



**HOTWIRE
BRAND MONITOR**

#HWCOVID19

HOTWIRE
THE GLOBAL COMMUNICATIONS AGENCY

FICHA TÉCNICA

Análisis de conversación y líderes de opinión en redes sociales en torno al COVID-19 en España.

Periodo analizado: 1 de enero - 19 de marzo de 2020

Herramientas utilizadas:

NETBASE

contexto

graphext



LAS REDES SOCIALES NOS VUELVEN A UNIR

Una vez más, las redes sociales han demostrado el poder que tiene **la tecnología para unir a las personas** en los momentos más complicados. Desde el anuncio de los primeros casos de coronavirus provocados por el COVID-19 en España, hasta la declaración del Estado de Alarma y los primeros días de confinamiento, **las redes sociales se han convertido en el espacio de unión, solidaridad e información.**

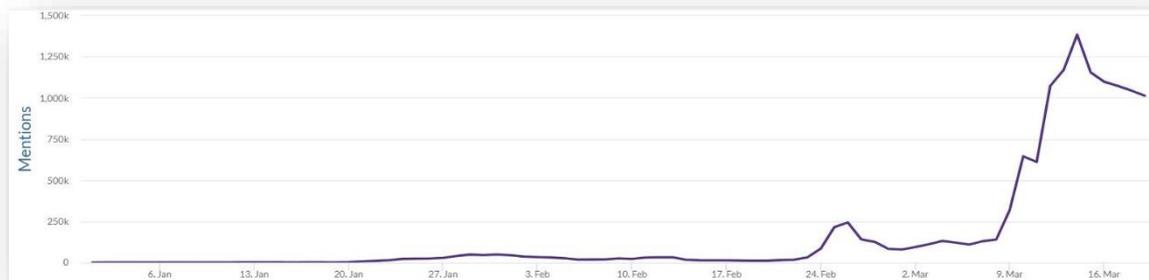
El **análisis de la conversación online**, especialmente de las redes sociales, nos ayuda a entender las preocupaciones de la sociedad y evaluar los temas que suscitan más interés. En estos momentos de incertidumbre, **la escucha social es más necesaria que nunca**, ya que hay muchas cosas en juego.

Desde las redes sociales, tanto **instituciones públicas como empresas y particulares han impulsado iniciativas** para luchar contra la pandemia o para ayudarnos a superar de una mejor manera esta complicada época. Pero también están jugando un papel fundamental los medios de comunicación que no solo nos están informando al pie del cañón, sino que han puesto iniciativas solidarias facilitándonos el acceso gratuito a sus contenidos.

Desde **Hotwire** hemos utilizado **nuestro servicio Hotwire Brand Monitor para analizar la conversación en redes sociales** durante las últimas semanas, conocer quién lidera los mensajes y los temas que más preocupan a la población sobre el COVID-19. Para este análisis se ha utilizado la tecnología de monitorización y análisis de Hotwire desde el 1 al 19 de marzo y se han analizado términos como "coronavirus" o "COVID-19" además de los hashtag con mayor volumen de conversación durante los últimos días (**#YoMeQuedoEnCasa**, **#QuédateEnCasa**, **#yoelijoserresponsable**, **#EsteVirusLoParamosUnidos**, **#EsteVirusLoParamosJuntos**, **#EsteVirusLoParamosTodos**) en Twitter.

RADIOGRAFÍA DE UNA CRISIS

Desde que el pasado 31 de enero se detectase el primer caso de COVID-19 en territorio español **la preocupación de los ciudadanos en torno a la pandemia ha ido creciendo**. Esta preocupación se ha trasladado a los espacios de conversación online, que se han convertido en el punto de unión de millones de personas. Twitter se ha convertido de nuevo en la red social por excelencia para mantenernos informados. En los últimos tres meses, el volumen de menciones en las redes sociales en España en torno **al coronavirus ha superado los 12 millones de mensajes**. Sin embargo, no ha sido hasta el 14 de marzo, fecha en la que se produjo la declaración del Estado de Alarma por el Gobierno, cuando se alcanzó el mayor pico de menciones (1,3 millones).



