

# COVID-19 Crisis

## Entendiendo la nueva realidad

Tercera semana de confinamiento en España

## CONTENIDO

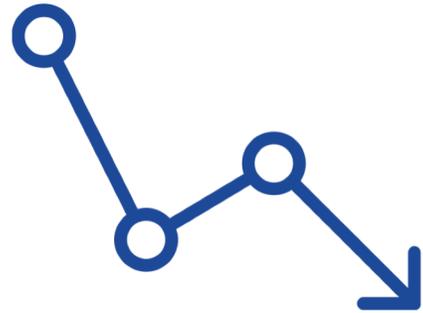
1. Qué piensan los Españoles.
2. Impacto del COVID19 en distintos ámbitos: economía, cultura y medioambiente, sociedad y consumo.
3. Su efecto sobre las personas: emociones y nuevas necesidades.
4. Cómo reaccionan las marcas: 4 maneras de actuar.
5. Nueve Insights para entender la nueva realidad

Nota: Este documento es fruto del análisis minuto a minuto durante la segunda semana de estado de alerta y confinamiento en España. A causa de la situación tan volátil en la que nos encontramos; los datos, insights y reflexiones pueden ir cambiando, evolucionando e incluso ir caducando.

# Foto Rápida

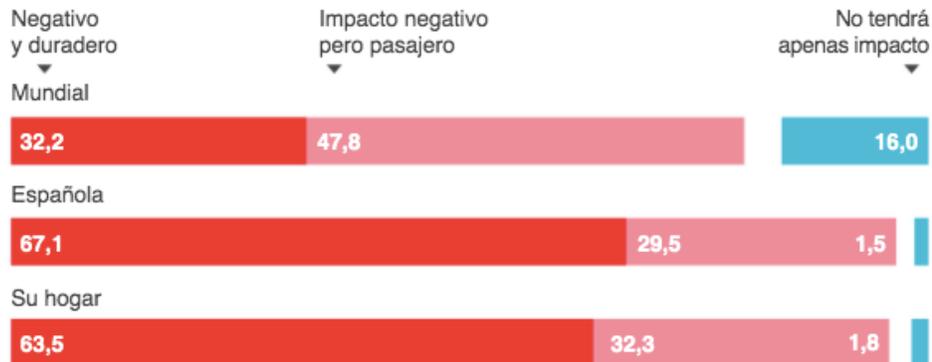
## ¿Qué piensan los Españoles?

# La mayor preocupación: economía, empleo y salud.



**7 DE CADA 10 PIENSA QUE EL IMPACTO EN LA ECONOMÍA DE ESTA CRISIS SERÁ NEGATIVO Y DURADERO.**

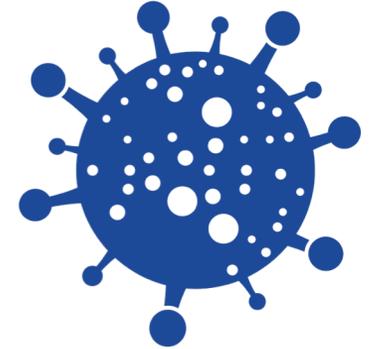
Impacto del coronavirus en la economía. ¿Como cree que afectará a la economía?



Fuente: El Pais

## MÁS PREOCUPADOS POR EL CONTAGIO

La preocupación de los Españoles ante la posibilidad de que uno mismo o un familiar cercano resulte contagiado ya alcanza un nivel de 8,9/10.



**LA MITAD TEME PERDER EL EMPLEO**

**40%**

**HA RETRASADO UNA COMPRA**



Paralizado una inversion, gasto o compra

# Aun así, existe un ambiente de “calma relativa”

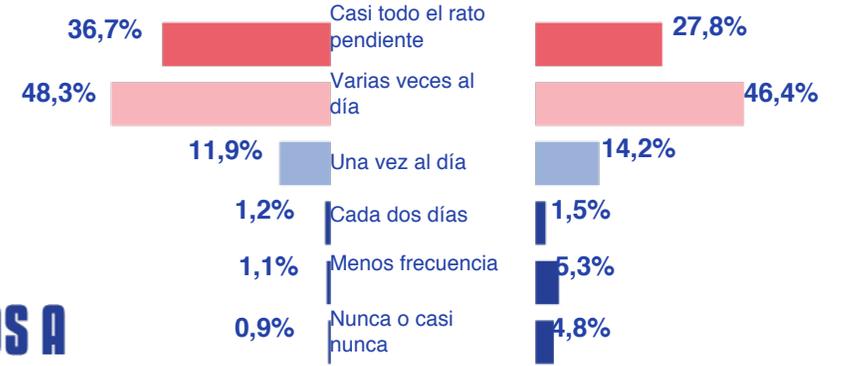
**60%**  
POCO O NADA  
NERVIOSO



**37%** ATENTOS A  
LAS NOTICIAS

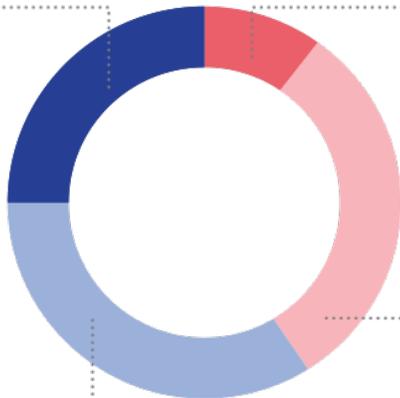
Hay una necesidad de información constante

## Seguimiento de la información



Nada nervioso  
25,3%

Muy nervioso  
11,2%



Poco nervioso  
34,6%

Bastante nervioso  
28,9%

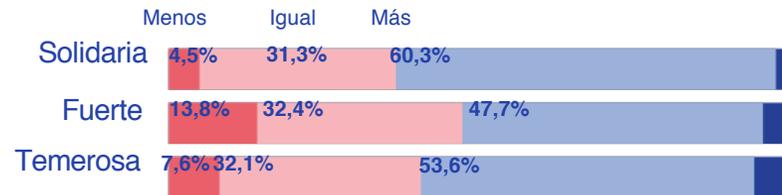
Pensando en la mayor parte del tiempo que está en casa, ¿cómo se siente?

Fuente: El País

**DARÁ PASO A UNA  
SOCIEDAD MÁS SOLIDARIA 60%**



Pero también más temerosa (54%).



# Efecto 2<sup>a</sup> Semana

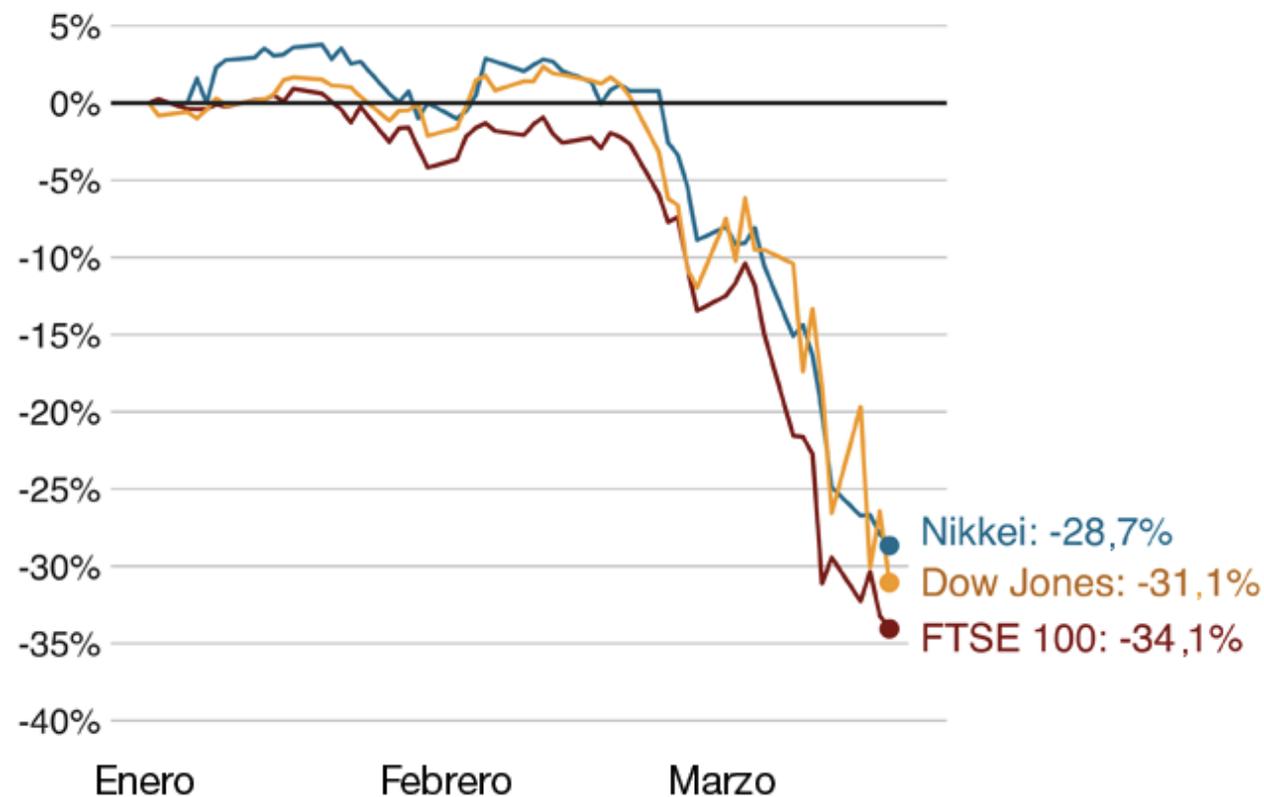
## Impacto de la crisis en distintos ámbitos

