



INCLUIR A LOS REFUGIADOS BENEFICIA A SU MARCA

Un análisis de las percepciones de los consumidores mexicanos

Metodología

En julio de 2019, Qualtrics encuestó a 3,142 consumidores mayores de 18 años en México. Se le preguntó a estos consumidores si estarían más o menos dispuestos a comprar productos de marcas que se hayan comprometido a apoyar a refugiados en México.

México ha acogido a más de 100.000 refugiados

- México ha acogido a 100.000 refugiados y solicitantes de asilo, un número que ha aumentado rápidamente durante el último año y se prevé que seguirá aumentando.
- Muchas personas han huido del "Triángulo Norte" - El Salvador, Guatemala y Honduras - debido a altos niveles de violencia y disturbios políticos.
- En adición, más de 5 millones de personas han huido de Venezuela durante los últimos años, y decenas de miles de ellos se han trasladado a México.

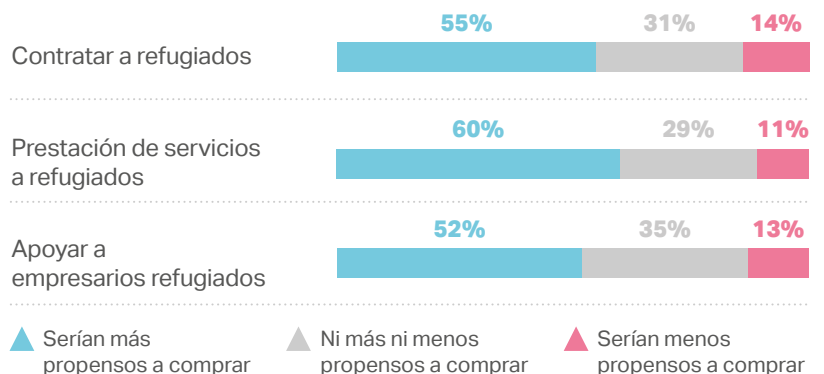


RESULTADOS CLAVE

01.

En general, es mucho más probable que los consumidores mexicanos compren productos de marcas que apoyan a refugiados de varias maneras, ya sea a través de la contratación de refugiados hasta el apoyo a empresarios refugiados.

Respuesta del consumidor por tipo de compromiso de la empresa

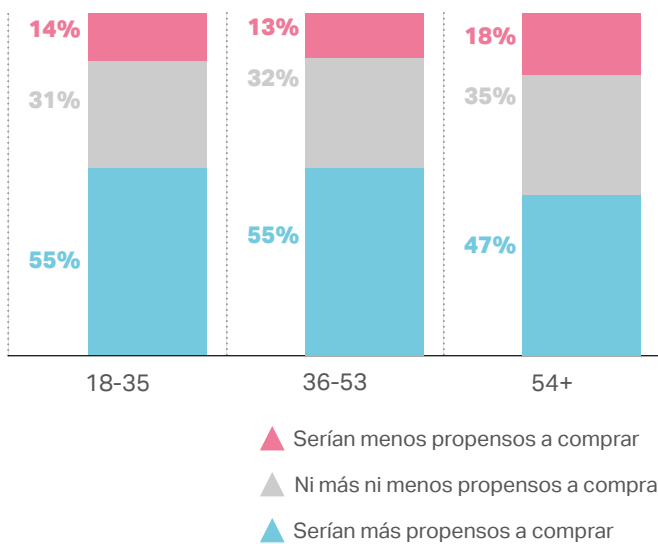


RESULTADOS CLAVE

02.

Es mucho más probable que los consumidores de todas las edades compren productos de marcas que apoyan a los refugiados, pero hay una modesta disminución del apoyo entre los consumidores mayores de 54 años.

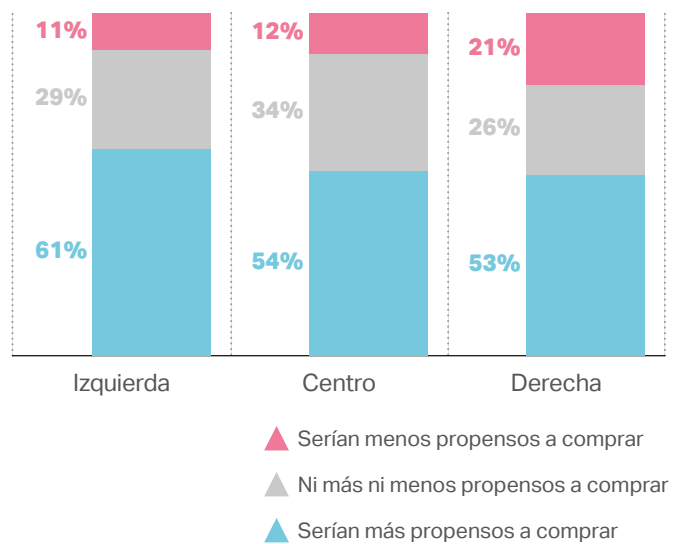
Respuesta de los consumidores por grupos de edad a la contratación de refugiados



03.

Es mucho más probable que los consumidores mexicanos de todo el espectro político compren productos de marcas que apoyan a los refugiados, pero es especialmente probable que los consumidores que se identifican como de izquierda lo hagan.

Respuesta de los consumidores por afiliación política a la contratación de refugiados



Tent puede compartir este conjunto de datos de percepciones del consumidor mexicano tanto con empresas aliadas a Tent, como con otras empresas que están explorando cómo pueden apoyar a los refugiados. Para obtener más información, comuníquese con info@tent.org.

Aproveche de una consultoría gratuita de comunicaciones corporativas de Tent

Habiendo trabajado con empresas en México y por toda América Latina ayudándoles a comunicar sus compromisos en apoyo a refugiados, Tent está listo para guiarlo/a a lo largo de este proceso. Para recibir nuestros Principios de Comunicación u obtener estrategias de comunicación personalizadas, comuníquese con media@tent.org.

Sobre la Tent Partnership for Refugees

Con cada vez más refugiados desplazados durante largos períodos de tiempo, las empresas tienen un papel fundamental para ayudar a que los refugiados se integren económicamente en sus nuevas comunidades. La Tent Partnership for Refugees fue fundada en 2016 por Hamdi Ulukaya, fundador y CEO de Chobani (gigante estadounidense del sector alimentario) para movilizar a la comunidad empresarial mundial y mejorar la vida y el sustento de los 30 millones de refugiados que han sido desplazados a la fuerza de sus países de origen. Hoy en día somos una red de más de 140 empresas multinacionales comprometidas con incluir a los refugiados. Tent cree que la forma más sostenible para que las empresas apoyen a los refugiados es aprovechando sus actividades de negocio, considerando a los refugiados como empleados, emprendedores y clientes. La lista de miembros de Tent está disponible [aquí](#). Descubre más en www.tent.org.