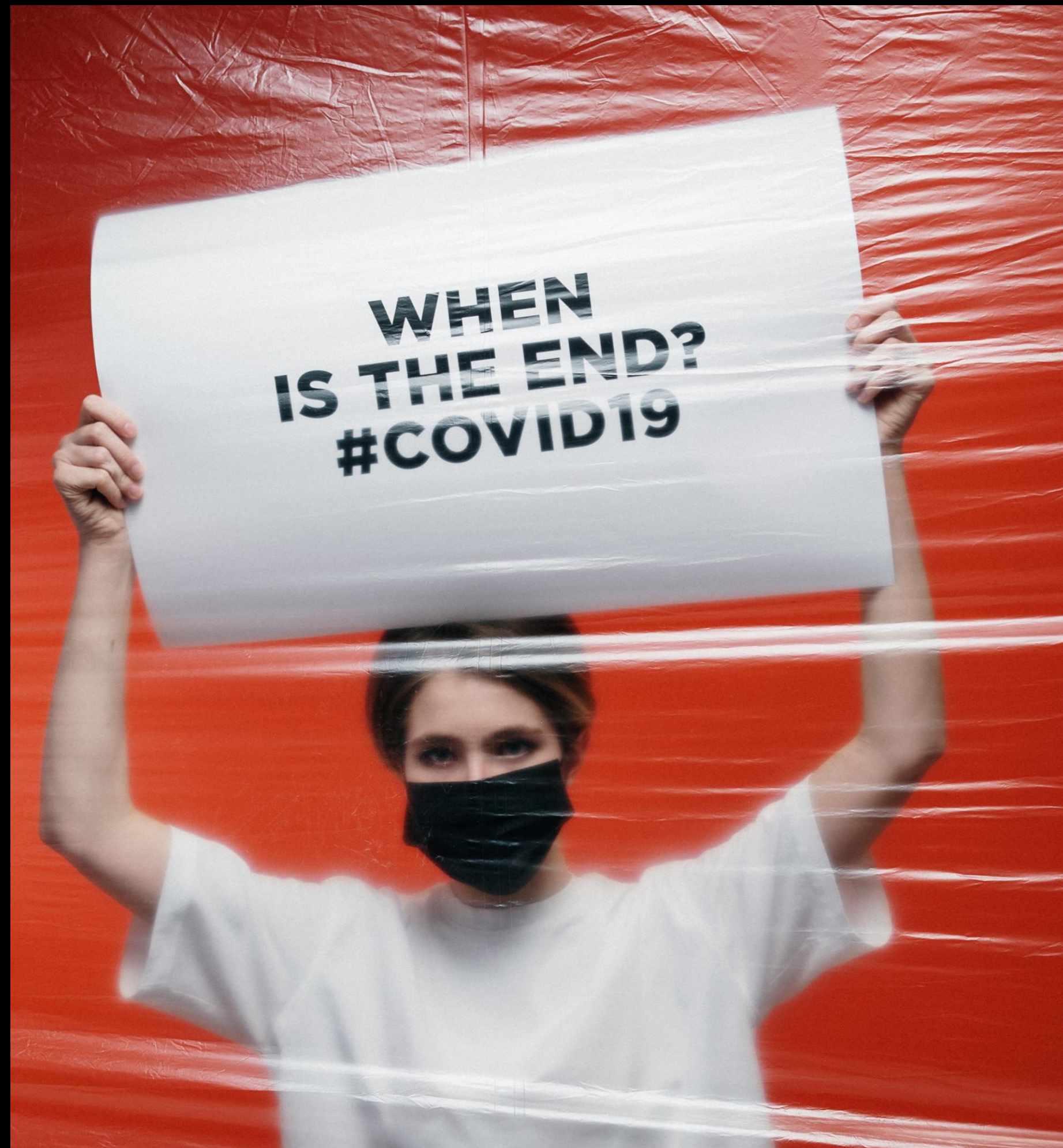
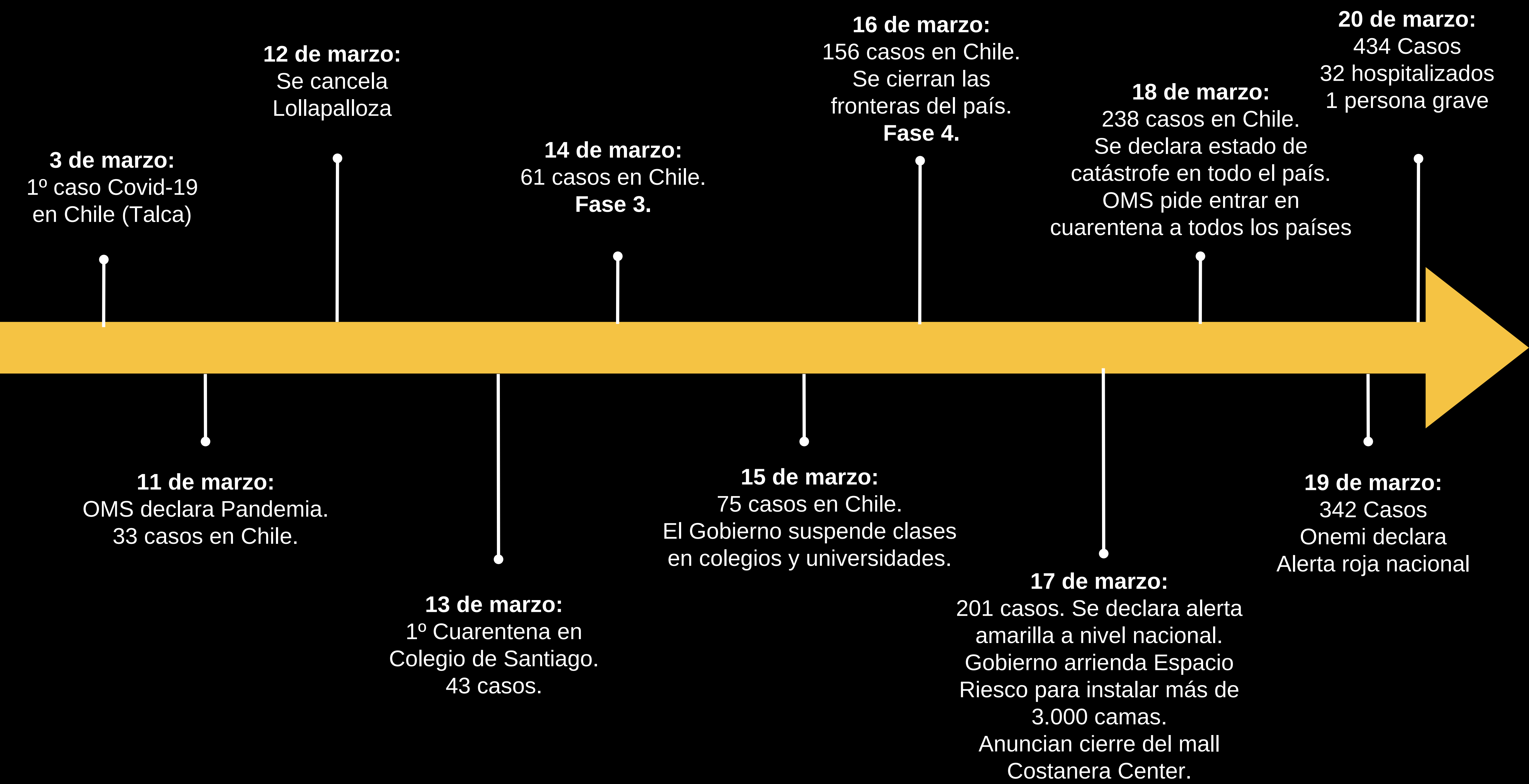




COVID-19: NUEVO ESCENARIO DE LAS MARCAS

SEMANA 5: 7 de abril - 15 de abril 2020

Documento preparado por el equipo de planning,
McCANN Santiago



Fuente: Minsal, marzo 2020



Fuente: Minsal, marzo 2020



Fuente: Minsal, marzo-abril 2020

9 de abril:
5.972 casos
57 fallecidos
1.295 recuperados
Sebastián Piñera anunció
plan económico de ayuda
por el coronavirus (Bono
Covid-19)

11 de abril:
6.927 casos
73 fallecidos
1.909 recuperados
Gonzalo Blumel, anunció
que se contabilizaron 8700
desplazamientos desde la
RM hacia el exterior

13 de abril:
7.525 casos
82 fallecidos
2.367 recuperados
Gobierno y CPC reúnen 13
mil millones de pesos para
implementar plan preventivo
en beneficio de los adultos
mayores más vulnerables

15 de abril:
8.273 casos
94 fallecidos

10 de abril:
6.501 casos
65 fallecidos
1.571 recuperados
En la RM se produjeron
41 mil salidas que
traspasaron el cordón
sanitario.
261 vehículos debieron
retornar a la capital por
no contar con permisos
cruzar el cordón.

