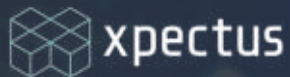


ANÁLISIS DE COMPORTAMIENTO DIGITAL:

Sector de alimentos.

Periodo de medición 1 de marzo al 31 de agosto, 2020.

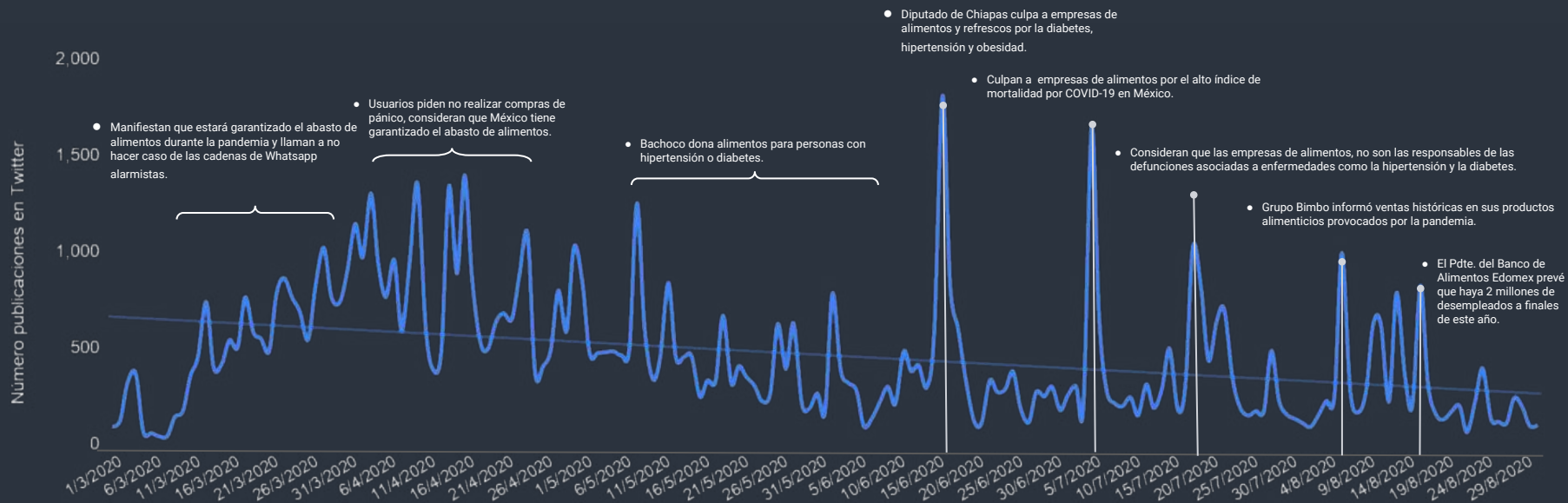


ACTIVIDAD DE LA CONVERSACIÓN | 1 DE MARZO AL 31 DE AGOSTO

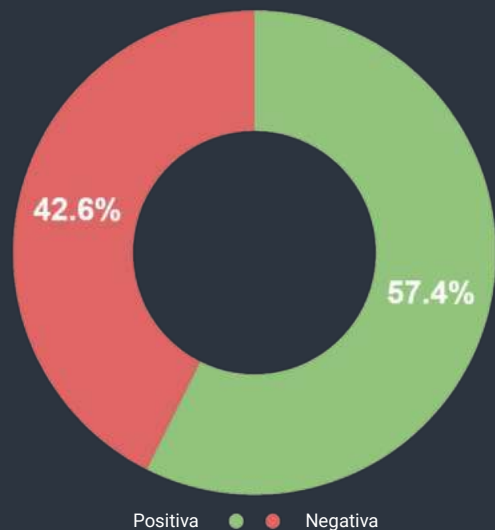
Principales hitos y tendencias registradas durante la conversación.

 **75,359** menciones en medios digitales

 **41,215** usuarios de medios digitales



ACTITUD DE LA CONVERSACIÓN



En la conversación positiva predominan mensajes sobre las **campañas** y **donaciones** que las empresas han creado para **contribuir** los efectos colaterales de la **pandemia**.

