



Radiografía del Chileno
COVID-19 by CustomerTrigger

Radiografía del Chileno *COVID-19*

Por Célula de Investigación CustomerTrue de CustomerTrigger

PERSPECTIVAS PARA LOS LÍDERES ¿CÓMO ENFRENTARSE A UN ESCENARIO INCIERTO?

VALORACIÓN DE LAS INICIATIVAS DE ADAPTACIÓN DE LAS EMPRESAS

¿CÓMO PREFIEREN COMPRAR LOS CIUDADANOS?

INTENCIÓN DE COMPRA EN 7 CATEGORÍAS ANTES Y DURANTE LA CRISIS

LOS EFECTOS DEL DISTANCIAMIENTO SOCIAL

[Update] 18/Mayo/2020

En esta edición volcaremos nuevos e interesantes datos sobre cómo evalúan los ciudadanos la adaptación de las organizaciones a la crisis, **como también, los cambios de conducta que han experimentado los consumidores en el acceso digital a los productos y servicios.** Estos antecedentes permitirán entender la intensidad en los cambios de decisión de compra y determinar las estrategias más valoradas por los consumidores para adaptarnos a este contexto.

VALORACIÓN DE LAS INICIATIVAS DE ADAPTACIÓN DE LAS EMPRESAS



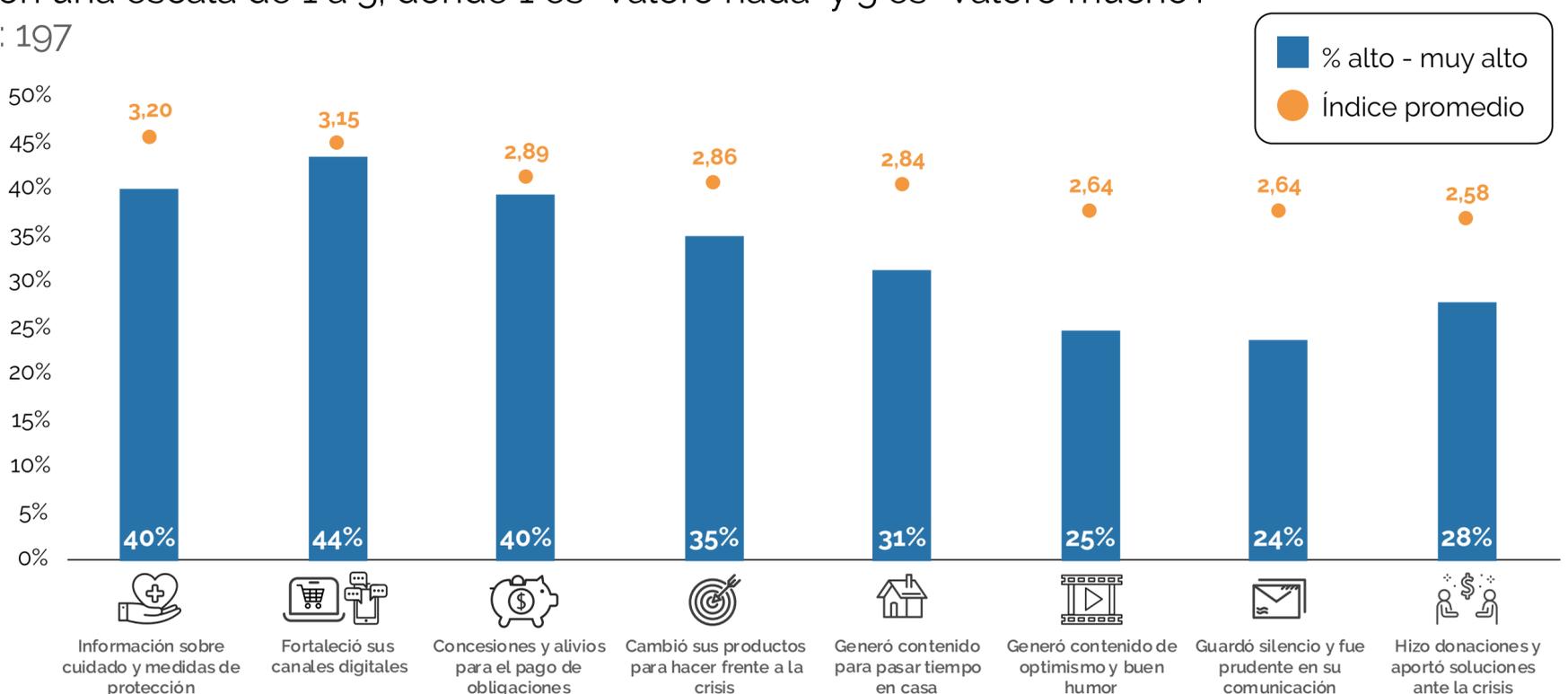
Sólo el 54% de las organizaciones en Chile ha generado campañas de concientización con sus clientes

Fuente: Acción Empresa

VALORACIÓN DE LAS MEDIDAS DE LAS EMPRESAS

Evalúa las acciones que más has valorado de las empresas/marcas durante la cuarentena, con una escala de 1 a 5, donde 1 es "Valoro nada" y 5 es "Valoro mucho".

n: 197



De los datos de nuestro sondeo se concentran en las notas 4 "alto" a 5 "muy alto" dejando en evidencia **la importancia de que las organizaciones se mantengan cerca de sus clientes.**



¿CÓMO PREFIEREN COMPRAR LOS CIUDADANOS?



