



ANIVERSARIO

EN TIEMPOS DE CUARENTENA. EL NUEVO YO.

JUNIO.2020



ANIVERSARIO

INTRODUCCIÓN.

Han transcurrido 12 semanas desde que se decretó la Cuarentena y el aislamiento social en Venezuela. Muchas son las razones que la enmarcan, ocasionando dificultades y retos para nuestra población, nuestro parque industrial y empresarial, y la sociedad en general. Aprendizajes y nuevas vivencias. Recomposición de valores.

ARS DDB, en su afán de servir a nuestros clientes y conocer el contexto actual del venezolano, presenta la Segunda Edición de su Estudio de Investigación "En Tiempos de Cuarentena. El Nuevo Yo", dándole continuidad al análisis en los cambios de hábitos a la fecha y las expectativas para el futuro.

OBJETIVOS & METODOLOGÍA.



ANIVERSARIO

OBJETIVOS.

Conocer los cambios en hábitos y emociones que ha tenido la población luego de 12 semanas de aislamiento social e identificar sus expectativas con respecto al futuro.

- Identificar las actividades, ocupaciones y consumo de contenidos que están realizando con mayor, menor o igual frecuencia durante la cuarentena.
- Definir cambios de patrones de compra y consumo.
- Comprender su relacionamiento con las marcas a hoy y qué esperan de las mismas luego de que termine la cuarentena.
- Conocer los cambios que los consumidores esperan ocurran en su entorno y en sus hábitos luego que finalice la cuarentena.

METODOLOGÍA.

- Estudio Cualí-Cuanti. Multiplataforma. Encuesta Online - Focus Zoom - RRSS.
- Muestra: 1025 personas.
- Fecha Campo: Mayo 12 - 31.

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA.

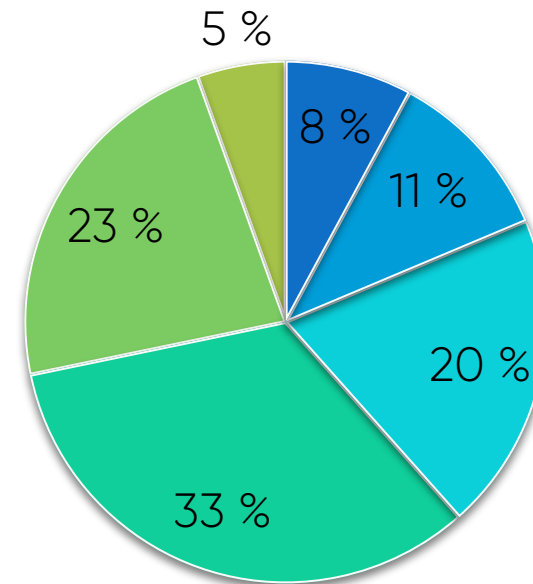


64%



36%

EDAD

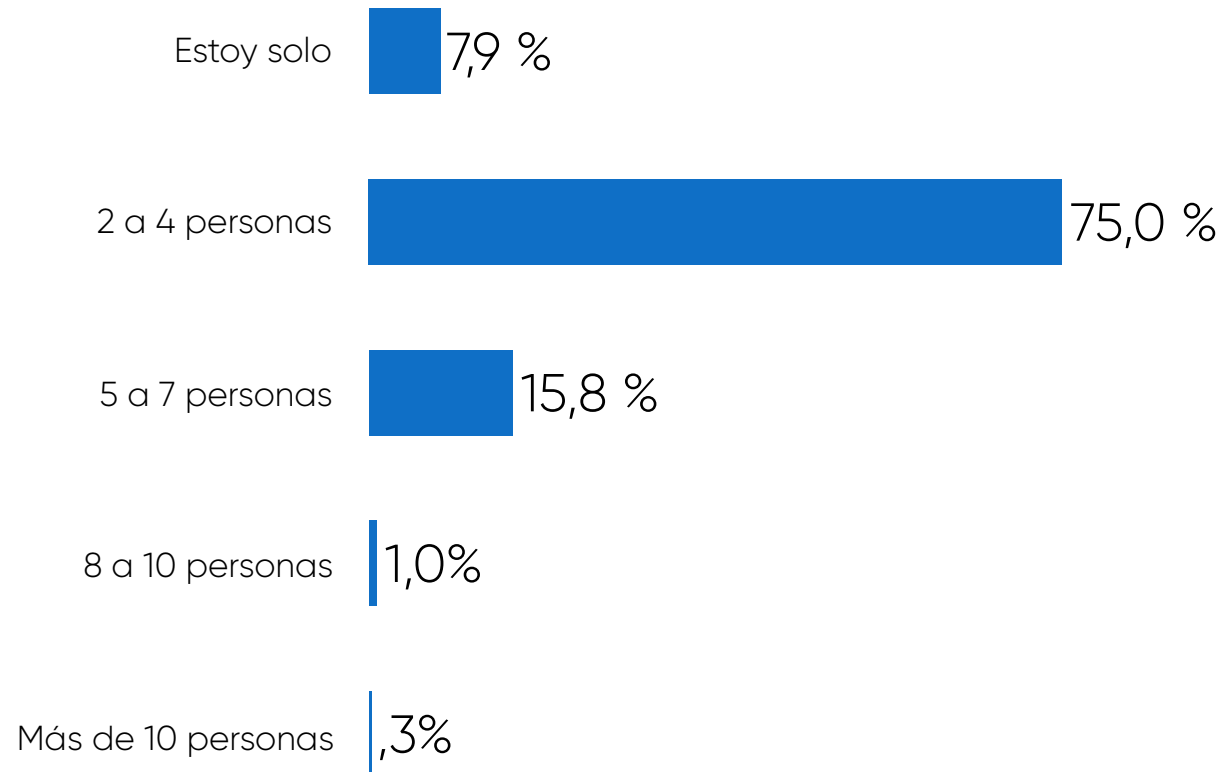


- 15-24 años
- 24-34 años
- 35-44 años
- 45-54 años
- 55-64 años
- Más de 65 años

