



Asociada a: **Apeim** Asociación Peruana de Empresas  
de Investigación de Mercados

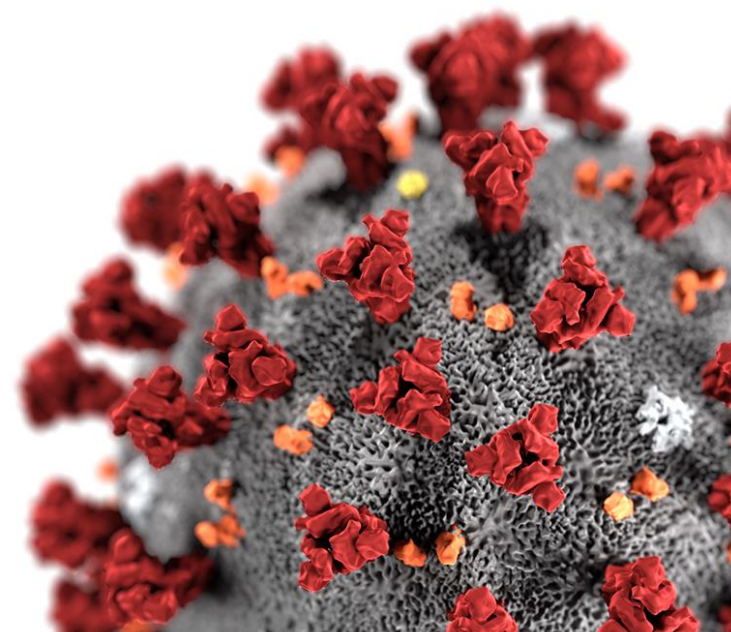
---

## Principales resultados

**Encuesta, peruanos conectados a nivel  
nacional urbano:**

**Comportamiento y consumo post  
cuarentena**

23 de abril de 2020



## Especificaciones del estudio

Universo: nacional urbano, peruanos y peruanas conectados, de 18 a 65 años, de los NSE A, B y C.

Ciudades: Lima, Arequipa, Trujillo, Piura, Cusco, Iquitos, Chiclayo, Chimbote, Cajamarca, Puno, Tacna y Moquegua.

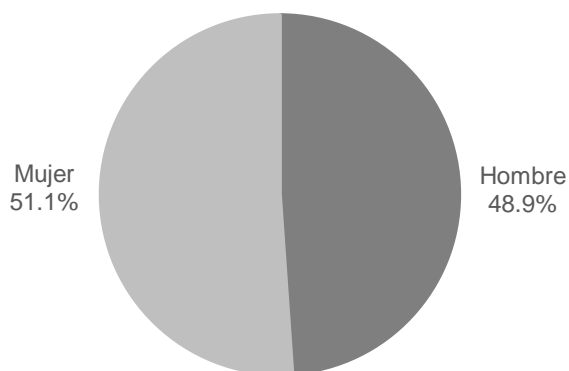
Técnica: encuestas online a través de panel.

Muestra: 451 encuestas.

Fechas de campo: 20 al 22 de abril.

## Caracterización de la muestra

### Sexo

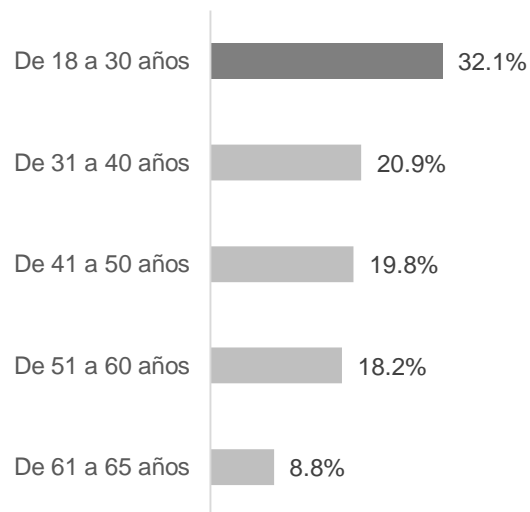


Nota:

- Respuesta única.

Número de observaciones: 451.

### Edad

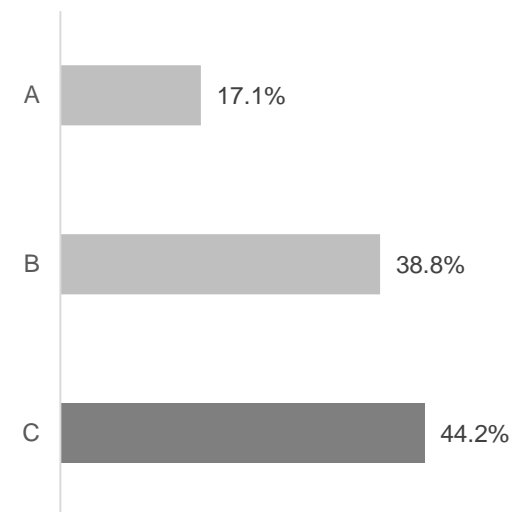


Nota:

- Respuesta única.

