

CORONAVIRUS EN CHILE

MEDICIÓN 3

Ipsos

27 Marzo 2020

GAME CHANGERS



OBJETIVO DEL ESTUDIO

OBJETIVO GENERAL

Describir las opiniones y los comportamientos de las y los ciudadanos respecto del Coronavirus en Chile, tanto sobre su llegada como su evolución en el tiempo.

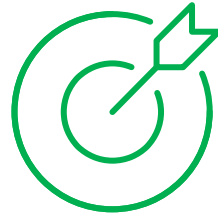


FICHA METODOLÓGICA



METODOLOGÍA

- Metodología Cuantitativa.
- Diseño no probabilístico de muestreo por cuotas.



TÉCNICA

- Encuesta web aplicada mediante contactación vía SMS.
- Fecha de aplicación: 24 y 25 de marzo del 2020.



UNIVERSO

- Hombres y mujeres de 18 años o más de todas las regiones



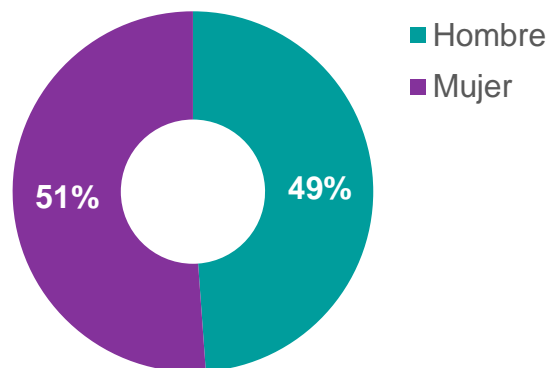
MUESTRA

- Muestra de 600 casos a nivel nacional
- 317 casos de la Región Metropolitana y 283 de Regiones.

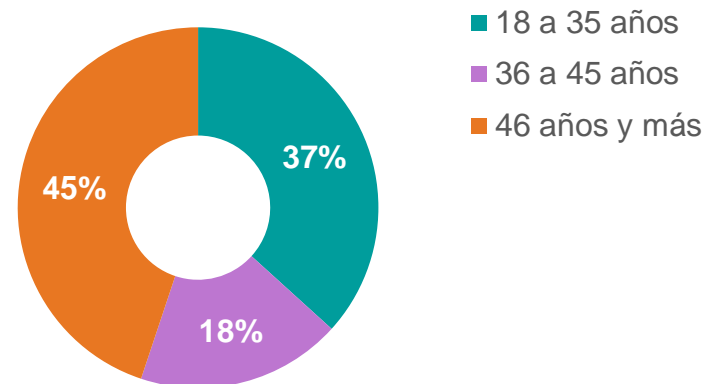
ACONTECIMIENTOS RELEVANTES EN PERÍODO DE MEDICIÓN

24-mar	Inicio del trabajo de campo
24-mar	Gobierno informa 922 casos confirmados de COVID-19
24-mar	Chile vive su cuarta noche de toque de queda
24-mar	Se promulga ley que regula el teletrabajo
24-mar	Las autoridades chilenas confirman el primer caso de COVID-19 en Isla de Pascua
24-mar	Diputados rechazan el “Bono COVID-19” y pide al gobierno aumentar cantidad
24-mar	Presidente Piñera visita Espacio Riesco y destaca que Hospital de emergencia atenderá a 800 personas
25-mar	Mineduc extiende suspensión de clases presenciales en dos semanas
25-mar	Gobierno sube a 1142 los casos confirmados de COVID-19, 220 casos nuevos
25-mar	Se confirma tercer fallecido a causa de Coronavirus
25-mar	Dictan cuarentena total para una amplia zona de Santiago
25-mar	Fin del trabajo de campo

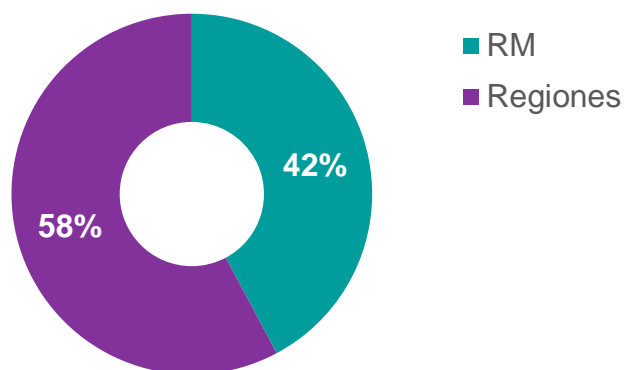
PERFIL DE LA MUESTRA



DISTRIBUCIÓN POR SEXO



DISTRIBUCIÓN POR EDAD



DISTRIBUCIÓN POR ZONA DE RESIDENCIA

Muestra ponderada por Sexo, Edad y Zona de Residencia.

