

La recuperación de 2/3 de la movilidad en cuatro principales ciudades mexicanas confirman que el nuevo normal no será menos agitado de lo que conocíamos antes

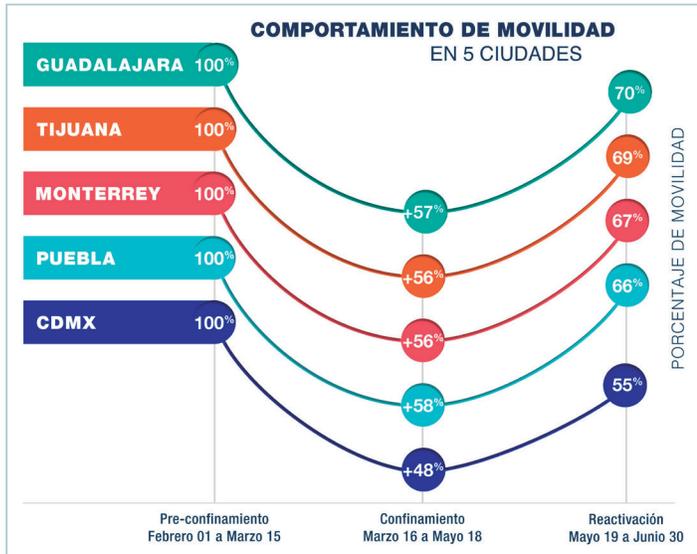
JCDecaux México da un paso al frente en el proceso de transformación de la industria de medios exteriores en Latinoamérica con el apoyo de INFINIA Mobile México®. En un momento trascendental y de cara a las nuevas exigencias del mercado, la filial mexicana asume el desafío de ser pionera de la gran revolución digital para tener una visión sin precedentes del comportamiento de las ciudades y sus habitantes.

El avance tecnológico en los datos de ubicación orienta a OOH al siguiente nivel de exigencia, por lo que la integración de plataformas de administración de datos (DMP) —como la de Infinia Mobile— ofrece un panorama rico que maximiza la eficiencia indiscutible del medio. Este desafío toma aún más sentido y relevancia en un momento donde la llamada “nueva normalidad” se ha vuelto un lugar común que responde más a la incertidumbre que a los hechos.

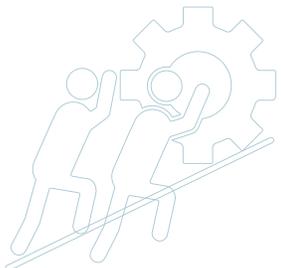
Con la intención de determinar qué tan distinta es esa abstracta “nueva normalidad” en México —cuyos patrones de comportamientos, movilidad y consumo son bastante particulares— es preciso responder a lo desconocido con la novedosa (y poderosa) normalidad de JCDecaux: OOH basado en la data omnicanal de INFINIA para obtener la realidad física y digital de las audiencias.

PANORAMA GENERAL

DE MOVILIDAD



Todas las ciudades analizadas reportan un aumento promedio de **10 puntos porcentuales** en su movilidad durante la primera etapa de la reactivación.



Ciudad de México



La capital de la República, ciudad con la mayor población y con medidas más estrictas, ha tenido una recuperación de 7 puntos porcentuales (48% a 55%) durante la primera fase de reactivación económica.

Si bien CDMX fue la ciudad con mayor descenso de movilidad —llegando a 48% en el confinamiento— como consecuencia de las medidas gubernamentales “Quédate En Casa” a partir del 23 de marzo y “Hoy No Circula” decretado en abril, es importante denotar que esa movilidad de 48%, aún representaba un volumen significativo de millones de personas que se mantuvieron en la calle pese al confinamiento.

Guadalajara, Puebla, Monterrey y Tijuana

En estas cuatro ciudades de la república, durante la etapa de reactivación, la movilidad se ha recuperado hasta alcanzar aproximadamente más de 2/3 de la que había en la etapa de normalidad, entre febrero y marzo 15.

Durante el confinamiento el impacto en la movilidad en estas ciudades fue menor: Reportando un 56% de movilidad promedio en Monterrey y 58% en Puebla.

MTY, GDL, PUE y TJ han recuperado más de 2/3 de la movilidad reportada antes del confinamiento.

(Nota: INEGI 2010 reportó 8.85 millones de habitante en el área metropolitana. Proyecciones CDMX 2020: 21.5 millones de habitantes)

En un estudio llevado a cabo entre JCDecaux México e Infinia Mobile, plataforma omnicanal auditada por PwC y líder en análisis de audiencias con más de 58 millones de usuarios en el país y más de 242 millones de usuarios globales, se analizó la movilidad y comportamientos de audiencias de las cinco ciudades más pobladas de la República Mexicana (Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Puebla y Tijuana) durante tres periodos: antes del confinamiento (1 de febrero 2020 – 15 marzo 2020: 44 días), durante el confinamiento (16 de marzo – 18 de mayo: 63 días) y en la primera fase de reactivación (19 de mayo – 30 de junio: 49 días). De igual forma, se analizó la composición de audiencias que no han dejado de salir a las calles pese al riesgo de contagio y las actividades que los motivan a hacerlo.