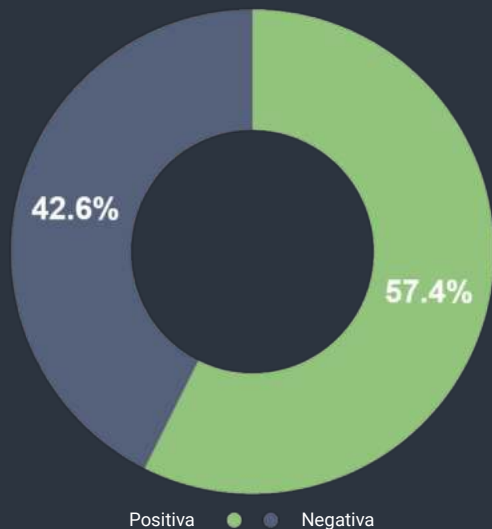
El **42.6%** mantiene **críticas** hacia las **acciones** que las **empresas** han realizado **durante** la **contingencia** como el **cierre de operaciones** que ha dejado a **trabajadores sin goce de sueldos** o los **casos positivos a COVID-19** registrados en las **instalaciones**.

Palabras clave



Dentro de la conversación sobresalen términos como “**millones de mexicanos**”, “**Falta de Alimentos**”, “**Primera necesidad**”, esto se debe a que durante la contingencia se detectó escasez de alimentos de primera necesidad debido a compras de pánico. Además se observa a diversas empresas que hicieron campañas para el “**abastecimiento de alimentos**” de familias y empleados del sector salud.

LÍNEAS DISCURSIVAS POSITIVAS DE LA CONVERSACIÓN



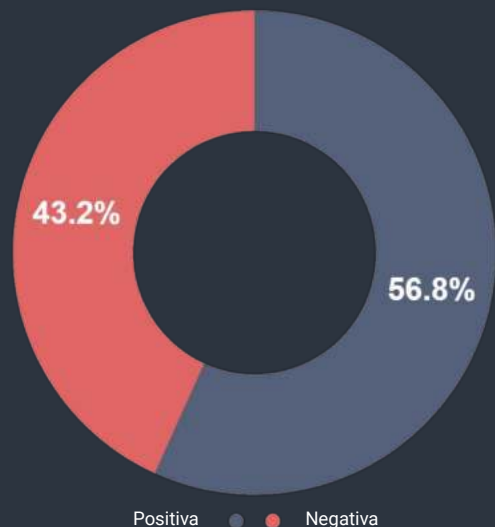
Positiva ● Negativa

Las líneas discursivas de la conversación se relacionan principalmente con las **acciones emprendidas por las empresas** y las **marcas durante la pandemia**.

- Agradecen las **donaciones monetarias** y de **productos alimenticios** realizadas por las **empresas** y **marcas** en ayuda a las **familias afectadas** por la **pandemia**.
- Las personas **aprueban** las **campañas** que están llevando a cabo las empresas de **alimentos** para **combatir el COVID-19**.
- Usuarios **defienden a marcas** y **empresas** relacionadas con las **muerres** por **COVID-19**.