Fuente: Netbase (1 enero -19 marzo 2020)

Anteriormente, el 26 de febrero observamos cómo el volumen de la conversación en torno al COVID-19 alcanzó un pico de más **de 243.000 comentarios debido a la confirmación por parte de la Generalitat de Cataluña del primer caso** de coronavirus por COVID-19 en la península ibérica. Una mujer de 36 años de nacionalidad italiana que reside en Barcelona y que había estado de viaje en el norte de Italia (Milán y Bérgamo).

La escalada de interés sobre el coronavirus continuó hasta **el 10 de marzo cuando el grupo parlamentario de Vox emitía un comunicado** en el que informaba que su diputado Javier Ortega Smith había dado positivo en las pruebas del coronavirus.

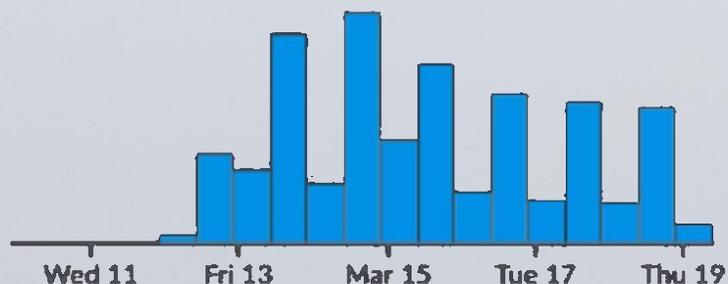


ANÁLISIS DE LA CONVERSACIÓN ONLINE

#ENCASA, EL ARMA PARA COMBATIR LA PANDEMIA

Desde que se decretase el Estado de Alarma el pasado 14 de marzo, si ha habido un mensaje claro en las redes sociales ha sido el llamamiento a la población a quedarse en casa. De ahí que éste haya sido el hashtag más compartido.

En Twitter, el volumen de mensajes en torno a esta conversación (hashtags que incluyen “EnCasa”) se incrementó **a partir del domingo 15 de marzo** y se ha mantenido durante los días sucesivos generando un total de **84.609 menciones procedentes de más de 55.174 usuarios** solamente en Twitter hasta el pasado 19 de marzo.



Fuente: Graphext



LOS MENSAJES CON MÁS INTERACCIONES #ENCASA



Olaya Alcázar

@Olaya_alcazar

101,5K interacciones*



Pincha para
ver el tuit.



