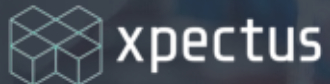


ANÁLISIS DE COMPORTAMIENTO DIGITAL: SECTOR DE BEBIDAS EN LA ÉPOCA DEL CORONAVIRUS EN MÉXICO

01 de Enero al 31 de Mayo de 2020



ACTIVIDAD DE LA CONVERSACIÓN | 01 DE ENERO AL 31 DE MAYO

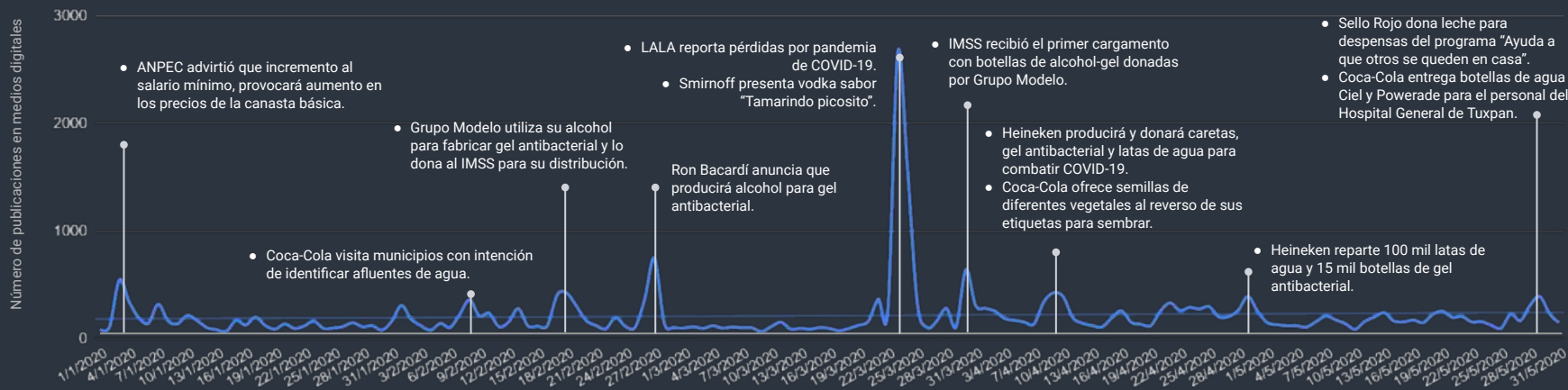
Principales hitos y tendencias registradas durante la conversación.



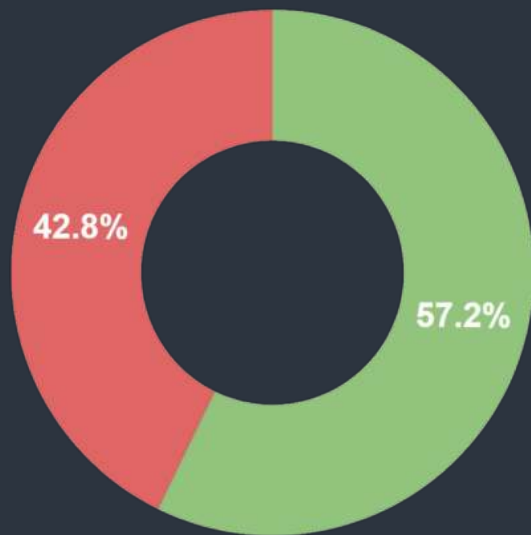
32,732 menciones en medios digitales



26,050 usuarios de medios digitales



ACTITUD DE LA CONVERSACIÓN



Positiva ● Negativa

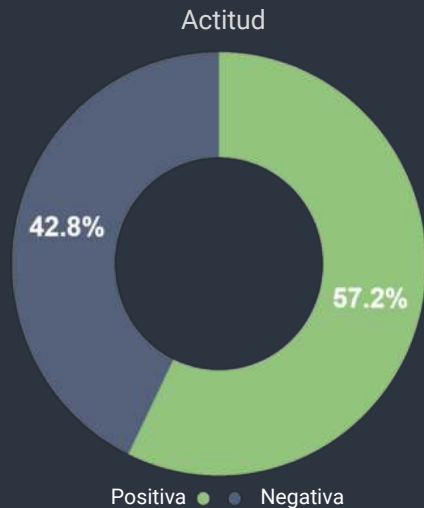
La **actitud** de la conversación es **positiva** con el **57.2%** de los mensajes, gracias a las **donaciones** de las empresas para contribuir al combate del **COVID-19**.