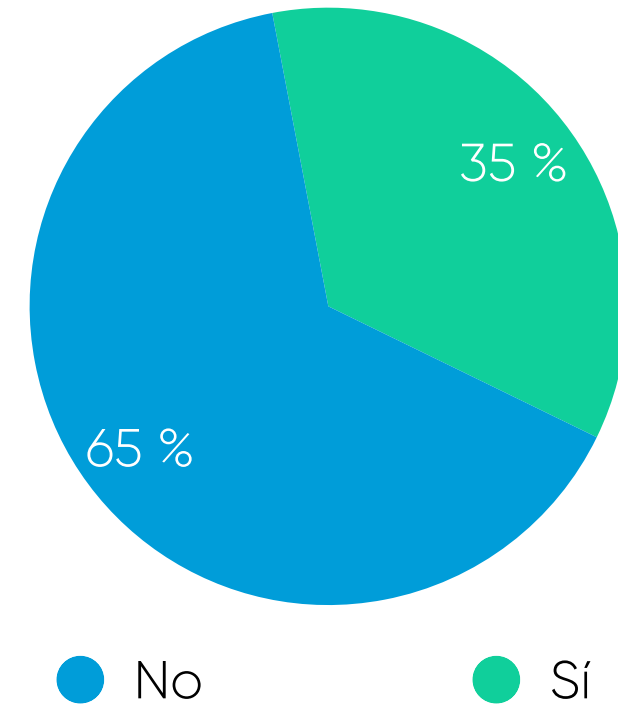
BASE: 1000

COMPOSICIÓN DE HOGARES.

CANTIDAD DE PERSONAS



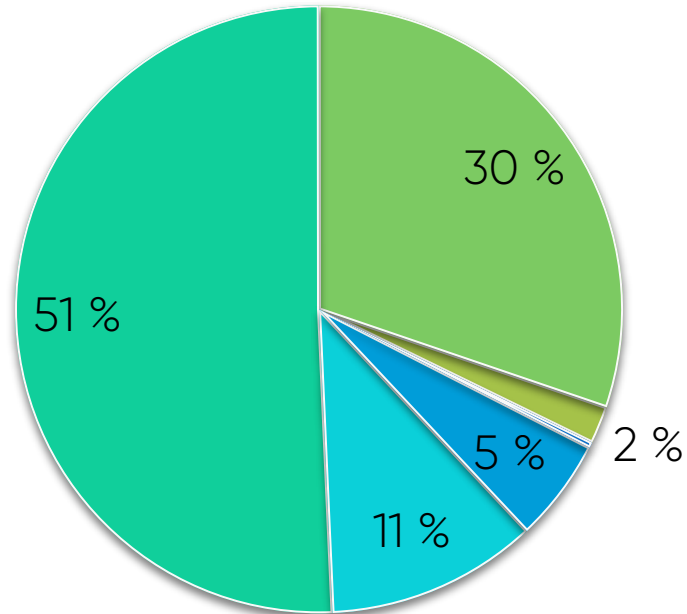
HOGARES CON NIÑOS



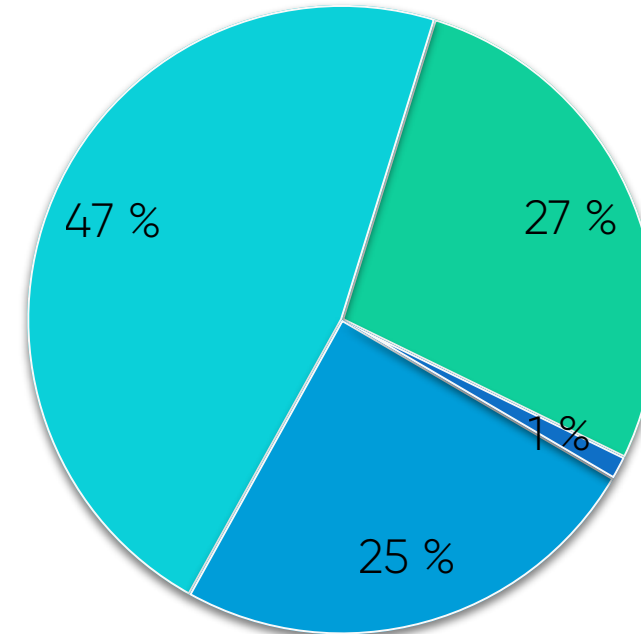
BASE: 1000

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA.