1,7 millones

De personas se han convertido en nuevos consumidores digitales tras la llegada de Covid-19 a Latinoamérica

Fuente: Mercado Libre



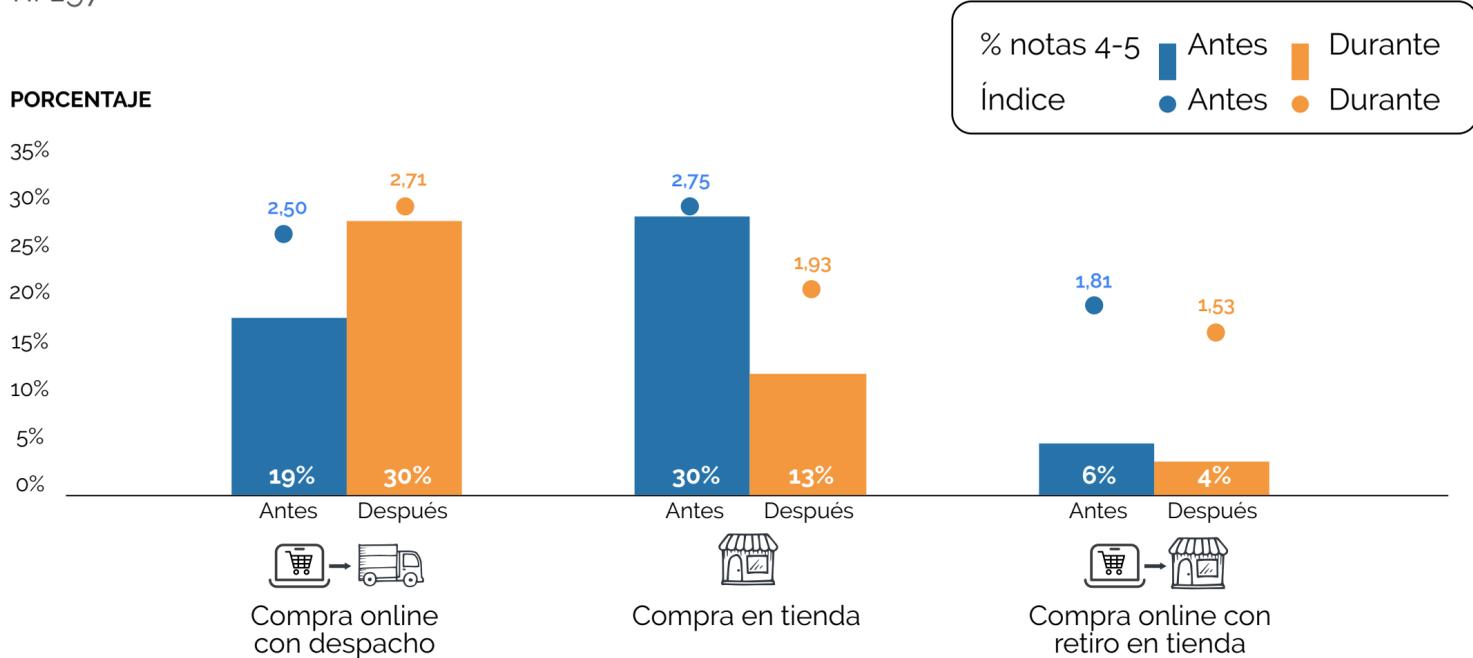
Sólo el 10% de las empresas que no operaban con servicios de entrega han incorporado servicios de despacho

Fuente: Departamento de Estudios de la Cámara Nacional de Comercio

SISTEMA DE COMPRA PREFERIDO

Antes y durante, la crisis sanitaria por COVID 19, ¿con qué frecuencia realiza compras? Con una escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 es "Mucho".

