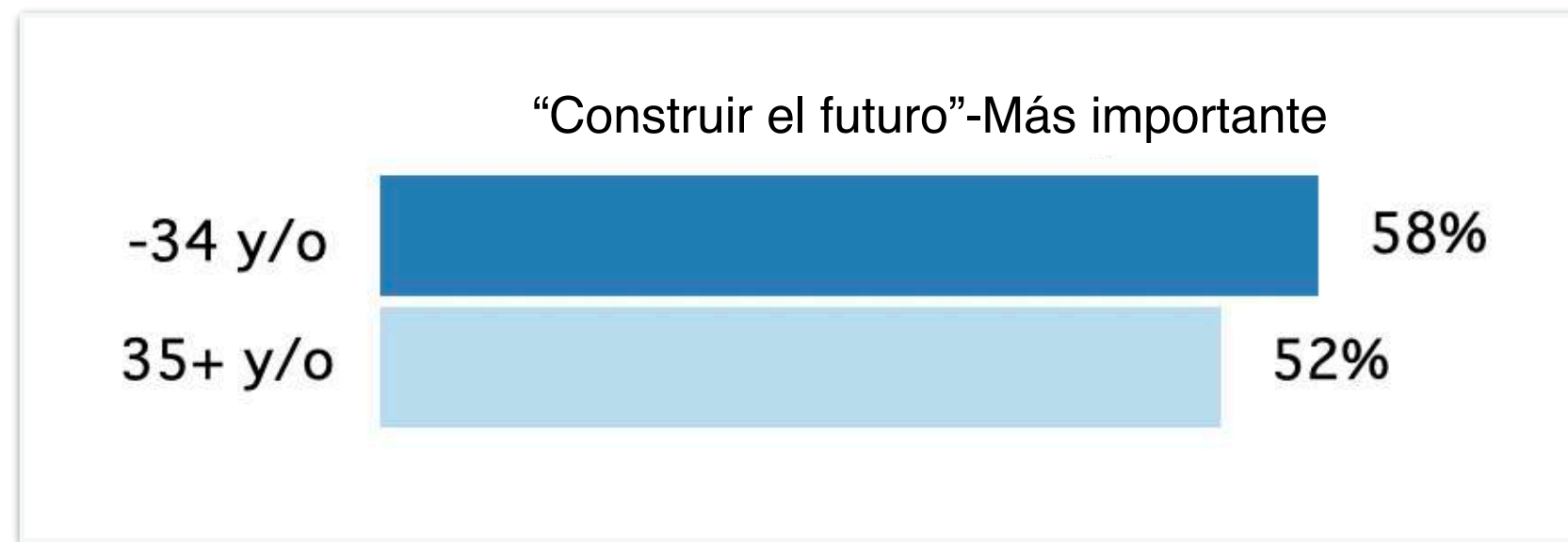
A lo que menos importancia le darán los mexicanos será a viajar (21%).

Esto puede tener que ver con temor a contagios y los peligros que implica estar en contacto con personas de otras ciudades o países.

Q/. ¿A qué áreas de tu vida crees que le vas a dar más importancia a partir de ahora? Elige las tres (3) opciones que más apliquen.



A los mayores les preocupa el trabajo. A los jóvenes les preocupa de futuro.



¿A qué áreas de tu vida crees que le vas a dar más importancia a partir de ahora?
Elige las tres (3) opciones que más apliquen. Las tres principales por edad
(Menores de 34 años vs Mayores de 35 años).

No hay grandes diferencias entre los más jóvenes (-34 años) y los mayores (35 años o más). En general, le darán la misma importancia a los temas. **Una excepción que vale la pena destacar es la construcción del futuro, que le preocupa más a los menores de 34 años.**

- Los mayores, por su parte, afirman que le darán más importancia al trabajo a partir de ahora.
- Es interesante destacar que **los mexicanos tanto mayores como menores le darán la misma importancia a “vivir el presente” (69%) y a la “espiritualidad” (43%).** Los jóvenes le darán un poco más de importancia al “amor” (58%) en comparación con los mayores (56%).