Número de observaciones: 451.

### Nivel socioeconómico

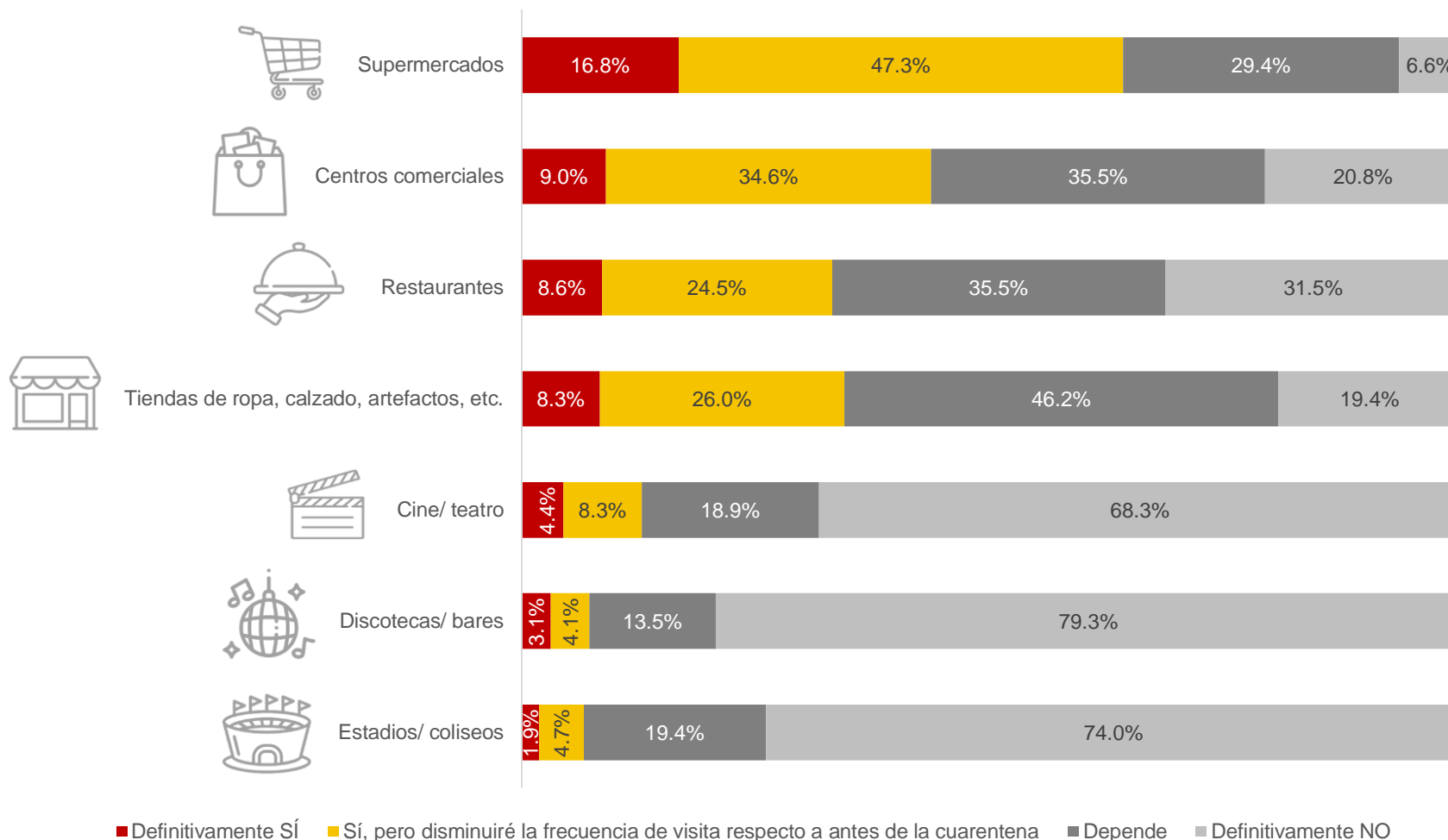


Nota:

- Respuesta única.

Número de observaciones: 451.

## Cuando pase el periodo de cuarentena, ¿asistirá a los siguientes lugares?




Nota:  
 • Respuesta única por categoría.  
 Número de observaciones: 451.