# 01. Impacto económico

# La economía mundial está 'on hold'

Según la OCDE, el impacto de la enfermedad podría reducir a la mitad el crecimiento de la economía mundial en 2020 y situarlo en el 1,5%.

El impacto del coronavirus en el mercado bursátil desde el inicio del brote



# Una ardua batalla que pilla al mundo con las defensas bajas

La lista de las 10 naciones más golpeadas por el virus es casi idéntica a la de los 10 países más grandes del mundo por PIB, dejando claro que tiene potencial para hacer descarrilar la economía mundial.

Descontada la recesión, cuanto más tiempo dure el estado de excepción, mayor será su virulencia.



# El Banco de España prevé un impacto sin precedentes

Cada mes de confinamiento tendrá tal impacto económico que restará hasta dos puntos porcentuales al crecimiento económico.

De modo que **"si el cierre se prolonga durante tres meses, el crecimiento anual del PIB podría estar entre cuatro y seis puntos porcentuales"**



“ *Nos enfrentamos a una perturbación que tendrá una intensidad aún incierta, pero en cualquier caso notable. Las necesarias medidas de contención en España y Europa han llevado a una disrupción muy severa de la actividad económica, con un deterioro que será muy acusado en el corto plazo. Será transitorio, pero su duración depende del éxito de las políticas.* ”

**Pablo Fernández, Gobernador del Banco de España**

# Primeros efectos sobre la actividad productiva y el empleo

La Vanguardia, 25.03.20

## La actividad productiva se desploma un 66% por la incertidumbre y la bajada de pedidos

- Los efectos negativos de la crisis del coronavirus alcanza a la inmensa mayoría de las empresas, según las últimas encuestas de Cecot y Pimec

La Vanguardia, 24.03.20

## Más de 760.000 trabajadores entran en paro temporal en toda España por el coronavirus

Domingo, 29 de Marzo de 2020

Prevén una caída de las ventas de hasta un 50%

## El 75% de las empresas de automoción, ocio y turismo ya ha formalizado despidos temporales por el Covid19

CEOE y KPMG

# 02. Impacto en cultura y medioambiente

# Estallido cultural: Del entretenimiento a la función terapéutica

Más allá del estallido de propuestas culturales de la primera semana, con ánimo de simplemente ayudar a pasar las horas; surge una demanda por la cultura, como vía de escape psicológica contra el aislamiento.

La música activa partes cognitivas del cerebro que nos ayudan a sentirnos cerca de los demás, como parte de una sociedad. Sus funciones terapéuticas se han utilizado durante años; no es casualidad que todos recurramos a ella para sentirnos bien.



# #YoMeQuedoEnCasa FESTIVAL

13, 14 Y 15 DE MARZO

- AINOA BUITRAGO ALFRED GARCÍA AMBER FIGUEROA ANDRÉS SUÁREZ ARDE BOGOTÁ CARLOS SADNESS DANI FERNÁNDEZ DANI MARCO (DESPISTAOS) DAVID OTERO DAVID REES DEMARCO FLAMENCO DESVARIADOS DIANA NAVARRO DVICIO EMLAN FUNAMBULISTA FUNZO & BABY LOUD GEORGINA GOMZ ISMA ROMERO JACOB MEY KUVE LUCAS COLMAN MANEL NAVARRO MARÍA ARTÉS & MAKI MARÍA PELAE MARTA SOTO MARWAN MOLINA MOLINA MR KILOMBO MUERDO NIL MOLINER PABLO MORENO PAUL ALONE RAYDEN ROI MÉNDEZ & JORGE MARAZU ROZALÉN SHINOVA SIENNA SOFIA ELLAR SUU TUOTRABONITA VEGA VEINTIUNO YAREA YOLY SAA

PLAN PARA EL FINDE EN CASA

**SABADO 21**  
**DOMINGO 22**

A LAS 12:00H  
Y A LAS 18:00H

Desde la web  
www.jabetin.com  
Podrás disfrutar de nuestro cuento en casa.

**BESTIA**

**EL CEMENTERIO DE ANIBAL**

**OLUCIONES**

#yomequedoencasa  
#LunesAlCirculo  
30 MARZO 2020

LOS LUNES, AL CIRCULO  
LA DIFÍCIL MEMORIA DE UNA GUERRA

**ALMUDENA GRANDES**  
ESCRITORA



**Carmen**

ELINA GARANCA  
ROBERTO ALACNA  
BARBARA FRITTOLE  
TEDDY TAHU RHODES  
KEITH MILLER

The Metropolitan Opera Orchestra, Chorus and Ballet  
YANNICK NEZET-SÉGUIN

**NE FAMILY, FIGHTING THE**

**YEARS AND YEARS**

Production by RICHARD EYRE

TEATRO CONTEMPORÁNEO

- Tot esperant Godot: Beckett, Samuel
- El pato silvestre: Ibsen, Henrik Johan
- El cementerio de Anibal: Fernando
- La visita de la vieja: Dürrenmatt, Friedrich
- Los últimos días de Sastre: Alonso
- Doña Rosita la solista: García Lorca, Federico
- Oleanna: Mamet, David
- Roberto Zucco: Koltés, Bernard-Marie

CRUZANDO FRONTERAS

- San Juan: Aub, Max
- El señor Ibrahim y Schmitt: Eric-Emmanuel
- Arizona: Rubio, Juan Carlos
- Ciclo Una mirada al mundo: Ferraz, Magda
- La mirada del hombre: Moral, Ignacio del
- Un trozo invisible: Bello, Juan Diego
- Rey negro: Moral, Ignacio del
- Y los peces salieron: Liddell, Angélica

REPIENSAR GUERNICA

Google Arts & Culture

# Maravillas de Andalucía

Un escaparate con los tesoros culturales más increíbles de Andalucía. Déjate inspirar por la riqueza histórica y las maravillas de esta singular región.