La mitad de los mexicanos considera que después de esta pandemia, le dará más importancia a los seguros de salud y un 44% lo hará con los productos de limpieza para el hogar.

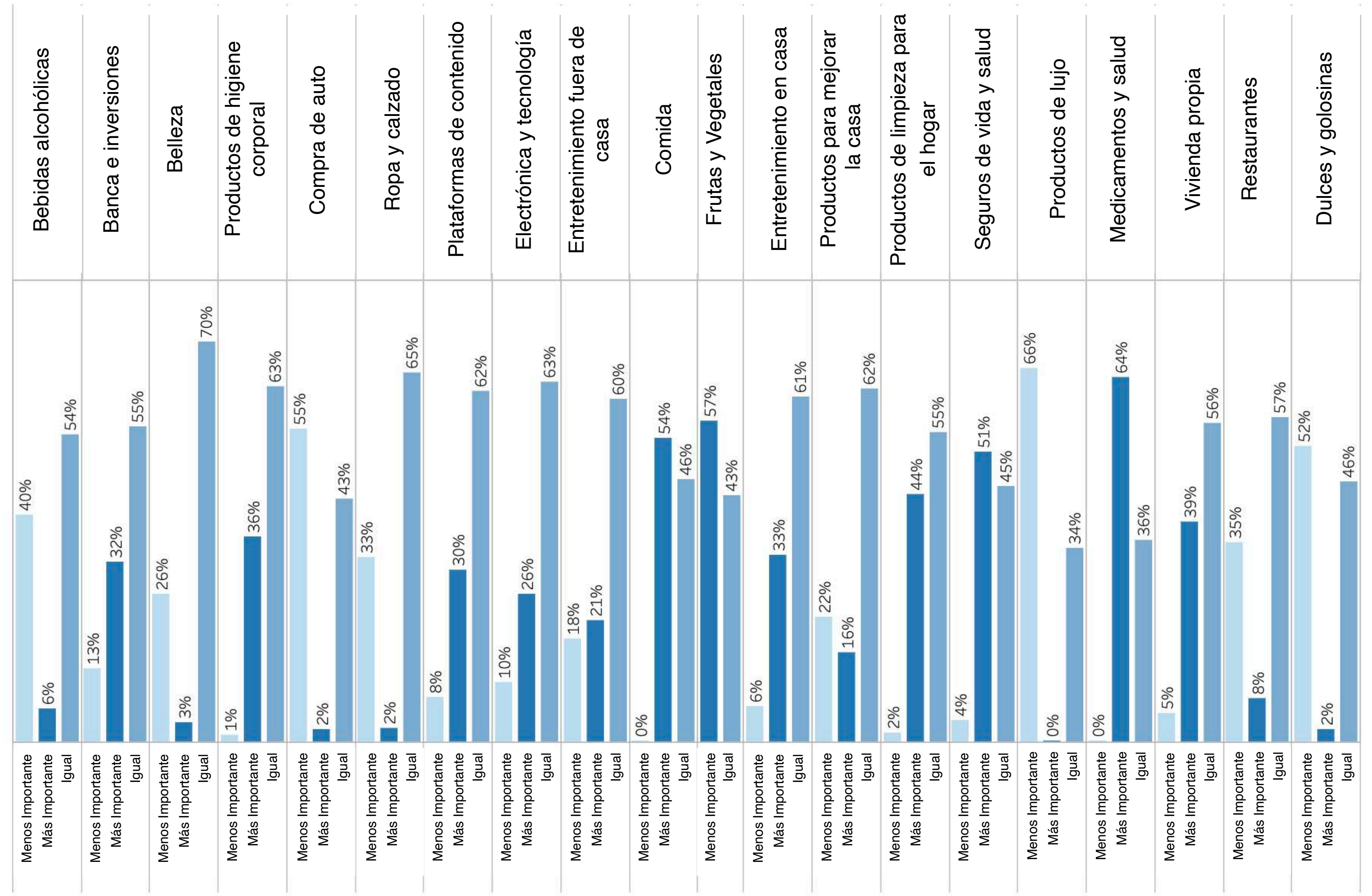


La salud es alimentarse bien

Es fácil suponer que tratándose de una crisis que se originó a partir de una pandemia, **la mayoría de los mexicanos considera que a partir de ahora, las medicinas y la salud serán categorías a las que les dará mayor importancia.**

En segundo y tercer lugar se encuentran las frutas y verduras (57%) y la alimentación en general (54%).