n: 197

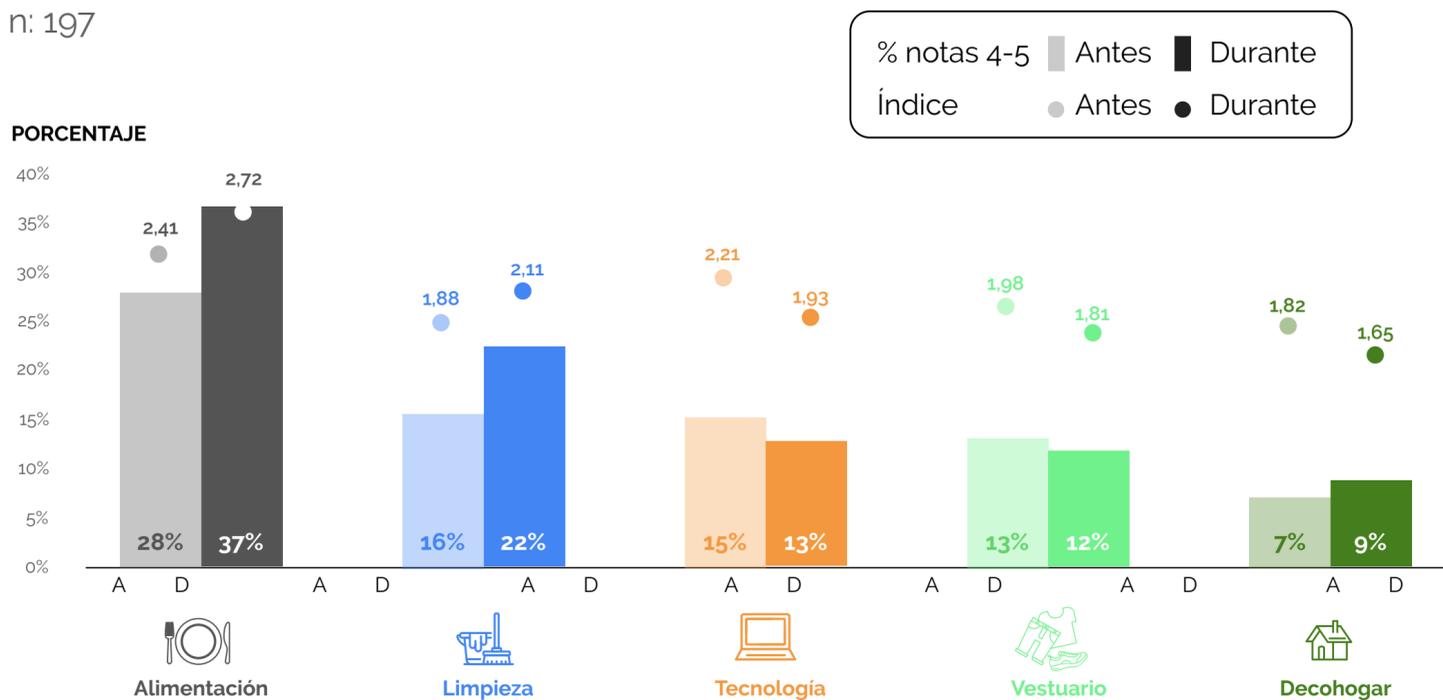


La decisión de compra vía ecommerce, según el panel, "alimentación" tiene un índice de 2,72 y "limpieza" de 2,11, separando las categorías. La prioridad de consumo asignada a "tecnología", "vestuario" y "decohogar", alcanzaron un índice 1,93, 1,81 y 1,65 respectivamente.

DECISIÓN DE COMPRA VÍA ECOMMERCE

¿En qué categorías prefieres realizar compras ONLINE? Evalúa con una escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 es "Mucho".