## Cuando pase el periodo de cuarentena, ¿asistirá a los siguientes lugares? – según NSE

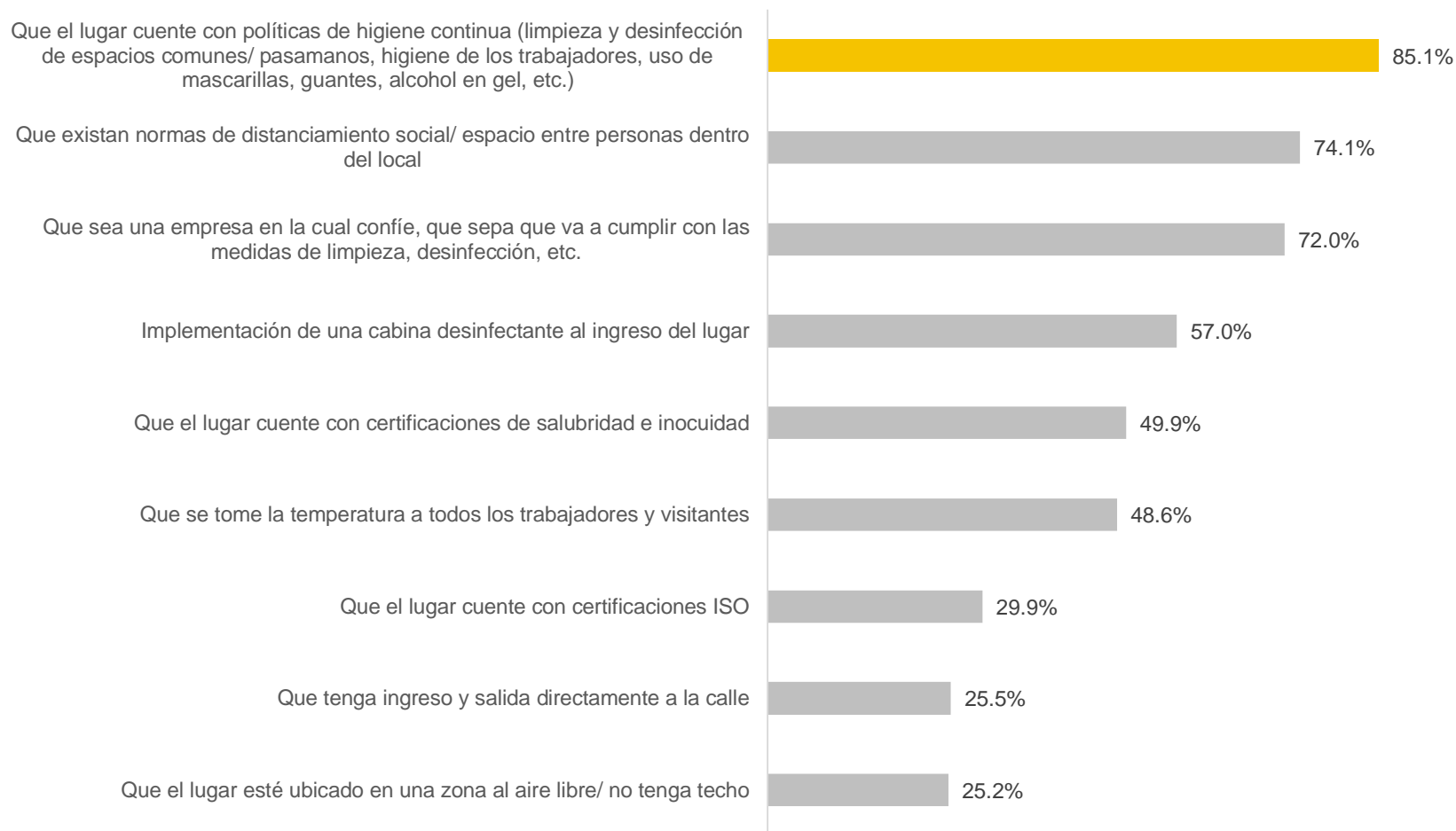
Lugar	NSE	Definitivamente Sí	Sí, pero disminuiré la frecuencia de visita respecto a antes de la cuarentena	Depende	Definitivamente NO
Supermercados	A	13.8%	<b>56.6%</b>	26.9%	2.8%
	B	24.9%	<b>46.3%</b>	24.3%	4.5%
	C	10.8%	<b>44.5%</b>	34.9%	9.9%
Centros comerciales	A	7.0%	<b>44.2%</b>	29.4%	19.4%
	B	12.0%	<b>40.6%</b>	29.0%	18.4%
	C	7.1%	25.7%	<b>43.7%</b>	23.6%
Restaurantes	A	15.9%	<b>47.3%</b>	27.1%	9.7%
	B	9.5%	22.9%	32.1%	<b>35.6%</b>
	C	4.9%	17.1%	<b>41.7%</b>	36.3%
Tiendas de ropa, calzado, artefactos, etc.	A	7.9%	33.6%	<b>47.9%</b>	10.6%
	B	12.0%	25.5%	<b>47.7%</b>	14.8%
	C	5.3%	23.5%	<b>44.3%</b>	26.9%
Cine/ teatro	A	1.7%	13.0%	15.7%	<b>69.7%</b>
	B	5.0%	8.4%	18.1%	<b>68.5%</b>
	C	5.0%	6.5%	20.9%	<b>67.6%</b>
Discotecas/ bares	A	0.8%	3.5%	13.8%	<b>81.9%</b>
	B	4.4%	4.5%	13.1%	<b>78.1%</b>
	C	2.9%	4.0%	13.7%	<b>79.4%</b>
Estadios/ coliseos	A	0.8%	2.6%	15.6%	<b>80.9%</b>
	B	2.9%	3.8%	20.8%	<b>72.4%</b>
	C	1.4%	6.3%	19.6%	<b>72.7%</b>

Nota:

- Respuesta única por categoría.
- Número de observaciones: 451.

