

LA CRISIS DEL CORONAVIRUS. 40 DÍAS CONFINADOS

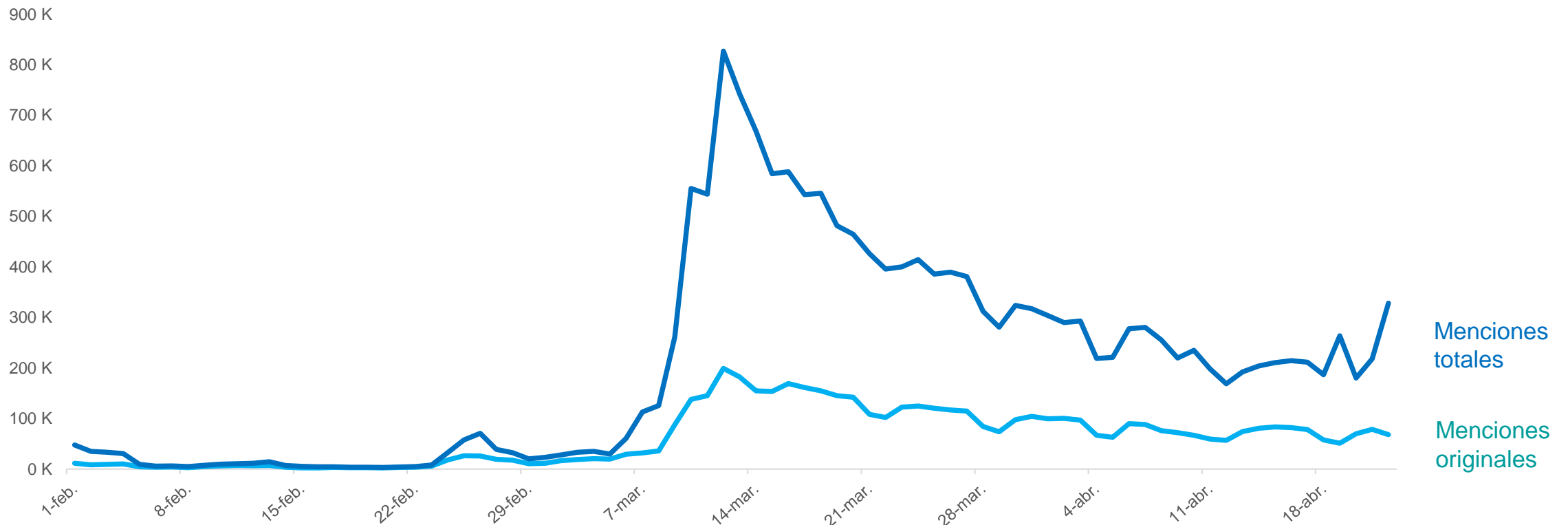
**Análisis de comentarios en redes sociales
y medios digitales**

23 de abril de 2020



GRAN DESCENSO EN LAS INTERACCIONES A PARTIR DEL PRIMER ANUNCIO DEL ESTADO DE ALARMA

Las menciones originales (sin retweets) al virus han disminuido ligeramente, pero el gran descenso en las menciones totales se debe a que hay una interacción (retweets, likes, comentarios) mucho menor con esas menciones