16 marzo → 27 marzo

# Cuarentena Fest

FESTIVAL DE MÚSICA EN STREAMING EN TIEMPOS DIFÍCILES

Airu, Alien Tango, Ángel Calvo, Ayalga, Bárbara, Betacam, Cabiria, Cariño, Carlota, Casero, Confeti de Odio, Daniel Daniel, Estrella Fugaz, Evripidis and his Tragedies, Ganges, Jose Ignacio Martorell, Kids From Mars, Iashormigas, Le Nais, Lois, Marcelo Criminal, Malamute, Marcos y Molduras, Megansito el Guapo, Paco Moreno, Pavvía, Pixel de Stael, rebe, Santi, Stephen Please, Valdivia... y más por confirmar

Conciertos en [cuarentenafest.tumblr.com](https://cuarentenafest.tumblr.com)

# POESÍA EN TU SOFÁ

Rayden

19:00h - 19:30h  
27 de marzo  
@soyrayden

poesiaentusofa • Siguiendo

poesiaentusofa A las 19:00 (hora española) tendremos a RAYDEN. Recitando con nosotros en directo desde su cuenta de instagram @soyrayden #poesiaentusofa #cuarentena es 19:00 mx 12:00 ar cl 15:00 ec pe co 13:00

soyrayden Estoy nervioso y todo

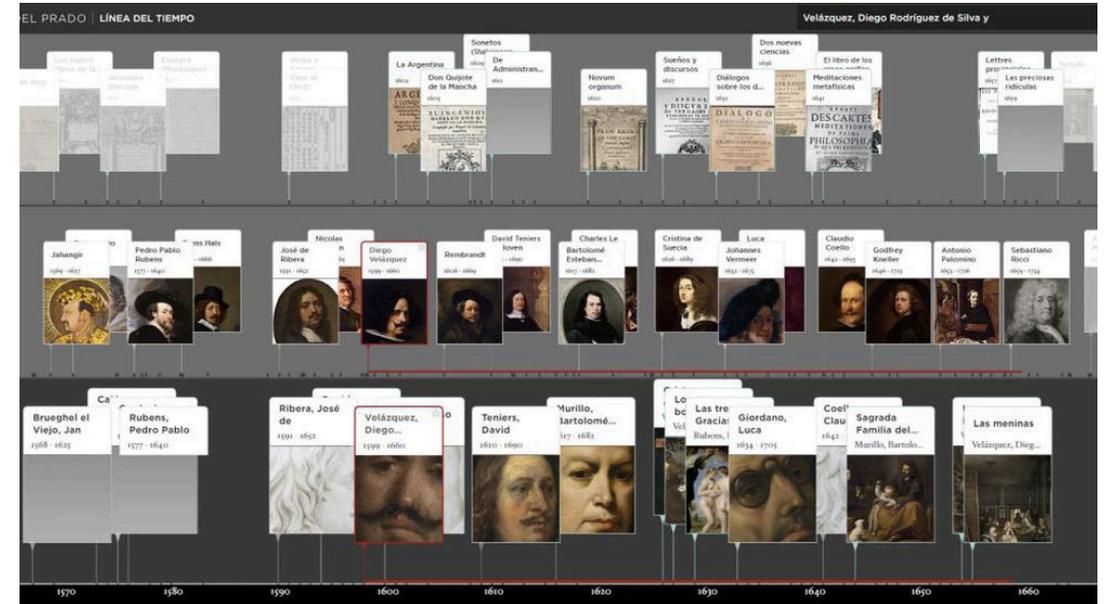
816 Me gusta  
HACE 13 HORAS

Agrega un comentario... Publicar

# Internet: más allá de la comunicación

El efecto Coronavirus potencia los proyectos culturales que nacieron digitales, y muestra la **importancia de las artes para paliar los efectos del confinamiento.**

“Este podría ser un momento para reflexionar sobre Internet no solo como una tecnología de comunicación sino además como un **medio que permite al arte cumplir con su función social, política y estética**” Enrique Salmoiraghi, director de Espacio Byte.

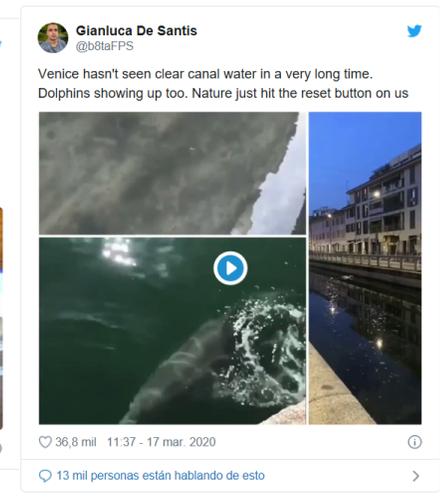
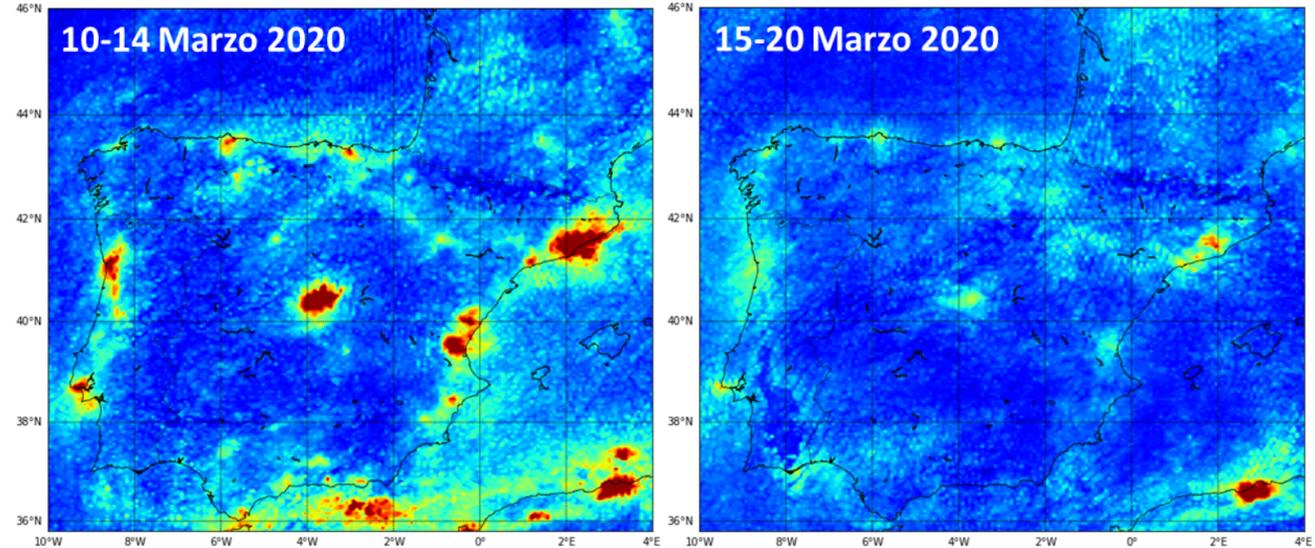


Plataforma El Prado contigo

# La naturaleza, la única agradecida

La contaminación baja un 75% en Barcelona y un 57% en Madrid, mientras se prevé un bajón en todo el mundo de las emisiones de gases invernadero vinculadas al uso de la energía.

Además, se observa que los animales vuelven a las ciudades.



# 03. Impacto en la sociedad

## Se agudizan las desigualdades sociales

En España, una de cada cuatro personas está en riesgo de pobreza y exclusión y, en el caso de la población infantil alcanza casi al 30% de los menores.

La epidemia está profundizando las diferencias sociales y algunos investigadores ya advierten que **el golpe más fuerte recaerá sobre los más vulnerables**, no solo por los efectos económicos, sino también porque **están más expuestos** a contagiarse.

## Confinamiento imposible para 1.200 personas sin techo

- Las entidades sociales reclaman que se abran nuevos espacios para acoger a quienes duermen al raso en Barcelona



Las medidas contra el coronavirus dejan al descubierto la fragilidad de los hogares más vulnerables

# La educación en cuarentena sin igualdad de oportunidades.

La brecha digital hace que, en tiempos de confinamiento, quienes tienen más recursos tengan mejor acceso a la educación.

Según el informe de UNICEF, *The State of the World's Children: Children in a Digital World*, estas diferencias "amplifican las oportunidades de los niños de entornos más favorecidos mientras reduce las de los más desfavorecidos"



**2** de cada **10** hogares en España  
**no cuenta con ordenador**



**1** de cada **10** hogares en España  
**no tiene acceso a internet**

# La desigualdad de género: mayor vulnerabilidad en las mujeres

Aunque la enfermedad Covid-19 parece matar más a los hombres, ellas están en primera línea en esta pandemia. No solo porque, en conjunto, **representan el 70% de los trabajadores del sector médico**, según la Organización Mundial de la Salud.

Las mujeres son también las **primeras responsables de los cuidados de los niños y los ancianos**. Además, su debilidad económica se acentúa con la crisis financiera causada por la enfermedad.

## Cuidadoras a domicilio y coronavirus: “Una vez más, somos las grandes olvidadas”

Las trabajadoras Auxiliares de ayuda a domicilio denuncian que siguen trabajando en condiciones terribles, sin que las empresas les brinden protección necesaria y con el peligro de infectarse ellas o infectar a los usuarios.



