

¿Cómo ha sido la **comunicación** **sobre Covid-19** de las empresas del **IBEX 35**?

TOPIC ANALIZADO

COVID-19

Se han analizado todos los términos y *hashtags* referentes al COVID-19 que han utilizado las marcas en su comunicación.

RANGO DE TIEMPO

1 de marzo de 2020 - 31 de mayo de 2020

Metodología y ajustes

Para realizar este análisis se ha usado la tecnología “Content Analytics” de Welovroi. Ésta funciona aplicando unos **filtros configurados a mano con determinadas palabras que describan el contenido que queremos clasificar**, en este caso, las publicaciones que hablen sobre Covid-19.

Aunque las publicaciones analizadas sean de los meses de marzo a mayo, a partir del 31/05 se ha seguido interactuando con ellas y con ello actualizándose el dato. De esta manera, si se consulta esta métrica en otro momento (en las propias redes de las marcas, en las capturas incluidas o en Welovroi) puede que sea superior.

Palabras usadas en los filtros del informe

Para todo el informe se han usado las palabras que se detallan a continuación. Sin embargo, si se ha detectado algún hashtag o palabra en particular de un contenido relacionado con el Covid-19 en alguna marca, ésta se ha añadido en el filtro propio de la marca (existen filtros conjuntos y filtros por marca, por hashtag o por campaña).

covid, coronavirus, virus, quédate, casa, teletrabajo, sticks, quedate, #yomequedoencasa, alarma, #enmapfremásunidosquenunca, sintomas, síntomas, cuarentena, mascarillas, #juntosloconseguiremos, mano, mascota, salud, gobierno, unidos, #ligasantanderchallenge, seguimos, aplauso, confina, hospital, #estevirusloparamosunidos, héroes, ahora, #todosaldrábien, #stayathome, #stayhome, corona, personal sanitario, #seguimosconectados, #JuntosLoConseguiremos, fraccionar, ifema, #contigomásquenunca, #juntossaldremosadelante, #juntosesmásfácil, adelantando, bizum, anticiparnos, crisis, ventana, #aplausosanitario, difíciles.



Datos totales IBEX 35

Datos totales y mejores marcas del IBEX 35 en contenido sobre Covid-19.

Desde el día 1 de marzo **se han realizado 12,7K publicaciones sobre el Covid-19** por parte de las marcas del IBEX 35, las cuales han generado un total de **2,15M interacciones**.

Iberdrola (874K) y Acciona (589K) son las marcas que más interacciones han generado en este periodo, quintuplicando la tercera del ranking, Telefónica (con 112K). Entre ambas compañías suponen un 68% de las interacciones totales del sector.

La media de interacciones por marca es de 61,4K y las únicas marcas que superan este dato son las ya mencionadas Iberdrola, Acciona y Telefónica, junto con Bankia que acumula un total de 78,6K interacciones.

El resto de marcas del IBEX 35 que no aparecen en este ranking tienen una presencia muy escasa en redes sociales.

Total de **posts**
sobre Covid-19

12,7K

Total de **interacciones**
sobre Covid-19

2,15M

Media de **interacciones**
por marca

61,4K

Top marcas IBEX 35 Interacciones por marca

Iberdrola	874k
Acciona	589k
Telefónica	112k
Bankia	78,6k
Repsol	60,6k
Santander	58,3k
Mediaset	50,3k
BBVA	44k
Aena	38,7k
Sabadell	31,6k
Bankinter	30,5k
MásMóvil	30,5k
MAPFRE	29,2k
Ferrovial	23,8k
CaixaBank	23,4k
Endesa	21,8k
Naturgy	17,7k