Este conocimiento de las audiencias se basa en una tecnología SDK que analiza smartphones de los usuarios y su información, siempre con su consentimiento y bajo el marco regulador GDPR y CCPA. A través de la inserción de un “Software Development Kit” (SDK) en poco más de 10,000 aplicaciones para Smartphones, es posible procesar —entre otros factores— datos de localización.

Para los objetivos del presente estudio, se analizó el lugar dónde se encuentran los dispositivos móviles durante los periodos considerados, identificando aquellos geolocalizados fuera de su “zona hogar” así como el porcentaje de los usuarios que se encontraban en “calle” para conocer su perfil sociodemográfico, las tendencias de movilidad en cada ciudad y los puntos de interés que conforman las categorías analizadas.

Esta iniciativa marca un hito en la industria de exteriores al ser la primera vez en que de manera certera, confiable y objetiva se cuantifica la actividad fuera de casa por medio de la integración de la revolución de datos a nuestro medio.

Panorama general de movilidad

Pese a que en cada una de las cinco ciudades reportadas se observaron bajas de movilidad apreciables a nivel relativo —entre 48% y 58%— durante el periodo de confinamiento, se nota una tendencia al ascenso de la movilidad de 10 puntos porcentuales promedio tan solo durante la primera fase de la reactivación, tomada en cuenta para el estudio.

JCDecaux

Monterrey



Su recuperación durante la primera etapa de la reactivación ha sido de 11 puntos porcentuales, llegando a 67% de movilidad durante este periodo con tendencia a la continua recuperación.

Durante el confinamiento, se aplicó la medida “Quédate en Casa” con cierre de casinos, cines y parques a partir del 17 de marzo. A partir del 27 de abril se reguló el uso de transporte público (Metrorrey, Ecovía y colectivos).

Monterrey alcanzó 67% de movilidad durante periodo de reactivación.

Guadalajara



Durante la etapa de reactivación su movilidad ha tenido notable recuperación, alcanzando 70% de la movilidad reportada antes del confinamiento.

A pocos días de reactivación, Guadalajara alcanzó 70% de su movilidad normal.

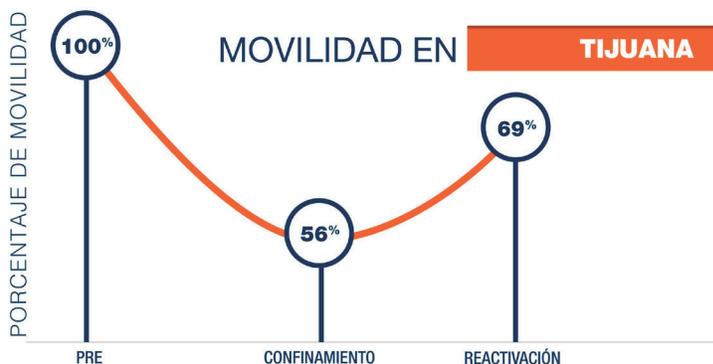
Puebla



La única medida se aplicó desde el 11 de mayo fue “Hoy No Circula”. Sin embargo, durante la fase de reactivación se reporta de 66% de la movilidad que presentaba antes del confinamiento.

La zona metropolitana de Puebla hay cerca de un millón de automóviles: es la cuarta más grande del país y se realizan todos los días más de 3.5 millones de viajes por lo que esta recuperación es significativa.

Tijuana



Durante primera fase de la etapa de reactivación, la ciudad fronteriza ha presentado 69% de su movilidad normal. La caída de movilidad durante el periodo de confinamiento parece responder al cierre parcial de la frontera norte el 21 de marzo, en el que se limitó el tránsito turístico y recreacional entre México y Estados Unidos.

El levantamiento de esta medida, tomando en cuenta el tráfico fronterizo, propiciará la recuperación absoluta de la movilidad en la zona.

Pese a continuar con cierre parcial de la frontera norte, Tijuana ha recuperado 69% de su movilidad normal en la etapa de reactivación.

¿QUIÉNES CONTINUÁN MOVIENDO LAS CALLES?

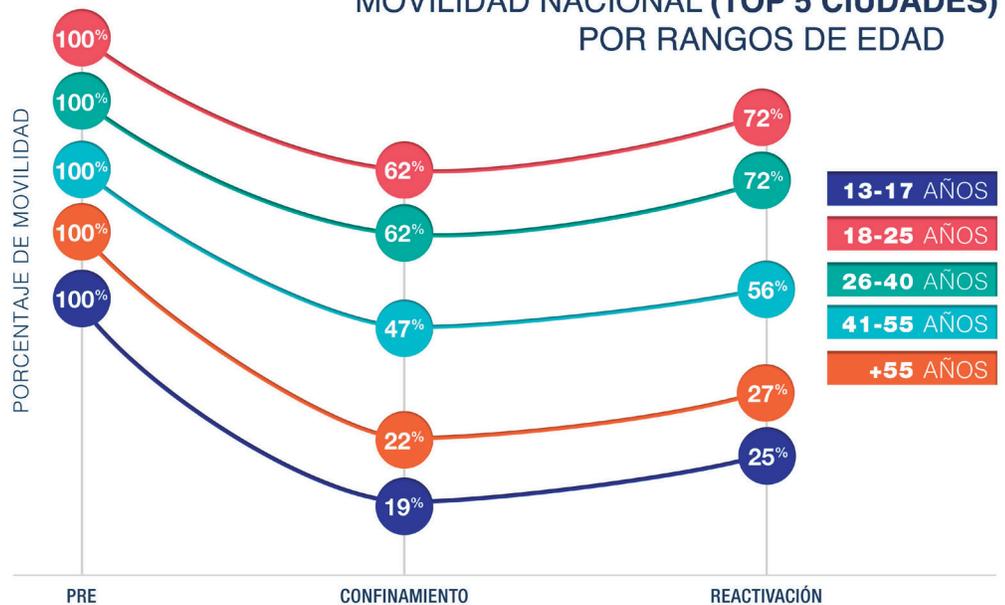
La evidencia confirma la rápida recuperación de audiencias en la calle tras medidas de reactivación económica a partir del 18 de mayo. Sin embargo, se ha identificado un perfil que, durante el confinamiento, no ha dejado de salir diariamente para dar continuidad a sus actividades diarias.

