

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

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



# INDEX

## 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.**

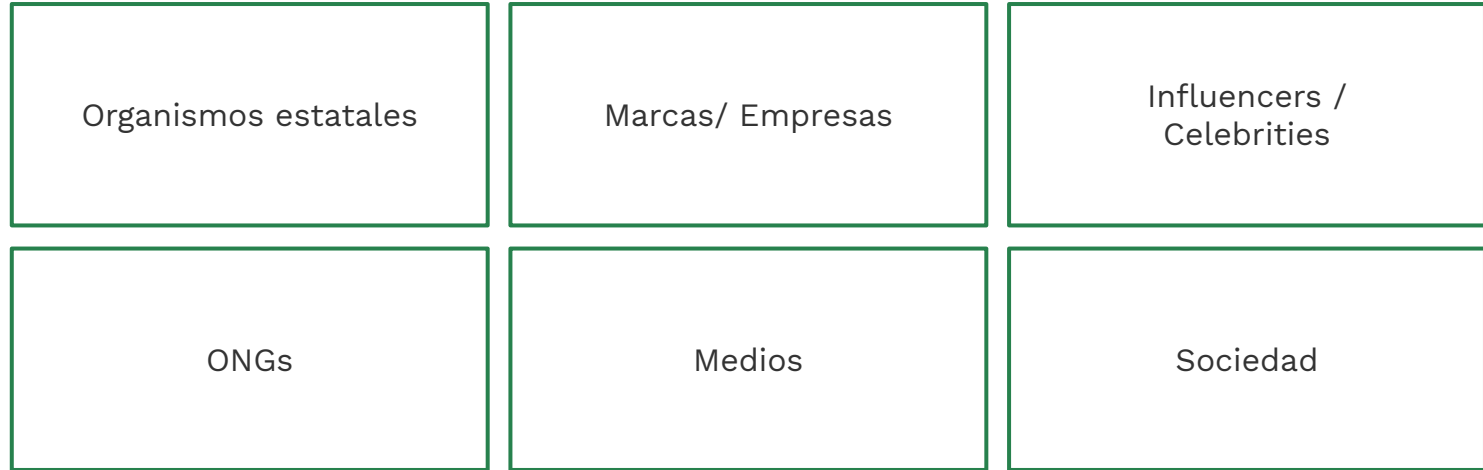
"If marketers, agencies and production companies are **on the same page, working together**, they're all going to carry out their work as **efficiently and safely** as possible."

Matt Miller, president and CEO, AICP

**2.**

**reacciones al  
covid-19.**

# muchos agentes:



# dos posibles roles:

Informar(se)

datos oficiales  
posturas de marca  
prevención  
concientización

Entretener(se)

nuevas dinámicas de entretenimiento  
actividades en casa  
generación de contenido  
espacios de intercambio

## 2.1. ¿de qué hablan las personas?

Sociedad

Influencers /  
Celebrities

# Sociedad.

Tendencias

Memes

Cuarentena: etapas, challenges, solidaridad y música.



# tendencias en twitter

## Similitudes

**Responsabilidad y solidaridad:** Chile y Paraguay hablan de la responsabilidad (cuidar y cuidarse) con el hashtag #QuedateEnTuCasa y #EnCasaPorTodos. Panamá también con #QuedateEnCasa y #YoMeInformo que refiere a la responsabilidad a la hora de consumir y compartir información fidedigna.

**Aislamiento:** Argentina y Uruguay (por el estadio en el que se encuentran) centraron la charla en #cuarentenatotal, hablando sobre la importancia del aislamiento y la expectativa sobre próximas acciones más restrictivas.

**Nueva realidad:** Uruguay, Argentina y Panamá con hashtags como #Día3 hablan de primeras vivencias en cuarentena, compartiendo actividades y challenges para sobrellevarla.

## Diferencias

**Influencia externa:** En Puerto Rico se refleja la influencia de los eventos sucedidos en Estados Unidos, en particular las declaraciones de Donald Trump sobre “The chinese virus” que acusaba al gobierno de China de ocultar información y propagar la enfermedad a escala global.

**Críticas a sistema de salud:** Chile se centró en una de las medidas tomadas por el gobierno que implica el cobro del test, cuestionando ciertos protocolos estatales de detección y prevención frente al COVID-19.

**Prevención:** Con hashtags sobre COVID-19, Paraguay reunió a periodistas, influencers y ONGs para compartir información sobre casos y medidas preventivas.

**Trending topics comunes en todos los países:**  
#coronavirus, #covid19, #cuarentena, #cierretotal.

# Uruguay

Tendencia en Uruguay  
**#CuarentenaCoronavirus**

Tendencia en Uruguay  
**#CarmelaHontou** (\*)

Tendencia en Uruguay  
**Ministerio de Salud**

Tendencia en Uruguay  
**Día 3**

(\*) Persona a la que se adjudica culpa por asistir a un casamiento enferma del virus que contrajo en Milán. Memes y críticas, revelan su vida personal, exponen su marca de ropa.

Tendencia en Uruguay  
**#YoMeQuedoEnMiCasa**

Tendencia en Uruguay  
**#CuarentenaTotal**

Tendencia en Uruguay  
**Lamentablemente**

Tendencia en Uruguay  
**Británico** (\*\*)

(\*\*) Primer hospital con casos sospechosos y confirmados, dado que la primera población afectada fue de NSE alto.

# Argentina

Tendencia en Argentina  
**#ArgentinaAislada**

Tendencia en Argentina  
**#CronicaAnunciada**

Tendencia en Argentina  
**#COVID2019**

Tendencia en Argentina  
**Día 3**

Tendencia en Argentina  
**#EnCasaPorTodos**

2 · Tendencias  
**#CuarentenaTotal**

1 · Tendencias  
**#SomosResponsables**

8 · Tendencias  
**Día 3**

## SOBRE LOS MEMES

Desde distintos países, las sociedades han utilizado los memes para aliviar la incertidumbre, ironizar y sobrellevar con humor o desde el absurdo; **reflejando vivencias, miedos y lugares comunes.**

Dentro de las temáticas más populares destacan:

- Obsesión por el papel higiénico
- Exageración de las ventajas y uso del alcohol en gel
- Contenidos lúdicos sobre los procesos de higiene (lavado de manos “musicalizado”)
- Sátiras sobre las medidas de prevención estatales
- Ansiedad por el aislamiento
- Referencias a la cultura pop (apocalipsis, personajes con máscaras)
- Toque de queda y medidas drásticas tomadas por los gobiernos.
- Sátiras comparativas con otras epidemias anteriores (H1N1, ébola, etc).
- Insights del aislamiento.



Cancelan 4 temporada



**LA CASA DE PAPEL**

Porque Ya No hay papel..



**EL BAÑO DE LOS QUE  
HAN LLEGADO PRONTO  
A MERCADONA**



LOS NUEVOS EMOJIS DE WHATSAPP



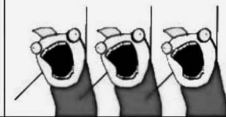
## DESABASTECIMIENTO

Papel higiénico, barbijos, alcohol en gel.

WHAT ARE WE ALL  
GONNA DIE FROM?!



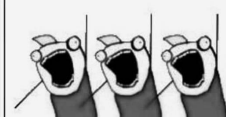
CORONAVIRUS!



WHAT ARE THE SYMPTOMS?!



FEVER & A COUGH!



WHAT SHOULD WE BUY?!



**ALL THE  
TOILET PAPER!!!!**



**WILD FI**

TRAGEDIAS A LAS CUALES HE SOBREVIVIDO

- Vacas Locas (90's) Vivo
- Fin del mundo Nostradamus (99) Vivo
- Millenium Bug (2000) Vivo
- Sars (2002) Vivo
- H5N1 Aviaria (2005) Vivo
- H1N1 Gripe Porcina (2009) Vivo
- Fin del Mundo Maya (2012) Vivo
- Mers (2012) Vivo
- Ebola (2014) Vivo
- Coronavirus En Curso...

Tus nietos en el 2050: Ey abuela ¿qué es eso del coronavirus?

Abuela:



PlayGround

PANAMA PONE EN MARCHA PROTOCOLO CONTRA EL CORONAVIRUS



Clint Piticlint  
@ClintPiticlint

Entonces te apetece tomar un café? 18:28

Que me dejes en paz, pesao. Tomaré un café contigo cuando haya una pandemia mundial. 18:29 ✓✓

HOY

Hola guapa. Te acuerdas de lo que me respondiste en el 2012? 12:45

EL LAVADO DE MANOS DEBE DURAR LO MISMO QUE DURA LA 1ª ESTROFA DE DEJA DE LLORAR DEL POLACO



Me after washing my hands for 40 seconds 57 times in one day



SARCASMO/HUMOR

Fin del mundo, comparaciones, sátiras

YO: EL 2020 YA NO PUEDE EMPEORAR

ABRIL: ...



Tanto miedo por el coronavirus, me recuerdo las plagas de Egipto esas si que fueron terribles



WILD FI

# Si te para la policia



# Uruguayos en cuarentena



memes.de.5.centavos @memesde5cts

Lo siento abuelita es por tu bien



Working from home Day 1



Working from home Day 5



Gaston @gastonliw

Que ferreteria está abierta con música y gandules a la una de la mañana?



# CUARENTENA

Sedentarismo, resistencia, aburrimiento



Jhonian Villegas @RealJhonian · 4h 3 día en cuarentena



WILD FI

Las reacciones a la cuarentena se ven ligadas a las etapas de conducta del consumidor antes detalladas. Los cambios se dan muy rápido y el decidir acoplarse a un aislamiento voluntario no es la primera reacción de todos, es por eso que cuando la cuarentena se vuelve obligatoria o se comienzan a implementar toques de queda las reacciones se tornan un más violentas.

Es por ello que **catalogamos las reacciones según las diferentes etapas de cambio de este consumidor.**

## LA CUARENTENA

# cuarentena

## PRIMERA ETAPA

La medida es sugerida y recomendada por la mayoría de los países con el objetivo de prevención, sin embargo desata reacciones diversas asociadas a un estado de alerta y crisis general.

¿Qué se dice primero?

Asombro por la reducción de personas en las calles y el silencio en la baja del tránsito (Ejemplos: PR, PA), de igual forma que sucedió en países con estadíos más avanzados (ejemplos en Europa).

Concientización entre la población sobre la recomendación de quedarse en casa, con claros estigmas a quienes no lo cumplen.

## Puerto Rico



**Juliantina\_Iliana\_official Tx** @JuliantinaTx · 17 mar.  
Toque de queda en mi bella isla de Puerto Rico 🇵🇷 🙏 🙏 🙏



**Pedro Martinez** @pmartinezvelez · 15 mar.  
Previo al #toquedequeda que comienza a mas 9pm, el llamado del Gobierno es a no salir a la calle. Esto ocurre a las 6:30pm en el Viejo San Juan con decenas de motociclistas. #coronavirus #covid19 #puertorico @wandavazquezg @CarmenYulinCruz



0:30 31,5 mil reproducciones

114 182 240

## Panamá



**Nito Cortizo** @NitoCortizo · 20h  
Ordeno toque de queda de 9 PM a 5 AM, a partir de hoy en todo el territorio nacional. Tomar medidas de este tipo no es fácil, pero como primer obrero de Panamá es mi deber garantizar la tranquilidad del país y velar por la salud de los panameños. ¡Unidos saldremos adelante! 🇵🇷

544 1,7 mil 3,6 mil



[bit.ly/2xfr4WU](https://bit.ly/2xfr4WU)



# cuarentena obligatoria

## SEGUNDA ETAPA

El comportamiento se vuelve más intenso.

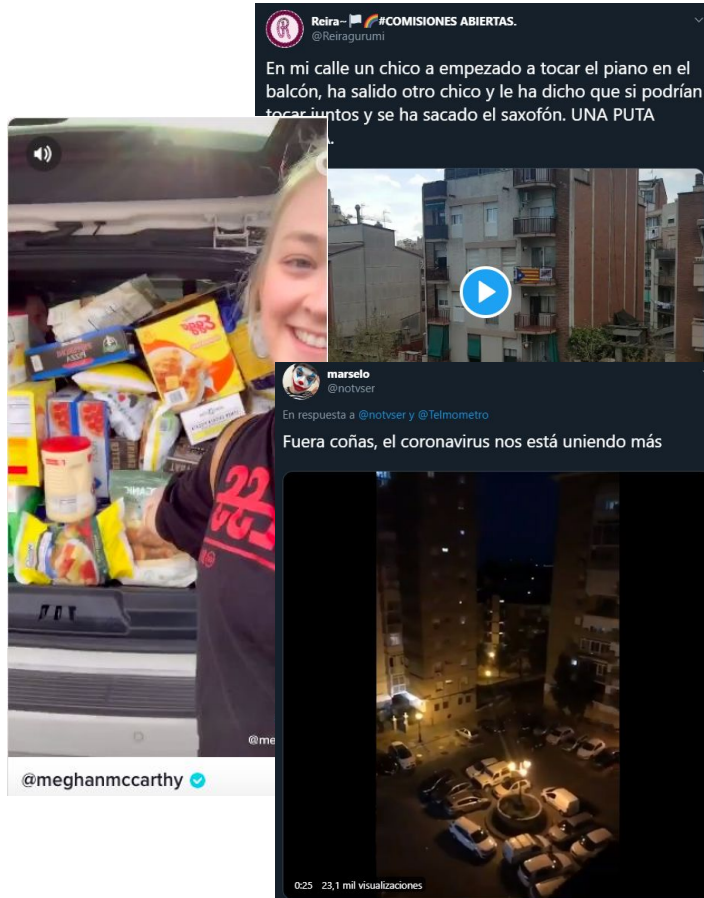
Comienzan los problemas de abastecimiento: gente que realiza compras excesivas, productos que se acaban (papel higiénico y alimentos no perecederos).

Gente aburrida y ansiosa tomando acciones para sociabilizar aún desde su casa: balcones, música, vivos, etc.

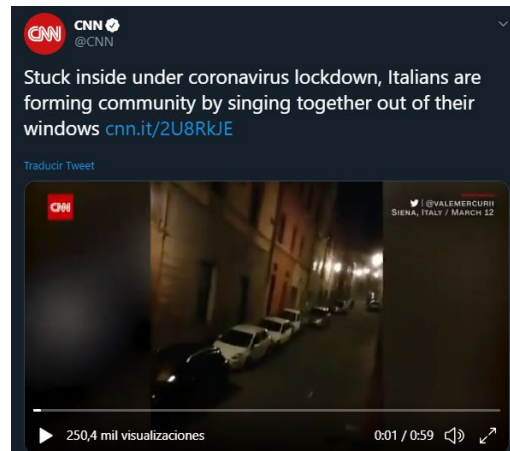
Surgimiento de los challenges que cruzan fronteras de países, personas y comunidades para dar ayuda.

Por último, se vuelven más agresivas las opiniones e incluso se generan disturbios en cuanto a las medidas extremas como el toque de queda o el estado de excepción de Chile.

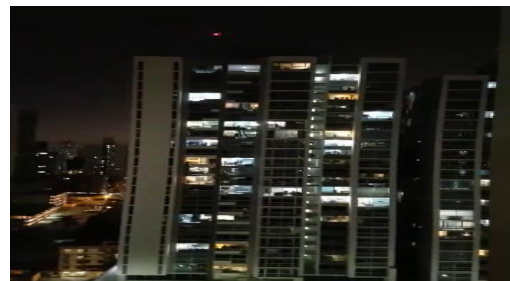
España



Italia



Panamá



[bit.ly/3drNBjd](https://bit.ly/3drNBjd)

**WILD FI**

## challenges

La cuarentena ha despertado y potenciado una nueva ola de challenges, donde los usuarios crean y se suman a consignas como respuesta al paso del tiempo y necesidad de divertirse.

El canal por excelencia está siendo TikTok, aunque muchos también se están dando en Instagram (stories).

**Tik Tok:** challenges más enfocados en música e interpretación de cierta consigna (como un baile, canción, actuación de un audio viral o escena de una serie o película).

**IG Stories:** buscan etiquetar a otros para desafiarlos a realizar una acción, que va desde compartir fotos sobre una temática (como fotos de la infancia o “mujeres que inspiran”) o probarse en una destreza física o motriz.

Otros challenges han surgido en **Whatsapp** y mensajería, donde se comparte una imagen y los usuarios van respondiendo a lo que ésta plantea (“buscar a Wally”, encontrar ciertas cosas representados por dibujos, etc).

