

**WILD FI**  
**Transform**  
**in Disruption**

**análisis contextual**  
**COVID-19**



# INDEX

## Intro

## Resumen e Insights

### Análisis de contexto:

#### 1. Buzz Digital Covid-19.

Buzz Región

Deep dive por país (Arg / Cl / Pa / Pr / Py / Uy)

#### 2. Reacciones al Covid-19 (Principales enfoques, agentes y temáticas).

2.1. De qué hablan las personas?

2.2. Cómo reaccionan las marcas, empresas e instituciones?  
(división por país)

2.3. Responsabilidad social de empresas.

2.4. Nuevas iniciativas y comunidades

### Recomendaciones.

Do's y dont's.

PRIMERA  
ENTREGA

WILD FI

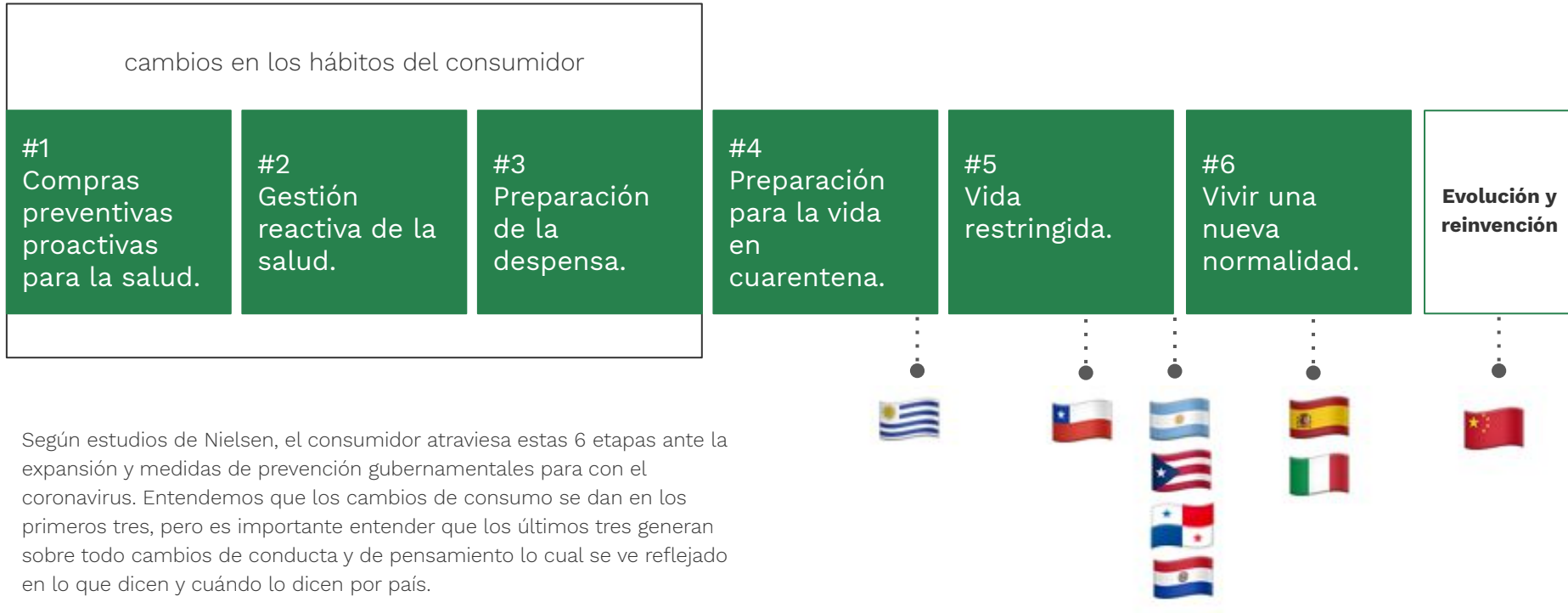
Desde WILD FI decidimos realizar este informe con el objetivo de **tener una visión más clara de la comunicación y generación de contenidos** digitales de cualquier tipo ante la contingencia del brote de **Covid-19** en Marzo del 2020 en LATAM.

Entendemos que es una situación de constante cambio, pero también **vemos ciertas similitudes y tendencias en la forma, los temas y los roles de cada actor de la sociedad según el estadio en que se encuentra cada país.** Es por ello que esperamos con este informe que se tomen inputs de comunicación y se definan posturas para con la sociedad y la contingencia según la evolución del virus en cada mercado.

El período analizado contempla desde el primer caso anunciado en LATAM (Brasil) **hasta el día 17 de marzo inclusive** y los mercados en los cuales se profundiza son Argentina, Chile, Panamá, Paraguay, Puerto Rico y Uruguay.

