

COVID-19

Impacto del Virus en España

30 de marzo de 2020



7 FASES EMOCIONALES QUE EXPERIMENTAREMOS DURANTE EL CONFINAMIENTO

Desde Ipsos China se han analizado las **etapas clave** en el viaje a través de la epidemia

INCREDELIDAD



Siento **confusión y miedo**, dado que la información es muy imprecisa y los rumores abundan

PREPARACIÓN



Empiezo a **cambiar los planes**, a almacenar suministros, a hacer frente al agotamiento de las existencias y a la escasez de determinados productos

AJUSTE



Voy **ajustándome** día a día a las **nuevas restricciones y a las situaciones** a medida que van surgiendo. Voy elaborando nuevas rutinas

ACLIMATACIÓN



Voy estableciendo rutinas y enfrentándome a los retos diarios de aburrimiento y contacto familiar forzado. Descubro cosas positivas de la situación, a medida que la gente explora **nuevas actividades e intereses**

RESISTENCIA



La tensión aumenta con el tiempo con la restricción del movimiento y la actividad social reducida, afectando el estado de ánimo y las relaciones. Y todo agravado por la **incertidumbre** sobre cuánto va a durar esta situación

ALIVIO



Siento alivio de que los negocios empiecen a reabrir, señalando que **el final está a la vista**. Me siento contento/a de reemprender la vida de nuevo

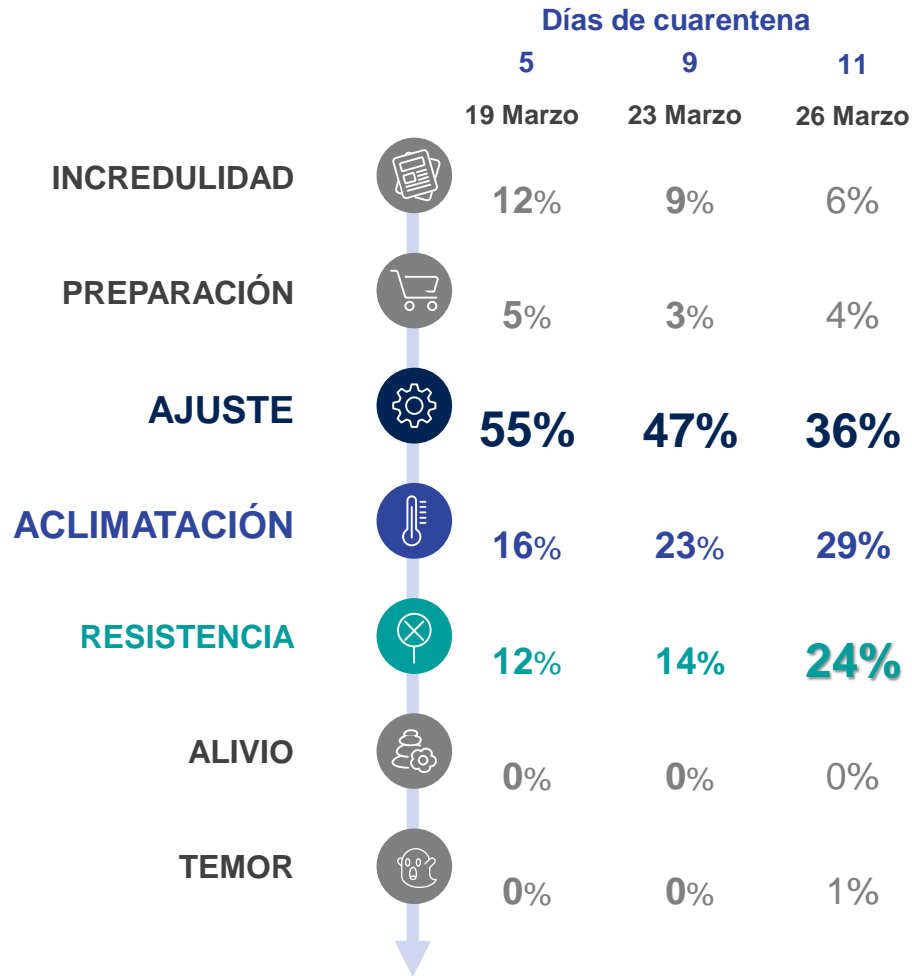
TEMOR



Siento alivio de que los negocios empiecen a reabrir, señalando que el final está a la vista. Pero me surgen nuevas **preocupaciones sobre la seguridad laboral y financiera** y cómo las consecuencias económicas se van haciendo evidentes

EN ESPAÑA, LUEGO DE UNA FASE TRANSITORIA Y CORTA DE ACLIMATACIÓN, CRECE LA RESISTENCIA

Aunque permanecemos mayormente en Fase de **Ajuste**



En fase de resistencia, la gente toma más conciencia y ha adaptado las formas de compra a la situación

Todo es más difícil el trabajo a distancia, la presión mediática es insostenible, deberían cerrar algunos medios y dejar lo imprescindible

Ahora suelo hacer una compra grande a través de mi supermercado online. Suelo hacer una compra grande cada 2 o 3 semanas Y ya luego semanalmente suelo salir un día, a comprar mas los artículos perecederos y de primera necesidad.

Antes intentaba comprar siempre las mismas marcas y tipos de producto. Debido a la escasez **compro más sin fijarme ni en marcas concretas ni en productos determinados**

Antes hacía pequeñas compras diarias o cada dos días en la plaza del mercado del barrio y ahora intentamos ir un día a la semana o, como mucho, dos y hacer una compra más grande.

Ahora hago la compra por internet pero anticipándome una semana porque el servicio está colapsado

Antes hacía una compra semanal y luego iba casi a diario a comprar el pan y **ahora solo voy una vez a la semana a comprar y compro pan para congelarlo y de molde** También ahora estoy más tiempo con mi marido

Voy comprando más alimentos naturales como frutas y hortalizas

EN ESPAÑA, LUEGO DE UNA FASE TRANSITORIA Y CORTA DE ACLIMATACIÓN, CRECE LA RESISTENCIA

Aunque permanecemos mayormente en Fase de **Ajuste**



Recomendaciones para las Marcas



AJUSTE

Todavía tenemos una mayoría de población en el periodo de Ajuste. En este momento, lo más importante es acompañar, **apoyar al consumidor**. Muchas Marcas están ya comunicando este apoyo incondicional. Aquí **es el momento de ganarse el corazón del consumidor**.



ACLIMATACIÓN


Crece la aclimatación: se están instaurando nuevos hábitos. Es un buen momento para las Marcas de explorar si estos nuevos hábitos les favorecen: **¿nos hemos quedado dentro o fuera de las nuevas rutinas?**



RESISTENCIA

Hay una parte que empieza a entrar en la fase de Resistencia: esta fase es de alto negativismo, **hay que conocer muy bien al consumidor para no generar rechazo**.

En **IPSOS** tenemos un compromiso, dar acceso a todo nuestro **conocimiento** que tenemos sobre la **sociedad, los mercados y las personas**.

 Las **emociones** son lo que **nos guía** siempre y más en **estos momentos**



**BE
SURE.
GO
FURTHER.**

