

la eficacia no se para_

BAPCONDE®

brands vs. virus 1

obserBAPtorio de la situación actual | COVID19

BAPCONDE®

Es una época para estar especialmente atentos a todo **lo que ocurre** y encontrar **nuevos horizontes**.

El obserBAPtorio ***brands vs. virus*** pretende dar un poco de **luz** en esta situación.

Con él queremos aportar nuestro granito de arena para **ayudar a las empresas** a superar esta crisis.

Por eso compartimos **información** que puede ayudarnos a **entender mejor el momento** e imaginar **nuevas estrategias**.

Si quieres acceder a un **contenido ampliado y exclusivo** de este report. O si quieres que hablemos sobre **cómo podemos ayudarte**, contacta con nosotros:

✉ comunicacion@bapconde.com

☎ 981 216 470

**_el momento actual
en 7 claves.**

índice.

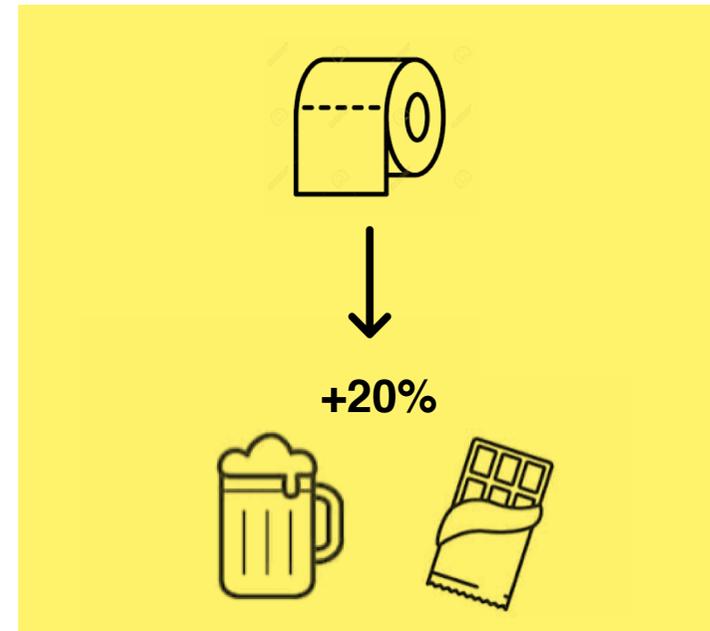
- 01** _del efecto bunker al new no-normal.
- 02** _más online, menos proximidad.
- 03** _tv e internet against virus.
- 04** _información, pago-gratis y gaming.
- 05** _nunca tan aislados, nunca tan sociales.
- 06** _de “esto no va con nosotros” a “querer mejorar”.
- 07** _contenidos, solidaridad, adecuación constante.

hábitos.

01 del efecto bunker al new no-normal.

Más allá de la **higiene**, el **aislamiento** y el **back to basics forzado**, el virus está provocando cambios en nuestros hábitos de consumo doméstico que pueden marcar también un cambio de tendencia a nivel global. Por ejemplo, según Kantar, **un 12,5% de los consumidores han restringido el consumo de productos extranjeros**.

Pero los consumidores se están **empezando a adaptar a la nueva situación**. Tras la compra acumulativa de **productos básicos** (papel higiénico, etc.) que vivimos las semanas pasadas, están incorporando algún **capricho** (chocolate, cerveza, etc.), para **llevar mejor la vida en cuarentena**.



Fuente: Elaboración propia a partir de Kantar (semana 10, 2020).

_hábitos.

02 _más online, menos proximidad.

La cuota del canal online es la que más está creciendo, para beneficio de los grandes operadores globales online, y en perjuicio de los **comercios y productores locales**, que después del impacto a corto plazo de esta crisis, se verán obligados a **entrar y resistir en la multicanalidad** del siglo 21.



Fuente: Elaboración propia a partir de Nielsen (semana 10, 2020).

_medios.

03 _tv e internet against virus.

Mañana, sobremesa y tarde son las franjas que concentran un mayor consumo de tv durante la cuarentena (**jóvenes y niños** en el **prime time**); y **Galicia** es una de las comunidades donde más aumentó el consumo tv, que está alcanzando récords históricos.

Pero también crecen Internet y el móvil, especialmente **Whatsapp**, **Skype** (o similares), redes sociales como **Instagram** y **TikTok**, y plataformas como **Spotify** o **Movistar+**.



Fuente: Elaboración propia a partir de Kantar Media y otras fuentes especializadas.