A nivel nacional, cinco ciudades reportadas, los segmentos etarios con menor porcentaje de movilidad durante el periodo de confinamiento fueron los grupos entre 13-17 años (19%) y los mayores de 55 años (22%).

Se asume que la movilidad del rango de edades menores (13- 17 años) se vio reducida ante la suspensión de clases, mientras que los adultos mayores de 55 años son el segmento etario de mayor riesgo de contagio de Covid-19.

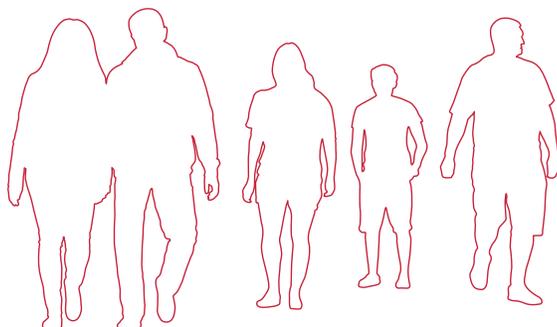
Por su parte, el segmento etario 41-55 años presentó una disminución de más de la mitad de su movilidad en todas las ciudades.

MOVILIDAD NACIONAL (TOP 5 CIUDADES) POR RANGOS DE EDAD



Los grupos de 18-25 años y 26-40 años representaron 65% de la movilidad durante el confinamiento en las cinco ciudades reportadas. Lo anterior puede relacionarse con la actividad económica informal que obligó a salir a esos segmentos, mismos que a su vez representan el mayor volumen de personas activas económicamente según INEGI.

En tan sólo un mes de la etapa de reactivación se ha visto una recuperación de actividades en todos y cada uno de los grupos de edades, la más notable en el rango de 26-40 años con un aumento de 10 puntos porcentuales, seguida de los grupos 18-25 y 41-55 con un aumento de 9 puntos porcentuales en ambos casos. Los grupos mayores de 55 años y los más jóvenes también presentaron aumento de 5% y 6% respectivamente.



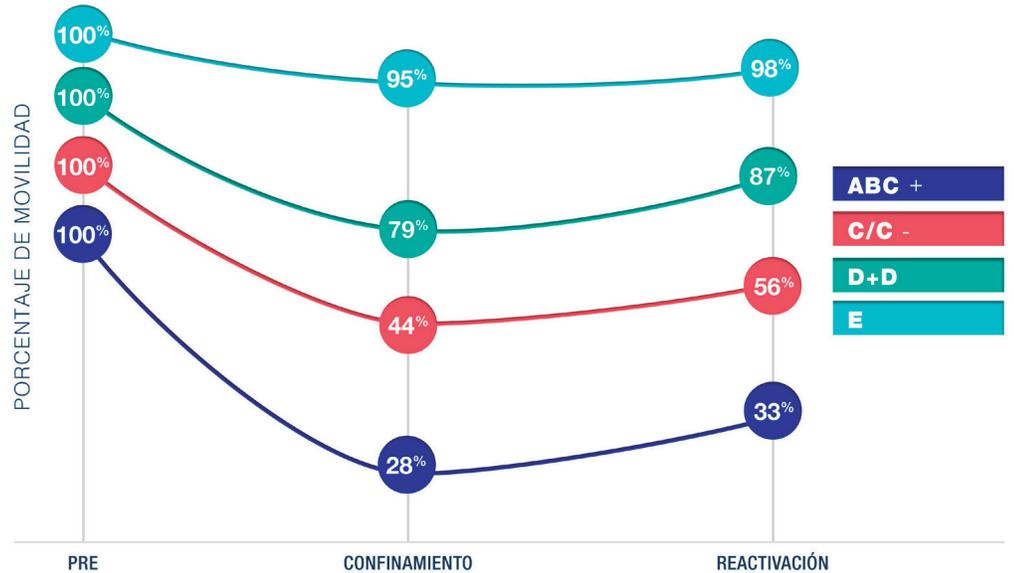
Los segmentos de 18-25 años y 26-40 años — grupos con mayor volumen de personas activas económicamente — empujaron 65% de la movilidad durante el confinamiento.