# challenges

**Explotaron los challenges para entretenerse durante la cuarentena en casa y promover la interacción desafiando a amigos.**

Algunos ejemplos:

## **Escoba y flexibilidad**

Consta en hacer múltiples movimientos corporales pasando la escoba de atrás hacia adelante del cuerpo sin soltarla.

## **Escoba flotante**

Consta en colocar sin ayuda de ningún soporte las escobas de forma vertical en el piso. Generalmente se fomentaba mediante el argumento de que según la NASA era el único día posible por la posición del eje de rotación.

## **Escoba y flexibilidad**



## **Escoba flotante**



# challenges

## Dominar papel higiénico

consta en dominar a modo de pelota un rollo de papel, con el pie, mano e incluso con palos de hockey.

## Encontrar barrios

Se basa en encontrar barrios, departamentos, bandas (UY). Es compartido principalmente por WPP.

## Ejercitarse en casa

El desafío surge como una rutina de ejercicios en el hogar. Dos personas deben coordinarse y tomarse de los tobillos (como en la imagen), para luego mover las piernas como si estuviera andando en bicicleta.

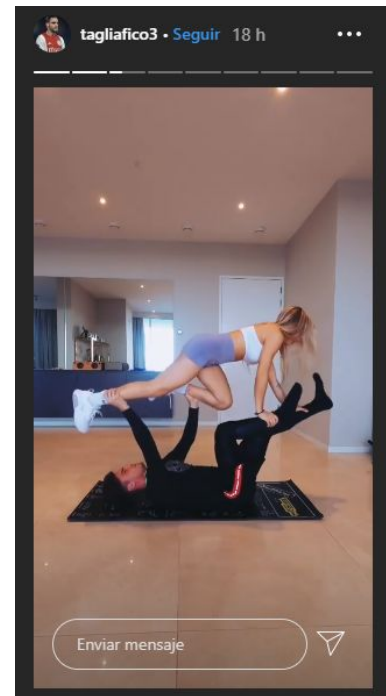
## Dominar el papel higiénico



## Encontrar barrios



## Ejercitarse en casa



# challenges

## #EnElEscenario

Consistía en publicar una foto de uno en el escenario, desafiando a tres usuarios más. La misma modalidad fue utilizada con diferentes tipos de fotografías (ej: de la niñez).  
Red principal: IG stories.

## Safe Hand Challenge o Manos Seguras

Challenge promovido por la OMS. Se basa en subir un video lavándose las manos por al menos 20 segundos.

## #Tusa

Específicamente en las zonas donde hay muchos edificios, una persona inicia una canción para que desde el resto de los balcones se la terminen.  
Red principal: Tik Tok.

## En el escenario



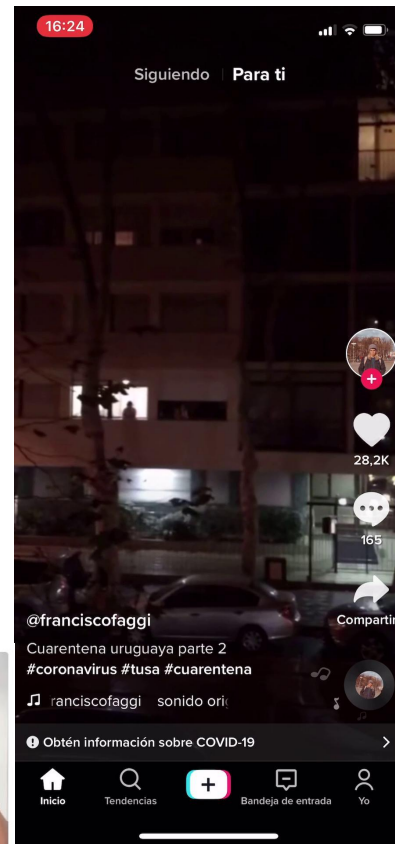
## Safe Hands Challenge



2.181.584 reproducciones  
terrycrews NOT TODAY, SATAN! I WILL SURVIVE!  
#safehandschallenge



## #Tusa



[bit.ly/3blUUXS](https://bit.ly/3blUUXS)

WILD FI

# solidaridad

En el marco de la cuarentena y bajo el #YoMeQuedoEnCasa, profesionales de todo el mundo, en especial médicos, psicólogos y docentes están ofreciendo sus servicios y abriendo la comunicación para recibir consultas profesionales gratuitas a través de Twitter.



**Dra.Carmen S Alegría** @dra\_calegria · 15 mar.  
¡Hola! Soy médico de urgencias. **Si alguien necesita** aclarar dudas o consultar sobre sus síntomas, puede contar conmigo a través de un mensaje privado.  
[#YoMeQuedoEnCasa](#)  
221 2,9 mil 4

**Mara Luzuriaga M.** @marieluzu · 16 mar.  
¡Hola! Soy cocinera.  
**Si alguien** en estos días de aislamiento **necesita** ayuda para preparar recetas, ideas de platos con lo que tienen en casa, puede consultarme y trataré de ayudarlo, dentro de lo posible por este medio. Así no sales ni desperdicias.  
[#quedateencasa](#) por favor.

**Una Lacaniana** @Fer\_GomezdeT · 15 mar.  
¡Hola! Soy psicóloga clínica. **Si alguien necesita** orientación o consejo psicológico, mientras pase la medida de aislamiento social, puede consultarme por privado. No pretendo hacer psicoterapia, y, ni bien acabe esta medida, siempre recomendaré asistir.  
Se agradece difusión.  
115 1,2 mil

**@HuesoCastigador** · 16 mar.  
Hola, soy maestra de preprimaria  
**Si alguien necesita** ayuda con actividades para hacer con sus hijos en casa o repasar durante la cuarentena pueden escribirme con gusto al DM  
😊💜

**Chipusm** @la\_chipusm · 15 mar.  
¡Hola! soy nutricionista. **Si alguien necesita** ayuda con sus menús mientras dure la cuarentena, puede consultarme por DM.  
Se agradece difusión.  
65 728 1,3 mil

Lo primero que surgió (además de los memes) son las canciones temáticas, y con el paso de los días fue incrementando la cantidad de opciones para escuchar.

No solo han surgido un sinfín de **playlists** para distintos momentos (melancolía, sátira, chill y meditación) sino que artistas de muchos géneros (rap, cumbia, pop y más) han sacado sus propios **temas**.

Spotify se ha alineado incluyendo en su app un mensaje de concientización, alojando también **podcasts** de noticias, concientización y soporte.

Los usuarios utilizan canciones de coronavirus para musicalizar sus contenidos sobre la temática como challenges y videos.

**AUDIO  
Y ¡MÚSICA!**

## Ayuda a prevenir la propagación del coronavirus.

Para obtener la información más reciente sobre COVID-19, pulsa aquí y visita la página de la OMS

Comunicado de Spotify que deriva a la OMS.

Canción satirizando la situación.



That's what you want 😊 ?

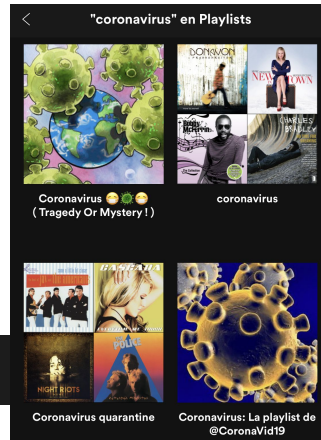
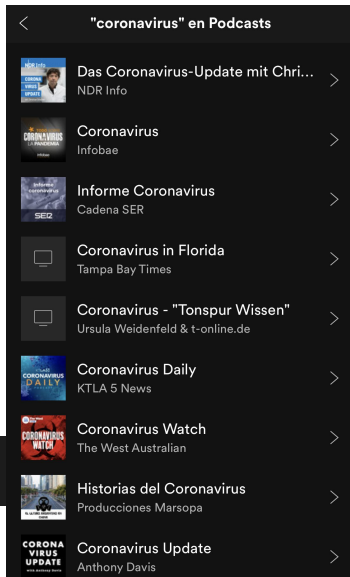
Traducir Tweet

**DJ SNAKE FANS** @DJSnakeFans · 12h  
@djsnake ft Cardi B - Corona Virus Remix. Coming soon.

10:19 a. m. · 16 mar. 2020 · Twitter for iPhone



Playlist de relajación contra el miedo ante el virus.



Algunos ejemplos del gran listado de playlists, canciones y podcasts sobre el tema.

# AUDIO Y ¡MÚSICA!



# Influencers.

# Influencers Internacionales

Los influencers cumplen un rol clave para generar **concientización a nivel global** -especialmente de Europa al resto del mundo en una primera etapa-, intercalando **contenidos entretenidos** con **medidas de prevención**.

## @chiaraferragni (18,9MM)

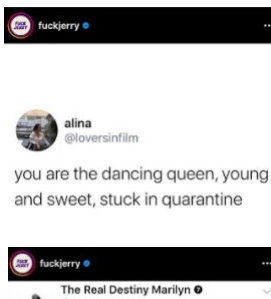
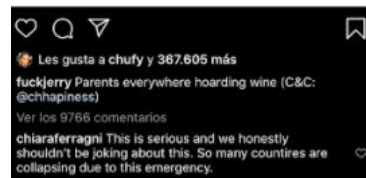
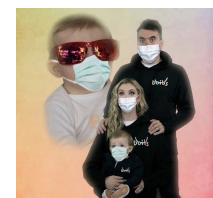
Influencer italiana que muestra su vida en cuarentena de la mano de su marido @Fedez. Además de generar contenido entretenido, trata el tema con mucha seriedad y busca generar concientización global. Ha recaudado +4MM de euros para la causa.

## @fuckjerry (15,1MM)

Genera contenido de humor sobre lo que está sucediendo desde el sarcasmo. *Ha sido criticado por varios por no tomar el tema con seriedad.*

## @dudewithsign (6,4MM)

La cuenta realiza una colaboración con Instagram y World Health Organization para la concientización.



# Artistas Internacionales

Además de acompañar la difusión de los mensajes de prevención, muchos artistas utilizaron los vivos para realizar **shows por streaming**.

## Chris Martin - Coldplay

Se unió a la iniciativa de la OMS #TogetherAtHome y realizó un show en vivo en representación de Coldplay por Instagram Live. El contenido tuvo +4MM de visualizaciones. Otros artistas como John Legend se unieron a esta iniciativa.

## #LaGiraSeQuedaEnCasa

Alejandro Sanz y Juanes se unen para realizar un concierto en vivo a través de YT live.

\*La tendencia de **festivales online** se replica en varios países y bajo distintos hashtags como #YoMeQuedoEnCasa y ya está apareciendo en Latam.

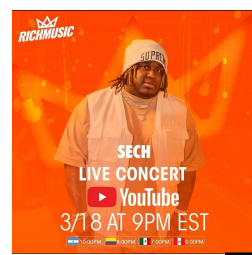


**Ismael Serrano** @Serranolismael · Mar 14

Confirmado entonces:  
El martes 17 de marzo a las 20:00 (hora española peninsular) haremos un concierto vía streaming que podréis ver por Instagram (Serranolismael) y por Facebook (ismaelserranomusica).  
Charlaremos con la audiencia y repasaremos viejas canciones. .



JUE., 19 DE MAR. A LAS 19:00 UTC+08  
**Concierto En Casa**  
Uruguay  
ME INTERESA  
A Ximena le interesa



# Influencers

## Argentina

Famosos e influencers se unieron a la iniciativa **#YoMeQuedoEnCasa** aprovechando sus canales para dar un mensaje responsable a sus seguidores y siendo pioneros de la vida en cuarentena.

### [@marourivero](#) (96,8K)

Fiel a su estilo, compartió una serie de frases inspiradoras. También en sus historias destacadas invita a la gente a quedarse en casa de manera voluntaria y propone cosas para hacer desde casa.

### [@manuginobili](#) (4,9MM)

Comparte en TW un mensaje de concientización consiguiendo +28K likes y +10K compartidos.

### [@Helenayerza](#) (35,9K)

Muestra como pasa su cumpleaños en cuarentena en videoconferencia con sus amigas

### [@candelariatinelli](#) (4MM)

Como muchos otros, comparte imágenes de su vida en casa.

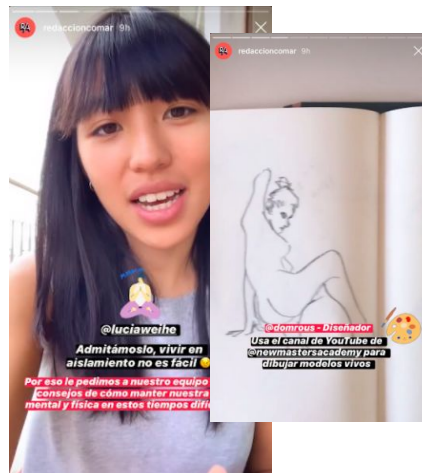


# Influencers Argentina

Famosos e influencers se unieron a la iniciativa **#YoMeQuedoEnCasa** aprovechando sus canales para dar un mensaje responsable a sus seguidores y siendo pioneros de la vida en cuarentena.

## @redaccioncomar (28,9K)

La cuenta información importante acerca de la situación y prevención, pero también comparte ideas para hacer en cuarentena.

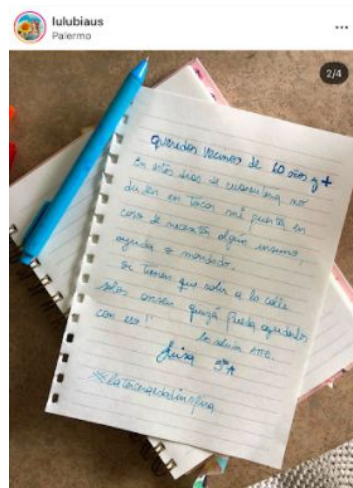


## ComediaEnCuarentena

Una iniciativa de comediantes argentinos para tener **24hs de comedia en vivo**, con 30min de show por streaming de 48 comediantes. Campa, Nicolás de Tracy, Laila Roth-entre otros.

## @lulubiaus (28,9K) - @imqueenA (97K) + otras influencers.

Buscan concientizar sobre la situación desde el ejemplo. Proponiendo nuevas actividades y tomando con humor el periodo de cuarentena.



WILD FI

# Influencers

## Argentina

Famosos e influencers se unieron a la iniciativa **#YoMeQuedoEnCasa** aprovechando sus canales para dar un mensaje responsable a sus seguidores y siendo pioneros de la vida en cuarentena.

### @miguegranados (1,2 mm)

Desde su cuenta compartió un video hablando a sus seguidores, pidiendo concientización y solidaridad con los profesionales de salud. Además, predicando el ejemplo, llevó su trabajo diario (magazine de radio) a su casa.

### @laliocial (7 mm)

Comúnmente sube contenidos de viajes o giras de música, ahora comparte su rutina de entretenimiento y reflexión dentro de su casa, invitando a sus seguidores a hacer lo mismo.

### @martincirio (1 mm)

Propuso a sus seguidores subir todos los días un video, hasta que termine la cuarentena.



**laliocial** Esto de la cuarentena hace pensar mucho sobre mucho [#yomequedoencasa](#)

**laliocial** Cuarentena!

Ver series-leer-home office-comer rico y...BAILAR LIBRE por la casa en mi caso! Cuidense y quédense en casa



**Lali** @laliocial · 19h

Ok... a ver si entonces ahora se entiende que TENES QUE QUEDARTE EN TU CASA!!!! Juntos es la única manera de parar esto! SOLO se podrá salir a comprar alimentos / farmacia y volver a tu casa ! Seamos responsables



**Migue Granados** @miguegranados · 16 mar.

Che media pila dale? Hagamosla bien una vez! [#YoMeQuedoEnCasa](#)



**HOY COMIENZA CUARENTENA XALENX**  
DE ACÁ A QUÉ TERMINE LA CUARENTENA UN VIDEO POR DÍA EN MI CANAL DE YOUTUBE A **LAS 21 HS**  
ARRANCAMOS HOY



# Influencers

## Uruguay

Las stories también son utilizadas por influencers para compartir tutoriales y tips, incentivar actividades de ocio e incluso para mostrar cómo están aprovechando su tiempo.