12 de abril:
7.213 casos
80 fallecidos
2.059 recuperados
Sebastián Piñera
anuncia Línea de
Crédito Covid-19 para
pequeñas empresas.

14 de abril:
7.917 casos
92 fallecidos
2.646 recuperados
Se anuncia rotación de
comunidades en
cuarentena.

Etapas del Coronavirus en la sociedad

Chile

Europa

China

Etapa 1

Incertidumbre

Creciente preocupación por la llegada del virus, se registran los primeros casos y comienza el crecimiento exponencial de casos de contagio.

Contagios — Prevención — Higiene

Etapa 2

Aislamiento

Por voluntad propia o por orden de los gobiernos, se limitan los desplazamientos personales y las instancias de reunión para reducir la tasa de contagios.

Abastecimiento — Servicios — Ocio

Etapa 3

Recuperación

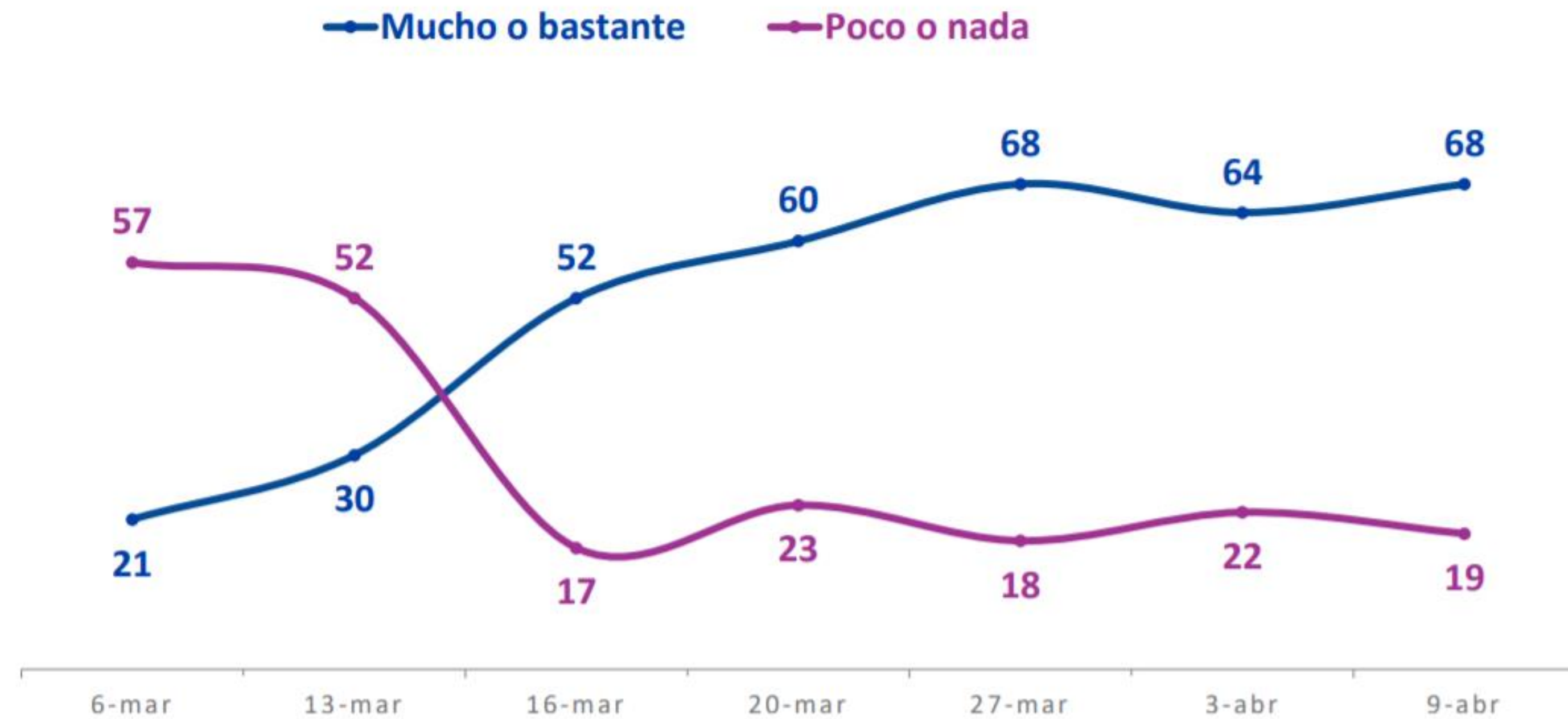
Se supera el peak de contagios, se restablecen las libertades de desplazamiento y reunión, y los países intentan recuperarse de los efectos del paso del virus.