Diego Pablo Simeone

@Simeone

24,8K interacciones*



Salud Madrid

@SaludMadrid

16,7K interacciones*



Sergio Ramos

@SergioRamos

16.5K interacciones*



Real Madrid C.F

@RealMadrid

16,5K interacciones*



Interacciones: Retuits + Likes



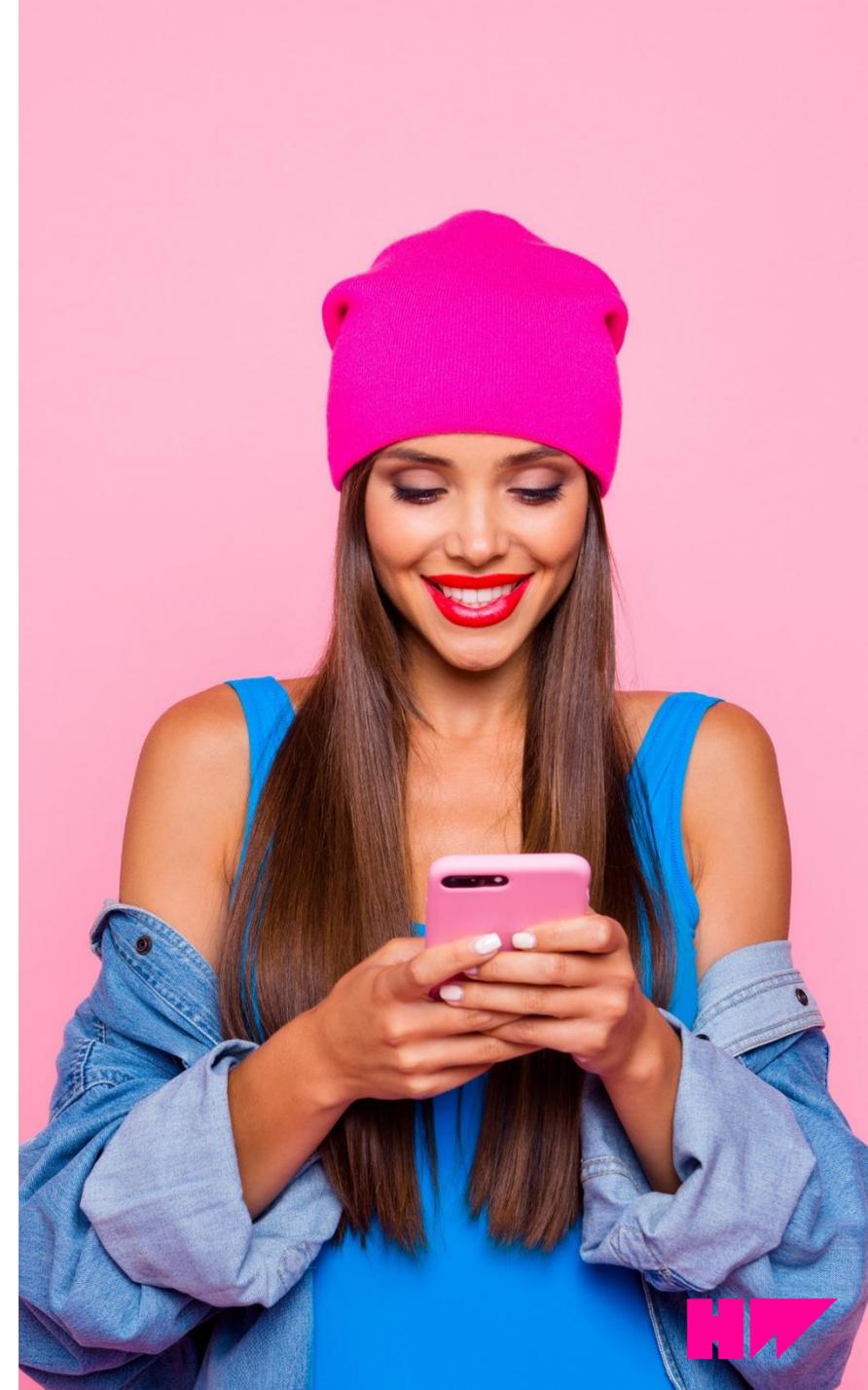
LOS INFLUENCERS Y CELEBRITIES LLAMAN A LA ACCIÓN #QUÉDATE EN CASA



En esta crisis sanitaria, por primera vez, **los influencers se han convertido en un altavoz** clave para llamar a la concienciación. Siguiendo la conversación del hashtag **#yomequedoencasa**, un tuit de [la cantante Olaya Alcázar](#) se ha convertido en el más retuiteado (+34K) y con más 'me gusta' (+67,5K). En este mensaje se animaba a la gente a quedarse en casa con una canción muy original.

El Real Madrid a través desde su cuenta oficial y la de algunos de sus jugadores -como [Sergio Ramos](#)- han conseguido que el hashtag **#yomequedoencasa** se haya convertido en todo un fenómeno viral. También Diego Pablo Simeone, entrenador del Club Atlético de Madrid, ha protagonizado alguno de los mensajes más virales bajo este hashtag.

