

BIG DATA DEL REGRESO A CLASES EN YUCATÁN

www.segmentos-research.com

24 Agosto 2020



@segmentosresearch



@segmentos research

¿QUIÉNES SOMOS?

Somos una agencia de marketing e investigación de mercados líderes en la generación de conocimiento para las marcas en la región sureste del país.

Formamos parte de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública ·AMAI· que integra a las empresas más importantes de inteligencia comercial en el país.

En Segmentos Research diseñamos, realizamos y analizamos conversaciones de las marcas con sus mercados.



Metodología.

Comunidad digital con 400 padres de familia en Yucatán.

14-16 de agosto.

Segmentos Research.

www.segmentos-research.com



@segmentosresearch



@segmentos research

El 8% de los gastos de los hogares yucatecos son los relacionados en la educación de sus hijos.

Segmentos Research



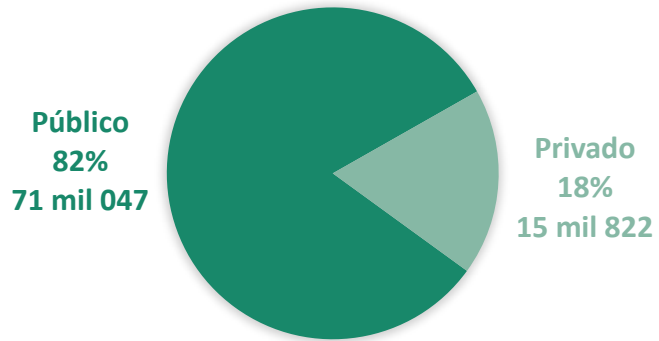
@segmentosresearch



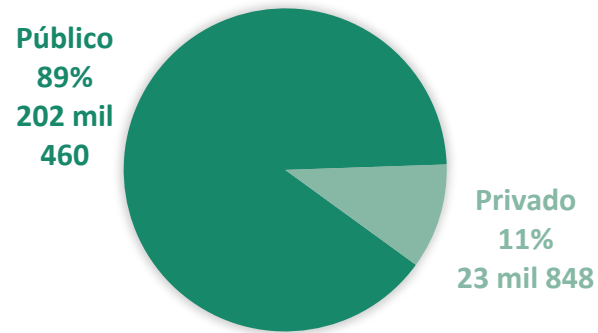
@segmentos research

MATRICULA POR NIVEL EDUCATIVO Y POR SISTEMA EDUCATIVO EN YUCATÁN

EDUCACIÓN PREESCOLAR



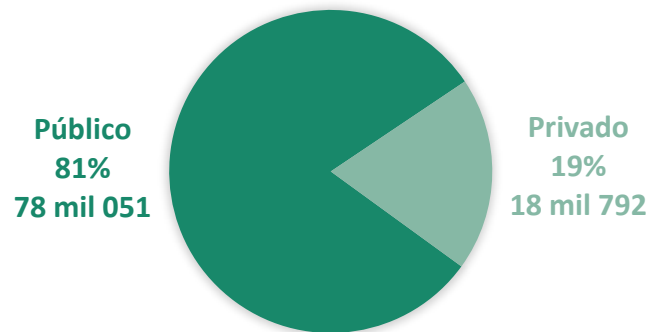
EDUCACIÓN PRIMARIA



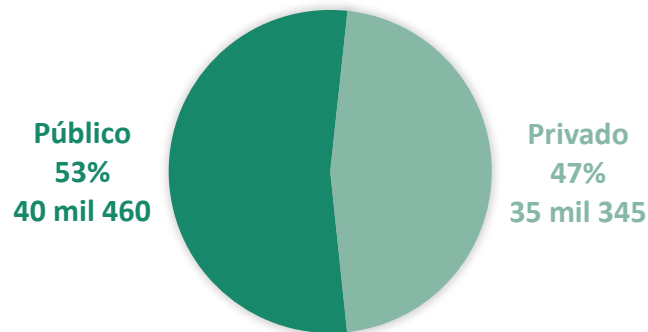
EDUCACIÓN SECUNDARIA



EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR



EDUCACIÓN SUPERIOR



ANTES DEL COVID19

EXISTÍAN MÁS DE 100 MIL ESTUDIANTES EN COLEGIOS PRIVADOS EN YUCATÁN.



Fuente: Secretaría de Educación Pública (SEP).

PRINCIPALES ERRORES QUE EXPERIMENTARON EN LAS CLASES EN LÍNEA DURANTE EL CIERRE DEL CURSO ESCOLAR

¿Cómo fue su experiencia en las clases virtuales?