n: 197



INTENCIÓN DE COMPRA EN 7 CATEGORÍAS ANTES Y DURANTE LA CRISIS



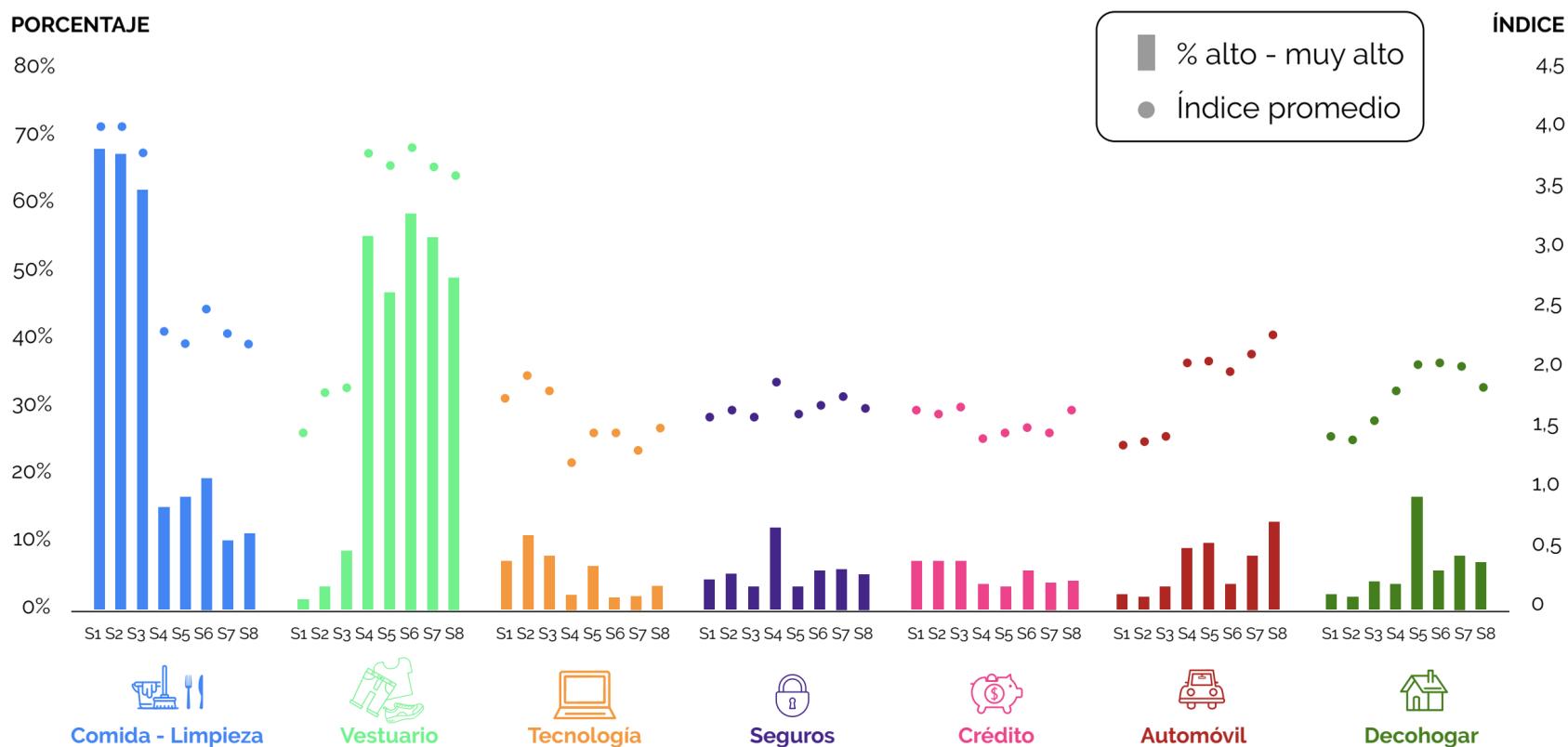
8 semanas de seguimiento:
Del 23/marzo al 17/mayo

Actualización del evolutivo por semana en las 7 categorías que hemos venido sondeando

PRIORIDADES DE CONSUMO EVOLUCIÓN POR SEMANA

(Desde el 23/mar - 8 semanas). En estos momentos, indique cual es su interés en adquirir alguno de estos productos/servicios, con una escala de 1 a 5, donde 1 es "Muy bajo" y 5 es "Muy alto"

n: 1110



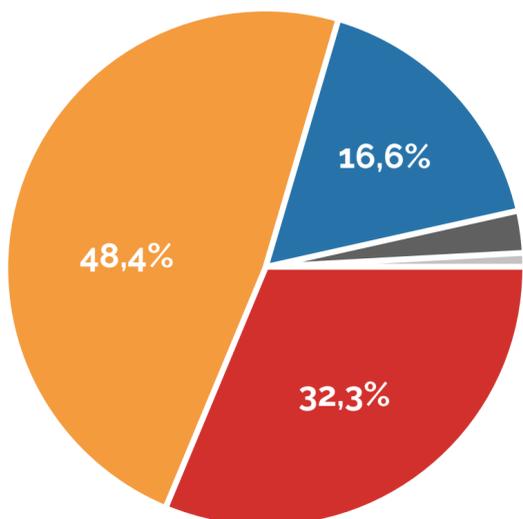
LOS EFECTOS DEL DISTANCIAMIENTO SOCIAL

3,5%

Sólo un 3,5% del panel de opinión declara mantener una "rutina normal" y un 21,7% esta en "cuarentena obligatoria"

80,7%

El 80,7% de los encuestados indica que su situación económica "empeorará" y "empeorará mucho".



