[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en Ciudad de México el 02/04/2020

# [Incrementan hasta mil por ciento las búsquedas de desinfectantes y autoservicios en Mexico: SEMrush](http://www.notasdeprensa.es)

## México se encuentra en la fase 2 de riesgo de contagio en que el gobierno federal intensificó las medidas de prevención

De acuerdo con un estudio SEMrush, plataforma global para investigación y análisis de datos de marketing online, en el mes de marzo se incrementaron hasta en 1600 por ciento las búsquedas en internet en México de productos de higiene. En tanto que, las búsquedas de los servicios online de los supermercados, subieron más del 30 por ciento. Luego de que la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró el brote de coronavirus como una pandemia el pasado 20 de marzo, también hizo un llamado a los gobiernos a tomar "medidas urgentes y agresivas" para combatir el brote, en este marco, se incrementaron las medidas de prevención en las que destaca la cuarentena para quedarse en casa. “Los resultados de este estudio muestran, entre otras cosas, los productos más vendidos en esta coyuntura, pero también que la gente está haciendo caso a las recomendaciones de los organismos de salud al buscar a los supermercados para compras online y evitar salir de casa”, comentó Fernando Angulo de SEMrush. El top tres de búsquedas de productos corresponde en primer lugar a los desinfectantes que tuvieron tan sólo en el mes de marzo más 120 mil búsquedas en México, lo que significó un incremento de más de 1600 por ciento, en tanto que el segundo lugar fue la lejía, con más de 12 mil búsquedas un 300 por ciento de incremento, mientras que el tercer lugar fue el papel higiénico con un porcentaje de 257. Por su parte, la búsqueda de supermercados también aumentó, el club de precios Sam´s Club pasó de 670 a 890 mil búsquedas, un 33 por ciento de incremento. Otras tiendas de autoservicios como Fresko, Superama, Heb y Costco, fueron más buscados por los mexicanos hasta 27 por ciento más, que antes de la coyuntura del coronavirus. “El analizar este tipo datos en esta coyuntura resulta muy importante ya que permite una visualización completa del flujo de datos y comportamiento de los consumidores y puede abonar a medir decisiones y siguientes pasos, a los organismos y empresas”, agregó Angulo. México se encuentra en la segunda fase de riesgo de contagio en que el gobierno federal intensificó las medidas de prevención, como la suspensión de todas las reuniones privadas, públicas, sociales o gubernamentales, suspensión temporalmente actividades laborales que impliquen la movilización de personas de sus domicilios al trabajo y de regreso, o movilización en el espacio público, entre otras medidas[1]. El estudio realizado a nivel global, en el que la última parte hace referencia a las búsquedas en español, se puede consultar en el siguiente sitio: https://es.semrush.com/blog/impacto-economico-coronavirus/ [1] https://coronavirus.gob.mx/

**Datos de contacto:**

Norma Aparicio

55 5511 7960

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/incrementan-hasta-mil-por-ciento-las-busquedas](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Marketing Consumo

[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)

[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)