



**El consumidor  
mexicano frente  
al COVID- 19**



# Social Listening

# Hallazgos

## Social Listening

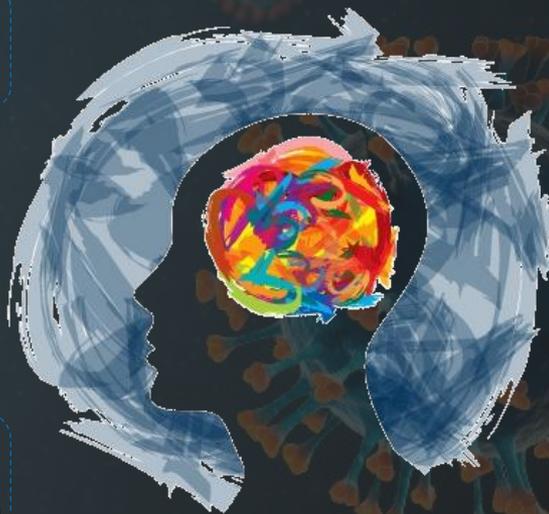


# Reacciones frente al COVID-19

Existen una gran **preocupación por sufrir algún contagio**, lo que los lleva a estar muy conscientes de las medidas de higiene que se han difundido.

Se reportan **casos de desabasto** en supermercados debido a las compras de pánicos, provocadas por el **pánico y los rumores** sobre el gravedad de la contingencia.

Se hace presente una tendencia de **politizar la tragedia**, culpando y señalando al gobierno por considerar que existe una lenta respuesta ante de la crisis de salud.



Se exhiben muestras de **responsabilidad al compartir información** de fuentes oficiales sobre el avance de la contingencia para combatir las noticias falsas

Existe un gran apoyo a la campaña **#QuédateEnCasa**, y la ven como una medida que puede tener un gran impacto

En la conversación se notan signos de **hipocondría**, temiendo que **síntomas similares** a una gripe o resfriado sean el inicio de un padecimiento de Covid-19.

# Percepciones sobre el COVID-19

El coronavirus se percibe como una crisis de salud que va a tener un **gran impacto a nivel económico** en todo el mundo, debido a las afectaciones laborales que está desencadenando en todos los países donde se hace presente.

Se considera como un **respiro que necesitaba el planeta** para restablecer el impacto del ser humano: canales de Venecia más limpios, menor contaminación, animales más libres, sobrepoblación.

Para algunos la aparición de este nuevo virus va a ser el punto de partida para **medir la capacidad de acción y respuesta que tienen los gobiernos frente a las crisis**, y con esto repensar en las formas de organización que se han construido.

Se percibe este problema como **otra crisis en la que los Mexicanos haremos frente como sociedad**, con la solidaridad y el ánimo que nos representa. Si bien hay preocupación, se tiene confianza en que “vamos a salir de esta”.



# ¿De qué manera han reaccionado las personas?

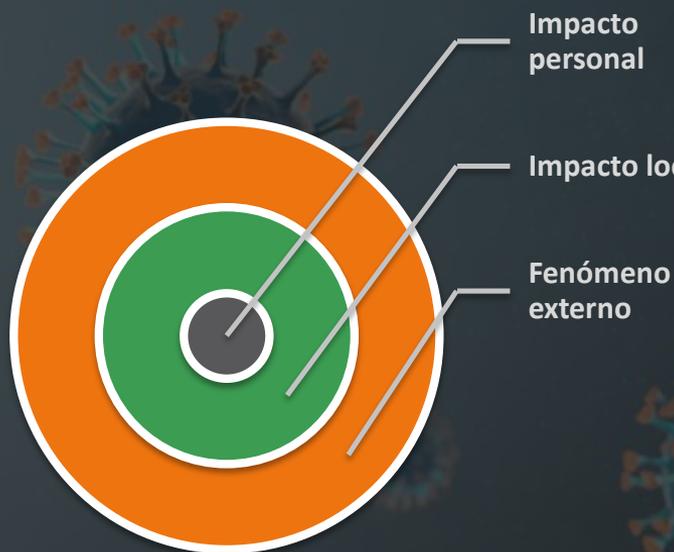
# La emocionalidad como mecanismo para abordar un problema



Los humanos **experimentamos estados efectivos** resultantes de la interacción con el exterior, abarcando desde nuestra relación con la naturaleza, la interacción social que tenemos, la influencia de fenómenos psicosociales, entre otras cosas.