RESULTADOS

PRINCIPALES HALLAZGOS

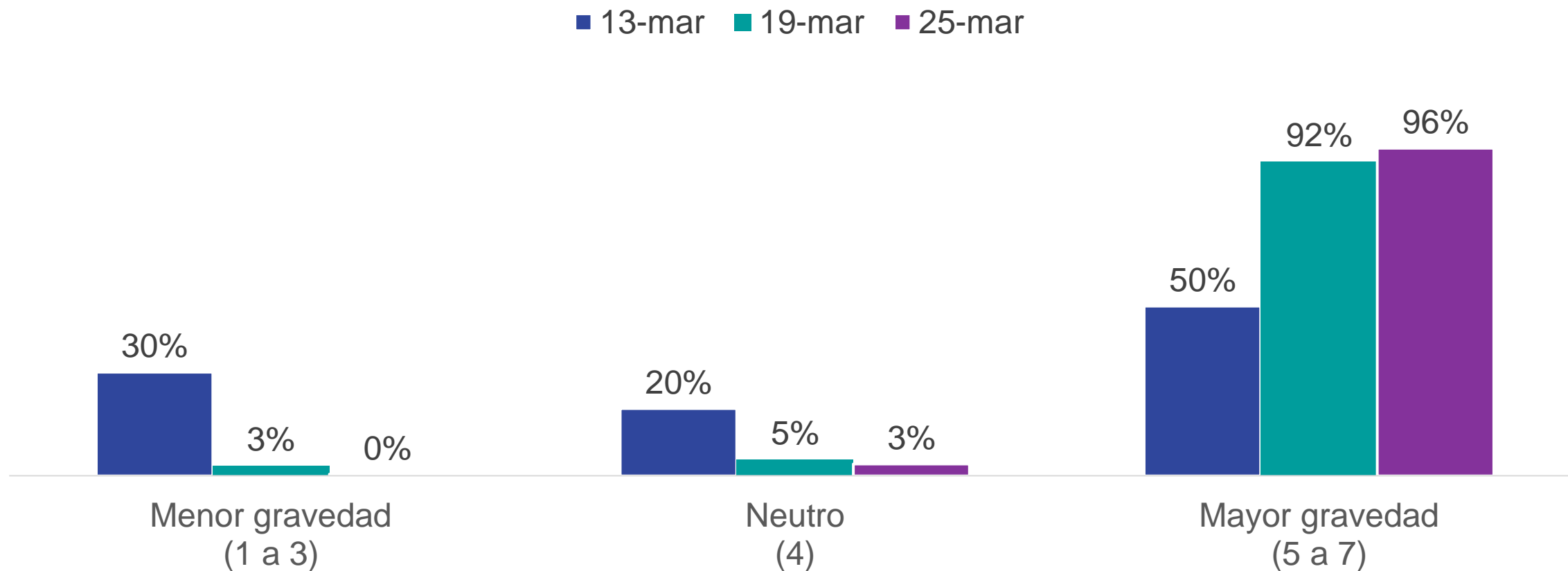
- **Se mantiene la alta percepción de gravedad de la epidemia en el país:** 96% considera que la propagación del Coronavirus en Chile como de “alta gravedad” (+4% respecto al 19 de marzo).
- **Se mantiene el consenso respecto de la alta gravedad de contagiarse de coronavirus, siendo las personas más jóvenes las que perciben menor gravedad:** 82% de los hombres y mujeres consultados indica que sería de alta gravedad contraer el virus. Esta cifra es la misma que se alcanzó el 19 de marzo. Se observa una tendencia por edad, dado que las personas de mayor edad (46 años o más) declaran en mayor proporción que sería grave contraer el virus.
- **Se mantiene una alta percepción que los medios de comunicación han generado un nivel de alarma apropiado, pero comienza a aumentar la opinión que la alarma es insuficiente:** 51% cree que ha sido apropiada la alarma generada en la opinión pública y los medios de comunicación y un 40% considera que ha sido insuficiente. Esta última percepción ha aumentado significativamente desde el 19 de marzo (+7%).
- **Respecto a los hábitos de consumo en contexto de epidemia por Coronavirus,** un 58% señala que ha aumentado su consumo de productos de aseo del hogar, siendo el ítem que lidera el listado. También se declara un gran aumento en el consumo de alimentos no perecibles (41%) y productos de aseo personal (39%).