### @consimakeup (11.2K)

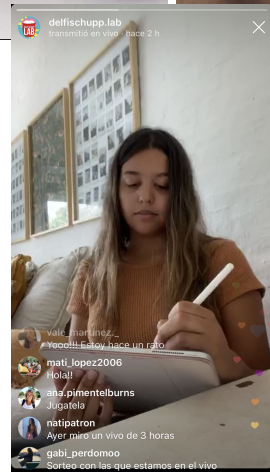
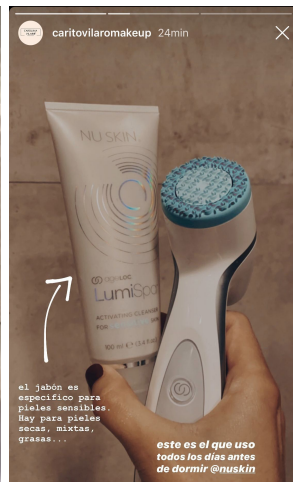
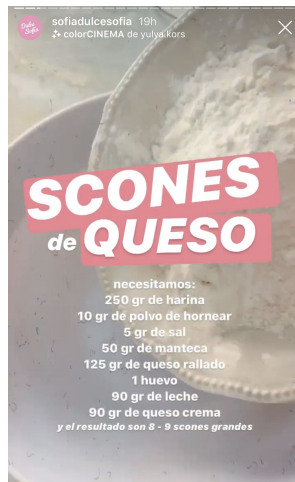
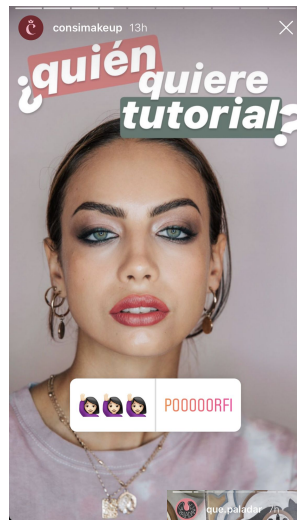
Maquilladora social, está compartiendo tips de belleza, vestimenta (“make up match”), encuestas y tutoriales en Youtube o en vivo. Casi todas las influencers de la rama se encuentran publicando en esta sintonía.

### @sofiadulcesofia (32.6K)

Se mantiene muy activa en redes, comparte recetas simples para sus seguidores a la vez de mensajes motivacionales e incita momentos de interacción (preguntas, encuestas).

### @delfischupp.lab (29.4K)

Marca de chocolates artesanales y diseño. Fomenta actividades todos los días en su comunidad, entre preguntas y encuestas, vivo dibujando lo que le piden. Recientemente publicó diseños para colorear y comparte los resultados.





## 2.2. de qué hablan las marcas, empresas e instituciones?

Marcas

Medios

# turismo.

Los hoteles, compañías de transporte y OTAs son de las empresas más afectadas al disminuir el turismo y a causa del cierre de fronteras. **La comunicación de la industria en esta etapa es puramente informativa** y fue variando según las etapas de cada país.

## Despegar, Turismocity y otras

Buscan clarificar la situación frente a la cantidad de consultas y reclamos que generan call centers colapsados.

## Aerolíneas Argentinas

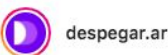
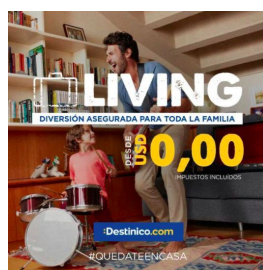
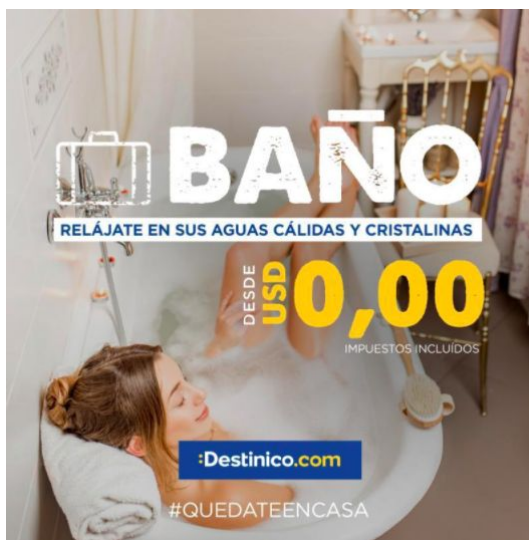
Comunica la frecuencia de sus vuelos especiales de repatriación para “rescatar” turistas argentinos.

## Buques Argentina-Uruguay

Comenzaron comunicando medidas de seguridad y limpieza, para luego tomar medidas de re-planificación de viajes y frecuencias de repatriación entre Argentina y Uruguay.

## Destinico

Supo aprovechar el contexto para crear una campaña divertida bajo el hashtag #QuedateEnCasa.



Tené en cuenta que del 20 al 24 de marzo inclusive, se suspenden todos los vuelos de cabotaje y micros de larga distancia.



WILD FI

# beauty - skincare.

## Diferencial del skincare

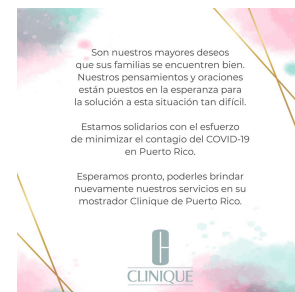
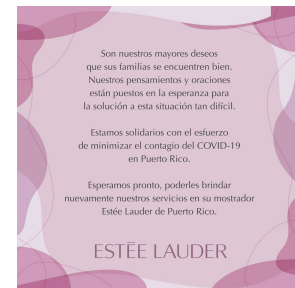
Este contexto resulta una oportunidad valiosa de generar un diferencial. La situación de aislamiento fue tomada por los consumidores como una instancia de buscar confort desde el cuidado personal, en particular el enfocado a la piel.

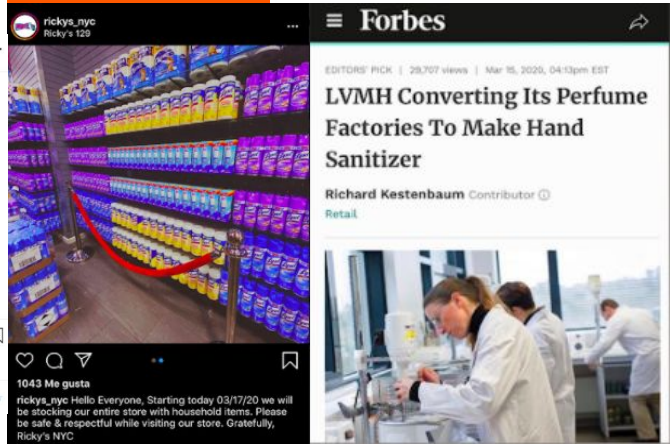
## Foco en beneficios

Marcas especialistas en el cuidado de la piel y con foco en lo dermatológico, centraron su comunicación en los beneficios que ofrecen en este momento algunos de sus productos, brindando soluciones de hidratación y mantenimiento. Consejos, tips y recomendaciones son los principales formatos utilizados que reciben muy buen feedback por parte de sus audiencias.

## Generando conversación

También es una oportunidad que muchas marcas de skincare están aprovechando para entablar conversaciones constantes con los usuarios, aumentando los contenidos de interacción, para conocer sus necesidades y mantener la compañía necesaria en el contexto de aislamiento.





SABEMOS QUE ES DIFÍCIL,  
SABEMOS QUE CUESTA,  
PERO SABEMOS QUE  
ES LO MEJOR.  
#QUEDATEENCASA Y  
CUIDÉMONOS ENTRE TODOS.

EL EQUIPO dermaglós

WILD FI

# beauty - general.

## Empatía y solidaridad

Se destacan las acciones tomadas por varias marcas de España que se solidarizaron con la epidemia. **Nivea** España donará 500 toneladas de desinfectantes a los grupos profesionales que están luchando contra el virus.

## Adaptación a nueva demanda

La perfumería **Stanpa** está trabajando con las empresas del sector para dar una respuesta eficaz a la alta demanda que hay ahora de soluciones higienizantes hidroalcohólicas

## Apoyo a comunidad

**LVMH** también se sumó con la fabricación de soluciones desinfectantes para manos y distribuir 12 toneladas de geles a las autoridades francesas y al sistema hospitalario de Europa.

## Nuevas necesidades

**Natura** tomó la decisión de reducir al máximo las actividades en las oficinas de todos los países, priorizaron la producción de jabones y alcohol en gel, aumentaron los cuidados de higiene en la fábrica y cancelaron todos sus eventos presenciales.

# beauty - retailers.

## Fuerte impacto

A nivel de retailers, el impacto fue duro, ya que la gran mayoría debió cerrar sus tiendas físicas siguiendo las recomendaciones. Algunos retailers derivaron sus operaciones hacia sus comercios online.

## Beneficios extra

Sephora informó las medidas tomadas tanto hacia clientes como empleados, especificando que seguirá pagándoles el salario. Comenzó a incentivar la compra online desde su tienda virtual o app, ofreciendo envío gratuito.

## Reforzar tienda online

JCPenney comunicó las acciones tomadas apelando al cuidado de clientes, socios y comunidades. Las comunicaciones en sus redes sociales se mantienen con foco en productos a los que se puede acceder online.

## Mantenerse cercano

Macy's también comunicó el cierre de sus tiendas físicas, destacando el cuidado de la salud de su equipo y clientes. Mantiene comunicación activa, enfocada en beneficios de algunos productos y dirigiendo a los usuarios a la tienda online.

JCPenney  
18 de marzo a las 19:33 · 🌐

In response to the evolving global Coronavirus (COVID-19) pandemic, JCPenney is temporarily closing all stores and business offices until April 2. For more information, visit <https://jcp.is/390thCf>

The safety of our associates, customers and communities is always a priority for JCPenney.

Our thoughts are with everyone during this critical time.

JCPenney

Macy's  
17 de marzo a las 15:54 · 🌐

Please stay safe & be well during this time ❤️ If you need anything, our app & macys.com will remain open. <https://macys.co/39Y4aRZ>

TO OUR MACY'S FRIENDS & FAMILY

The health & safety of our customers, colleagues and communities is our top priority. As a result of the recent COVID-19 developments, we've decided to temporarily close our stores.

SEPHORA  
17 de marzo a las 15:00 · 🌐

Sephora Community,

For the health and safety of our employees and clients, we have made the decision to close all of our stores in the US and Canada at 5 p.m. local time tomorrow, March 17th through April 3rd.

All store employees will continue to receive their base pay for scheduled shifts for the duration of this closure. In addition, health and wellness benefits for employees who are currently enrolled will continue.

We appreciate your patience, understanding and loyalty during this time and invite you to continue shopping with us at [sephora.com](https://sephora.com), [sephora.ca](https://sephora.ca) or on the Sephora app. We are waiving standard shipping fees until April 3rd. To redeem, please use code FREESHIP\*

To read our full statement: <https://seph.me/COVID19>

\*exclusions/terms apply. See [Sephora.com](https://sephora.com) for details.

COMMUNITY.SEPHORA.COM

Store Closure COVID-19 Update

To our Beauty Community, Today we have made the difficult decision to close all of our retail stores in the US and Canada and implement remote working for employees in our corporate offices from 5pm...

JCPenney  
20 de marzo a las 18:07 · 🌐

Refreshing your bedroom has never been easier ❤️ <https://jcp.is/3dg7yJP>

Macy's  
13 de marzo a las 11:11 · 🌐

The Girls' Night in Club team shows us some of their fave me-time musts—and we're all ears. Catch the full video here: [mcys.co/2vntHF4](https://mcys.co/2vntHF4)

SEPHORA  
17 de marzo a las 18:00 · 🌐

Dullness and dark spots? LBR 🍷 Ciao 🍷 Bailliii. Not with this brightening lineup on hand 🍷 <https://seph.me/2IQwGE>

WILD FI

# beauty - Puerto Rico

## Comunicación empática

Las marcas más importantes de Puerto Rico optaron por una comunicación cercana enfocada en acompañar a sus comunidades en el contexto de distanciamiento social y cuarentena.

## Nuevo comportamiento

Una conducta en común que se detectó entre los usuarios de esta categoría es el aprovechamiento de la situación para el cuidado personal, tanto a nivel interno como externo. Acompañar este comportamiento será vital.

## Acompañar e interactuar

Marcas como Kiehl's, Urban Decay, YSL, Ralph Lauren y Giorgio Armani enfocaron sus esfuerzos en ofrecer a los usuarios opciones desde la empatía con: tips, consejos y recomendaciones sobre cómo pasar el tiempo de cuarentena a través de: juegos, lectura, tips de cuidado personal, actividades, recomendaciones y acciones de interacción con la audiencia.

## #MomentosLancome

Lancome lanzó la iniciativa #MomentosLancome, anclada en la consigna #QuédateEnCasa, ofreciendo actividades y consejos de los expertos para disfrutar desde el hogar y cuidarse.

Kiehl's (PR)  
Publicado por WILD FI [PR] · 19 de marzo a las 9:39 ·

#QuédateEnCasa y sácale el máximo al tiempo con tu #KiehlsFamily. Además de aprovechar para hacernos unas mascarillas, ¿qué otras actividades recomendamos para disfrutar en la casa? ¡Cuéntanos en los comentarios!

Kiehl's  
#QuédateEnCasa  
lávate las  
manos

Kiehl's (PR)  
Publicado por WILD FI [PR] · 17 de marzo a las 15:15 ·

¡Hola #Kiehlsfamily! Hoy les presentamos 6 KCR's tips imperdibles sobre cómo aplicar nuestros productos de manera higiénica y sin contaminar los paquetes. #QuédateEnCasa

¡KCR'S  
tips!

SI TU CREMA DE OJOS NO TIENE UN PUNTO, UTILIZA UN HISOPO PARA APLICARLA EN EL CONTOURNO DEL OJO.

¡NUESTROS SUEROS CUENTAN CON PUMP O GOTERO. EVITA TOCARLO NUNCA SIN CONTAMINARLO. LUEGO DE CADA APLICACIÓN, LAVA NUEVAMENTE TUS MANOS CON JABÓN.

SECA TUS MANOS CON UNA TOALLA QUE NO HAYA SIDO UTILIZADA PARA TU ROSTRO Y APLICA TU HUMECTANTE FAVORITO DE HIELO. UTILIZA UN HISOPO PARA APLICARLO EN EL ROSTRO.

Ralph Lauren Puerto Rico  
Publicado por WILD FI [PR] · 19 de marzo a las 17:35 ·

Es responsabilidad de todos cuidarnos y cuidar a los demás. Durante los próximos días, evita el contacto innecesario con grupos de personas, #QuédateEnCasa y ayuda a superar esta emergencia sanitaria. 🙌

RALPH LAUREN

- Leer tu libro favorito.
- Disfrutar de tus hijos, de tu familia.
- Apreciar y admirar lo que más importa.
- Cuidar de ti y de los tuyos.

Lanôme (PR)  
Publicado por WILD FI [PR] · 18 de marzo a las 15:47 ·

Te animamos a cuidarte haciendo el llamado de #QuédateEnCasa y sigues sintiéndote bella cada día disfrutando de tus #MomentosLancome.

Pronto te presentaremos consejos de nuestros expertos para que disfrutes desde tu hogar. ❤️

#MomentosLancome

LANCÔME PARIS

Urban Decay Cosmetics (PR)  
Publicado por WILD FI [PR] · 18 de marzo a las 17:18 ·

Quédate en casa unos días no tiene por qué ser aburrido. ¡#PlayAtHome con Urban Decay! 🎮🎨🎧 #QuédateEnCasa

#PlayAtHome

UD URBAN DECAY  
PRETTY DIFFERENT

Giorgio Armani Puerto Rico  
Publicado por WILD FI [PR] · 19 de marzo a las 18:41 ·

¡Sé responsable! Cuida de ti y los demás, para que demuestres que mantenernos unidos va más allá del contacto físico. ¡Este es el momento! 🙌 Cuéntanos qué actividades se te ocurren para esta cuarentena. 🙌 #QuédateEnCasa

depende de nosotros que esto pase pronto, para volver a estar juntos físicamente.

YSL Beauty (PR)  
Publicado por WILD FI [PR] · 19 de marzo a las 10:35 ·

¡Vencer esta crisis es responsabilidad de todos! Durante este tiempo difícil cuida de ti y los tuyos y #QuédateEnCasa. 🇵🇷❤️

Queremos tomar un momento para abordar la situación actual que juntos estamos enfrentando. Ya que estamos lidiando con tiempos inciertos, queremos asegurarte que estamos tomando todas las medidas necesarias para garantizar que nuestro personal y nuestros clientes estén seguros. Esto incluye cerrar muchas de nuestras tiendas alrededor del mundo.