En la etapa de reactivación se ha visto una recuperación de actividades en todos los grupos de edades, la más notable en el rango de 26-40 años con un aumento de 10 pp, seguida de los grupos 18-25 y 41-55 con un aumento de 9 pp

En el marco de la coyuntura sanitaria y para conmemorar el Día del Trabajo, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), presentó datos actualizados de la población ocupada en el empleo informal. Según el reporte, 31.3 millones de personas se encuentran en el empleo informal, lo que representa 56.2% de la población ocupada de acuerdo con los resultados de la ENOE al cuarto trimestre de 2019.

Lo anterior podría explicar que, durante el confinamiento en las cinco ciudades tomadas en consideración para el estudio, la movilidad menos afectada fue en los NSE E que mantuvo 95% de su movilidad; y D+D con 79% del nivel reportado en el periodo previo al confinamiento. Es preciso asumir que en estos grupos pueda concentrarse la mayor proporción de población del sector de economía informal que continúa saliendo día tras día a llevar a cabo sus actividades.

MOVILIDAD NACIONAL (TOP 5 CIUDADES) POR NSE



Sin embargo, según la actualización de las cifras de INEGI, en mayo 2020 se unieron 1.9 millones de mexicanos al sector informal como efecto del paro de actividades a causa de la crisis consecuencia del COVID-19 lo que parece incidir en la movilidad de estos niveles socioeconómicos durante el periodo de reactivación: aunque en CDMX la recuperación es tímida, en Monterrey, Guadalajara y Tijuana la movilidad del NSE D+D ha alcanzado sus niveles de normalidad. Por su parte, el nivel E ya alcanzó completa recuperación en Monterrey y Guadalajara.

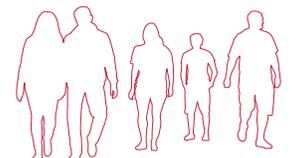
La caída de movilidad más brusca durante el confinamiento correspondió al nivel ABC+ dado que es el grupo con mayores índices de empleos formales y con formato de teletrabajo. Tras la reactivación este NSE ha presentado una recuperación de 5 puntos porcentuales en su movilidad. Probablemente esto se deba a mayores niveles de conciencia en cuanto a evitar el contagio, además de contar con posibilidades laborales y económicas para mantener confinamiento voluntario.

En Monterrey, Guadalajara y Tijuana la movilidad del NSE D+D ha vuelto a sus niveles normales. Por su parte, el nivel E también alcanzó completa recuperación en Monterrey y Guadalajara.

Durante el confinamiento el NSE E conservó 95% de su movilidad, mientras que el segmento D+D mantuvo 79% de su nivel reportado previo al confinamiento. Estos están mayormente asociados a la economía informal.

En México 31.3 millones de personas se encuentran en el empleo informal, lo que representa 56.2% de la población ocupada que continúa saliendo a realizar sus labores.

Esta situación, pareciera modificar ciertos comportamientos y tendencias del segmento ABC+ quienes ante las medidas de reactivación probablemente buscan lugares de escape después de un extendido periodo de encierro.



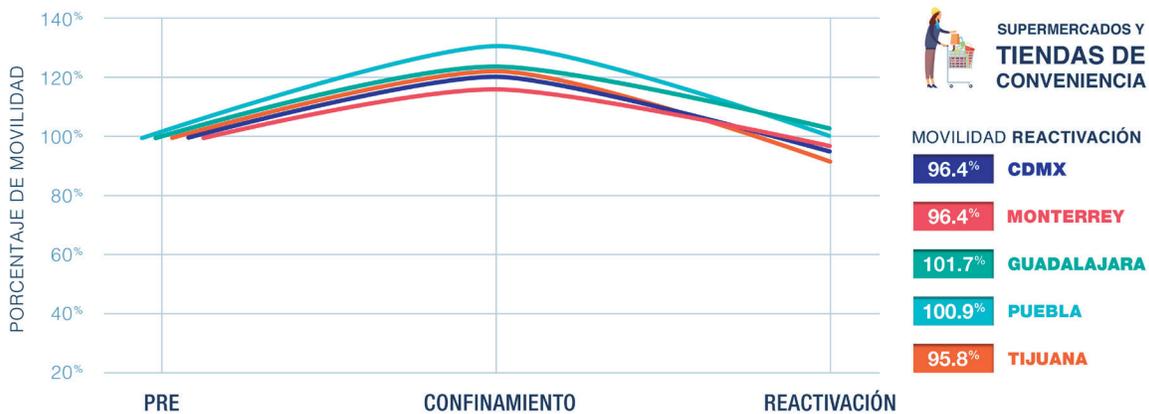
RECUPERACIÓN
POR SECTORES Y

ACTIVIDADES
ECONÓMICAS

De manera general, la fase de reactivación ha conllevado una recuperación positiva de la movilidad en casi todas las categorías y plazas tomadas en cuentas para el análisis. En algunos casos, dependiendo de la categoría, la movilidad presentada se acerca a los niveles reportados antes del confinamiento.

