



GUÍA

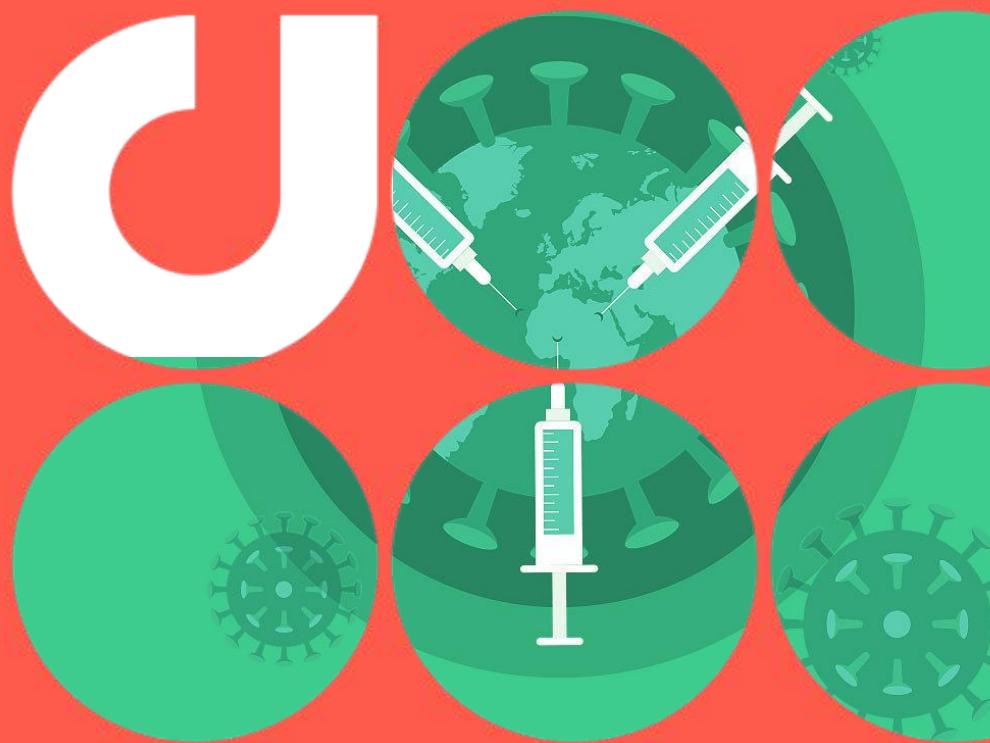
Digiriendo
el impacto del
Covid-19 en la
industria alimentaria



Contenido

- 1. INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA**
- 2. KEY TAKEAWAYS**
- 3. Digiriendo el impacto del Covid-19 en los hábitos de consumo**
 - ¿Qué ha cambiado en los estantes de supermercados y supermercados?
 - Sector estudiado: Lácteos
- 4. Digiriendo el impacto del Covid-19 en la cadena de suministro y distribución de alimentos**
 - Sector estudiado: Agua embotellada
 - Sector estudiado: Leche
- 5. Digiriendo el impacto del Covid-19 en los RETAILERS de la alimentación**
 - Focus: Amazon
- 6. RESUMEN**

Introducción y metodología





Introducción

La pandemia de coronavirus de finales de 2019 ha alterado los habitualmente constantes cursos de producción y consumo de alimentos a nivel mundial. Las empresas de las industrias de alimentos y bebidas y bienes de consumo se enfrentan a un menú sin precedentes de **nuevos patrones de consumo, percepciones e inquietudes**. Mientras que el consumo en el hogar ha aumentado, el consumo fuera del hogar, que históricamente es uno de los mayores contribuyentes a los negocios, se ha estancado.

Para ayudarte a digerir los cambios a corto y largo plazo en los comportamientos y preocupaciones de los consumidores, y tomar medidas para enfrentar esta "nueva normalidad", Digimind ha analizado **más de 1,600,000 menciones públicas** relacionadas con alimentos y coronavirus en redes sociales, desde marzo hasta abril del 2020. Para realizar un análisis comparativo, también se han estudiado datos adicionales obtenidos desde Digimind Historical Search, desde marzo a abril del 2019.

Metodología y ámbito



Periodos de estudio: 20 de marzo de 2019 - 20 de abril del 2019 y
20 de marzo de 2020 - 20 de abril del 2020



Ámbito de estudio: mundial



Lenguaje de monitorización: inglés

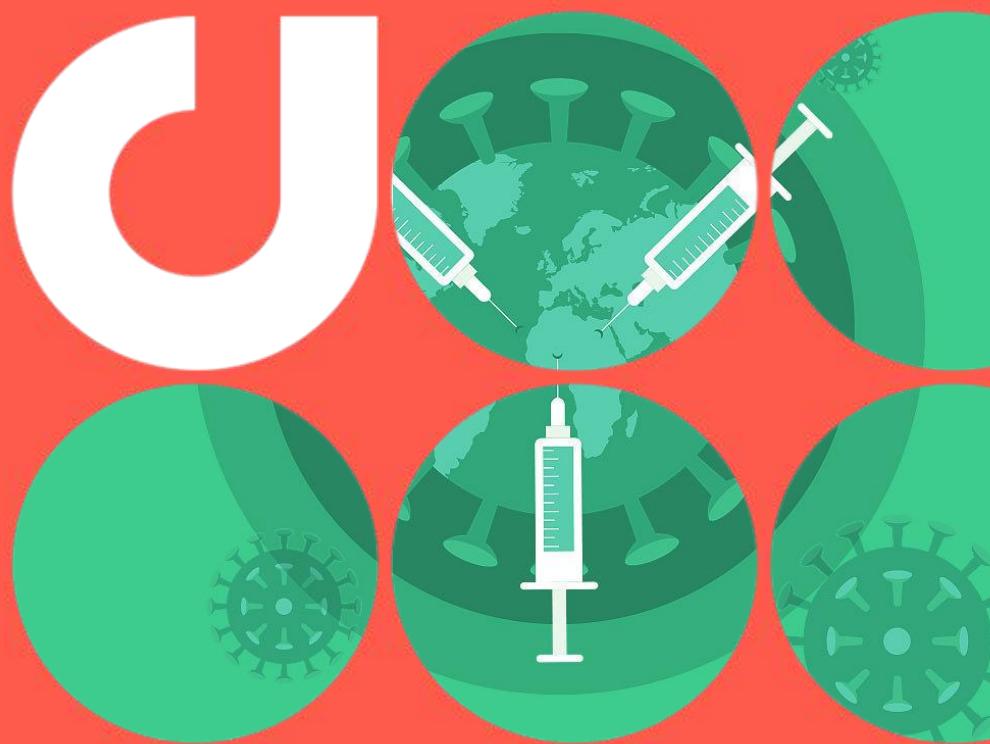


Temas monitorizados: secciones alimentarias del supermercado,
productos habituales, producción de agua, producción de leche
y minoristas



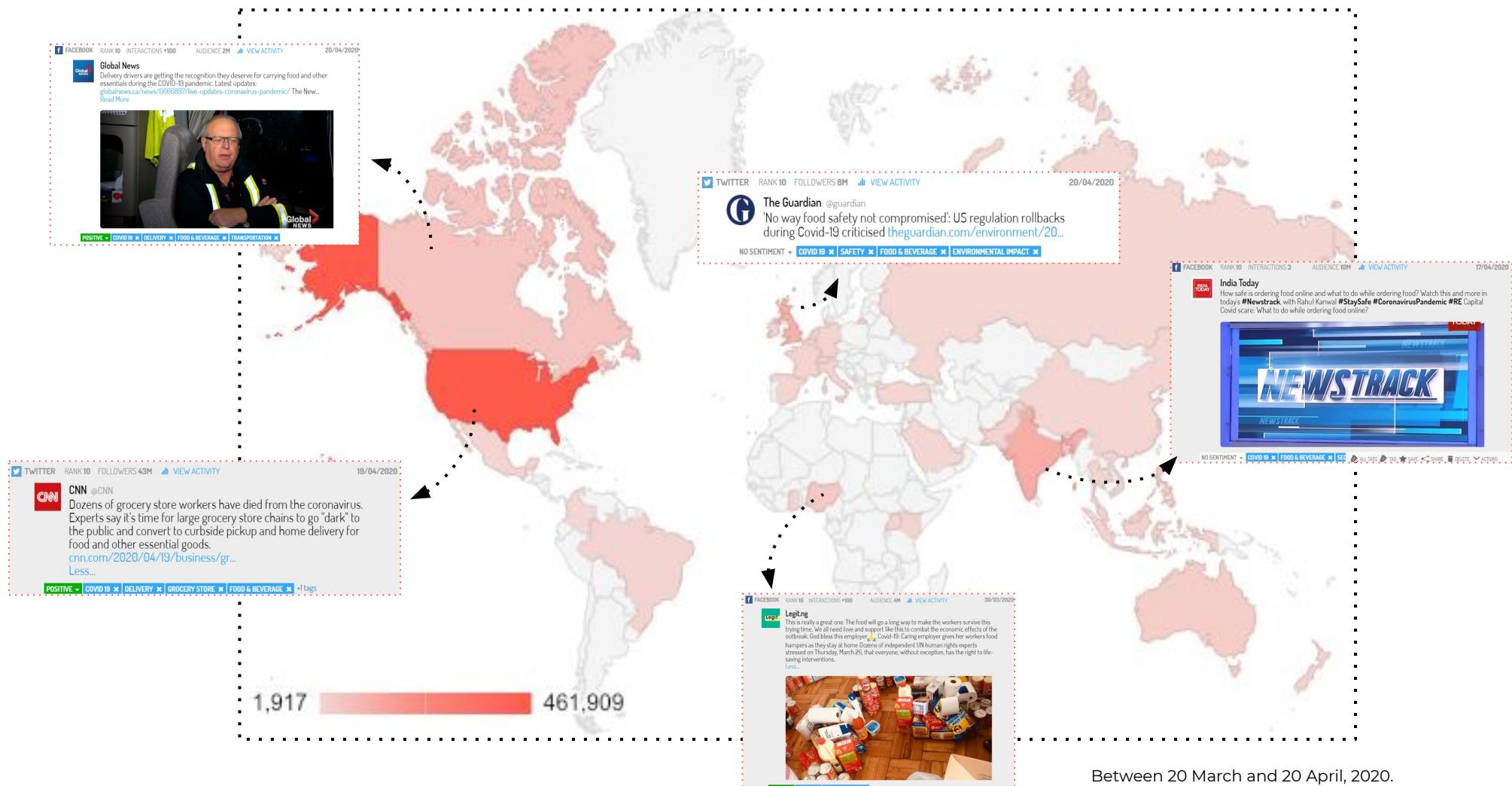
Herramientas utilizadas: Digimind Social y Digimind Historical Search

