



# 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.

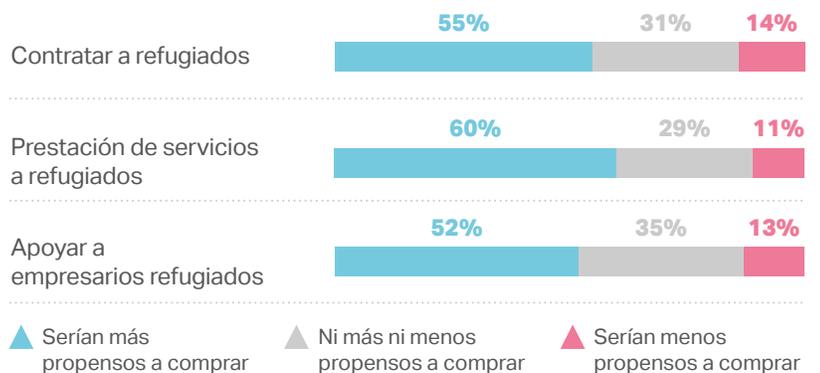


### RESULTADOS CLAVE

## 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

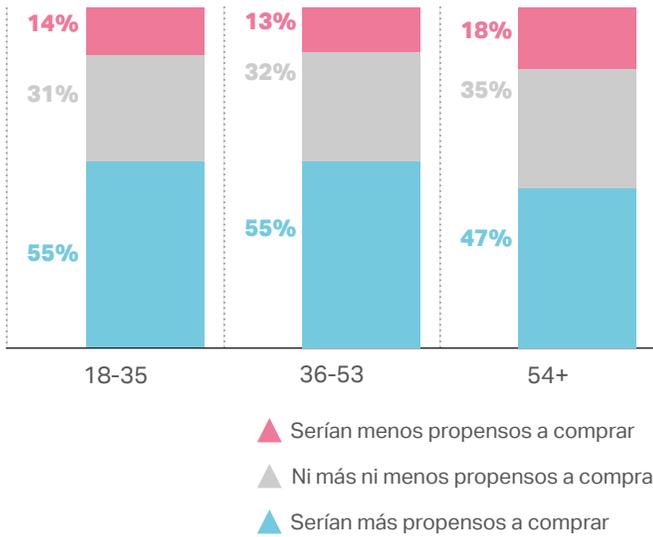


## RESULTADOS CLAVE

### 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.

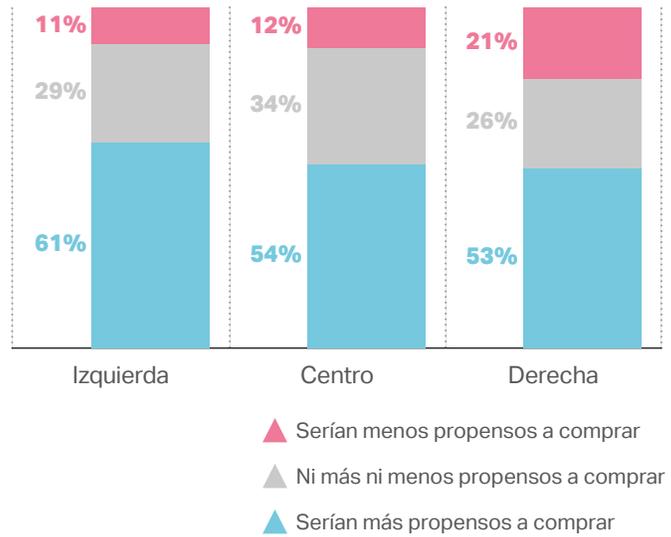
#### Respuesta de los consumidores por grupos de edad a la contratación de refugiados



### 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](mailto: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](mailto: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](http://www.tent.org).