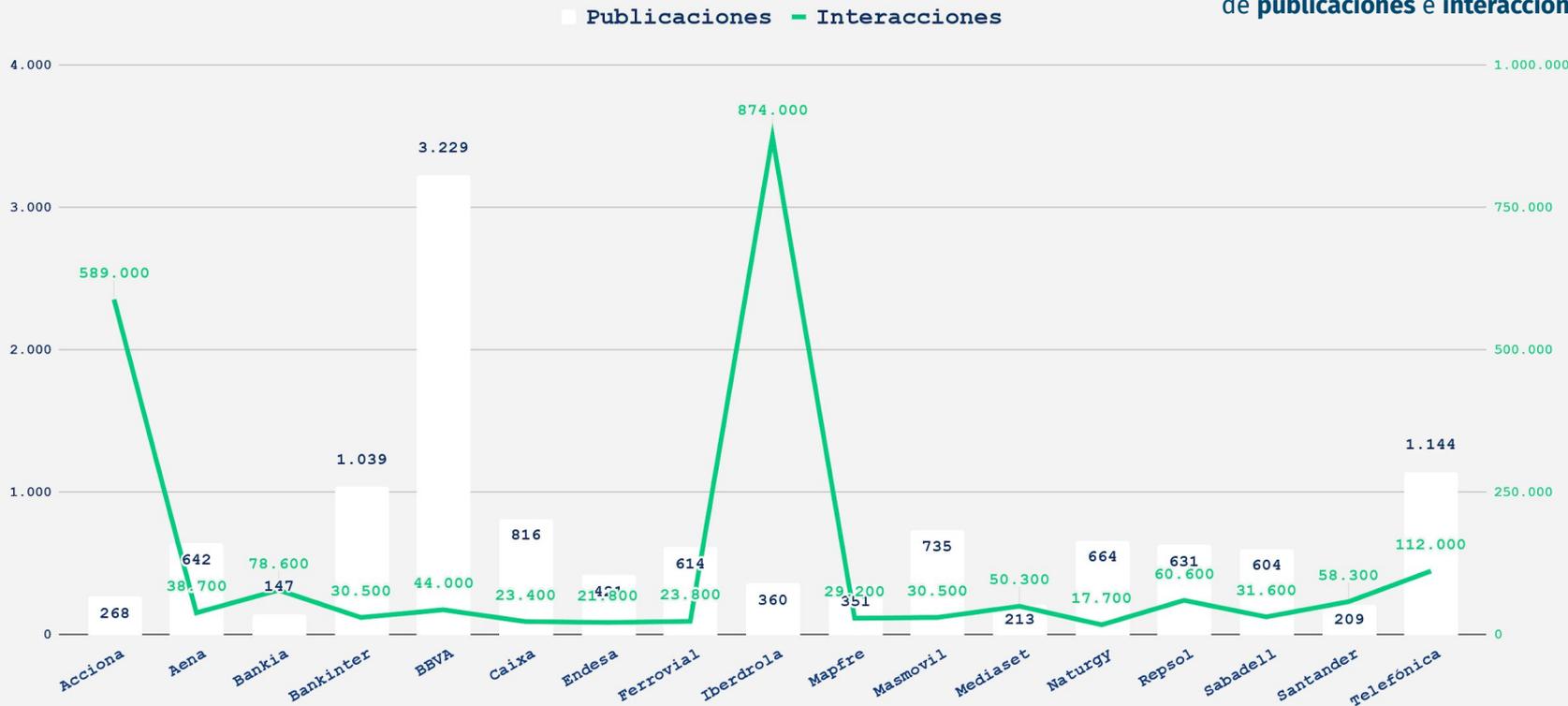


El mes de abril ha sido el mes con más conversación y mayor interés del público en los contenidos relacionados con el Covid-19. La media de interacciones de este mes (225 por post) es la más alta del trimestre.

Durante el mes de abril se incrementaron las publicaciones sobre este tema un 28%, pero llama la atención que esto se tradujo en prácticamente doblar las interacciones (+91%). Ya en el mes de mayo, las marcas han dejado de publicar tanto sobre este tema (un 26% menos que en abril) y el interés del público empieza a decaer (las interacciones descienden un 62%).