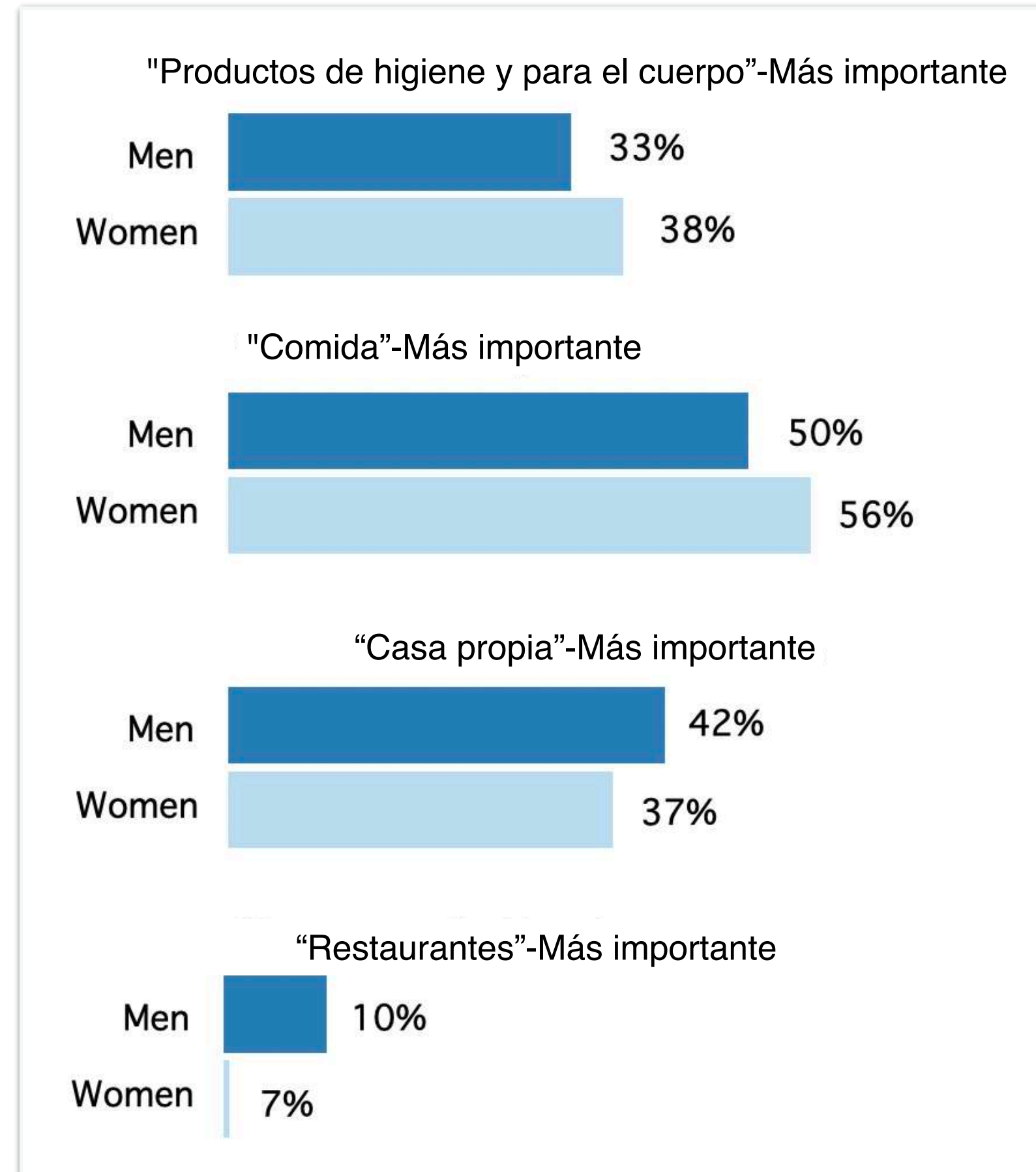
Q/. De las siguientes categorías de productos y servicios, ¿cuáles crees que pasarán a ser más importantes, menos importantes o se quedarán igual en el orden de prioridades de tu vida?