- Empeorará mucho
- Empeorará
- No cambiará
- Mejorará
- Mejorará mucho



LOS EFECTOS DEL DISTANCIAMIENTO SOCIAL

3,3%
caída Chile

Coronavirus provocará un crecimiento económico negativo en América Latina y el Caribe -excluyendo Venezuela- del 4,6% este año, con una caída del 3,3% en Chile

Fuente: Banco Mundial

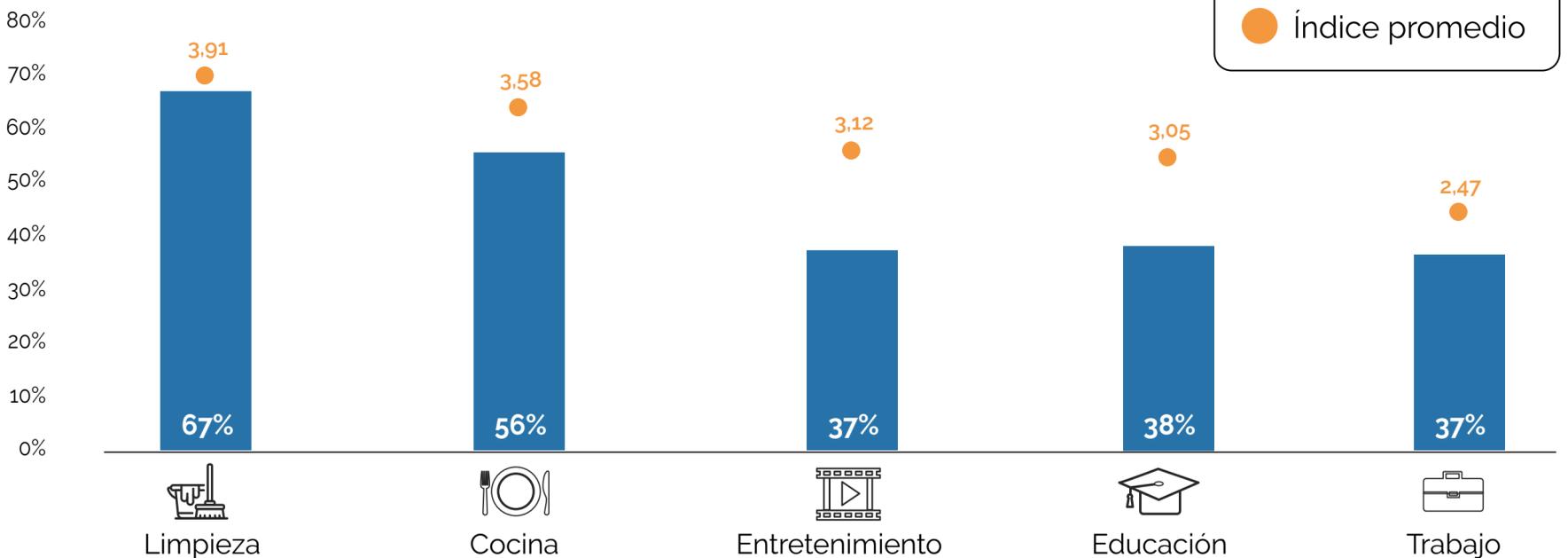
La disminución en la prioridad del "trabajo", eventualmente por empresas que se han acogido a la Ley de Protección del Empleo; empresarios, empleados e independientes que han visto mermada su actividad y la priorización en casa de las actividades domésticas se refleja en el siguiente gráfico:

USO DEL TIEMPO

¿Con qué frecuencia ha realizado las siguientes actividades durante los últimos días?
Con una escala de 1 a 5, donde 1 es "Nada" y 5 es "Mucha"

n: 1110

PORCENTAJE



Pero es importante la conciencia social de "quedarnos en casa" ya que al 10 de mayo, se indican que **se proyecta el peak de casos para la última semana de mayo y principios de junio**, con un alto índice de uso de UCI la primera semana de este mes y aumento en la mortalidad.

Fuente: Escuela de Salud Pública de la Universidad de Chile



Radiografía del Chileno *COVID-19*

Por Célula de Investigación CustomerTrue de CustomerTrigger

06/abril/2020

A la edición de este reporte del Domingo 5 de abril 19:55, la autoridad en Chile ha confirmado **4.471 casos positivos**, con **34 muertes** y **618 personas recuperadas**, con la **tasa de letalidad más baja de la región**. A nivel global ya alcanzamos más de 1,2 millones de casos de contagio, encabezando EE. UU., España e Italia. Los decesos están por sobre los 68 mil casos y las medidas económicas y de salud pública, sin precedentes impuestas por los gobiernos, no logran aún mitigar los efectos.

Domingo 5 de abril 19:55 - Chile

4.471
casos confirmados

34
fallecidos

618
personas recuperadas

1,2 millones
casos confirmados
a nivel mundial



En este reporte entregaremos una actualización de la opinión ciudadana que nuestra célula CustomerTrue ha estado recogiendo para conocer cuáles son sus principales prioridades y necesidades en tiempos de crisis sanitaria, construyendo la ***Radiografía del Chileno tras COVID-19***. De esta forma, y pensando en el futuro más próximo, **incluimos en esta edición un plan que plantea un horizonte de 4 etapas que recomendamos aplicar desde hoy**, contabilizando siempre la complejidad de estas acciones ante la presión y urgencia inmediata que afrontamos como líderes, pero que consideramos prioritaria.