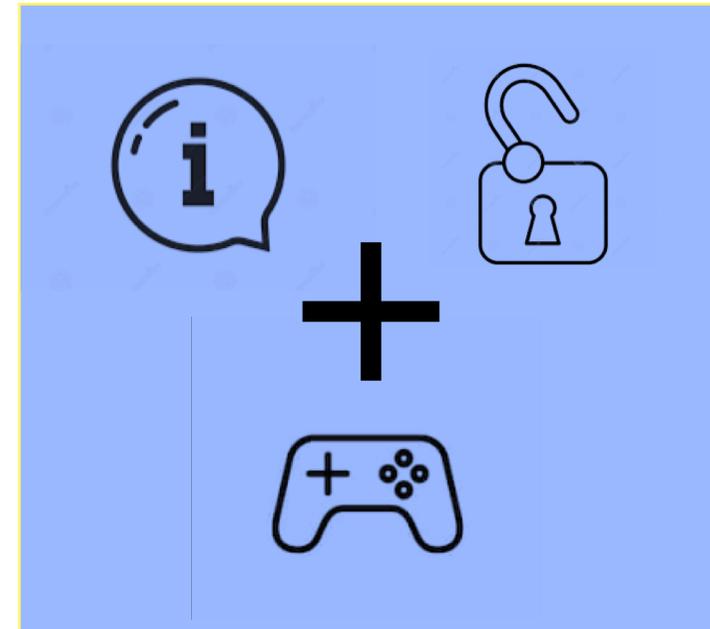
_medios.

04 _información, pago-gratis y gaming.

El entretenimiento da paso a la información en las parrillas de tv.

Pero algunos espacios están buscando **nuevas fórmulas** para continuar con su programación mientras esta situación continúa, por lo que son tiempos para **evolucionar y adaptar la comunicación en tiempo real**.

El **acceso gratis a contenidos de pago** es otro de los movimientos que están haciendo los medios, mientras las plataformas de **eSports** crecen entre el público joven y ofrecen nuevas oportunidades de colaboración para las marcas, es el caso de **Twitch** y sus torneos virtuales patrocinados por **Marca**.



Fuente: Elaboración propia a partir de Kantar Media y otras fuentes especializadas.

conversación social.

05 _nunca tan aislados, nunca tan sociales.

Las redes sociales son el **refugio de muchas personas** en esta crisis.

Aplausos a héroes, niños riquiños, streaming de todo tipo de contenidos, **memes, challenges, planes** para sobrellevar con **humor** la cuarentena, y hasta **balcones** como nuevo espacio colectivo y medio de comunicación.



Fuente: Elaboración propia.

_ánimo social.

06 _de “esto no va con nosotros” a “querer mejorar”.

Todavía estamos adaptándonos a la nueva situación entre la **incertidumbre y preocupación**, pero paradójicamente el virus también puede salvarnos. Puede **ayudarnos a valorar lo que tenemos y lo que de verdad importa** (familia, salud, investigación, alimentación...).

A corto plazo queremos **recuperar el tiempo “perdido”**, pero llegarán momentos de **reinventar el modelo de mundo en el que nos gustaría vivir**.

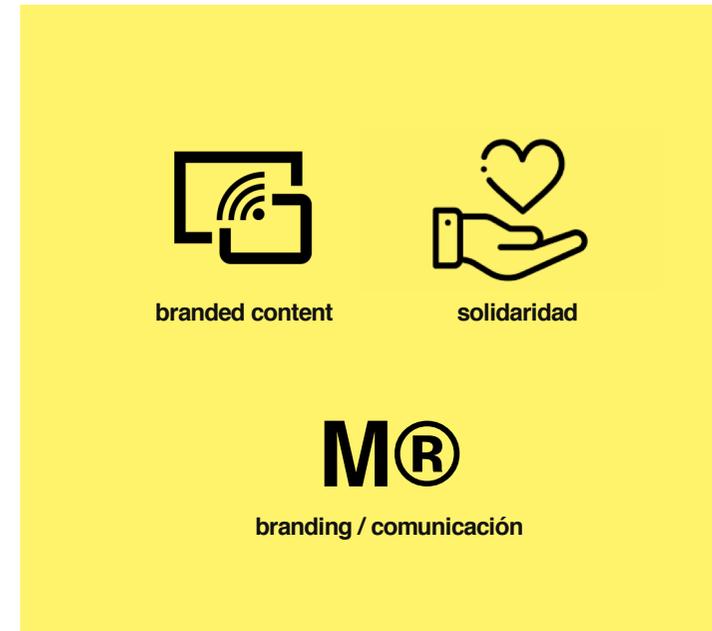


Fuente: Elaboración propia.

_qué hacen las marcas.