Las mujeres piensan en alimento y cuidado. Los hombres en proveer un techo.

Al analizar las respuestas por género, nos damos cuenta que las diferencias más significativas entre ambos géneros están en categorías relacionadas con higiene y alimentación, que serán más importantes para las mujeres. En cambio, para los hombres será más importante el hecho de “tener casa propia”.

Vale destacar que en la importancia que le darán a partir de ahora a los restaurantes, los hombres tienen un índice de afinidad de 125 vs el promedio.

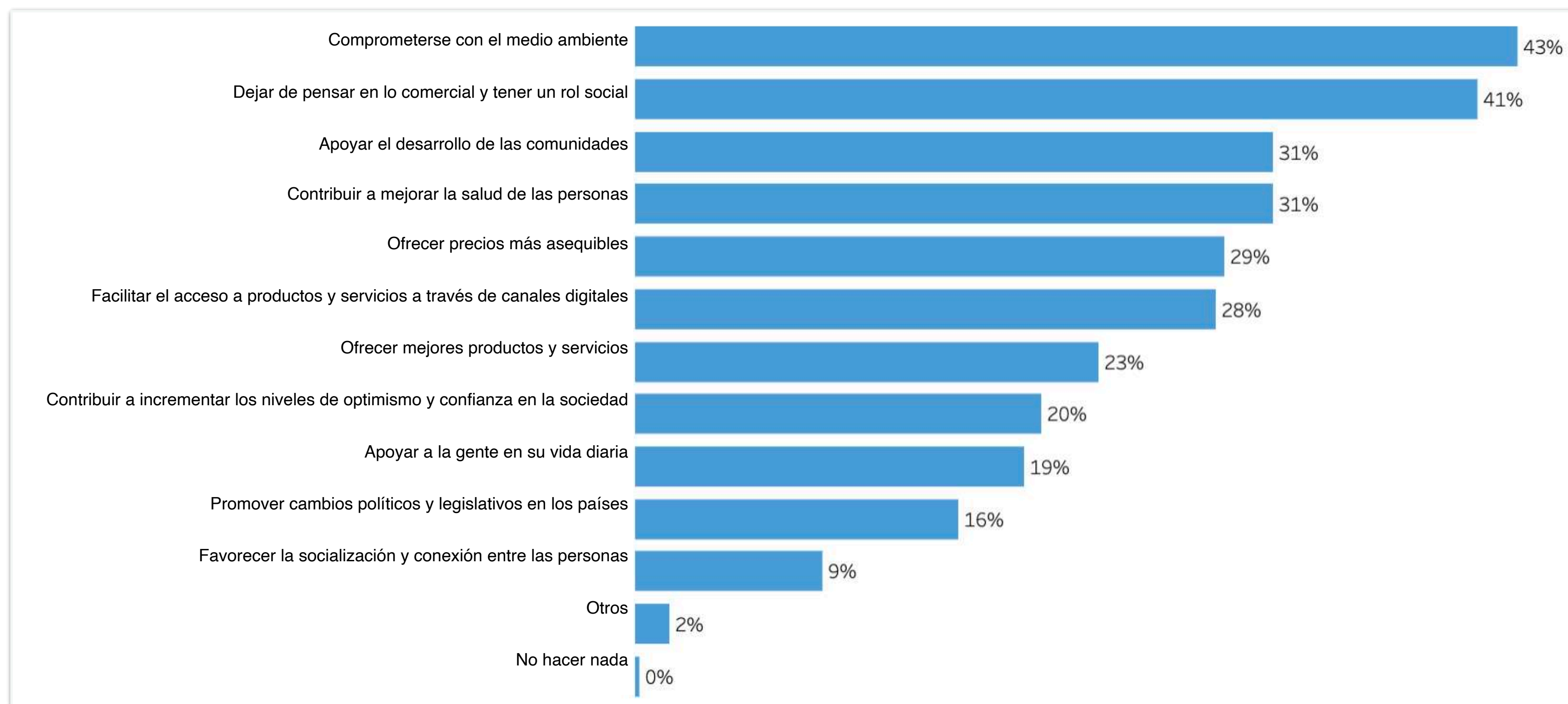


Q/.De las siguientes categorías de productos y servicios, ¿cuáles crees que pasarán a ser más importantes, menos importantes o se quedarán igual en el orden de prioridades de tu vida?