LÍNEAS DISCURSIVAS NEGATIVAS DE LA CONVERSACIÓN

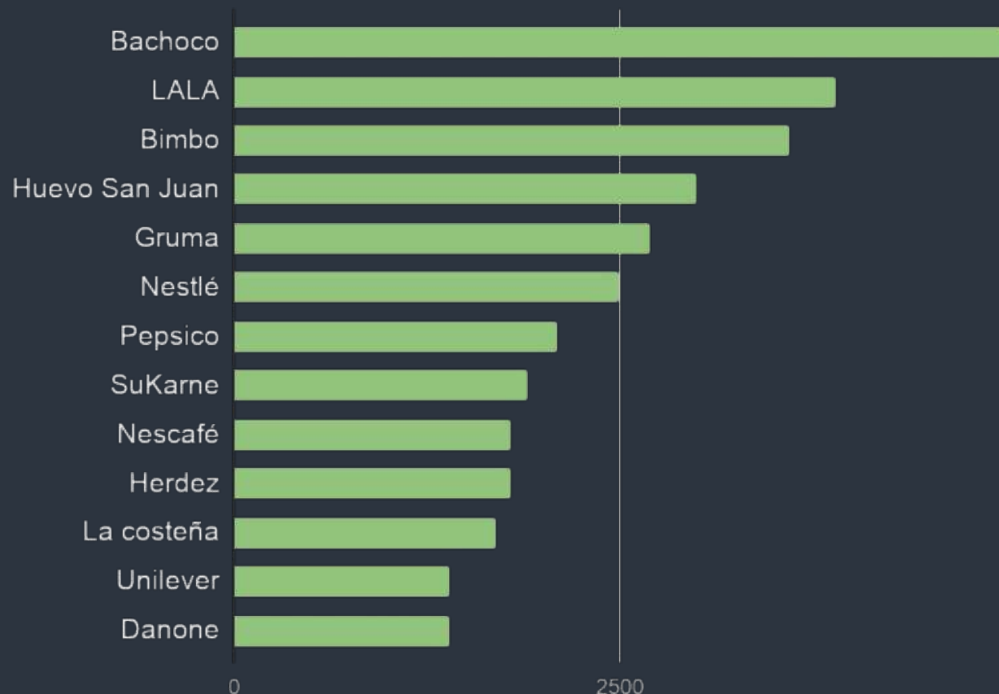


Las **líneas discursivas negativas** se centran en la relación de los productos con las muertes por COVID-19, el **cierre temporal de operación** de las **empresas** y **registros de casos de COVID-19 dentro de las plantas**.

- Se relaciona a las **empresas y marcas** con las **muerres por COVID-19** durante la **pandemia**.
- **Usuarios muestran su descontento** por el **paro de operaciones** en las **empresas alimentarias**.
- **Usuarios se quejan** de que las **medidas sanitarias** necesarias **dentro y fuera de las empresas** para prevenir el **COVID-19** no se están llevando a cabo.