PRINCIPALES HALLAZGOS

- ❑ **La opinión sobre las medidas que han tomado las empresas en contexto de epidemia tienden a ser negativas.** Con excepción del abastecimiento de productos y servicios básicos (donde un 56% responde que se ha realizado bastante o mucho), otros aspectos tales como el ofrecimiento de alternativas de compra, honestidad y transparencia, empatía y ayuda al gobierno, se señalan como medidas que se hacen poco o nada (entre 55% y 65% de las respuestas). En regiones la percepción de realización de medidas es significativamente menor que en la Región Metropolitana.
- ❑ **Los servicios de salud y las clínicas privadas se señalan como el sector que más podría ayudar en el contexto de epidemia por Coronavirus (51% de los entrevistados la mencionan).** En segundo y tercer lugar se ubican los supermercados y las farmacias, con un 47% y 39% de menciones respectivamente.
- ❑ **19% de los entrevistados evalúa con notas 6 y 7 la forma en que el gobierno ha enfrentado la crisis sanitaria.** La evaluación de los jóvenes es más severa, dado que sólo un 8% de ellos califica al gobierno con nota 6 o 7.

GRAVEDAD DEL CORONAVIRUS EN CHILE

Al día de hoy, ¿cuán grave considera usted que es la propagación del Coronavirus en Chile? Conteste por favor en una escala de 1 a 7, donde 1 es nada grave y 7 es muy grave



(*) No hay diferencias estadísticamente significativas entre el 19 y 25 de marzo

Cuando los resultados no suman 100, esto puede deberse al redondeo de la computadora, a respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas no conocidas o no declaradas.

GRAVEDAD DEL CORONAVIRUS EN CHILE

Al día de hoy, ¿cuán grave considera usted que es la propagación del Coronavirus en Chile? Conteste por favor en una escala de 1 a 7, donde 1 es nada grave y 7 es muy grave

Base:600

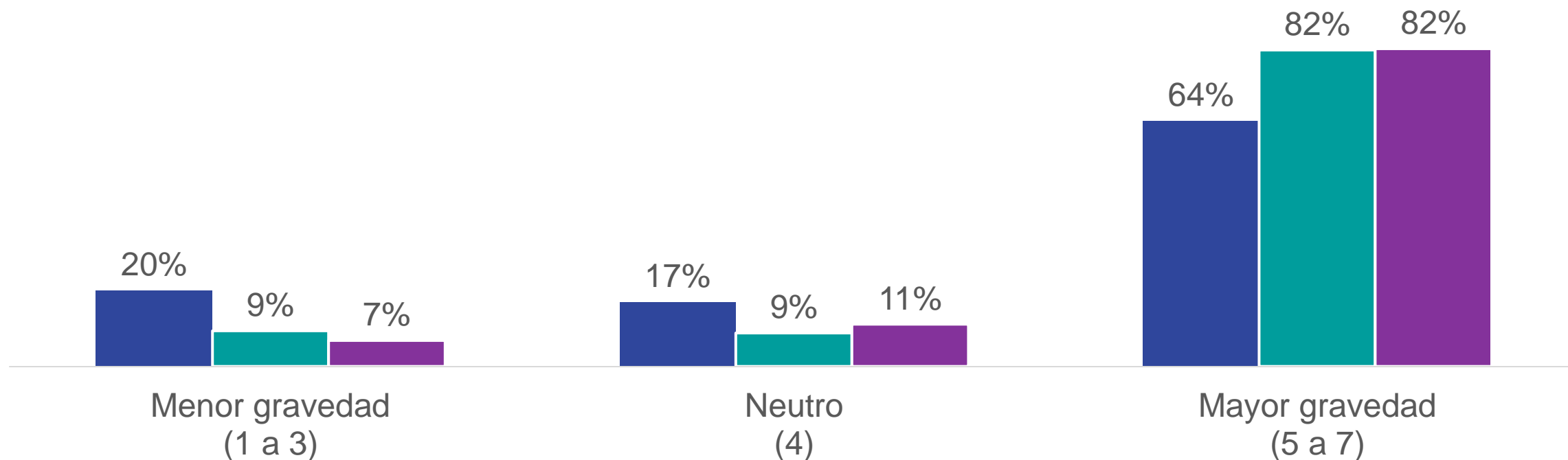
%	Total	Sexo		Edad			Zona	
		Hombre	Mujer	18 a 35 años	36 a 45 años	46 años y más	Regiones	RM
Menor gravedad (1 a 3)	0%	1%	0%	1%	1%	0%	0%	1%
Neutro (4)	3%	4%	3%	4%	3%	3%	4%	3%
Mayor gravedad (5 a 7)	96%	96%	97%	95%	96%	97%	96%	96%

(*) No hay diferencias estadísticamente significativas entre grupos

GRAVEDAD DE CONTRAER EL CORONAVIRUS

Según su percepción, ¿Qué tan grave sería para usted contraer el Coronavirus? Conteste en una escala de 1 a 7, donde 1 es nada grave y 7 es muy grave.