Diferencias por género.

Es posible afirmar que los mexicanos están esperando que las marcas cumplan las funciones que tradicionalmente se esperarían del gobierno o del propio estado.



Se buscan marcas que luchan por el planeta



Hoy los mexicanos se reafirman en pedirle a las marcas que se comprometan a trabajar por el **mejoramiento del medio ambiente (43%)**, que **dejen de pensar sólo en lo comercial y tengan un rol en la sociedad (41%)**, entre otras demandas enfocadas en el desarrollo social.

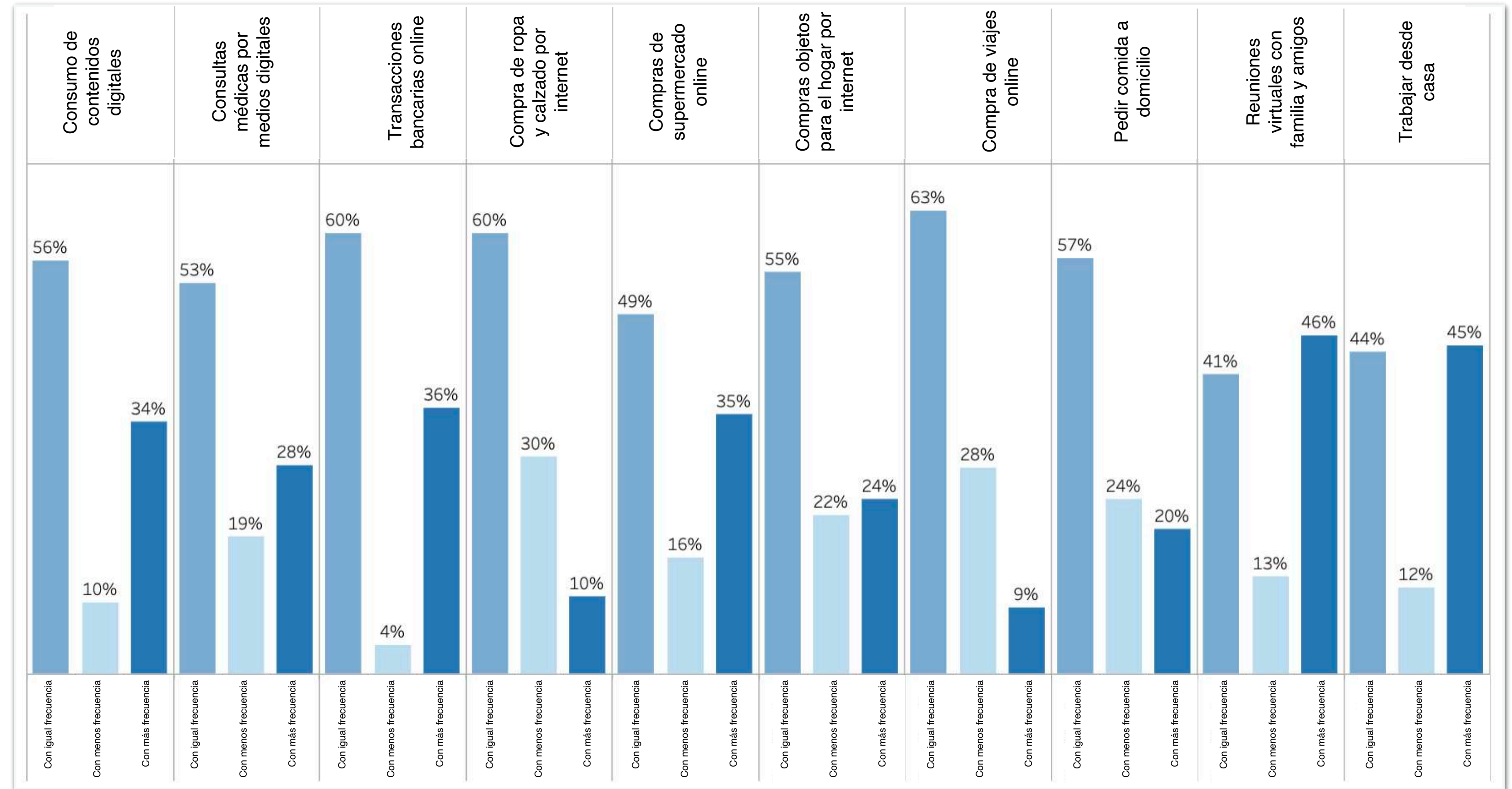
Q/. A partir de la situación generada a raíz del Coronavirus, ¿qué crees que es lo más importante que deben hacer las marcas?
Elige sólo las tres (3) opciones que más apliquen