 = Valores más altos de la fila.

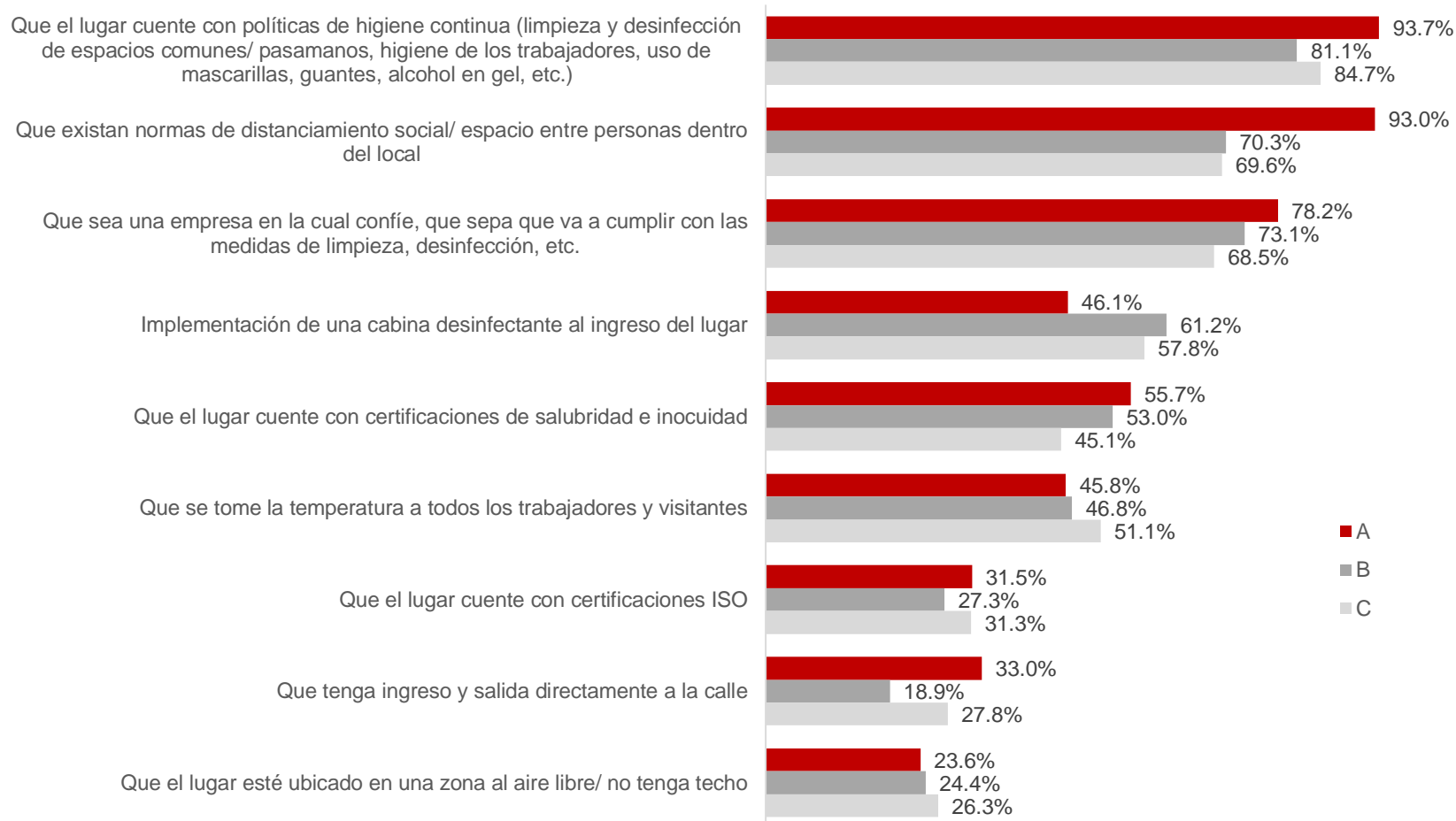
## ¿Qué tendrían que tener/ofrecer estos lugares para que considere visitarlos?



**Notas:**

- Varias respuestas. Resultados no suman 100%.
  - **Solo aquellos que indicaron que su decisión de asistir a algún lugar luego que pase el periodo de cuarentena dependería de algo.**
- Número de observaciones: 361.