1. RESOLVER

Desafíos inmediatos, proteger a su fuerza laboral, blindar cliente y mantener su continuidad laboral

2. RESISTIR

Ajustar flujos de caja inmediatos para evitar los choques económicos

3. RETORNAR

Crear desde ya un plan detallado para regresar con los procesos de negocio de su operación.

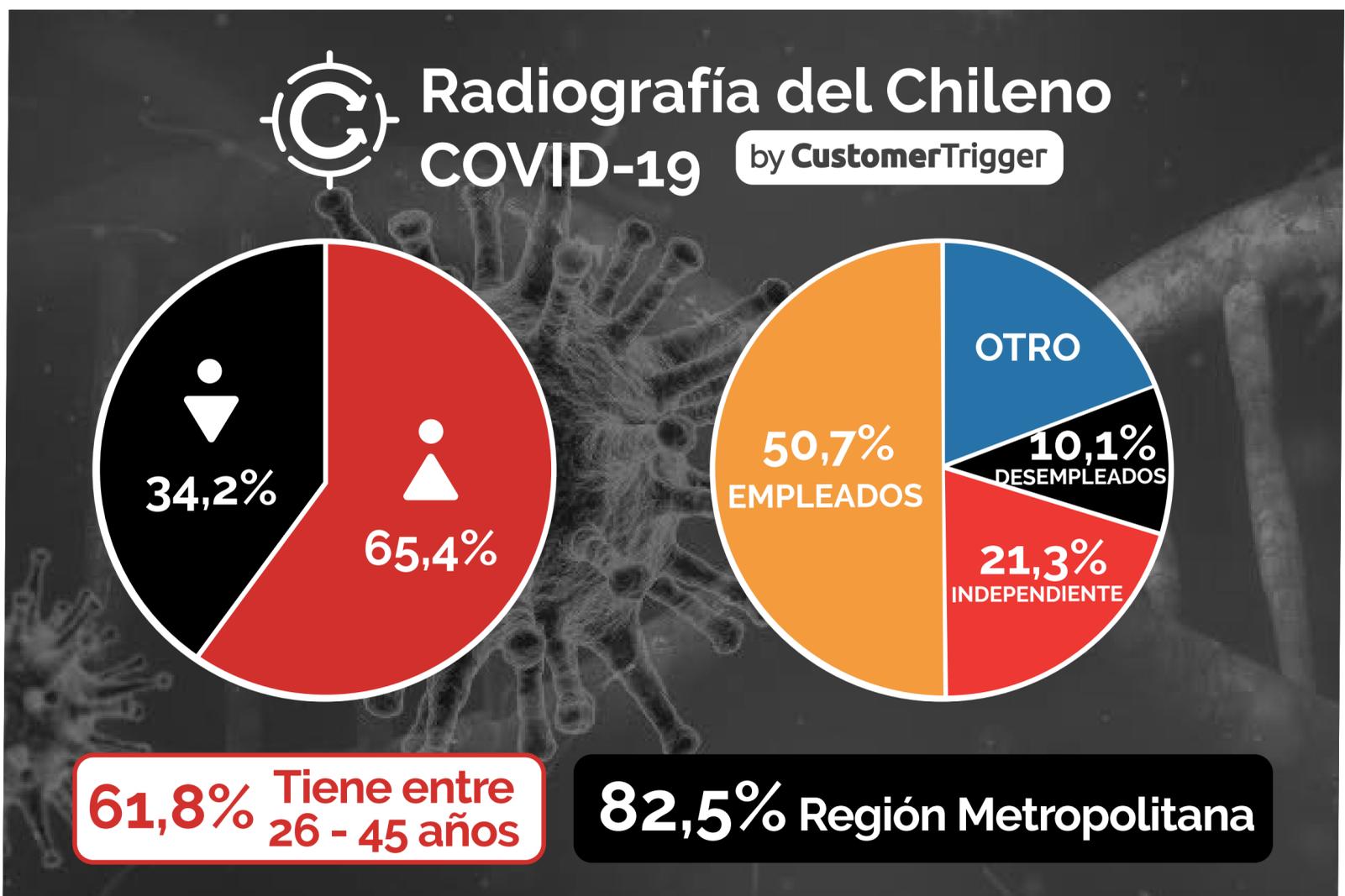
4. REINVENTARSE

Diseñar escenarios de un futuro estado normal, para encontrar nuevas ventajas o replanteando el modelo de negocio con velocidad.



Hemos logrado registrar la opinión de más de 770 ciudadanos, quienes amablemente han querido contribuir a nuestra investigación. Estos datos los estamos compartiendo en tiempo real en nuestro **Panel Radiografía del Chileno COVID-19** para que más organizaciones y empresas puedan visualizar el comportamiento de los ciudadanos.