¿Nos veremos menos en persona?

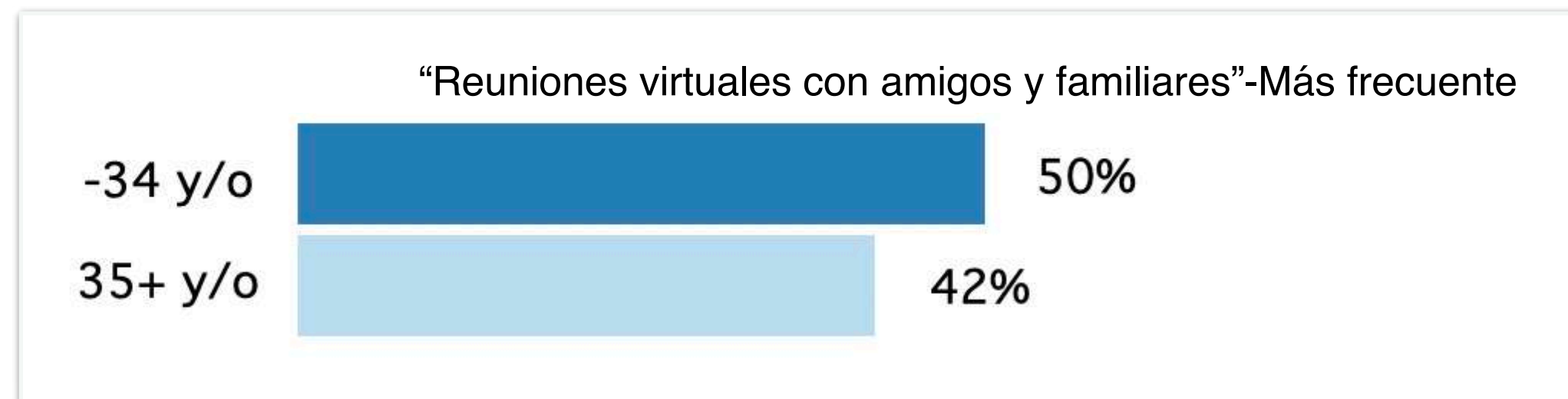
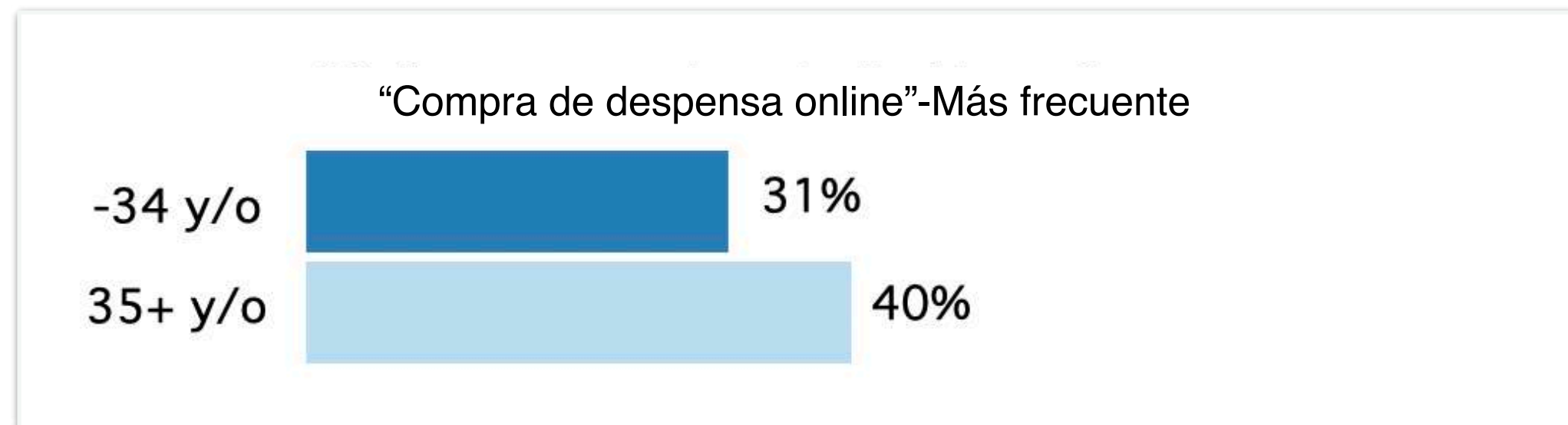
Para los mexicanos, esta crisis representa una forma de digitalización en algunas áreas. En otras, seguirán teniendo similar relevancia. Por ejemplo, en la compra de viajes online, ropa por internet o banca digital no parece que habrá grandes cambios.

- En cambio, hay dos temas que parecen marcar el nuevo estilo de vida: **Las reuniones con amigos y familia de manera virtual (46%) y la posibilidad de trabajar desde casa (45%)**. Estas dos actividades que, al parecer, se harán con más frecuencia, pueden representar un gran cambio cultural en la manera como nos relacionamos.
- Vale la pena destacar que un **35% de los mexicanos afirma que hará las compras de supermercado más frecuentemente de manera online**.



Q/. De las siguientes actividades, ¿cuáles crees que harás a partir de ahora con más frecuencia, igual frecuencia o con menos frecuencia?

Aceleración del e-commerce



Si bien en muchos aspectos, tanto jóvenes como mayores tendrán un comportamiento online parecido, hay dos aspectos en los que se diferenciarán: Un 40% de los mayores de 35 años, que ahora se han visto enfrentados a hacer la compra a través de medios virtuales, dice que incrementará este comportamiento en el futuro.

Q/. De las siguientes actividades, ¿cuáles crees que harás a partir de ahora con más frecuencia, igual frecuencia o con menos frecuencia?
(Menores de 34 años vs Mayores de 35 años).

Aceleración del e-commerce

De otro lado, un **50% de los menores de 35 años, dicen que a partir de ahora harán más reuniones con amigos y familia a través de plataformas virtuales.**

Vale destacar que en aspectos como el trabajo desde casa o en el uso de la banca online, tanto jóvenes como los mayores, afirman que tendrán un comportamiento parecido después de que pase la crisis.