## ¿Qué tendrían que tener/ofrecer estos lugares para que considere visitarlos? – según NSE

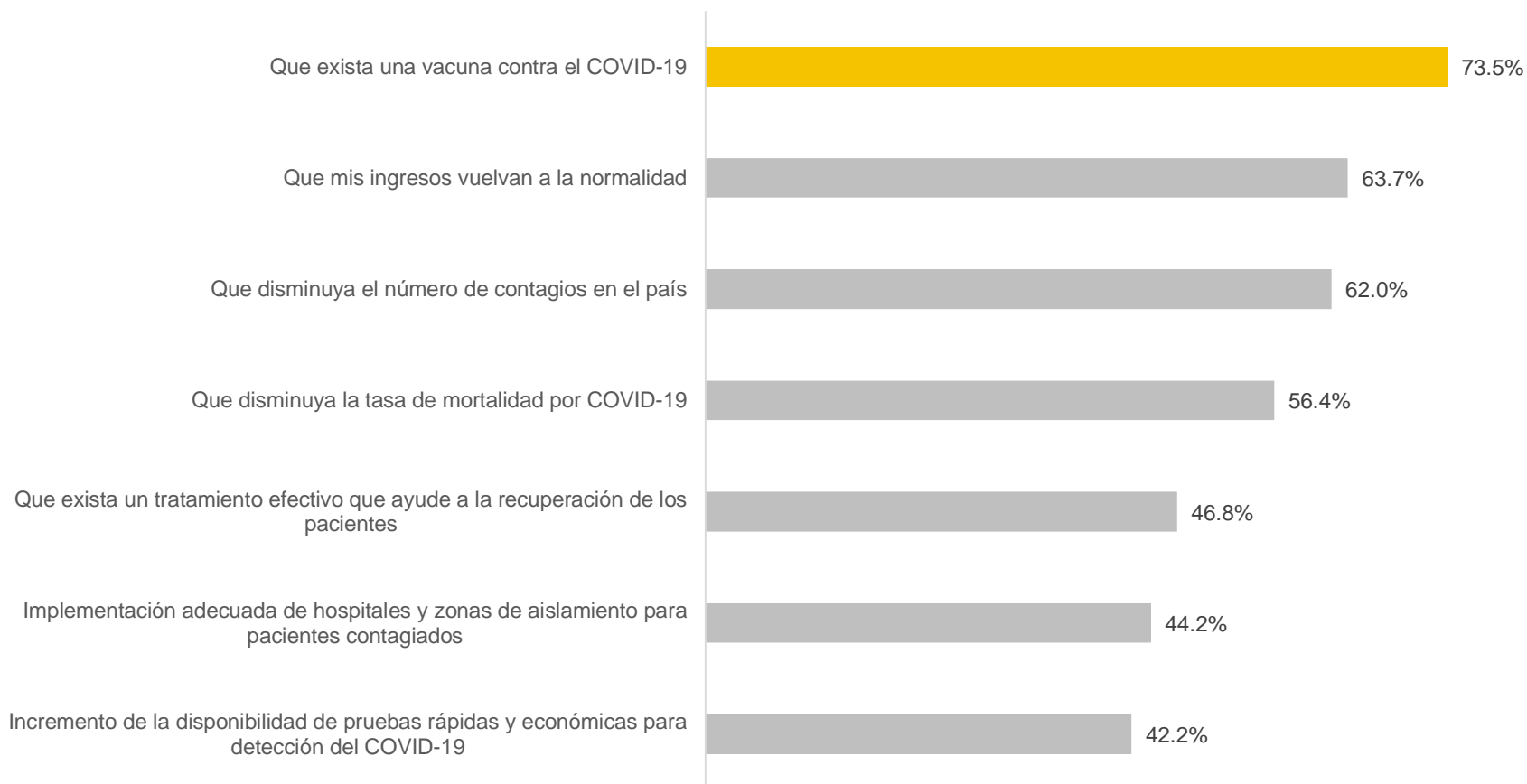


**Notas:**

- Varias respuestas. Resultados no suman 100%.
- **Solo aquellos que indicaron que su decisión de asistir a algún lugar luego que pase el periodo de cuarentena dependería de algo.**

Número de observaciones: 361.