A través de SIA **generamos el marco emocional y actitudinal** que contempla 5 aspectos que giran alrededor del COVID-19, lo cuales están impactando en el pensamiento y la conducta de las personas.

Los elementos del marco emocional y actitudinal se van a hacer presentes de acuerdo al grado en que avanza el fenómeno del COVID-19, ya que las personas lo perciben y afrontan de diferente manera dependiendo del nivel de impacto en sus vidas.



En este nivel existe **miedo, tristeza y preocupación**, por lo que se empiezan a adoptar medidas preventivas para el contagio.

Se contempla el problema y se empieza a ser consciente del impacto que puede tener, se manifiesta **preocupación y desconfianza**.

Se considera un acontecimiento ajeno, por lo que se toma una postura de **humor e incredulidad**.



# ¿Qué implica cada emoción / actitud respecto al COVID-19?

# Burla

Resulta un rasgo característico de nuestra cultura el asimilar las problemáticas con humor, por lo existe un segmento de la población que expresa burlas y mofas como la manera de hacer frente ante el COVID-19.



Nivel personal



Nivel Familiar



Nivel Comunidad

Es un aspecto que impacta en estos niveles en el mismo sentido ya que la vida sigue su curso sin mayor problema, se mantienen los planes y actividades que ya se tenían contemplados, y no se cambian hábitos o actitudes.

# Conversación digital



**Lubashipper** @Ferchis\_sg 2d  
A mi ya no me puede dar coronavirus por que a mi culera y dios



**dani** @daniellaftx 2h  
Este año nos está llevando la chingada por el coronavirus, pero creo que los memes han sido lo mejor que he visto en mucho tiempo jajajajaja



**Luis Moreno** | @luismorenomx

#mac #ios #apple #tech #technology #mobile #virus #coronavirus #corona #covid #memes #meme #funny #funnymemes

La SEP:

- Vamos a suspender clases para que los mexicanos estén seguros en sus casas.
- Los mexicanos:



**Karli** @karlaplay  
El chat familiar está ultra unido y divertido, gracias a los memes del #coronavirus Jajajaja



**depadesoltera** @depadesoltera 4d  
Con tanto buen meme, solo tengo una cosa que decir: igual y nos mata el Coronavirus...



**Fernando Martínez** @emixim... Feb 28  
Perdón, pero este meme ilustra como combatiremos en México al #coronavirus Ya compré mi costal de limones 🍋🍋 #Coronavirusmexico



**Cuauhtémoc Martínez** @CuauXD 4d  
JAJAJA amo estos memes del coronavirus jajajaj



**Alfredo Vallejo** @arqvallejo Mar  
Haciendo memes del #coronavirus / Cuando empiezo a estornudar 🤧



**J77** @J77McLaren  
Replying to @F1



**gabi azuara** @gabi\_romero19 2d  
Ojalá a mí ex no le de el coronavirus con ese murciélago qué se anda comiendo 🦇🦇🦇



# No es mi problema



No cambio planes



No sigo instrucciones



No adopto medidas

- Sigo haciendo lo de siempre
- Acudo a los eventos que tenia planeados
- No modifico ni mis compras ni mis hábitos
- Retwiiteo, comparto o comento memes sarcásticos o de burla en redes sociales
- Doy mas seguimiento a la información

# Desconfianza

Existen dos vertientes que manifiestan incredulidad ante este hecho: una corriente que considera que todo deviene de una gran mentira con fines políticos-sociales; y otra que considera que el gobierno Mexicano está ocultando cifras sobre el verdadero número de contagios en el país.



Nivel personal

Este aspecto impacta a nivel personal ya que aún no se considera que exista un impacto real en su entorno.



**¡Gracias!**

## Contacto Brain:

Cecilia Pingarrón: [cpingarron@brain-research.com](mailto:cpingarron@brain-research.com)

Verónica Islas: [vislas@brain-research.com](mailto:vislas@brain-research.com)

Liliana Perdomo: [lperdomo@brain-research.com](mailto:lperdomo@brain-research.com)

Victor Juárez: [vjuarez@brain-research.com](mailto:vjuarez@brain-research.com)

55.3666.7358 / 55.4466.5526 / 55.1850.8791

52.55.4211.1003