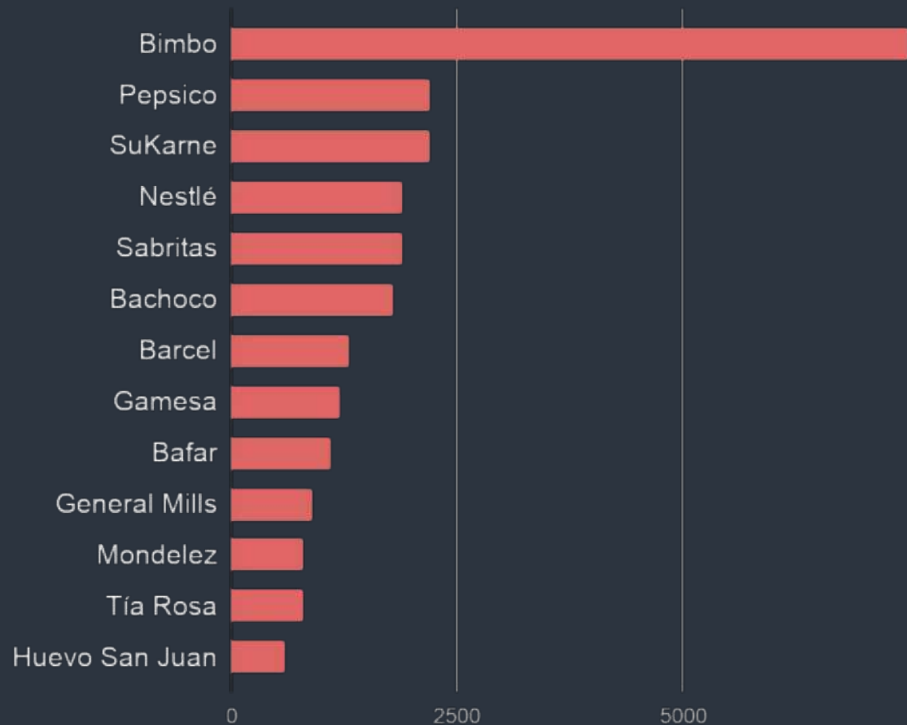


LÍNEAS DISCURSIVAS A FAVOR DE LOS STAKEHOLDERS



- **Bachoco** anuncia la **campana “caldito de apoyo”** y **donaciones** en apoyo a las **familias afectadas** por el **COVID-19**.
- **Fundación LALA** realiza **donaciones** en diferentes **estados** de la república **afectados** por la **emergencia sanitaria COVID-19**.
- **Defienden a Pepsico, Nestlé, Sabritas, Gamesa y Barcel** de los **ataques**, donde **vinculan** a estas **marcas** de **ocasionar enfermedades** de **mayor riesgo** a **muerte** tales como **diabetes, obesidad e hipertensión** a causa del **COVID-19**.
- **Bimbo** manda a casa con salario a más de 5 mil trabajadores de grupos vulnerables de contagio por coronavirus, conjuntamente realiza donaciones monetarias para luchar contra el COVID-19.

LÍNEAS DISCURSIVAS EN CONTRA DE LOS STAKEHOLDERS



- **Bimbo** anuncia el **cierre temporal** de **operaciones** en **distintas plantas**.
- Tanto a **Pepsico**, **Nestlé**, **Sabritas**, **Gamesa** y **Barcel** las **vinculan** con **enfermedades** de **mayor riesgo** de **muerte** a causa de **COVID-19**.
- Algunos **usuarios** emiten **quejas** hacia **SuKarne**, **Bachoco** y **LaLa** por no **cumplir** con las **medidas sanitarias** para **prevenir** y **combatir** el **COVID-19**.



DETALLE POR SEGMENTOS

1 de marzo al 31 de agosto, 2020.