YSL Beauty (PR)  
Publicado por WILD FI [PR] · 21 de marzo a las 10:12 ·

París es una ciudad que enamora de todos lados, desde su aroma hasta su literatura. Para transportarse a la Ciudad de la Luz solo hace falta la compañía de una gran historia que haga que el tiempo vuele y disfrutemos estar en nuestro hogar. 📖 Pausa el video y descubre cuál libro puedes leer durante la cuarentena mientras te proteges y ayudas a proteger a otros. #QuédateEnCasa

Los Miserables,  
de Victor Hugo

YVES SAINT LAURENT

## Panamá



## Chile



# delivery.

(Promociones, envíos y pick up)

Muchas empresas optaron por priorizar medidas para **promover el distanciamiento social**.

Entre ellas, se potenció el delivery para la comercialización de las compras, llegando en muchos casos a ser **gratuito** (tiendas de juegos de mesa, cervezas, etc.).

Bajo esta postura, muchas marcas están optando por cerrar sus tiendas físicas (ej: Starbucks en USA y Canada, bares, etc.).

### “Entregas sin contacto”

La medida fue un paso más allá bajo la propuesta de **PedidosYa** en Uruguay, donde para los pagos online se deja un instructivo para poder coordinar una entrega libre de contacto con el cliente.

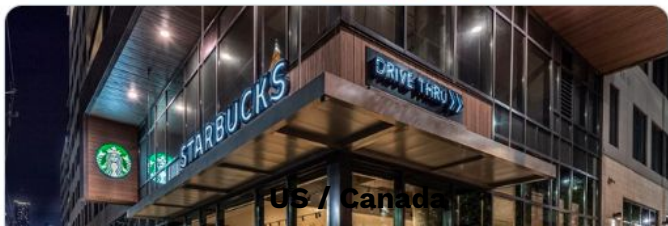
### Rappi Chile

Para resguardar a clientes y trabajadores, se entregan desinfectantes a repartidores, se solicita mantener una distancia de dos metros y se incentiva el pago a través de medios digitales.



Starbucks News @StarbucksNews · 22h

In accordance with social distancing guidance from the CDC and public health authorities, we are temporarily closing stores in some locations, and moving the majority of our company-operated stores to a "to go" model across the U.S. and Canada. [sbux.co/COVID-19](https://sbux.co/COVID-19)



US / Canada

## AHORA ENTREGAS SIN CONTACTO

### ¿CÓMO HACERLO?

En las entregas a cargo de PedidosYa podés agregar una nota en las "Instrucciones para la entrega" en el último paso antes de enviar tu pedido.

En las entregas que no son a cargo de PedidosYa agregá un comentario en "Notas al restaurante" en el último paso antes de enviar tu pedido.

APLICA ÚNICAMENTE A PAGOS ONLINE

Aceptar

Uruguay: PedidosYa



Paraguay

WILD FI

# delivery.

(Promociones, envíos y pick up)

**Casa de la Cerveza Ab InBev - Chile**  
Implementó “Despacho Seguro” en sus operaciones: sanitización personal en intervalos de 1 hora, uso de guantes y controles de temperatura al equipo.

## Prevención

Empresas enfocadas en delivery también se sumaron a promover información preventiva sobre el contagio.

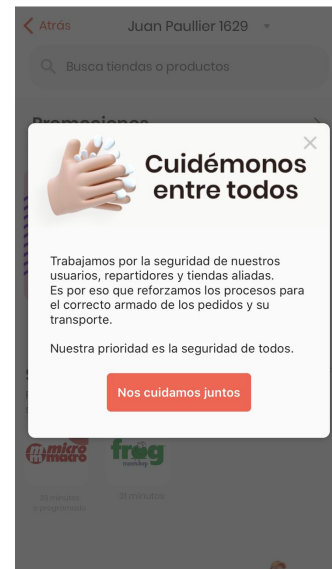
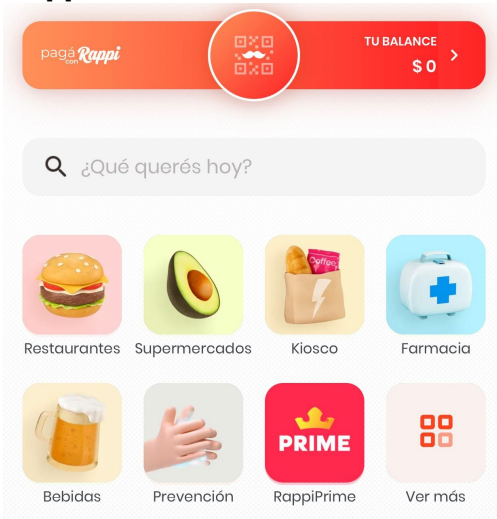
## Rappi - Uruguay

Entre las diferentes categorías de venta, Rappi agregó la sección de Prevención con información oficial del Ministerio de Salud Pública.

## Corner Shop - Chile

Los clientes reciben un mail del CEO para concientizar sobre la compra excesiva de provisiones y su implicancia en el desabastecimiento y además el riesgo para las personas encargadas del envío.

## Rappi



## CornerShop Chile

**No pidas lo que no necesitas realmente**

Hola [ll.larroque@gmail.com](mailto:ll.larroque@gmail.com),

La demanda en Cornershop estos días es mucho más alta que nuestra capacidad de responder, por lo que me gustaría pedirte que por favor no pidas más productos de los que necesites para los próximos días.

En Cornershop estamos trabajando más que nunca para aguantar, y nuestros socios, tiendas grandes y tiendas chicas están luchando para reponer. Ayuda a darles un respiro. No pidas lo que no necesitas realmente.

Somos muchos los culpables de no haber tenido esa conciencia colectiva que momentos como este requieren. Yo me incluyo. En mi casa tenemos ya claramente más papel higiénico del que necesitamos, pero desde ya me comprometo a resistir la tentación la próxima vez que me tope con un rollo.

Los Shoppers de Cornershop que están entregando pedidos estos días son verdaderos héroes. Por favor ayuda a que cada pedido que entreguen realmente cuente.

Te mando mucho ánimo en estos tiempos extraños y difíciles.



Casa de la Cerveza Chile

WILD FI





**Itaú** 5 h

Nuevo horario de atención exclusivo para jubilados: de 10 a 12 horas. Si no sos jubilado te atenderemos de 12 a 15 horas. Si tenés alguna duda podés visitar nuestras preguntas frecuentes: <https://www.itaú.com.ar/.../medidas-prevenir-coronavirus-covi...>

## Nuevo horario EXCLUSIVO para jubilados en sucursales

**10 a 12 hs.**

Todas las personas no jubiladas serán atendidas de 12 a 15 hs.

Cuidémonos entre todos.



**BBVA** 17 de marzo a las 19:08

La tuya, la de tu familia y la de los empleados de BBVA. Concurri a una de nuestras oficinas en caso de gestiones imprescindibles, prefiriendo siempre los canales digitales que ponemos a tu disposición (BBVA net, App BBVA, Pagos BBVA, Línea BBVA 1929).

¡Respetemos las indicaciones del Ministerio de Salud Pública para cuidarnos entre todos!



Lo más importante es la **salud de todos**

**BBVA** 16 de marzo a las 19:04

¡Con pequeñas acciones podemos cuidarnos entre todos! Desde BBVA te recomendamos:

- Utilizar BBVA Net o nuestra App para realizar consultas, pagos y transferencias. Además, podés comunicarte al (2) 1929 para obtener atención telefónica.
- Pagar con tarjetas de débito o crédito para evitar manipular dinero físico, minimizando el uso de cajeros automáticos. ... Ver más



2 comentarios 2 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

**Banco Familiar** 20 de marzo a las 18:07

Tu tranquilidad y seguridad están primero. Tus Tarjetas de Crédito tendrán pago mínimo exigido CER0 para los vencimientos de abril, mayo y junio. #QuedateEnCasaPy

### Tu tranquilidad y seguridad están primero

Es momento de cuidarse.

Como medida de apoyo a nuestros clientes, **tus tarjetas de crédito tendrán pago mínimo exigido CER0**, para los vencimientos de **abril, mayo y junio**.

La prevención es prioridad y depende de cada uno.

#QuedateEnCasaPy

Centro de Atención al Cliente: 0800 11 33 21 / 0202 (desde tu celular) | Banco FAMILIAR

**Banco Familiar** está con Liza Mujica. 20 de marzo a las 13:10

¡Tu tranquilidad y seguridad están primero! Reclón en junio volvé a pagar las cuotas de tus préstamos. Automáticamente, tus cuotas de marzo, abril y mayo pasan al final de tu préstamo. Estas cuotas se mantendrán iguales. La prevención es prioridad y depende de cada uno. #QuedateEnCasaPy

### Tu tranquilidad y seguridad están primero

Es momento de cuidarse. Reclón en **JUNIO** volvé a pagar las cuotas de tus préstamos.

Automáticamente, tus cuotas de **marzo, abril y mayo** pasan al final de tu préstamo. **Estas cuotas se mantendrán iguales**.

La prevención es prioridad y depende de cada uno.

#QuedateEnCasaPy

Centro de Atención al Cliente: 0800 11 33 21 / 0202 (desde tu celular) | Banco FAMILIAR

# banca.

## @Itaú (UY)

Debido a que el segmento de riesgo son los jubilados, Itaú decidió modificar sus horarios para proteger a sus usuarios, evitando encuentros entre quienes estén contagiados.

## @BBVA (UY)

El banco BBVA realizo un post para comunicar sus canales digitales, evitando la presencia física en los locales de los usuarios, así como incentivar a evitar el uso de dinero físico (cortando la propagación del virus).

## @Santander (UY)

Lanzó préstamo “MIPYMES” para ayudar a que las empresas puedan realizar home office al adquirir tecnología que otorgue acceso al teletrabajo.

## @Bancofamiliar (PY)

A parte de comunicar sobre las medidas preventivas, el banco congeló las cuotas de los préstamos por tres meses y exoneración del pago mínimo de las tarjetas de crédito como medida de apoyo a sus clientes.

# banca.

## @popular.pr (PR)

Banco Popular de Puerto Rico eliminó los cargos en los cajeros automáticos y flexibilizó algunos límites para facilitar el uso de los canales digitales.

## @santanderdepr (PR)

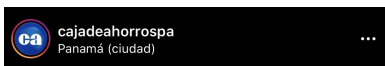
El Banco Santander de Puerto Rico incorporó alivios adicionales de \$0 cargos por servicio hasta el 30 de marzo de 2020 de ATM y Banco en Casa.

## @cajadeahorrospa (PA)

Se solidarizó con sus clientes otorgándoles una extensión de un plazo de 90 días sin ningún tipo de recargo o penalidad a los préstamos hipotecarios y personales.

## @bancoripley (CL)

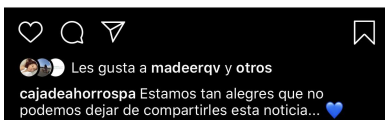
Se posterga hasta el 100% de la deuda (tarjeta y crédito de consumo) para poder pagar en tres meses más.



Mantenemos nuestro respaldo a las familias panameñas con [#SuCasaSegura](#) por los próximos 90 días.



[#TUCASASEGURA](#)



### Banco Ripley comunica medidas de apoyo a sus clientes ante propagación del COVID-19

Santiago, 20 de Marzo 2020.- Ante el avance del Coronavirus COVID-19 en el país, y sus eventuales consecuencias sociales y económicas, en Banco Ripley hemos puesto a disposición de nuestros clientes todos los recursos necesarios para atender de la mejor forma sus eventuales requerimientos. Por ello, hemos dispuesto una serie de medidas excepcionales para brindar facilidades y opciones de pago que permitan aliviar, en alguna medida, los efectos que ha causado esta pandemia.

Los clientes de la Tarjeta Ripley y de créditos de consumo que estén al día o con menos de 30 días de mora podrán acceder a postergar hasta el 100% de su deuda comenzando a pagar en 3 meses más.

Esperamos que estas medidas contribuyan a mitigar los efectos de la actual situación que afecta al país y, a la espera de volver a la brevedad a un funcionamiento normal de las operaciones, les pedimos que prefieran nuestros canales remotos y que se comuniquen con nuestro Call Center a partir del Lunes 23 de Marzo:


- 800 20 32 20 desde Red Fija, marcando opción 2 y luego opción 3
- 2 2768 9200 desde Celulares, marcando opción 2 y luego opción 3

Les recordamos que el Call Center operara de Lunes a Viernes de 9 a 20h.

WILD FI


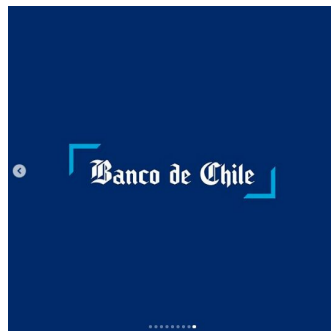
Banco de Chile

Banco de Chile informa que, ante la contingencia que enfrenta el país por la pandemia mundial de coronavirus, ha dispuesto un Plan Nacional de Apoyo, que contempla una serie de medidas extraordinarias para sus clientes de los segmentos Personas y Pyme, con el propósito de que puedan cubrir sus necesidades más urgentes.



Banco de Chile

Reafirmamos una vez más nuestro Compromiso con Chile y con todos nuestros clientes, para apoyarlos como históricamente lo hemos hecho, y proteger el empleo de miles de familias, pymes y emprendedores de todo el país.

**Banco Basa te acompaña**

Ante esta situación que afecta a la población del país y el mundo entero, te ofrecemos una alternativa en el pago de tus cuotas de préstamos que vencen en los meses de marzo, abril y mayo del presente año.

Para más información llama a nuestro call center **(021) 618 7070** o contacta con tu Oficial de Negocios.

#Juntospodemos #Cuidemonosenretornos

**bancobasa**  
Cuando quieras, estamos

**Multibank Panamá** @MultibankPanama · 20 mar.

Porque eres parte de nuestra **#GranFamilia** y estamos enfocados en darte la mejor solución **#laesperavaliólapena #quédateencasa**

Les exhortamos a formalizar la modificación de sus préstamos en el transcurso de los próximos 120 días. En caso de no requerir acogerse a esta medida, les invitamos a continuar realizando sus pagos de forma habitual utilizando los diferentes canales que tenemos habilitados.

Ponemos a su disposición nuestra red de atención: Contact Center 800-3500, correo electrónico: [multibankcobros@multibank.com.pa](mailto:multibankcobros@multibank.com.pa); redes sociales y página web - sección Contáctenos.

Juntos superaremos esta situación como una gran familia...  
La Familia Multibank.

800-3500     [www.multibank.com.pa](http://www.multibank.com.pa) Banca Móvil

**banca.**

**@bancobasa (PY)**

El Banco Basa congeló el pago de las cuotas por créditos en un plazo de tres meses, aunque si la situación sanitaria se mantiene la medida puede extenderse.

**@bancodechile (CL)**

Decretó un plan nacional de apoyo en materia de créditos hipotecarios (postergación de pagos), en créditos de consumo (evaluación caso a caso) y segmento Pymes con créditos extraordinarios.

**@multibankpanama (PA)**

Lanzó varias medidas de alivio para sus clientes como aplazamiento de pagos de hasta 120 días en préstamos personales, de autos e hipotecarios, así como tarjetas de crédito.

# retail - brick & mortar.

## @asos

Debido al cierre de sus tiendas físicas, la marca convocó a sus seguidores a participar mediante el #AtHomeWithASOS de compartir sus looks favoritos de la marca, con prendas de todas las temporadas y el favorito recibirá descuentos para utilizar online.

## @indianuruguay @divinouy

Podemos ver que varias marcas ofrecen envíos gratuitos de sus productos para incentivar la cuarentena en casa y la compra online.

## @ikeaUSA

Comparte tips para hacer más amigables y acogedores los distintos espacios de la casa, incentivando también a pasar el tiempo dentro de los hogares.



## ¡NOS CUIDAMOS ENTRE TODOS!

COMUNICAMOS QUE TODOS NUESTROS CLIENTES **MAYORES A 65 AÑOS** TENDRÁN LA POSIBILIDAD DE HACER SUS PEDIDOS A DOMICILIO VÍA APP, WEB O **LLAMANDO A SU LOCAL MÁS CERCANO, SIN COSTO DE ENVÍO.**

Esta medida responde a la necesidad de colaborar con el cuidado de nuestros clientes más sensibles a los impactos del COVID-19.