Error de la plataforma. 35%

Falta de control del profesor frente al grupo digital. 62%

Materiales escolares improvisados. 54%

Fallas de conexiones a internet. 42%

Falta de computadora. 21%



n= comunidad digital de 400 padres de familias en Yucatán.

ENTRE 35 Y 40 MIL ESTUDIANTES YUCATECOS DEJARON LOS COLEGIOS PRIVADOS



¿ Continuarán sus hijos en escuelas privadas?

**POR EL IMPACTO DEL COVID19 SE ESTIMA
QUE EN YUCATÁN UN 32% DE LOS
ESTUDIANTES SE CAMBIÓ AL
SISTEMA PÚBLICO.**

**Comunidad Digital
Segmentos Research**

n= 200 padres de familia con hijos en escuelas privadas antes del COVID19



@segmentosresearch



@segmentos research

PRINCIPALES RAZONES DE CAMBIO DEL SISTEMA PRIVADO AL SISTEMA PÚBLICO

32% de los padres que decidieron cambiar a sus hijos de escuelas privadas a públicas.

62%.

Relación precio-calidad.

Las escuelas privadas no garantizan calidad de enseñanza a través de INTERNET.

52%.

Economía familiar. Bajaron los ingresos en los hogares.

35%

Las escuelas no bajaron sus colegiaturas.

n= 64 padres de familia.



@segmentosresearch



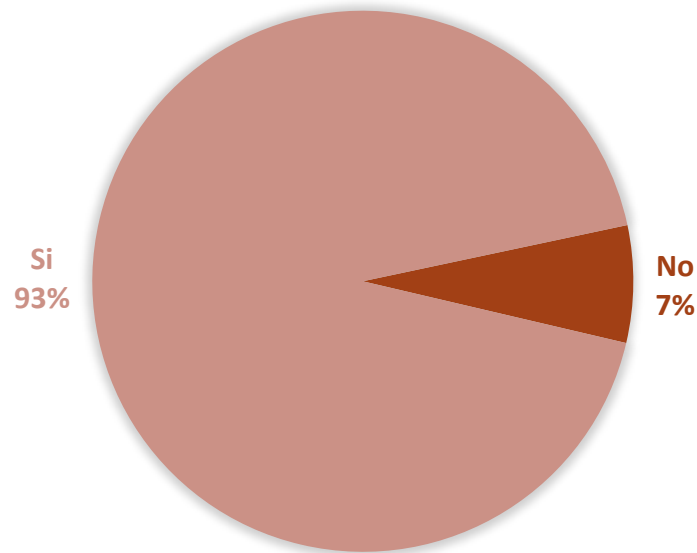
@segmentos research

SISTEMA TEMPORAL DE TV EDUCACIÓN

Por la contingencia sanitaria el regreso a clases será por TV para el sistema educativo público.
Usted como padre de familia ¿está a favor o en contra? **Segmentos Research**