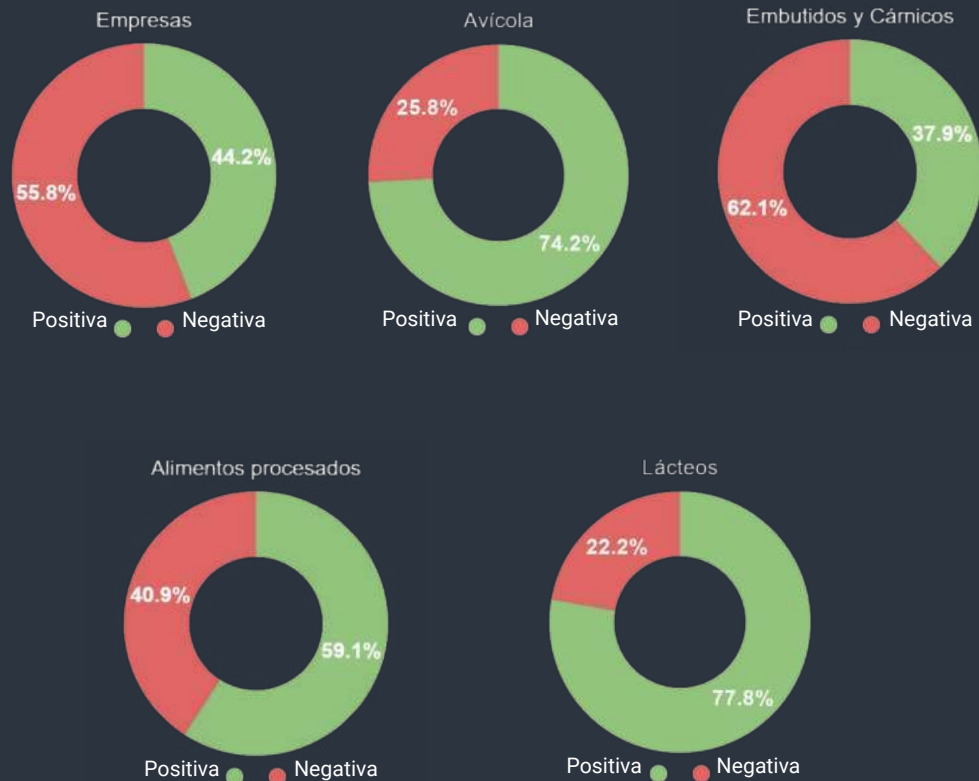
metricser



xpectus

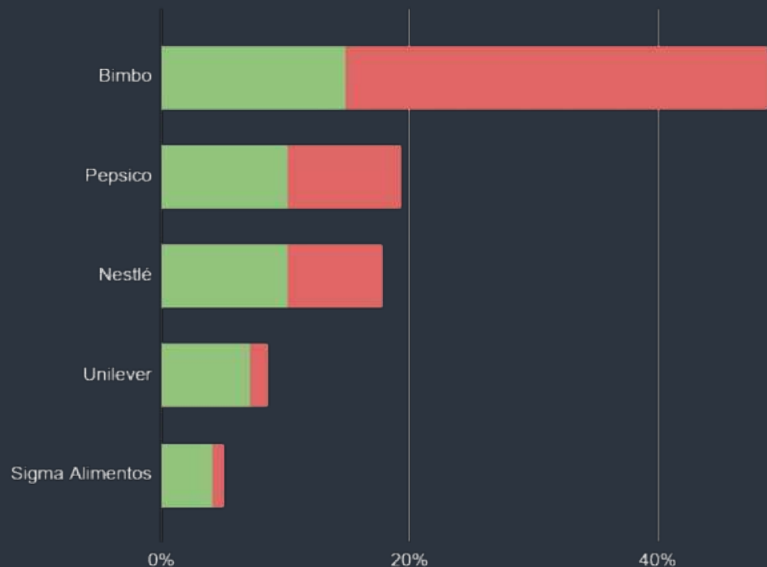


ANÁLISIS DE ACTITUD DE LOS SECTORES



- Los **principales** ejes **negativos** se deben a que sus **productos no son sanos** para la **salud**
- Diversas **quejas** sobre la **entrega** de **productos caducados**. Cabe mencionar, que el **sector embutidos y cárnicos** cuenta con un **alto porcentaje negativo**, debido a **contagios dentro** de la **planta de SuKarne**.
- En los **ejes positivos** **agradecen** a las **empresas de diversos sectores** por los **apoyos** que han **brindado** para **equipo** en el **sector salud**, **entrega de despensas** y **dinero para instalaciones**.

ANÁLISIS DEL SEGMENTO DE EMPRESAS



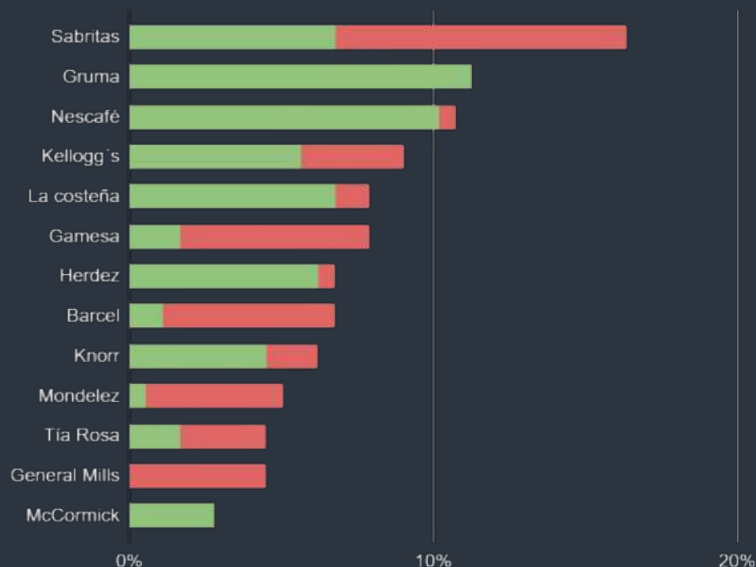
Ejes Positivos

- **Bimbo:** Celebran el apoyo de la empresa a clientes y empleados por la contingencia del COVID-19, asimismo informan que gracias a la pandemia las ventas de Bimbo incrementaron un 2.5%.
- **Pepsico:** Defienden a la empresa sobre acusaciones del Gobierno Federal, debido a los muertos por COVID-19.
- **Unilever:** Celebran la donación de la marca de más de 170 toneladas de productos esenciales durante la pandemia.
- **Nestlé:** Destacan las acciones de la empresa hacia sus trabajadores y su compromiso con la sociedad ante la pandemia de COVID-19.
- **Sigma Alimentos:** Agradecen las donaciones destinadas a las familias afectadas por COVID-19, y por bajar los precios de sus productos.