**resumen e insights.**

# Las seis etapas en la conducta del consumidor ante el Covid-19\*



# temas de tensión en la sociedad

Los temas de tensión van aumentando o reduciéndose en relevancia en cada país, según el estadio de la evolución del virus y las medidas tomadas por cada gobierno.

Los países relevados de LATAM se encuentran en estadios similares pero a la vez diferentes en cuanto a las medidas de prevención aplicadas. Es por ello que los temas representados con círculos más grandes son los más transversales, y los más pequeños se destacan sobre todo de países de estadios más avanzados.

En Europa sobre todo se está empezando a generar conversación sobre temas de impacto posteriores a los períodos de cuarentena (de la misma forma que se dió en China) como ser Impacto medioambiental desde un punto de vista positivo, y problemas en relaciones de familia y amorosas a raíz de los largos períodos de cuarentena y momentos de tensión.



# temas de tensión en la sociedad

## Social distancing & Home locking

- \*Información y recomendaciones sanitarias
- \*Aburrimiento
- \*Deporte en casa
- \*Juegos online
- \*Crisis en relaciones de pareja y familiares.

Ansiedad  
y estrés.

Crisis  
socio-  
económica

Repercusión  
en el medio  
ambiente.

Sedentarismo y  
obesidad

Cierre de  
fronteras

“Escasez  
de...”

Fake  
News

# tendencias

## social streaming

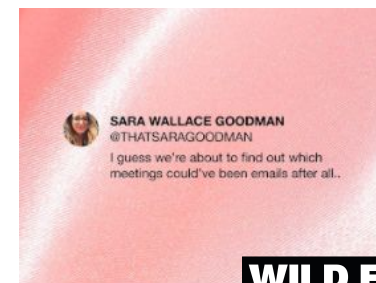
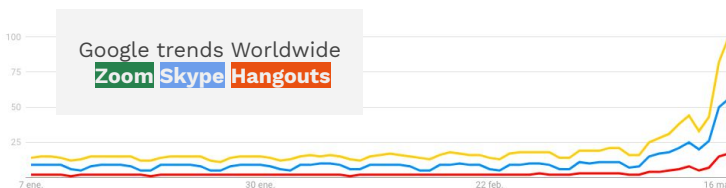
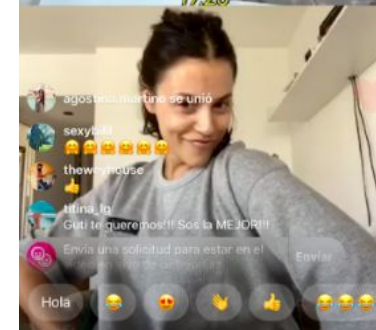
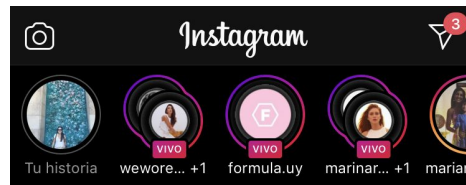
El live streaming cumple un rol fundamental a la hora de **mantener las comunidades y el contacto social** en un mundo en cuarentena.

-Famosos e influencers utilizan **Instagram Live** para mantener el contacto con sus seguidores. Muchos lo utilizan para dar tutoriales y generan vivos cruzados entre distintos perfiles.

-Las visualizaciones live han subido exponencialmente en todas las redes (llegando a streamings de 20K cuando no superaban los 400)

-Las **videoconferencias** se vuelven fundamentales a la hora de mantener la rutina y reuniones de trabajo en Home Office. Tendencia que se replica en el ámbito educativo.

-El streaming también es muy utilizado en el ámbito del entretenimiento, donde eventos masivos -como recitales- pasan al online.





## tiempo promedio en pantalla

### Todas las estadísticas de uso suben:

sube el tiempo que estamos activos con el celular, en la computadora, con la televisión prendida, con la radio y en servicios On Demand.



**32%** de los usuarios están **navegando** en la plataforma de forma más **recurrente**.

**+ 76%** en los **likes** registrados **por día** en publicaciones de Instagram en las últimas dos semanas.



**+ 27%** el **engagement** en **TikTok** de febrero a marzo.

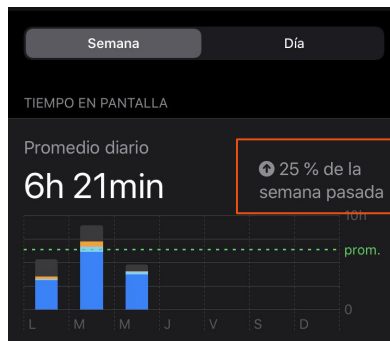


**53%** de los usuarios **están navegando con más frecuencia** en Facebook.



Javier con X @Xavrazo · 17 mar.