Durante esta fase previa, el comportamiento se muestra muy similar en las cinco ciudades analizadas y en las siete categorías tomadas en cuenta para el estudio, sobre todo en las ciudades del interior. Estas tendencias continúan de manera similar durante la fase de reactivación, especialmente en las ciudades del interior de la república. Por su parte, CDMX ha tenido más lentitud en su recuperación aun cuando la tendencia apunta hacia recobrar la movilidad de sus audiencias.

Supermercados y tiendas de conveniencia:



En las cinco ciudades tomadas en consideración para el análisis, se denotó un incremento de movilidad en supermercados y tiendas de conveniencia durante el periodo de confinamiento.

Lo anterior pudiera relacionarse directamente con la incertidumbre ante la contingencia sanitaria del Covid-19 que derivó patrones atípicos de consumo durante este periodo.

De acuerdo a la consultora Psyma y la empresa de soluciones de investigación online Netquest, durante el mes de abril de 2020 las compras derivadas de la sensación de miedo impactaron especialmente en las categorías de salud, higiene y belleza así como alimentos y bebidas.

Según National Geographic esta reacción ante una sensación de riesgo, desataron una sensación sobreprotectora que llevó a priorizar lo que se creyó esencial para la supervivencia.

Pasada esta etapa —y con ésta también la sensación de miedo la movilidad— en supermercados y tiendas de conveniencia ha ido normalizándose en la fase de reactivación con una tendencia de regresión que la ha equilibrado y ubicado levemente por debajo a la que existía en periodo previo a la pandemia, como en el caso de Monterrey y Tijuana que cuentan con una movilidad de 96.4% y 95.8% respectivamente.

Llama la atención que, pese a la normalización, es consistente la recuperación de este segmento en Guadalajara y Puebla donde se reportó un aumento de movilidad vs. el periodo previo al confinamiento.

En este sentido, las personas conscientes de su confinamiento consideraron necesario hacer compras recurrentes y/o compulsivas ante un posible desabastecimiento. Lo anterior podría explicar que en todas las ciudades se vio un incremento de la movilidad en promedio de dos puntos porcentuales durante el periodo de confinamiento.

Lo anterior podría explicar que en todas las ciudades se vio un incremento de la movilidad en promedio de dos puntos porcentuales durante el periodo de confinamiento.

En Ciudad de México parece haber una ligera regresión en la movilidad alrededor de automercados y tiendas de conveniencia durante la etapa reactivación, aun así manteniendo 90% de movilidad en estos puntos.

A medida que se extendió el aislamiento, se ha incrementado exponencialmente el uso de apps de delivery como Rappi, Uber Eats, Cornershop y Postmates. Alejandro Solís, Director General de Rappi México, comentó que los pedidos de alimentos y farmacia se triplicaron a medida que avanzó la etapa de confinamiento.

Durante el primer mes de reactivación, la movilidad en supermercados y tiendas de conveniencia ha superado a la reportada en el periodo de pre confinamiento en Guadalajara y Puebla

A su vez, su vertical de pago de servicios —**muchas veces llevados a cabo en supermercados y tiendas de conveniencia**— ha incrementado en un 50% a través de la aplicación.

Por su parte, Álvaro de Juan, CEO de iVoy, asegura que desde que inicio la cuarentena la demanda en la app aumentó 70% y ya no es únicamente para envío de documentación y paquetería tradicional, sino que es usada también para mandar comida preparada en casa, productos de supermercado y croquetas para perro.

Lo anterior pudiera explicar la baja en movilidad en estos puntos de CDMX (donde a penetración de estos servicios y aplicaciones es mucho mayor) durante el periodo de reactivación, así como recuperación en movilidad de lugares de consumo en esta fase.

Lugares de consumo



Un reciente estudio de Fintonic, fintech diseñada para organizar el dinero y ahorrar, revela que desde el ordenamiento de quedarse en casa el consumo en restaurantes cayó 74%; en tanto que los servicios de comida a domicilio se convirtieron en las apps ganadoras durante el COVID-19 subiendo hasta un 44% su demanda.

Estas transacciones en apps de entrega de comida fueron aumentando gradualmente y alcanzando su mayor pico en el mes de abril. Según el reporte, en el caso de Rappi el consumo en comidas de restaurantes aumentó 44.34%, en Uber Eats creció 24.06% y se vio beneficiada también DiDi Food con un incremento de 15.12%.

Sin embargo, en el mes de mayo el análisis de Fintonic indica el inicio de un proceso de estabilización y disminución de tendencia. A medida que avanza el tiempo y tras la reactivación, el consumo en restaurantes se recupera; mientras que el consumo en las apps está descendiendo progresivamente con la nueva normalidad.