Actividad — Confianza — Moral

Existe una preocupación por contagiarse

Preocupación por contagio de coronavirus

¿Cuan preocupado está usted de la posibilidad de contagiarse con Coronavirus? %

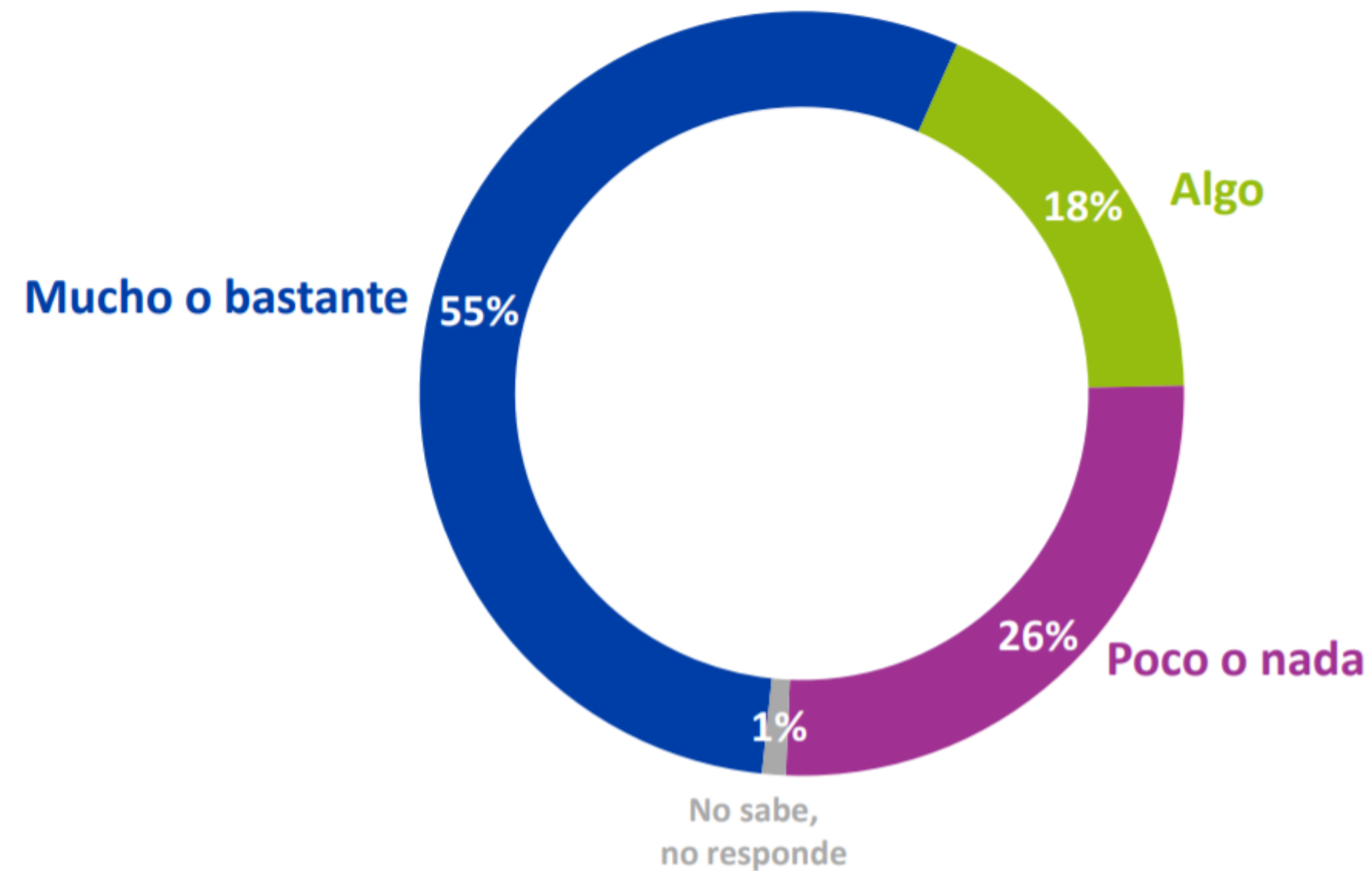


Fuente: Cadem. 13 de abril de 2020.

También existe **temor por perder el trabajo**

Temor a perder el trabajo

¿Cuánto temor ha sentido de perder su trabajo a causa de la crisis del Coronavirus? %



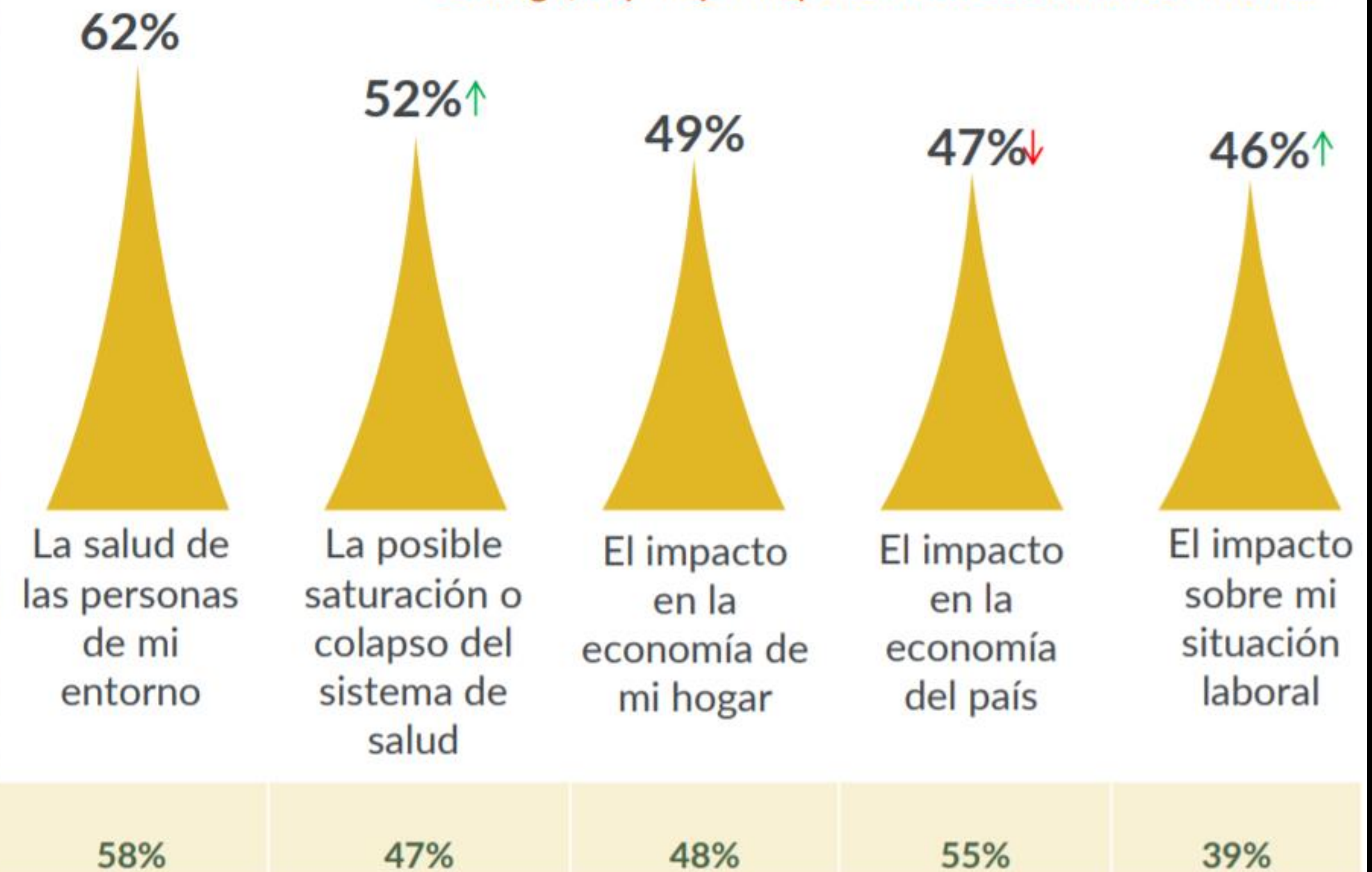
Fuente: Cadem. 13 de abril de 2020.



5 aspectos más preocupantes de la crisis



Si bien el impacto de la economía es una de las 5 mayores preocupaciones de los chilenos, es menor en comparación con el promedio Latinoamericano. Sin embargo, hay mayor inquietud ante la estabilidad laboral.



Estamos **replanificando** nuestra economía y **fijándonos más** en los precios de los productos.

Impacto financiero

Estos cambios de nuestros hábitos, también afectan nuestra capacidad financiera haciendo el precio una variable aún mas relevante



KANTAR | COVID-19

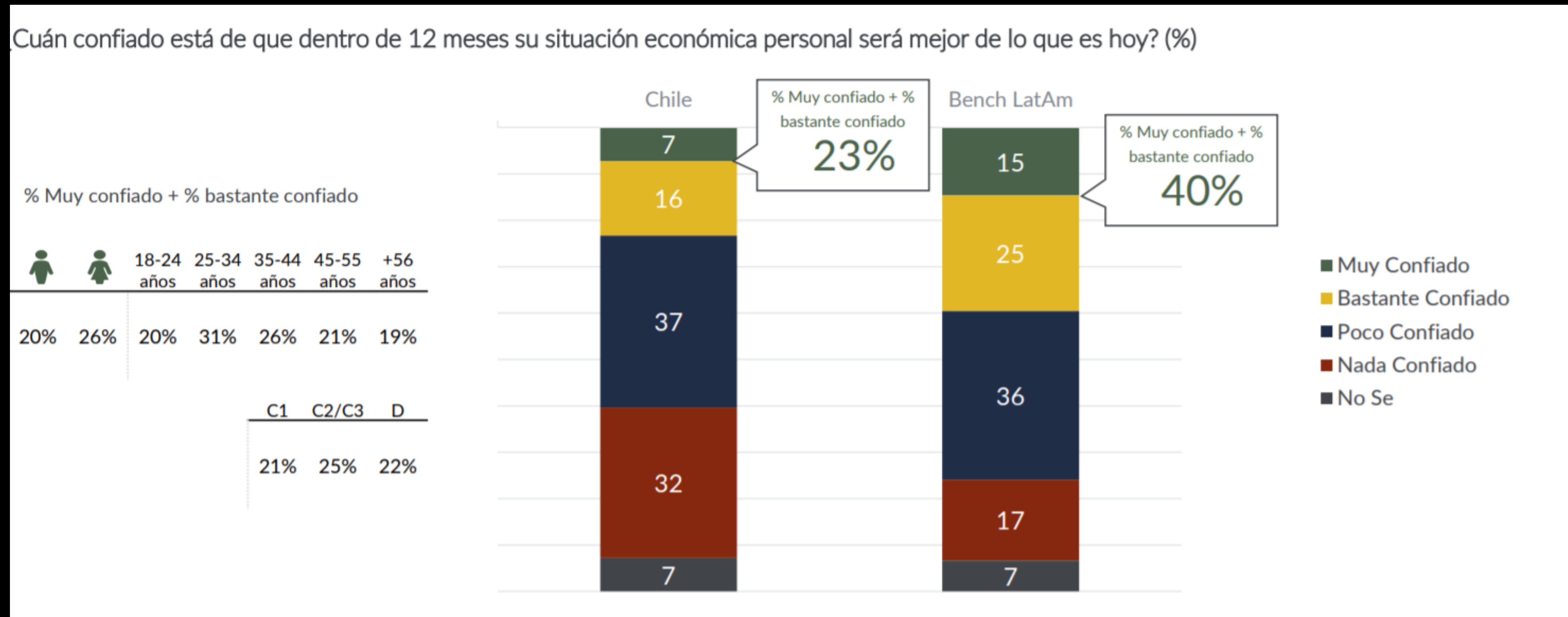
Base : 500 por país con distribución poblacional. Guatemala 300 casos
Q1. A continuación, encontrará un listado de algunas declaraciones que describen las preocupaciones de las personas frente a la situación del coronavirus. (T2B)