Ok **Apple**, creo que deberías suspender tus reportes de tiempo en pantalla durante este distanciamiento social 🙄 ... también trabajo desde el móvil.

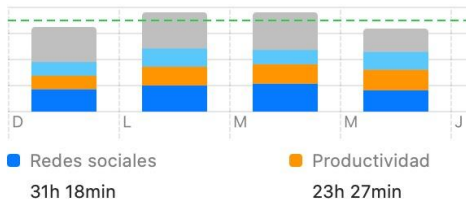


De la marca promedio del día, la TV de aire aportó 22.7 puntos, marcando un crecimiento del 34% en relación a la media alcanzada durante febrero.

Uso diario

8h 51min

+ 132 % de la semana pasada



Ratings experts expect viewing levels' growth to continue as more people stay home amid expanding restrictions, including quarantines, around the country.

As for any long-term effect, it is too early to say whether younger viewers who discovered appointment viewing on broadcast TV will come back when the outbreak is over. But for the time being the ratings uptick may be the only good news for the networks, which are facing losses from the suspension of most major sports, unfinished seasons as many series shut down over COVID-19 fears before wrapping production, and a pilot-season washout.

## comunidades colaborativas

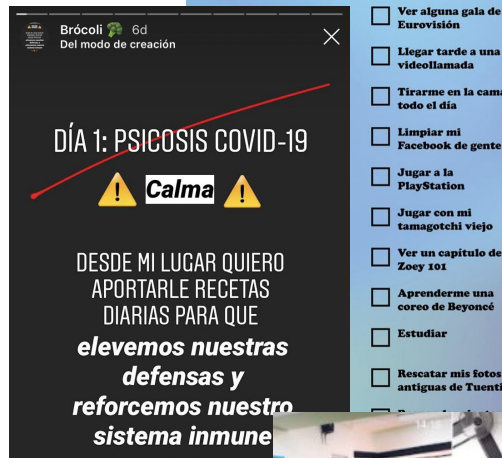
**Acompañarse**, ese rol primordial que destaca en todos los medios digitales. Frente al aislamiento se generan comunidades alrededor de un tema o una problemática que **buscan solidarizarse con el otro y ayudar a no sentirse sólo** en el camino del distanciamiento social.

-Las actividades grupales pasan al online, tendencia que se ve muy marcada en el rubro del fitness donde muchos gimnasios están transmitiendo en vivo sus clases.

-Surgen nuevas aplicaciones como House Party, que buscan conectar y entretener familias y amigos.

-Las escuelas y colegios generan planes y actividades para que los padres realicen con sus hijos en el hogar mientras no se reactivan las clases, de forma de mantener el entretenimiento y no perder el ritmo de aprendizaje.

-La sociedad (emprendedores, influencers y famosos incluidos) comparten conocimientos e ideas para pasar el periodo de aislamiento.



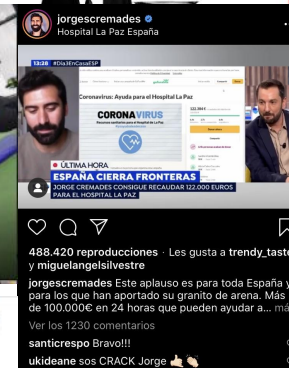
### Houseparty: El app de videollamadas que integra juegos para la cuarentena

La aplicación para videollamadas había pasado desapercibida, hasta que el coronavirus obligó a los usuarios a quedarse en casa y buscar formas de entretenerse.



**Dr. Achkar @nachkar · 15 mar.**

Buenas tardes, soy **médico de familia**, si alguien tiene alguna duda que se pueda resolver **online** sin tener que acudir al Centro de Salud o Urgencias del Hospital, puede consultarme por privado y estaría encantado de responderle **#QuedateEnTuCasa**



## tendencias

# e-sports & gaming

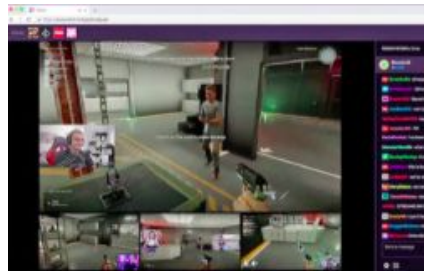
Con la caída de opciones de entretenimiento físicas y la suspensión de clases, **se detecta un gran aumento en la demanda de e-sports y gaming** a nivel global.

- **Twitch** - la plataforma de streaming de Amazon, con foco en videojuegos- alcanzó métricas históricas tanto en horas de visualización (+15% en los últimos días) y usuarios diarios, los cuales ya superan los 1.4 millones.