El llamamiento a permanecer en casa ha sido uno de los principales mensajes desde las autoridades sanitarias. Sin embargo, en principio, este mensaje no fue recibido con el mismo ímpetu desde el target más joven. Para que esta medida calara entre la generación más joven, desde el **mismo Ministerio de Sanidad se pusieron en contacto con varios influencers** como [Dulceida](#), [Elvira Sastre](#) o [Cariatydes](#) que se han sumado a los dos 'hashtags' que forman parte de la campaña del ministerio y que se están viralizando en diversas redes como son: [#yoelijoserresponsable](#) y [#frenarlacurva](#). Ambos están funcionando en Instagram, pero también en Twitter e incluso en Facebook.





#ESTEVIROSLOPARAMOS, LA CONVERSACIÓN INSTITUCIONAL

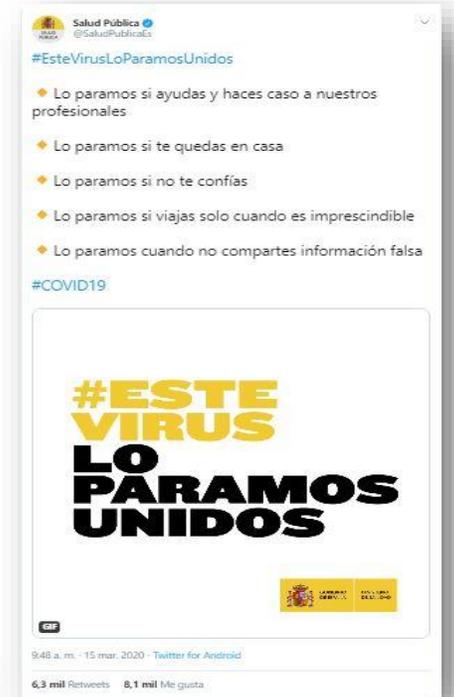
Desde el domingo 15 de marzo, el **Gobierno de España intensificó su comunicación en las redes sociales para luchar contra la pandemia** con la puesta en marcha de una campaña de comunicación bajo el hashtag #EsteVirusLoParamosUnidos. Así, durante el tiempo de análisis de esta investigación (del 1 al 19 de marzo), **esta conversación generó más de 6.527 menciones, la mayoría de ellas desde perfiles institucionales**, tanto desde el Ministerio de Sanidad, el de Defensa y el de Interior. El perfil más influyente es la cuenta oficial del Gobierno de España con información de interés para la ciudadanía sobre cuestiones de Salud Pública [@SaludPublicaEs](#) que acumula el mayor número de retuits en esta conversación.

El perfil en Twitter de la embajada China se ha convertido en otra de las cuentas más influyentes en la conversación institucional. El segundo tuit más retuiteado es uno de la embajada asiática anunciando que el gobierno de China proporcionaría equipos y material médico a España para paliar la pandemia.

Cuentas más activas #EsteVirusLoParamos

- Victor Arrogante
- Hocelot
- clmpress
- La Mendocia
- TUDO SOBRE MOVIL
- Peña Veteranos RMCF
- Dani Viondi
- CNSE
- El Boletín
- PSOE Congreso

Fuente: Graphext



LOS MENSAJES CON MÁS INTERACCIONES

#ESTEVIROSLOPARAMOS

#1



Ministerio de Defensa
@Defensagob
15,2k interacciones

#2



Embajada de China en España
@ChinaEmbEsp
14,5K interacciones

#3



Salud Pública
@SaludPública
14,4K interacciones

#4



Embajada de China en España
@ChinaEmbEsp
12,3K interacciones

#5



Ministerio de Asuntos Exteriores
@MAECgob
11,6K interacciones

Pincha para ver el tuit.