10

Fuente: Kantar. "Consumo en tiempos de COVID-19". 7 de abril de 2020.

McCANN
SANTIAGO

Los chilenos estamos **más pesimistas ante el futuro de nuestra situación económica personal** frente al resto de la región, aunque se ve un mayor optimismo en el segmento entre 25 y 34 años.

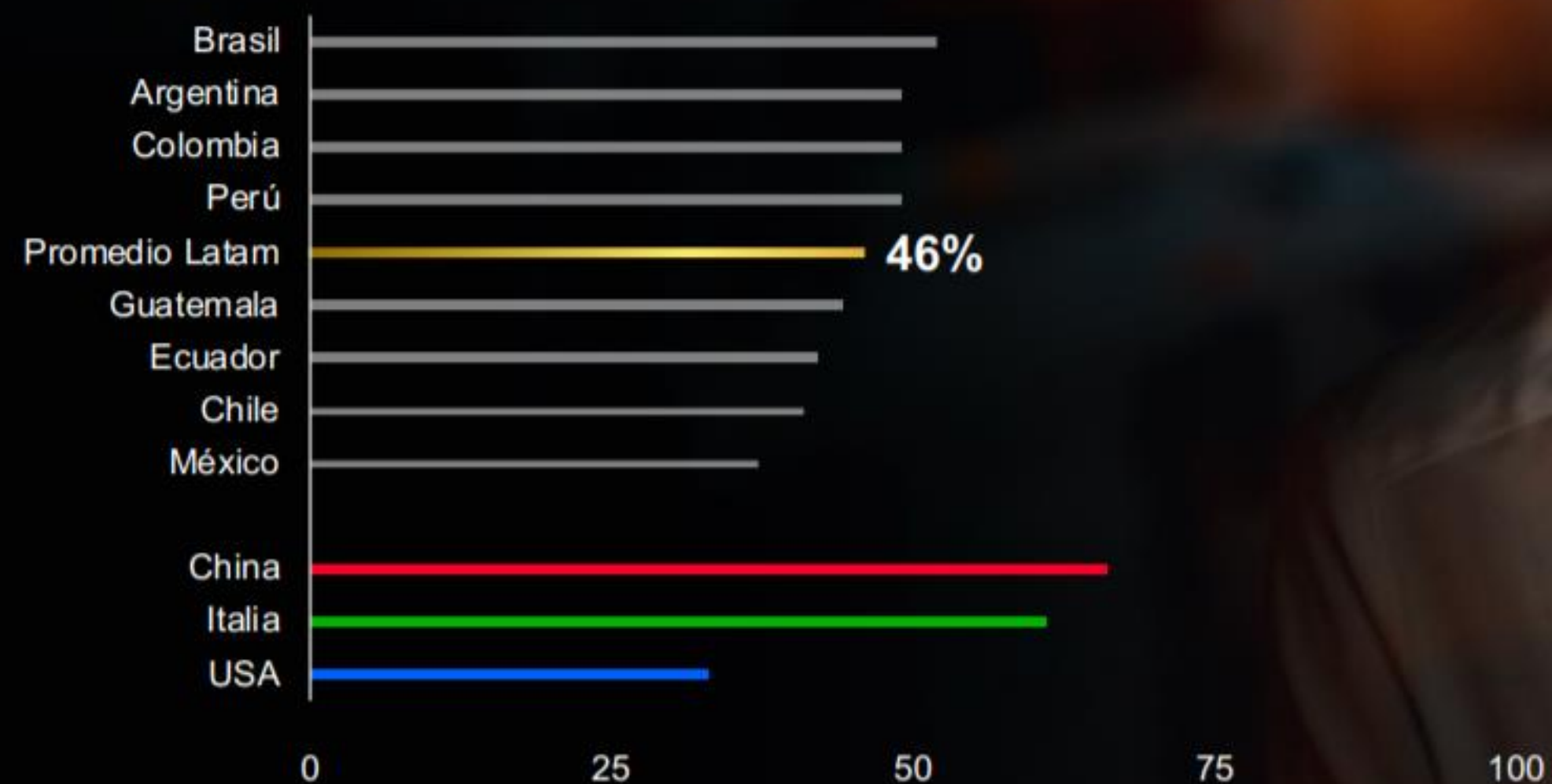


Fuente: GFK. "Consumo en tiempos de COVID-19". 7 de abril de 2020.

Consumo de medios – contenido audiovisual

La televisión abierta incrementa notablemente el consumo de la misma

% de personas que ven más televisión abierta que hace un mes



Récords de audiencia

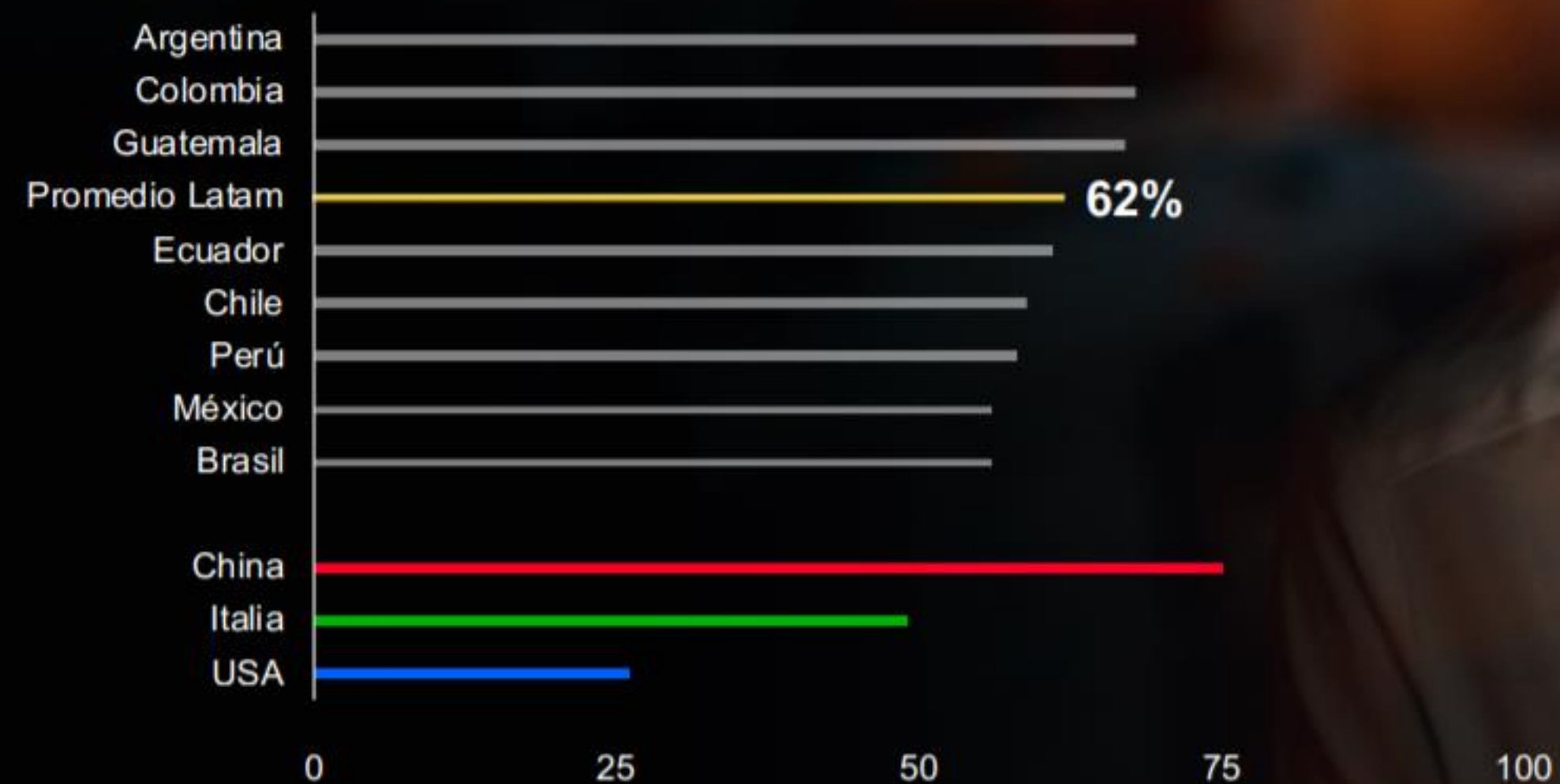
11 de las 20 mayores audiencias de los últimos 5 años fueran registradas durante la crisis de COVID-19