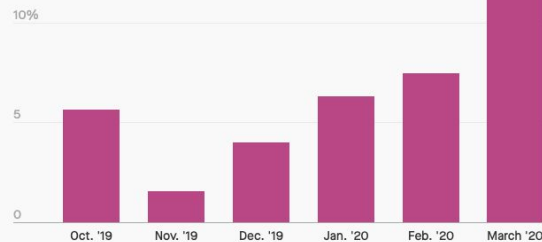
- Los **e-sports** vuelven a sus raíces suspendiendo los torneos en estadios y volviendo al mundo 100% online. Se enfrentan a una gran oportunidad de ampliar su audiencia en consecuencia de la suspensión de deportes tradicionales.

- Plataformas de **gaming** como Steam responden a la misma tendencia de crecimiento, reportando nuevos récords de usuarios y crecimientos muy marcados en países en cuarentena.

- Los usuarios de Fortnite reportaron caída en sus servidores debido a la alta demanda.



Year-over-year % change in average viewers on Twitch



Quartz | qz.com | Data: Twitch Tracker

“There is an opportunity to expand their audience. It won't expand by 50 percent, but it could possibly expand to 20 percent.” (about e-sports)

Michael Pachter, analyst of video gaming market at Wedbush Securities

EDITORS' PICK | 35,268 views | Mar 17, 2020, 02:58pm EDT

## 'Fortnite' Down? Servers Struggling As Quarantines Continue



Dave Thier Senior Contributor @ Games  
Writes about video games and technology.



Steam Database @SteamDB · 15 mar.

#Steam has just reached a new concurrent online user record of 20 million, with 6.2 million currently in-game, likely due to many people staying at home due to the #coronavirus.

#	Name	Current	24h Peak
1.	Counter-Strike: Global Offensive	1,004,952	1,018,690
2.	Dota 2	574,919	644,468
3.	PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS		
4.	Football Manager 2020		
5.	Tom Clancy's Rainbow Six Siege		

## TWITCH TRANSMITE UN TORNEO DE FIFA 2020 ENTRE JUGADORES DE FÚTBOL “REAL”

Para pasar la cuarentena, 20 de los mejores jugadores de la liga española se enfrentan en un torneo FIFA que será transmitido por Twitch desde este viernes y hasta el domingo. Lo recaudado irá a la lucha contra el covid-19.

WILD FI

**análisis de  
contexto social.**

**1.**

**buzz digital  
covid-19.**

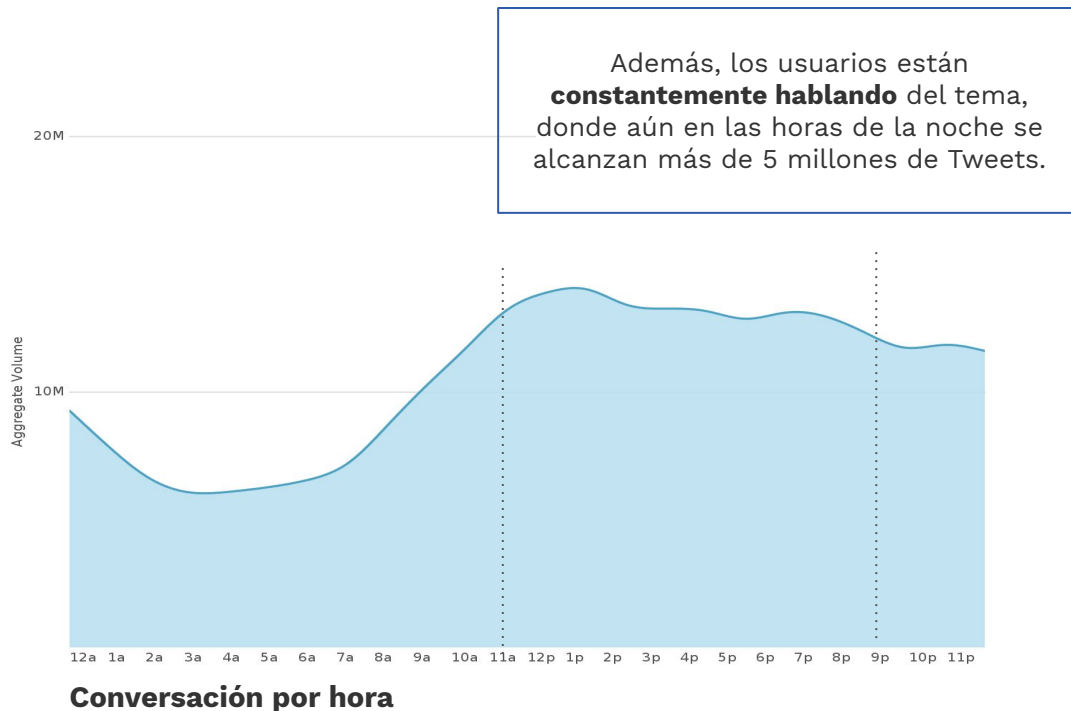
temática auditada “coronavirus”