## ¿Qué requeriría, en términos generales, para que su frecuencia de visita a estos lugares se incremente?

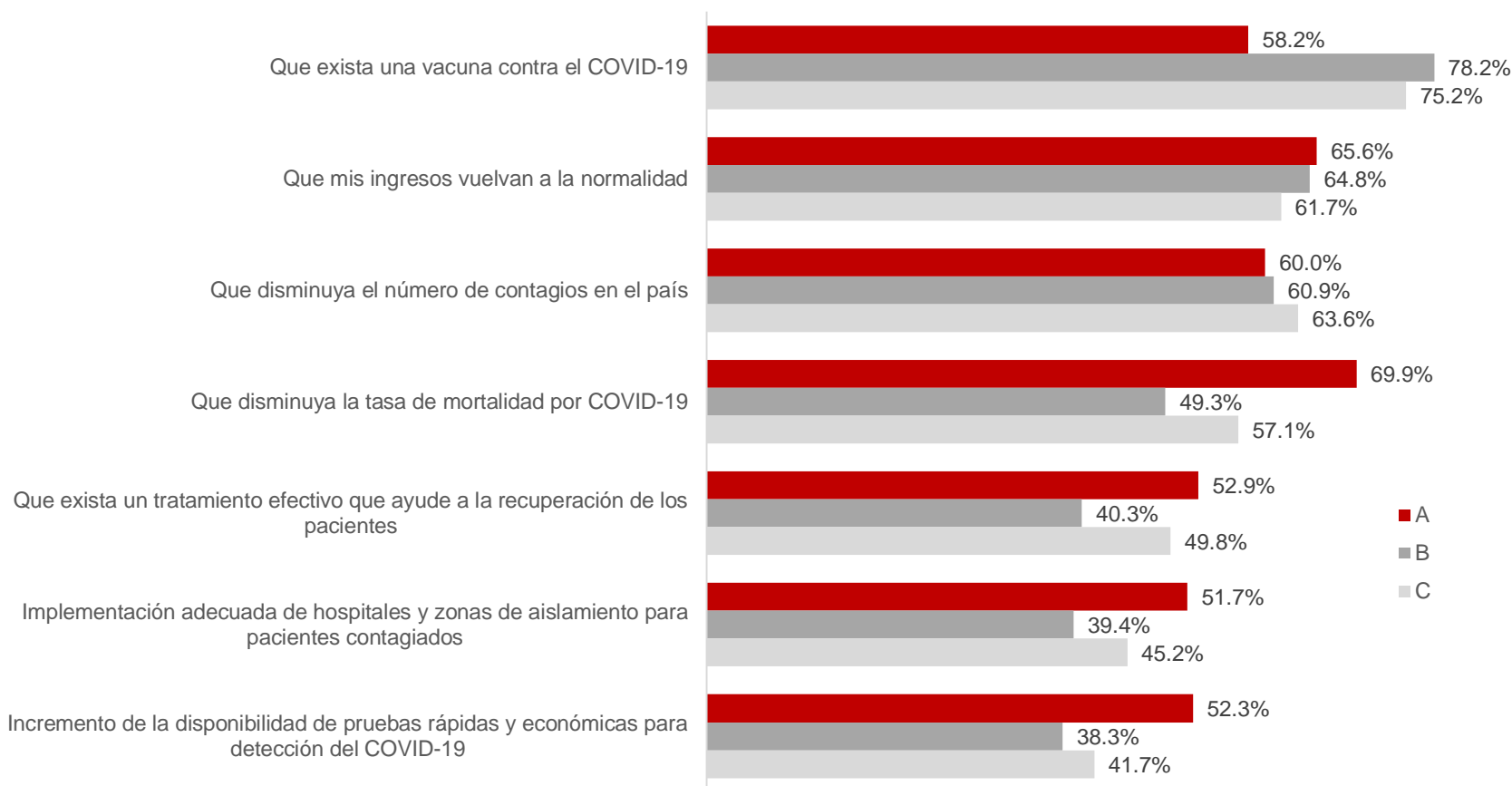


**Notas:**

- Varias respuestas. Resultados no suman 100%.
- **Solo aquellos que indicaron en su decisión de asistencia a diversos lugares cuando pase el periodo de cuarentena: “Sí, pero disminuiré la frecuencia de visita”, “depende” o “definitivamente NO” en al menos 1 categoría.**

Número de observaciones: 445.