# Aumento de la precariedad laboral y la violencia machista.

"En el mercado laboral **se van a resentir los trabajos precarizados** que son los más feminizados, y la consecuencia será que se van a precarizar aún más, por lo que probablemente veremos más paro femenino. También el encierro de las víctimas con sus maltratadores puede redundar en situaciones de mayor dependencia psicológica o menos recursos y empoderamiento para romper esa situación"

Luisa Posada, filósofa y feminista



**Las llamadas de víctimas del machismo han crecido un 20%** desde que se decretó el estado de alarma

Fuente: El Periódico

# 04. Impacto hábitos de consumo

# Después del 'panic buying' pasamos al 'indulgent'

Después del aprovisionamiento de artículos básicos en los momentos iniciales tras las primeras noticias de la llegada del coronavirus a España, **el consumo empieza a trasladarse a categorías de productos de indulgencia**, como los chocolates, cerveza o aceitunas.

## El consumo en hipermercados y supermercados se dispara hasta el 160% por el coronavirus

- El incremento del gasto se observa en «todos los canales de distribución», especialmente, en los canales de droguería y perfumería, según Kantar

EN PLENA CRISIS POR EL COVID-19

## Tras el papel higiénico llega la cerveza: los españoles aumentan su compra en un 78%

Las ventas de cerveza se disparan en la primera semana de confinamiento mientras la adquisición de papel higiénico y aceite se normaliza



# Tres nuevos comportamientos en los hábitos de compra

## UNA COMPRA MÁS RESPONSABLE

*Antes hacía pequeñas compras diarias o cada dos días en el Mercado del barrio, **ahora intento ir un día a la semana o como mucho, dos,** y hacer una compra más grande.*

*Antes hacía una compra semanal y luego iba casi a diario a comprar el pan, **ahora solo voy una vez a la semana a comprar y congelo el pan.***

## COMPRA ONLINE ORGANIZADA

*Ahora hago la compra por internet pero **anticipándome una semana** porque el servicio está colapsado.*

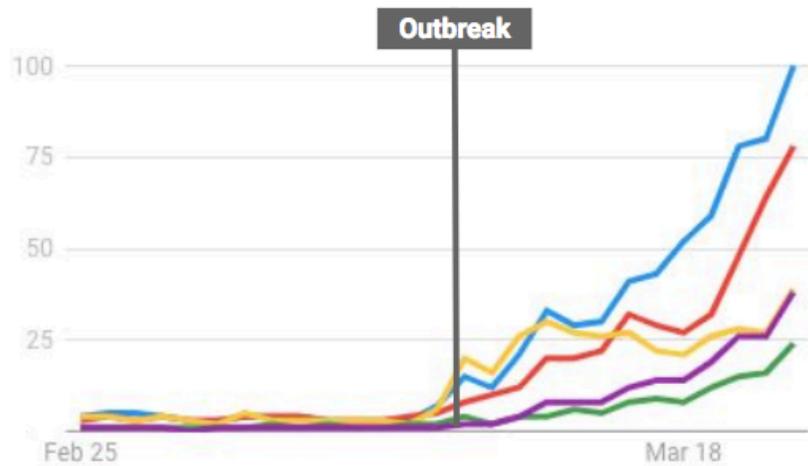
*Ahora suelo hacer una **compra más grande a través de mi supermercado online.** Suelo hacer una compra grande cada 2 o 3 semanas y ya luego semanalmente suelo salir un día a por los productos perecederos de primera necesidad.*

## SIN SELECCIÓN DE MARCAS

*Antes intentaba comprar siempre las mismas marcas y tipos de producto. **Debido a la escasez, compro más sin fijarme en marcas concretas ni en productos determinados.***

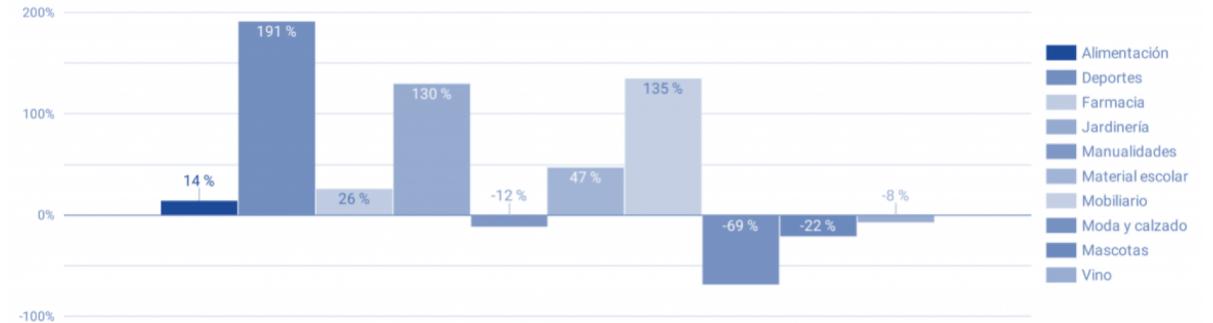
# El boom del ecommerce: +55% desde el confinamiento

● compra online ● carrefour online ● mercadona online  
● alcampo online ● dia online

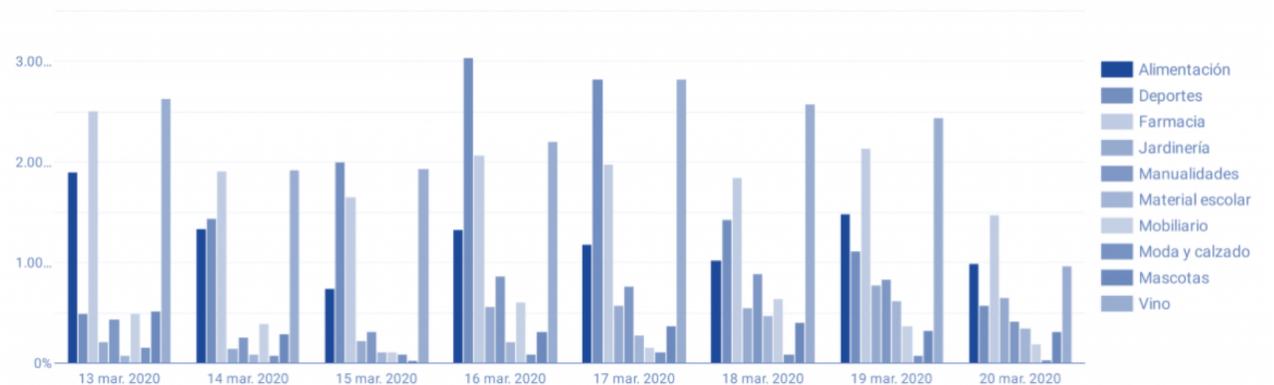


Source: Google Trends, Spain. [Set up here](#)

Deportes (+135%) , muebles (+135%) y jardinería (+130%) : las categorías que más crecen en ventas online



Moda y calzado (-69%) y mascotas (-22%) caen  
Manualidades (-12%) y vino (-8%) se recuperan



Source: Marketing4Ecommerce

**Efecto en las  
personas**  
**Emociones y  
nuevas  
necesidades**

# Esquema general para entender la respuesta humana a las situaciones de crisis

La incertidumbre, el miedo y el confinamiento hacen que pasemos por una variedad de emociones cambiantes día a día: desde el miedo, el enfado, el luto, la resignación, hasta la esperanza y optimismo.



# La multi-emoción generada por el COVID19

Desde la colaboración y la aceptación, hasta la defensa, la lucha o el liderazgo de movimientos.