# conversación global últimos 20 días.

**+ 278 millones** de menciones acumuladas en menos de un mes.

hay un nuevo tweet sobre COVID-19 **cada 45 milisegundos.**

**#Coronavirus** pasó a ser el 2do hashtag más usado en 2020.

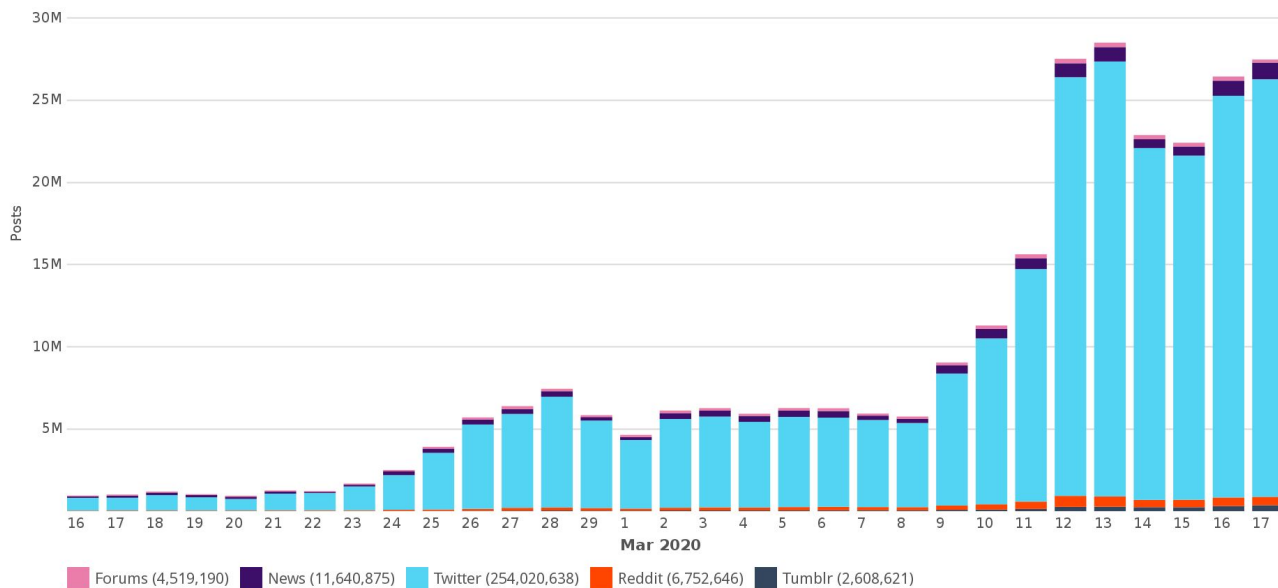


\*Para la conversación pública (excluye perfiles privados de otras redes).  
Datos del 16 febrero - 17 marzo 2020. La herramienta no audita Facebook y solo contenido público de Instagram.

temática auditada “coronavirus”

# conversación global últimos 20 días.

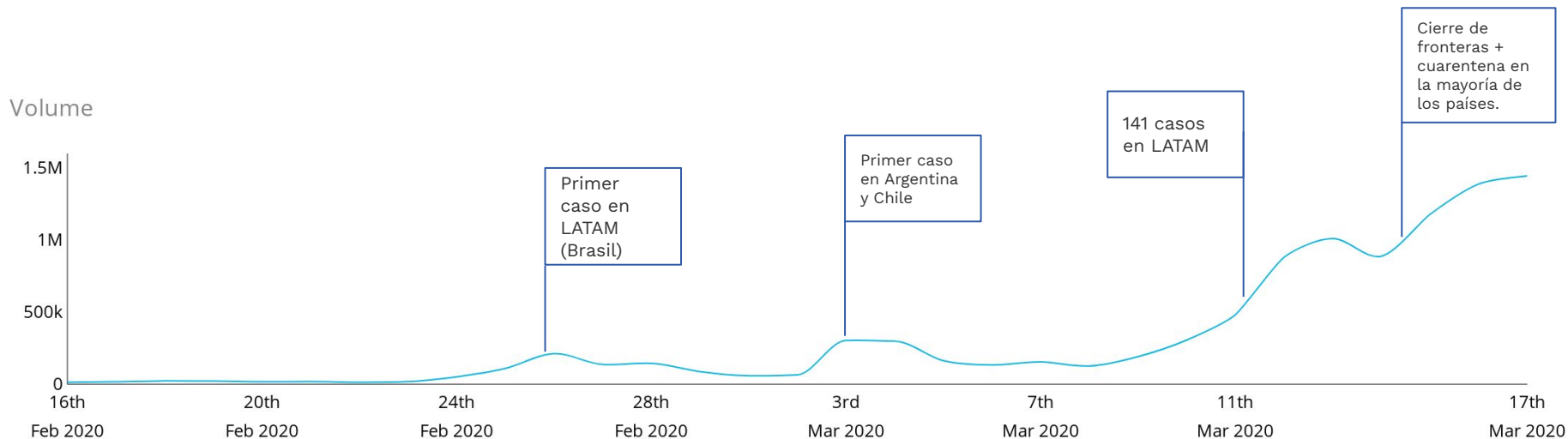
**Las redes sociales generan mucho más volumen de conversación y contenidos que los medios de noticias (TW 91%).**