## ¿Qué requeriría, en términos generales, para que su frecuencia de visita a estos lugares se incremente? – según NSE



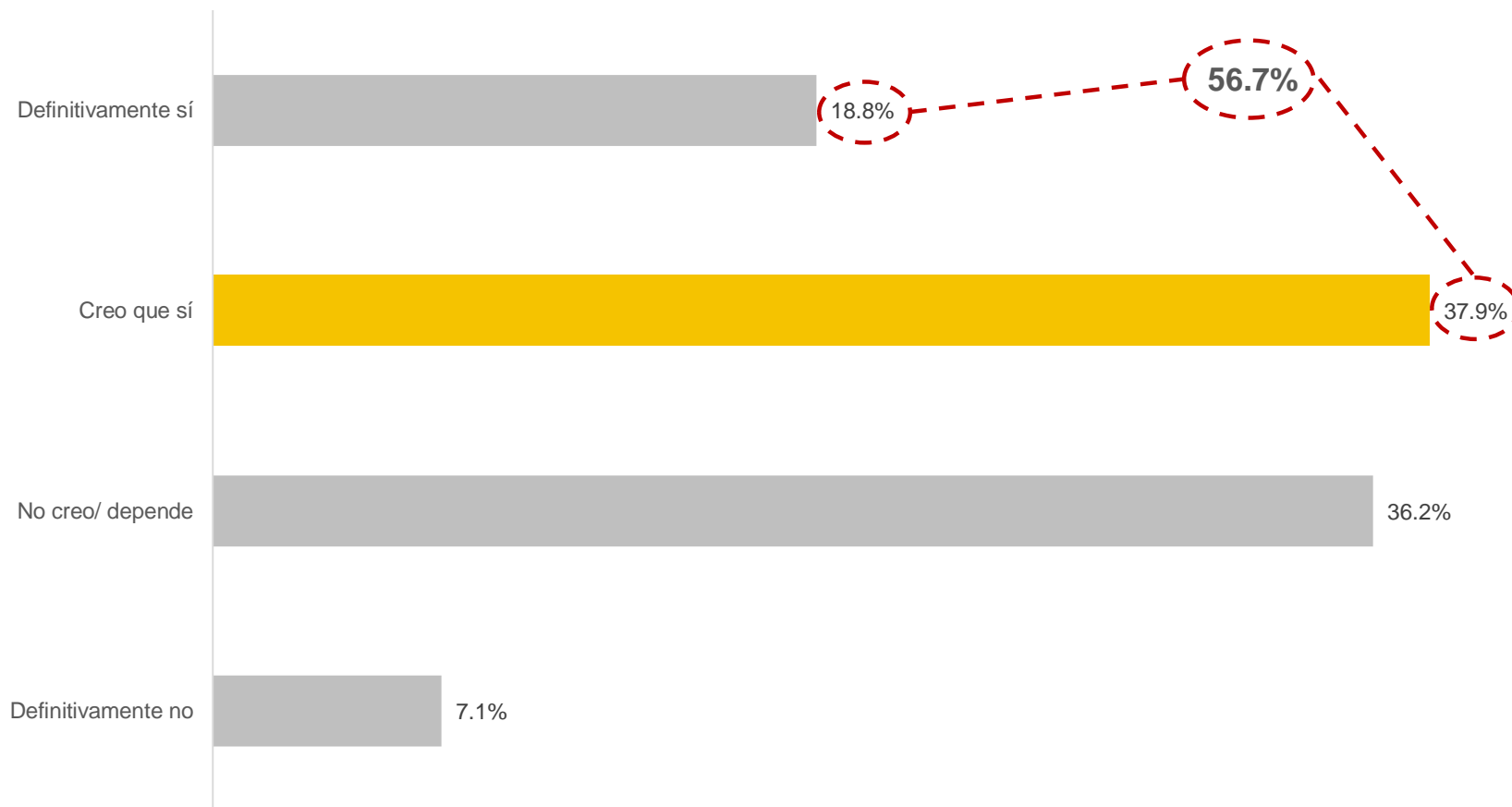
**Notas:**

- Varias respuestas. Resultados no suman 100%.
- **Solo aquellos que indicaron en su decisión de asistencia a diversos lugares cuando pase el periodo de cuarentena: “Sí, pero disminuiré la frecuencia de visita”, “depende” o “definitivamente NO” en al menos 1 categoría.**

Número de observaciones: 445.