NIVEL EDUCATIVO

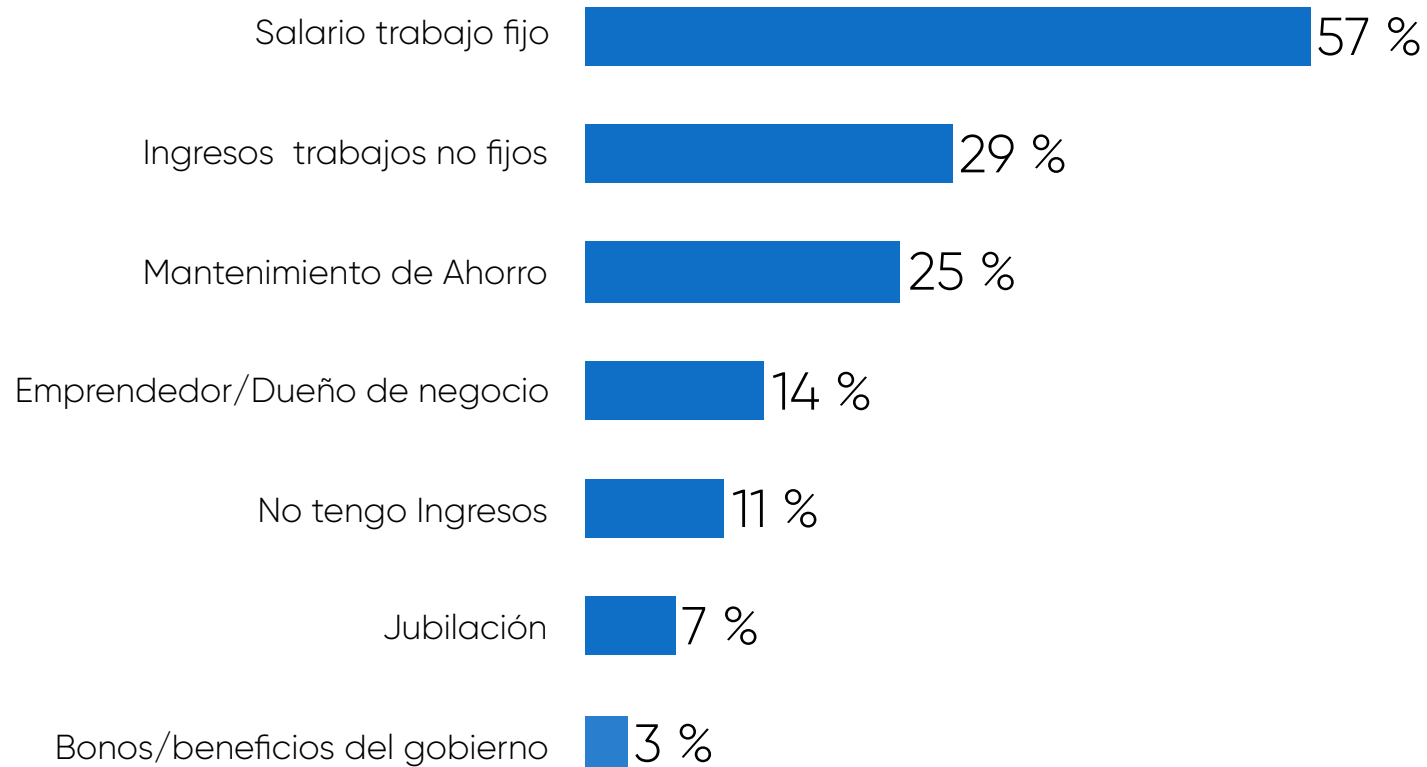


ACCESO INTERNET

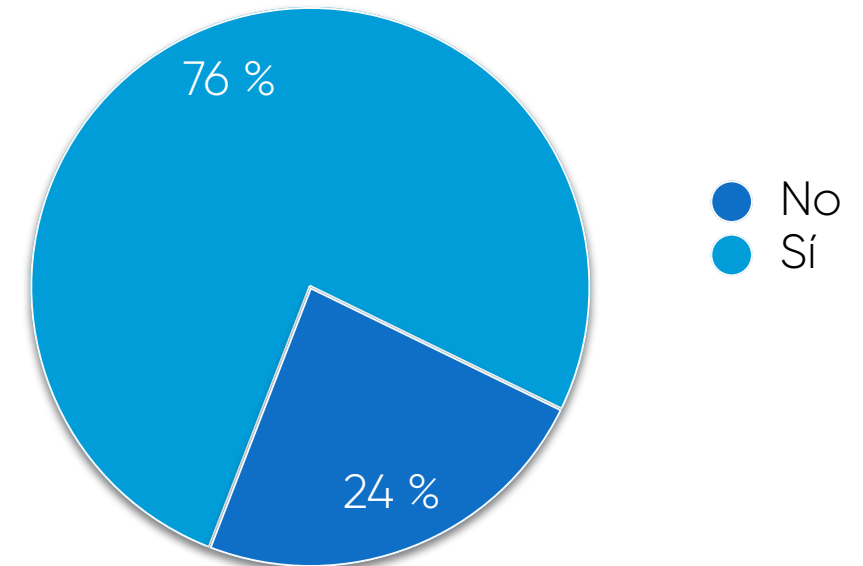


DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA.