07 _contenidos, solidaridad, adecuación constante.

Proporcionar **contenidos para facilitar la vida** en la nueva situación, impulsar **acciones de solidaridad donde más se necesita** y **adaptar su comunicación** a la nueva situación en tiempo real, son algunos ejemplos en los que las marcas están actuando.



Fuente: Elaboración propia.

_qué hacen las marcas. (algunos ejemplos)

Fuente: Ejemplos recogidos de diferentes medios de comunicación y redes sociales.

01 Facilitadores de contenidos

(más allá del streaming)

Lectura.

Autores y editoriales, rebajan o ponen de forma gratuita sus libros, o se hacen campañas para promocionar o recomendar libros..

Campaña como #yoleoencasa cuenta con 530 mil interacciones, y algunas editoriales, como la Editorial Planeta o la Editorial Austral han promovido el hashtag #KeepReadignEnCasa.

Cuenta con más de 230 comentarios de escritores que rebajan o ponen gratuitos sus libros en formato digital



01 Facilitadores de contenidos

#YoMeQuedoEnCasa Cursos gratis y online para mejorar tu formación durante la cuarentena por el coronavirus

- ▶ Google *Actívate* ofrece un catálogo de cursos flexibles y personalizados con certificado
- ▶ Comercio digital, Desarrollo de APPS o Productividad personal puede ayudarte a ampliar tus conocimientos en el mundo digital
- ▶ Toda la actualidad de la televisión en *Corazón y tendencias*

16.03.2020 | 17:41 horas Por RTVE.es



En España

Primaria

- Santillana ofrece en abierto el entorno virtual de **Santillana Proyectos**, una propuesta articulada en torno a la metodología del trabajo por proyectos que desarrolla la creatividad, la curiosidad y la colaboración. Para ello, hemos habilitado un usuario y una contraseña de acceso común a todas las webs.

usuario: santillana contraseña: santillana

[WEB PROYECTOS CASTELLANO](#)

Primaria, Secundaria y Bachillerato (Libromedia)

- Facilitamos, **sin coste**, las licencias digitales de acceso al **LibroMedia** para que el alumnado pueda seguir trabajando desde casa. En este caso, los centros educativos o docentes deben ponerse en contacto con nuestro equipo para solicitar dichas licencias a través de este formulario: [Formulario de contacto](#).
- Igualmente, les ayudamos y guiamos en el uso de nuestra plataforma [Aula Virtual](#).
- Tanto el LibroMedia como el Aula Virtual disponen de videotutoriales que explican de manera sencilla cómo empezar a trabajar en digital, cómo se accede, cómo gestionar el aula y crear grupos, o cómo generar exámenes y deberes, entre otros. Pueden verlo en <https://digital.santillana.es/>.
- Desde el portal [e-vocación](#) también se ofrece apoyo a los docentes con numerosos recursos digitales.

Educación.

Editorial Santillana ha puesto a disposición del público una especie de *escuela en casa*

También, se ha promovido la realización de cursos online gratuitos para estos días de cuarentena

01 Facilitadores de contenidos



Telecomunicaciones.
Acceso a contenidos de forma gratuita.

01 Facilitadores de contenidos

DECORACIÓN

6 CONSEJOS DE IKEA PARA ADAPTAR TU CASA AL TELETRABAJO

Ante la situación de cuarentena que vive España, la firma de muebles sueca te da recomendaciones para crear el entorno ideal para trabajar desde casa

Redacción El Mueble | Actualizado a 18 de marzo de 2020, 12:03

Hogar.

Consejos para adaptarse a nuestra nueva rutina en casa.

02 Aportaciones solidarias

CORONAVIRUS

Dior y Givenchy producirán desinfectante para manos gratis para las autoridades francesas

Por Alicia Lee
04:35 ET(08:35 GMT) 16 Marzo, 2020



MÁS DE CNN RADIO ARGENTINA

REORIENTACIÓN DEL NEGOCIO

LVMH y L'Óreal producirán gel desinfectante

"En esta crisis excepcional, es nuestra responsabilidad contribuir de cualquier forma posible al esfuerzo colectivo", aseguran los gigantes de la cosmética



✉ CORONAVIRUS

Mantente informado de toda la actualidad con nuestra newsletter

APÚNTATE

Mapa Coronavirus España



Cosmética y destilería.

Grandes marcas de cosmética se ofrecen para fabricar desinfectante. También hay iniciativas similares desde destilerías.

La destilería de Ron Montero fabrica 130.000 litros de alcohol al día para uso sanitario



Listoke Distillery
@listokedistill



ATTENTION

Due to the scare that is the Coronavirus, we wanted to do something to help!