Key Takeaways



Sobremesa durante el Covid-19

Estas son algunas de las conversaciones online clave detectadas a nivel mundial en relación al sector alimenticio y el Covid-19 durante el periodo del **20 de marzo al 20 de abril del 2020**. Las conversaciones giran en torno a: **seguridad alimentaria, pedidos online de comida y seguridad de los trabajadores de los supermercados.**



Key Takeaways



A pesar de que se observa un aumento de menciones online sobre **alimentos no perecederos**, disminuye el volumen de menciones de los productos lácteos.



Entre los **productos lácteos** monitorizados, la leche aún tiene mayor share of voice que el queso en 2020.



Los sentimientos acerca de los lácteos **disminuyen** durante la crisis del Covid-19.



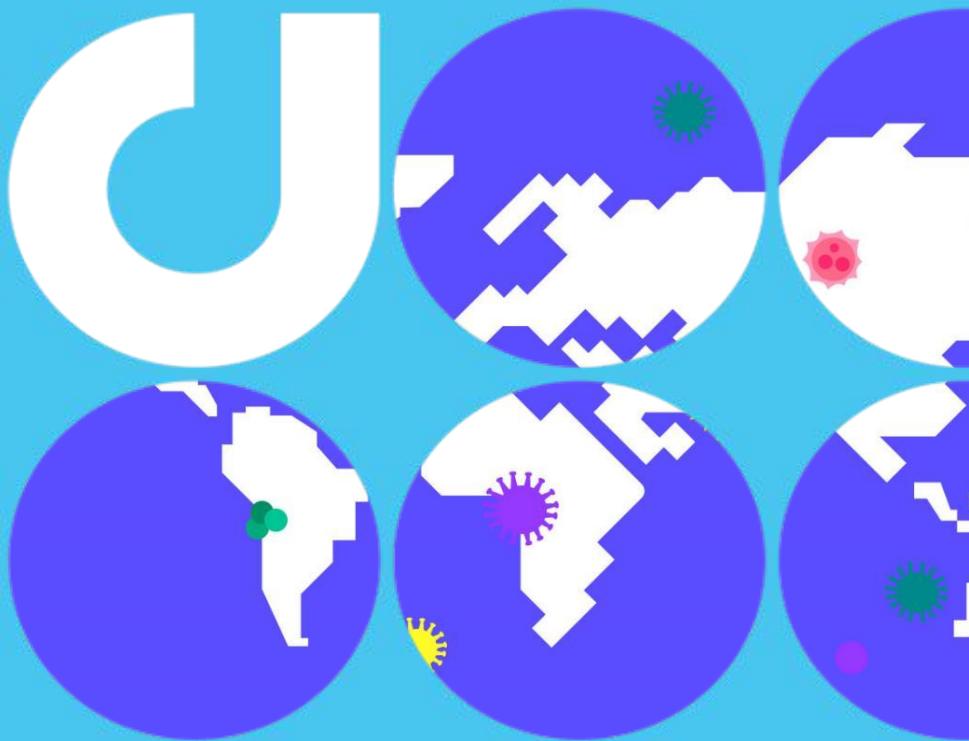
A los consumidores les **preocupa más** que la cadena de producción garantice su seguridad. Esto se refleja en el aumento de volumen de menciones en torno a los **controles de calidad**.



Distribuidores como Amazon se enfrentan a **picos de menciones** online durante el Covid-19, tendencia que puede atribuirse a las **huelgas y cierre de almacenes**. Al mismo tiempo, deben lidiar con una **creciente demanda de alimentos**.



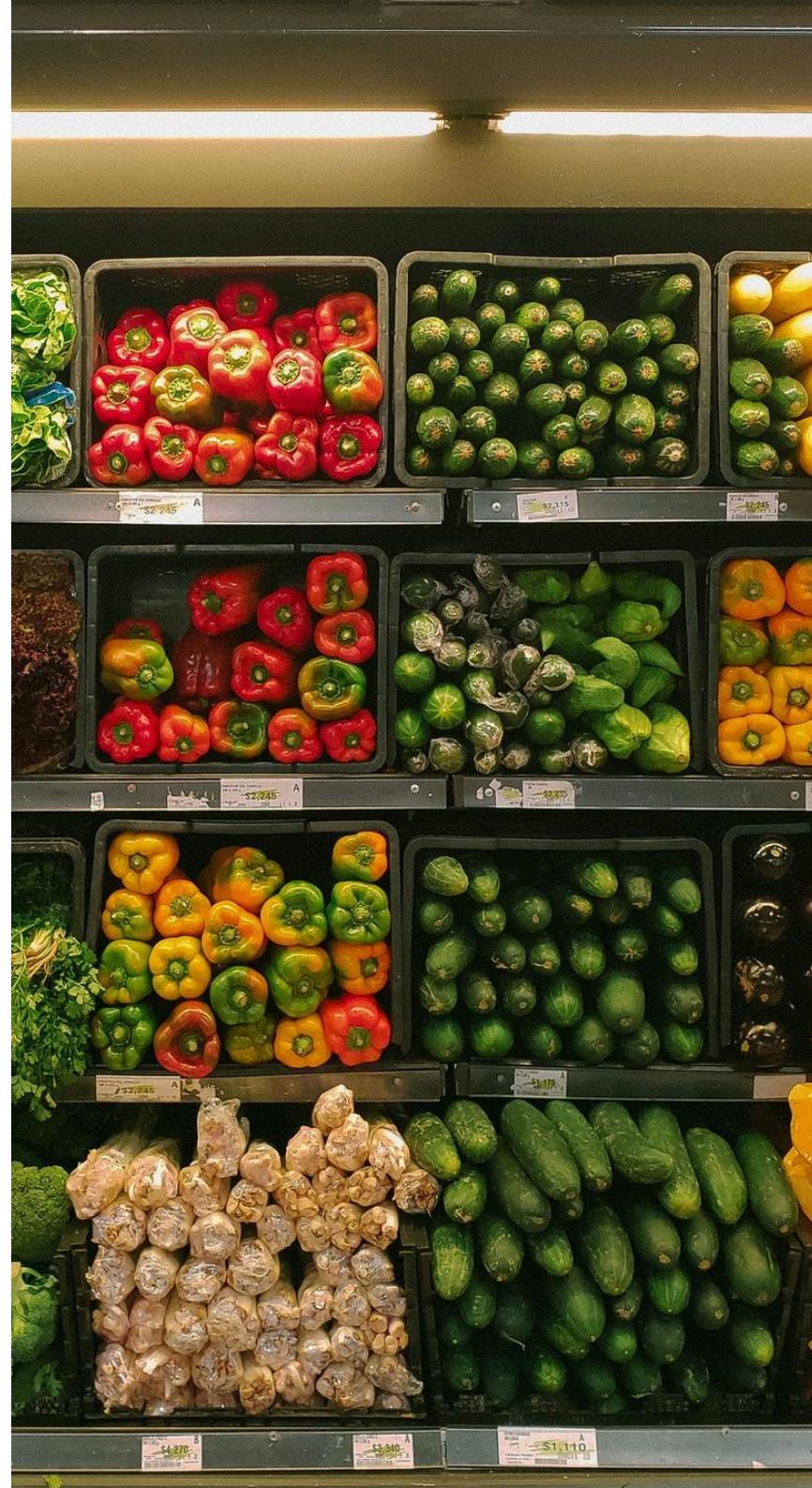
Digiriendo el impacto del Covid-19 en los **hábitos de consumo**



¿Qué ha cambiado en los estantes de las **tiendas de alimentación**?