Zoom marcas con más interacciones en posts sobre el Covid-19

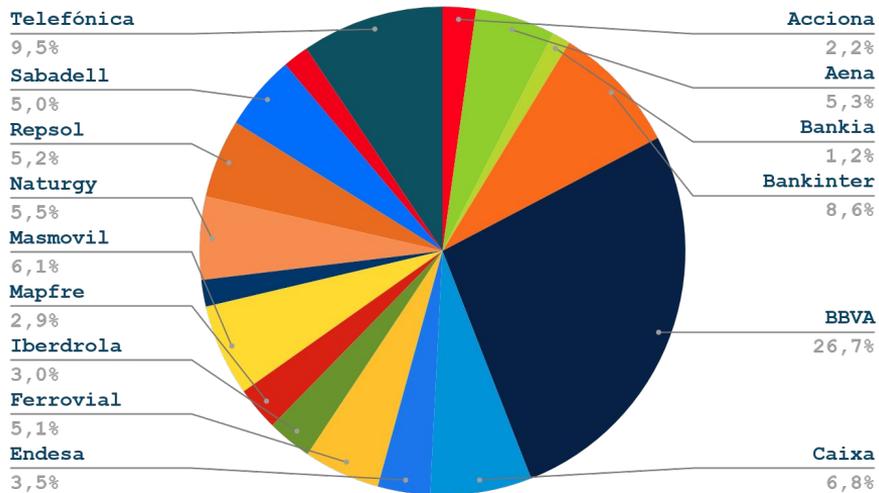
	Marca	Publicaciones	Interacciones en posts	Media de interacciones
1	 IBERDROLA	360	874k	2,4k
2	 acciona	268	589k	2,2k
3	 <i>Telefónica</i>	1,1k	112k	98
4	 Bankia	147	78,6k	534
5	 REPSOL	631	60,6k	96
6	 Santander	209	58,3k	279
7	 MEDIASETespaña.	213	50,3k	236
8	 BBVA	3,2k	44k	14
9	 aena	642	38,7k	60
10	 Sabadell	604	31,6k	52
11	 bankinter.	1k	30,5k	29
12	 MÁSMÓVIL	735	30,5k	32
13	 MAPFRE	351	29,2k	83
14	 ferrovial	614	23,8k	39
15	 CaixaBank	816	23,4k	29
16	 endesa	421	21,8k	52
17	 Naturgy	664	17,7k	27