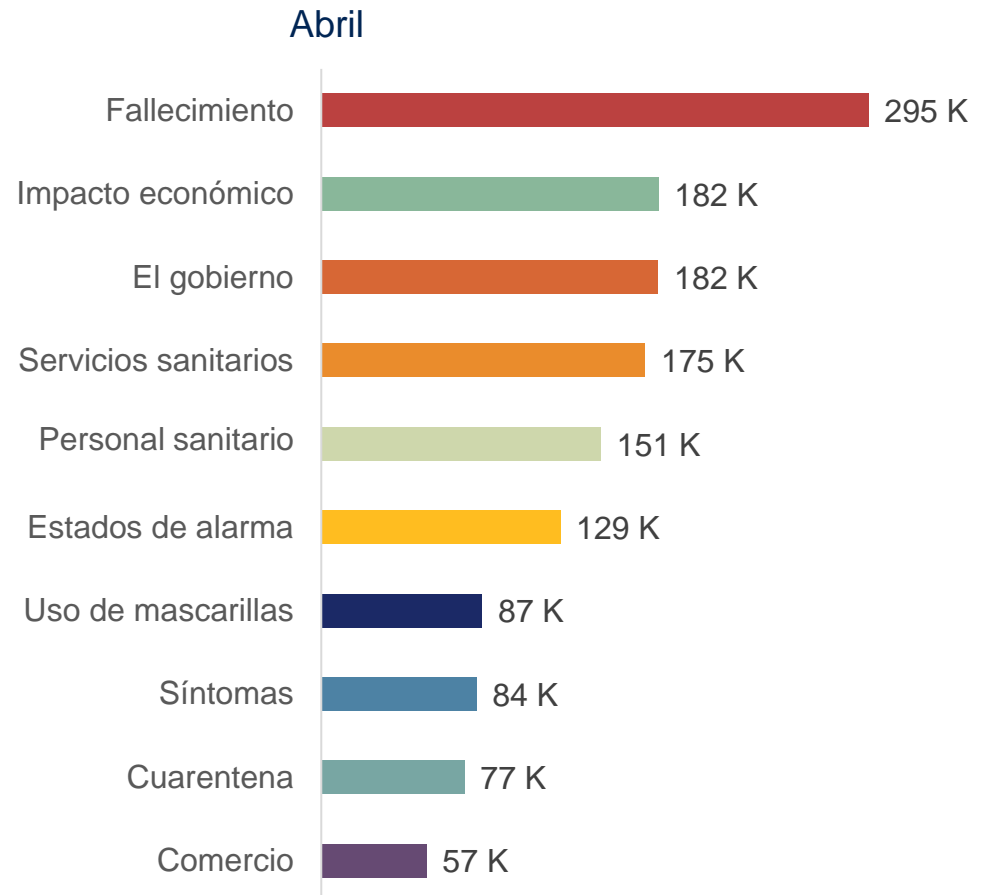
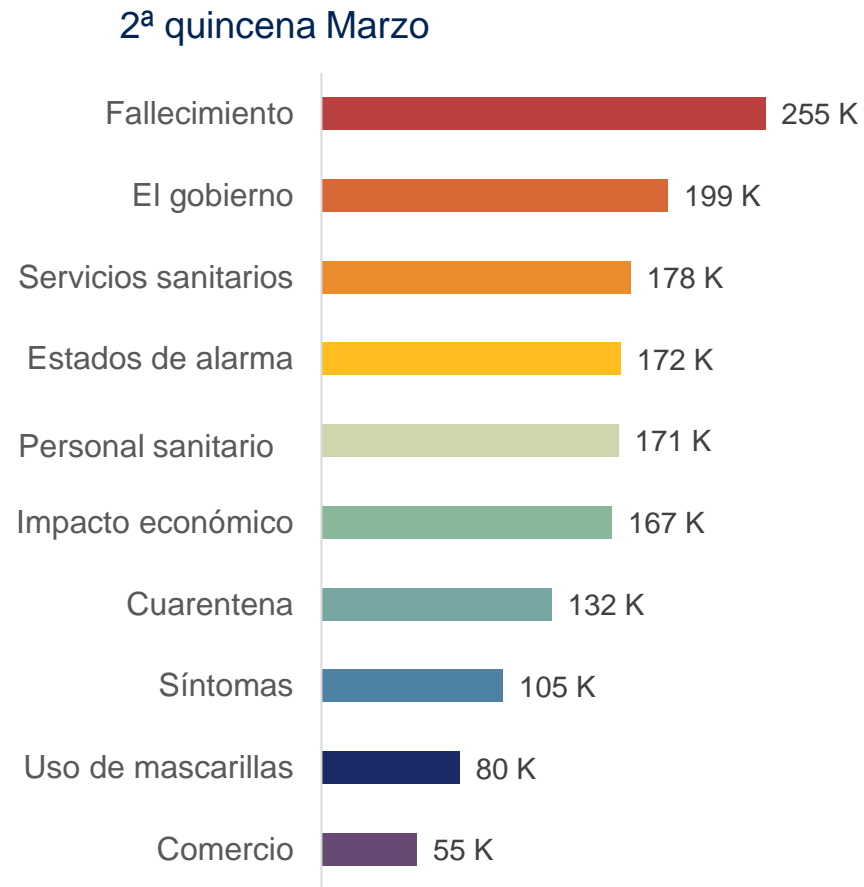