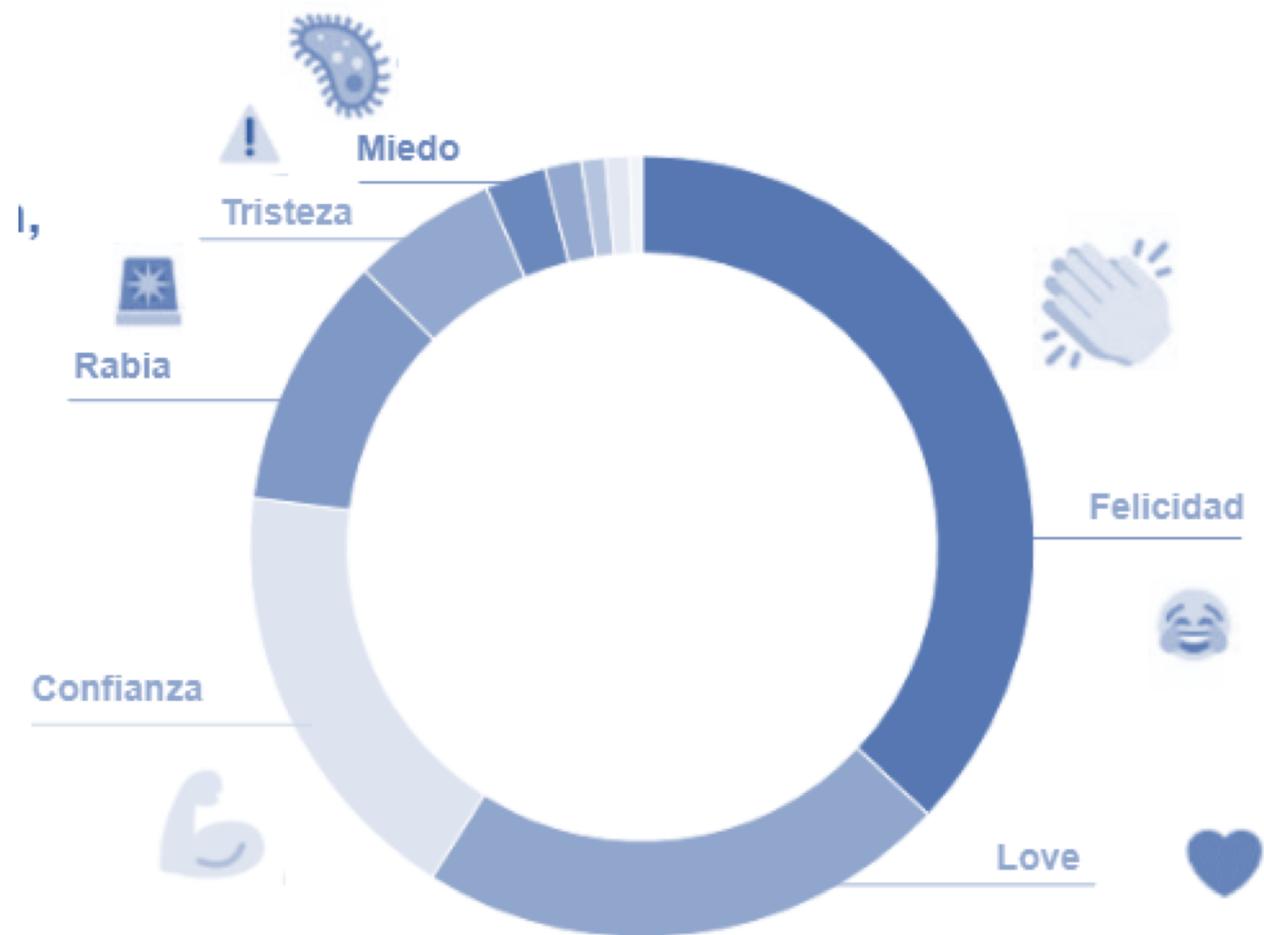
Pasamos por todas las fases emocionales, incluso en el mismo día.

Fuente: Kantar



# Apoyo, ánimo y confianza, los emoticonos que predominan en las conversaciones

Hay miedo, hay tristeza, hay impotencia. Pero en España lo que más hacemos es apoyarnos, lanzando mensajes positivos, animándonos y motivándonos unos a otros.



# Cómo reaccionan las marcas

## 4 maneras de actuar

## LEVÁNTATE Y LUCHA

Marcas que están actuando para luchar contra la enfermedad

## RELAX ENTERTAINMENT

Marcas que ayudan a minimizar el impacto del virus en la vida cotidiana

## ESTOY CONTIGO

Ofrecen gestos significativos para demostrar que entienden la nueva situación

## PURPOSE DRIVEN

Marcas que muestran apoyo en los nuevos tiempos desde su propósito y valores de marca.

# LEVÁNTATE Y LUCHA

## "Renault al rescate"

Una iniciativa de los empleados de Renault para ayudar a la sociedad.



Ver más



A nuestros bares, estamos juntos en esto

Desde J&B vamos a contribuir con 1 MILLÓN DE EUROS y formación online para ayudar a nuestros bares y sus camareros.

#EstamosConNuestrosBares

## Nivea ofrece su fábrica de Tres Cantos (Madrid) para producir geles hidroalcohólicos



A nivel nacional y en coordinación con las Comunidades Autónomas

Vodafone proporcionará 30.000 SIM a hospitales, centros de atención de mayores y alumnos sin acceso a Internet para garantizar su conectividad

## Pernod Ricard se ofrece a fabricar gel hidroalcohólico

Este producto, que ha desaparecido de los lineales de supermercados y también de las farmacias, se está empleando para ayudar a combatir el coronavirus.

### #YoCedoMiCoche

Ante la situación actual, hemos cedido **nuestra flota de coches al servicio del personal hospitalario.**

Nuestros vehículos están a vuestra disposición para que podáis asistir a vuestro lugar de trabajo sin que nada os lo impida.

A todas las personas que por su esfuerzo, trabajo y lucha están combatiendo el Coronavirus, muchas gracias.

Estamos en vuestras manos y **solo hay una manera de superar esto, juntos.**

#YoMeQuedoEnCasa  
#YoCedoMiCoche

HYUNDAI

### LOS HÉROES TAMBIÉN NECESITAN AYUDA.

MAPFRE destina **30 millones** de euros a medidas de apoyo a **PYMES y Autónomos.**

Con esta iniciativa, MAPFRE quiere contribuir a aliviar las dificultades a las que se enfrentan Pymes y Autónomos, que mientras esté en vigor el Estado de Alarma no podrán desarrollar adecuadamente su actividad.

Infórmate de todas las ayudas en [mapfretudamosempresa.com](http://mapfretudamosempresa.com)

MAPFRE SEGUROS DE VERDAD PARA HÉROES DE VERDAD

# ESTOY CONTIGO

Responsablemente

## EL CORTE INGLÉS INFORMA



### DAMOS PRIORIDAD A NUESTROS MAYORES EN TODAS SUS COMPRAS

- Con **acceso prioritario** al centro a primera hora de apertura
- **Cajas rápidas exclusivas**
- **Ayuda en el embolsado** de su compra
- Y además, **toda la ayuda** que necesiten de nuestro personal

ESTAMOS A TU LADO PARA AYUDARTE EN LO QUE NECESITES.



En momentos difíciles te lo ponemos un poco más fácil.

Por ser cliente de Naturgy, ahora dispones de un servicio de consultas médicas por videollamada, sin coste adicional. #YoMeQuedoEnCasa

Clientes Naturgy  
www.naturgy.es/vidеоllamada  
900 100 251

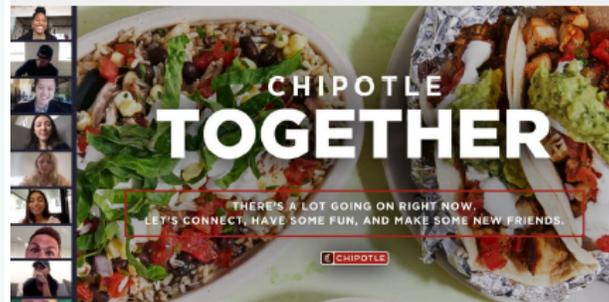
Clientes Comercializadores Registrados  
www.comercializadoresregistrados.es/vidеоllamada  
Línea 900 100 259 - Gas 900 100 502

\*Para poder utilizar estos servicios debes estar registrado en la línea de Gas.

Naturgy



### Chipotle Is Hosting Virtual Lunch Parties With Celebs & Giving Away Free Burritos



### Burger King Is Advertising a 'Quarantine Whopper' You Can Make at Home

French agency Buzzman gives quarantined fans the next-best option as locations remain closed

By David Griner | 17 hours ago



With all restaurants closed due to COVID-19 in France, the nation's Burger King division is advertising a make-your-own Whopper. Burger King France

AMSTEL

# COMO EN EL BAR



## Como en el Bar

De Amstel

Te presentamos el sonido ambiente que necesitaban tus cañas virtuales más que nunca. Una lista con distintos sonidos ambientes de bar que mejorará cualquier cerveza que nos tomemos en casa. #ElSaborDeHacerloBien.