TIPO DE INGRESO



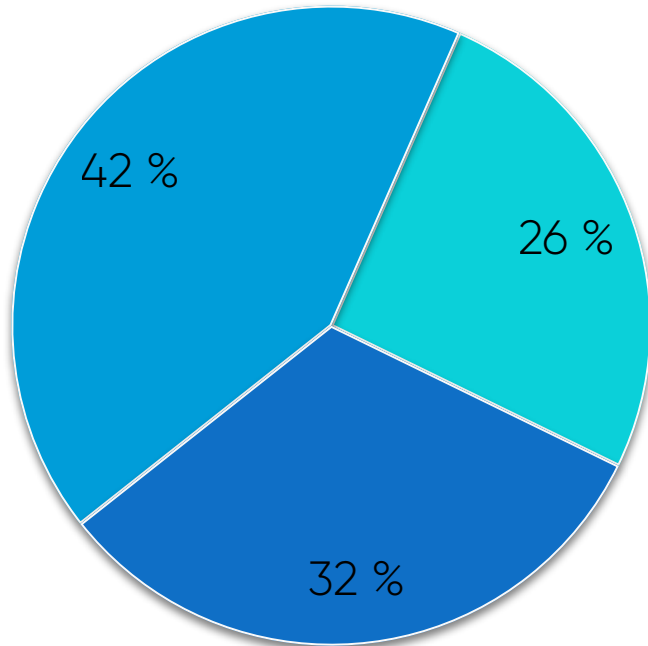
SEGURO MÉDICO



BASE: 1000

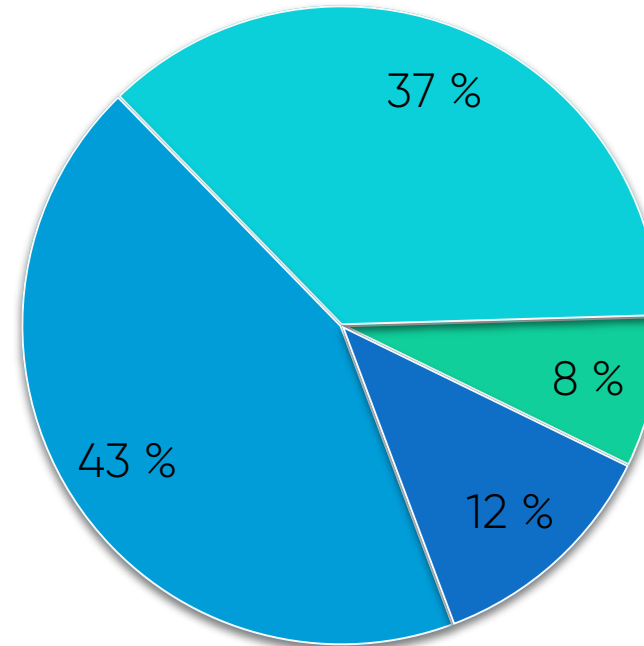
DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA.

NSE



● C ● D ● E

UBICACIÓN

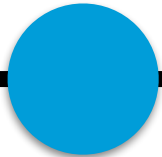


● Otros estados ● Distrito Capital
● Miranda ● Otro país

BASE: 1000

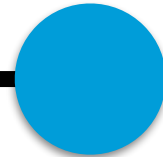
CONTENIDO.

**INICIO DE LA
CUARENTENA**



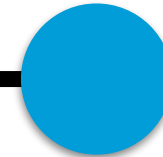
¡ESTO VA A
PASAR RÁPIDO!

**A MESES DE
CUARENTENA**



¿HASTA CUÁNDO
SERÁ ESTO?

?



¿CÓMO SERÁ
MI VIDA?

INICIO DE LA CUARENTENA.

¡ESTO VA A PASAR RÁPIDO!

27.MARZO / 1.ABRIL



ANIVERSARIO

"Es estresante salir de casa
a realizar compras...
temo contagiarme
y tener que aplicar todas las
medidas"

"Vivo rodeado de
rumores"

"Si, el virus durará un año,
pero la cuarentena no
durará más de un mes"

"LA CUARENTENA VA A DURAR MÁS DE DOS SEMANAS, PERO NO MUCHOS MESES"

"Tengo ansiedad y
miedo a
contagiarme"

"Hay autoridades monitoreando
nuestro resguardo...
No es tan fácil salir"

"Hacemos mucho
esfuerzo por cumplir
las medidas...
sobretudo por mis
viejos"

ANSIEDAD

PREOCUPACIÓN SITUACIÓN PAÍS



PREOCUPACIÓN PANDEMIA

ONLINE

95% Realiza actividad ONLINE

96% Entretenimiento y Distracción



TRABAJO

59% Trabaja desde su hogar

35% Estudia - aprende

CASA

71% Realiza labores del hogar. Limpia y ordena

57% Cocina



SALUD

55% Realiza ejercicios en casa

CONTACTO

78% Mantiene contacto con familia y amigos



SERVICIOS

70% Delivery es esencial

49% Compra en línea

27% Gestiona/compra por APPs

25% PU



COMPRAS

80% Alimentos, higiene del hogar y personal. Anti-Gripales Vitamínicos

PUNTO DE VENTA

70% 1 vez x semana. Supermercados (82%), Farmacias (53%) y Abastos (34%)

BASE: 850

SE ADAPTARON A UNA VIDA EN CASA

2 MESES DE CUARENTENA.

¿HASTA CUÁNDO SERÁ ESTO?

12.MAYO/17.MAYO



ANIVERSARIO

"Algunos días mejores que otros. Sin embargo, hay mejor control que antes de la situación".

"He pasado por todos los estados de ánimo".

"Trato de no planificar a futuro, porque no se hasta cuando va a durar esto y me abrumo".

"NO SÉ HASTA CUANDO PUEDE DURAR ESTO, POR ESO HAY QUE VIVIR DÍA A DÍA"

"Permito no sentirme bien todos los días o no tener ánimo de hacer cosas todos los días".

"Ya en casa tenemos una rutina... una disciplina... y vamos paso a paso"

"Tengo menos afán por ser productivo y hacer de todo, todo el tiempo".

LA EXTENSIÓN DE LA CUARENTENA AUMENTA LA INCERTIDUMBRE.

49% INCERTIDUMBRE

ANSIEDAD (-28pp)

40% ANSIEDAD

ABURRIMIENTO (-27pp)

PERO SÍ MÁS INGENIOSOS

23%

YA NO ESTAMOS TAN TRANQUILOS

14%

(-24pp)

36% PREOCUPACIÓN

ENCIERRO (-26pp)

BASE: 925

LAS PRINCIPALES PREOCUPACIONES CONTINÚAN ASOCIADAS A SITUACIÓN PAÍS.