Pedimos al momento de realizar dichos pedidos, aclarar su fecha de nacimiento y cédula de identidad. En caso de contar con tarjeta Hipercard, se puede proporcionar también para tomar en cuenta al momento de efectuar el pago.

www.devoto.com.uy



## #MeQuedoEnCasa

Elegi tu equipo con **EL MEJOR PLAN** y te lo **LLEVAMOS A TU CASA**

más info



## ¡Atención!

Estimados clientes:  
Nuestro nuevo horario será de **9:00 a 18:00 hrs.**



Lider  lider.cl

## INFORMACIÓN IMPORTANTE

A partir de hoy 22 de marzo nuestros locales Jumbo funcionarán hasta las

**18:00 hrs.**



60

MAYORES DE 60 AÑOS



Envíos Gratis



Click Preferente



Atención Preferencial en Locales

Web · 0800 3030 · App

#AYUDAN\*  
a ayudarte



# retail - brick & mortar.

@devotouy @anteldetodos

Ambas marcas ofrecen envíos gratuitos de sus productos para incentivar el e-commerce y el preservar la salud de los usuarios quedándose en sus casas.

@tiendainglesa

Tienda Inglesa también incentiva la compra online, los envíos a domicilio gratuitos para las personas mayores a 60 años (más vulnerables frente al virus) y la compra vía telefónica.

**Supermercados (Chile)**

Diferentes supermercados han implementado turnos matutinos para adultos mayores y de tarde para público general, facilitando el acceso de los primeros e impulsando una limpieza entre turnos de atención, además de reducir el horario normal hasta las 18.00 horas y poner foco en sus canales de venta online.

# deporte.

## @defensorsp

En Uruguay, debido a que se suspendieron las fechas de la Asociación Uruguaya de Fútbol (AUF), Defensor, uno de sus clubes miembro, realizó una invitación el club Torque, jugando un partido online.

## @Borjalglesias9

En España se realizaron acciones similares a las de Defensor Sporting en Uruguay, llevando el partido de fútbol a los esports vía Twitch.

Se mantiene el entretenimiento como prioridad, potenciando nuevas plataformas (streaming) que resultan novedosas para gran parte de los usuarios que no las consumían.

En los últimos días las transmisiones de eSports han duplicado sus viewers.





**Mahou**  
DESDE 1890

**#SaldremosJuntos**

**Mahou**  
DESDE 1890

Está en nuestro ADN fomentar el encuentro entre personas. Y como hoy no podemos hacerlo físicamente, vamos a trabajar para adaptar algunas de nuestras actividades y que las podáis disfrutar donde debemos estar ahora: en casa.

Además, desde ya trabajamos en que **nuestro reencuentro** sea todavía mejor y volveremos con más energía e ilusión que nunca.

Nos veremos pronto, y más cerca que nunca. Vamos a salir de ésta y lo haremos, como lo hemos hecho siempre, **juntos**.

**#SaldremosJuntos**

FELIZ DÍA DE TOMARTE  
UNA ESTRELLA CON TU PADRE

Estrella Galicia recomienda el consumo responsable. Alc. 5,5% Vol.

**Estrella Galicia**

DESDE ESTRELLA GALICIA QUEREMOS TRASLADAR UN MENSAJE DE ÁNIMO Y RECONOCIMIENTO A TODOS LOS QUE CON SU SACRIFICIO Y COMPROMISO AYUDAN A QUE ESTE ESFUERZO COLECTIVO NOS PERMITA RECUPERAR LA NORMALIDAD LO ANTES POSIBLE.

**#FRENALACURVA,**  
ES UN COMPROMISO DE TODOS.

**Cruzcampo**  
ESPECIAL

**#YoMeQuedoEnCasa**

De los bares de la Alameda a los de San Nicolás. De los del Soho a los del barrio de la Viña.

Los bares, nuestros bares, han tenido que cerrar estos días por el bien de todos.

Ahora, nos toca cuidarnos para volver a estar juntos cuanto antes.

En Cruzcampo, llevamos más de 116 años estando con vosotros, y este momento no va a ser diferente.

¡Ánimo y fuerza!

Nos volveremos a ver en los bares.

Cruzcampo recomienda el consumo responsable.

# bebidas alcohólicas.

## Estrella de Galicia, Mahou, Cervecería La Virgen y Cruz Campo

Han llegado con mensajes de ánimo donde exhortan a quedarse en casa, que juntos saldremos de esta, que vendrán con más energía y luego podremos brindar, pero recordándonos que primero debemos cuidarnos.

## Cerveza Guinness

Nos recordó con la celebración de “St. Patrick’s Day” que tenemos muchas cosas en común y que si bien estamos separados podemos sentirnos juntos en esta lucha, que pronto saldremos adelante.

# bebidas alcohólicas.

Varias marcas de alcohol se han solidarizado transmitiendo mensajes de ánimo y alentando a sus seguidores a quedarse en casa.

## Panamá Varela Hermanos, S.A.

Desde sus tiendas lograr abastecer al mercado de alcohol herva 90°, desviando su comunicación y acciones hacia las necesidades.

## Quilmes

Apunta 100% a la tradición y características de la sociedad argentina invitando a esperar y colaborar para superar esta etapa.

## Pernod Ricard ES,

ofrece su planta para la fabricación de gel hidroalcohólico y poder suplir la demanda que existe.

## Cerveza Becker (CL)

Impulsa reuniones desde casa por videollamada entre amigos, premiando con delivery de cerveza.

LA BOTTEGA  
WINE • SPIRITS • DELI

Nacional Química, S.A. informa que tendremos disponibilidad de Alcohol Herva al 94° en todas nuestras tiendas a partir de la 1:00 p.m. del 16 de Marzo de 2020.

Pueden solicitarlo desde la comodidad de su hogar a través de:

Glovo® ASAP

ALCOHOL HERVA 90°  
ALCOHOL HERVA 90°

LA BOTTEGA  
WINE • SPIRITS • DELI

¿CÓMO LO PIDES?  
SIGUE LOS PASOS

EN ESTAS APPS

Glovo® ASAP

UTILIZA EL BOTÓN "LO QUE SEA" UTILIZA EL BOTÓN "LO QUE QUIERAS"

E INDICA LO QUE SOLICITAS EN TU BOTTEGA MÁS CERCANA.

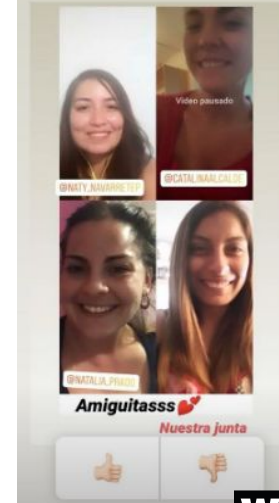
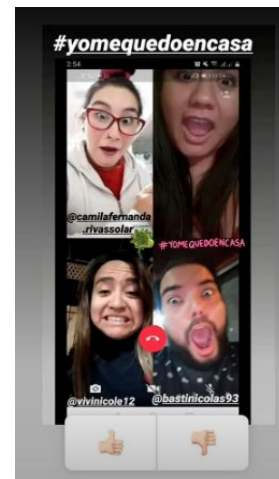
Costa del Este - Obarrio - Punta Pacifica

ALCOHOL HERVA 90°  
ALCOHOL HERVA 90°

## Pernod Ricard ofrece su planta de Manzanares para fabricar gel hidroalcohólico



Licores | 17/03/2020 | ALIMARKET GRAN CONSUMO





# bebidas alcohólicas.

ESTE ES EL  
MOMENTO DE TOMAR  
**BUENAS  
DECISIONES.**



**#QuédateEnCasa**  
YA VOLVEREMOS A CELEBRAR.

HOY ES VIERNES  
Y TU PANTALLA LO SABE

HAGAMOS  
LA VIDEO JUNTA

**#QuédateEnCasa**  
Compra sin salir de casa desde  
[micocacola.cl](http://micocacola.cl)

TU COMIDA FAVORITA +  
CERVEZA PREMIUM

**CUSQUEÑA**

**¡COMBINA!**

ENCUÉNTRALO EN  
**Rappi**

100% MALTA Y 100% PASA MOSTRADA DE 16 AÑOS. BEBER CON MODERACION.

**EL QUE  
SABE  
SE  
GUARDA**



**#QuédateEnCasa**

0:30

**EN SCHNEIDER SIEMPRE  
BUSCAMOS DIVERTIRTE**

BEBER CON MODERACION. PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS.

**2 SIXPACKS  
X 5 LUCAS**

ENCUÉNTRANOS EN  
**P PedidosYa**

## Alto del Carmen (CL)

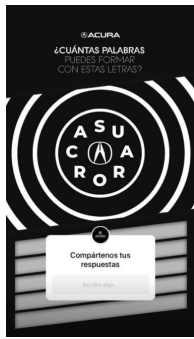
Marcas de destilado (pisco) realizan foco en el hashtag #quédateencasa, invitando a los usuarios a conectarse por videollamada a través de plataformas gratuitas.

## Cerveza Schneider (AR)

El foco es informar a los usuarios sobre el cuidado y cómo apoyar a quienes lo necesiten.

## Cusqueña (CL)

Marcas de cervezas comunican el mensaje de quedarse en casa asociándose a empresas de entrega a domicilio.



# automotriz.

En Puerto Rico, las grandes marcas de la industria como **Honda, Mazda, Acura, Hyundai y Toyota**, dividieron su comunicación en dos etapas: una que se centró en la difusión de información y medidas a tomar y otra con el objetivo empático, de acompañar a su audiencia mediante juegos y contenidos interactivos.

**BMW México** optó por presentarle a sus usuarios la modalidad de simracing, bajo la consigna de #QuedateEnCasa. Esta actividad supone carreras virtuales de simulación.

**Ford España** organizó una instancia en vivo y comunitaria mediante un festival con música y tecnología desde la cuenta de IG de una DJ.

**Kia Chile** lanzó un sistema de compra remota en sus dealers para realizar todo el proceso desde casa.

**Ford España** @FordSpain · 8h  
\*\* No te pierdas el Festival que hemos preparado para pasar estos días junto a vosotros... ¡Música, tecnología y mucho más! Hoy con @cristinabosca en su IG partir de las 19h, os esperamos... #Ford #TodoVaASalirBien #QuédateEnCasa @socasmc @jaimealtozano @tercosmicqueen



**Kia Chile** @Kia\_Chile · 4h  
Porque en #Kia te cuidamos y nos cuidamos. Para colaborar con las medidas preventivas frente al contagio #COVID19, te invitamos a visitar nuestra web para seguir conectados con total seguridad. Visita [kia.cl](http://kia.cl)



**BMW México** @BMWMex · 20 mar.  
Porque quedarse en casa no significa dejar de disfrutar la adrenalina de estar al volante. Descubre qué es el Simracing y experimenta la velocidad desde la comodidad de tu hogar

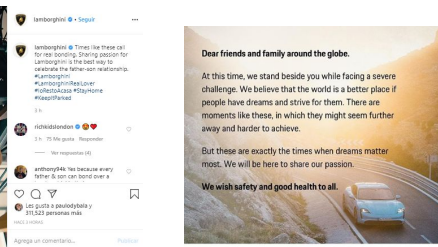
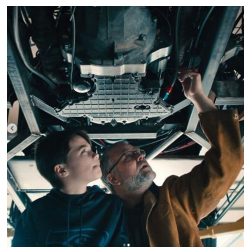
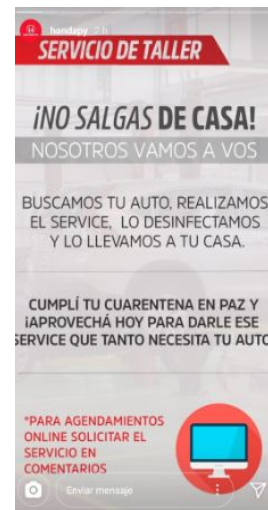


# automotriz.

Algunas marcas de la industria automotriz como **Renault, Kia, Honda, Fiat** entre otros, optaron por sacar comunicados sobre la importancia de no salir de la casa, mensajes de apoyo y motivacionales por la situación, otros comunicaron sobre las medidas preventivas y sobre la higiene. **Honda** fue una de las marcas que ofreció service a domicilio, una acción distinta al resto.

**El Grupo Diesa de Paraguay (Volkswagen, Honda, Audi, Porsche)** realizó una acción diferente al resto, mostrando un audiovisual tomando las medidas de higiene en sus oficinas comercial y así también los mismos empleados.

En Reino Unido algunas compañías de automotriz como **Jaguar y Land Rover** se sumaron a la causa y pusieron a disposición sus plantas para la fabricación de respiradores.



Jaguar Land Rover has already committed to support the government's plan to deal with coronavirus patient treatment. Photograph: Bloomberg/Getty Images



**WILD FI**



UNIVERSIDAD DE PUERTO RICO ANUNCIA CANCELACIÓN DE CLASES PRESENCIALES Y SE PREPARA PARA LA CONTINUIDAD DE ACTIVIDAD ACADÉMICA EN LÍNEA



**COVID-19**  
Información para personas con condiciones crónicas

Las enfermedades crónicas son más comunes en Puerto Rico. Algunas de las más comunes son: **asma**, **diabetes**, **los enfermedades del corazón**, y **las condiciones autoinmunes**, entre otras. Estas representan un mayor riesgo de complicaciones asociadas al COVID-19.

**Recomendaciones**

- Lávete las manos con agua y jabón, por 20 segundos, frecuentemente.
- Evita el "hand sanitizer" a base de alcohol, cuando tengas agua y jabón disponible.
- Evita tocar la cara, especialmente boca, ojo y nariz.
- Evita de personas enfermas.
- Evita viajes.
- Limpia y desinfecta superficies con agua y jabón.
- Quédate en casa. Evita el contacto con personas fuera de tu núcleo inmediato.
- Evita los viajes.
- Haz un plan con tu médico para el monitoreo de tu condición.
- Habla con tu familia sobre las medidas de prevención y qué hacer en caso que alguien presente síntomas.
- Evita a tus amistades y familiares que propiagan sus visitas.
- Evita ir a supermercados, farmacias y restaurantes. Habla a alguna persona conocida que haga las compras por ti y las lleve a tu casa. Puede dejarlas en la entrada, para evitar contacto.

Consulta con el plan de tratamiento establecido para tu condición.  
Pueden haber habido cambios como la administración, la intensidad física y el descanso.  
Esas recomendaciones te ayudarán a reducir las complicaciones asociadas al COVID-19 o a cualquier otra enfermedad causada en estos días como la gripe.

**UBA**

**CORONAVIRUS TOMÁ CONCIENCIA**

Si **estudiás** en la UBA

Si viajaste recientemente a alguno de los países afectados por el coronavirus

**NO VAYAS** a tu facultad o sede del CBC

Dejá pasar **15 días**. (Tengas o no tengas síntomas)

**Hacelo por vos y por los otros**

**UBA**

**CORONAVIRUS TOMÁ CONCIENCIA**

**#YOMEQUEDOEN CASA**

**#NOSONVACACIONES**

Hacelo por vos, y por la comunidad

INICIO DE CLASES ONLINE

**LUNES 23 DE MARZO**

Para realizar la inducción de la plataforma Canvas, ingresa a [udp.instructure.com](http://udp.instructure.com) con tu usuario y contraseña de mail.udp.cl

Si tienes dudas, escribe al correo soporte.canvas@mail.udp.cl

**CONOCE EL NUEVO SITIO DE PREVENCIÓN UDP**

[prevencioncoronavirus.udp.cl](http://prevencioncoronavirus.udp.cl)

Encuentra información detallada de prevención del Coronavirus: Protocolos, comunicados, recomendaciones y canales oficiales.

**UNIVERSIDAD DE CHILE**

**SUSPENSIÓN DE LABORES PRESENCIALES EN LA UNIVERSIDAD DE CHILE (SALVO EXCEPCIONES) POR SARS-COV-2 (coronavirus COVID-19)**

**ACTUALIZACIÓN**

# educación.

## Suspensión de clases presenciales

Como primer medida se decidió comunicar por las redes sociales y el sitio web la cancelación de la asistencia a los recintos educativos.

Se eligió un formato más “perdurable” por lo que se utilizaron posteos o noticias en el sitio web, y no stories en Instagram.

A su vez se habilitan en los posteos los comentarios para poder realizar consultas o pedir más información.

## Información y concientización

Aprovechando la conexión entre centro educativo y la misión de informar/concientizar, proliferan los posteos relacionados con el virus y su naturaleza.

También se intenta generar conciencia sobre la cuarentena y medidas cautelares adoptadas en cada país.

# educación.

## Aumentan las plataformas online

Plan Ceibal habilitó su acceso a bibliotecas virtuales de forma gratuita.