Ejes Negativos

- **Bimbo:** Invitan a usuarios a no consumir sus productos ya que son dañinos para la salud y lo acusan ser el causante de las muertes por COVID-19.
- **Pepsico:** Culpan a la empresa de enfermedades como hipertensión y diabetes, lo cual ha afectado en pacientes con COVID-19.
- **Unilever:** Muestran las condiciones en que se trabaja en sus plantas sin medidas sanitarias para prevenir el COVID-19.
- **Nestlé:** Manifiestan que los productos alimenticios de la marca dañan la salud. La acusan de ser una empresa fabricante de diabetes.
- **Sigma Alimentos:** Debido a la pandemia se redujo drásticamente el consumo de sus productos.

ANÁLISIS DEL SEGMENTO DE ALIMENTOS PROCESADOS



Ejes positivos

- La mayor proporción de menciones positivas del sector, se concentran en agradecimiento a las empresa por las donaciones, iniciativas y campañas para combatir la **pandemia**.
- Defienden a **Sabritas** de acusaciones donde los responsabilizan de enfermedades relacionadas a muertes por **COVID-19**.
- Agradecen a **Gruma** por seguir operando a lo largo de la pandemia ayudando mantener suministro alimentos sin aumentar los precios de sus productos.
- Agradecen la iniciativa de **Kellogg's** de garantizar el acceso a alimentos, destacan sus donaciones monetarias a programas de alimentación multinacionales durante la pandemia.
- **Herdez** recibe menciones favorables gracias a la innovación en las recetas de sus productos en contra del **COVID-19** así mismo agradecen a **Herdez** el apoyo otorgado a la población afectada por la contingencia.

Ejes negativos

- En el segmento de alimentos procesados, destacan las críticas de los usuarios hacia las marcas responsabilizándolas por el alto índice de letalidad de muertes por COVID-19.
- Atacan a **Barcel** acusando que sus productos dañan la salud y te vuelve más propenso a morir por COVID-19 .
- Acusan a **Gamesa** de ser las empresas responsables de la diabetes, hipertensión, obesidad en México.

ANÁLISIS DEL SEGMENTO DE LÁCTEOS



Ejes Positivos

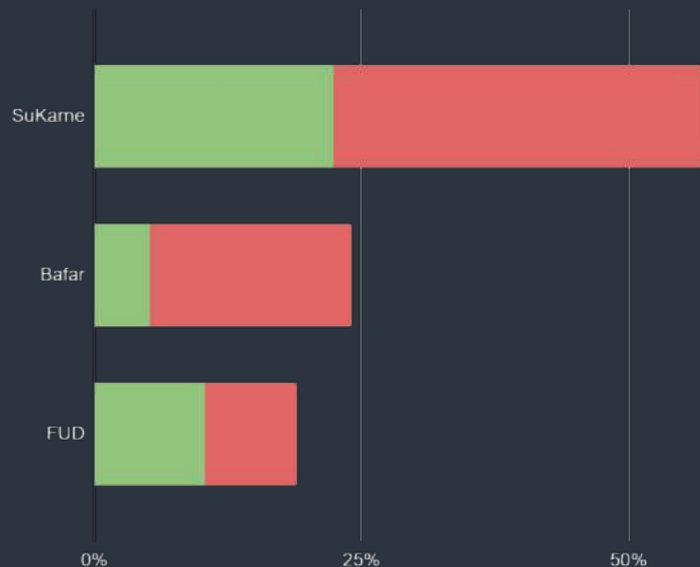
- Usuarios destacan las donaciones del sector durante la cuarentena. También celebran las medidas adoptadas para evitar los contagios de **COVID-19** en sus centros de producción.
- **LALA** es bien percibida por los usuarios gracias a sus donaciones y apoyo con empleo en poblaciones afectadas a causa de la pandemia.
- Se percibe positivamente a **Alpura**, gracias a sus medidas adoptadas en la planta como en sus productos para prevenir contagios por **COVID-19**.
- **Danone** recibe menciones favorables gracias a las acciones realizadas durante la pandemia tales como realización de conferencias y ayuda con impacto social.
- Usuarios agradecen a la marca **Tamariz** por la donación de productos lácteos para apoyar a las familias durante la contingencia por **COVID-19**.
- Usuarios hacen menciones positivas hacia los productos de **Santa Clara**.