Palabras clave



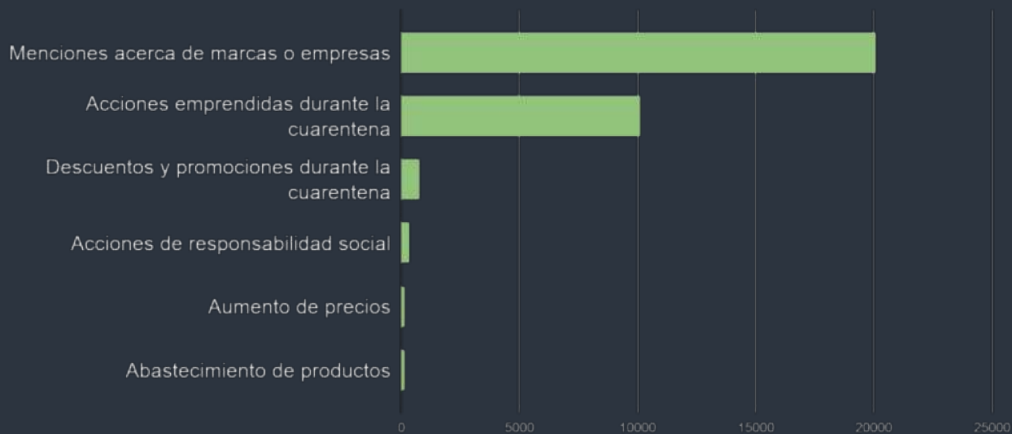
- Destacan las **palabras clave** relacionadas con la producción y donación de insumos para el combate al coronavirus por parte de las empresas y marcas.
- **Empresas** que donan en **especie** sus productos para **apoyar a personas** que no pueden acceder a ellos por el **impacto económico** de la **cuarentena**.
- Menciones sobre aumento en los **precios**, el **abastecimiento** y la calidad de los productos **debido a su caducidad**.

LÍNEAS DISCURSIVAS POSITIVAS DE LA CONVERSACIÓN

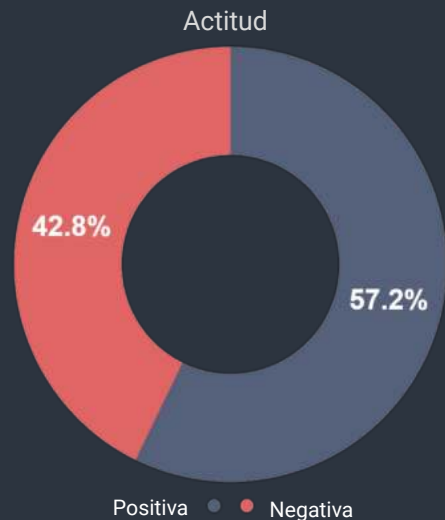


Las **líneas discursivas positivas** de la conversación están relacionadas las acciones emprendidas por la empresas o las marcas durante la cuarentena.

- **Menciones positivas** de las **empresas y marcas** que hicieron **donaciones** de productos o de insumos como **gel antibacterial** y otros materiales.
- Las personas **aprueban** a las **empresas y marcas** que han ofrecido **descuentos y promociones** durante la cuarentena.
- Algunas menciones en favor de **empresas** que no aumentaron sus **precios** o que **mantienen el abasto** de sus productos.