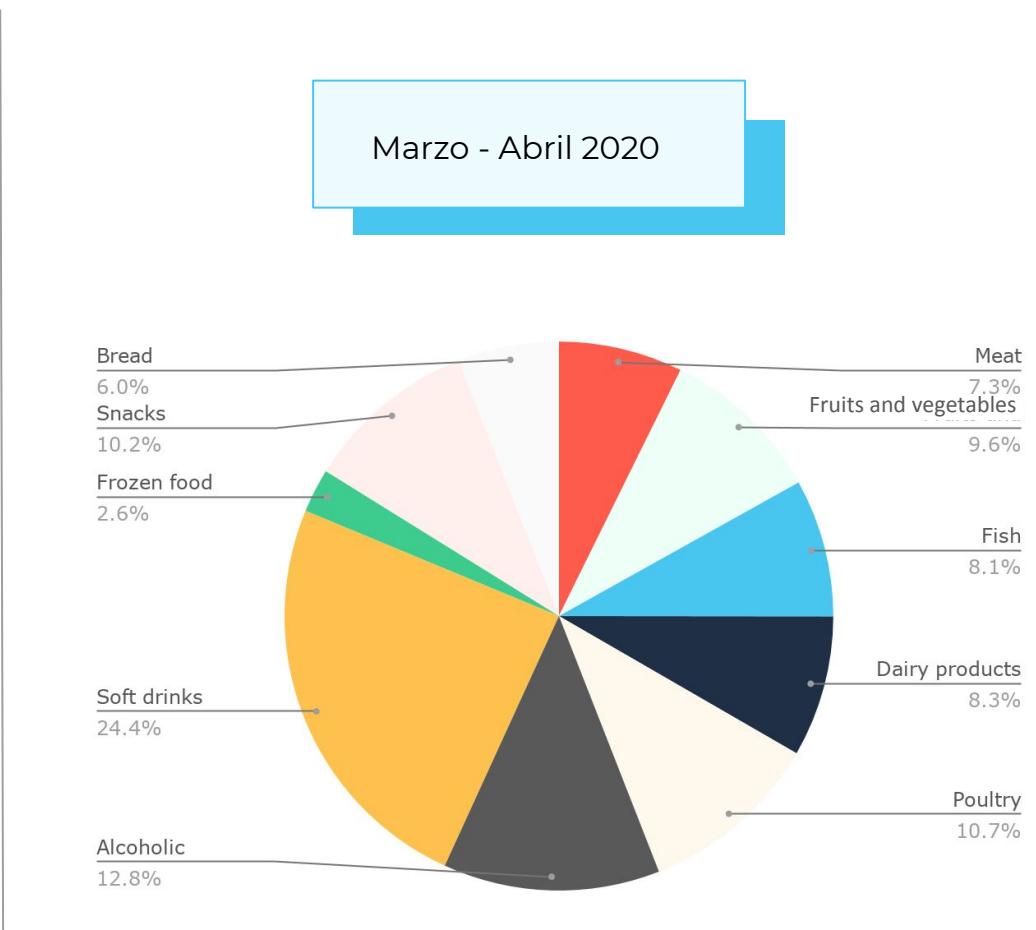
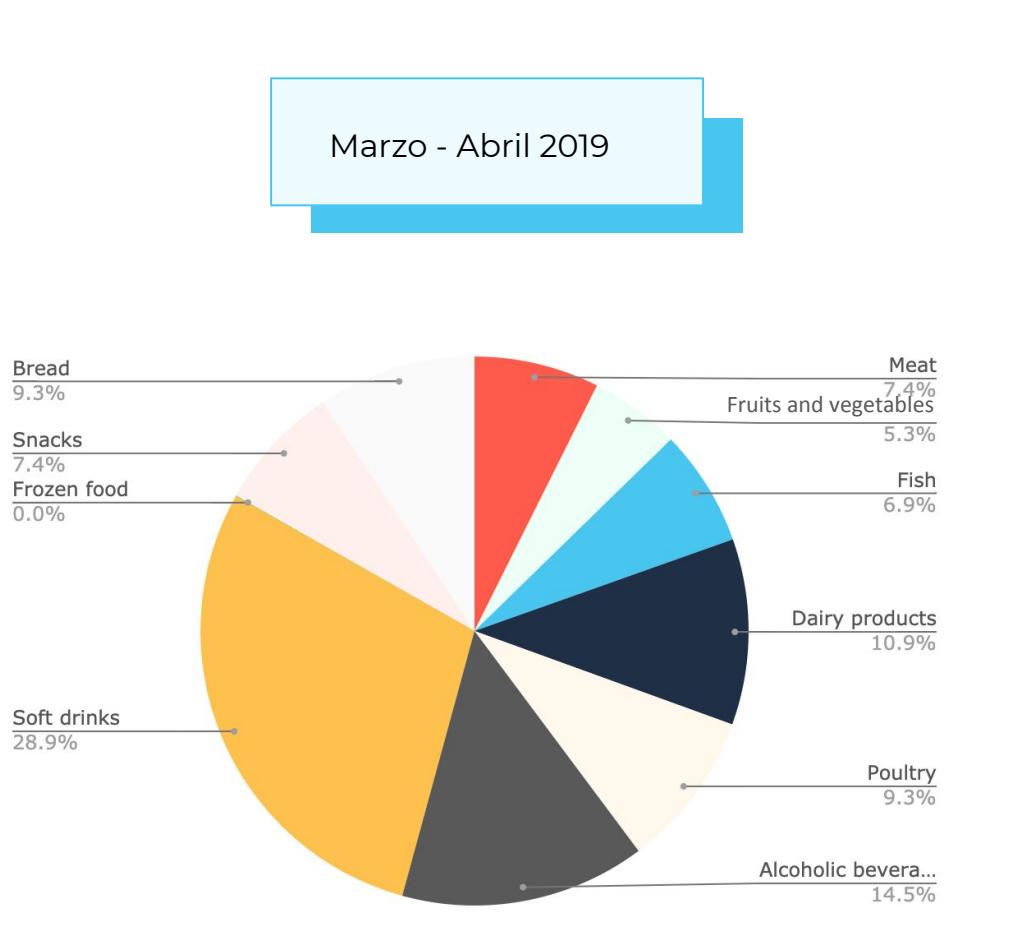
Entre los dos periodos estudiados, se aprecia un **aumento del promedio** de share of voice para alimentos no perecederos como los **snacks y congelados**.

Durante las crisis alimentarias, los consumidores apuestan por alimentos básicos como frutas y verduras. Pero también hemos observado que tienden a **renunciar a alimentos perecederos** a favor de los que tienen una vida útil más larga. Los productos lácteos y el pan han perdido un 24% y 36% de share of voice respectivamente como resultado de la crisis de Covid-19.



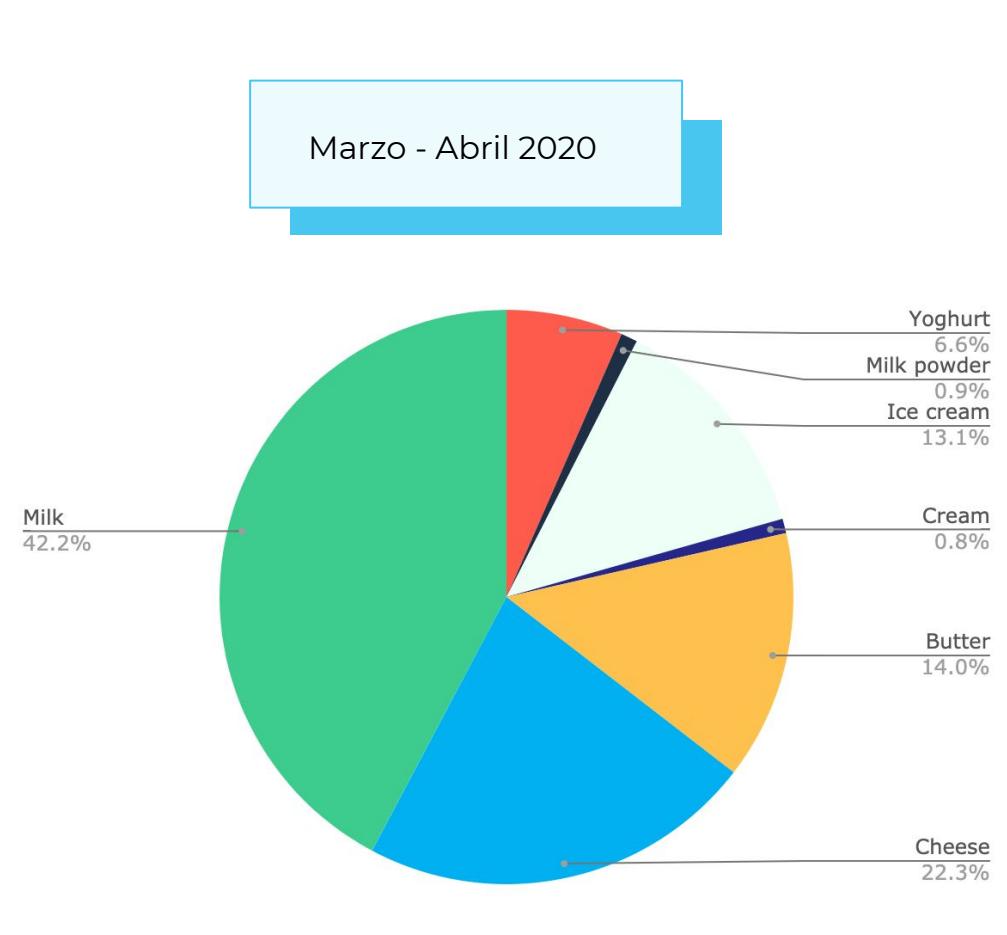
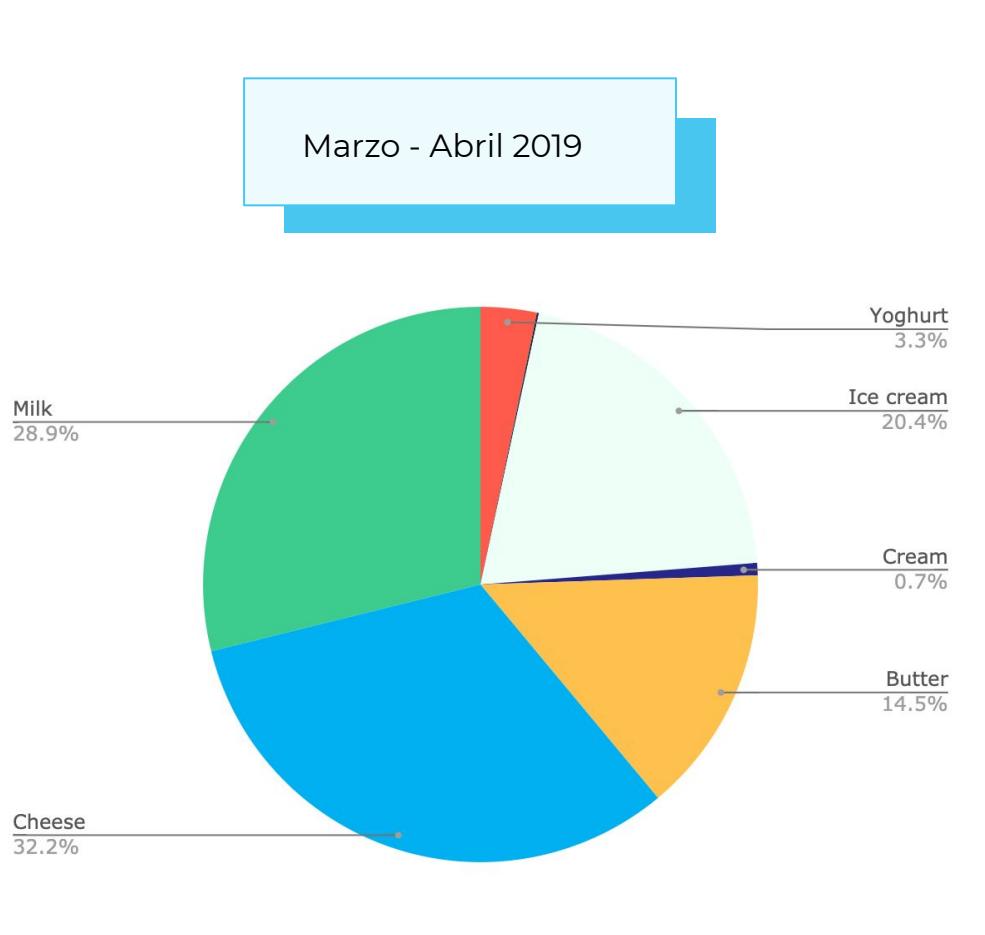
¿Qué ha cambiado en los estantes de las tiendas de alimentación?