México respira incertidumbre

- Quisimos incluir una pregunta abierta para permitir que los mexicanos expresaran aquella emoción o sentimiento que más estaba marcando este momento de sus vidas.
- Resulta sorprendente que el **38% de los encuestados usaron la misma palabra para expresar este momento: "incertidumbre". En segundo lugar estuvo "ansiedad" (4.3%) y en tercer lugar "impotencia" (3.8%).**



Q/. En una palabra, ¿cómo describirías lo que sientes en estos días frente a la situación que estás viviendo por el Coronavirus?

La primera palabra positiva que aparece es “cambio” con el 1.1% de las menciones y “esperanza” con el mismo porcentaje.

Q/. En una palabra, ¿cómo describirías lo que sientes en estos días frente a la situación que estás viviendo por el Coronavirus?



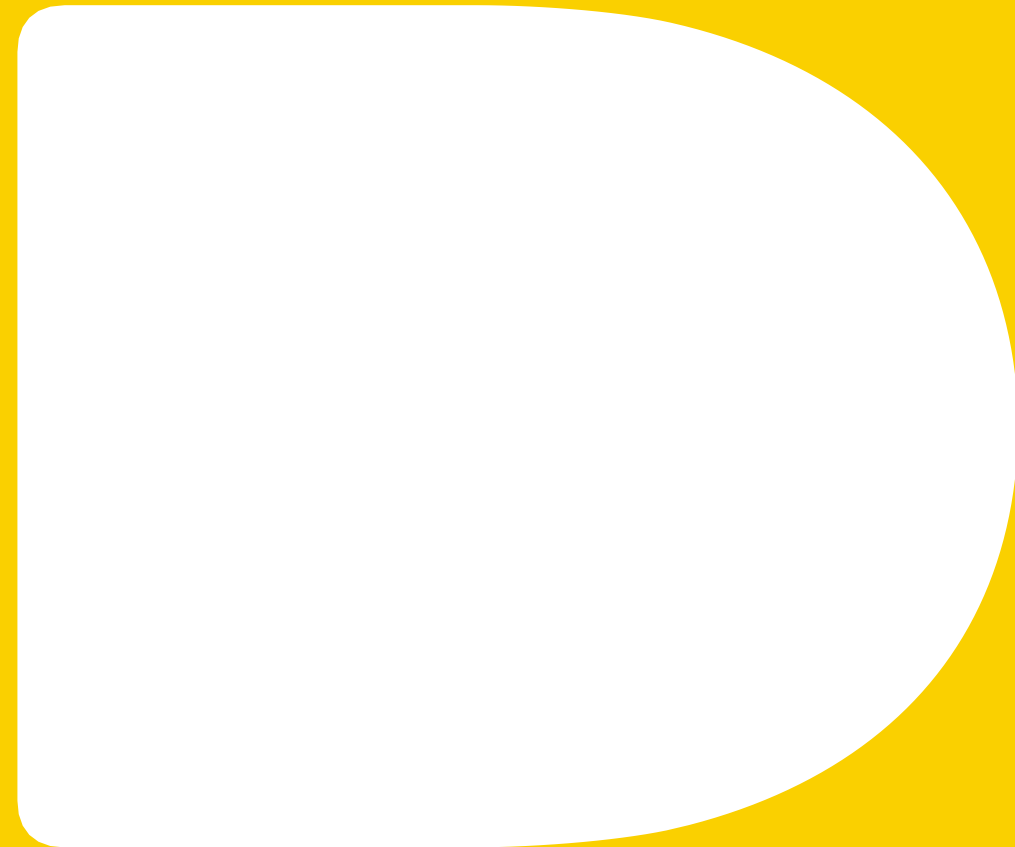
¿Qué información te llama más la atención?

Conversemos sobre oportunidades
que pueden detonarse para tu
marca o negocio.

david.mendoza@ddbmx.com



DDBMex



“A crisis is a terrible
thing to waste”



Paul Romer, professor &
ex-chief economist World Bank