■ 13-mar ■ 19-mar ■ 25-mar



(*) No hay diferencias estadísticamente significativas entre el 19 y 25 de marzo

Cuando los resultados no suman 100, esto puede deberse al redondeo de la computadora, a respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas no conocidas o no declaradas.

GRAVEDAD DE CONTRAER EL CORONAVIRUS

Según su percepción, ¿Qué tan grave sería para usted contraer el Coronavirus? Conteste en una escala de 1 a 7, donde 1 es nada grave y 7 es muy grave.

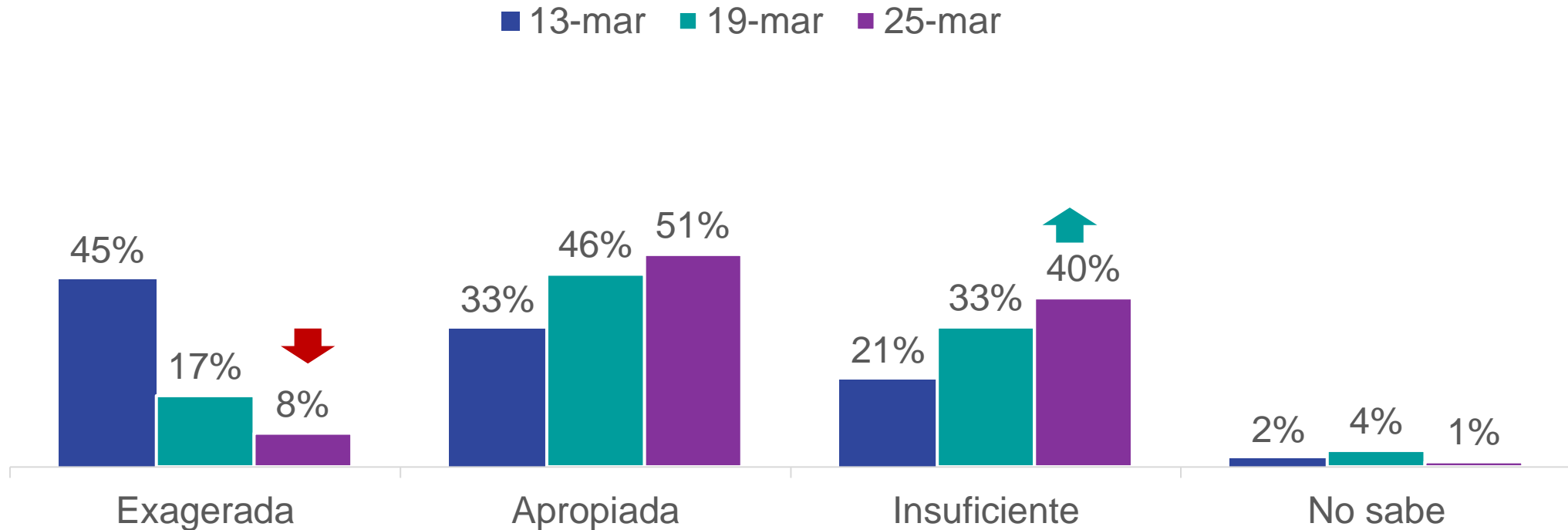
Base:600

%	Total	Sexo		Edad			Zona	
		Hombre	Mujer	18 a 35 años	36 a 45 años	46 años y más	Regiones	RM
Menor gravedad	7%	10%	4%	12%	6%	2%	5%	9%
Neutro	11%	12%	10%	14%	10%	9%	9%	13%
Mayor gravedad	82%	78%	86%	74%	84%	89%	86%	78%

 Valor significativamente mayor o menor, a nivel de confianza del 95%.

LA ALARMA EN LA OPINIÓN PÚBLICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

De acuerdo con lo que usted piensa, la alarma que se ha generado en la opinión pública y los medios de comunicación es...?



 Valor significativamente mayor a nivel de confianza del 95%.


Cuando los resultados no suman 100, esto puede deberse al redondeo de la computadora, a respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas no conocidas o no declaradas.

LA ALARMA EN LA OPINIÓN PÚBLICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

De acuerdo con lo que usted piensa, la alarma que se ha generado en la opinión pública y los medios de comunicación es...?