92%. A FAVOR.
8% . EN CONTRA

TELEVISIÓN EN YUCATÁN

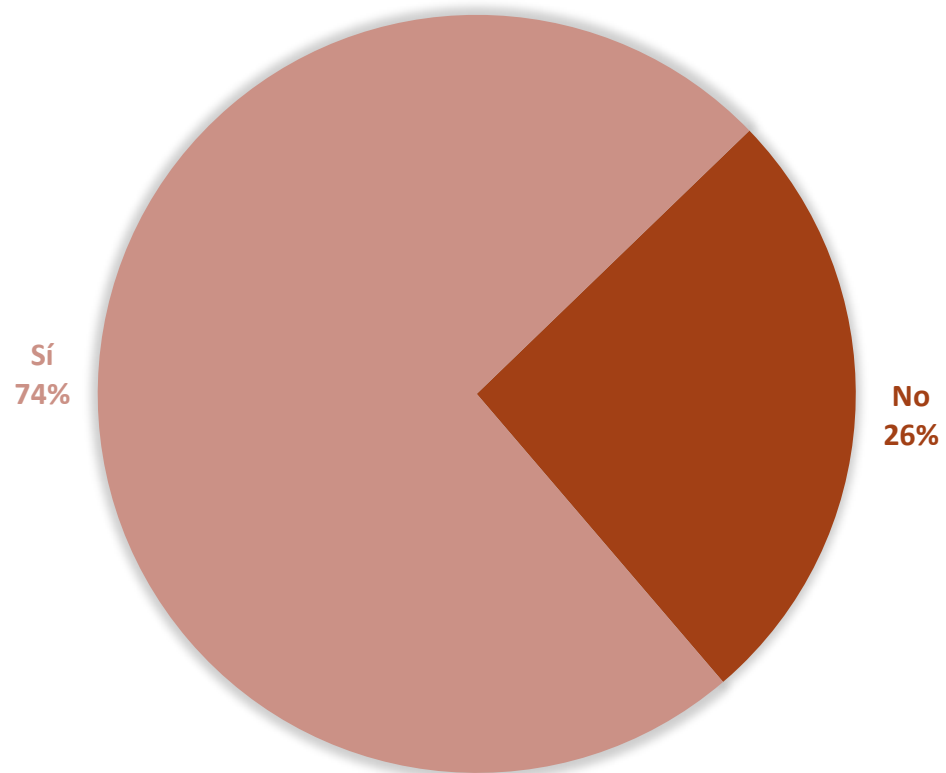


En Yucatán hay **565 mil 015 hogares**, de los cuales el 93% tiene TV y el 7% restante no tiene TV.

Fuente: Instituto Federal de Telecomunicaciones



TELEVISIÓN DE PAGA EN YUCATÁN



En Yucatán hay 565 mil 015 hogares, de los cuales el **74%** tiene TV de paga y el 26% restante no tiene TV de paga.

Fuente: Instituto Federal de Telecomunicaciones



@segmentosresearch



@segmentos research



En Yucatán el **47%** de los hogares NO tiene acceso a INTERNET.

Los 3 operadores que tienen el mercado de INTERNET en Yucatán son América Móvil con el 50%; Grupo Televisa con el 42% y con el 8% Total Play.

En Mérida, capital del estado, el 89% de los hogares tiene servicio de INTERNET.

Otras ciudades clave:

Progreso. 77%

Valladolid. 44%

Tizimín. 23%

Tekax. 16%

Izamal. 22%



INSIGHTS

“Democracia tecnológica vs la construcción de nuevo hábito educativo”

El modelo temporal educativo basado en el uso de la televisión, internet, teléfonos inteligentes y las redes sociales representa una disrupción para México y nuestro estado.

El uso de estas tecnologías para la mayoría de los yucatecos no es nuevo: uso de redes sociales con el 86% de penetración, el 97% de uso de celulares y el 93% con la televisión en sus hogares. El reto será ¿Cómo usarlos para el principal activo o patrimonio intelectual de los ciudadanos para mejorar su calidad de vida? **Ahora hay que usarlos además del entretenimiento, para la EDUCACIÓN.**

El 94% de los padres de familia considera que la **EDUCACIÓN** de sus hijos representa **SUPERACIÓN** y la **OPORTUNIDAD** de mejorar su calidad de vida.

El gobierno federal ante las cifras de una debilidad tecnológica de INTERNET en los hogares del país, optó ,al menos para escuelas públicas,por la herramienta de la Televisión. Estrategia que el 92% de los padres de familia consideran un acierto. Un 8% considera que lo mejor era suspender las clases hasta que sean presenciales.



En el caso de Yucatán el 7 de cada 10 hogares tiene servicio de TV de paga, un dato estratégico que apoyará el modelo de regreso a clases utilizando la Televisión.

Los datos del estudio revelan que para el 80% de matrícula de los estudiantes en Yucatán su modelo estará basado en la televisión al estudiar en colegios públicos. Sin embargo se usarán como medios auxiliares las redes sociales y teléfonos inteligentes. El INTERNET como en cada ciclo escolar será una herramienta de competitividad.

En Yucatán el 47% de los hogares NO tiene acceso a INTERNET, reto gubernamental en conectividad. Principalmente en municipios del interior del estado. En Yucatán hay 106 ayuntamientos con el 42% en situaciones de pobreza.

Los colegios privados de Yucatán en opinión de los padres de familia con hijos en sus escuelas, tienen el reto de mejorar su calidad en educación en línea con plataformas propias y no gratuitas, además de su estrategia pedagógica. 7 de cada 10 padres de familia observó improvisación en el cierre del ciclo escolar.

EL PRINCIPAL RETO NO ES EL TECNOLÓGICO, SERÁ EL DE CONSTRUIR UN HÁBITO DE APRENDER DIFERENTE: Estudio sin supervisión de la vieja escuela, atracción de contenidos interactivos y el deseo de aprender.



ANÁLISIS & MONITOREO DE MERCADOS EN YUCATÁN



AYUDAMOS A LAS EMPRESAS A ENTENDER LA NUEVA NORMALIDAD COMERCIAL
Y SU IMPACTO EN LOS NEGOCIOS