Base: 16,3 millones de menciones total y 5,1 millones de menciones original (sin retweets) recogidas en la plataforma de Ipsos en redes sociales, webs, medios, blogs y foros desde 1/2/2020 al 22/4/2020. Menciones en España

2 –© Ipsos | La crisis del Coronavirus. 40 días confinados.

LOS FALLECIMIENTOS, DE LO QUE MÁS SE HABLA

El Gobierno y los Servicios/Personal Sanitarios son otros temas que se mantienen en los primeros puestos a lo largo de las semanas. Vemos como las conversaciones entorno al Impacto Económico ha despuntado en abril.

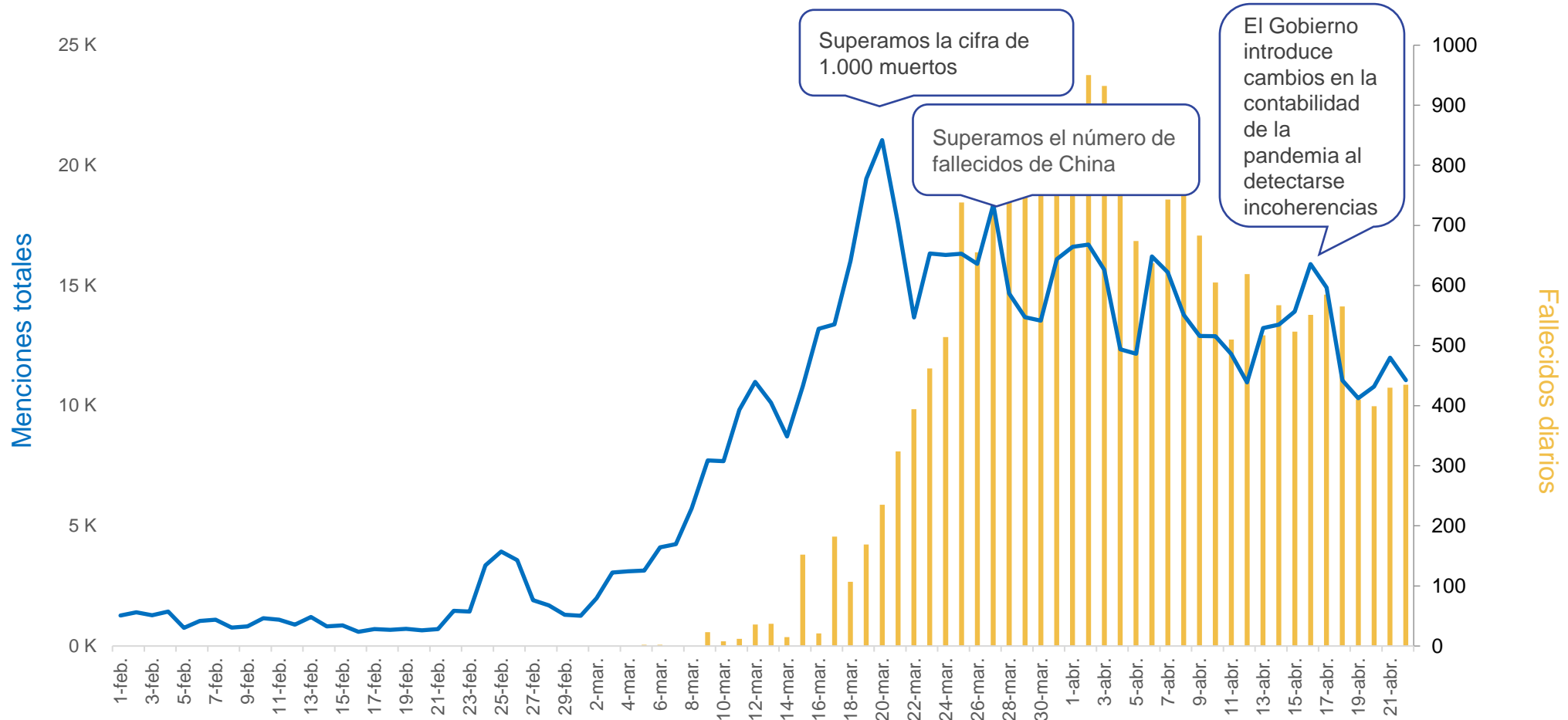


Base: 2,0M y 1,7M de menciones recogidas en la plataforma de Ipsos en redes sociales, webs, medios, blogs y foros entre 16-31M y 1-22A.

3 – © Ipsos | La crisis del Coronavirus. 40 días confinados.

FALLECIMIENTOS: EVOLUCIÓN SOBRE LA CONVERSACIÓN

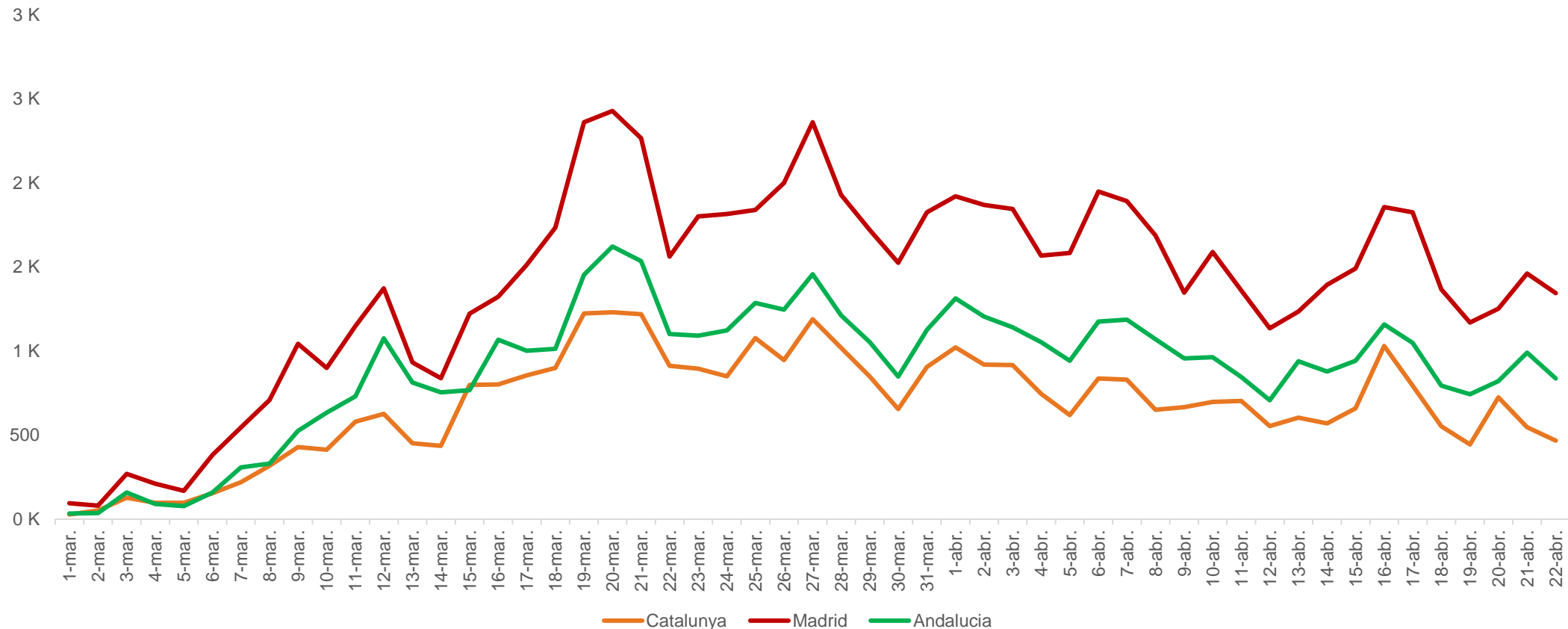
A partir del gran pico de menciones el 20 de marzo, cuando superamos el millar de fallecimientos, las menciones han ido descendiendo, a pesar de que ya superamos las 20.000 víctimas del COVID-19



