



ENCUESTA LATAM COVID-19

SE REALIZÓ UNA INVESTIGACIÓN SOBRE LOS CAMBIOS EN LOS PATRONES DE CONSUMO EN LATINOAMÉRICA A PARTIR DE LA COYUNTURA DEL COVID - 19.



LAS **MEDIDAS DE AISLAMIENTO HAN CAMBIADO NUESTRAS RUTINAS**, GENERANDO DIFERENTES SENSACIONES. EL ESTUDIO REVELÓ QUE **EL 37% DE LOS LATINOAMERICANOS EXPERIMENTA ANSIEDAD EN LA SITUACIÓN DE AISLAMIENTO.**




LA **MITAD** DE LOS LATINOS AFIRMÓ QUE SU **ECONOMÍA FAMILIAR EMPEORÓ CON LA PANDEMIA**

AFINIDAD
147




EL **67%** DE LAS PERSONAS PASA EN LA CUARENTENA EN GRUPOS FAMILIARES DE TRES O MÁS PERSONAS.

EL **49%** DE ESTOS GRUPOS FAMILIARES CONTABA CON LA PRESENCIA DE ADULTOS MAYORES O GRUPOS DE RIESGO.



73% RESPONDIÓ ESTAR HACIENDO **TELETRABAJO**, SIENDO ESTA LA ACTIVIDAD MÁS REALIZADA. EL **PORCENTAJE FUE MAYOR EN LOS HOMBRES**, CON UN **78%**.



VER **SERIES Y PELÍCULAS FUE LA ACTIVIDAD MÁS REALIZADA**, CON UN **72%**. **COLOMBIA FUE EL PAÍS DONDE MÁS SE HIZO** ESTA ACTIVIDAD CON UN **80%**

ACTIVIDADES RELACIONADAS AL HOGAR: COCINAR MÁS ELABORADAMENTE 51% HACER ARREGLOS EN CASA 53%.

AFINIDAD COCINAR
HOMBRES: 76 - MUJERES: 110



20% DE LAS PERSONAS, JUGARON **VIDEOJUEGOS**.

AFINIDAD
MEXICO 150 ARGENTINA 120 COLOMBIA 140



33% DE LAS PERSONAS REALIZÓ **CURSOS VIRTUALES**.

AFINIDAD
MEXICO 127 ARGENTINA 124 COLOMBIA 115 PERU 112



21% CAMBIÓ LAS **MARCAS** QUE COMPRABA POR **NO ENCONTRARLAS EN LOS PUNTOS DE VENTA.**

14% CAMBIÓ LAS **MARCAS** QUE COMPRABA POR **PRECIO.**



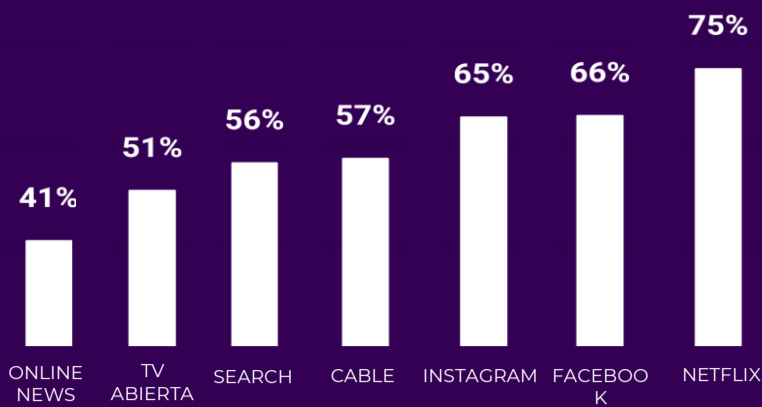
21% SALE 3 VECES O MÁS POR SEMANA.