10 CANCIONES

REPRODUCIR EN SPOTIFY



PURPOSE DRIVEN

# Estar donde estés

Sabemos que, en este momento especialmente, esperas que tu banco te acompañe. Esa ha sido siempre nuestra vocación. Por eso, ahora queremos garantizar la máxima atención a través de nuestros canales digitales y, si es imprescindible, de nuestras oficinas abiertas.

Pero, sobre todo, queremos ayudar a que todos podamos salir de esto juntos y más fuertes. Es nuestro deber. Es nuestra voluntad. Con todo el esfuerzo de nuestros gestores de empresas y de particulares, y con las soluciones de liquidez que hacen falta hoy y las que hagan falta mañana. Acompañarte quiere decir que donde tú estés, estaremos nosotros.

Encuentra toda la información en [bancosabadell.com/covid-19](https://bancosabadell.com/covid-19) y contacta con tu gestor para acceder a los préstamos de nuestro **Plan Acompañamiento ICO**.

**B Sabadell**  
Estar donde estés

Llevamos 70 años moviéndonos contigo.  
Es nuestra vocación y nuestra meta.  
Pero en estos momentos, necesitamos que te detengas.  
Parar ahora es pensar en los demás.  
Es seguir las recomendaciones.  
Es, por encima de todo, quedarse en casa.  
Pero no te preocupes, seguimos estando contigo.  
Y cuando llegue el momento, volveremos a movernos juntos.



**IF YOU EVER DREAMED OF PLAYING FOR MILLIONS AROUND THE WORLD,**  
**NOW IS YOUR CHANCE.**

Play inside, play for the world.



**Hola, soy tu casa**

O de amueblarnos la cabeza. Vamos a pasar tiempo juntos para soñar, para querernos. Yo soy tu hogar. Y voy a estar para ti, aguantando todo lo que venga.

#YoMeQuedoEnCasa  
IKEA.es



**Mahou**

Ahora más que nunca **JUNTOS PARA SIEMPRE**

Here with the hometeam



#HOMETEAM

MILLIE TURNER  
JONAH HILL  
IVAN

# 09 insights para entender la nueva realidad

## 01/ Un primer paso hacia la consciencia global

El individualismo que imperaba está siendo amenazado por la epidemia, y ha puesto de manifiesto como el virus no atiende a razones de sexo, raza, clase social ni privilegios.

El mundo tiene miedo, y el miedo une para desarrollar soluciones globales. ¿Estamos ante el primer paso hacia la consciencia de una sola especie?



“ El mundo se ha hecho muy pequeño, todos participamos de todo y un problema generado en un lugar repercute en otros lejanos. Esto nos llevará a esta consciencia global . ”

**Marina Subirats, psicóloga**

## 02/

# Colaboración para hacer frente a la epidemia

Esta crisis ha puesto de manifiesto que no se puede gestionar de otra manera sino compartiendo información y conocimientos, buscando soluciones conjuntas, diseñando medidas de respuesta, tanto a nivel de los Estados como de las personas.

El costo de no colaborar es muy alto. **La respuesta debe ser global, coordinada, basada en la evidencia y cimentada en el aprendizaje**, como será la cooperación del futuro.



**Vamos a ganar esta batalla. Todos Juntos**

**TENEMOS UNA GRAN MISIÓN: VENCER AL COVID19**

En **Sanitas** estamos a disposición de las autoridades sanitarias en este **gran esfuerzo colectivo**.

Nuestro equipo humano de más de **10.000 personas** en España trabaja sin descanso.

La sociedad española nos tiene a su lado para enfrentar juntos esta emergencia.

El sistema sanitario que tenemos es excelente, y combinando recursos públicos y privados **lo hacemos aún más fuerte**.

Todo el apoyo, reconocimiento y aplauso para los profesionales asistenciales que cada día están ofreciendo lo mejor de sí mismos.

**Juntos lo conseguiremos.**

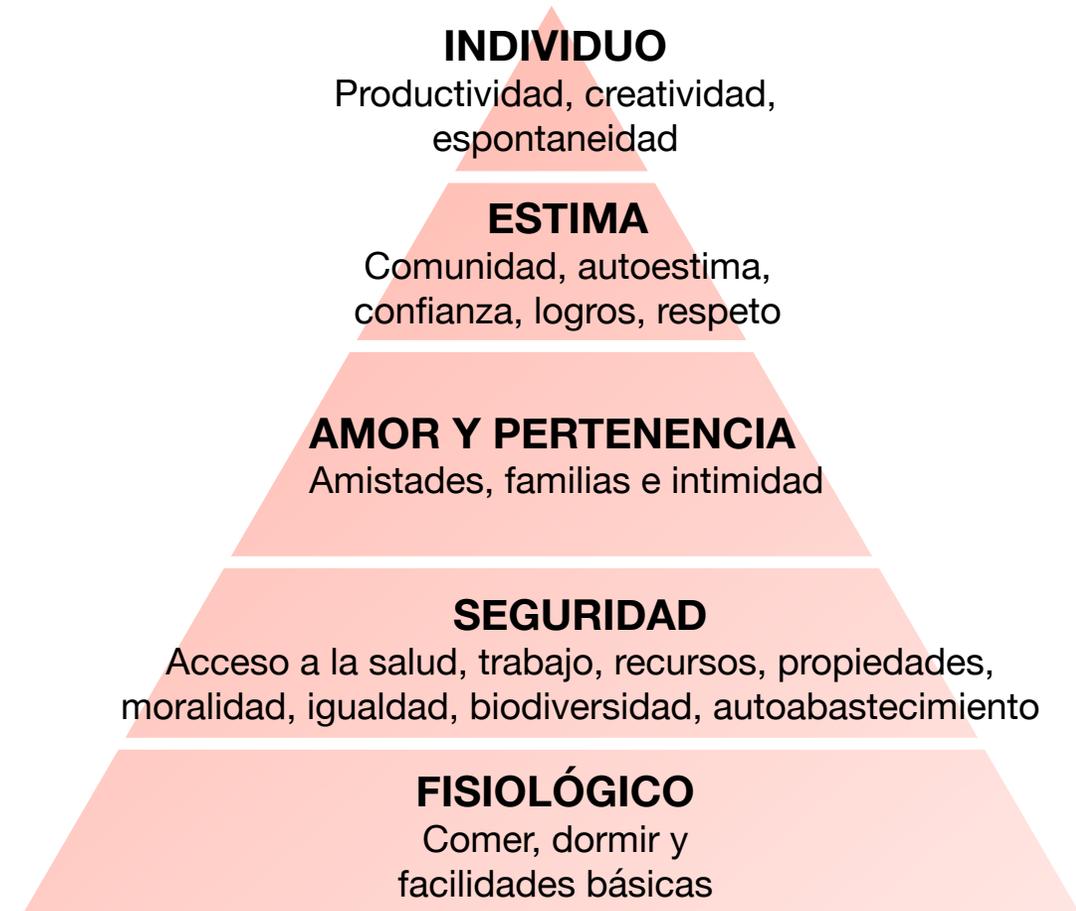
**#JuntosVamosAVencerCOVID19**  
[www.corporativo.sanitas.es/covid19](http://www.corporativo.sanitas.es/covid19)

03/

## La base de la pirámide de necesidades vuelve a cobrar importancia

La situación de crisis hace que **volvamos a las necesidades básicas**. Nos hemos dado cuenta de lo vulnerables que somos frente a este tipo de crisis y de que el concepto clásico de seguridad ligado únicamente a los sistemas policiales o gubernamentales ya no nos sirve. Nuevos actores como las marcas desarrollan un poder que ayuda a cubrir esas necesidades.