We have made Hand Sanitizer at 62% and we are selling our 250ml bottles for €6 at our distillery today until 8pm. This price simply covers our costs.

02 Aportaciones solidarias

Ayuntamiento Zaragoza @zaragoza_es

Gracias a quienes han hecho posible este milagro de crear esta extensión del albergue en 48 h.
A @pikolin @elcorteingles y Bergner Home por donar el material, a los servicios municipales implicados y al personal del albergue y @policiazaragoza que lo van a gestionar @Jorge_Azcon

#Vamosaganar

375 21:25 - 17 mar. 2020

Textil.
Donaciones de colchones y material de cama.

02 Aportaciones solidarias



COVID-19

Benetton, Versace o Giorgio Armani donan millones de euros para combatir el coronavirus



Carlo, Gilberto, Giuliana y el patriarca Luciano Benetton en París en 2006 cuando la firma cumplió 40 años. GETTY IMAGES

Moda.

Pequeñas y grandes firmas aportan mascarillas, dinero e instalaciones para producir textil sanitario.



02 Aportaciones solidarias

Autorizado por Sanidad

Madrid dará menús de Telepizza y Rodilla a alumnos con beca de comedor

EFE / MADRID | 17.03.2020 | 21:13



Delivery y comida a domicilio.

Entrega solidaria de alimentación por empresas de comida a domicilio. Domino's pizza se compromete con el personal sanitario.

Una pizzería regala pizzas a personal sanitario ante su gran trabajo

Domino's Pizza envió 30 pizzas y un mensaje dando las gracias al personal sanitario por el gran trabajo que están realizando

A veces, en los peores momentos, conocemos a las mejores personas. Y que gran verdad. La epidemia del Coronavirus acecha a España, donde ya se ha instalado el Estado de Alarma. Ante este virus, los equipos sanitario se convierte en auténticos héroes.

Horas y horas de trabajo para acabar con el virus y estamos seguro, de que tarde o temprano, acabaran con el Covid-19.

Y un gran gesto humano lo hemos podido ver en Vitoria, uno de los focos del Coronavirus en España. Allí, Domino's Pizza ha hecho entrega de 30 pizzas al equipo de Urgencias de Txagorritxu.

Junto a las pizzas, la plantilla del citado restaurante envió un mensaje que decía:

02 Aportaciones solidarias

Cabify traslada a médicos a domicilios donde deben prestar atención sanitaria durante la crisis del coronavirus

EUROPA PRESS 20.03.2020 - 16:12H



- [España ya supera los 1.000 fallecidos y ronda los 20.000 contagios por coronavirus.](#)
- [La pandemia del coronavirus supera los 10.000 muertos, con más de 240.000 contagiados en 160 países.](#)
- [DIRECTO | Última hora sobre la evolución del brote de coronavirus.](#)

Taxistas y VTC transportan médicos a domicilio

En la Comunidad de Madrid, **taxistas** y dueños de vehículos con licencias **VTC** también se han volcado con los profesionales sanitarios con una iniciativa pensada para evitar el **colapso de hospitales**. Para ello han llegado a un acuerdo con la Comunidad de Madrid que implica el traslado gratuito de médicos a los domicilios de personas infectadas por el COVID-19.

Cabify ofrece 400 VTCs para el traslado de sanitarios a domicilio

comunicación con las administraciones públicas abierto 24 horas para actuar coordinadamente. Por su parte, las **federeaciones del taxi** de Madrid también han comenzado a organizarse para que todos los profesionales del gremio que quieran ayudar voluntariamente en esta situación puedan hacerlo.

Cabify ha ofrecido **400 VTC** de Vecttor, una de sus empresas colaboradoras. El **Vicepresidente de Asuntos Públicos de Cabify**, Mariano Silveyra, ha manifestado su intención de *“aportar su grano de arena para facilitar la imprescindible labor de los profesionales que trabajan en esta difícil tarea”*. Para ello han abierto un canal directo de

Transporte.

Aportación de traslados de forma solidaria a personal sanitario.

02 Aportaciones solidarias

Kike Sarasola cede hoteles para el coronavirus y Armani dona un millón de euros

Mireya Marrón · Madrid
13/03/2020 · 12:23h.



Hoteles.

Puesta a disposición de espacios privados.

02 Aportaciones solidarias



Informática.

Apoyo y soporte informático gratuito.

la eficacia no se para_

03 Adecuación comunicación



Comunicación.
Cambios en branding y estrategias comunicativas para responder a la situación actual.

bapcande.com

la eficacia no se para_

_gracias.