71%

DESABASTECIMIENTO DE GASOLINA



55%

POCA CAPACIDAD PARA ATENDER LA PANDEMIA



35%

FLEXIBILIZAR LA CUARENTENA

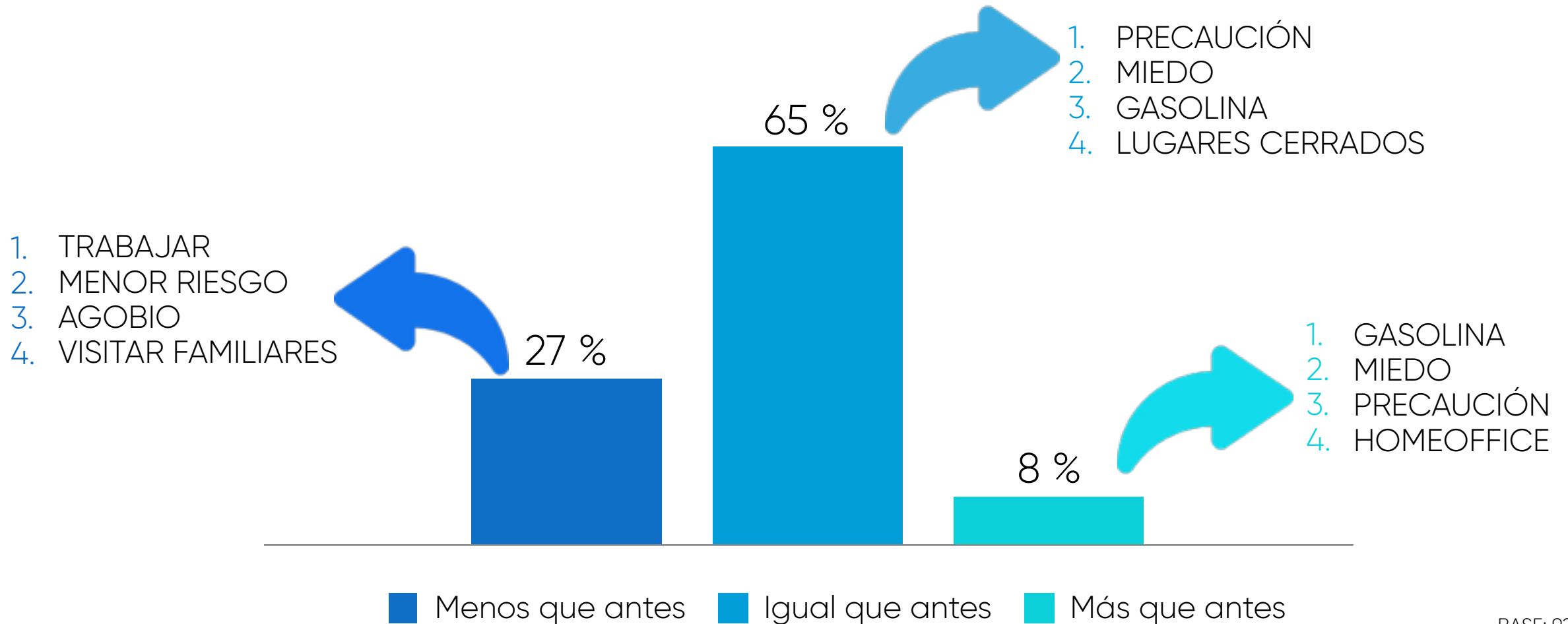
1° EN OTROS PAÍSES

57%

INCUMPLIMIENTO DE MEDIDAS

BASE: 925

LA FLEXIBILIZACIÓN YA ESTABA DADA NECESIDAD DE TRABAJAR Y SALIR.



DENTRO DE CASA LO IMPORTANTE ES APROVECHAR EL TIEMPO.



72% SER PRODUCTIVO



44% COMPARTIR CON FAMILIA



41% APRENDER ALGO NUEVO

HOGARES CON NIÑOS

20%

ABRUMADOS POR TAREAS

BASE: 925

COCINAR Y CUIDO DEL HOGAR AUMENTA EN EL HOGAR.



48% MÁS TIEMPO A COCINAR



47% MÁS TIEMPO A LABORES DE CASA



BASE: 925

CADA VEZ MÁS ÁVIDOS DE CONTACTO CON FAMILIARES Y AMIGOS.

48%
**REALIZA MÁS
REUNIONES
VIRTUALES**

TAMBIÉN SE DISTRAEN

32%

MÁS ACTIVIDADES EN FAMILIA

47%

MANTENIDO ESCUCHAR MÚSICA

37%

MENOS EJERCICIO

BASE: 925

TELEVISIÓN STREAMING TIENE EL MAYOR INCREMENTO EN TIEMPO DEDICADO.

Previa a salida de Directv



39%

VE MÁS TELEVISIÓN



38%

MÁS USO DE PORTALES



51%

MÁS TELEVISIÓN STREAMING



33%

ESCUCHA IGUAL O MÁS RADIO

72%

HA ESCUCHADO RADIO DURANTE LA CUARENTA

51%

ESCUCHA ENTRE 0 Y 2 HORAS DIARIAS EN PROMEDIO

BASE: 925

LOS CONTENIDOS QUE PREFIEREN VER SIGUEN SIENDO PELÍCULAS, SERIES Y NOTICIAS.