\*muestreo obtenido del 16 febrero - 17 marzo 2020

# conversación regional último mes

Uruguay, Argentina, Paraguay, Chile, Panamá y Puerto Rico



**Primer caso**  
caso  
(Wuhan)

Foco en Europa

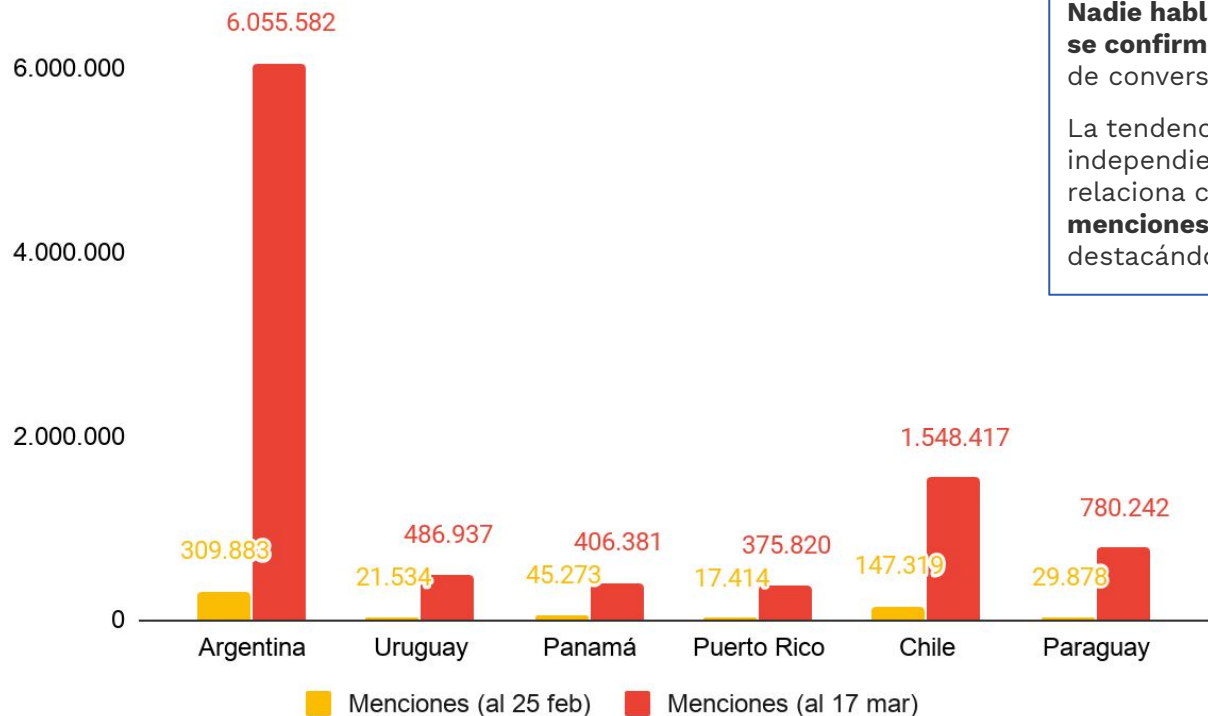
**Primeros casos LATAM**

Aumento de menciones diarias:  
**de 200k a 1.2 millones** en menos de 20 días



# conversación por país

comparativo de menciones del 5/2 al 25/2 vs. 26/2 al 17/3.



**Nadie hablaba del coronavirus en la región hasta que se confirmó el primer caso** (Brasil). Luego el aumento de conversación se viene dando de forma exponencial.

La tendencia de conversación por país es independiente a la cantidad de casos confirmados y se relaciona con el tamaño de la población (**1 de cada 10 menciones por habitante en el último periodo**), destacándose Argentina y Uruguay sobre la media.