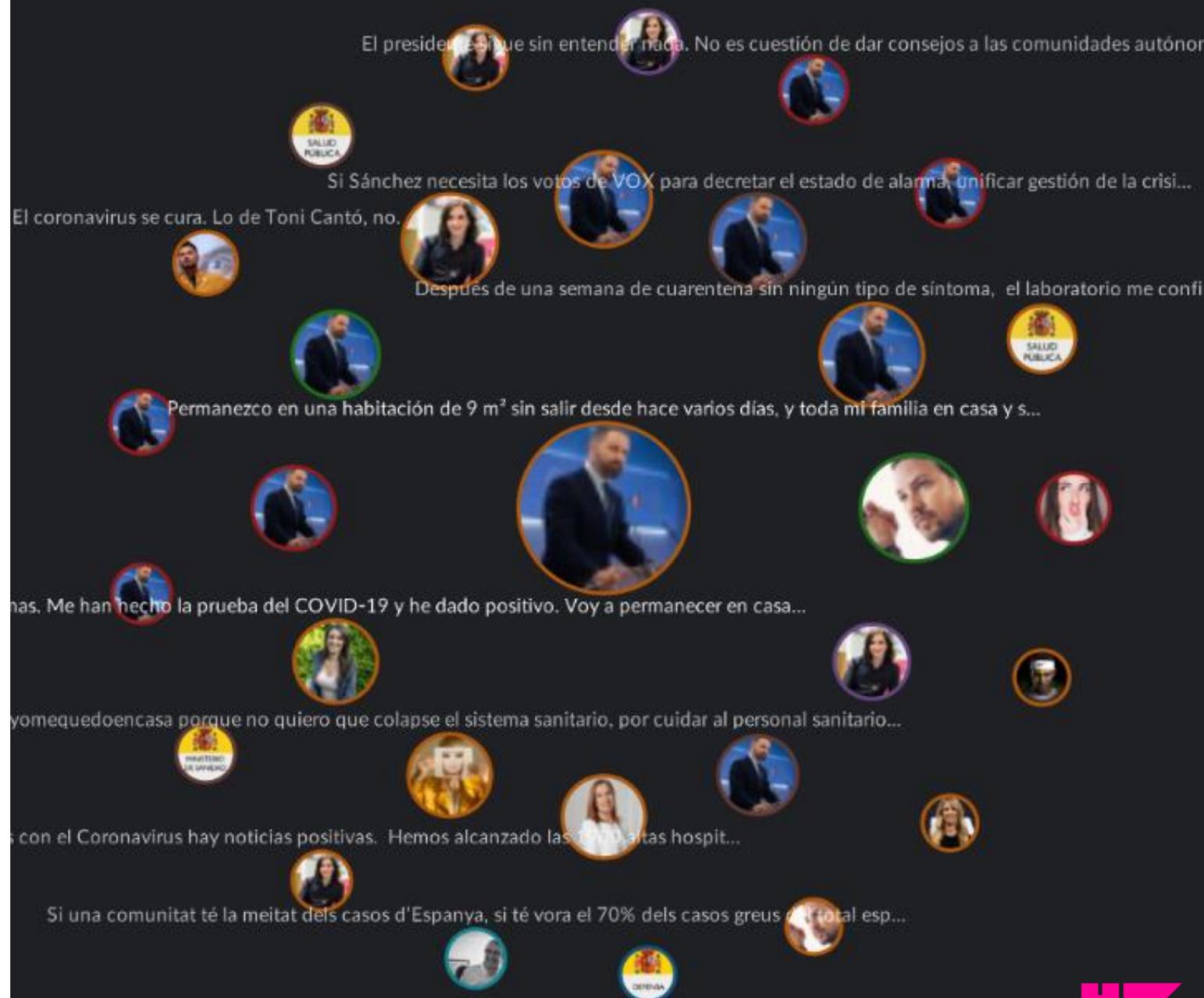
Interacciones: Retuits + Likes



LOS POLÍTICOS VUELVEN A DOMINAR LA CONVERSACIÓN

En el análisis de las cuentas de personas más influyentes en la conversación analizada en este informe, **el líder de VOX, Santiago Abascal es la persona con más influencia**. Uno de sus tuits ha obtenido más de 21.500 retuits y el segundo tuit más popular entre los políticos durante esta crisis pertenece al Vicepresidente del Gobierno, Pablo Iglesias, con más de 12.000 retuits.