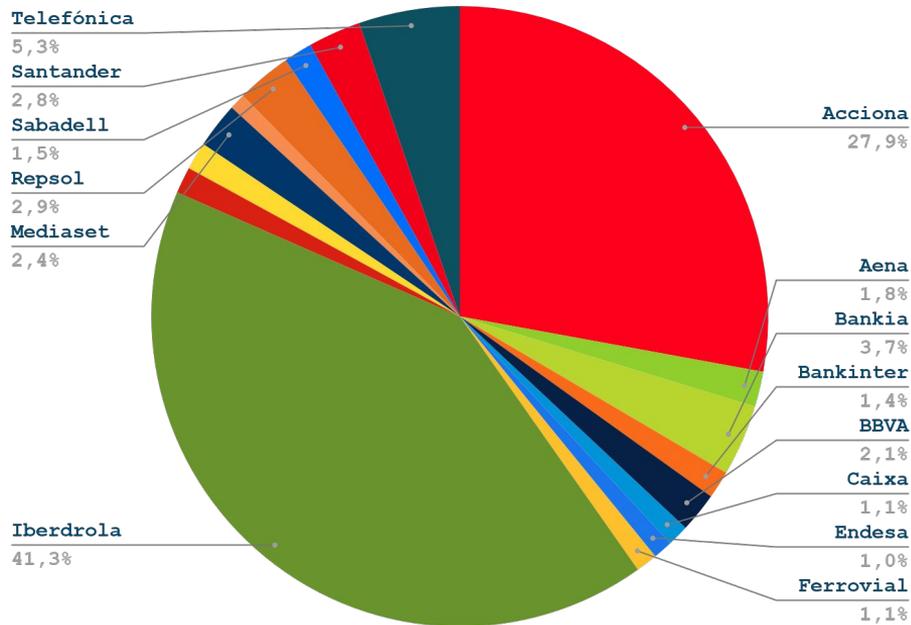
MEDIA DE INTERACCIONES POR POST



Publicaciones por marca



Interacciones por marca



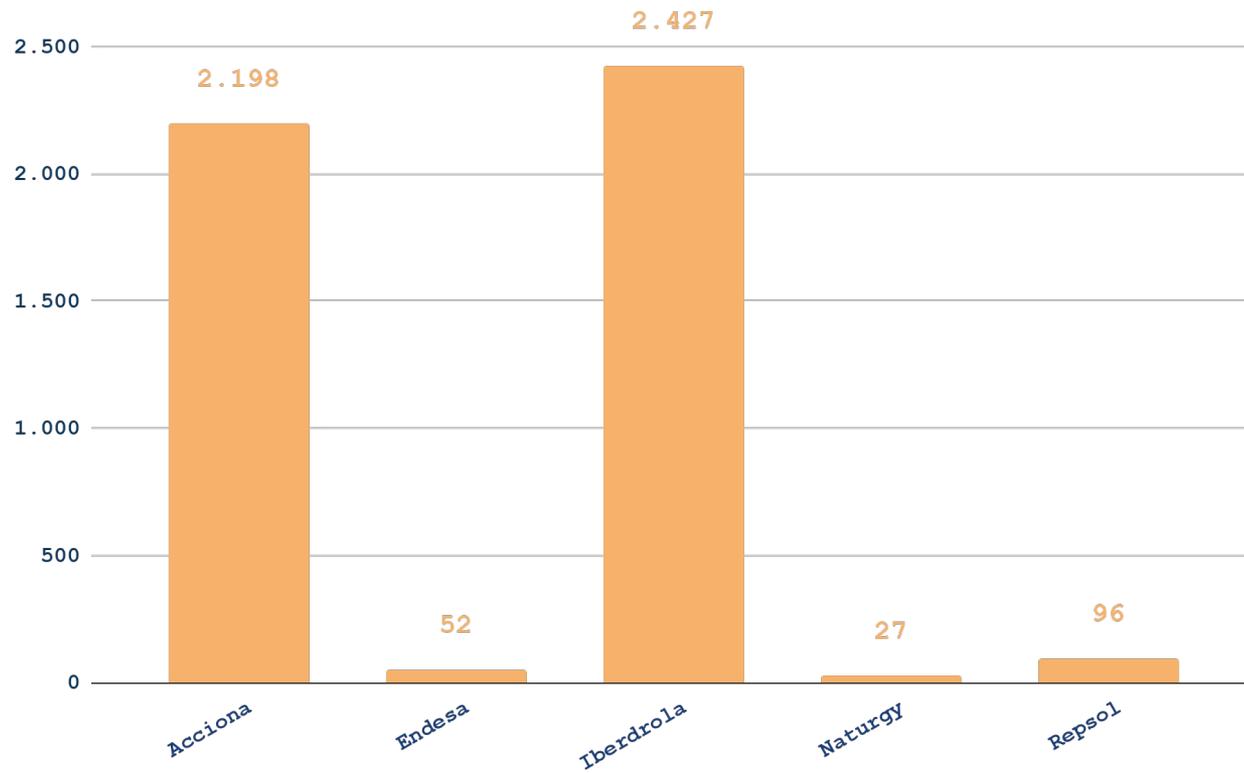
	Líder en posts publicados	Líder en total de interacciones	Líder en media de interacciones
Total (del 01/03 al 31/05)	 3,2k	 IBERDROLA 874k	 IBERDROLA 2,4k
Marzo (del 01/03 al 31/03)	 1,1k	 IBERDROLA 303k	 IBERDROLA 2,6k
Abril (del 01/04 al 30/04)	 1,1k	 acciona 507k	 acciona 4k
Mayo (del 01/05 al 31/05)	 1k	 IBERDROLA 232k	 IBERDROLA 2,5k

Marcas del IBEX 35 líderes en la comunicación del Covid-19 mes tras mes.

BBVA ha sido la marca que más ha publicado durante el trimestre sobre Covid-19, mes a mes ha publicado unos mil posts. Al ser una marca con no demasiadas interacciones, no sobresale en el resto de rankings.