	Población	Casos conf.
Argentina	44.723.000	79
Uruguay	3.512.000	79
Panamá	4.242.240	109
Puerto Rico	3.657.517	14
Chile	18.880.000	238
Paraguay	7.104.000	11

# cambios en comportamiento de consumidores.

redes

**-39%**

han gastado menos en tiendas físicas de entretenimiento

**52%**

ha reducido las actividades de ocio como salir a comer, socializar e ir al cine

**+32%**

aumento en actividades de **online shopping** en los diferentes mercados.

**42%**

aumentó el **home streaming**

# cambios en comportamiento de consumidores.

google

**7** industrias presentan un **incremento en clicks** y performance a raíz del covid-19:

ONGs y Nonprofits  
Health and Medicine  
Task and business management  
Finances  
Beauty and personal care  
On Demand entertainment

**-21%**

es la baja promedio en la conversión desde que el coronavirus se volvió pandemia en USA.

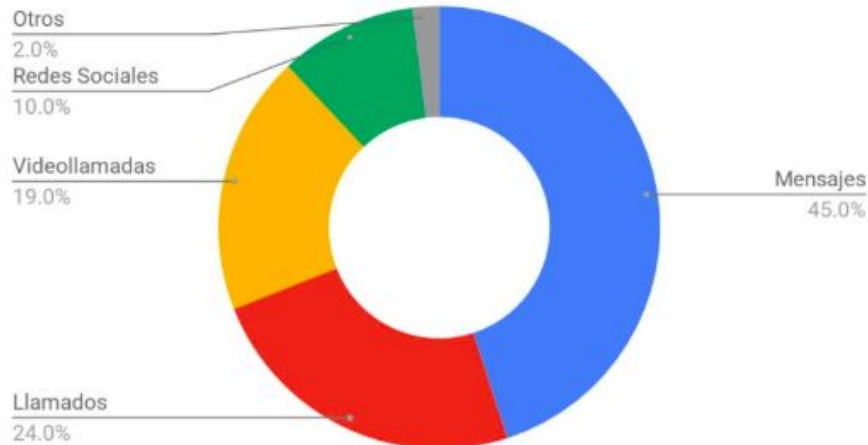
**-7%**

es el descenso en las impresiones de anuncios de Google Search.

# cambios en comportamiento de consumidores.

## canales de comunicación

¿Cuál está siendo tu principal medio de contacto con seres queridos?

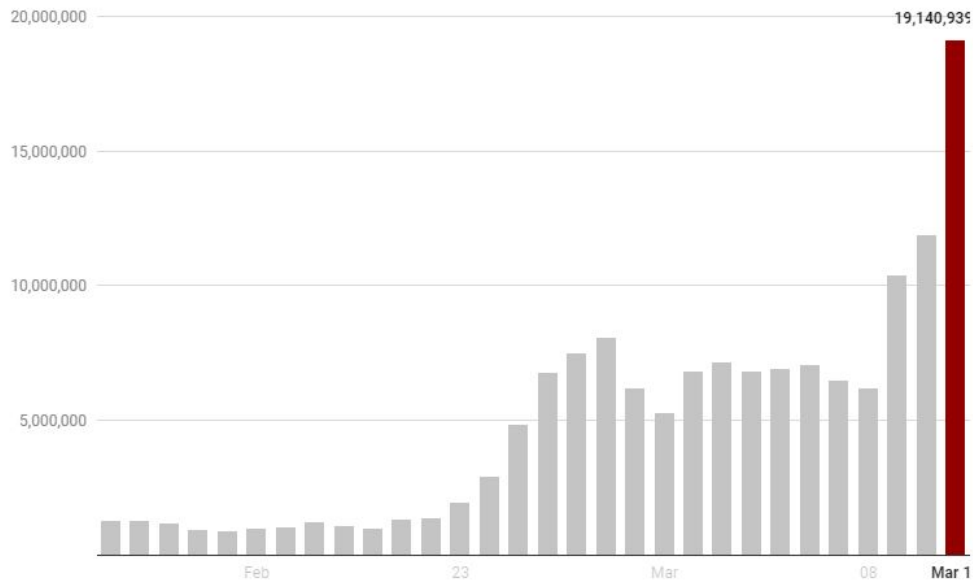


## 1 de cada 2 latinoamericanos

Afirma que no podría cumplir con el distanciamiento si no tuviese internet.

# cambios en comportamiento de consumidores.

Mentions of coronavirus across media




Includes mentions of Covid-19 and other related terms across public social media, news sites, and TV.

## Emojis más utilizados:



El sentiment general de la conversación sobre el Coronavirus es **negativo**.

Predominan las emociones de **disgusto y miedo**, las actividades relacionadas con **lavarse las manos** y los países **China, Italia e Irán**.

Si comparamos uso actual vs el normal, el emoji  ubió en el ranking 133 lugares.