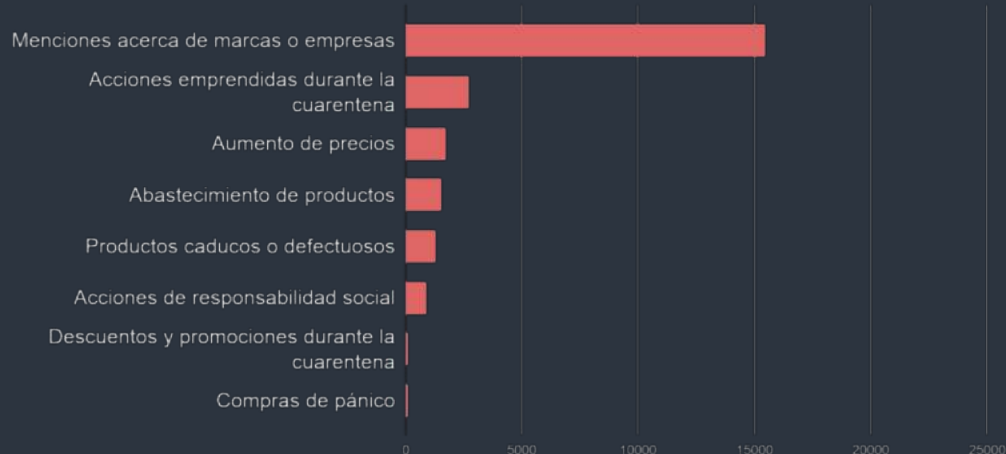


LÍNEAS DISCURSIVAS NEGATIVAS DE LA CONVERSACIÓN

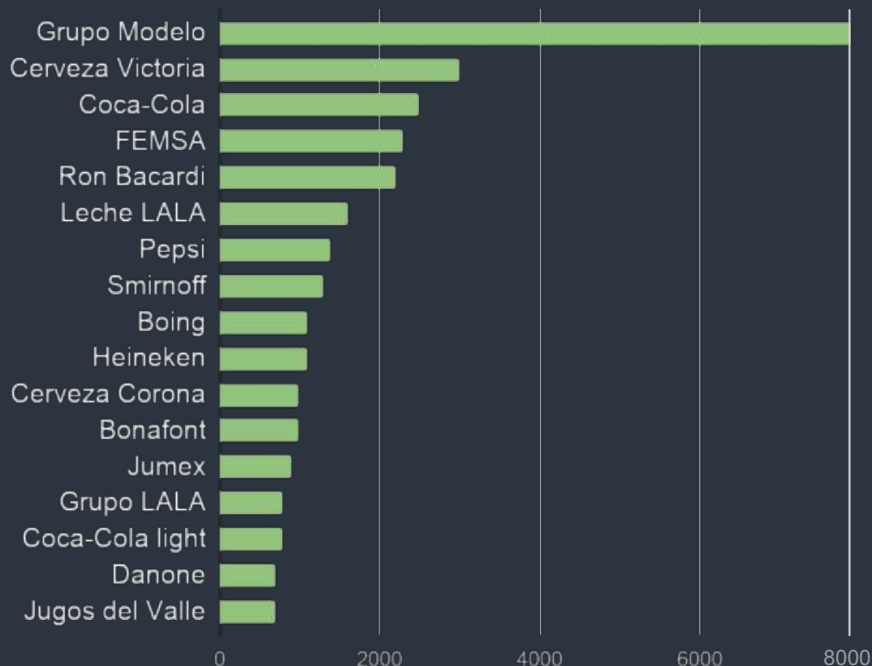


Las **líneas discursivas negativas** se centran en **quejas y críticas** sobre la calidad de los productos, los precios y su abastecimiento, además del involucramiento de las empresas y marcas en actividades de responsabilidad social.

- Destacan **menciones negativas** de los usuarios, sobre las **empresas** o **marcas** y sus productos.
- Los usuarios critican el poco apoyo de algunas empresas o marcas durante la cuarentena y algunas de sus políticas de responsabilidad.
- Las personas se quejan por el aumento de precios en los productos y por desabastecimiento en tiendas.

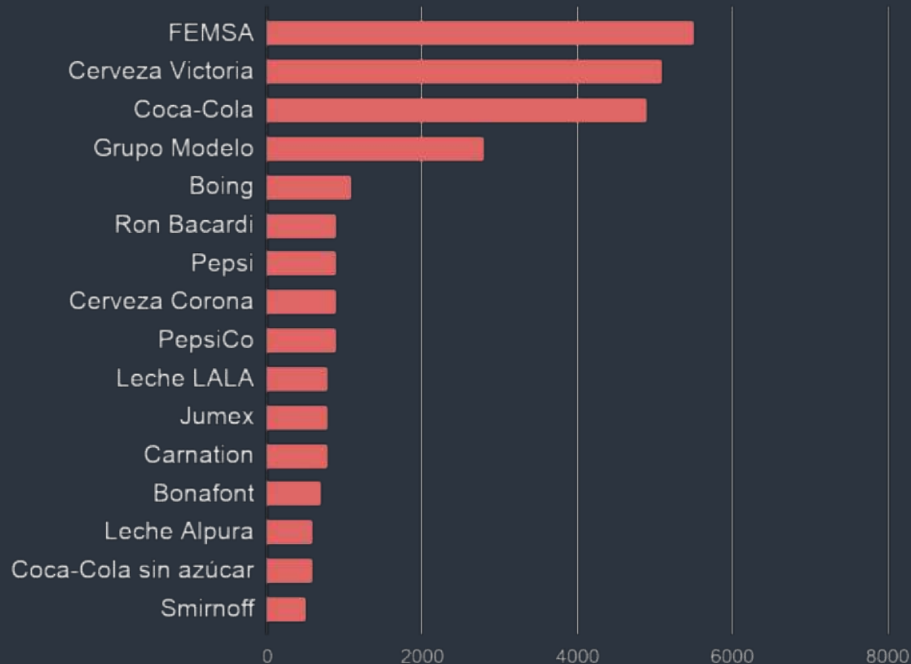


LÍNEAS DISCURSIVAS A FAVOR DE LOS STAKEHOLDERS



- Tanto **Grupo Modelo** como **Ron Bacardí** anunciaron la producción de **gel antibacterial** y su donativo para combatir el **COVID-19**.
- Usuarios reconocen las políticas laborales de FEMSA durante la cuarentena, tales como mantener los empleos de 17 mil empleados enviándolos a casa con goce de sueldo.
- **LALA** anunció la **compra de leche** a pequeños productores y la contratación de **trabajadores temporales** por aumento de demanda.

LÍNEAS DISCURSIVAS EN CONTRA DE LOS STAKEHOLDERS



- **FEMSA** recibe quejas por la **venta de productos** que están relacionados con enfermedades como **obesidad y diabetes**, como **Coca-Cola** y por la producción de envases de **PET**.
- Algunos usuarios emiten quejas hacia **Grupo Modelo** por mantener su **fuerza de venta**, pese a las medidas sanitarias y por el **desabasto** de sus productos.
- **Pascual** recibe críticas por no poder restablecer el abastecimiento de **Boing** y de otros productos.