Consumo de medios – contenido audiovisual

Video en formatos digitales como YouTube también incrementan notablemente su uso.

% de personas que ven más contenido digital
(ej. YouTube) que hace un mes



Latinoamérica, en general, somos el claro ejemplo del **exponencial crecimiento del uso** de Whatsapp y Facebook.

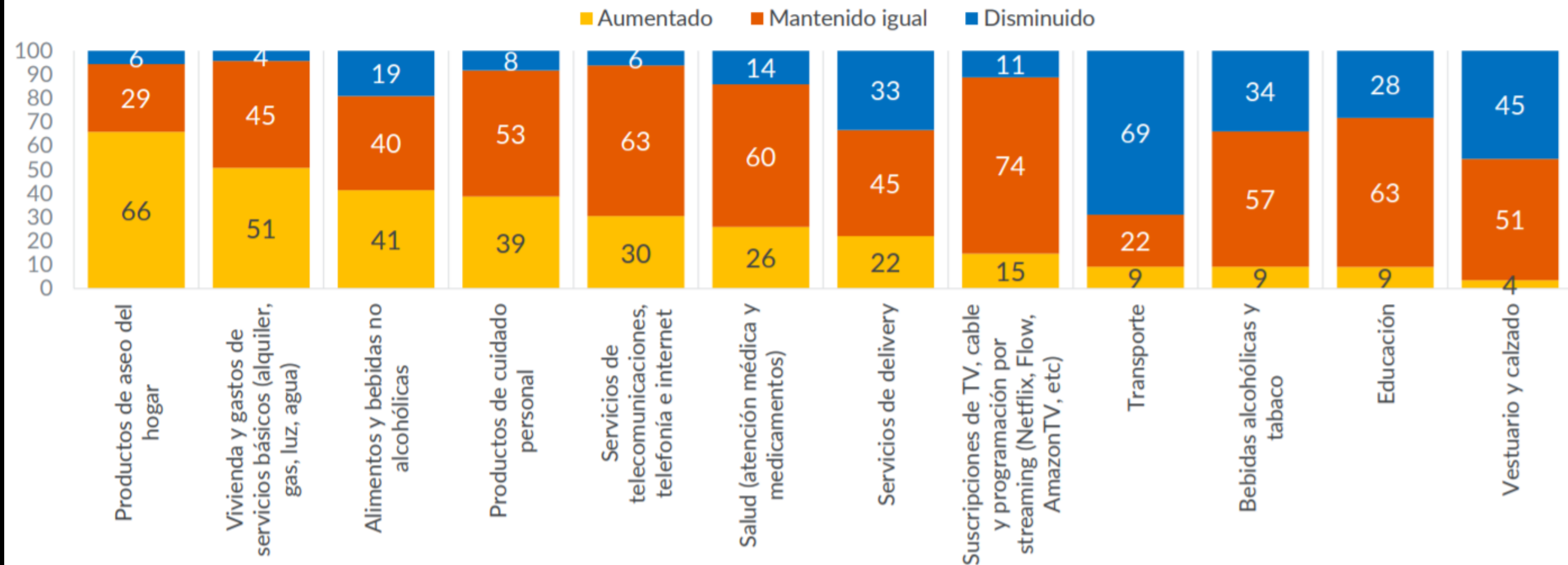


KANTAR | COVID-19

Base : 500 por país con distribución poblacional. Guatemala 300 casos
Q11. Piensa en las redes sociales y en sistemas de mensajes instantáneos, ¿cómo han cambiado tu uso comparado con el mes anterior? (T2B)

El gasto en las últimas semanas se ha concentrado en **productos de aseo del hogar**, cuentas de **servicios básicos** de la vivienda, **alimentos** y productos de **aseo personal**.

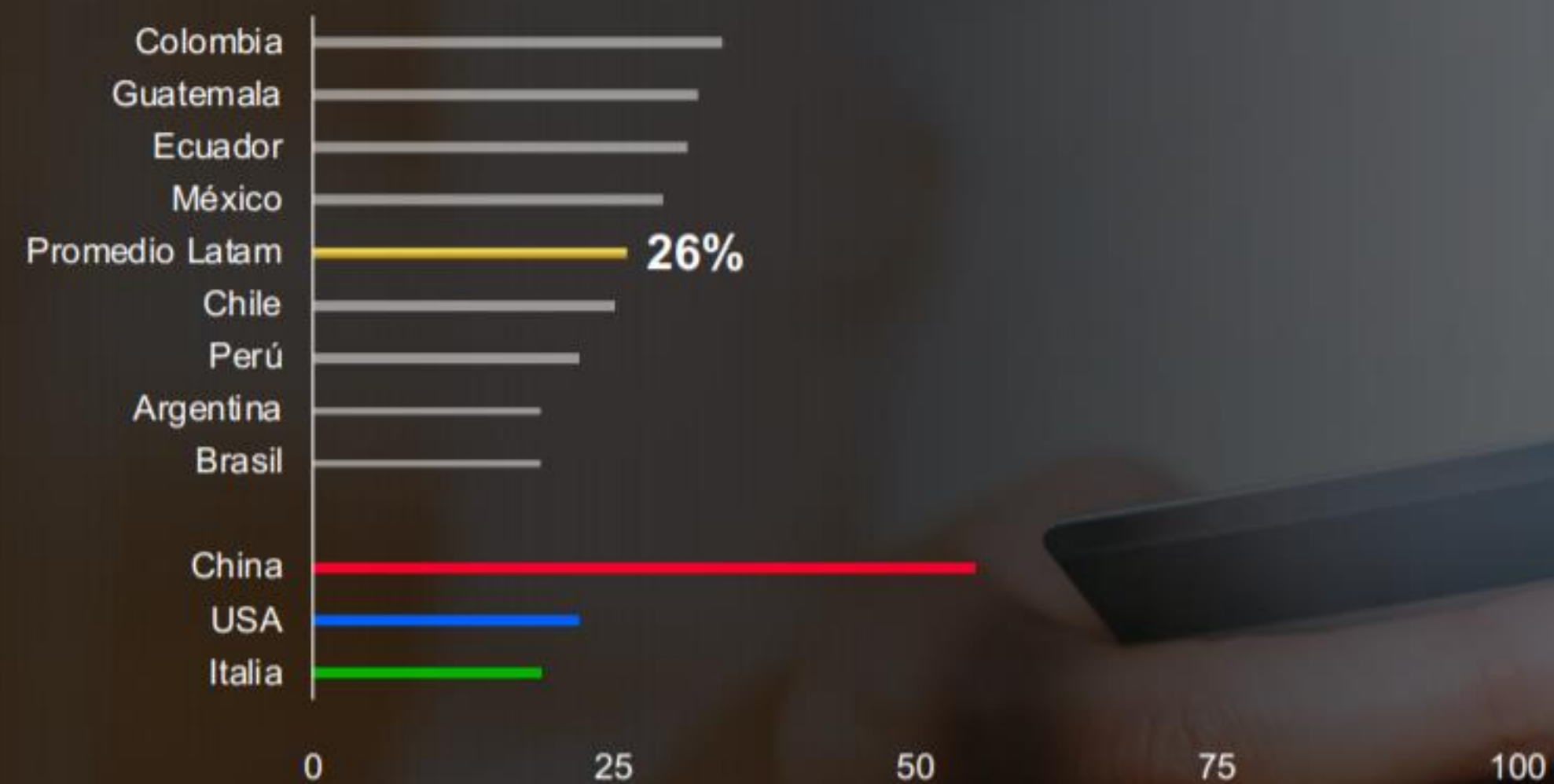
Gastos con productos y servicios durante la última semana (%)



Impacto en e-commerce

Evidencia de crecimiento importante en la compra online.