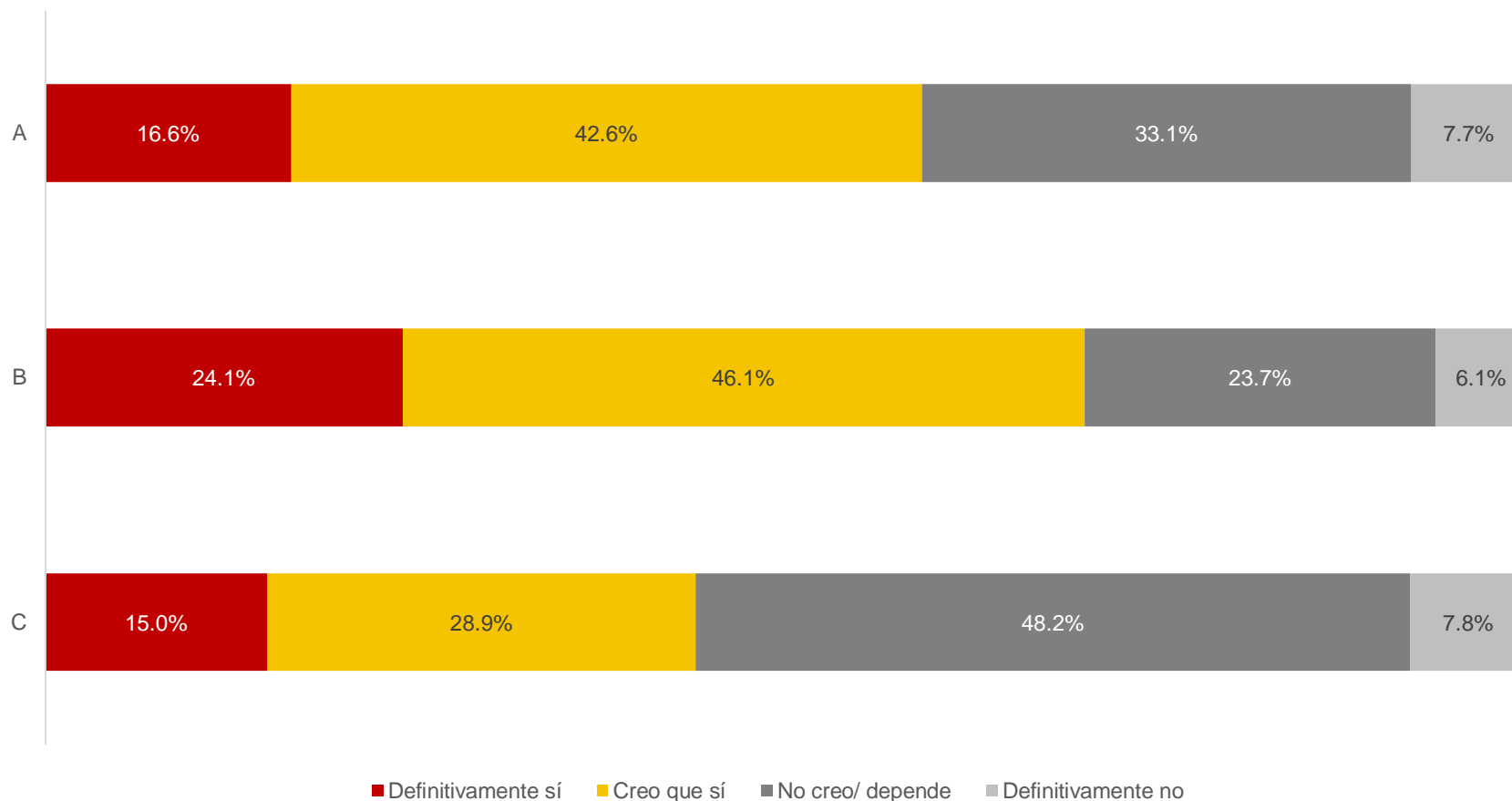


**Si alguna marca/empresa de ropa, calzado, electrodomésticos, equipamiento del hogar, etc. ofreciera descuentos importantes (más de 40%) luego del cumplimiento de la cuarentena, ¿aprovecharía esta oportunidad para adquirir estos productos?**



Nota:  
 • Respuesta única.  
 Número de observaciones: 451.

**Si alguna marca/empresa de ropa, calzado, electrodomésticos, equipamiento del hogar, etc. ofreciera descuentos importantes (más de 40%) luego del cumplimiento de la cuarentena, ¿aprovecharía esta oportunidad para adquirir estos productos? – según NSE**



Nota:  
 • Respuesta única.  
 Número de observaciones: 451.

## Conclusiones

---

- La asistencia de los peruanos y peruanas de los NSE A, B y C, del ámbito urbano, a lugares con concurrencia de público como supermercados, centros comerciales, restaurantes, entre otros, dependerá tanto de variables internas como de variables externas (en mayor o menor medida, dependiendo de la categoría).
- Las variables internas, aquellas que las empresas pueden controlar, se centran en darle a los consumidores la tranquilidad o (cuasi) certeza de que no van a contraer el COVID-19 en los locales, siendo claves no solo los aspectos evidentes (mascarillas, distanciamiento, etc.) sino también la confianza en las empresas de que cumplirán con los protocolos de limpieza cuando no están siendo observadas por el consumidor, como desinfectar las superficies y productos, o medir la temperatura o hacer pruebas de detección del COVID-19 a los trabajadores.
- Asimismo, luego de la cuarentena, los consumidores responderán a otra variable que las empresas pueden controlar: precios, descuentos y promociones. Los clientes exigirán descuentos importantes para aquellos bienes que no sean necesarios en la actual coyuntura, vistos como una oportunidad de ser adquiridos a excelentes precios para poder ser utilizados y disfrutados cuando las cosas vuelvan a la normalidad.
- Los centros comerciales, restaurantes y tiendas de ropa, calzado, artefactos, etc. son las tres categorías que dependen en mayor medida de variables internas y externas, debido a que presentan los mayores porcentajes de consumidores dispuestos a asistir si se cumplen ciertas condiciones; no son bienes de primera necesidad (como los supermercados) pero presentan un nivel de riesgo-recompensa aceptable bajo ciertos parámetros (lo cual no es cierto para otras categorías como cines, teatros, discotecas, bares, coliseos, estadios, etc., donde el riesgo parece no compensar la utilidad del servicio).
- Las variables externas, no controladas por las empresas pero exigidas por los consumidores, tienen que ver con la evolución de la pandemia y con lo que eventualmente será su fin: un 73.5% indica que incrementará su asistencia a lugares concurridos cuando exista una vacuna. No obstante, hay otros catalizadores que animarían, en menor medida, a los consumidores a regresar a lugares públicos, como la disminución de contagios y de la tasa de mortalidad por la enfermedad en el país. Cabe destacar otra variable externa, diferente a las anteriores: el bolsillo del consumidor. Un 64% pone como condición para aumentar sus visitas, que sus ingresos regresen a la normalidad.



**Teléfonos:** (054) 252907 | 958958339 | 953764426

**E-mail:** jalcazar@aurumperu.com, jflores@aurumperu.com, rsalas@aurumperu.com

**Dirección:** Edificio Leuro, Piso 10, Miraflores, Lima / Urb. Los Altitos A-2, Cayma, Arequipa

**Web:** [www.aurumperu.com](http://www.aurumperu.com)

  / Aurum Consultoría y Mercado

Todas las marcas comerciales o marcas de servicios identificados en este documento son propiedad de sus respectivos dueños. El nombre de Aurum Consultoría y Mercado, y el logotipo, son marcas comerciales registradas.

© 2020 Aurum Consultoría y Mercado. Todos Los Derechos Reservados.