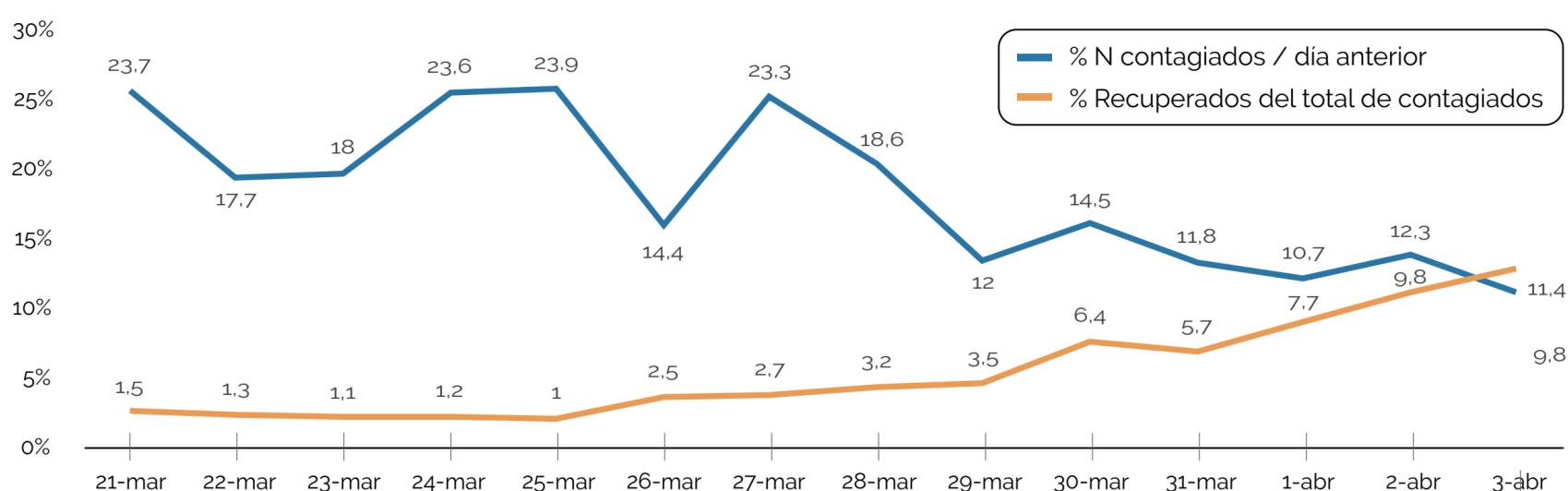
El panel está conformado por 65,4% de opinión de mujeres y 34,2% de hombres. El 61,8% declaran tener entre 26 y 45 años. El 50,7% son “empleados”, 21,3% “independientes” y 10,1% “desempleados”. El 82,5% de las respuestas provienen de la Región Metropolitana, seguidas por Valparaíso (5%) y Libertador General Bernardo O’Higgins (3,2%).



ESCENARIO POSCRISIS COVID-19

Si bien Chile ha confirmado un gran número de contagios (el segundo mayor de Sudamérica en términos absolutos), reporta hasta ahora una de las tasas de letalidad más bajas de la región. Positivamente ya el 3/abril pudimos ver que la tasa de incremento de contagios (9,8%) fue menor que la tasa de recuperación (11,4%), generando el primer punto de equilibrio desde que estamos haciendo seguimiento.

Var Incremento de contagios día - Var Recuperación del total de contagiados



La respuesta es actuar sobre un plan con un horizonte de 4 etapas que recomendamos aplicar desde hoy hasta la siguiente fase de normalidad que surgirá después que se haya ganado contra COVID-19:

RESOLVER

RESISTIR

RETORNAR

REINVENTARSE



Cambios observados en los indicadores:



PRIORIDADES DE ESTA ÚLTIMA SEMANA

Podemos observar que **disminuyen levemente en cuanto a “cuidado de la salud”** y “tiempo en familia”, para dar mayor importancia a “alimentación”, “entretenimiento” y “educación”.



RIESGOS DE LAS PERSONAS GASTOS E INGRESOS

El 66,8% del panel encuestado declara que **han aumentado sus gastos** producto de COVID-19, versus 54,7% del reporte anterior. Con respecto a **los ingresos, 56,3%** indica que **“han disminuido”**.



ENTRETENIMIENTO Y ACTIVIDAD FÍSICA

De acuerdo con nuestro reporte **se mantiene la priorización de entretenimiento en el “uso redes sociales”** y “plataformas de películas digitales” con índices* de 4,02 y 3,24 respectivamente.



PRIORIDADES DE CONSUMO

Se observa una **disminución en prioridad de consumo en “Comida-Limpieza”** con índices* de 3,91 puntos versus 3,94 de la edición anterior, generando leves aumentos en “vestuario – 1,46”, “tecnología – 1,67” y “crédito – 1,55”.