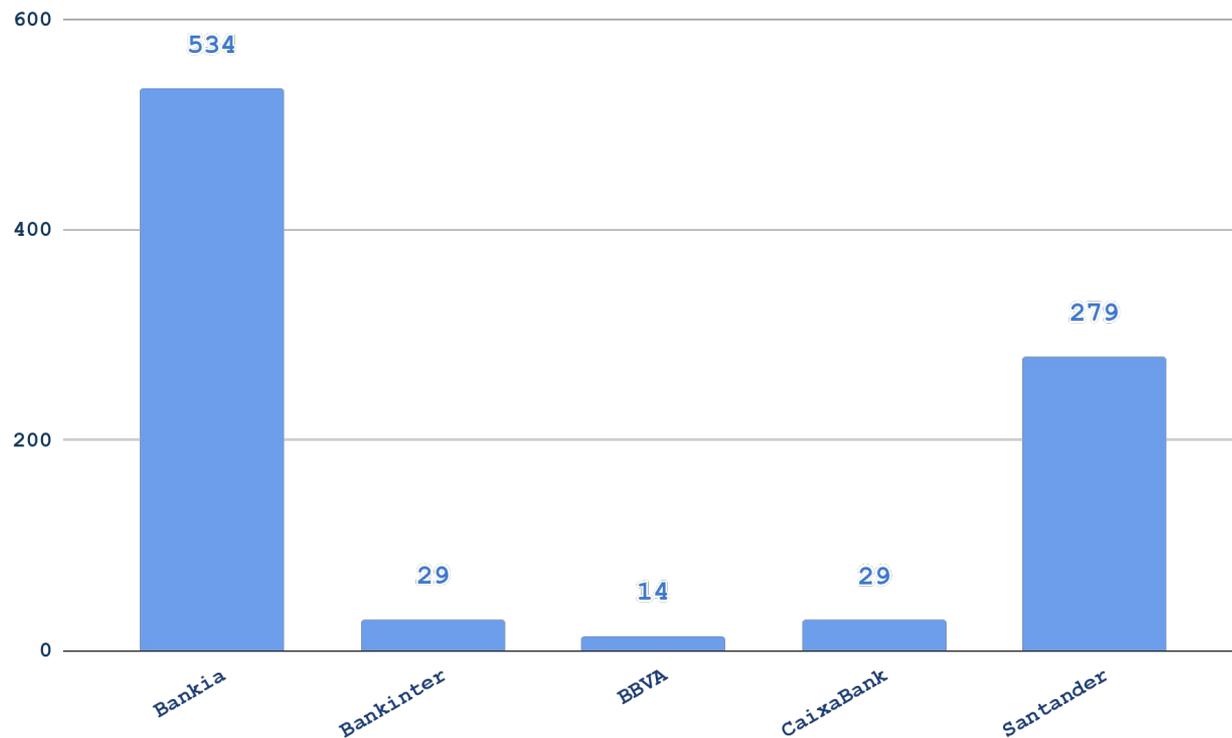
Coincide la marca que tiene más interacciones con la que mejor media de interacciones obtiene durante estos meses de análisis. Esto da una referencia de que **unos pocos posts son los que han suscitado especial interés en el público**. Es el caso de Iberdrola y de Acciona.

Iberdrola consigue unas 300K interacciones al mes en contenido sobre el Covid-19, siendo superada únicamente por Acciona en abril con un total que supera las 500K interacciones.



El sector energía es el que consigue una mejor media de interacciones en el IBEX 35 ya que Iberdrola y Acciona son las marcas líderes en este ranking.