Distribución de las menciones online relacionadas con distintas categorías de productos alimenticios.



Enfoque sectorial: **productos lácteos**

Distribución de las menciones online relacionadas con distintos tipos de productos lácteos.



La leche en polvo representó menos de un 1% de share of voice en ambos períodos de tiempo estudiados.

Enfoque sectorial: **productos lácteos**

Evolución de los sentimientos de la audiencia en cuanto a productos lácteos

Positivo

Neutral

Negativo



Marzo - Abril 2019

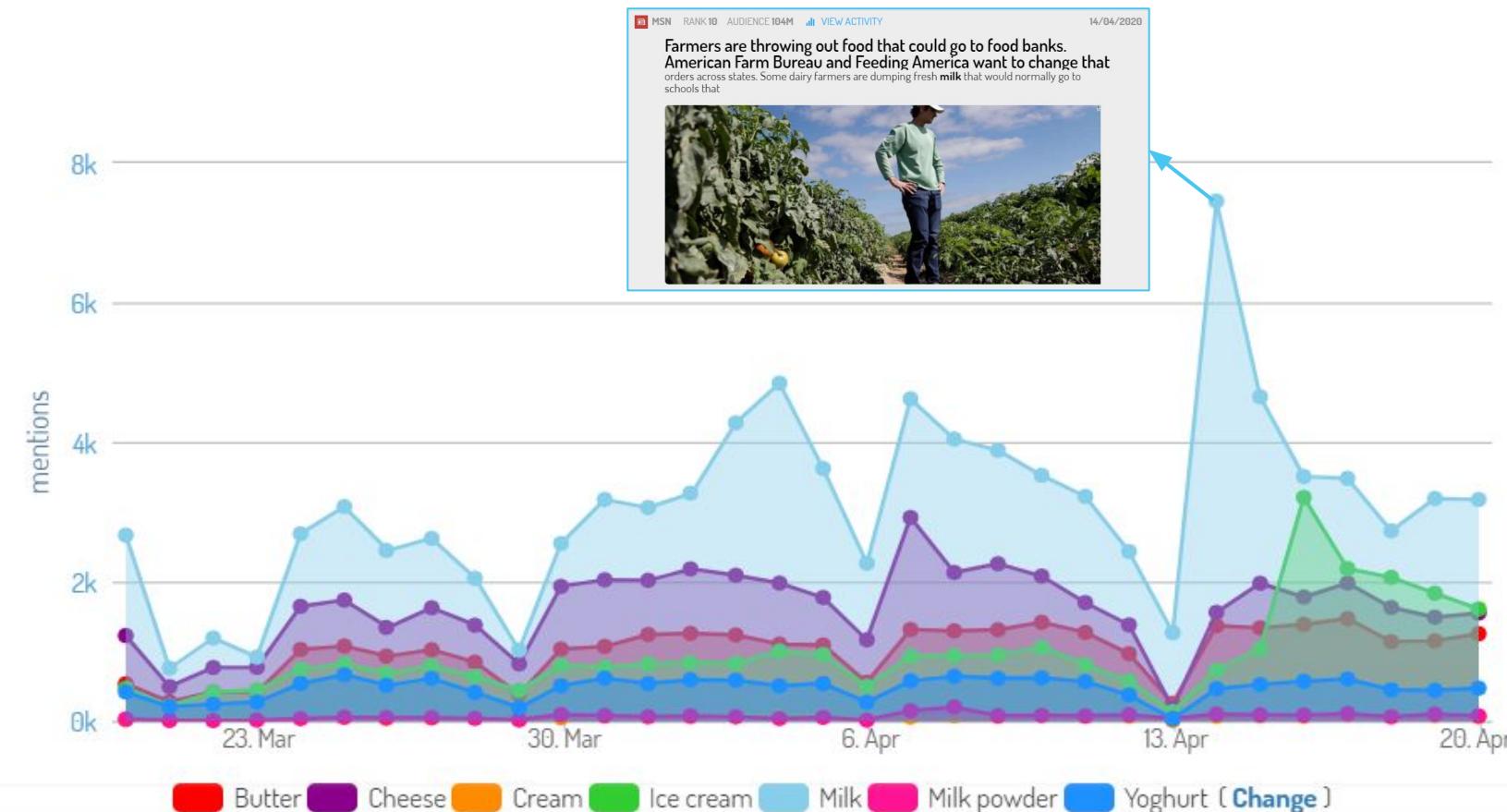


Marzo - Abril 2020



Enfoque sectorial: **productos lácteos**

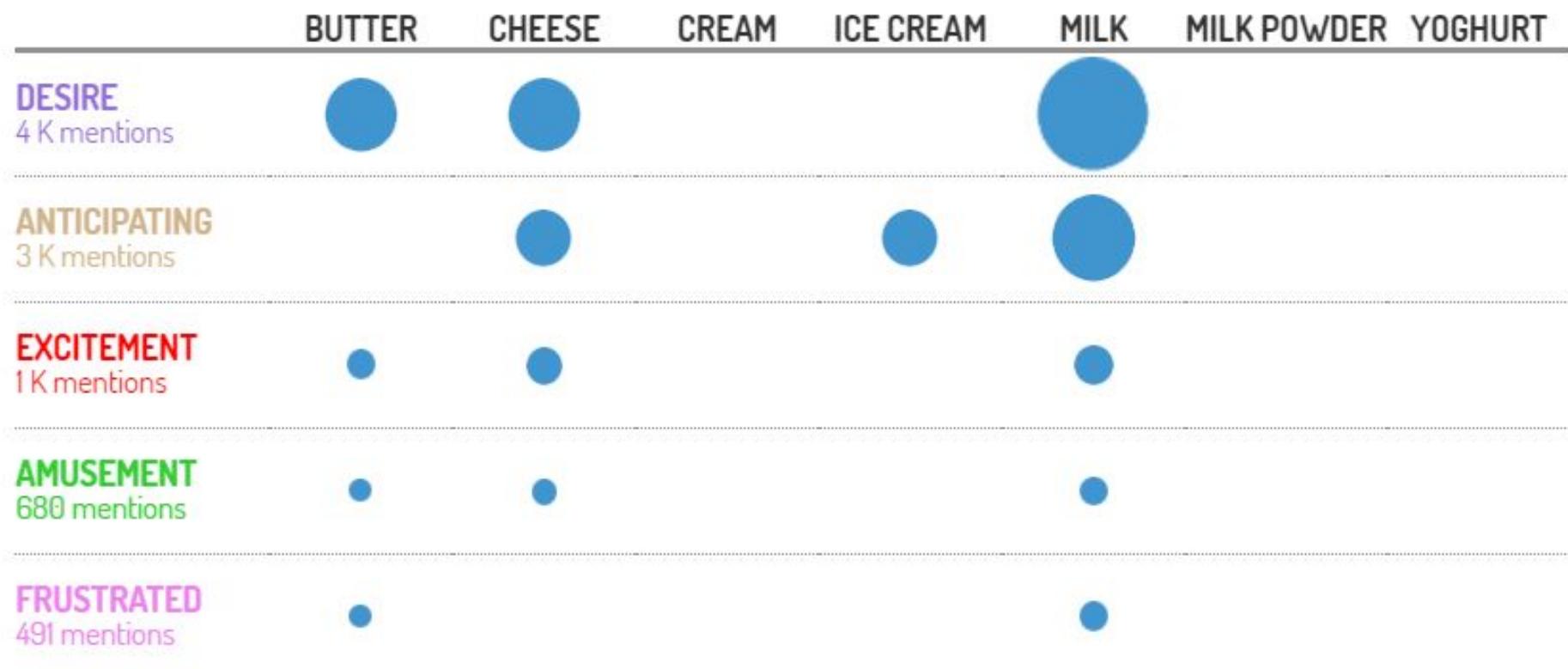
Las menciones online sobre la leche **alcanzaron su punto máximo el 14 de abril de 2020**, con la noticia de que los granjeros desechaban las leche que normalmente iba a los bancos de alimentos.