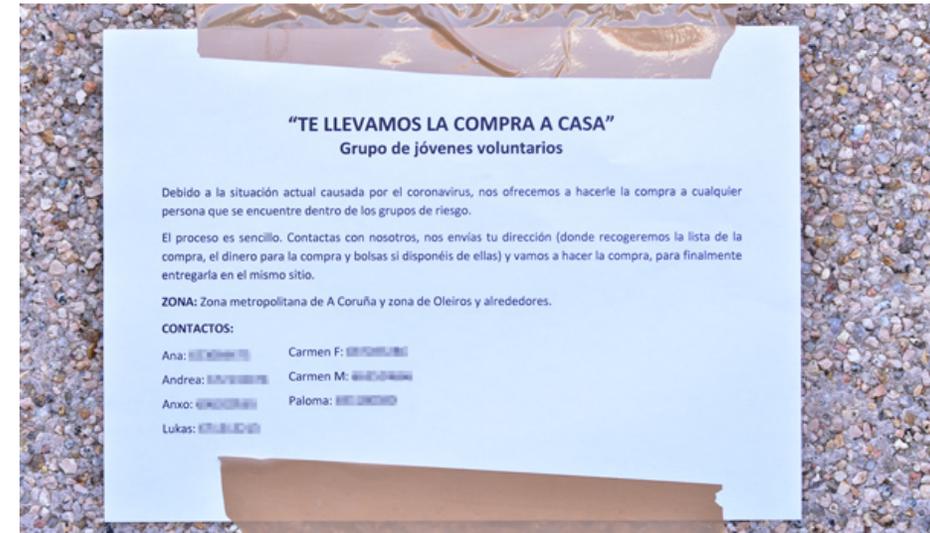
**Un nuevo concepto de seguridad**, donde ya no solamente hay una necesidad de protección física, sino que también entran en juego temas como la igualdad, sostenibilidad, el autoabastecimiento, etc.



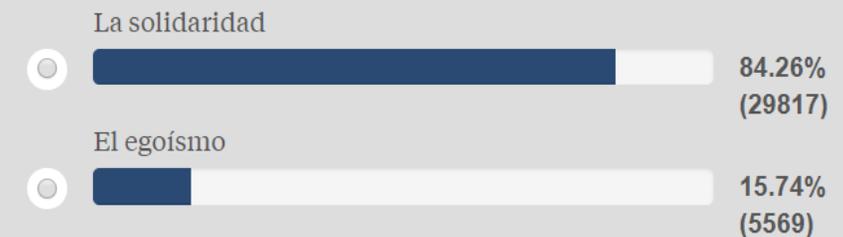
## 04/ Es el momento de tomar medidas y ser solidarios

Quién más paga esta crisis son las personas más vulnerables. **La epidemia genera una nueva desigualdad dentro de las desigualdades previas**, maximizando los efectos de las crisis anteriores que no hemos sabido subsanar.

La generosidad que estamos demostrando debe tener su **reflejo en ayudar a las personas más desfavorecidas**; al pequeño comercio, a nuestros mayores, a las cuidadoras, a las personas que están sufriendo esta crisis por partida doble.



¿Qué está aumentando más a raíz de la crisis del Covid-19?



Fuente: La Vanguardia

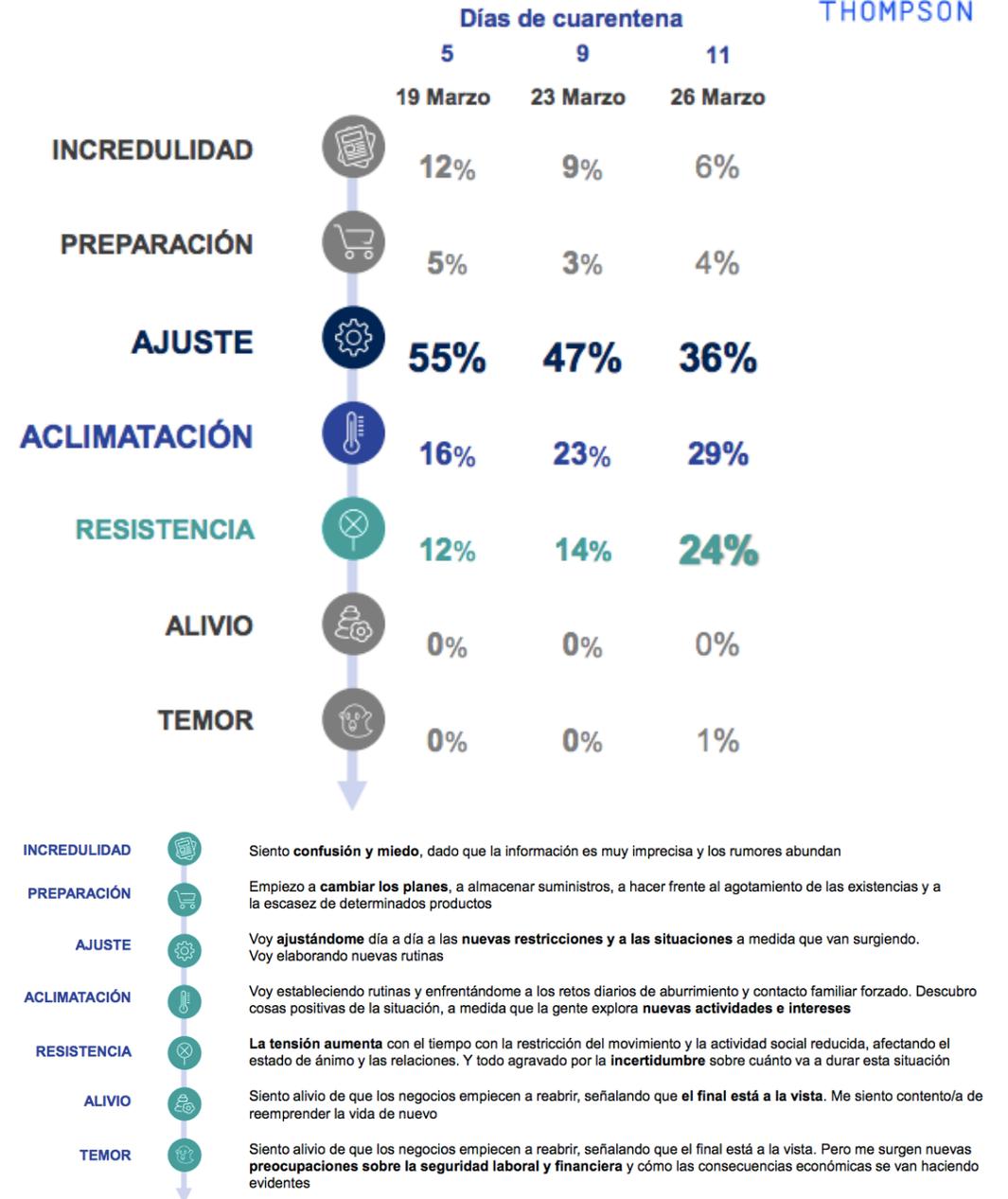
# 05/ Las personas: montaña rusa de emociones

Vamos a pasar por distintas fases. Según Ipsos, en la semana del 26 de Marzo, habíamos pasado de una fase corta de aclimatación, a la resistencia. Aunque permanecemos mayoritariamente en fase de ajuste.

La incertidumbre, el miedo y el confinamiento hacen que pasemos por una variedad de emociones cambiantes día a día: desde el miedo, el enfado, el luto, la resignación, hasta la esperanza y optimismo.

Especial atención a adolescentes y niños.

Fuente: Ipsos



06/

## El humor, la respuesta racional al miedo

El humor, lejos de ser superficial, es una respuesta racional a lo desconocido.

**Los incidentes globales siempre activan una identidad colectiva en clave de humor,** unificando a la masa poliforme y compleja en distintos tipos de humor.

El humor es nuestra vía de escape, y a la vez una herramienta muy poderosa de unión cuando más lo necesitamos.