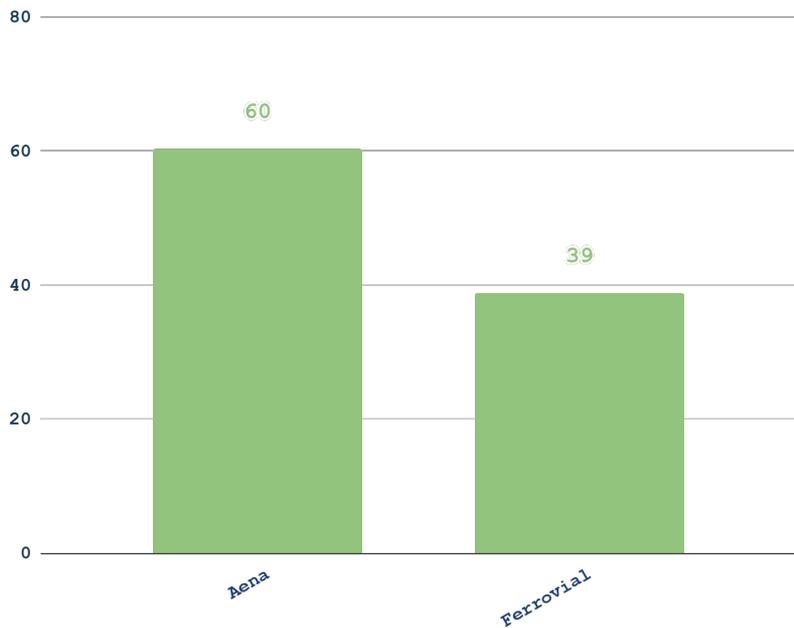
En el caso de estas dos marcas, no se caracterizan por publicar demasiado (unos 300 posts cada una durante el trimestre) pero unos pocos contenidos suponen un gran número de interacciones, de ahí su dato de media de interacciones.



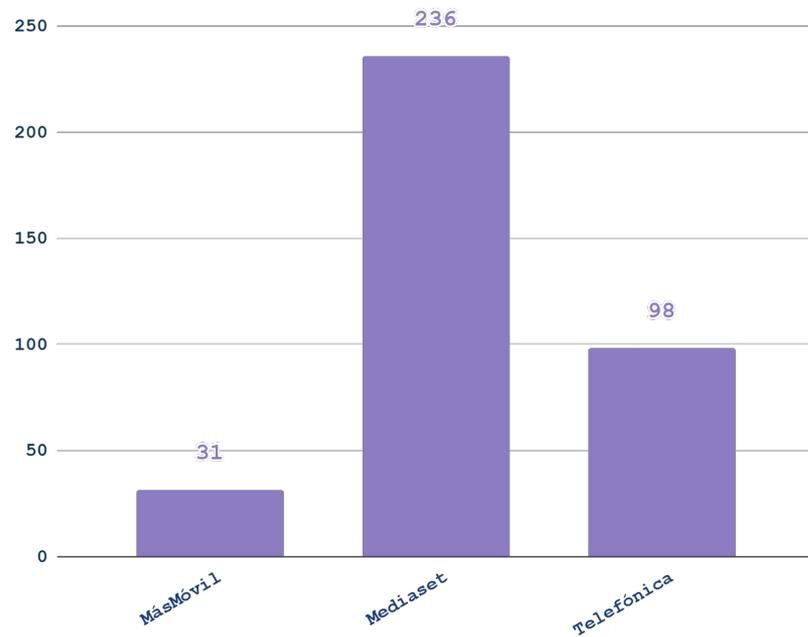
BBVA tiene el peor dato en media de interacciones ya que ha sido la marca que más ha publicado con diferencia (más de 3K posts) pero se coloca en octavo puesto en interacciones (44K).

Bankia se convierte así en la compañía bancaria con mejor media de interacciones, ocupando el tercer puesto en el ranking total de esta métrica en el IBEX 35.