Evolución de las discusiones online en relación a los productos lácteos entre marzo y abril del 2020.

Enfoque sectorial: **productos lácteos**

Distribución del **sentimiento online** acerca de los productos lácteos.



Enfoque sectorial: **productos lácteos**

Menciones clave a nivel mundial acerca de los lácteos.

TWITTER RANK 7 FOLLOWERS 6K [VIEW ACTIVITY](#) 8MIN AGO

 **Louisiana Granny** ★★★ @SandraL91948417
Please allow schools to purchase **milk** from our dairies then give to children/families in our local communities @realDonaldTrump @FoxNews @FOX8NOLA twitter.com/louisianagov/status...

POSITIVE • COVID 19 ✗ DAIRY PRODUCTS ✗ MILK ✗ EDUCATION ✗

TWITTER RANK 8 FOLLOWERS 11K [VIEW ACTIVITY](#) 1H AGO

 **Ravi Kikan** @ravikikan
@Amul_Coop Awesome....My Favourite **Butter**. How are you ensuring that the processed **butter** handling doesn't get contaminated during supply and distribution ? #COVID-19 #Corona

POSITIVE • COVID 19 ✗ DAIRY PRODUCTS ✗ COOP ✗ BUTTER ✗

INSTAGRAM RANK 2 AUDIENCE 125 [VIEW ACTIVITY](#) 1H AGO

 **Cristel USA**
#HOMEMADE It's a good time to think outside the box and cook things that we don't usually have the time to do ... So little practical activity that will certainly appeal to children...make your own **yogurts**! Here no need for a **yogurt** maker, a sauté pan or a...
[Read More](#)



POSITIVE • COVID 19 ✗ DAIRY PRODUCTS ✗ YOGURT ✗ PARENTS ✗

INSTAGRAM RANK 5 AUDIENCE 2K [VIEW ACTIVITY](#) 5MIN AGO

 **petite_mummy**
** Throwback posts**. Hope you all are continuing to stay safe at home . If my photos of yummy food has made you hungry or made you salivate,then remember to save these posts so that it's a reminder for you to visit them when they re-open when COVID-19 is...
[Read More](#)



POSITIVE • ICE CREAM ✗ COVID 19 ✗ FOOD ✗ [ALL TAGS](#) [TAG](#) [SAVE](#) [SHARE](#) [DELETE](#) [ACTIONS](#)

Digiriendo el impacto
del Covid-19 en la
**cadena de
distribución de
alimentos**



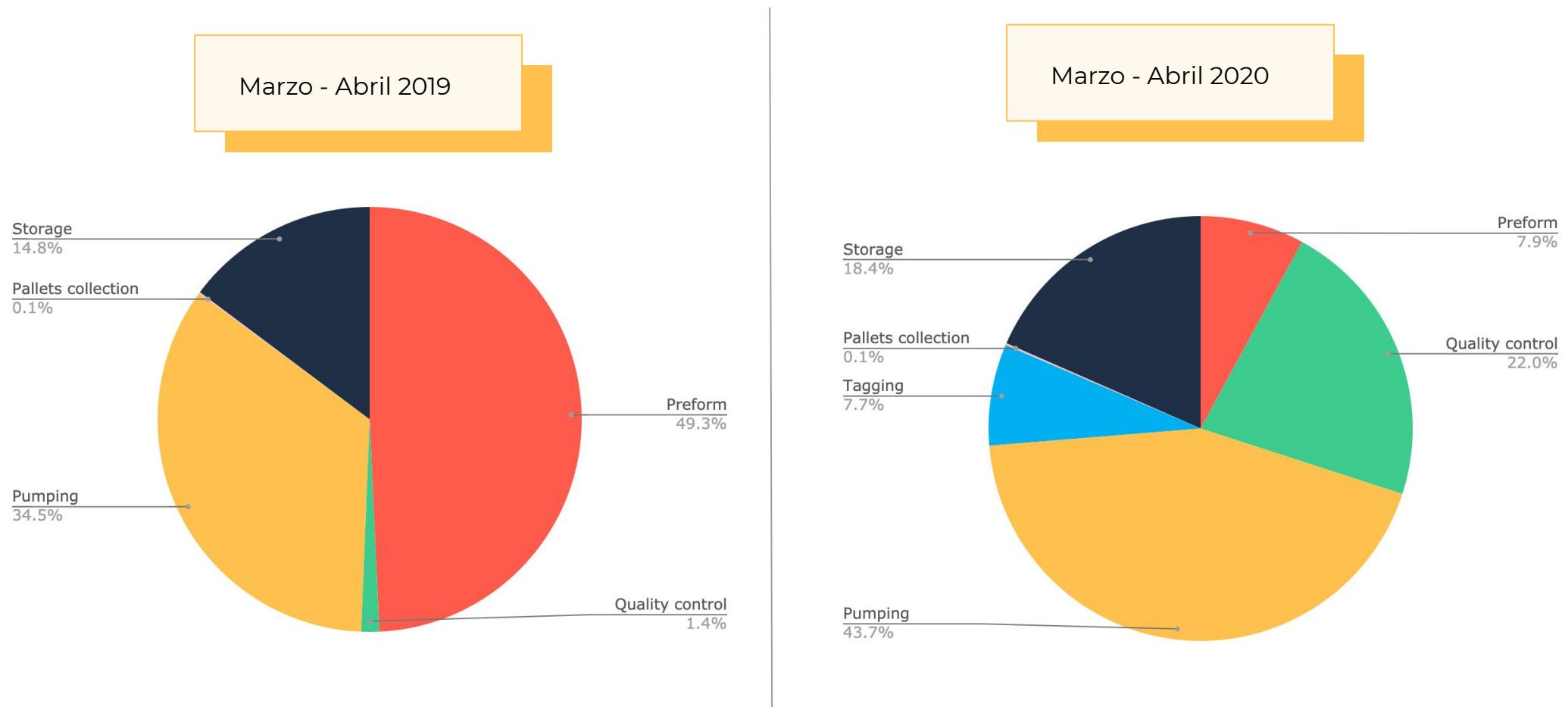
Enfoque sectorial: agua embotellada

La preocupación por los **controles de calidad del agua embotellada** ha aumentado respecto a las mismas fechas del año pasado. El agua contaminada por coronavirus se ha convertido en una preocupación social; un ejemplo de ello es la red de agua no potable de París, la cual se ha probado que contenía trazas de Covid-19.



Enfoque sectorial: agua embotellada

Distribución de las menciones online relacionadas con las principales preocupaciones en cuanto al agua embotellada.



Enfoque sectorial: **leche**

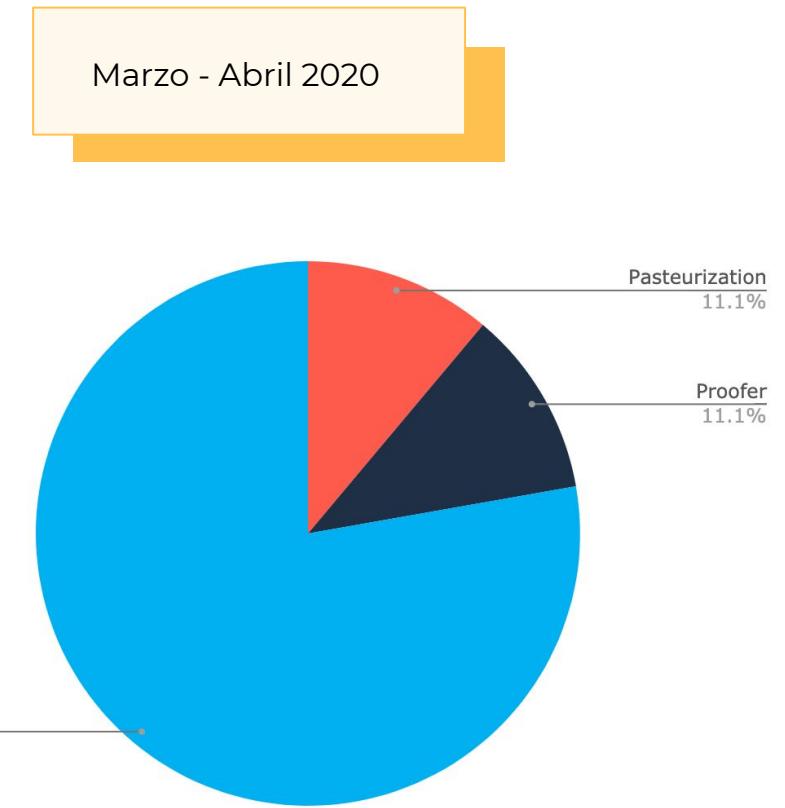
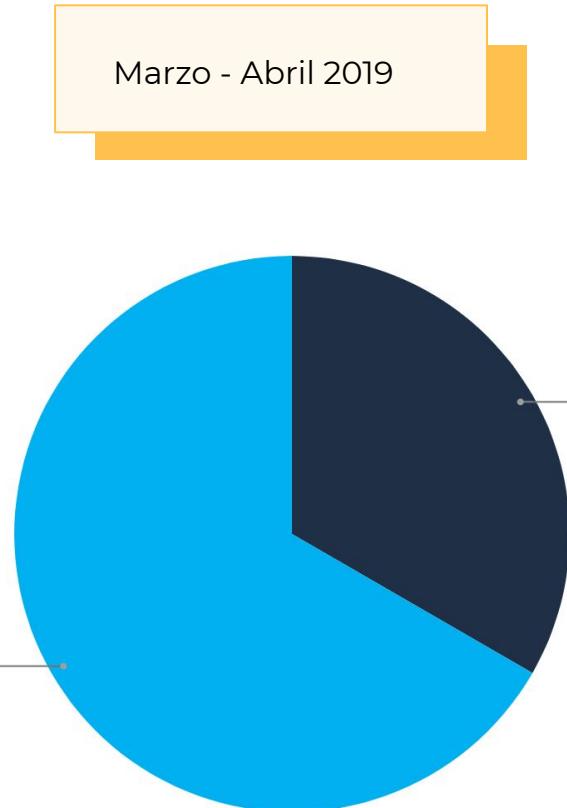
Del mismo modo, el foco en el **control de calidad** de la leche en las conversaciones online ha sido mayor que el año pasado. Los consumidores están preocupados por su seguridad y necesitas que se les asegure que todo lo que consumen ha sido **controlado y no tiene coronavirus**.