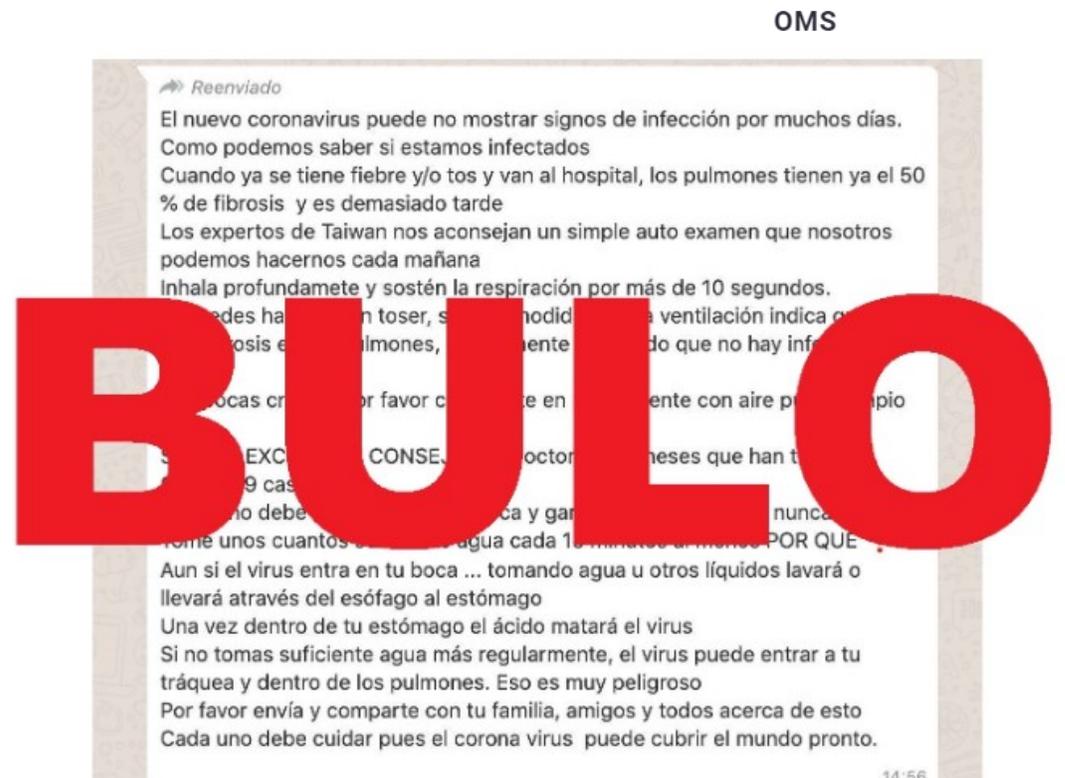


## 07/ Las fake news en tiempos de crisis

Los bulos o “fake news” inundan las redes sociales y se propagan con muchísima rapidez, disparando el miedo y promoviendo la desinformación. Y en una situación de crisis como es la del coronavirus, **se está convirtiendo en un problema añadido difícil de contener.**

Cada día aparecen nuevos rumores sobre posibles curas, métodos de seguridad o datos falsos que, no solo ayudan a incrementar la histeria social, sino que además **suponen un freno a la hora centrar los esfuerzos en una solución efectiva.**

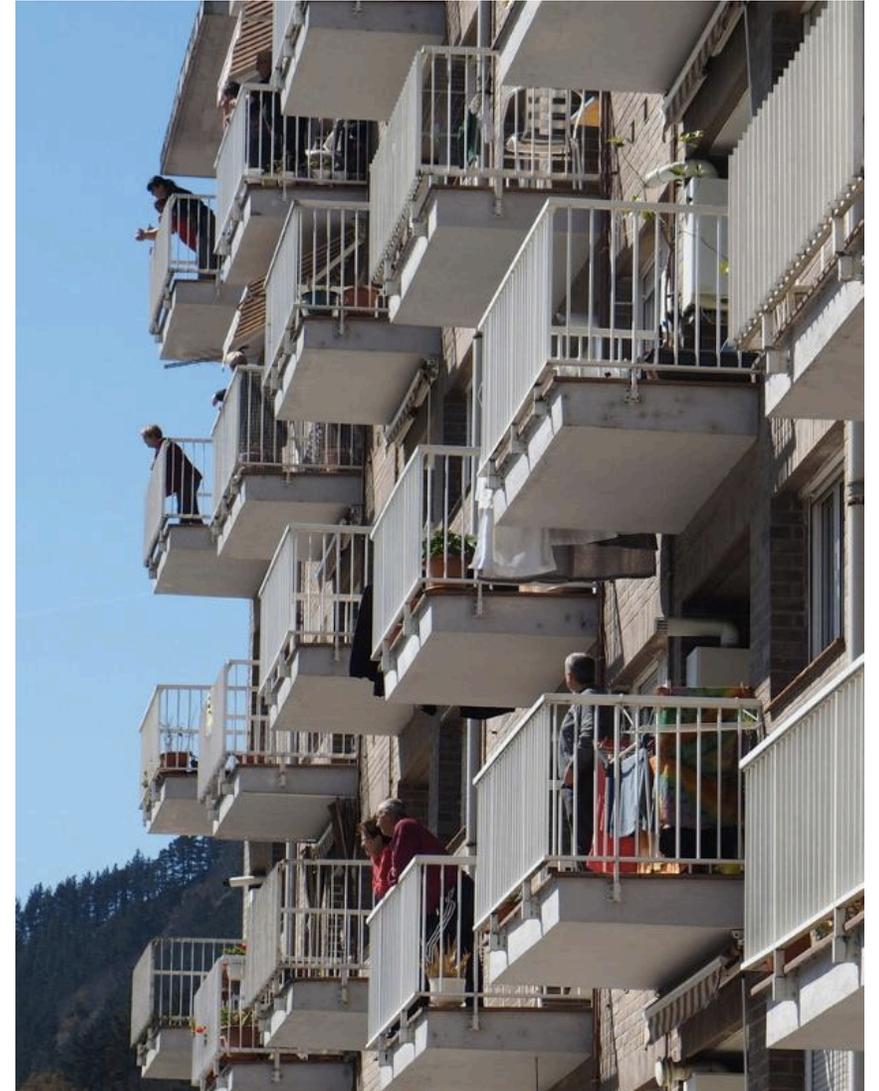
“ La Organización está trabajando 24 horas al día para identificar los rumores más difundidos que puedan perjudicar la salud de la población, como medidas de prevención falsas o curas. Estos mitos se refutan entonces con información demostrada ”



## 08/ La vida en los balcones: una muestra de la necesidad de socialización

Somos animales sociales. Las personas necesitamos contacto, sentir que no estamos solos. Estar confinados va en contra de la naturaleza humana. Sólo situaciones críticas como esta ponen en evidencia esa necesidad, prueba de ello son el incremento de las video llamadas, chats, juegos online, los aplausos en el balcón y la creciente necesidad de vernos las caras.

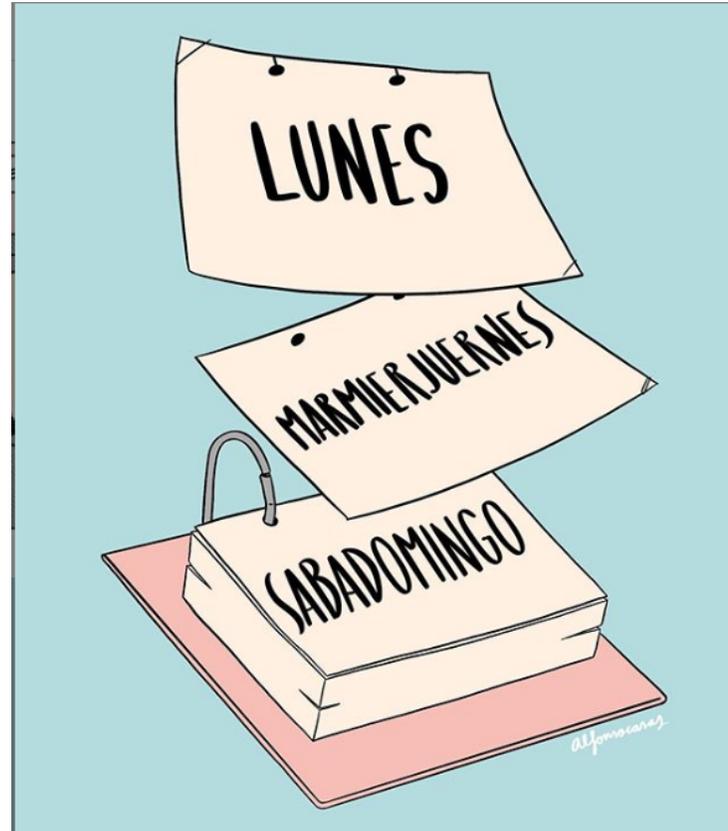
Y es que, si algo nos está trayendo este escenario es darnos cuenta de que, **por encima del individuo, está la sociedad**, que nos necesitamos unos a otros y que, cuando decidimos estar juntos y no enfrentados, somos mucho más fuertes. Que la comunicación, aquella dirigida a tender puentes, es intrínseca al ser humano.



## 09/ La noción del tiempo ha cambiado

Nuestras vidas han cambiado por completo. El hecho de no salir de casa, y no poder seguir las rutinas diarias del mismo modo que hemos hecho siempre, hace que los días sean muy similares unos a otros.

Estamos en el constante “día de la marmota”, con el desgaste a nivel psicológico que ello supone.



# Gracias!

+ WUNDERMAN  
THOMPSON