Base:600

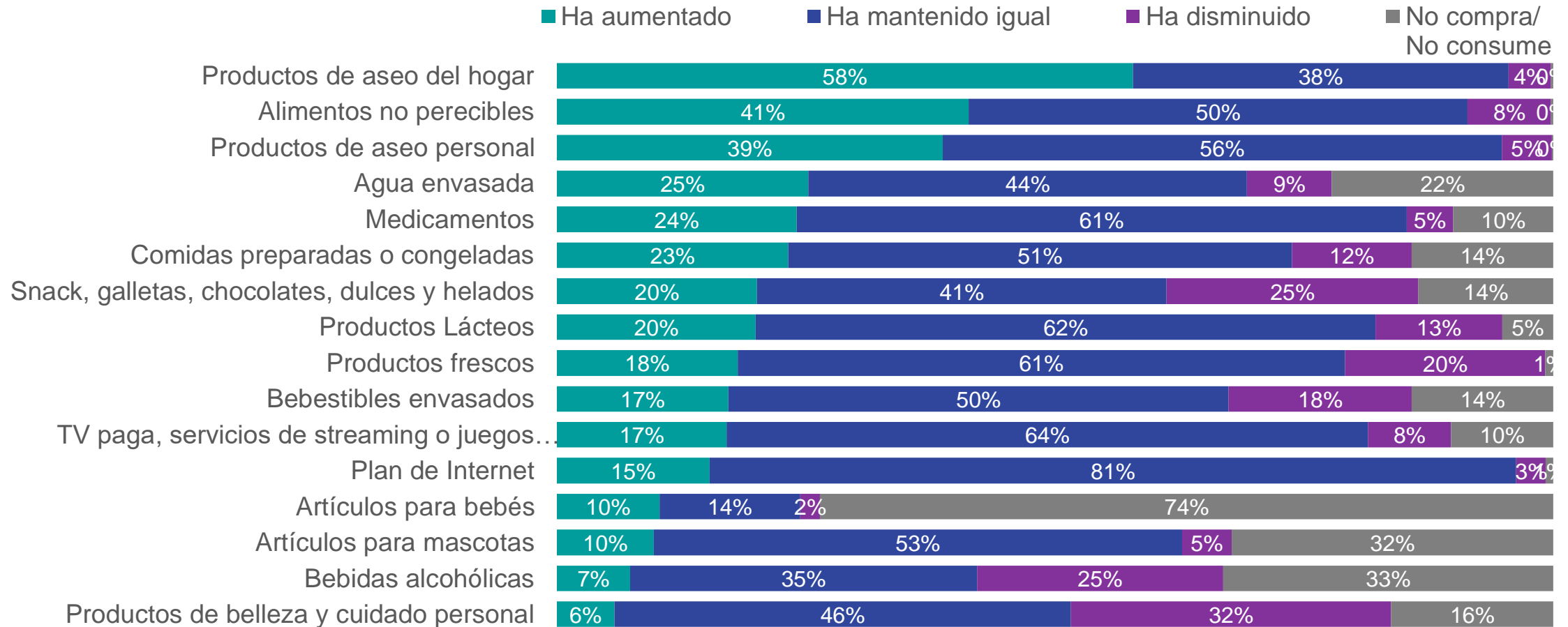
%	Total	Sexo		Edad			Zona	
		Hombre	Mujer	18 a 35 años	36 a 45 años	46 años y más	Regiones	RM
Exagerada	40%	33%	47%	52%	40%	31%	46%	32%
Apropiada	51%	55%	46%	35%	53%	62%	44%	60%
Insuficiente	8%	11%	6%	12%	3%	7%	9%	7%
No sabe	1%	2%	1%	1%	4%	0%	2%	1%

 Valor significativamente mayor o menor, a nivel de confianza del 95%.

CONSUMO EN ÚLTIMAS DOS SEMANAS

Respecto al último par de semanas, ¿en su hogar o usted mismo ha aumentado, mantenido igual o disminuido la compra o consumo de...?

Base: 600 casos



CONSUMO EN ÚLTIMAS DOS SEMANAS

Respecto al último par de semanas, ¿en su hogar o usted mismo ha aumentado, mantenido igual o disminuido la compra o consumo de...?