De nuevo Twitter es el escaparate perfecto para trasladar los mensajes de un modo directo a la ciudadanía y Santiago Abascal es el que mejor capitaliza la conversación. El líder de VOX consigue posicionar hasta 6 tuits en el top 1º de los más retuiteados. **En este ranking tan solo consiguen aparecer con un mensaje cada uno Pablo Iglesias, Isabel López Ayuso, Irene Montero y La Vecina Rubia**. Ninguno de los tuits del Presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, alcanzaron el top ten de influencia en las conversaciones sobre el COVID-19 analizadas.



LOS TUIITS DE LOS LÍDERES DE OPINIÓN



**LAS MARCAS TAMBIÉN
ESTÁN EN LA
CONVERSACIÓN**



LAS MARCAS CON MÁS IMPACTO

Durante las últimas semanas ha habido varias marcas que también has formado parte de la conversación en redes sociales, en este caso Twitter, y que han dominado algunos de los mensajes. Hasta el 19 de marzo **Mercadona ha sido la marca con más menciones relacionadas con el COVID-19, con más de 53.852 mensajes**, más del doble de la siguiente marca más mencionada, Netflix (24.167). Igualmente, otras marcas como Inditex o Amazon continúan el ranking de las marcas más mencionadas por los usuarios en redes sociales.



53,852 menciones

NETFLIX

Netflix 24,167 menciones

INDITEX

Inditex 16,897 menciones



Amazon 9,644 menciones



Fuente: Netbase



**¿ESTÁN LAS MARCAS
PREPARADAS PARA UN
ENTORNO DE
INCERTIDUMBRE?**

SOLO EL 58% DE LO RESPONSABLES DE MARKETING Y/O COMUNICACIÓN EN ESPAÑA TIENEN UN PROTOCOLO DE ACTUACIÓN EN REDES SOCIALES. Y TÚ, ¿ESTÁS PREPARADO?



**TU MARCA ES LA MEJOR
PROTECCIÓN FRENTE A LOS
FACTORES DEL NEGOCIO QUE
NO PUEDES CONTROLAR.**

– DAN SCHAWBEL



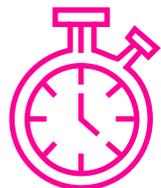
NUESTRO SERVICIO PARA ANTICIPARTE



**Análisis
basado en
datos**



**Business
intelligence**



**Datos en
tiempo real**



**Percepción
de usuarios**

HOTWIRE BRAND MONITOR

Es indiscutible que la reputación online es uno de los principales activos del negocio, la base sobre la que se construye la marca. Nuestro servicio de monitorización de reputación online está pensado para que la empresas tenga una vision panorámica de su **marca** y **productos**. Esta visión es dinámica y ofrece un análisis tanto de **posicionamiento** como de la **percepción** de los usuarios.

ANTICÍPATE

¿QUIERES SABER MÁS?

Nuestro servicio **Hotwire Brand Monitor** puede ayudarte a gestionar la **reputación online** de tu marca y a conocer en profundidad a tus audiencias. Si quieres saber más sobre este servicio, ponte en contacto con nosotros:

 digitalmedia@hotwireglobal.com

 www.hotwireglobal.com

 [@Hotwire_es](https://twitter.com/Hotwire_es)

 [@Hotwire_es](https://www.instagram.com/Hotwire_es)

 [Hotwireespana](https://www.linkedin.com/company/Hotwireespana)



...ESTO ES TODO.

**Si quieres saber más sobre
nosotros...**

Ludi García

Managing Director de Hotwire España

ludi.garcia@hotwireglobal.com