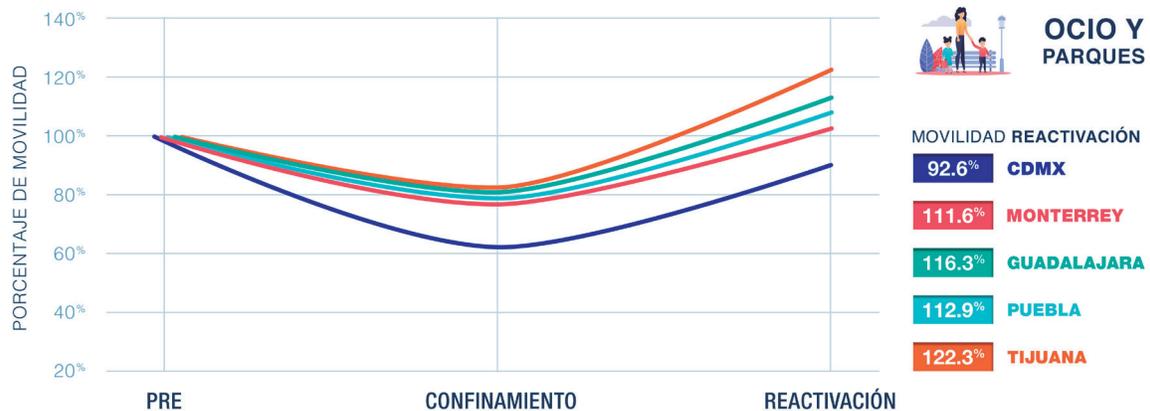
Lo anterior pudiera explicar el comportamiento de movilidad en la categoría de “Lugares de Consumo”. Pese a que los servicios de delivery han contribuido a mantener la actividad de esta categoría, durante la etapa de reactivación se denota una recuperación considerable en todas las plazas vs. la etapa de confinamiento: entre 79.3% en CDMX a recuperación total en Tijuana y Guadalajara.

Todas las plazas parecen confirmar que, a medida que pase la pandemia, se encontrará un equilibrio entre el consumo en restaurantes y el uso de apps, volviendo así a los niveles presentados previo al confinamiento.

Lugares de consumo denota una recuperación rápida vs. la etapa de confinamiento entre 79.3% en CDMX a recuperación total en Tijuana y Guadalajara

lo que confirma balance entre el consumo en restaurantes y el uso de apps, volviendo así a los niveles de movilidad presentados previo al confinamiento.

Parques y ocio



Durante la reactivación, todas las ciudades analizadas han presentado un incremento de movilidad en la categoría “ocio”. En ésta se incluyen parques y otros espacios abiertos de recreación, como plazas e incluso avenidas con caminerías.

De acuerdo con lo indicado por la Asociación Nacional de Parques y Recreación de México (ANPR), la presencia de un gran número de “parques abiertos” — no cercados, con dificultad de prohibición o control de sus accesos— y ante el cierre de otros espacios de ocio (centros comerciales, cines, restaurantes, gimnasios etc.), ha conllevado una mayor afluencia a parques y espacios abiertos durante las semanas de reactivación.

Lo anterior ha impactado en la notable recuperación de su movilidad, que incluso ha superado a la reportada durante el periodo de preconfinamiento en Monterrey (+13%), Guadalajara (+17%), Puebla (+14%) y Tijuana (+23%).

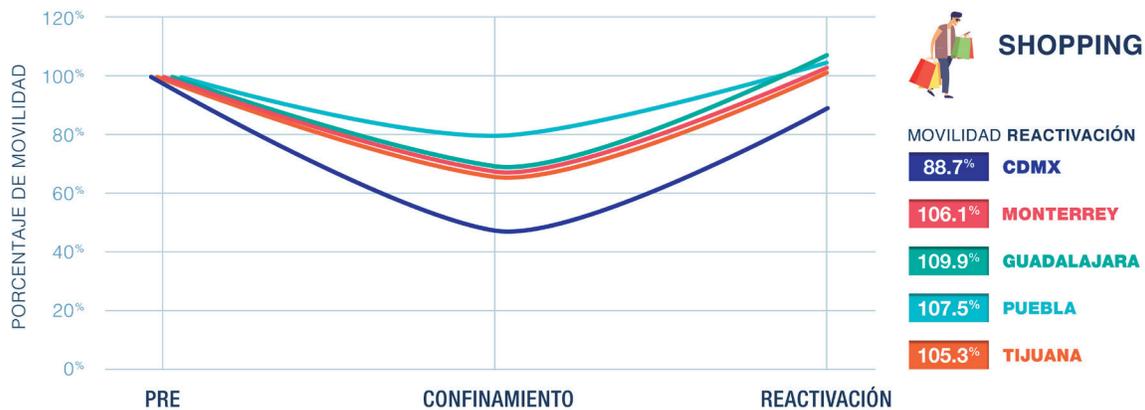
CDMX por su parte alcanzó 92,6% de su movilidad normal con proyección a una mayor recuperación luego de las disposiciones del gobierno de CDMX para iniciar la reapertura de parques al 30% de su capacidad durante el mes de junio como una medida contra el estrés generado por la cuarentena.

Ante el cierre indefinido de gimnasios que durará hasta el cambio a semáforo verde y después de más de tres meses de confinamiento, es probable que se estén dando cambios de hábitos y rutinas de ejercicio especialmente en personas del NSE ABC+ con especial inclinación hacia un estilo de vida saludable.

Este segmento, además, mantendrán un esquema de trabajo en casa. Lo anterior puede que sea un factor determinante que motivará a estas personas a buscar en espacios al aire libre y zonas recreativas una alternativa de “escape” a la sensación de encierro y con cierta seguridad que minimice sus temores de contagio por lo que será lógica la continua recuperación de esta categoría en la fase de reactivación.