Además, la **pasteurización** se menciona con mayor frecuencia en las discusiones online sobre leche, lo que implica que los consumidores buscan productos que tengas una **vida útil más longeva**.



Enfoque sectorial: leche

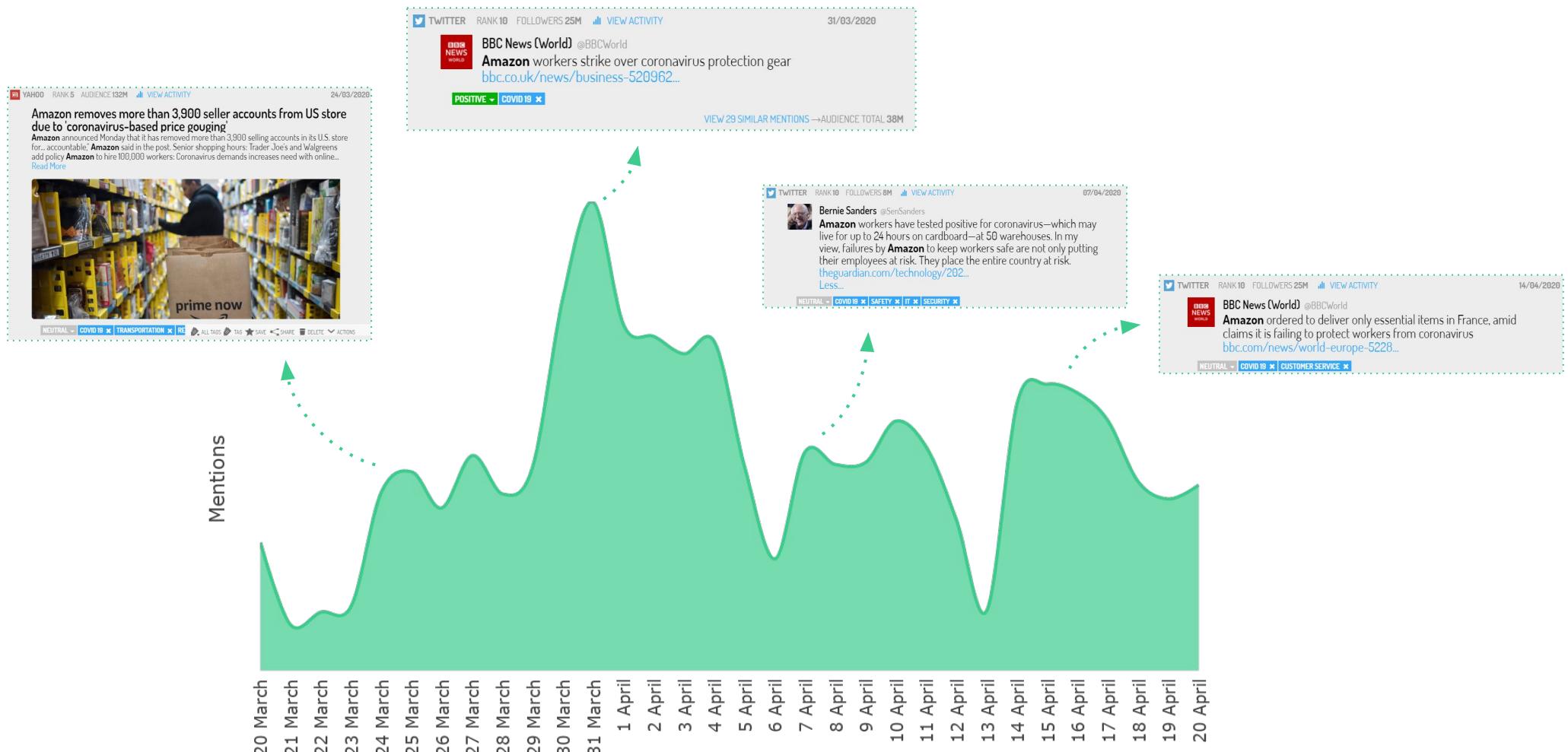
Distribución de las menciones online relacionadas con las principales preocupaciones en cuanto a la leche.



Digiriendo el impacto
del Covid-19 en los
retailers de
alimentación

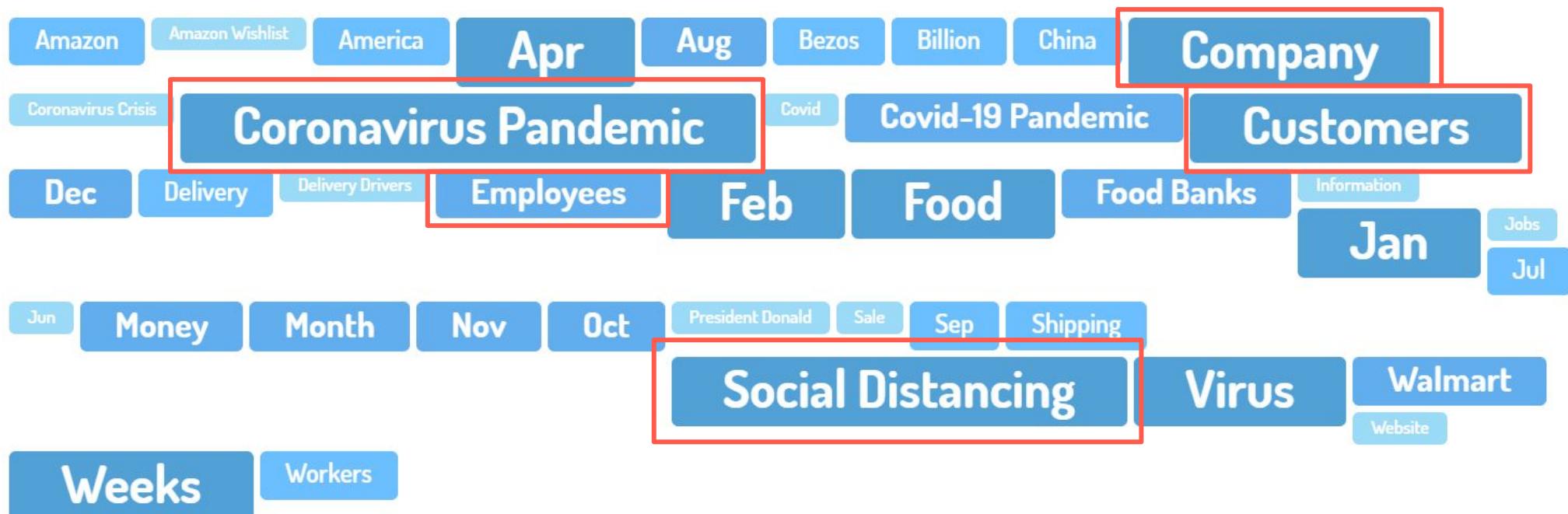


Enfoque por marca: Amazon



Evolución de las conversaciones a nivel mundial sobre Amazon entre marzo y abril del 2020.

Temas clave debatidos sobre **Amazon y alimentos**



Estas son las publicaciones clave en cuanto a los temas de conversación principales.