# cambios en comportamiento de consumidores.

Social mentions of 'out of stock', alongside store names



En este análisis de Brandwatch se nota como la tendencia del uso del término **“out of stock”** crece exponencialmente a medida que pasan los días de expansión del virus, la cuarentena y la desaceleración económica.

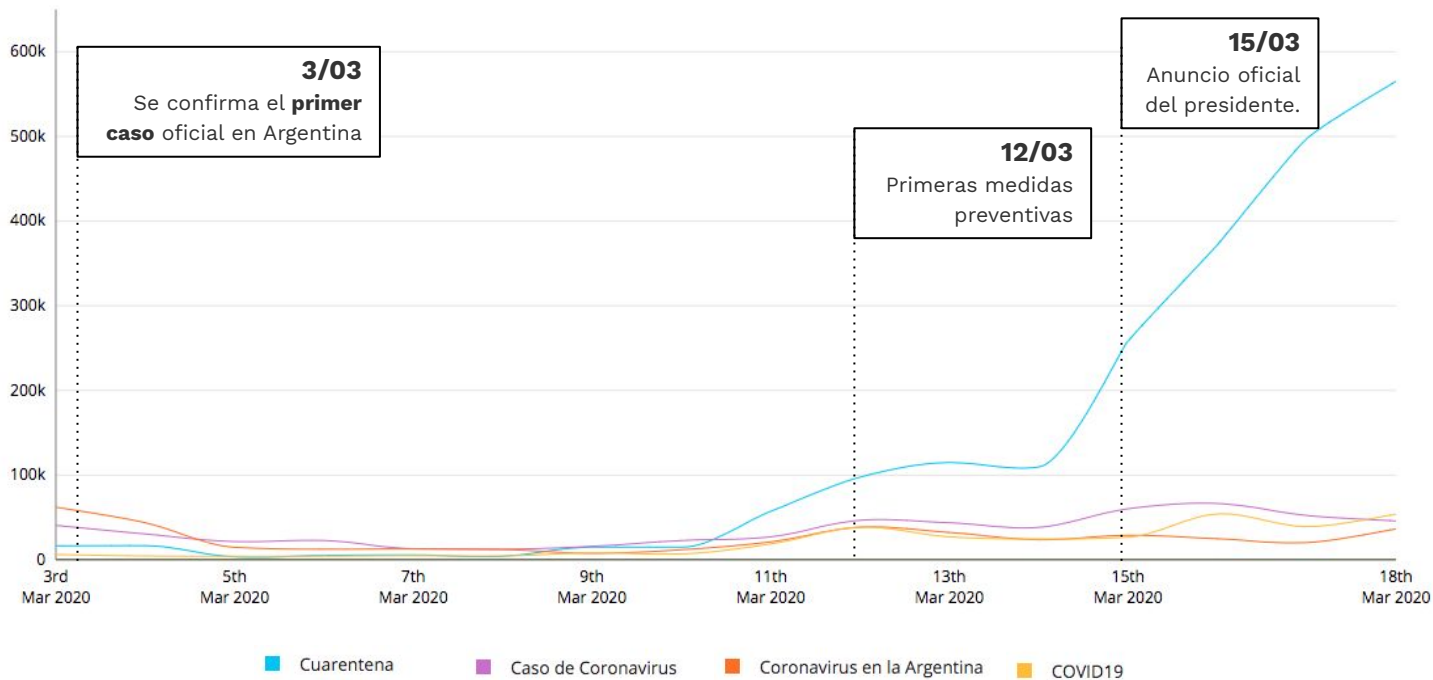
**argentina**





# twitter Argentina.

evolución de menciones asociadas.



Todas las temáticas relacionadas con el virus se encuentran en aumento, **pero Cuarentena representa un 33% de las menciones totales** y es el principal propulsor de la conversación.

El 3 y 4 de Marzo muestran un pico al confirmarse los primeros casos, pero este disminuye hasta la semana siguiente cuando comienzan a tomarse medidas oficiales.

El segundo pico se muestra el 15 de Marzo, tras el comunicado oficial del presidente Alberto Fernández anunciando la suspensión de clases -entre otros- y aumentando exponencialmente día a día.



# PRÓXIMA ENTREGA

## 2. Reacciones al Covid-19 (Principales enfoques, agentes y temáticas).

**2.1.** De qué hablan las personas?  
(sociedad vs. Influencers y Celebrities)

**2.2.** Cómo reaccionan las marcas, empresas e instituciones?  
(detalle por industria)

**2.3.** Responsabilidad social de empresas.  
(iniciativas de empresas, ONG y organismos estatales)

**2.4.** Nuevas iniciativas y comunidades

### Recomendaciones.

**Do's y dont's.**