Base: 681,2k de menciones recogidas en la plataforma de Ipsos en redes sociales, webs, medios, blogs y foros desde 1/2/2020 al 22/4/2020. Menciones en España

CONVERSACIÓN DE FALLECIMIENTOS POR CCAA

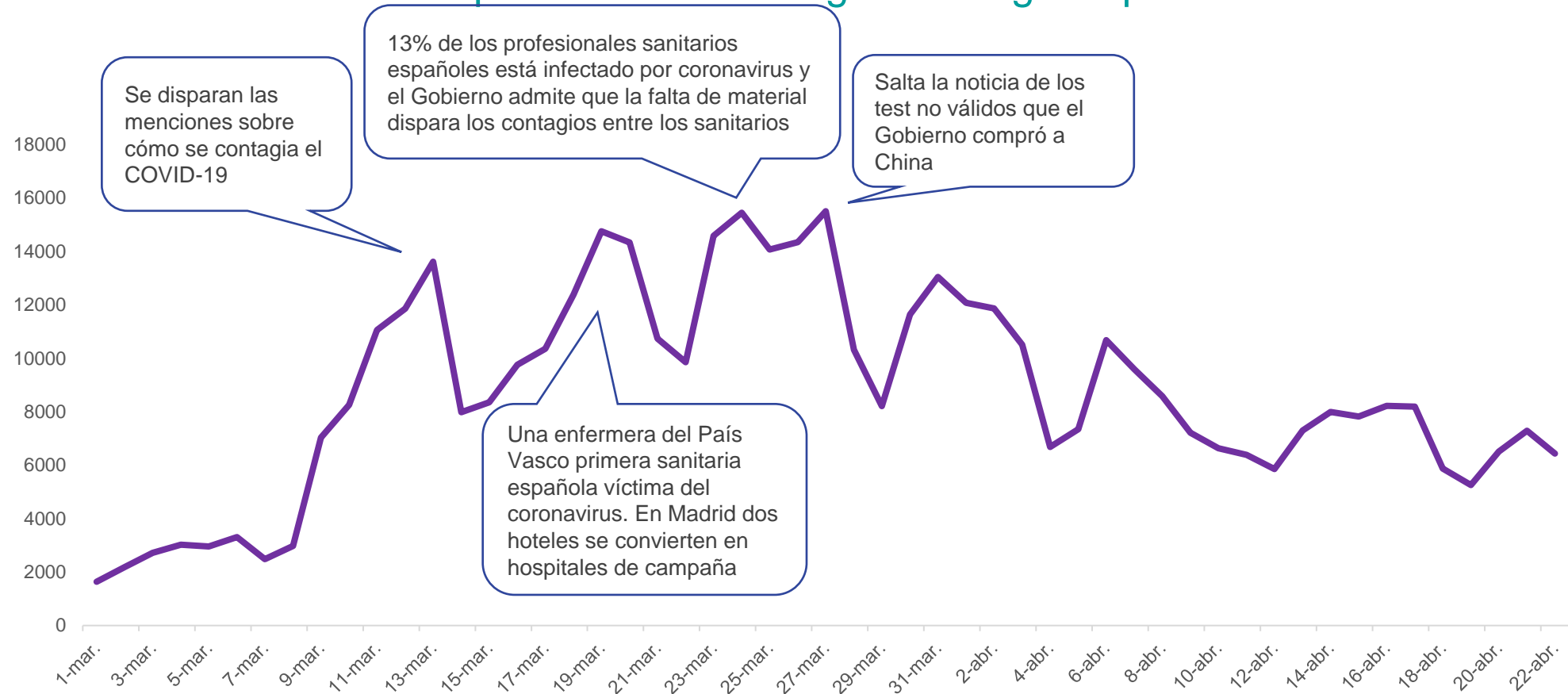
Madrid es la Comunidad con mayor número de fallecidos, de ahí su liderazgo en el número de menciones. El perfil temporal de las menciones sobre fallecimientos es muy similar en las CCAA analizadas.