77% PELICULAS/SERIES



56% NOTICIAS



43% HUMOR



41% COCINA

LOS MENORES A 24 AÑOS PREFIEREN

92%

PELÍCULAS Y SERIES

68%

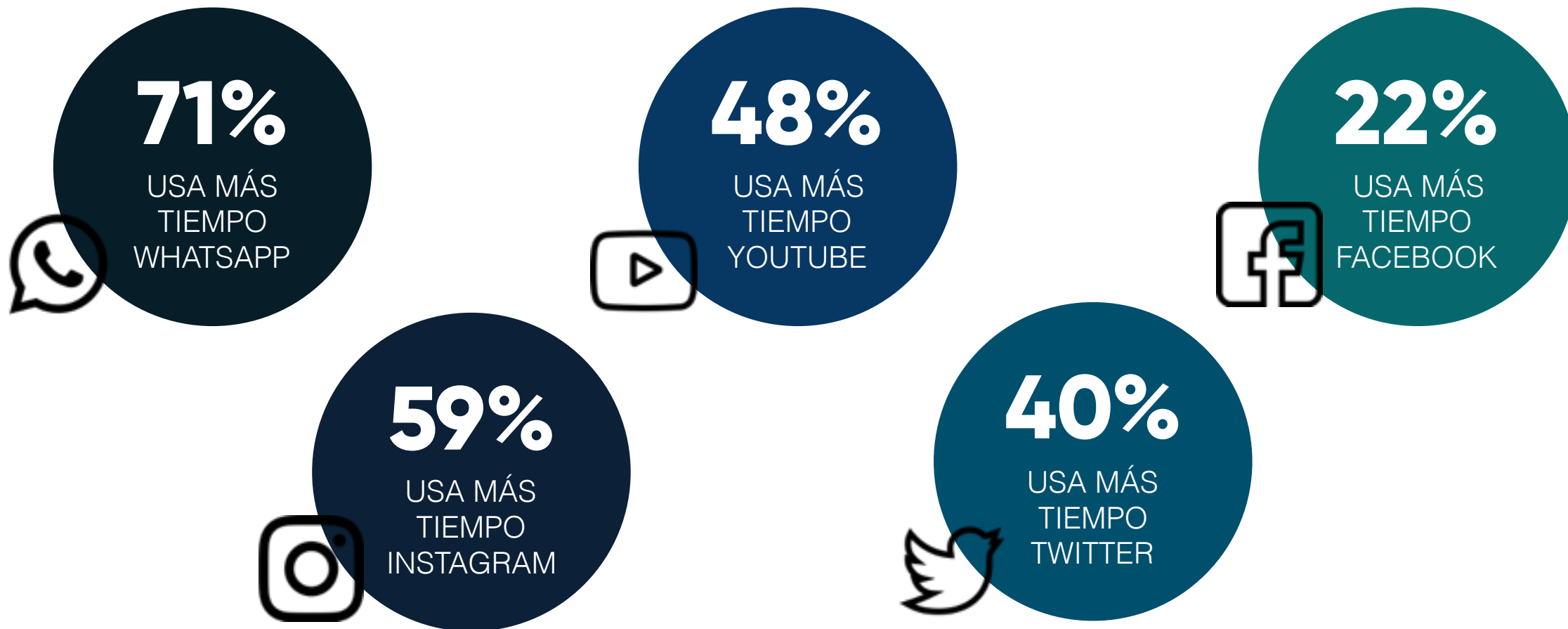
HUMOR

44%

CONTENIDO RELACIONADO CON SU PROFESIÓN

BASE: 925

LAS PLATAFORMAS DIGITALES CRECEN COMO VENTANA Y CONEXIÓN AL MUNDO EXTERIOR.



BASE: 925

AUMENTA LA FRECUENCIA DE COMPRA ONLINE Y DELIVERY.

47%

USA MÁS
DELIVERY

39% COMPRA MÁS
POR VÍAS ELECTRÓNICAS



27% COMPRA MÁS
POR APLICACIONES
MÓVILES

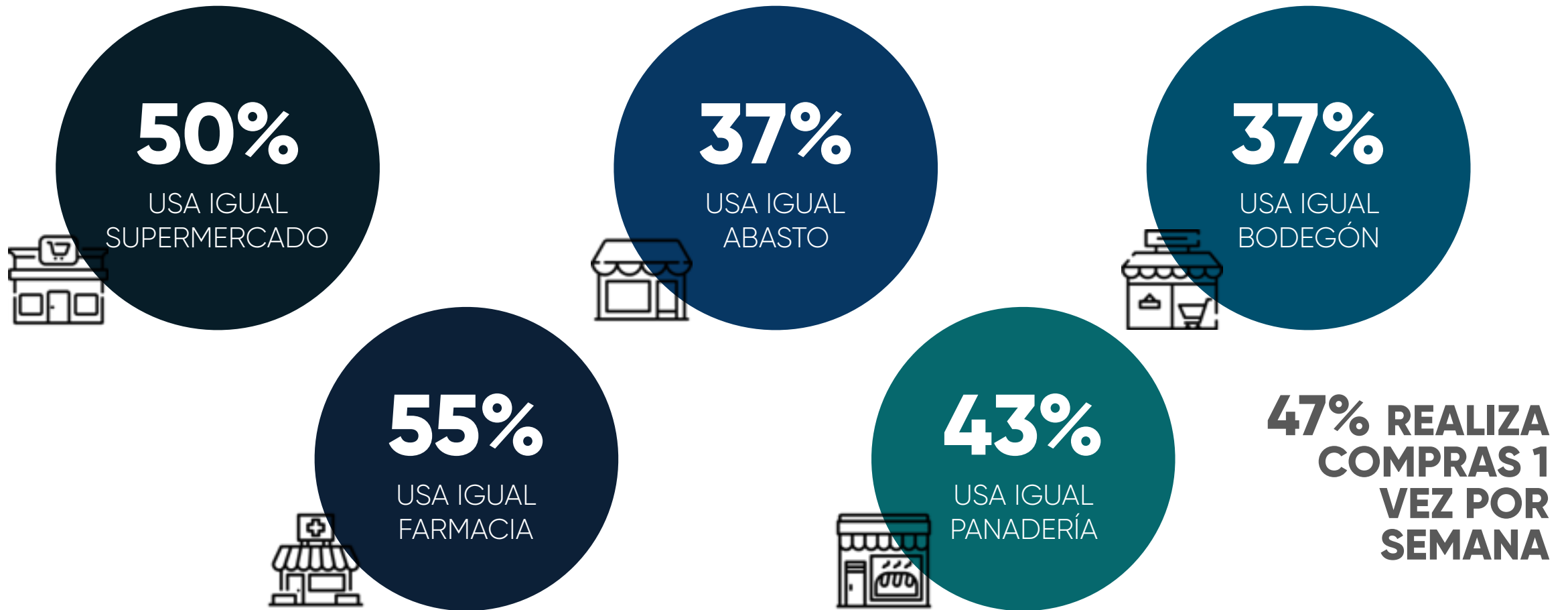
30% COMPRA MÁS
ONLINE

16%

USA MÁS
PICK UP

21% COMPRA MÁS POR
TELÉFONO

Y LA FRECUENCIA CON LA QUE VISITAN PUNTOS DE VENTA SE MANTIENE.