Base: 600 casos

% Ha aumentado

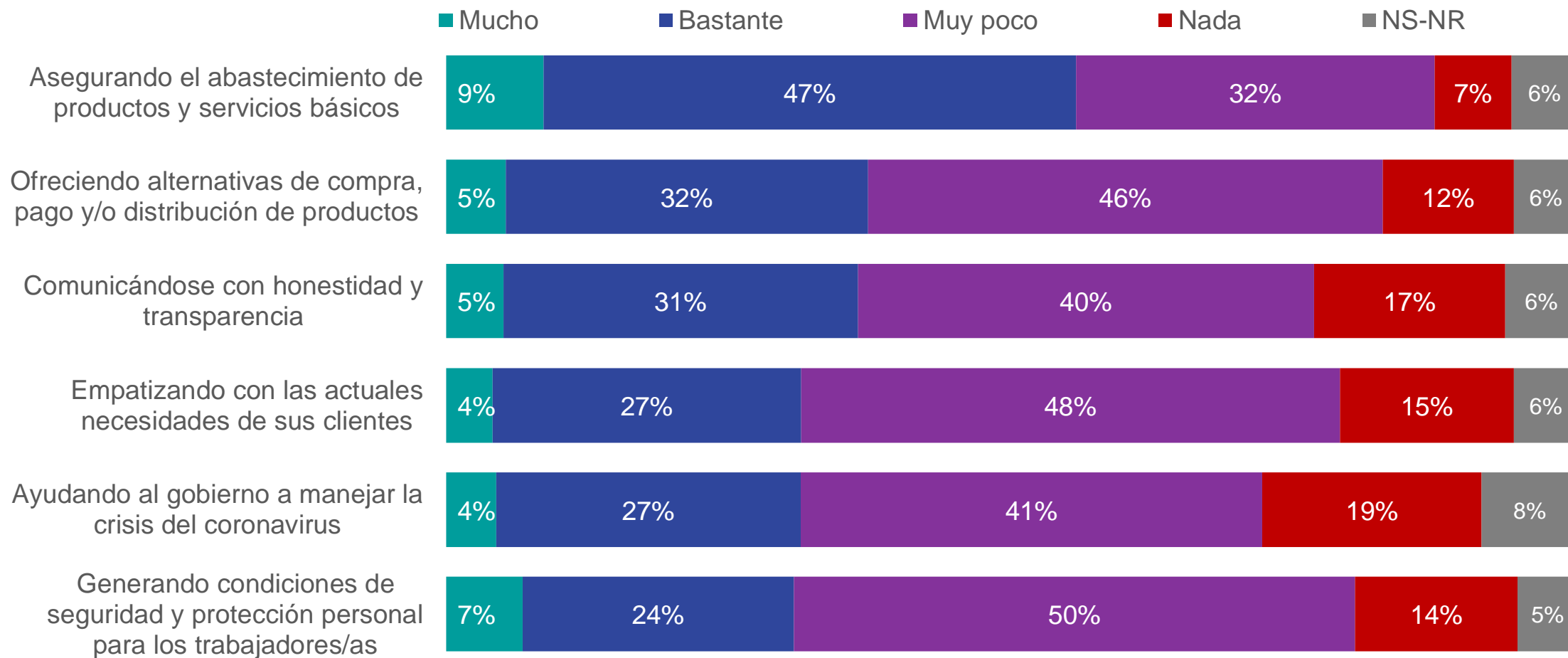
% Ha aumentado	Total	Sexo		Edad			Zona	
		Hombre	Mujer	18 a 35 años	36 a 45 años	46 años y más	Regiones	RM
Productos de aseo en el hogar	58%	53%	63%	57%	53%	60%	56%	60%
Alimentos no perecibles	41%	45%	38%	45%	40%	39%	36%	49%
Productos de aseo personal	39%	35%	42%	33%	33%	46%	38%	40%
Agua envasada	25%	24%	26%	27%	22%	25%	22%	29%
Medicamentos	24%	20%	28%	24%	21%	26%	24%	25%
Comidas preparadas o congeladas	23%	25%	22%	28%	22%	20%	18%	30%
Snack, galletas, chocolates, dulces y helados	20%	17%	23%	27%	20%	15%	16%	26%
Productos lácteos	20%	18%	22%	21%	32%	14%	20%	20%
Productos frescos	18%	16%	21%	20%	27%	13%	17%	20%
Bebestibles envasados	17%	13%	22%	17%	13%	19%	11%	26%
TV paga, servicios de streaming o juegos online	17%	14%	20%	20%	15%	15%	16%	18%
Plan de internet	15%	12%	19%	15%	15%	16%	13%	18%
Artículos para bebés	10%	7%	13%	9%	17%	8%	10%	10%
Artículos para mascotas	10%	7%	12%	9%	13%	9%	11%	8%
Bebidas alcohólicas	7%	9%	6%	9%	8%	6%	6%	9%
Productos de belleza y cuidado personal	6%	5%	6%	4%	11%	5%	5%	7%

Valor significativamente mayor o menor, a nivel de confianza del 95%.