Base: 293,1k de menciones recogidas en la plataforma de Ipsos en redes sociales, webs, medios, blogs y foros desde 1/3/2020 al 22/4/2020. Menciones en España. Los datos están excluidos los de retweets.

SERVICIOS SANITARIOS (HOSPITALES, AMBULANCIAS, CENTROS DE SALUD)

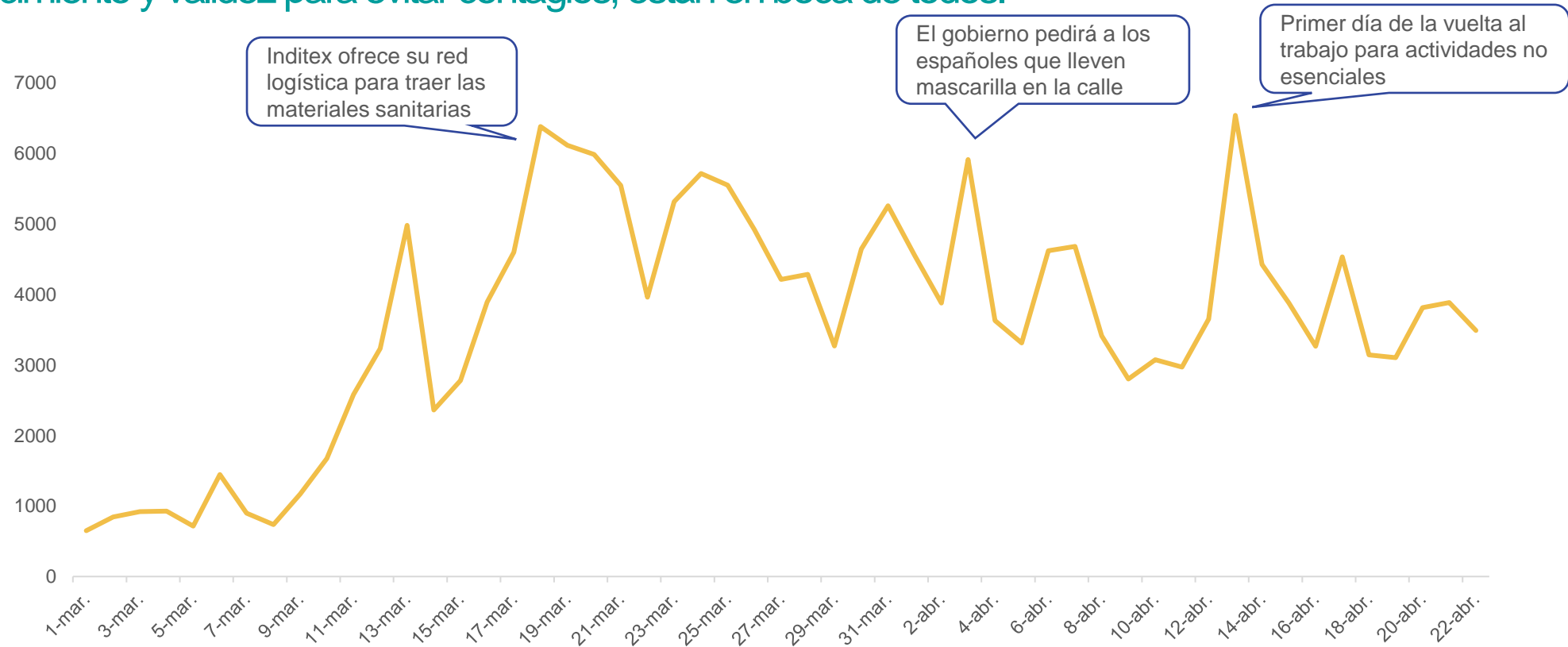
Los hitos en las conversaciones sobre los servicios sanitarios coinciden con los momentos en los que salen a la luz noticias relacionados con situaciones que incrementan el riesgo de contagio del personal.