DETALLE POR SEGMENTOS

01 de enero al 31 de mayo de 2020

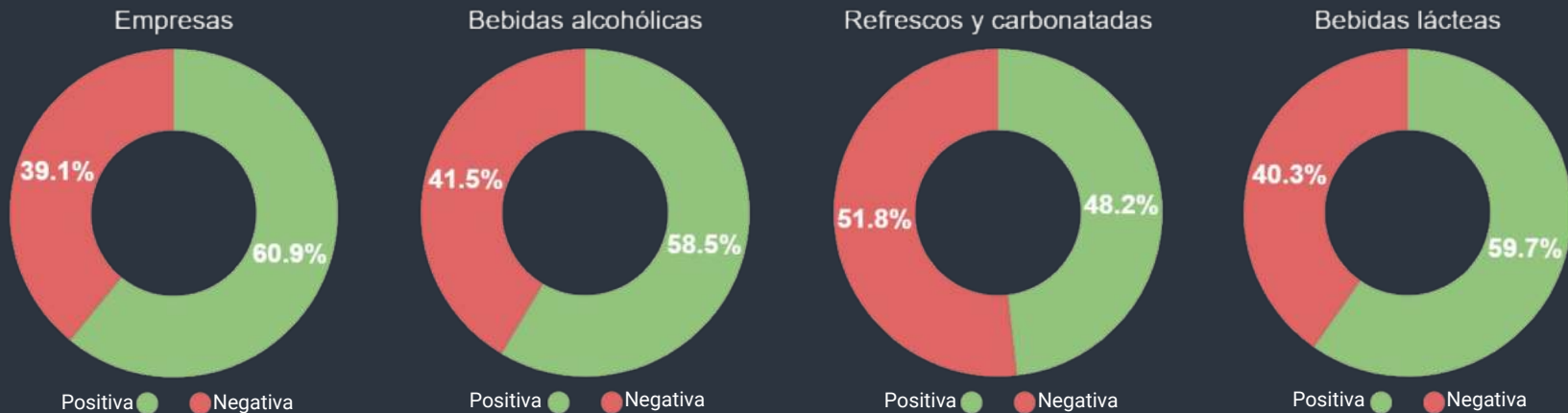


metrics



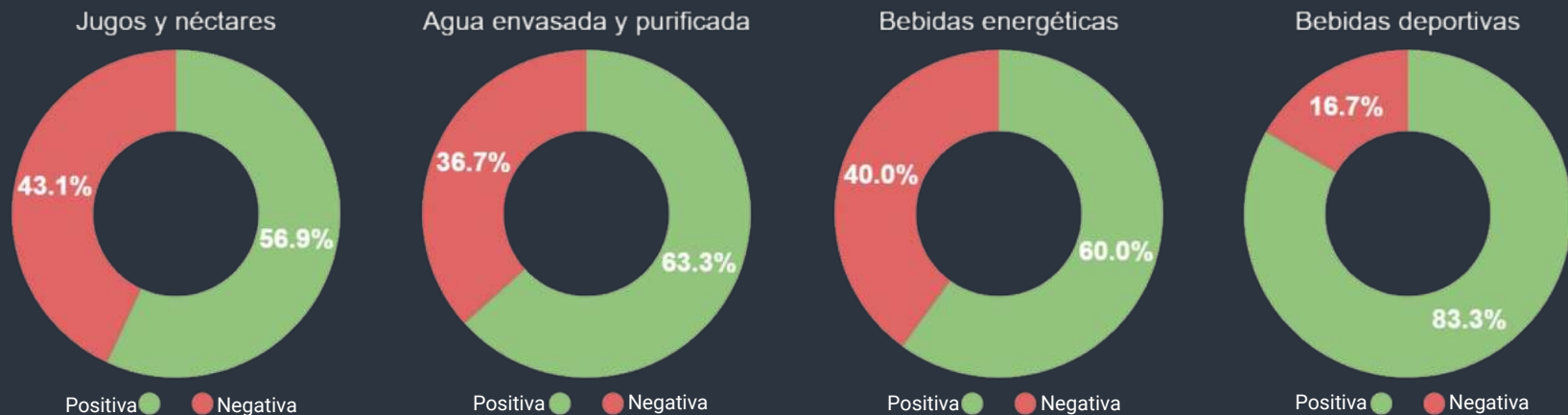
xpectus

ANÁLISIS DE ACTITUD DE LOS SECTORES



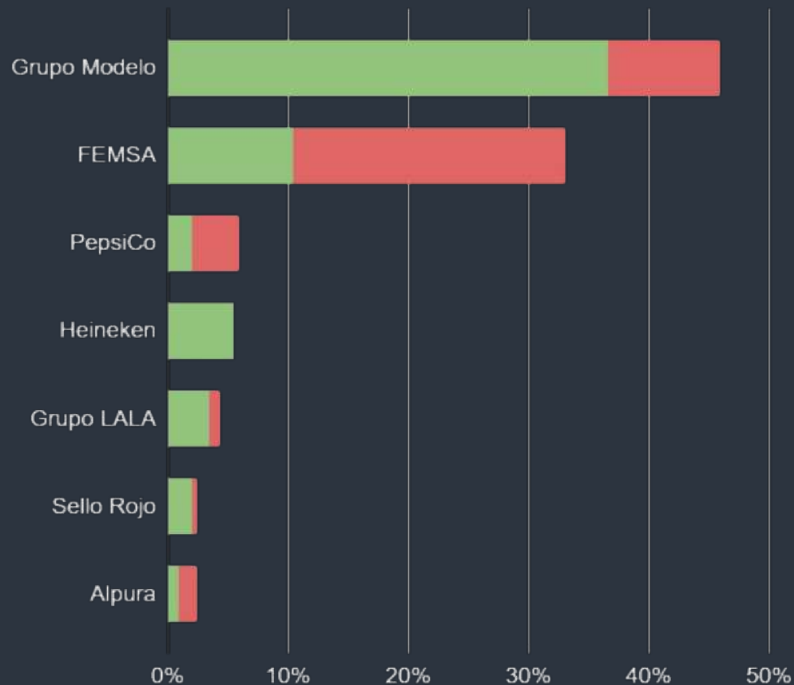
- El sector de **refrescos y bebidas carbonatadas** es el que cuenta con mayor número de menciones en contra, destacando **FEMSA** por críticas hacia sus **productos azucarados** que están relacionados con **enfermedades crónicas** y por la cantidad de **envases de PET** utilizados en éstos.
- Los usuarios se quejan del sector de **bebidas lácteas** por la venta de **productos caducos** en las tiendas y por los **aumentos de precios** de algunas marcas.
- La actitud hacia el segmento de **bebidas alcohólicas** es negativa a causa del **desabasto en supermercados y tiendas**, en el caso de productos como la **cerveza** y por el **aumento en el precio** de estos.