Distanciamiento social: “Social Distancing”

THEVERGE RANK 10 AUDIENCE 4M 01/04/2020

Amazon's poor treatment of workers is catching up to it during the coronavirus crisis

Amazon faces an unprecedented challenge in coping with the fallout from COVID-19. With tens of millions of Americans now dependent on online delivery for their food, medicine, and other essential... center employees are diagnosed with the virus across the country. Amazon's already-restrictive workforce has [less...](#)



NO SENTIMENT ▾ SLOW NETWORK ✕ COVID 19 ✕ ALL TAGS TAG ★ SAVE SHARE DELETE ACTIONS

Empresa: “Company”

BBC RANK 10 AUDIENCE 51M 14/04/2020

Coronavirus: Amazon ordered to deliver only essential items in France

Amazon has been ordered to limit its deliveries in France to essential goods only, amid claims it is... online retail giant to deliver only food, hygiene and medical products in the country from Tuesday. This is to allow officials to assess whether Amazon is taking adequate precautions to... [Read More](#)



BBC NEWS NEUTRAL ▾ FINANCE ✕ SECURITY ✕ LOCATION ALL TAGS TAG ★ SAVE SHARE DELETE ACTIONS



Empleados: “Employees”

NYTIMES RANK 10 AUDIENCE 22M [VIEW ACTIVITY](#) 21/03/2020

Exclusive: Amazon Raises Overtime Pay for Warehouse Workers

challenging time.” **Amazon** told employees in an internal announcement on Saturday seen by Reuters. “We... in pay for its workers in a week. On Monday, **Amazon** hiked the hourly rate for associates to \$17 from ... every overtime hour worked in a workweek from March 16 through May 3, 2020, the national **food** retailer said in an emailed statement on Saturday. Lawmakers have urged companies to do a better job protecting workers, especially those at warehouses and grocery stores who do not have the luxury of [Less...](#)

Empresa: “Company”

AMAZON CO RANK 10 AUDIENCE 15M [VIEW ACTIVITY](#) 18/04/2020

AMAZON AND COVID-19

Amazon doing about price gouging? We're working to ensure that no one artificially raises prices on basic need products, such as **food**, or health and personal care products during this pandemic and have...The latest on delivery information, what **Amazon's** doing to help, and answers to your questions. Our role serving customers and the community during this time is a critical one. At every level of our company, we're working to provide the products and services that our customers and communities need most at this time. **Amazon's** operations continue, but delivery times may be longer than usual[Less...](#)

NEUTRAL | **E-COMMERCE** ✘ | **LOCATION CHANGE** ✘ | **COVID 19** ✘ | **REPUTATION** ✘ | +14 tags

Pandemia Coronavirus: “Coronavirus Pandemic”

TWITTER RANK 10 FOLLOWERS 43M [VIEW ACTIVITY](#) 13/04/2020

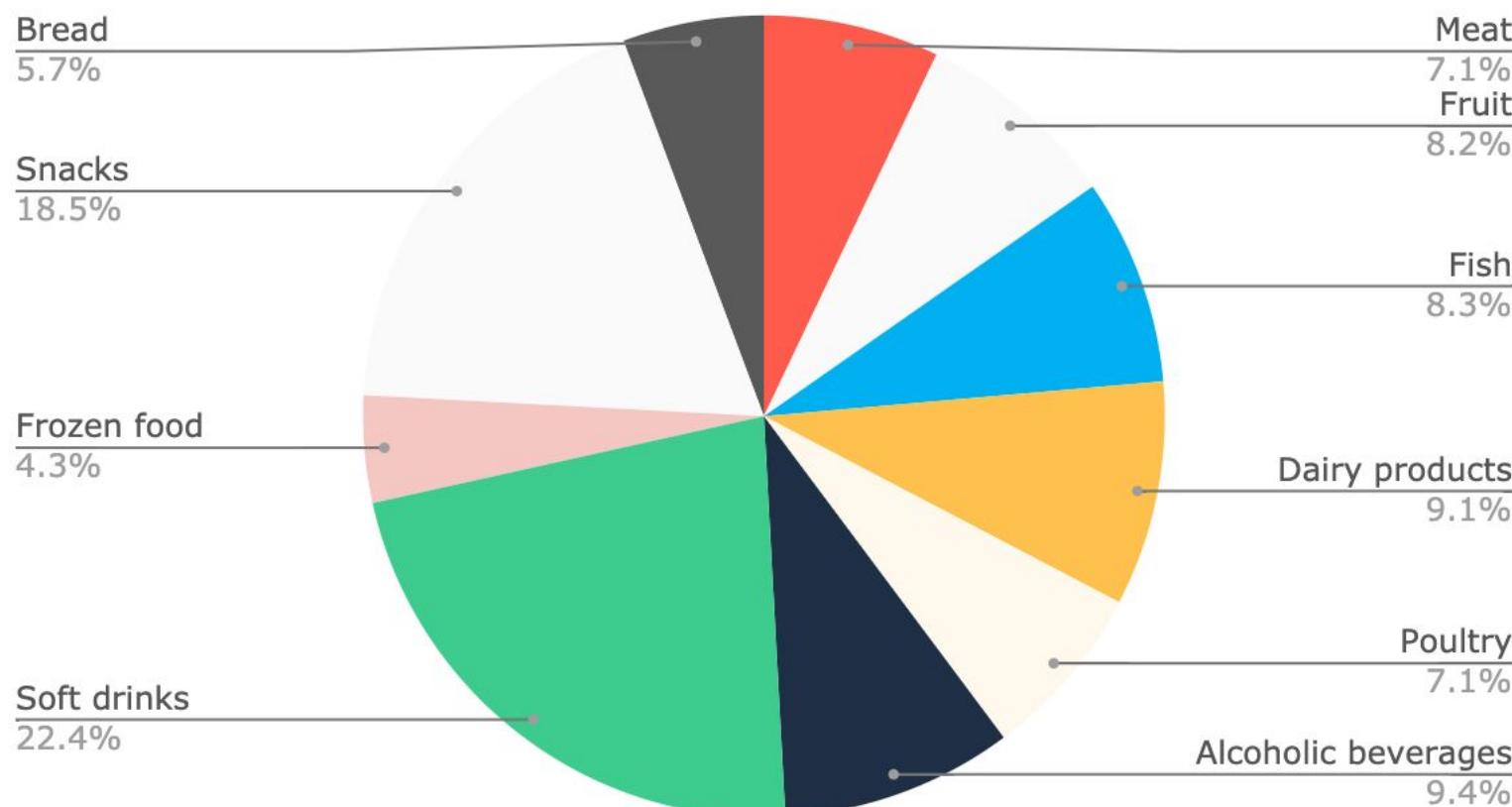
CNN @CNN

Soaring demand for online **food** delivery during the coronavirus pandemic has forced **Amazon** to create a waitlist for new shoppers. It's part of a number of changes **Amazon** is making to its **food** delivery business. [cnn.com/2020/04/13/business/am...](https://cnn.com/2020/04/13/business/amazon-delivery-coronavirus-pandemic/)
[Less...](#)

NO SENTIMENT | **COVID 19** ✘ | **FOOD & BEVERAGE** ✘ | [ALL TAGS](#) [TAG](#) [★ SAVE](#) [SHARE](#) [DELETE](#) [ACTIONS](#)

Temas clave debatidos sobre **Amazon y alimentos**

De todas las empresas monitorizadas, Amazon es el distribuidor más mencionado a nivel mundial debido a su presencia internacional. Las dos principales categorías de alimentos más mencionadas en relación a Amazon son los refrescos y los aperitivos tipo snack.



Share of voice online de los productos clave de las distintas categorías de Amazon.

Menciones clave a nivel mundial sobre Amazon y aperitivos empaquetados

 TWITTER RANK 8 FOLLOWERS 40K  17/04/2020

 Chips Ahoy! @ChipsAhoy
 @Curly1986 Hi! We've seen an increase in demand for our delicious **snacks** and realize some of our products may be hard to find right now due to COVID-19. We encourage you to visit online retailers such as **Amazon**, Walmart or Target. Thanks for your continued support.
[Less...](#)

POSITIVE ▾ COVID 19 ✗ AMAZON.COM ✗ SNACKS ✗ WALMART ✗ +1 tags

 TWITTER RANK 1 FOLLOWERS 10  17/04/2020

 Cory Loudon @802_fashionguru
[heavy.com/health/2020/04/bulk-...](#) It is **snack** time. save yourself from having to brave the grocery stores with these bulk **snack** choices from **amazon**. #COVID19Pandemic @ShopHeavy ...
[Read More](#)

NO SENTIMENT ▾ COVID 19 ✗ AMAZON.COM ✗ SNACKS ✗ GROCERY STORE ✗ +1 tags

 TWITTER RANK 2 FOLLOWERS 201  16/04/2020

 J. Ben Wilkinson MD @bwilkMD
 During #COVID19 we've moved from large communal **snack** containers to single serving packs. Super easy to order individual portions of healthy **snacks** @amazon or @Costco. Might be nice #COVIDkindness gesture for coworkers or staff if you're still coming into...
[Read More](#)



POSITIVE ▾ COVID 19 ✗ AMAZON.COM ✗ SNA      

Menciones clave a nivel mundial sobre Amazon y refrescos

TWITTER RANK 1 FOLLOWERS 10 [VIEW ACTIVITY](#) 11/04/2020

A McA @AMcA32449832
More #amazon pandemic price gouging allowed. Tonic **water** is being touted as a #coronavirus treatment bc it has quinine (related to hydroxychloroquine). But the amt is FDA regulated and tiny. 16 10 oz. servings would get u close to therapeutic level. But ppl buy the hype and now.. twitter.com/AMcA32449832/status/1250811111111111111

Less...