BASE: 925

LO QUE MÁS COMPRAN ES ALIMENTOS, MEDICINA E HIGIENE.

56%

COMPRA MÁS
ALIMENTOS

42%

COMPRA MÁS
SNACKS

63%

COMPRA IGUAL
CUIDADO
PERSONAL

53%

COMPRA
IGUAL
LIMPIEZA
HOGAR

56%

COMPRA MÁS
ANTIBACTERIAL/
ALCOHOL

59%

COMPRA
IGUAL
MEDICINAS

BASE: 925

MIENTRAS QUE LA COMPRA DE ROPA Y ARTÍCULOS PARA HOGAR/VEHÍCULO DISMINUYE.

65%

COMPRA
MENOS ROPA

56%

COMPRA
MENOS A/R
VEHÍCULOS

34%

COMPRA
MENOS
LICORES

53%

COMPRA
MENOS
ARTÍCULOS
HOGAR

BASE: 925

ES TIEMPO DE ADAPTARSE Y RE-INVENTARSE.

- ADAPTAR en trabajo, estudio, contacto y compra a forma remota.
- APRENDER a organizar rutinas, disciplina en las actividades y horarios.
- EXPERIMENTAR cocina, cuidado de casa, disfrute de hogar y familia.
- ASEGURAR aprendizaje, convivencia, crecimiento.

EXPECTATIVA DE FUTURO.

**¿CÓMO SERÁ MI VIDA LUEGO
DE ESTO?**



ANIVERSARIO



VIDA

40% Mayor equilibrio Trabajo / Personal

34% Apoyo a la comunidad

TRABAJO

39% Teletrabajo

+ Contratos temporales

HOGAR

+ Entretenimiento en casa

50% Streaming TV

+ Gaming

SALUD

44% Mayores cuidado de higiene y desinfección

34% Medidas para desinfectar el Hogar

+ Salud física / mental

CONTACTO

42% Más reuniones familiares

40% Menos Aglomeraciones

COMUNICACIONES

40% Mayor uso internet

35% Mayor estudio en línea
Crossover

COMPRA

56% Alimentos

55% Higiene Personal

OMNI / CANAL

42% Mayor uso Apps Pago

31% Mayor Compra por Internet

29% Mayor uso de Delivery

**NUEVA
NORMALIDAD
NUEVO YO.**



ANIVERSARIO

EL NUEVO YO.

- La creciente crisis económica en nuestro país tendrá su impacto en las decisiones de compra y de adquisición de producto / uso de servicios.
- Sin embargo, se observan claros y distintivos detonadores para comportamientos post-cuarentena en nuestra población.
- Las tendencias encontradas en el estudio nos indican 3 Clusters.
- Conociéndolos seremos más audaces y asertivos en la comunicación de las marcas.

PERFILES.

**¿Cómo enfrentaré la nueva
realidad?**



39%

BALANCE

"Aprendí a hacer más cosas desde casa y de forma digital, así soy más productivo y manejo mejor mi tiempo"



33%

VIVIR LA VIDA

"Apenas levanten la cuarentena voy a hacer todo lo que no he podido en estos meses... Voy a vivir"



28%

PRIORIDAD SALUD

"Primero hay que confirmar que estemos seguros, hasta que no haya vacuna no pienso dejar de ser precavido"



39%

BALANCE

"Aprendí a hacer más cosas desde casa y de forma digital, así soy más productivo y manejo mejor mi tiempo"



33%

VIVIR LA VIDA

"Apenas levanten la cuarentena voy a hacer todo lo que no he podido en estos meses... Voy a vivir"



28%

PRIORIDAD SALUD

"Primero hay que confirmar que estemos seguros, hasta que no haya vacuna no pienso dejar de ser precavido"

56%

ENTRE 35 Y 54
AÑOS

47%

INTERÉS EN
CONTENIDO
RELACIONADO
CON PROFESIÓN

39% **BALANCE** **AHORA VALORAN MÁS EL TIEMPO EN CASA**



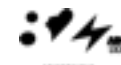
PRÁCTICO:

DESCUBRIÓ TODAS LAS
COSAS QUE AHORA PUEDE
HACER DE UNA FORMA MÁS
RÁPIDA Y EFICIENTE DESDE SU
CASA Y A TRAVÉS DE INTERNET

EQUILIBRIO:

ARMÓ SU RUTINA EN CASA,
SIENTE QUE AHORA TIENE UN
MEJOR MANEJO DEL TIEMPO
Y BALANCE ENTRE SU VIDA
PERSONAL-LABORAL

BASE: 385



BALANCE

AHORA VALORAN MÁS EL TIEMPO EN CASA



75%

TRABAJARÁN EN CASA Y EN OFICINA COMBINADO



28%

USARÁ MÁS INTERNET EN ACTIVIDADES DIARIAS



57%

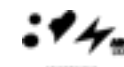
MEJORARÁN EL BALANCE ENTRE VIDA PERSONAL Y LABORAL



16%

HARÁN MÁS ACTIVIDADES SIN SALIR DE CASA

BASE: 385



“Espero mantener mucha comunicación por redes sociales”

“Voy a continuar estudiando online y haciendo cursos”.

“Me di cuenta que el mundo necesitaba parar para concientizar nuestro día a día”.