EMPRESAS Y CORONAVIRUS

Pensando exclusivamente en estas semanas de epidemia de Coronavirus, ¿en qué medida las empresas en Chile están...?

Base: 600 casos



EMPRESAS Y CORONAVIRUS

Pensando exclusivamente en estas semanas de epidemia de Coronavirus, ¿en qué medida las empresas en Chile están...?

Base: 600 casos

% Mucho + bastante	Total	Sexo		Edad			Zona	
		Hombre	Mujer	18 a 35 años	36 a 45 años	46 años y más	Regiones	RM
Asegurando el abastecimiento de productos y servicios básicos	56%	55%	56%	50%	56%	60%	46%	69%
Ofreciendo alternativas de compra, pago y/o distribución de productos	37%	38%	36%	38%	39%	36%	31%	45%
Comunicándose con honestidad y transparencia	36%	39%	34%	28%	33%	44%	31%	44%
Empatizando con las actuales necesidades de sus clientes	31%	34%	29%	24%	28%	39%	24%	41%
Ayudando al gobierno a manejar la crisis del coronavirus	31%	31%	31%	22%	31%	39%	27%	37%
Generando condiciones de seguridad y protección personal para los trabajadores/as	31%	35%	27%	23%	30%	38%	26%	37%

Valor significativamente mayor o menor, a nivel de confianza del 95%.

LAS EMPRESAS RELEVANTES EN LA SUPERACIÓN DE LA CRISIS

¿Cuáles cree usted que son las empresas o instituciones que pueden prestar una mayor ayuda a la superación de la crisis?

Base: 600 casos



Respuesta múltiple, se podían seleccionar 3 alternativas como máximo.

LAS EMPRESAS RELEVANTES EN LA SUPERACIÓN DE LA CRISIS

¿Cuáles cree usted que son las empresas o instituciones que pueden prestar una mayor ayuda a la superación de la crisis?

%	Total	Sexo		Edad			Zona	
		Hombre	Mujer	18 a 35 años	36 a 45 años	46 años y más	Regiones	RM
Servicios de salud y clínicas privadas	51%	53%	50%	54%	62%	44%	52%	50%
Supermercados	47%	46%	47%	44%	62%	42%	45%	49%
Farmacias	39%	34%	43%	40%	41%	37%	41%	36%
Bancos e instituciones financieras	32%	33%	32%	40%	42%	22%	32%	33%
Medios de comunicación	18%	20%	16%	17%	17%	19%	15%	22%
Almacenes o negocios de barrio	16%	17%	16%	13%	10%	22%	15%	18%
Isapres	12%	10%	15%	11%	5%	16%	9%	17%
Apps de delivery o entrega de comida (Rappi, Uber eats, etc.)	9%	9%	9%	8%	9%	11%	11%	6%
Empresas de alimentos envasados	9%	10%	9%	12%	13%	6%	9%	9%
Aerolíneas	5%	5%	5%	3%	1%	8%	4%	6%
Apps de transporte público privado (Uber, Cabify, Didi)	5%	4%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
Multitiendas	4%	5%	4%	4%	2%	5%	5%	3%
Ninguna, las empresas no son responsables de solucionar la crisis	9%	9%	8%	10%	5%	10%	9%	8%

Valor significativamente mayor o menor, a nivel de confianza del 95%.

Respuesta múltiple, se podían seleccionar 3 alternativas como máximo.