Es notable recuperación de movilidad parques y lugares de recreación, incluso superando a la reportada durante el periodo de preconfinamiento: Monterrey (+13%), Guadalajara (+17%), Puebla (+14%) y Tijuana (+23%)

“Shopping”



Una de las categorías que presenta mayor recuperación durante el periodo de reactivación es “Shopping”, misma que contempla Centros Comerciales y lugares con gran concentración de actividades de este giro.

En todas las ciudades se reporta un aumento de movilidad de 60% vs. el periodo de confinamiento. Puebla es la ciudad con mayor recuperación, con aumento de 67% en la movilidad de esta categoría.

Lo anterior pudiera estar relacionado a ciertos negocios comerciales que, debido a su actividad, no cerraron puertas y se mantuvieron activos con medidas sanitarias correspondientes.

Ante la pérdida de temor al contagio y la necesidad de escape del confinamiento, es posible que sean puntos de atracción y recreación tras un periodo prolongado de encierro en el que la pérdida de aquello antes dado por sentado recobró valor y es visto con nuevos ojos.

Lo anterior pareciera estar empujando una recuperación de la movilidad al punto de superar durante la reactivación niveles de pre-confinamiento en Mty (+7%) , Gdl (+11%), Puebla (+4%) y Tij (+6%). En el caso de CDMX, la recuperación es más lenta, pero se encuentra sólo 10% por debajo de la normalidad.

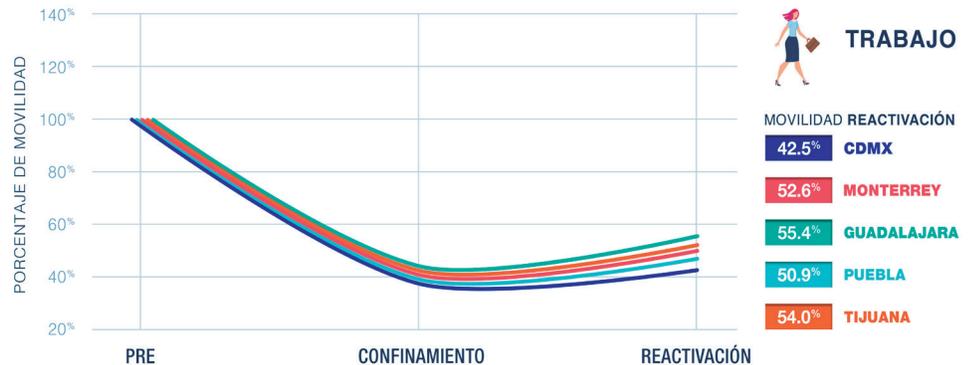
Trabajo

La categoría que agrupaba mayor movilidad en todas las ciudades durante en la fase de pre-confinamiento fue “Trabajo”.

Con más de 2/3 del total general, el impacto del confinamiento redujo la categoría a más de la mitad en esa fase. El teletrabajo o home office ha impactado fuertemente durante el confinamiento y es una práctica que continúa en muchos sectores durante la reactivación.

Durante la etapa de reactivación en Guadalajara y Tijuana esta categoría ha presentado una mayor recuperación, con un aumento de movilidad de 9 y 10 puntos porcentuales respectivamente. Probablemente esto se deba a la actividad económica de ambas regiones. Sumado a esto, en el caso de Guadalajara se ha propiciado el regreso al trabajo con la implementación de horarios escalonados por cada sector comercial.

CDMX es en esta categoría es la ciudad con recuperación más lenta: la movilidad en este segmento cayó a 40,9% en la etapa de confinamiento y ha empezado una leve recuperación en la etapa de reactivación, alcanzando 42.5% de su movilidad.



Sin embargo, los cambios en formatos presenciales de trabajo parecen impactar la movilidad de otras categorías de cara a la reactivación; especialmente a las que involucran recreación y consumo como formas de escape del confinamiento.

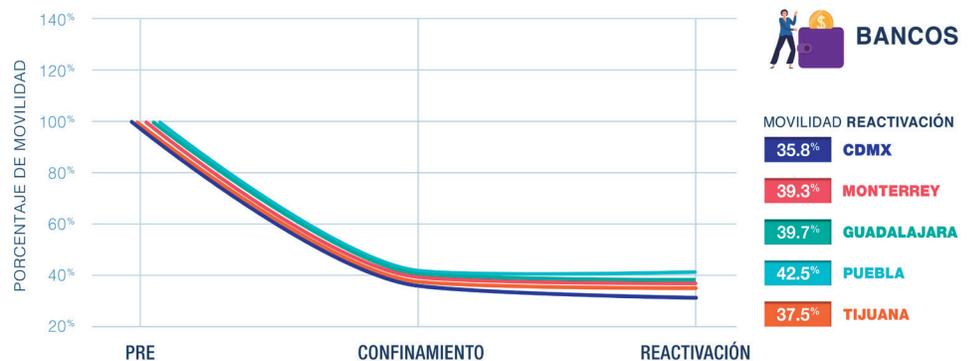
Los cambios en formatos de trabajo parecen impactar la movilidad de otras categorías; especialmente a las que involucran recreación y consumo como formas de escape.

Bancos

Durante la etapa de confinamiento la movilidad de esta categoría bajó a más de la mitad durante la etapa de confinamiento en todas las ciudades reportadas.