% de personas que incrementaron sus compras online



Nos estamos acercando a la tercera era del comercio digital

1995

amazon

ebay

2007



2022



Humanización
Tecnológica

XL

Omni

ME

KANTAR | COVID-19

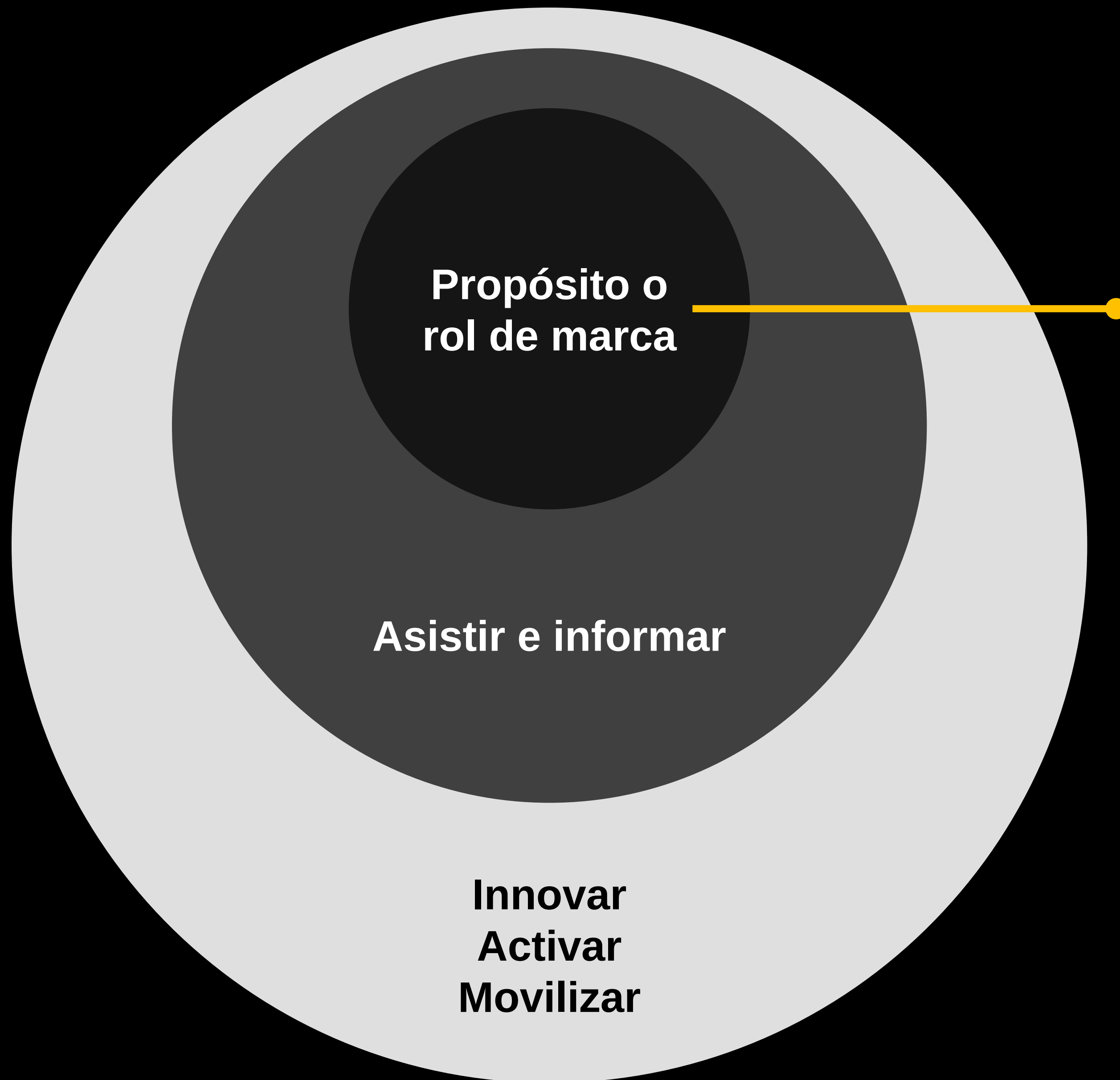
Base : 500 por país con distribución poblacional. Guatemala 300 casos
Q4. En general, ¿cómo ha afectado la situación del coronavirus sus compras a lo largo de diferentes canales, comparado con el mes anterior?

A pesar del miedo y ansiedad por el brote, el 96% de las personas pueden ver algo positivo.

- 62% — Consideraremos lo que realmente importa en la vida.
- 31% — Las emisiones de carbono disminuirán.
- 29% — Pasaremos más tiempo con nuestras familias.
- 10% — Tendré más tiempo fuera del trabajo.
- 10% — Habrá un montón de buenos memes.

¿Cómo pueden ser relevantes las marcas en este escenario?





**Chequear si está en sintonía con el contexto:
Truth Hunting, tendencias, data, buenas
prácticas, social listening, etc.**

- Poner a disposición nuestros servicio/productos a la comunidad.
- Ser flexibles con clientes/colaboradores.

NO IMPORTA DONDE, LO QUE IMPORTA ES TRANSPIRAR LA CAMISETA.

A pesar de que ya no se puede hacer deporte en espacios públicos, Directv no quiso pasar en alto el Día Internacional del Deporte, por lo que les mandó un saludo a todos aquellos que con creatividad, han logrado hacer deporte en sus casas.

País: Argentina

Empresa: Directv

Fecha: 06/04/2020 (en la tarde)



COCA COLA DONA SUS RRSS A ORGANIZACIONES QUE LUCHAN CONTRA LA PANDEMIA

Coca-Cola sabe que sus canales sociales tienen grandes audiencias y alcance, por lo que donará esos espacios para ayudar y apoyar a las comunidades y organizaciones que luchan para mitigar el Covid-19.

País: Internacional
 Empresa: Coca-Cola
 Fecha: 07/04/2020



TWITTER APLAUDE A TODO EL PERSONAL DE SALUD Y SE UNE CON LA OMS PARA RESPONDER DUDAS.

En el marco del Día Mundial de la Salud, Twitter quiso agradecer a todo el personal de la salud con un Tweet aplaudiendo y pidiendo aplaudirlos. Además la red social dijo que sus equipos internos analizaron más de 300 millones de tweets públicos y 6 millones de preguntas de usuarios de todo el mundo para asegurarse de resolver todas las dudas posibles de la mano de la fuente más fidedigna en estos tiempos, la OMS.

País: Internacional
 Empresa: Twitter
 Fecha: 07/04/2020



COURAGE IS BEAUTIFUL - DOVE

Dove volvió a redefinir el significado de belleza, significándolo en la gente que arriesga su vida para ayudar el resto: el personal de primera línea de salud.