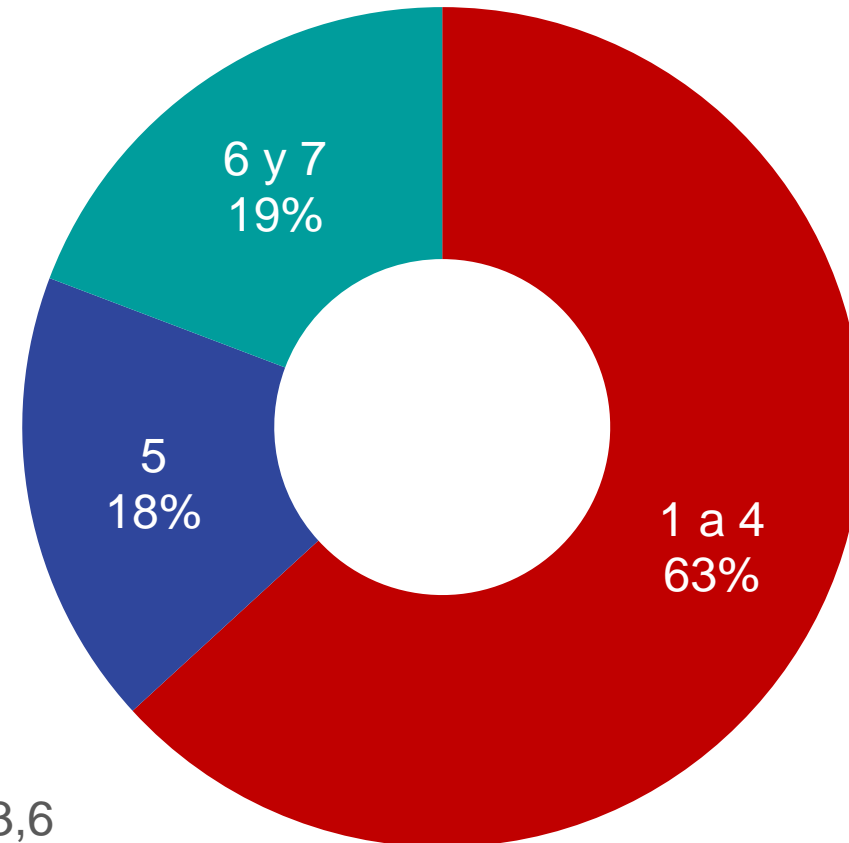
EVALUACIÓN DEL GOBIERNO ANTE LA CRISIS

De 1 a 7, ¿cómo evalúa usted la forma en el Gobierno de Chile está enfrentando al día de hoy la crisis del Coronavirus?

Base: 600 casos

19%

Evalúa al Gobierno con una nota 6 y 7 en relación a la forma de enfrentar la crisis sanitaria

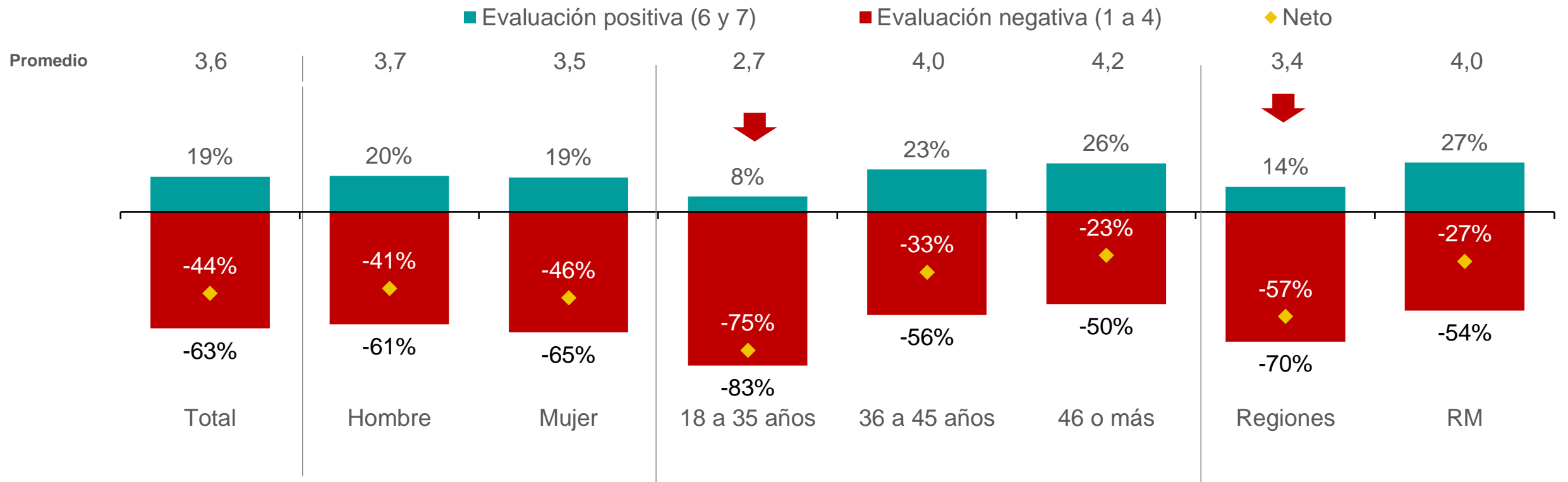


Promedio: 3,6

EVALUACIÓN DEL GOBIERNO ANTE LA CRISIS

De 1 a 7, ¿cómo evalúa usted la forma en el Gobierno de Chile está enfrentando al día de hoy la crisis del Coronavirus?

Base: 600 casos



↑ ↓ Valor significativamente mayor a nivel de confianza del 95%.

CORONAVIRUS EN CHILE

¿Más información? Info.ipsos@ipsos.com

Ipsos

27 Marzo 2020

GAME CHANGERS