Sin embargo, lo resaltante es que en la etapa de recuperación ha continuado la tendencia a decrecer en todas las ciudades al presentando niveles movilidad inferiores al 40% en todos los casos.

Lo anterior podría deberse a que las personas que aún asistían al banco en el pre-confinamiento, probablemente, han vencido su resistencia al uso de la tecnología y encontrado en las operaciones online una vía para reducir las operaciones presenciales.



Además, las sucursales bancarias mantienen medidas sanitarias para evitar contagios, por lo que se ve necesaria la atención previa cita para evitar la aglomeración de personas.

CONCLUSIONES, DE CARA AL REGRESO A LA NORMALIDAD

Tras un periodo de confinamiento por la pandemia global de Covid-19 en el que se llevaron a cabo medidas gubernamentales a nivel nacional para prevención de contagios, se vieron temporalmente afectadas la movilidad y actividades normales en México.

Sin embargo, tras una primera etapa de reactivación en el país, la evidencia confirma la recuperación de la movilidad en todas las plazas, grupos y casi todas las categorías tomadas en consideración para el estudio.

En cuatro de las cinco ciudades, se reporta el alcance de más de 65% de movilidad normal. Si bien la única excepción a lo anterior es CDMX, donde a la recuperación es más lenta, la capital presentó una tendencia positiva de 7 puntos porcentuales que llega a ser también significativa dado el volumen de personas de su población.

Las características particulares de México, la distribución de sus niveles socioeconómicos y las actividades informales que están asociadas a la base de la pirámide, empujan inexorablemente a una recuperación de actividades y por tanto de la movilidad normal en estos grupos.

Puede afirmarse entonces que, dadas sus particularidades, México está a pasos de una normalidad no muy diferente de lo ya conocido —al menos en cuanto a movilidad— pero con algunos nuevos hábitos y preferencias que responden a las nuevas necesidades de una población con más miedo a la inactividad que al virus.

Dado lo anterior, es notorio el comportamiento y restauración más rápida de movilidad de algunos puntos de interés por encima de otros.

Pese a que la categoría de trabajo no ha presentado una recuperación significativa, los nuevos formatos laborales a distancia desde casa pudieran estar propiciando un restablecimiento de movilidad en puntos de interés cuyas actividades están asociadas con recreación, consumo y ocio como escape del confinamiento.

México está a pasos de su normalidad en movilidad, con algunos nuevos hábitos y preferencias que responden a las nuevas necesidades de una población con más miedo a la inactividad que al virus.

Entre éstas, resultan lugares de consumo y parques como las más beneficiadas. Por su parte, shopping presenta también una recuperación galopante después de un periodo en que el confinamiento limitó a compradores en la adquisición de sus bienes.

Todo lo anterior responde también a la pérdida del miedo al virus y necesidad de recuperación de normalidad en la que, además, está presente un mayor aprecio por aquello que antes se daba por sentado. Las personas que han vuelto a la calle buscan realizar sus actividades en lugares abiertos con menor riesgo de contagio.

Lo anterior se evidencia, por ejemplo, en el caso de parques y ocio cuya movilidad en la reactivación superó sus niveles reportados previo al confinamiento en cuatro de las cinco plazas analizadas. En este sentido, puede asociarse también una nueva mirada al mundo después del confinamiento.

Ahora la cotidianidad puede ser observada con otros ojos y aprecio, lo que puede representar mayor impacto y valor de OOH ante una normalidad que no dejará de ser ajetreada y convulsa en sus actividades y desplazamientos.

Referencias

- **García, M.** (17 de abril de 2020). Revista Entrepreneur. "Así es como el consumidor mexicano se siente frente a la pandemia por el COVID-19". Disponible en: <https://www.entrepreneur.com/article/349413>
- **Instituto Nacional de Estadística y Geografía.** (29 de abril de 2020). "Estadísticas a propósito del día del trabajo datos nacionales". Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2020/trabajoNal.pdf>
- **Malacara, N.** (6 de abril de 2020). Revista Expansión. "Los repartidores aumentan su actividad durante la cuarentena". Disponible en: <https://expansion.mx/carrera/2020/04/06/los-repartidores-aumentan-su-actividad-durante-la-cuarentena>
- **National Geographic.** (16 de marzo de 2020) "El Coronavirus y la compra compulsiva". Disponible en: https://www.nationalgeographic.com.es/ciencia/coronavirus-y-compra-compulsiva-papel-higienico_15318
- **Reveles, A.** (Mayo 2020). "Estudios Fintonic: Cae 74% consumo de en restaurantes por coronavirus; en apps sube hasta 80%". Disponible en: <https://blog.fintonic.mx/estudios-fintonic-consumo-apps-comida-durante-covid-19/>
- **Revista Expansión.** (30 de junio de 2020). "Se unen 1.9 millones de mexicanos a la informalidad en mayo". Disponible en: <https://expansion.mx/economia/2020/06/30/personal-ocupado-industria-exportacion-cae-2-1-abril>
- **Revista Forbes.** (27 de mayo de 2020). "CDMX abrirá parques en junio para combatir estrés". Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/noticias-cdmx-abrira-parques-estres-confinamiento/>