6% NO HA SALIDO DESDE QUE COMENZÓ LA CUARENTENA



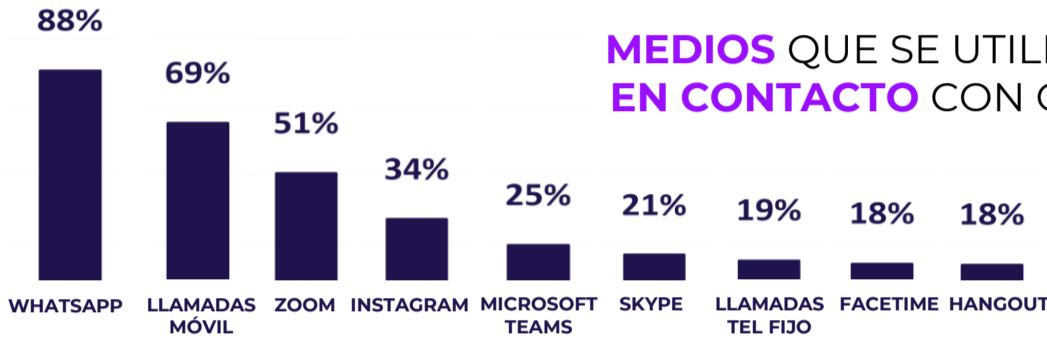
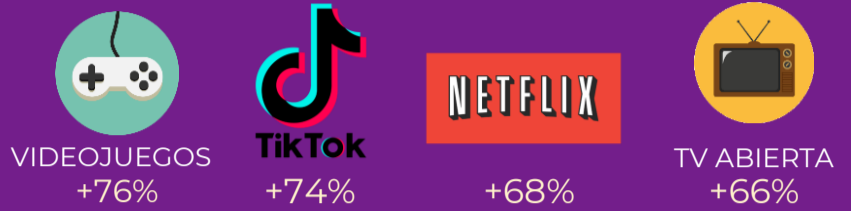
DE LAS PERSONAS QUE SALIERON MÁS DE UNA VEZ DE COMPRAS EL **33%** REALIZÓ ADEMÁS COMPRAS POR INTERNET.

MEDIOS MÁS UTILIZADOS EN LAS ÚLTIMAS SEMANAS



EN TODOS LOS PAÍSES, LA **TELEVISIÓN** Y **REDES SOCIALES** SON LAS PRINCIPALES FUENTES DE INFORMACIÓN.

MEDIOS QUE MÁS AUMENTARON SU CONSUMO EN RELACIÓN AL PERÍODO ANTERIOR



MEDIOS QUE SE UTILIZAN PARA ESTAR EN CONTACTO CON OTRAS PERSONAS

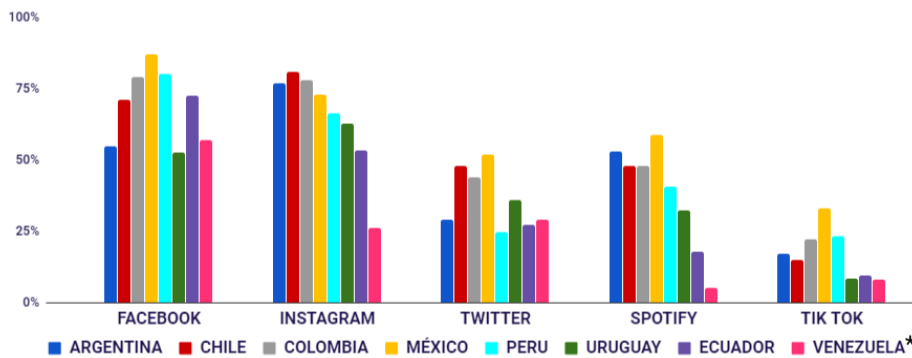
PLATAFORMAS DIGITALES QUE MÁS SE UTILIZAN PARA COMPRAR

1º SITIOS WEB DE SUPERMERCADOS

2º

- RAPPI**
- AMAZON**
- MERCADO LIBRE**
- PEDIDOS YA**
- SITIOS DE MARCAS**
- MERCADO LIBRE**

REDES SOCIALES QUE MÁS SE UTILIZAN POR PAÍS



ES EL PAÍS QUE MÁS UTILIZA LAS REDES SOCIALES

*Fuente: Mindshare Venezuela

1º LO QUE MÁS SE COMPRO ONLINE SON LOS SURTIDOS DE SUPERMERCADO

2º LUEGO, SE ENCUENTRAN LAS COMIDAS PREPARADAS

¿QUÉ ACCIONES DEBERÍAN REALIZAR LAS MARCAS RESPECTO AL CORONAVIRUS?

1º APOYAR A LAS COMUNIDADES EN CONDICIONES PRECARIAS

- 2º** **DONAR PRODUCTOS**
- APOYAR A LOS TRABAJADORES FUERA DE ACTIVIDAD**
- CUMPLIR CON LAS REGULACIONES GUBERNAMENTALES**
- GENERAR OFERTAS O DESCUENTOS SOBRE SUS PRODUCTOS**

Fuente: Encuesta MS LATAM Covid-19, Abril 2020, 1971 casos.

PARA OBTENER MÁS INFORMACIÓN, POR FAVOR COMUNÍQUESE CON SU EQUIPO DE MINDSHARE LOCAL.