- Empresas como **Grupo Modelo** y **Ron Bacardí** ganan percepción positiva por su iniciativa de producción de **gel antibacterial** con el objetivo de apoyar durante la cuarentena por **COVID-19**.

ANÁLISIS DE ACTITUD DE LOS SECTORES



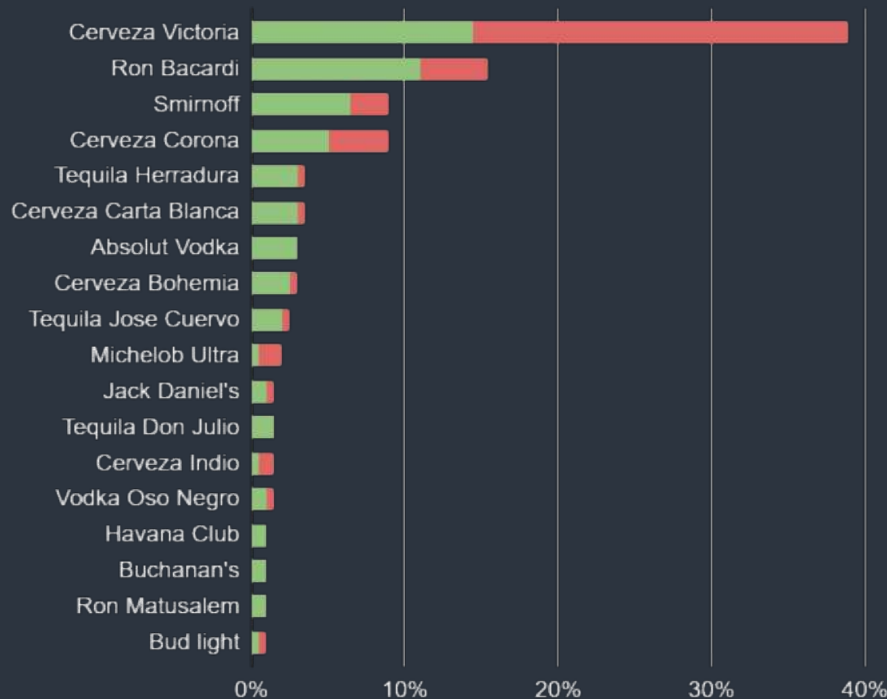
- Las empresas y marcas de **bebidas deportivas** son el segmento con mayor cantidad de menciones a favor, gracias a iniciativas como la **donación de productos** a personal **médico** que atiende a **personas infectadas** por COVID-19.
- El segmento de **jugos y néctares** recibe menciones en contra, a causa de **aumento en los precios** de sus productos y por problemas en el **abastecimiento**.
- Las marcas y empresas del segmento de **agua envasada y purificada** tienen buena percepción entre los usuarios por iniciativas como las **donaciones de productos** de agua al **personal del sector salud**.

ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR



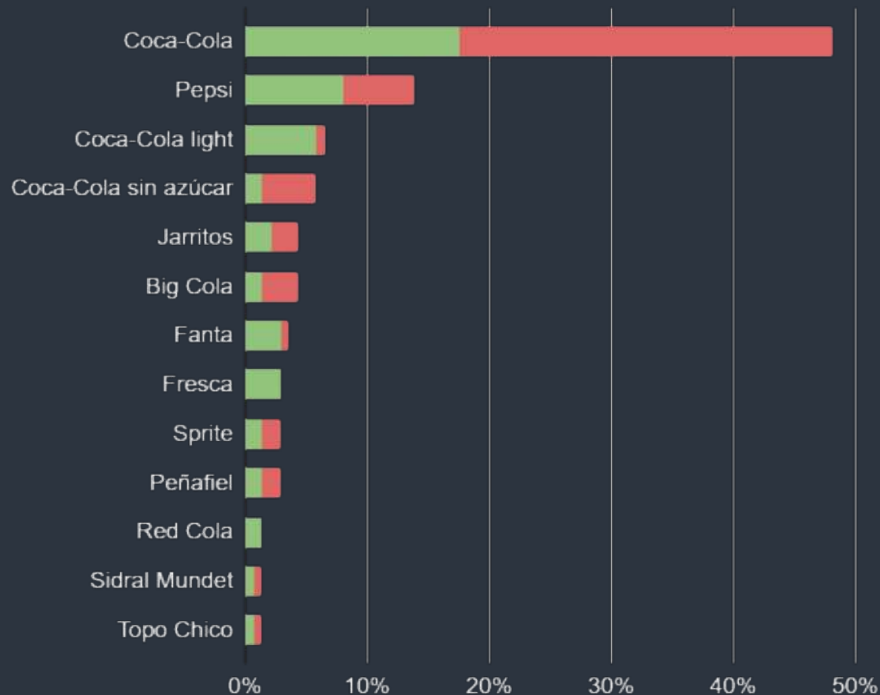
- La mayor proporción de **menciones positivas** del sector, se concentran en **Grupo Modelo**, gracias a las distintas **donaciones e iniciativas** para combatir la pandemia.
- Usuarios hacen críticas a **FEMSA** por promocionar sucedáneos de **leche materna**, aprovechando la pandemia.
- PepsiCo recibe **críticas** por parte de los usuarios, ya que sus **bebidas azucaradas** aumentan el riesgo de padecer **enfermedades** crónicas.
- **Heineken** lanza iniciativa para **donar botellas** de gel **antibacterial**, así como **caretas** y latas de agua para apoyar a **personas vulnerables**.
- Las personas perciben como **positivas** las iniciativas de **Fundación LALA** y **Sello Rojo** por entregar apoyos de **litros de leche** a familias vulnerables.

ANÁLISIS DEL SEGMENTO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS



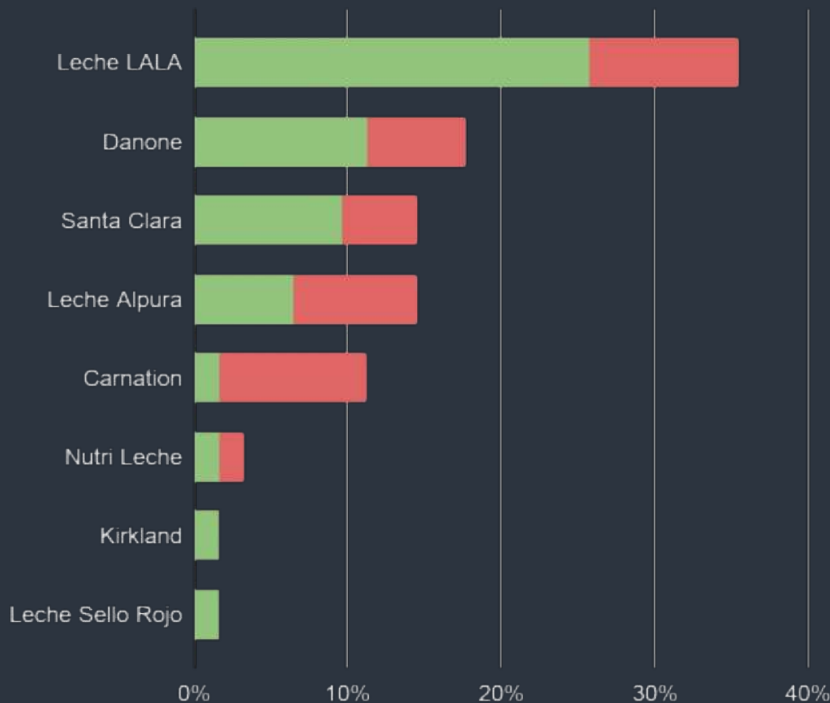
- **Cerveza Victoria**, acumula la mayor proporción de **menciones negativas** a causa del **desabasto y aumento de precios** provocados por la contingencia.
- **Cerveza Corona** recibe menciones positivas por su iniciativa de **vender latas a mitad de precio** durante la **contingencia**.
- **Ron Bacardí** recibe menciones favorables al cambiar su producción de alcohol con otra de **desinfectante para manos**.