País: España

Empresa: Dove

Fecha: 08/04/2020



CREATIVITY GOES ON - APPLE

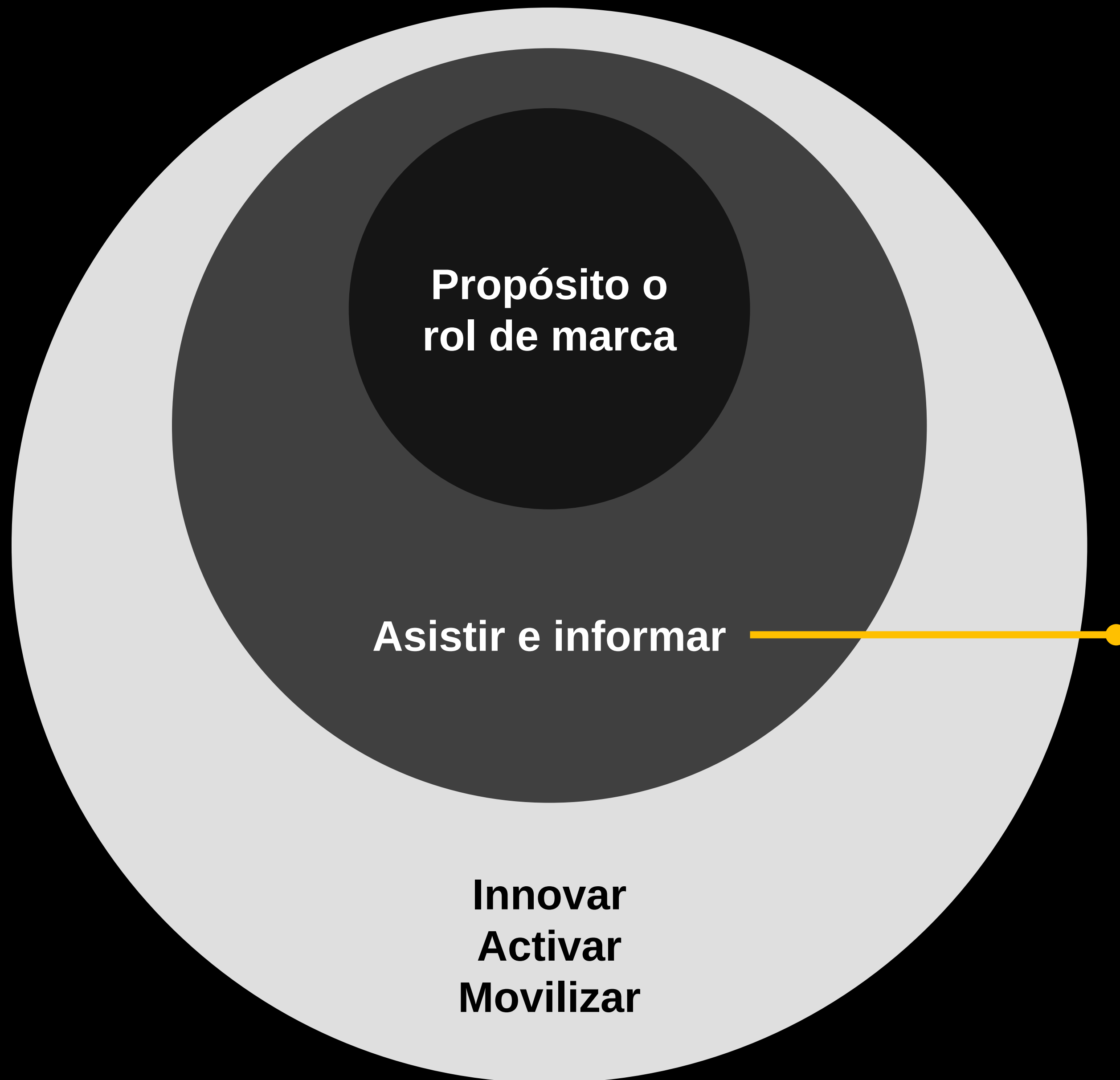
Apple nos muestra un lado que quizás nunca hubiésemos imaginado: el alto nivel de creatividad que hemos tenido para resolver los problemas que la pandemia nos ha presentado.

País: EE.UU.

Empresa: Apple

Fecha: 10/04/2020





QUÉ HACER

1. Transmite tranquilidad
2. Ofrece soluciones
3. Sé útil
4. No ahorres en palabras
5. Redirige a las autoridades pertinentes
6. Elige a la persona adecuada para firmar la info.
7. Revisa tu contenido
8. Sé flexible

NO HACER:

1. No uses un tono inapropiado
2. No seas oportunista
3. No te pongas medallas
4. Creer que eres más importante que el virus

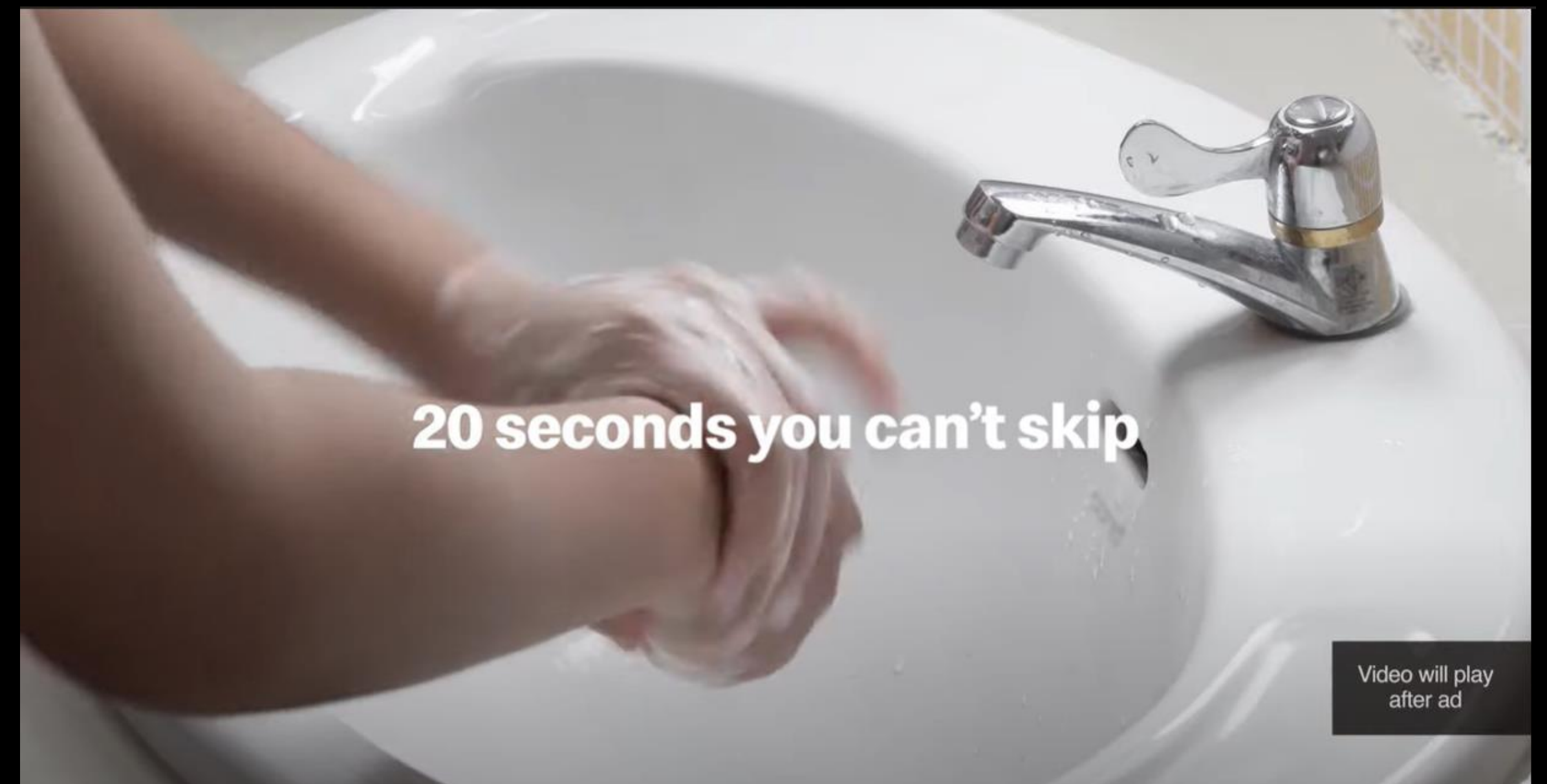
MCDONALDS LANZA EL PRIMER PRE ROLL QUE NO PODRÁS SALTAR

Los Pre Rolls son un formato de publicidad típico de Youtube el cual va antes del contenido que la gente está ansioso de ver, por lo que suelen saltarse apenas les dan la opción, pero McDonald's lanzó un pre-roll que nadie podrá (ni querrá) saltarse.