Se comunican links que derivan a todo tipo de plataformas digitales, dentro de las cuales por lo general se dividen entre gratuitas (públicas) y pagas (privadas).

De todos modos hay casos de universidades privadas que liberan de forma gratuita ciertos tipos de contenidos.

## Habilitan más canales de consultas online

A su vez se le dieron prioridad a los canales de consultas virtuales, sobre todo llamadas, chats y mails.

El trabajo de atención a los estudiantes se vuelve fundamental y se generan más canales de comunicación.



¿Te sientes solo? El equipo de Centro Sofia está listo para escucharte. #inSagrado @PastoralUSC



Centro Sofia te acompaña. En estos momentos desahoga tus emociones. #inSagrado @PastoralUSC @sagrado.sagrado.edu



# educación.

## Iniciativas/ interacción con la gente

En la medida que los estudiantes se encuentran en su hogar se promueven algunas iniciativas:

- Subir a las redes fotos estudiando desde la casa
- Preguntar a la universidad cualquier consulta relacionada con el coronavirus
- Clases de relajación guiada mediante Instagram, proporcionadas por la universidad
- Centros de escucha telefónica de la universidad al servicio de los estudiantes. Se puede hablar de cualquier tema, es un apoyo emocional.



**CORONAVIRUS**

**El País da libre acceso a la información sobre Covid 19**

**All registered readers have free access to important news and useful guidance about the coronavirus outbreak.**

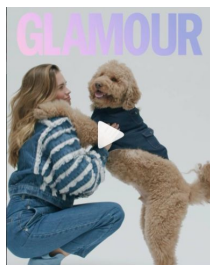
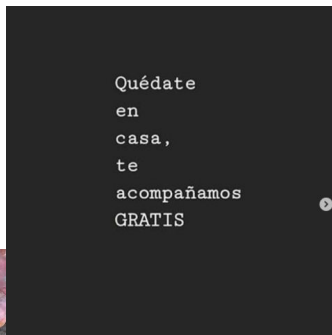
**PLEASE NOTE**

The Washington Post is providing this story for free so that all readers have access to this important information about the coronavirus. For more free stories, [sign up for our daily Coronavirus Updates newsletter](#).

**Coronavirus. Todas las revistas de LN, sin restricciones, para leer desde casa**



**#ESTEVIRUS  
LO PARAMOS  
UNIDOS**



**medios.**

**Portales de diarios de AR y UY**

Liberaron el acceso para todos los contenidos referidos al COVID 19.

**Diarios de US**

Acceso gratuito a contenidos sobre coronavirus para usuarios registrados o suscritos.

**Diarios Argentina, Puerto Rico y Uruguay**

Unificaron sus portadas para concientizar bajo la consigna “Al virus lo frenamos entre todos” y “Este virus lo paramos unidos”

**Hearst España**

Ofrece acceso gratuito (con previo registro) a todas sus revistas a través de la app Kiosco y Más (revistas: Elle, Harper’s Bazaar, Cosmopolitan, Esquire, Elle Decoration, Elle Gourmet, Men’s Health, Women’s Health, entre otras)

**Condé Nast España e Italia**

Ofrece acceso gratuito online a Vogue, GQ, Vanity Fair y Glamour.

**WILD FI**

# medios.

## Channel 4

Propone una pausa ante el exceso de información.

## Crunchyroll

La plataforma de streaming de anime brinda un mes gratis de cuenta Premium para pasar la cuarentena en casa.

## Telefe (AR) y Teledoce (UY)

Canales nacionales impulsan quedarse en casa mediante la publicación de capítulos que linkan en sus stories utilizando los hashtags populares: #quedateencasa / #yomequedoencasa.



Channel 4

@Channel4

Sometimes, you just need 44 seconds of cute dogs. @Crufts is back this Thursday 🐕 #Crufts



WILD FI



**don't's.**

---

## 1- Contenidos que van en contra de las medidas de higiene recomendadas.

 **John Slinger**  
@JohnSlinger



Hi @kfc @KFC\_UKI you should consider pulling your ads which show people licking their fingers, as per this one on the @TfL Tube. It's NOT good to lick fingers during the Coronavirus pandemic.



👍 2 2:54 PM - Mar 12, 2020



## 2- Oportunismo comercial tomando un comportamiento polémico.



**Higienol Uruguay**

Publicidad · 🌐

¡Hacé que tu surtido RINDA! Incluir siempre un pack Higienol en tu carrito y llevá el que te dure más.



👍❤️👍 32

5 comentarios 1 vez compartido

Hay países en los que ya escasea el papel higiénico y las personas están llevando más rollos que los necesarios.

### 3- Ser oportunistas y no entender el contexto.

En este sentido se encontraron varias acciones de marcas con comentarios negativos de parte de los usuarios, llamando a una comunicación más consciente y empática.



#### Top Promotions

**S Spirit Deals**  
**Never A Better Time To Fly**  
Open and save. Trouble viewing this  
Mar 12, 2020

**CompuMarket**  
Publicidad  
Aquellos que viven una experiencia exclusiva, única, disruptiva y por ello forman parte de la historia. Vos podés ser uno de ellos. Participá por 2 pares de Estadías en Punta Cana.

Sólo los primeros, quedan en la historia...

Ganate un viaje a PUNTA CANA para 2 personas  
5 noches de Alojamiento (All Inclusive).

Itaú 10 años

WWW.COMPUMARKET.COM.PY

Son unos pocos privilegiados, son "LOS PRIMEROS"

Más relevantes

**Leticia Dominguez**  
Señores compumarket ¿ustedes viven en otro planeta? No es momento para dar como premio un viaje, no es momento para invitar a moverse de nuestros lugares de residencia. En las bases dice que viaje será en temporada baja de 2020, ni que el pasaje fuera abierto por 10 años!!! Es muy desasertivo, el premio, la propuesta, totalmente desconectado del momento que vive el mundo.....que pena!!! 😞

22 min Me gusta Responder

Max Tani  
@maxwelltani  
there's probably been a better time to fly

Never A Better Time To Fly

Spirit Deals <deals@save.spirit-airlines.com> unsubscribe to me

19.9K 11:40 AM - Mar 12, 2020

**S Spirit Airlines**  
@SpiritAirlines

We apologize for the email that was sent earlier today. It was written prior to the current situation and unfortunately sent. We are closely monitoring COVID-19 and taking precautions to keep our Guests & Team Members safe.

*We apologize for the email that was sent earlier today. It was written prior to the current situation and unfortunately sent. We are closely monitoring COVID-19 and taking precautions to keep our Guests & Team Members safe.*

spirit

54 2:54 PM - Mar 12, 2020

## 4- Brindar información falsa y/o no oficial.

### Noticias y Eventos



#### CARIBBEAN UNIVERSITY DECRETA RECESO ACADÉMICO

Con el fin de preservar la salud y el bienestar de nuestra comunidad universitaria y acatando las órdenes de la Gobernadora Wanda Vázquez para evitar la propagación del COVID-19, la Presidenta de Caribbean University, Ana E. Cucurella, decretó un receso académico y administrativo a partir de hoy lunes, 16 hasta el 30 de marzo de 2020.

Esperamos que estas medidas sean acatadas por todos y que podamos volver a nuestra vida cotidiana lo antes posible.

Les exhortamos a mantenerse en contacto con nuestras redes sociales, a Canvas y a la página web, para recibir información oficial.

## UNICEF

**Si el virus se expone a una temperatura de 26 a 27 Grados C., muere, ya que no vive en regiones cálidas. También beber agua caliente y la exposición al sol harán que se muera, también se recomienda mantenerse alejado del helado y la comida fría.**



**5- Mantener pauta de inversión en campañas fuera de contexto y contradictorias** a las medidas y recomendaciones de la OMS y gobiernos.



**México, Cerveza Miller:**  
“mesa de amigos”



**Uruguay, Zonamérica:**  
promo día de la mujer (spa)

**Uruguay, Assist Card:**  
asistencia para viajes con descuento.



# revertir un don't.

Ejemplo: Hershey's USA.



“Hershey Co. is putting coronavirus precautions into its commercials, pulling two spots **focused on human interaction** and replacing them with spots **featuring only chocolate bars, text, and voiceover**”.



## 2.3. responsabilidad social

Empresas

Organismos estatales

ONGs

## organismos estatales

### Las tácticas se replican país a país y

**Transparencia en la información:** centran su comunicación en brindar información clara, precisa y directa sobre las acciones que se toman y las recomendaciones específicas a la población.

**Tiempo real y actualización:** el dinamismo se ve como factor clave, es necesaria la actualización constante y en tiempo real de la situación, mediante los medios de comunicación más utilizados por la población: Twitter, instagram y sitio web oficial, siendo muchas veces información diferente o complementaria a la declarada en las ruedas de prensa.

**Intercambio y maximización del mensaje:** los distintos organismos interactúan entre sí, en la divulgación de la información, apoyándose desde su especialización. Mediante retweet, por ejemplo, los diferentes ministerios comparten y fomentan la circulación de la información y recomendaciones, con el objetivo de maximizar su alcance.

**Consejos, recomendaciones y alternativas:** Buscan ofrecer consejos y recomendaciones, tanto sobre la prevención del contagio, como acciones a llevar a cabo para sobrellevar las medidas de cuarentena.



## ARGENTINA



Ministerio de Salud de la Nación  
@msalnacion

¿Cómo tenés que cuidarte para prevenir el nuevo coronavirus?

+info en: [bit.ly/Coronavirus-Co...](https://bit.ly/Coronavirus-Co...)

#CuidarteEsCuidarnos



Ministerio de Salud de la Na...  
¿Qué está haciendo el Estado para protegerte ante el nuevo coronavirus?

+info: [bit.ly/Coronavirus-Co...](https://bit.ly/Coronavirus-Co...)

#CuidarteEsCuidarnos



## PANAMÁ

Tweet fijado



Ministerio de Salud de Pana...  
¡Con las manos limpias hacemos Patria!  
#QuédateEnCasa #ProtégetePanamá

#UnidosLoHacemos



Bomberos De Panamá  
Limpia periódicamente tu dispositivo móvil, 1 smartphone tiene 10 veces más bacterias que un inodoro.

Todos juntos contra el #COVID19 @MINSAPma #CSSPanama #UnidosLoHacemos #SalvaguardandoVidas



Ministerio de Salud de Panamá  
Evita saludar de mano, beso y abrazo, así reduces el riesgo de contagiarte de alguna enfermedad respiratoria, incluyendo el #COVID19.  
#ProtégetePanamá



## PUERTO RICO



Dpto. de Educación  
Utiliza las alternativas brindadas por el @EDUCACIONPR para estudiar en casa durante la emergencia por el COVID-19.

#EnCasaAprendemos todos juntos.

Comunidad escolar, publica tu foto aquí



Dept de Salud de PR  
Permanezca en su hogar y llame a su médico de presentar algún síntoma.  
#YoMeQuedoEnCasa #MeProtejoTeProtejo



# URUGUAY

Ministerio de Educación y Cultura @MEC\_Uruguay · 17 mar.  
Para cuidarnos entre todos, desde el MEC estamos trabajando para acompañarte. Pronto se viene #CulturaEnCasaUy

## Nos cuidamos entre todos

Próximamente  
te acompañaremos desde

#culturaencasauy

BibliotecaPais @BibliotecaPais · 14 mar.  
Cualquier persona con su número de Cédula de Identidad uruguayaya puede disfrutar de la Biblioteca Pais y acceder a más de 7.000 contenidos entre audiolibros, videos, materiales didácticos y lectura recreativa para todas las edades.

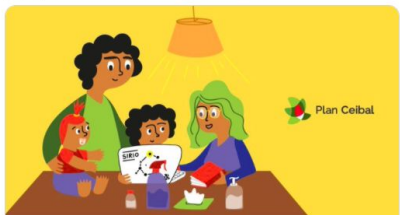
biblioteca digital.ceibal.edu.uy

#yomequedoencasa

En La Biblioteca Pais podés:

- Ver en línea todos los contenidos desde cualquier dispositivo
- Descargar contenidos con el lector offline y usarlos sin conexión
- Comentar, puntuar, recomendar y compartir listas

Plan Ceibal @Plan\_Ceibal · 17 mar.  
Desde Plan Ceibal estamos tomando acciones especiales para apoyar al sistema educativo y colaborar con las medidas para mitigar la propagación del coronavirus: [bit.ly/AccionesCeibal](https://bit.ly/AccionesCeibal)



BSE

## CORONAVIRUS: FUNCIONARIOS CON MENORES A CARGO

Ante la disposición del Poder Ejecutivo de suspender las clases en todos los centros educativos por un lapso de 14 días, la Gerencia General del BSE resuelve:

# PARAGUAY

Ministerio de Salud @msaludpy

#COVID19 | Desinfección total es clave al llegar a casa

Es importante desinfectar manos, ropas y calzados antes de entrar en contacto con los miembros de la familia que conviven en el hogar, objetos y superficies.

+ INFO [bit.ly/2x5q3A5](https://bit.ly/2x5q3A5)



GOBIERNO PARAGUAY GOBIERNO NACIONAL

¿Sabías que si lavamos nuestras manos correctamente por 20 segundos podríamos prevenir enfermedades y salvar vidas?  
¡Ayúdanos a combatir los gérmenes! #ProtégetePanamá

Lavarse las manos con agua y jabón, es una de las maneras MÁS EFECTIVAS para evitar enfermedades.

# CHILE

Ministerio de Salud @minist... · 1h  
El lavado de manos es fundamental para evitar el contagio de #COVID\_19 y de otras enfermedades respiratorias.

Te invitamos a seguir estos importantes consejos de prevención.

Más info: [gob.cl/corona](https://gob.cl/corona)

Ejército de Chile @Ejercito\_Chile



9.201 reproducciones

#CuidémonosEntreTodos  
estamos en fase 4 #Coronavirus y estas son algunas de las indicaciones para prevenir el contagio, recuerda que es responsabilidad de cada uno evitar la propagación del #CODVID19!

#CuidémonosEntreTodos FASE 4 CORONAVIRUS

Quiere decir que ya no es posible conocer el origen de los casos de contagio, en que se produce circulación viral y dispersión comunitaria de esta enfermedad.

Recomendaciones:

- Lavate constantemente las manos.
- Cubre tu boca y nariz con el antebrazo al estornudar.
- Evita aglomeraciones y no salgas innecesariamente.
- Si tienes síntomas asiste a un centro de urgencia o llama a salud responde 600 360 7777.

Subtel @subtel\_chile · 5h  
#HIL02 | SUGERENCIAPPS: ¿Cómo gestionar tareas y proyectos a distancia? Les dejamos recomendaciones de aplicaciones y sitios que pueden ser un gran aliado en estos momentos de Teletrabajo.

HERRAMIENTAS PARA TELETRABAJO #Hilo2

¿Cómo puedo gestionar tareas y proyectos a distancia?

CHILE SIGUE CONECTADO

RECLAMA EN [reclamos.subtel.gob.cl](https://reclamos.subtel.gob.cl)

WILD FI

# ONGs

**Contención:** la principal línea de comunicación refiere a la contención y apoyo durante la situación a través de consejos, tips, recomendaciones y propuestas de interacción que permitan llevar calma y tranquilidad.

**Información y formación:** mantienen su rol como entidades que brindan apoyo social y humanitario desde sus diferentes enfoques especializados (niños, mujeres, personas en situación de vulnerabilidad, derechos, acceso a servicios) , siempre divulgando información real, precisa y útil, en especial replicando fuentes oficiales.

**Uso de la tecnología:** Se nota este recurso en particular para aquellas que dedican su trabajo a niños, se incorporó el uso de nuevas modalidades gracias a la tecnología, como lives formativos, videos educativos, fomento de uso de herramientas de teletrabajo, apps y juegos que permitan atender las nuevas necesidades.

**Formatos interactivos:** Uso de iconografía, ilustraciones, juegos que permiten una comunicación directa y efectiva con su target.

## Puerto Rico

# CORONAVIRUS

## RECOMENDACIONES PARA LA PREVENCIÓN

- **1** Adecuada **HIGIENE DE MANOS** con agua y jabón o con un desinfectante a base de alcohol (alcohol en gel).
- **2** Adecuada **HIGIENE RESPIRATORIA**. Seguir el protocolo de tos y estornudo. Cubrirese la nariz y la boca con el pliegue del codo.
- **3** **DESINFECCIÓN DE SUPERFICIES** y ventilación de ambientes. La contaminación de superficies y objetos es una de las vías más frecuentes de transmisión de las infecciones respiratorias.
- **4** **USO DE BARRILLOS SOLO ESTA RECOMENDADO PARA:**
  - Personas que presentan síntomas respiratorios detectados.
  - Personal de salud que atiende a personas con síntomas respiratorios.