SECTOR TRANSPORTES



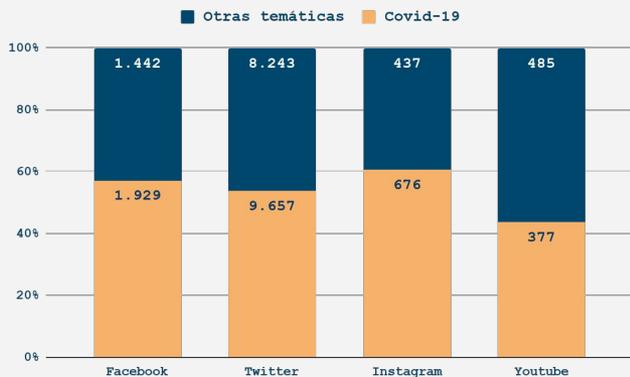
SECTOR COMUNICACIÓN



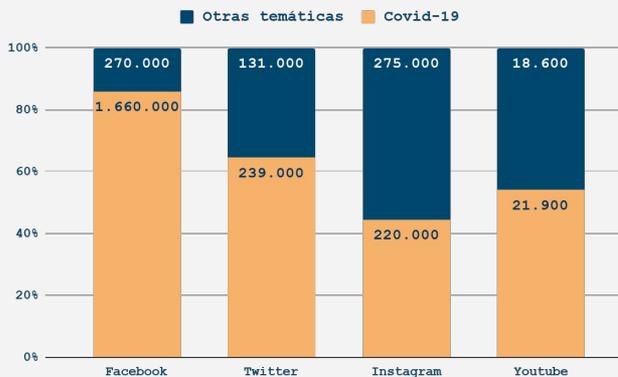
Datos por red social



Publicaciones sobre el COVID-19 por red social frente a publicaciones totales.



Interacciones en posts sobre COVID-19 por red social frente a interacciones totales.



Media de interacciones en posts de Covid-19 vs. otras temáticas

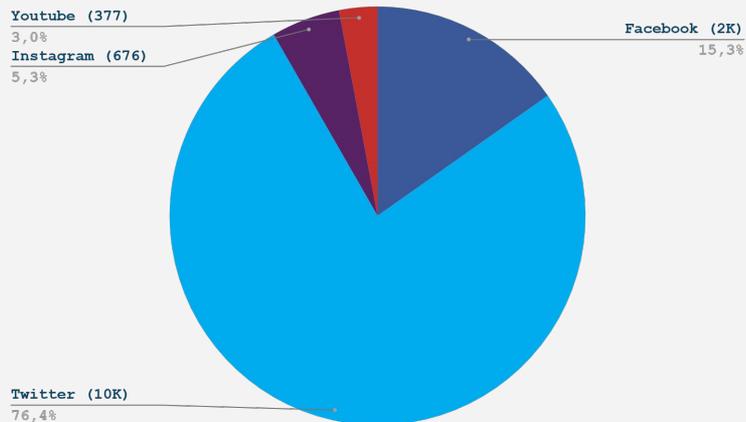
	COVID-19	Otros
	861	187
	25	16
	325	629
	58	38

La mayoría de las redes sociales han dedicado entre el 50% y el 60% de sus contenidos a tratar el tema del Covid-19 durante el trimestre. Sin embargo, es Facebook la que consigue más interacciones (1,66M) consiguiendo este contenido un 86% del total de interacciones de la red en este periodo. **Llama la atención el caso de Instagram que, siendo la red con mayor proporción en contenido sobre el Covid-19 (un 61%), la media de interacciones en el resto de publicaciones duplica la conseguida por los posts sobre el virus;** cuando la tendencia general en el resto de redes sociales es que el contenido sobre el Covid-19 resulte más interesante.

LAS REDES SOCIALES Y EL COVID-19 EN EL IBEX 35

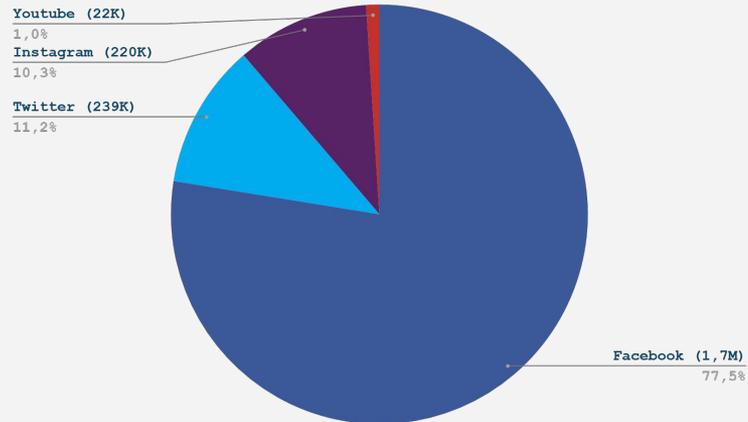
¿dónde se habla más y en qué red funciona mejor?