88% POSITIVE (24 seller ratings)

\$45.99 (\$0.77 / Fl Oz) New >
+ \$6.49 shipping

Rejoice Bookstore & More
93% positive (56 seller ratings) [Add to cart](#)

\$46.99 (\$0.78 / Fl Oz) New >

NO SENTIMENT ▾ COVID 19 ✖ PRICE ✖ PRICE ✖ AMAZON.COM ✖ FLAVOURED WATER ✖

TWITTER RANK 2 FOLLOWERS 153 [VIEW ACTIVITY](#) 07/04/2020

3 Water @drink3water
We are practicing social distancing but we still make sure to get some Vitamin D! Order your 3 **Water** on **Amazon**. #drink3water @christine_mariea #3water #caffinewater #caffeinatedwater #caffeine #stayhydrated #fitness #covid19 #socialdistancing ... [Read More](#)

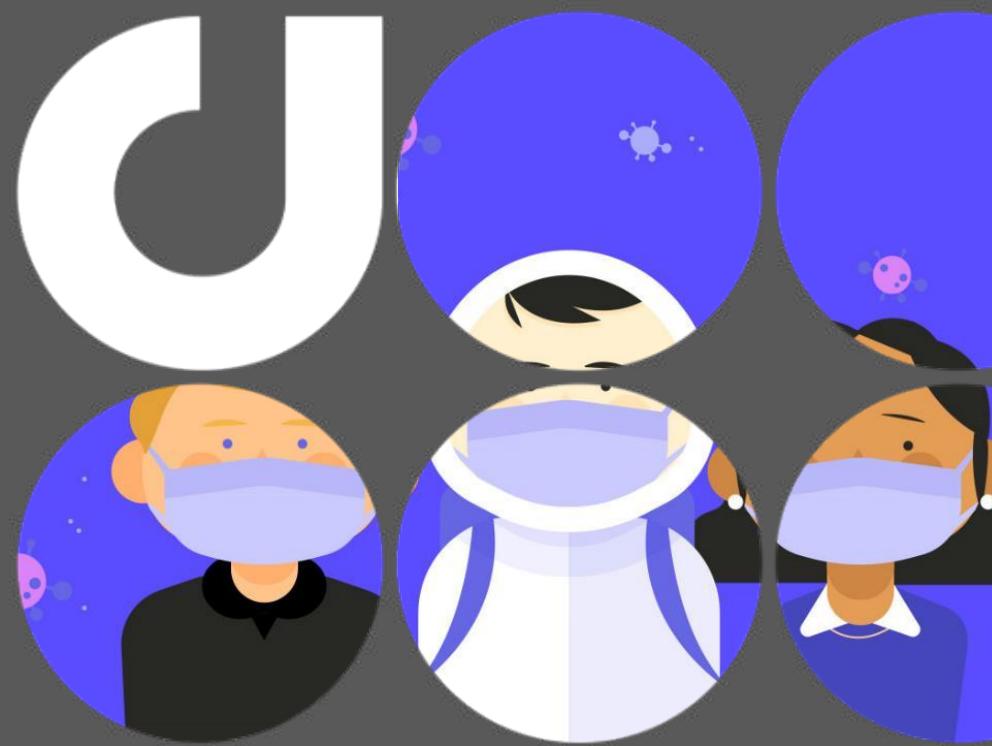


POSITIVE ▾ COVID 19 ✖ SOCIAL DISTANCING ✖

TWITTER RANK 5 FOLLOWERS 1K [VIEW ACTIVITY](#) 15/04/2020

RovingSocialWorker J. @Travel_MSW
I paid \$30 for @VernorsSoda from @amazon (seller not **amazon**) and they sent me diet vernors. diet **soda**. DIET. This has been the most disappointing thing that's happened this week and I was nasal swabbed for **#Covid19** Monday. twitter.com/Travel_MSW/status/1250811111111111111

Resumen



Resumen

La preocupación por la salud personal y la preparación general en medio de la pandemia de Covid-19 han llevado a los consumidores a priorizar la caducidad y la seguridad alimentaria en su lista de la compra. La disponibilidad de alimentos para personas desfavorecidas, así como minimizar el desperdicio son otros temas de conversación en las redes sociales, especialmente para la industria láctea.

Ahora más que nunca es importante que las marcas controlen de manera proactiva los puntos críticos en las preferencias y preocupaciones de los consumidores, ya que la demanda de productos no perecederos continúa creciendo. Educar al público sobre cómo se maneja la seguridad alimentaria también será esencial para generar confianza entre los consumidores y mantener las ventas durante este período.

Como tal, estos son los puntos de acceso que las marcas deben monitorear para adaptarse a los nuevos patrones de consumo resultantes de Covid-19:

- Share of voice por categorías de productos clave
- Los temas y preocupaciones principalmente discutidos para cada categoría
- Distribución del sentimiento del consumidor y sus principales impulsores.
- Temas clave de conversación relacionados con cada fase del customer journey



Acerca de Digimind

Social Media Listening, Social Media Analytics e Inteligencia Competitiva Intelligence

Digimind es el software líder de monitorización de redes sociales e inteligencia competitiva, diseñado para marcas y agencias que desean acelerar la transformación digital a través de un enfoque insight-driven. Reconocida por Forrester y Gartner como la mejor tecnología de su clase, Digimind transforma datos sociales y online en información procesable para una toma de decisiones empresariales óptima.

Fundada en 1998, Digimind tiene oficinas en Nueva York, París, Singapur y Rabat, y atiende a más de 600 clientes en todo el mundo, incluidos LinkedIn, Sony, McCann Worldwide y Lexus.

Más información en www.digimind.com/es

Más recursos en <http://digimind.com/es/recursos/>

¿Deseas saber más sobre Digimind y cómo la mejor tecnología para el análisis y la escucha social pueden ayudar a impulsar el desarrollo de tu producto y tus estrategias de lanzamiento?

Contáctanos: marketing@digimind.com





Acerca de Digimind

CONSULTORIA Digimind

Este servicio comprende un equipo de **consultores y especialistas en inteligencia y redes sociales**, cuya misión es ayudarte a lanzar e implementar tu proyecto Digimind dentro de su organización. Desde la configuración del software hasta la capacitación práctica, el servicio de Consultoría de Digimind brinda asesoramiento personalizado y las mejores prácticas sobre cómo aplicar información desde la escucha social a las estrategias de su empresa.

Como expertos certificados en inteligencia social, nuestros consultores te brindan el conocimiento en inteligencia de redes sociales para que puedas obtener rápidamente información estratégica y ayudarte a administrar tu actividad de monitorización a través de indicadores clave de rendimiento claros y efectivos.

Generar sinergias

Compartir el uso de la plataforma y las mejores prácticas.

Workshops colaborativos

Estructurados en torno a los desafíos y objetivos de tu negocio.

Optimización en la adopción de software

Plan de implementación basado en objetivos, seminarios web de formación, cuestionarios de satisfacción.

Contáctanos a través de:

consulting@digimind.com



INSIGHTS Digimind

El equipo INSIGHTS de Digimind está constituido por una base de **analistas multilingües y especialistas en datos de redes sociales**. Ayudan a transformar big data en smart data, que luego se utilizan para producir informes de análisis personalizados, boletines y auditorías.

Desde **estudios exhaustivos únicos hasta informes recurrentes**, nuestros analistas aplican su experiencia para abordar tus desafíos estratégicos.

Dashboards

Data en tiempo real

Sistema de alertas

Contenido sensible y prevención de crisis

Listening & cualificación

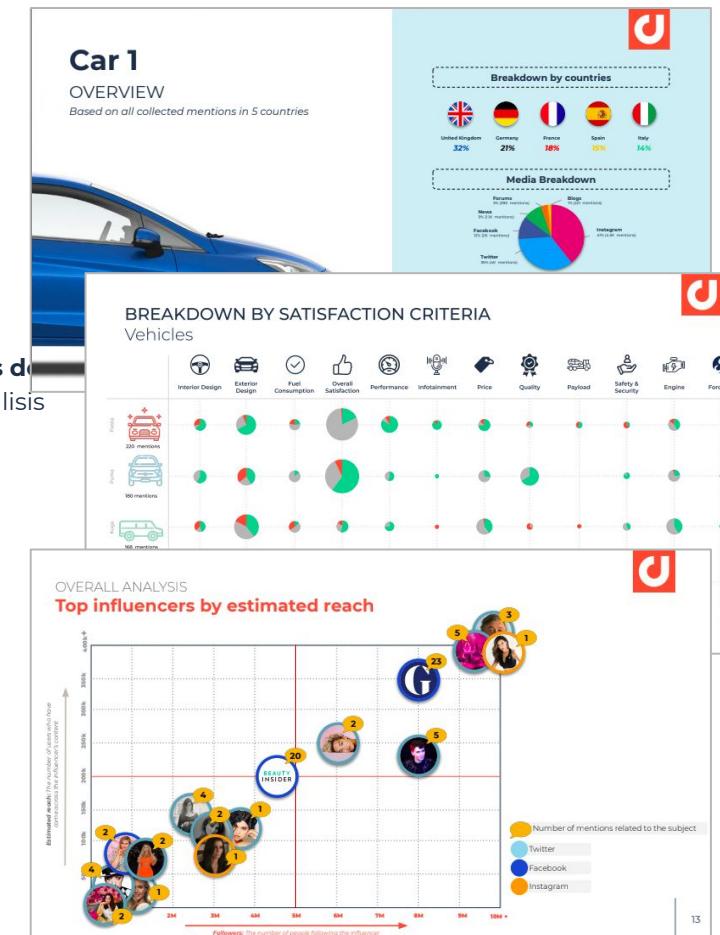
Análisis del sentimiento, temáticas y canales clave

Analysis reports & recommendations

Reports, audits, Raports, audits, customized weekly or monthly analysis reports

Contáctanos a través de:

insights@digimind.com





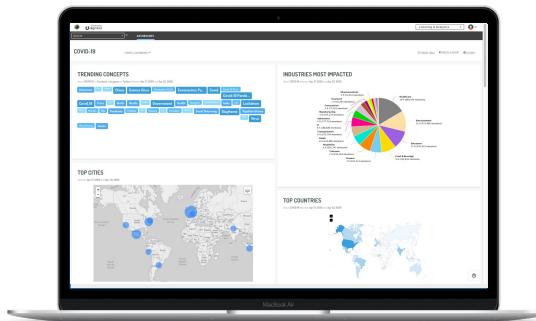
Más recursos sobre Covid-19



20 estrategias Social Listening para
Gestión de crisis
[Descargar ahora](#)



Dashboard & Newsletter
Covid-19 configurable
[Descubre más](#)



Acceso Gratuito a
ONGs e Instituciones de
Gobierno
[Saber más](#)

Descubre nuestro centro de
recursos dedicado a Covid-19

[Saber más](#)



www.digimind.com