Para más información:



## Paraguay

**TECHO Paraguay** @TECHOpry · 1h

Es responsabilidad de todos los paraguayos y paraguayas evitar la propagación del coronavirus (COVID-19). Y para ello, es importante tomar todas las medidas necesarias. ¡Juntos podemos con esta lucha!

#QuedateEnCasa

Lavate las manos con agua y jabón con frecuencia.

Desinfectate las manos con alcohol en gel.

Si toses o estornudas cubrirete la boca y nariz con un pañuelo desechable.



Evita tocarte los ojos, la nariz y la boca.



No salgas de tu casa, solo en caso de necesidad.



Desinfectá siempre los objetos de uso frecuente.

**NO SE TRATA SOLO DE MI Y MI FAMILIA, ISE TRATA DE TODXS!**

## Uruguay

**TECHO - Uruguay** @TECHOuy · 13 mar.

Reforzamos la importancia de mantener todas las medidas de precaución posible. Seamos responsables y cuidémonos entre todos y todas.

**Lávete las manos** con agua y jabón cuando lo sea posible. En caso contrario, use alcohol en gel.

**Evite compartir** artículos personales, tales como cubiertos, platos, vasos o botellas.

**Evite tocarse** los ojos, la nariz y la boca con las manos sin lavar.

**Mantenga** los ambientes bien ventilados.

**Evite el contacto** cercano con personas que tienen fiebre, tos u otros síntomas respiratorios.

**Si presenta cualquier tipo de sintomatología** luego de realizar un viaje, consulte a su médico.

**Al toser o estornudar**, cubra su

**Animales sin Hogar** @ASHcomUY · 15 mar.



**RECUERDA BUSCAR FUENTES CONFIABLES DE INFORMACIÓN Y DIFUNDIR SOLO LO QUE ESTÉ AVALADO POR EXPERTOS.**

## Argentina

**UNICEF ARGENTINA** @UNICEFArgentina · 16h

#QuedateEnCasa

¡Dale RT para que todos #SeamosResponsables !

#COVID19 #CoronavirusArgentina

## Paraguay

**UNICEF Paraguay** @UNICEFParaguay · 19 mar.

¡Aprendamos a lavarnos las manos con Juegos!

Cuidarnos también es divertido 🤪

#EntreTodosNosCuidamos #LaVistaManos

**En tiempos de emergencia por COVID-19** (CORONAVIRUS) unicef para cada niño

Padres, madres y cuidadores podemos:

- 1 Montañita**
- 2 Tortuguita**

**UNFPA Paraguay** @UNFPAPy

Repasemos los cuidados a tener en cuenta frente al #COVID19

Entre todos, nos cuidamos 🤝

#QuedateEnCasa

**REDUCE TU RIESGO DE INFECCIÓN POR CORONAVIRUS**

- LAVATE MANOS CON AGUA Y JABÓN O DESINFECTANTE PARA MANOS A BASE DE ALCOHOL.
- CUBRE TU NARIZ Y TU BOCA AL TOSER Y ESTORNUDAR CON PAÑUELOS DESCHABLES O CON TU ANTEBRAZO.
- EVITA EL CONTACTO CERCAÑO CON CUALQUIER PERSONA CON GRIPE O SÍNTOMAS DE RESFRIO.
- COCINA BIEN LA CARNE Y LOS HUEVOS.
- USA PROTECCIÓN AL TENER CONTACTO CON ANIMALES VIVOS SALVAJES O DE GRANJA.

**OPS** Organización Paraguaya de Planificación Familiar, Organización Mundial de la Salud, Organización Panamericana de la Salud.


## Panamá



**TDA/H: Apoyo tecnológico para el aprendizaje en tiempos de COVID-19**

**#LIVE**

20 de marzo 2020 12:00-12:30  
Por: Equipo Técnico de Fundación Valórate



**Durante estas semanas los niños deben mantener la rutina escolar, aunque estén en casa:**

- Levantarse temprano.
- Desayunar.
- Bañarse.
- Empezar la rutina escolar.

ONU Panamá @ONUPanama - 17 mar.  
#COVID19: lo superaremos juntos.

"Aunque se ha clasificado como pandemia, podemos controlar esta situación. Podemos retrasar la transmisión, prevenir la infección y salvar vidas" SG @antoniouterres

Via @EstrellaOnline  
laestrella.com.pa/opinion/column...

#Panamá #QuedateEnCasa 🍷🍷🍷



PinTando Limpiando Durmiendo Leyendo

REPUBLICA DE PANAMÁ MINISTERIO DE SALUD OPS

ONU Panamá @ONUPanama - 17 mar.  
#Panamá se encuentra en un momento clave para reducir la transmisión del #COVID19.

Es indispensable:  
Evites todo contacto social 🚫

Manten al menos 2 metros de distancia de las personas 🚶

Lávate las manos con agua y jabón 🧼

Conoce cómo se transmite el #COVID19 #QuedateEnCasa



Según la OMS, sobre la base de datos actuales a nivel global, 81% de los pacientes con COVID-19 presentan un cuadro leve del virus.

A través de personas infectadas al toser o estornudar.

Al tocar objetos o superficies contaminadas y luego tocarse la boca, la nariz o los ojos.

REPUBLICA DE PANAMÁ MINISTERIO DE SALUD OPS

## Chile



TECHO UN TECHO PARA CHILE

**No SE TRATA sólo de mí y mi familia se trata de todxs.**

#QuedémonosEnLaCasa



1 **Mantener una rutina diaria, hacer un horario para levantarse, acostarse, comer, descansar y jugar.**

**Cuándo usar mascarilla**



- Si está en buen estado de salud, solamente necesita usar mascarilla si está cuidando a una persona que se considere sospechosa de estar infectada con el virus Covid-19.
- Utilice mascarilla si está tosiendo o estornudando.
- Las mascarillas solo son eficaces cuando se combinan con el lavado frecuente de manos, con agua y jabón, o con un desinfectante de manos a base de alcohol.
- Si necesita utilizar mascarilla, aprenda a usarla y a desecharla adecuadamente.

Fuente: WHO, 1 de febrero, 2020

# empresas

**Concientización:** la mayoría de las marcas toman una postura informativa dando datos al usuario sobre medidas preventivas de contagio, limpieza e importancia del resguardo y cuidado de la higiene a la sociedad.

**Acciones preventivas:** están aquellas que, además de informar, comunican las medidas tomadas en sus procesos para la prevención del contagio del virus (como cierre de sucursales y tiendas, limpieza, opciones menos riesgosas y sin contacto de entrega de productos).

**Donaciones / solidaridad:** otras optan por hacer aportes monetarios a la causa en su país o a nivel global para aportar a hospitales y cuidados de los enfermos. Por fuera de las donaciones hay empresas que están optando por entregar servicios de manera gratuita u ofrecer métodos de pago y financiamiento adecuados al contexto económico que se está desarrollando.

**Digitalización:** las industrias y marcas que pueden migrar sus servicios a la web lo están haciendo, realizando los comunicados pertinentes al respecto.

**Fomentar cuarentena:** mediante mensajes cercanos e informativos, las marcas están transmitiendo la importancia de resguardarse en el hogar para prevenir la propagación del coronavirus. Además, algunas están proponiendo actividades y entretenimiento a las personas que adoptan la medida.

Cada vez son más las marcas que optan por **cambios en su imagen** a nivel logos y claims para alinearse al contexto y promover hábitos para combatir la pandemia.

# concientización



Farmashop (UY): comunicado sobre los síntomas y cómo actuar, con el objetivo de no saturar los servicios sanitarios.



Banco Santander (ARG): video comunicando los mejores hábitos para no contagiarse ni transmitir el coronavirus.



# acciones preventivas

McDonald's Global: comunicado anuncia foco en delivery, automac y opciones take out.



Starbucks (UK): cierre locales.



Uruguay: Coca-cola comparte stories con medidas de seguridad.

Uruguay: comunicado Facebook.





# digitalización

**bancodobrasil**

**ESTAMOS ATENTOS**

Nós, do **Banco do Brasil**, estamos atentos à sua saúde e à segurança de todos os brasileiros.

O coronavírus (COVID-19) é uma ameaça real, mas o momento não é de pânico. O momento é de conscientização, de cuidado e de superação. Portanto, vamos fazer de tudo para que esses sentimentos prevaleçam acima dos problemas que estamos enfrentando.

Nesse cenário de incertezas, nosso papel é garantir que a sua vida não pare. Por isso, recomendamos o uso dos nossos **canais digitais** e **Central de Relacionamento 4004 0001 (capitais e regiões metropolitanas)** e **0800 729 0001 (demais localidades)** para realizar suas transações com segurança e sem exposição a riscos.

Juntos, vamos passar por mais essa turbulência. E juntos, vamos sair dela.

Conte sempre com a gente.

**Banco do Brasil. Mais que Digital.**

8730 Me gusta

bancodobrasil No Banco do Brasil, a saúde e segurança de nossos funcionários, clientes e de toda comunidade são prioridade. #COVID19 #CoronaVirus #MaisQueDigital

MENSAJES Hace 1 min

**Claro**

#QUEDATEENCASA recarga tu Claro sin tener que moverte! Ingresa en [www.claro.com.uy/recarga](http://www.claro.com.uy/recarga) y conoce todos los medios de recarga online

**sancorseguros**

Hacé tu consulta sobre **#COVID-19**

**UN DOCTOR EN TU CELULAR**  
LAS 24 HS ESTÉS DONDE ESTÉS

Download on the **App Store** or get it on **Google play**

5 Me gusta

**Cuidémonos entre todos**

Conocé nuestras herramientas para gestionar tus líneas desde casa

**MIRÁ ESTE CARTEL DESDE TU CASA. CUIDÉMONOS ENTRE TODOS. OPERA ONLINE**

**Scotia**

**Información importante**

COVID-19

**Nuestros diversos canales digitales ponen el banco en sus manos. Estamos a disposición para guiarlos en su uso.**

**scotiabankuy**

Les gusta a minespineyro y otros

scotiabankuy Usa nuestros canales digitales o nuestra atención telefónica. Así, nos cuidamos entre todos. #covid19

# fomento de distanciamiento social y cuarentena

**Slack** @SlackHQ · Mar 4, 2020  
Thinking about how to make it work with your team working remotely right now? So are we. [slackhq.com/managing-remot...](https://slackhq.com/managing-remot...)



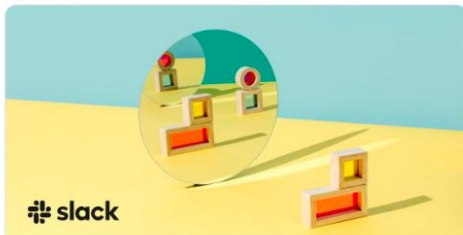
**Slack on Slack: Adapting the way we work when offices ne...**

See how we use Slack at Slack to manage collaboration with global, local and remote teams.

[slackhq.com](https://slackhq.com)



To reduce the spread of coronavirus, many teams are turning to remote work. We're here to help. So if you're looking for resources on how to transition your team to remote work, here are a few. [bit.ly/2VLxNkY](https://bit.ly/2VLxNkY)



**Your guide to working remotely in Slack**

Work from anywhere, anytime with these useful tips and tricks

[slack.com](https://slack.com)



Ayer a las 5:41 p.m.

El Coronavirus impacta a nuestros clientes, profesionales y a las comunidades donde vivimos y servimos.

Las diversas herramientas tecnológicas y la colaboración entre colegas y clientes nos permiten seguir creando impactos significativos.

Haciendo clic en el siguiente link puedes acceder a la serie de recursos de Deloitte para ayudar a responder a esta crisis mundial de salud. <https://deloi.tt/2Ua87fz>



We want to help businesses and schools impacted by COVID-19 stay connected: starting this week, we'll roll out free access to our advanced Hangouts Meet video-conferencing capabilities through July 1, 2020 to all G Suite customers globally. [cloud.google.com/blog/products/...](https://cloud.google.com/blog/products/)



**Connecting businesses and educators with advanced Hangouts ...**

We're rolling out free access to our advanced Hangouts Meet video-conferencing capabilities to help businesses and educators connect now [cloud.google.com](https://cloud.google.com)

# fomento de distanciamiento social y cuarentena

Tendencia en cambios de logo que están asociados a un mensaje de distanciamiento social para evitar el contagio.



# solidaridad



Claro claropanama 2h

**ESTUDIA EN CASA  
SIN GASTAR TU DATA**

**PORTALES INFORMATIVOS  
PARA CONSULTAS**  
<http://www.meduca.gob.pa/>  
<http://www.educapanama.edu.pa/>

**DESCARGA GUÍAS  
Y MATERIALES PARA ESTUDIAR**  
<http://moodle.educapanama.edu.pa/>

Panamá: internet gratis para  
descarga de material  
educativo.

Uruguay : banca



**OCA**  
20 de marzo a las 20:36

¡En momentos excepcionales, se necesitan respuestas excepcionales!  
Mirá las novedades que tenemos para vos.

**OCA**

- 1.** Bajamos a la mitad el importe de las cuotas en dólares de tu tarjeta de crédito y te damos el doble de tiempo para pagarlas. Sin intereses.
- 2.** Diferimos el vencimiento de las cuotas de tus préstamos por 60 días. Sin intereses.
- 3.** Todos los nuevos préstamos pagan la primera cuota recién a los 60 días.

RESPUESTASEXCEPCIONALES.COM  
Respuestas Excepcionales

**OCA**

**OCA**

Valentino:  
donación  
solidaria.

## VALENTINO

Valentino is pleased to announce that

**MAYHOOLA JOINS ITALY  
IN THE FIGHT AGAINST COVID-19 EMERGENCY  
WITH A DONATION OF 2 MILLION EUROS**

As part of Valentino and Mayhoola's commitment to fighting against COVID-19, the Maison's holding company will be donating a combined 2,000,000 Euros.

The first 1,000,000 Euros will help support the Intensive Care Treatment units at Sacco Hospital in Milan. Through the donation, the hospital will see the installation of new negative pressure ventilation, which will allow medical staff to safely assist patients with corona virus. The second 1,000,000 Euros will go to the Protezione Civile Italiana in order to support their extraordinary efforts in all Italian regions, continuously standing behind the needs of Italian citizens. By doing our part, we hope to help guarantee the safety of those fighting on the front lines against this pandemic.

## **2.4. nuevas iniciativas y comunidades**

# iniciativas y movimientos.

## Comunicación responsable

Se propone la colaboración entre agentes de la industria publicitaria para invitar a las marcas a colaborar con la situación mediante la forma que interactúan con las personas.

## Nuevas formas de ejercitarse

Otras iniciativas que se detectan se relacionan con el fitness, en donde se incentiva a “moverse en casa” entre todos.

## Unicidad de mensajes en la prensa escrita

Utilizando la masividad de estos medios, en todos los países afectados se observan campañas en donde se comparte un mensaje en todas las portadas.

Lógicamente se hace especial énfasis en el sentido de comunidad y en que “de esto salimos todos juntos”

## #ConSumoCuidado

En un escenario desafiante para la Argentina, una invitación a todas las marcas y empresas de Argentina a pensar más allá del negocio.

Buenos Aires, Marzo de 2020.

Nos encontramos en una coyuntura delicada para el mundo y que ya se hace sentir en Argentina. Con este marco, queremos invitar a todas las empresas de nuestro país a pensar más allá del negocio.

Vivimos en una época donde la publicidad sintoniza con los valores emergentes de los consumidores, quienes hoy eligen y prefieren a las marcas con propósito, que agregan valor a la comunidad de manera sustentable.

El contexto actual requiere respuestas inmediatas. Nuestro rol como industria es invitar a todas las marcas a sumarse a la propuesta #ConSumoCuidado, un propósito en común de la industria pensado para el bien de todos los argentinos.

Porque hoy está en nuestras manos hacer que las personas consuman de manera responsable y sobre todo, que se queden en sus hogares. Es momento de evitar los clásicos “vení”, “te esperamos” y crear un nuevo contrato social entre las marcas y las personas.

Debemos actuar, considerar y trabajar en algo más grande y superador, como lo es el futuro de la comunidad.

Es tiempo de reflexionar y de ayudar a reflexionar. Las marcas tienen la voz y el poder para hacerlo.