ANÁLISIS DEL SEGMENTO DE REFRESCOS Y BEBIDAS CARBONATADAS



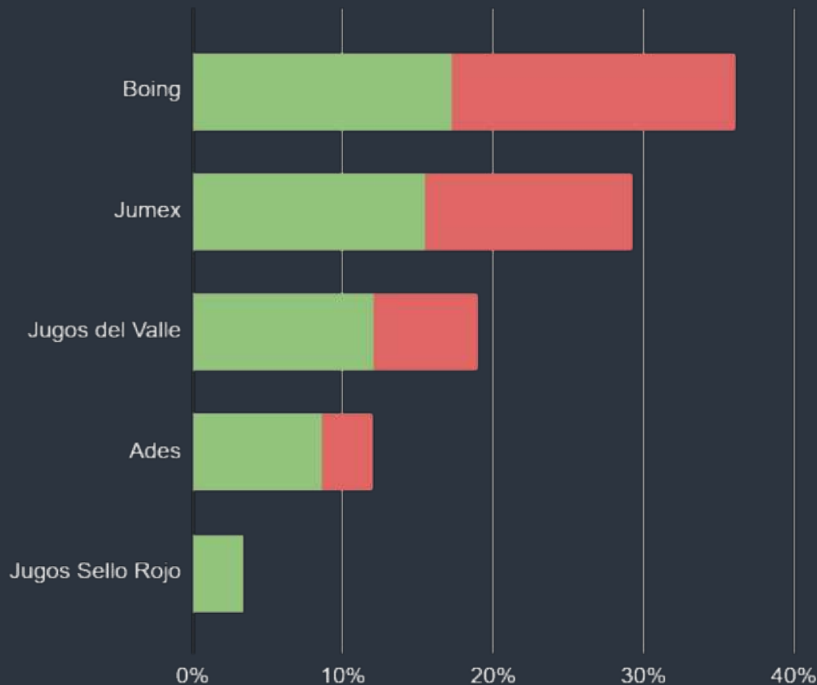
- Los usuarios hacen **menciones en contra** de **Coca-Cola**, a causa de sus **productos azucarados**, relacionados con enfermedades como **obesidad y diabetes**. Además de ser señalada como la mayor **productora de plásticos**.
- **Coca-cola, Red-cola y BIG Cola** reciben **quejas** de los consumidores por **aumentos** en sus **precios**.
- **Pepsi** recibe **menciones favorables** por su iniciativa para **distribuir leche alpura** en apoyo a personas **vulnerables**; y por su capacitación a personal en espacios 100% libres de humo de tabaco.
- **Coca-cola light**, es bien percibida por los consumidores por **no contener azúcar** en comparación con **Coca-Cola**.

ANÁLISIS DEL SEGMENTO DE BEBIDAS LÁCTEAS



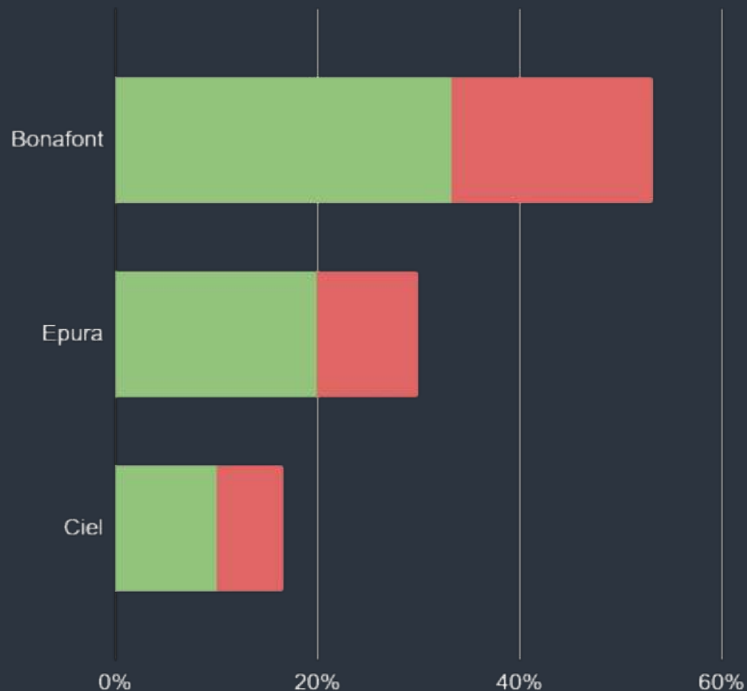
- **Leche LALA** recibe menciones favorables por **calidad y abastecimiento**, mientras que algunos usuarios se **quejan** por **aumento** en el **precio** de los productos.
- Se presentan reportes de **robo de mercancía** en **camiones de Leche LALA**.
- **Danone** es **bien percibida** por la calidad de sus **productos y abastecimiento**, además por su **campaña** donde muestran **cómo se produce** la leche para sus **yogures**, proveniente de **granjas familiares**.
- **Leche Alpura y Carnation Clavel** de Nestlé reciben quejas por **productos caducos** y de mala calidad.