País: Internacional

Empresa: McDonald's

Fecha: 07/04/2020



LA FIFA Y LA OMS JUNTAN A LOS MEJORES JUGADORES DE FÚTBOL EN UN MISMO EQUIPO.

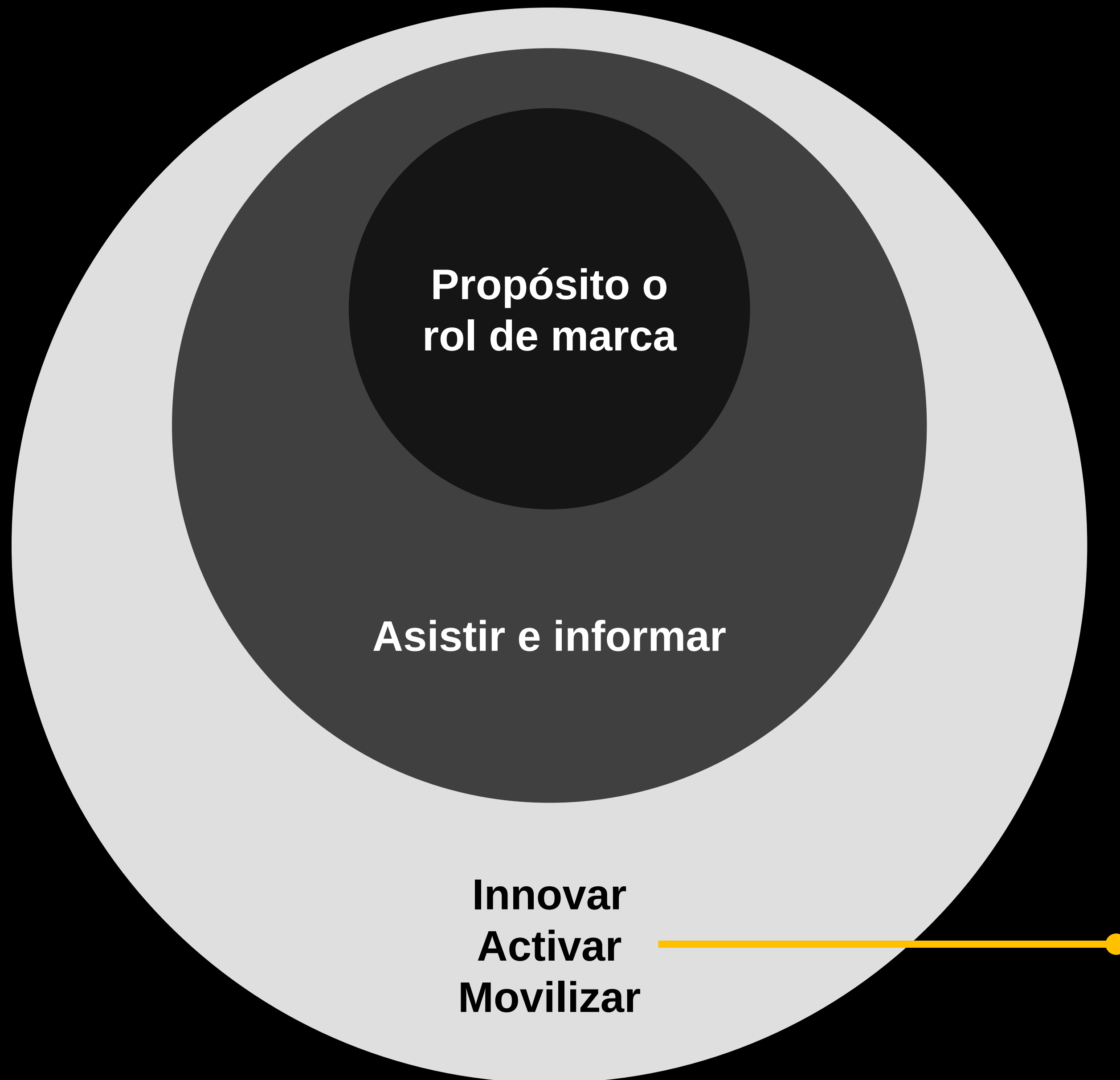
Las dos organizaciones se unieron para hacer un spot donde las caras más ilustres del fútbol mundial se sintonizan para derrotar a un único rival: la pandemia. En el spot dan consejos e instrucciones para que todos juntos derrotemos a la enfermedad.

País: Mundial

Empresa: Fifa y OMS

Fecha: 13/04/2020





- Crear servicios/productos que respondan a nuevos hábitos y ocasiones de consumo para lograr ser más **relevantes** y **diferenciadores**.
- Nuevas ideas para enfrentar desafíos/crisis.

HILTON Y AMERICAN EXPRESS SE UNEN PARA DONAR 1 MILLÓN DE HABITACIONES AL PERSONAL MÉDICO.

Hilton se ha asociado con American Express para donar hasta un millón de habitaciones de hotel en todo Estados Unidos al personal médico de primera línea.

Desde la próxima semana hasta finales de mayo, la asociación ofrecerá "un lugar para dormir, recargarse o aislarse de sus familias" a todos aquellos que arriesgan su vida trabajando por el resto de las personas.

País: EE.UU.

Empresa: Hilton y American Express

Fecha: 07/04/2020



NIKE TRANSFORMA SUS ZAPATILLAS MÁSCARAS

Nike está creando protectores faciales y otras formas de equipo de protección personal para médicos y enfermeras en medio del brote de Covid-19. Los protectores faciales están hechos de ciertos materiales de las zapatillas Nike Air, incluidas las almohadillas y las suelas.

País: EE.UU.

Empresa: Nike

Fecha: 07/04/2020



CONCESIONARIOS DE AUTOS ESPAÑOLES CEDEN AUTOS PARA ENTREGAS A DOMICILIO

Las dos organizaciones se unieron para poner en marcha la campaña #YoCedoMiCoche en la cual han contado con el apoyo de 8 concesionarias de automoviles las cuales cedieron autos para utilizarlos en el reparto de bienes y servicios básicos en España.

País: España

Empresa: Ibercaja y Cruz Roja

Fecha: 07/04/2020

LA VANGUARDIA | Aragón

Al Minuto Internacional Política Opinión Vida Deportes Economía Local Gente Cultura Sucesos Temas

ARAGÓN

Fundación Ibercaja y Cruz Roja ponen en marcha la campaña #YoCedoMiCoche en Aragón

- Fundación Ibercaja y Cruz Roja han puesto en marcha en Aragón la campaña '#YoCedoMiCoche' a la que se han adherido ocho concesionarios oficiales aragoneses que aportan su flota de vehículos para las entregas a domicilio de bienes de primera necesidad, tanto alimentación, como productos sanitarios, de limpieza e higiene durante el confinamiento por el coronavirus.

REDACCIÓN 07/04/2020 17:02

ZARAGOZA, 7 (EUROPA PRESS)

Fundación Ibercaja y Cruz Roja han puesto en marcha en Aragón la campaña '#YoCedoMiCoche' a la que se han adherido ocho concesionarios oficiales aragoneses que aportan su flota de vehículos para las entregas a domicilio de bienes de primera necesidad, tanto alimentación, como productos sanitarios, de limpieza e higiene durante el confinamiento por el coronavirus.

La iniciativa consiste en poner a disposición de los equipos

Al minuto

Catalunya acumula 128 muertes más y 471 nuevos casos de coronavirus este lunes

**Esto es mucho más que un virus.
El impacto cultural y humano no tiene precedentes.**

**¿Cómo se tangibilizará esto en el rol
significativo Desde ahora en adelante?**