La iniciativa #PararParaSeguir ya tiene el apoyo de ... ver más

# #PARAR PARA SEGUIR

Como agencies hacemos publicidad para actuar el mundo. Ahora es el momento de hacer publicidad para prevenirlo.  
Podrá a todas las marcas de este país que permito a largo plazo, evitando el retorno de hoy para asegurar el de mañana.  
Está en nuestras manos hacer que la gente consuma de manera responsable y sobre todo, que se queden en sus hogares.  
Es el momento de parar y reflexionar, porque cuanto antes paramos, antes seguiremos.

PR21 CHINA PINK INCAKIN FORTUPO  
CINQUE CANTAS GIGANTE WOLFF BILBAO  
de Buenos Aires, Córdoba, Mendoza, Rosario, Mar del Plata, Bahía

LOCALES

## Medios de Puerto Rico se unen contra el coronavirus

Todos los periódicos locales comparten hoy la misma portada en un esfuerzo por detener la propagación del COVID-19

# #ESTE VIRUS LO PARAMOS UNIDOS



WILD FI

# iniciativas edificios.

## Colaboración

De forma muy extendida se reconoce el trabajo de las personas vinculadas con el sector de la salud, aplaudiendo a cierta hora desde los balcones como muestra de apoyo.

Otras iniciativas consisten en ofrecerse a comprar alimentos, medicación, etc para las personas mayores que vivan en el edificio.

También se ofrece desinfectante/alcohol en gel u otros insumo para el uso común, en caso de que alguna persona del edificio no disponga.



Obsti  
@Obstinado\_

MADRID recibiendo a los MÉDICOS CUBANOS

#CuarentenaCoronavirus  
#coronavirus



0:11 5,2 mil reproducciones

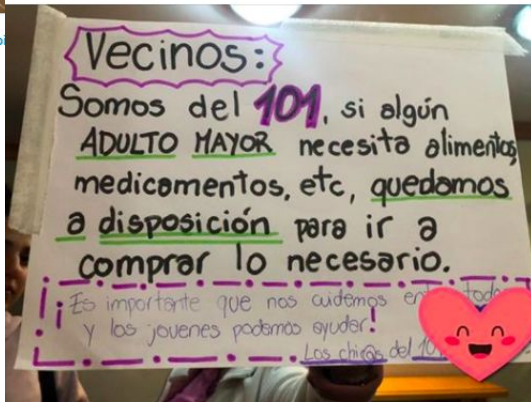
10:19 a. m. · 16 mar. 2020 · Twitter for Android



Mercedes Perez Etchetto está aquí: Tres Cruces.

Ayer a las 07:49 · Montevideo, Departamento de Montevideo · 🌐

Lo mejor del día : encontrar en la entrada de mi edificio está joya de solidaridad! Gracias Sofia!

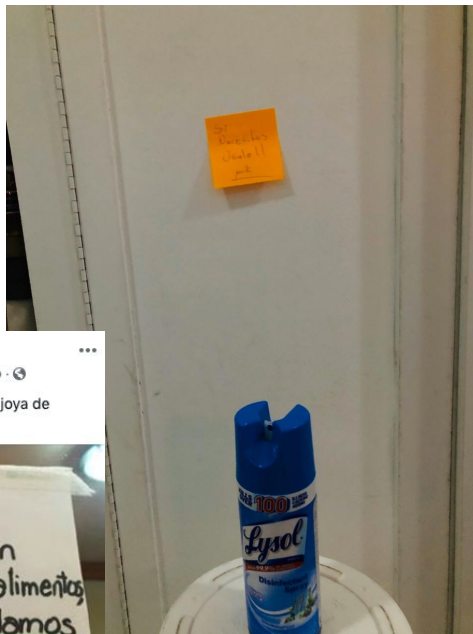


253

33 comentarios 1,9 mil veces compartido

Me gusta

Compartir



# nuevas comunidades

## Qué hacer de cuarentena en casa

Surgen cuentas como @yoencasita que comparten iniciativas para hacer en casa y pasar la cuarentena (cursos, actividades, etc).

También se observan perfiles que proponen “charlas en casa” en donde realizan preguntas a las personas para poder conocerse mejor.

Otras cuentas presentan un perfil más técnico, en donde por ejemplo muestran la distribución del virus en un país.

## #mujeresbrillantes

Se observan # que vinculan varios perfiles, en donde se muestran diferentes propuestas para estar en el hogar. Desde tratamiento psicopedagógico online, entrenamientos, podcasts, etc.

## “en casa”: highlight colaborativo IG.

Instagram puso al alcance de todos sus usuarios el sticker “En Casa”, con el cual se agrupan todas las stories bajo la consigna subidas por las personas.



yoencasita 3h

**OTRA INICIATIVA CHULA MIENTRAS ESTÁS EN CASA:**

**@eneb\_business\_school**

ha querido aportar su granito de arena a la cuarentena rebajando todos sus MBA + Másters online a 299 euros, el precio normal es de 8400.

Hay hasta 12 opciones de todo tipos de campos: marketing digital, big data, comunicación, RRRH, project management, coaching...

Dejamos el enlace si queréis saber más. ¡Son plazas limitadas!

SWIPE UP

#YoMeQuedoEnCasa

**#158**

dejarte crecer el flequillo.

COVID-19 mapas507

25 Publicaciones 2412 Seguidores 351 Seguidos

COVID-19 en Panamá  
Información de la distribución geográfica del COVID-19 en Panamá - Información Actualizada - Datos del MINSA.  
Administradores @26\_eiig @manuel\_ro25  
marisoldecanal sigue esta cuenta  
Ver traducción

Seguir Mensaje

charlasdecuar...

Seguir

charlas de cuarentena algo distinto de qué charlar en casa, porque somos pocos y ya nos conocemos.  
#yomequedoencasa

maravillosa, mavLubillaga, lulafynn y 16 más siguen esta cuenta

15 publicaciones 345 seguidores 2 seguidos

¿Qué es eso sobre lo que tienes grandes sospechas, pero ninguna prueba?

¿Cuál es la mentira que más digitar?

Si pudieras ser cualquier persona en el mundo, ¿Quién serías?

¿Qué estereotipo te define al 100%?

Si pudieras tener un vídeo de cualquier momento de tu vida, ¿Qué momento elegirías?

¿Qué momento de tu historia estás viviendo?

Si fueras que dar una charla TED de 40 minutos sobre algo que sabes mucho ¿De qué sería?

¿Qué capítulo de tu historia estás viviendo?

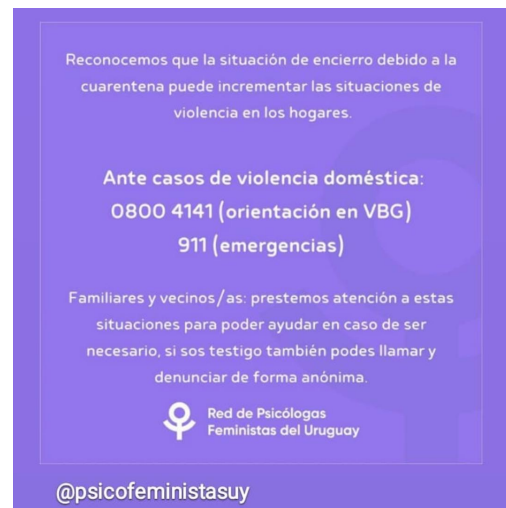


# nuevas comunidades.

## Iniciativas propias / personales

Se observan manifestaciones de apoyo y contención desde diferentes rubros, como por ejemplo la red de psicólogos unidos contra la violencia de género en la cuarentena.

Psicólogos ofreciendo sus servicios a personas solas o con dificultades para sobrellevar el aislamiento social, pequeños cocineros y reposteros ofreciendo viandas y servicios de desayunos, puestos de fruta con cajas a medida para una familia por una semana, vecinos que apoyan a las pymes de la zona, entre otros.



**aprendizajes**

# qué se necesita?

## las empresas necesitan...

Entender y conocer tu esencia de marca.  
Mantenerse al día de lo que está sucediendo.  
Ser consciente y constante en el tono de voz utilizado.  
Anticipar los posibles cambios en el comportamiento del consumidor.

## las personas necesitan...

Recibir información confiable y acertada.  
Tener a su disposición un buen customer service y soporte.  
Distracciones y ligereza.  
Comunidad, colaboración y positivismo.

# conocer al consumidor nunca fue tan importante.

“Estrategia” significa saber cuándo quedarnos callados,  
tanto como saber cuándo publicar y qué comunicar.

No es un momento oportuno para apegarse al calendario de campañas anuales: se deben **ajustar las nuevas estrategias** al contexto para no caer en oportunismos y poder aportar valor a los usuarios.

**Necesitamos entender las nuevas necesidades y estado emocional de los consumidores** y tener ambos factores en cuenta al momento de comunicar.

# oportunidades.

## foco en las personas

### Contexto: cuarentena doméstica.

Las marcas y plataformas se adaptan para desarrollar nuevas formas de pasar el tiempo, mantenerse saludable y reconectar a las personas a pesar de la distancia.

Reconexión

Momentos en familia

Afecto

## tecnología humanitaria

Las empresas y servicios están cambiando con el fin de fomentar la prevención del contagio, atenuar la crisis económica y desarrollar nuevas medidas y tecnologías para las nuevas necesidades de los usuarios.

Empatía

Soluciones

Información y prevención

# cómo se deben comunicar las marcas?

En medio del miedo y la ansiedad, las marcas deben **actuar como líderes progresistas**, guiando al público sobre las incertidumbre sociales, económicas, políticas y tecnológicas.

Entender los miedos de las personas y de sus clientes debe ser una parte fundamental de la estrategia.

**El foco debe estar puesto en la investigación**, es el momento de que las marcas tengan herramientas para mediar el estado emocional del público.

Mientras la naturaleza del miedo se está redefiniendo y surgen nuevas emociones, las marcas deben reevaluar sus estrategias y adaptarlas al **fortalecimiento de la relación** con sus clientes.

Priorizar la comodidad y el bienestar de la sociedad e incluir esa propuesta en todo lo que se haga la marca: desde el **diseño de los productos y servicios a la comunicación** en redes sociales.

# cómo están actuando las marcas?

## Información, prevención y prestación de servicios.

- **Compartir información relevante** en redes sociales sobre el virus, dando combate a las fake news.
- **Aumentar paquetes y servicios** para apoyar a las personas, reforzando así el posicionamiento de marca.

*Ejemplos: Movistar, ANTEL, OCA, Ceibal, Jaguar y Land Rover (fabricación de respiradores), PERNOD y LVMH (fabricación de alcohol en gel) y aquellos revistas, diarios y canales de televisión que están liberando contenido.*

- **Tener un rol directo y activo** en la lucha para aminorar la propagación del virus, proporcionando artículos de prevención o prestando servicios de forma segura.

*Ejemplos: MercadoLibre, PedidosYa, FNC, McDonald's, Starbucks, Santander y marcas que están fomentando quedarse en la casa.*

**recomendaciones**



**Define un rol claro y fiel a la  
esencia de tu marca.**

# qué comunicar?

no solo digamos, hagamos.

Difundir **información oficial / verídica** sobre el tema.

Re-definir el rol de mi **marca / producto.**

Desarrollar o colaborar con **iniciativas contextuales.**

- ¿Qué está haciendo la marca?
- ¿Cómo se pueden adaptar los productos o servicios?
- ¿Qué estamos aportando al consumidor?
- Es momento de reinventarnos o de impulsar iniciativas olvidadas?

- Influir en el bienestar de las personas en un contexto de cuarentena, miedo e incertidumbre.
- Potenciar el **entretenimiento, la educación, el cuidado personal y sobre todo la transformación económico / social que una pandemia implica.**

# qué comunicar?

## DO'S

- Trabajar el tema con **seriedad y empatía**.
- **Estar al tanto** de la situación y últimas noticias reales.
- Compartir información de **fuentes oficiales**.
- Llevar un **seguimiento del estado anímico** de la sociedad en las distintas etapas.
- **Mantener un tono de comunicación y respuesta unificado** de marca.
- Generar **contenido interactivo**, con foco en entretener.
- Acompañar la comunicación con **acciones de marca y soluciones** según el contexto.

## DONT'S

- **Mostrarse oportunista**, buscando únicamente aumentar la venta de producto.
- **Fomentar a los usuarios a salir de la casa**. Usar palabras como “vení” “te esperamos”.
- Compartir información **sin verificar**.
- Mostrar imágenes que vayan en contra de las medidas de seguridad (ej: muchas personas juntas).
- Mantener anuncios activos de **campañas previas** sin corroborar su adecuación a la situación.

# moderación y customer care.

En un contexto sensible, tenemos que **prepararnos frente a posibles comentarios de usuarios**.

Entre otros, debemos tener un plan de acción definido y respuestas predefinidas para:

1. Moderar posible asociaciones negativas con nuestro mensaje.
2. Responder a consultas sobre qué está haciendo la marca en esta situación.
3. Aportar datos relevantes ante pedidos de recomendaciones y más información.

Es clave actuar en base al **protocolo de gestión de crisis** previamente establecido en caso de enfrentarnos a comentarios negativos asociados al tema.

## SEGUIMIENTO

Debemos estar más atentos que nunca a las repercusiones de nuestra comunicación, para esto recomendamos hacer un **análisis diario de sentiment** de posts que tengamos activos.

Brindar respuestas contextuales para acompañar el momento crítico y las recomendaciones estipuladas a nivel nacional.

Tener previstas determinadas respuestas ante comentarios agresivos que puedan llegar.

z Adonde llegan. Neptunia presente. La Mejor!!

Me gusta · Responder · Mensaje · 2 d

Autor

Stella Artois (UY) Beatriz, llegamos a todos los puntos del país. Vos #QuedateEnCasa, nosotros te la llevamos. 🍷

1

Me parece bueno eso de "Lo que importa es quedarse adentro" ante tanto video de gente paseando...Quedate en casa!!!! Esto es serio.No te expongas y nos expongas a todos/as.

Me gusta · Responder · Mensaje · 22 h

1

Autor

Cerveza Patricia Alba estamos juntos en esta! #QuedateEnCasa 🍷

2

z La trae un robot? Pq si es una persona tb debería quedarse en su casa. Dejate de joderr tomá agua!

Me gusta · Responder · Mensaje · 1 d

Autor

Cerveza Patricia Gabriela Piven Pérez tomamos todos los cuidados necesarios, tanto para la persona que hace la entrega, como para ti. Los envíos por Mercado Libre cumplen con todas las medidas de higiene y seguridad recomendadas para cuidarnos entre todos. Solo tenés q... Ver más

z Empleados y empleadas no deberían tener una mampara para atender... Están muy expuestos....

Me gusta · Responder · 4 d

2

Farmashop Uruguay Hola Daniel, estamos trabajando para poder mejorar esto. Y así cuidarnos entre todos. Saludos!

Me gusta · Responder · 4 d

Fan destacado

I'll stay at home so that - when this emergency will be finished - I'll have fun with my 5er!!! 🇩🇪



Me gusta · Responder · 1 d

Está seleccionada la opción "Más relevantes", por lo que es posible que algunas respuestas se hayan filtrado.

Autor

BMW It sounds like a smart move to do. Keep it safe until Sheer Driving Pleasure times return. Thank you for sharing this nice photo with us.

Me gusta · Responder · 1 d · Editado

4

X 14 días se suspendieron las clases de todos los niveles.

Me gusta · Responder · 1 sem

9

Autor

Instituto BIOS Buen dia Stella, Como indica nuestro comunicado, en las próximas horas mantendremos una supervisión de la situación para poder brindar orientaciones claras y precisas en relación al desarrollo posterior de las actividades. Estamos siguiendo el tema de cerca, y no dudes que estaremos del lado de la responsabilidad, con nuestros alumnos y nuestros funcionarios 🍷🍷🍷

Me gusta · Responder · 1 sem

3

# tiempo de empatizar.

Para **sumarnos a la conversación pública** de una forma cercana y relevante deberíamos adecuarnos a las nuevas tendencias y uso de hashtags que más estén utilizando los usuarios para manifestarse en torno a la situación.

Tendencias:

**Challenges.**  
**Streaming y videos.**  
**E-sports y gaming.**  
**Comunidades.**  
**Servicios en línea.**  
**e-commerce.**

Hashtags más usados:

**#YoMeQuedoEnCasa**  
**#Coronavirus**  
**#COVID-19**  
**#Cuarentena**  
**#Casos**  
**#SocialDistancing**  
**#CuarentenaTotal**  
**#QuedateEnCasa**  
**#DIA4**  
**#CuarentenaCoronavirus**

**gracias.**