Ejes

Negativos

- Dentro de los ejes negativos del sector usuarios expresan molestia por la falta de medidas sanitarias durante la pandemia por parte de los repartidores de los productos en tiendas y centros comerciales.
- Protestas a **LALA** debido a que los usuarios mencionan que sus repartidores no están cumpliendo las medidas sanitarias correspondientes tales como el uso de cubrebocas.
- Satirizan a Alpura con sus botargas y mercadotecnia para aumentar la venta de sus productos.
- Usuarios denuncian un alto índice de contagios en empleados de Danone. Asimismo señalan sus pérdidas económicas debido a la pandemia.
- Usuarios mencionan que consumir los productos de Santa Clara genera contagios por COVID-19.

ANÁLISIS DEL SEGMENTO EMBUTIDOS Y CÁRNICOS



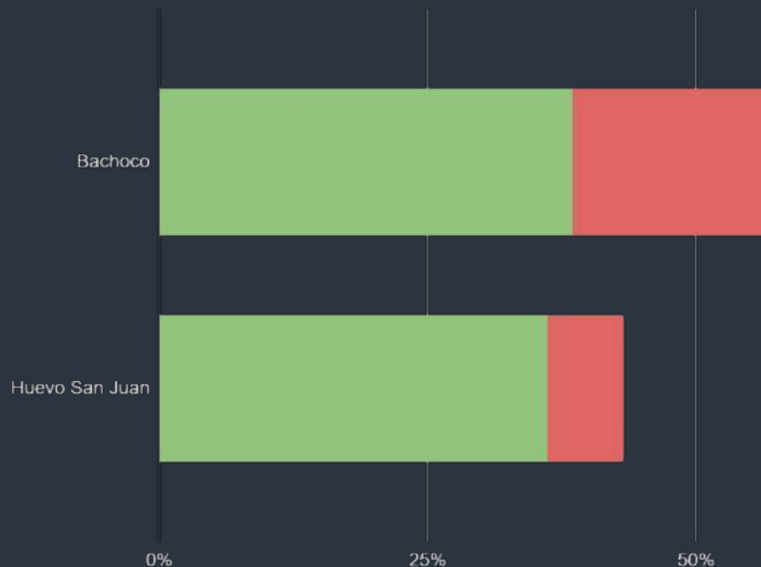
Ejes Positivos

- Celebran las donaciones de **SuKarne** en especie a zoológicos durante la cuarentena. También agradecen los donativos de material de entubación y médico a los hospitales a donde llegan los pacientes **COVID-19**.
- Destaca la campaña realizada por **FUD** en la que invita a la población en general de no realizar compras de pánico a causa de la pandemia.
- Perciben de manera positiva las donaciones de alimento realizadas por **Bafar** a las familias indígenas ante la contingencia por el coronavirus.

Ejes Negativos

- **SuKarne** es criticado por no llevar las medidas necesarias para prevenir el **COVID-19** dentro de sus instalaciones, mencionan que existe un alto número de empleados contagiados dentro de sus instalaciones.
- **FUD** recibe críticas por el aumento de precios durante la contingencia así como por la venta de productos defectuosos y algunos ya caducados.
- Critican que **Bafar** esté dentro de la lista de industrias esenciales, asimismo juzgan a **Bafar** por salir en lista de la PROFECO donde mencionan que ofrecen menos producto de lo que describe su etiquetado.

ANÁLISIS DEL SEGMENTO AVÍCOLA



Ejes Positivos

- **Bachoco** recibe menciones positivas por su apoyo a familias y personal médico afectados a causa de la pandemia. Celebran la campaña “**Caldito de Apoyo**” realizada durante la cuarentena.
- Agradecen a **Huevo San Juan** por su campaña de autocuidado.

Ejes Negativos

- Expresan molestia por la falta de medidas sanitarias en los centros de producción de **Bachoco** así como al momento de la entrega de productos por repartidores en los centros comerciales y tiendas.
- **Huevo San Juan** reciben quejas de los consumidores por aumentos en sus precios y por productos de mala calidad.



metrics

m e t r i c s e r . c o m

Para ver más análisis como este, da clic en:

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



@Metricsers



/Metricsers



/Metricsers



Metricsers