*Los índices fueron obtenidas en una escala de 1 a 5, dónde **1 es bajo y 5 es alto**, con respecto a la serie de preguntas del estudio.



23/marzo/2020

A las 18:45 del Domingo 22 de marzo, el mundo registra más de 329.800 casos confirmados de COVID-19, con 14.300 muertes y tan sólo 97.800 casos recuperados. En Chile el Ministerio de Salud confirmó 632 casos con 1 fallecimiento y 8 personas recuperadas.

Las restricciones de viaje y medidas de distanciamiento social **provocarán una fuerte caída en el gasto de los consumidores y empresas**, que perdurará hasta el final del **segundo trimestre**, produciendo una eventual **recesión**. Incluso, con el brote de la pandemia bajo control, la dinámica auto-reforzante de una recesión entra en acción y prolongaría la depresión hasta el final del tercer trimestre. La economía pierde fuerza y las respuestas fiscales pueden resultar insuficientes para superar el daño económico en el segundo y tercer trimestre.

El escenario puede ser catastrófico, pero en la incertidumbre **queremos entregar datos y acciones que permitan la configuración de una estrategia empresarial**, para que usted y su equipo puedan mitigar estos riesgos.

Desde nuestra célula de investigación CustomerTrue de @CustomerTrigger, nos preocupa saber en qué situación se encuentran nuestros ciudadanos y residentes del país, así como también conocer cuáles son sus principales prioridades y necesidades en tiempos de crisis sanitaria.

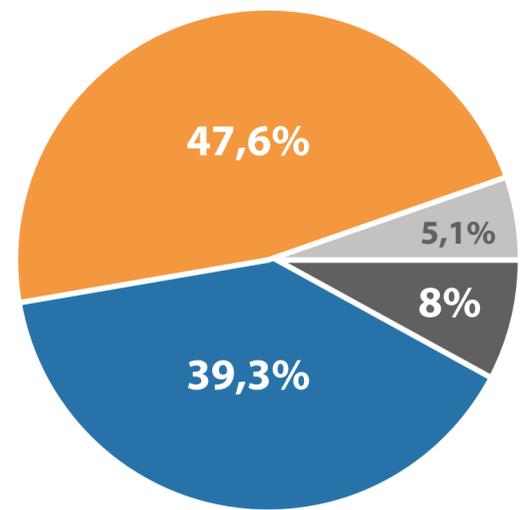
Logramos obtener la opinión de 450 ciudadanos chilenos para entender sus prioridades, vida en familia y riesgos inmediatos que permitan a las organizaciones establecer insight para la construcción de planes centrados en las personas.





¿ESTAMOS REALMENTE EN CASA?

A la hora de este reporte casi la mitad de la población encuestada (47,6%) se encuentra "saliendo sólo si es necesario", mientras que cerca del 40% está realizando una "cuarentena opcional", eventualmente como medida preventiva de contraer la enfermedad, evitando exponerse o establecer contacto con personas afectadas o que han estado en zonas de riesgo.



● Cuarentena obligatoria ● Cuarentena opcional ● Saliendo solo lo necesario ● Rutina normal



PRIORIDADES DE ESTA ÚLTIMA SEMANA

La comunidad encuestada está priorizando en el **cuidado de la salud** y en el tiempo en familia, con índices de 3,96 y 3,82, donde 1 es "nada de tiempo" y 5 es "mucho tiempo".



TIEMPO CON LOS HIJOS

Los datos permiten inferir que el 43% no tiene hijos menores de 12 años, mientras que los que sí, se ocupan principalmente de **"limpiar y ordenar" (21%)**, seguido por la realización de **"actividades educativas" (17%)**



ENTRETENIMIENTO Y ACTIVIDAD FÍSICA

Las personas están destinando un importante tiempo al uso de **redes sociales** y uso de **plataformas de películas digitales**, con un índice de 4,10 y 3,27, donde 1 es "nada" y 5 es "mucho".



RIESGOS DE LAS PERSONAS GASTOS E INGRESOS

Casi ¼ de la audiencia indica que sus ingresos **han disminuido en "46% o más"**, donde más de la mitad son empresarios e independientes, acreditando el impacto inmediato de la crisis que iniciarán las Pymes.



USO DEL TIEMPO

Esta semana el uso del tiempo es dedicado principalmente en **actividades de limpieza y cocina**, donde el 71% y 57%, respectivamente, asignan opinión en las escalas "alto - muy alto".



PRIORIDADES DE CONSUMO

Los ciudadanos han mostrado una marcada prioridad en categorías de consumo como **"comida- limpieza"**, seguido por tecnología y financiamiento, con índices de 3,94, 1,61 y 1,53 respectivamente, donde 1 es "nada de interés" y 5 es "muy interesado".

Encuentre los resultados completos de nuestro sondeo en www.customertrigger.com/impactocovid-19/