“Seguiré usando más el mundo digital para mi vida diaria y mi trabajo”

“DUDO SI VOY A PODER ADAPTARME A SALIR DE NUEVO, YA ARMÉ UNA RUTINA NUEVA EN CASA QUE ME GUSTA”

“Desde casa manejo mejor mi tiempo, tengo más balance entre mi trabajo y mi vida personal”

“Mantendré la meditación y los entrenamientos online”

“Voy a seguir pidiendo delivery”.

“Espero poder trabajar remoto con presencia física para algunas reuniones”.



39%

BALANCE

"Aprendí a hacer más cosas desde casa y de forma digital, así soy más productivo y manejo mejor mi tiempo"



33%

VIVIR LA VIDA

"Apenas levanten la cuarentena voy a hacer todo lo que no he podido en estos meses... Voy a vivir"



28%

PRIORIDAD SALUD

"Primero hay que confirmar que estemos seguros, hasta que no haya vacuna no pienso dejar de ser precavido"

34%

ENTRE 15 Y 34
AÑOS

45%

INTERÉS EN
CONTENIDO DE
ENTRETENIMIENTO

33% **VIVIR LA VIDA
AHORA VA DISFRUTAR DE
LA VIDA AL MÁXIMO**



78%

COMPARTIRÁN CON FAMILIA Y
AMIGOS



56%

QUIEREN MAS ACTIVIDADES
FUERA DE CASA

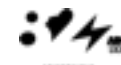


42%

IR DE FIESTA /
BARES Y TERRAZAS

62% HABLAR MENOS O IGUAL CON AMIGOS/FAMILIA ONLINE QUE ANTES

BASE: 338



“Quiero hacer ejercicio, ir a la playa, ir a El Ávila, tener salidas al aire libre”.

“Voy a visitar a mi familia y hacer más actividades al aire libre”

“Tendré más las salidas al aire libre en lugar de locales cerrados”

“VOY A SALIR... VOY A RESPIRAR”

“Higiene de las manos y no pasárselas por la cara sería lo único que mantendría, pero de resto voy a vivir mi vida normal”

“Aprovecharé para vivir lo que no viví este tiempo”.

“Retomaré mi vida social, pero manteniendo precauciones”.

“Lo primero que haré es salir con mis amigos a tomar, irme de fiesta”



39%

BALANCE

"Aprendí a hacer más cosas desde casa y de forma digital, así soy más productivo y manejo mejor mi tiempo"



33%

VIVIR LA VIDA

"Apenas levanten la cuarentena voy a hacer todo lo que no he podido en estos meses... Voy a vivir"



28%

PRIORIDAD SALUD

"Primero hay que confirmar que estemos seguros, hasta que no haya vacuna no pienso dejar de ser precavido"

34%

MÁS DE 55 AÑOS

41%

INTERÉS EN
CONTENIDO
RELACIONADO
CON NOTICIA

28% **PRIORIDAD SALUD**

CONTINUARÁ USANDO LAS MEDIDAS POR RIESGO A CONTAGIO



82%

LAVARÁN MANOS CON MAYOR FRECUENCIA
Y USAR MÁS GEL ANTIBACTERIAL



65%

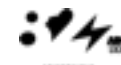
EVITARÁN AGLOMERACIONES,
MANTENDRÁN DISTANCIA



52%

MAYORES MEDIDAS PARA LIMPIAR/
DESINFECTAR LA CASA Y LO QUE
TRAIGA DE AFUERA

BASE: 279



“Voy a tener menos contacto físico, por lo menos hasta que se tenga la vacuna”

“Voy a usar el mundo online mientras tanto”.

“Mantendré lavar todo lo que compro”

“Retomaré mi vida social, pero manteniendo precauciones”.

“MI VIDA EXTERNA PUEDE ESPERAR”

“Voy a usar por un tiempo algunas de las medidas, por miedo a contagiarme”.

“Tengo miedo, pienso en todas la medidas sanitarias que hay que tomar para relacionarse con la gente y en lugares concurridos”

“No confío en lo que dice el gobierno, voy a usar por un tiempo más algunas de las medidas, por miedo a contagiarme”

**PREPARÁNDONOS
A UNA NUEVA
REALIDAD.**



ANIVERSARIO

SEGMENTO	BALANCE 39%	VIDA 33%	PRIORIDAD SALUD 28%
TIPO DE EQUITY	IDENTITY	EXPLORER	POWER
NECESIDAD	REAFIRMA EL "SER"	DESARROLLA "CRECER"	CONFIRMA EL "HACER "
ROL DE LA COMUNICACIÓN	"así soy yo"	"así puedo descubrir"	"así funciona mejor"
NUEVO CONECTOR PARA LA MARCA	AUTENTICIDAD TRANSPARENCIA ORIGINALIDAD PRACTICIDAD	DESCUBRIR MEJORAR CAMBIAR DISFRUTAR	ACOMPAÑAMIENTO PODER RESULTADO CONFIANZA

CIERRE.



ANIVERSARIO

- A medida que las restricciones continúan disminuyendo tanto en Venezuela como en muchas partes del mundo y que se observa como más países entran en una fase de recuperación, se hace aún más evidente que este contexto de la pandemia y cuarentena está afectando las emociones y comportamientos del venezolano significativamente.
- Sólo comprendiendo su contexto, patrón de pensamiento y set de emociones podremos tener un espacio relevante en sus decisiones de compra y de adquisición de servicios.

- A hoy el marketing y la comunicación estaban retados con la evolución tecnológica, el desarrollo de las plataformas de contenido, la pluralidad de medios, la diferenciación generacional y la expectativa de relevancia del mensaje de marca. Ahora se une la vulnerabilidad del ser y la recomposición de los valores.
- El Nuevo YO desea más que nunca que este tiempo haya servido de algo.

Nuestro rol en comunicación es mostrarle que sí.

ARS DDB^o

@ARSDDDB
CONTACTO@ARSDDDB.COM





ANIVERSARIO