Base: 463,1k de menciones recogidas en la plataforma de Ipsos en redes sociales, webs, medios, blogs y foros desde 1/3/2020 al 22/4/2020. Menciones en España. Los datos están excluidos los de retweets.

MASCARILLAS: EVOLUCIÓN SOBRE LA CONVERSACIÓN

De no despertar ningún interés cuando se recomendaba no usarlas a convertirse en uno de los temas relacionados con el material sanitario que más se mencionan a medida que evoluciona la crisis. Otros temas relacionados con el Coronavirus van perdiendo fuelle pero las mascarillas, especialmente lo que tiene que ver con su abastecimiento y validez para evitar contagios, están en boca de todos.



Base: 204,8k de menciones recogidas en la plataforma de Ipsos en redes sociales, webs, medios, blogs y foros desde 1/3/2020 al 22/4/2020. Menciones en España. Los datos están excluidos los de retweets.

7 –© Ipsos | La crisis del Coronavirus. 40 días confinados.

CONCLUSIONES

- Desde el 13 de marzo, fecha en que se anunció el primer estado de alarma, vemos que el nivel de conversaciones en redes sociales y medios digitales ha ido descendiendo. Esto puede responder a la saturación de noticias y contenidos que se está generando tras la llegada de la pandemia a España. La población se ve infoxicada y reacciona de forma más “pasiva” ante estas conversaciones. Podríamos decir que llegados a este punto, tras 40 días de confinamiento, estamos curados de espanto y ya nada nos exalta, a pesar de ser uno de los países con más muertes confirmadas.
- Uno de los grandes temas que se mantiene en el tiempo en las conversaciones digitales, es todo lo relacionado con los servicios sanitarios. La población se muestra muy sensible ante los pocos medios con los que ha contado nuestro sistema sanitario para hacer frente a esta pandemia, debido en gran parte a las numerosas incidencias en la adquisición de material sanitarios, y en concreto sobre las mascarillas.
- Vemos que desde el principio de esta pandemia las conversaciones han ido cambiando según se acercaba más el virus a nuestro país hasta tenerlo en “nuestras casas”. Hemos ido de un discurso más social basado en las personas, a uno con tintes más políticos donde se critica la gestión del gobierno y se hace cada vez más patente el impacto económico de esta crisis.

APORTANDO VALOR DESDE EL ANALISIS DE CONVERSACIONES EN VIVO

Nuestra red global, sobre el terreno, de más de 300 expertos en Análisis de Inteligencia Social (SIA) se especializa en convertir datos no estructurados en conocimiento estratégico. A través de una combinación de desarrollo de *queries* avanzadas y análisis de textos, ofrecemos una inteligencia orgánica y orientada al consumidor para ayudar a nuestros clientes a comprender su mercado, seguir las tendencias y medir el impacto de las campañas.

Junto con **Synthesio**, nuestro proveedor de tecnología líder en el mercado, Ipsos SIA ofrece una poderosa combinación de la mayor cobertura de datos del mundo, servicios de insight de primera clase y análisis de vanguardia impulsados por la inteligencia artificial. En 80 idiomas y cubriendo más de 190 países



SIA
Social Intelligent &
Analytics

65 millones de mensajes únicos en los últimos 30 días y más de 167 millones de RTS! Y sí, claro que se habla de Covid-19, pero también de trucos de belleza, cambios de hábitos en limpieza, en alimentación.



Para Orientarse en: "**qué debo hacer**" en el desarrollo de contenidos, lanzamiento de campañas, gestión de CX, desarrollo de servicios, cambio a comercio electrónico, hoy!



Elaboración de distintos escenarios para definir cómo podría ser el "**Nuevo Normal**", y en consecuencia cómo proceder. Es muy difícil de predecir en este momento, pero podemos ayudar siguiendo y analizando las conversaciones tanto del público informado como del público en general.



¿EN QUÉ PODEMOS AYUDARTE?

EVA ARANDA
Directora Social Intelligence & Analytics
Eva.aranda@ipsos.com
671715953

**BE
SURE.
MOVE
FASTER.**