ANÁLISIS DEL SEGMENTO DE JUGOS Y NÉCTARES



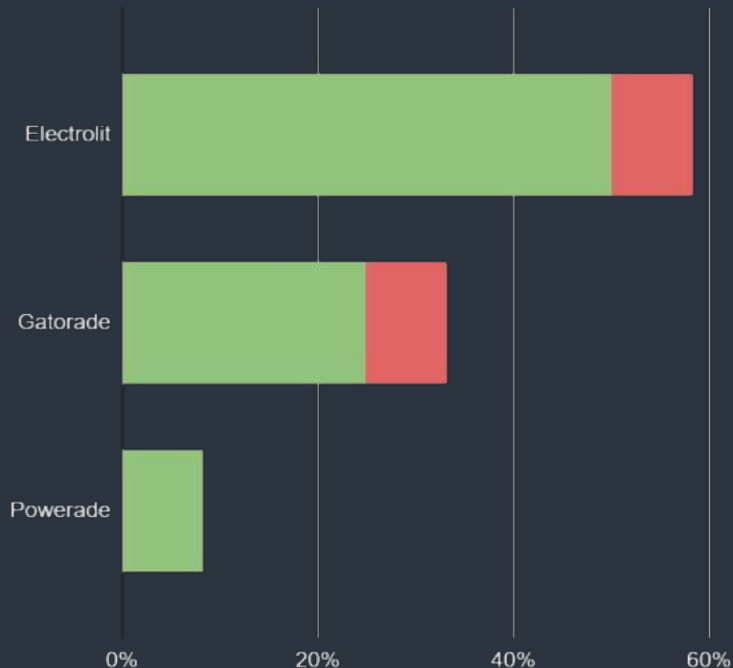
- En el segmento de jugos y néctares, destacan las **críticas** de los usuarios hacia las marcas que producen **bebidas** con altas concentraciones de **azúcar**.
- **Boing** recibe algunas menciones favorables por hacer **entregas** de producto a **domicilio**. No obstante recibe **quejas** por problemas con el **abasto de productos**.
- **Jumex** y **Jugos del Valle** reciben críticas por **aumentar sus precios** y por problemas en el **abasto** de sus productos.

ANÁLISIS DEL SEGMENTO DE AGUA ENVASADA Y PURIFICADA



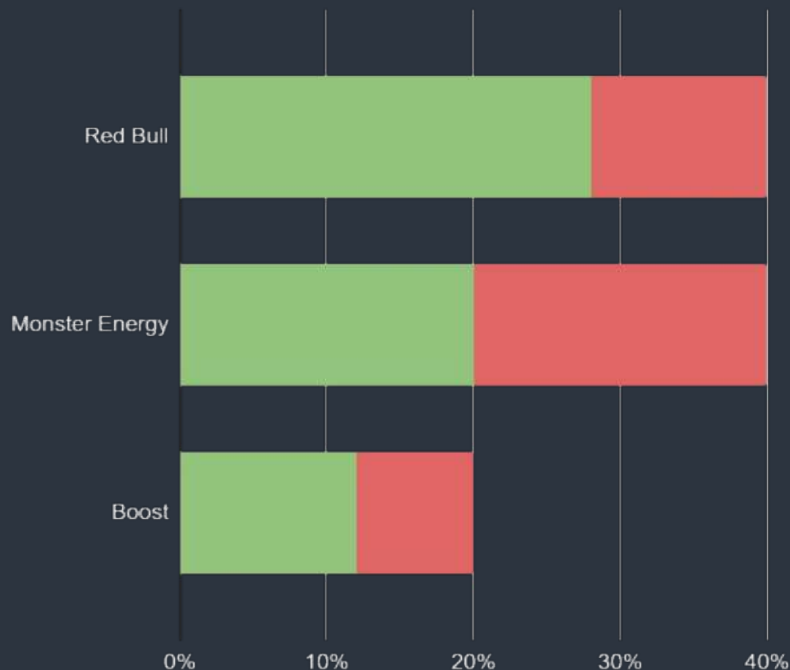
- En mayor proporción, **Bonafont** es bien percibida por los usuarios, gracias a sus **donativos de PET** para **fabricar mascarillas** para **personal médico** que atiende a pacientes con **COVID-19**.
- **Epura** recibe **menciones favorables**, gracias a la **donación** de más de **180 mil botellas** de agua a diversos **Hospitales del IMSS** en **Jalisco**.
- **Ciel** es **bien percibida** por usuarios de medios digitales, gracias a ser la única empresa que tiene una botella **100% reciclada** de otras botellas.

ANÁLISIS DEL SEGMENTO DE BEBIDAS DEPORTIVAS



- El segmento de **bebidas deportivas** es percibido de manera positiva, gracias a las **donaciones** que han hecho las marcas durante la **cuarentena**.
- Algunos usuarios perciben de **forma negativa** al segmento debido a sus **envases plásticos**.
- **Electrolit** junto con el **Club León** donaron más de 20 mil **sueros hidratantes** a **trabajadores** del campo en **Guanajuato**.

ANÁLISIS DEL SEGMENTO DE BEBIDAS ENERGÉTICAS



- El segmento de **bebidas energéticas** recibe **críticas** a causa de que sus productos contienen **altas concentraciones** de **azúcar** y otros ingredientes que se consideran **nocivos** para la salud.
- **Monster** es criticada por los usuarios, ya que contiene **altos niveles** de **niacina** y **B6** que pueden provocar **problemas en la piel**, enfermedades **gastrointestinales**, visión borrosa y **daños** en los **nervios** e **insomnio**.
- **Redbull** tiene una **percepción favorable** de sus línea de **productos**, gracias a su **sabor** y **disponibilidad**.



metrics

metricser.com

Si quieres ver más análisis como este visita:

<https://www.metricser.com/exclusive/>



@Metricsers



/Metricsers



/Metricsers



Metricers