Publicaciones sobre COVID-19 por red social



Total de posts: **12,7k**

Interacciones en posts sobre COVID-19 por red social



Total de interacciones: **2,15M**

Líderes del sector en COVID-19 por red social

Líder del sector en publicaciones

Líder del sector en interacciones*

*reproducciones en el caso de Youtube

Líder del sector en el contenido



ferrovial

338

IBERDROLA

774k

acciona

342k [link](#)



BBVA

3,1k

IBERDROLA

61,5k

acciona

14,2k [link](#)



Naturgy

176

Telefonica

46,1k

M.

2,5k* [link](#)



Naturgy

102

acciona

9,42M

CaixaBank

6,51M* [link](#)

* En el caso de Youtube e Instagram, se han descartado manualmente contenidos con más interacciones no relacionados directamente con el Covid-19.



acciona
3 de abril

Escribe tu emoji de aplauso 🏆 para reconocer a nuestros profesionales frente al #COVID19.

Nos sentimos muy orgullosos de la respuesta que todos ellos están teniendo en esta situación 🏆 Orgullosos de su responsabilidad en el trabajo 👏 👤 Orgullosos de su solidaridad y generosidad 🤝👉 Seguiremos fomentando este espíritu porque #EsteVirusLoParamosUnidos.

f

ACCIONA
@ACCIONA

Si tienes que salir de casa 🏠, sigue estas medidas de protección e higiene

📧 HAZ RT para que llegue a todo el mundo

#YoMeQuedoEnCasa 🏠 #QuédateEnCasa 🏠
#EsteVirusLoParamosUnidos

12:37 p. m. - 25 mar. 2020 - **Twitter Web App**

t

mediasetcom • Seguir

mediasetcom • Cosas que no cambian ni con confinamiento 🏠 #COVID-19

2.422 Me gusta
6 de abril

Made un comentario... **Publicar**

i

CON NUESTROS AUTÓNOMOS Y PYMES
Financiación en E-commerce
ayudando a salir adelante

#ComigoMeQuedoEnCasa
Con nuestros autónomos, pymes y comercios

6.505.385 visualizaciones · 31 mar. 2020

CaixaBank

En CaixaBank estamos #ComigoMeQuedoEnCasa. Con nuestros autónomos y pymes, ayudando a salir adelante mediante financiación y nuevas soluciones. Y con nuestros comercios devolviéndoles la cuota de mantenimiento de los TPV.

y

* En el caso de Youtube e Instagram, se han descartado manualmente contenidos con más interacciones no relacionados directamente con el Covid-19.



Datos contenido

HASHTAGS

más usados y que mejor funcionan en los post sobre COVID-19

(junto con la clasificación de si son generales o pertenecen a una marca en concreto)

CON MÁS PUBLICACIONES

Dato

#Covid19	1,5K
#EsteVirusLoParamosUnidos	929
#Coronavirus	636
#SeguimosConectados	555 
#QuédateEnCasa	444
#EstarDondeEstés	350 
#ComprometidosContigo	291 

CON MÁS INTERACCIONES

Dato

#EsteVirusLoParamosUnidos	816k
#Covid19	514k
#MayoresCuidados	192k 
#SaldremosAdelante	157k 
#QuédateEnCasa	153k
#YoMeQuedoEnCasa	121k
#JuntosSaldremosAdelante	91,3k

MEDIA de interacciones

Dato

#EsteVirusLoParamosUnidos	878
#Covid19	335
#MayoresCuidados	14k 
#SaldremosAdelante	2k 
#QuédateEnCasa	345
#YoMeQuedoEnCasa	725
#JuntosSaldremosAdelante	7k

#Covid19



#QuédateEnCasa



#EsteVirusLoParamosUnidos



Acciona
3 de abril · 🌐

Escribe tu emoji de aplauso 👏 para reconocer a nuestros profesionales frente al #COVID19.

Nos sentimos muy orgullosos de la respuesta que todos ellos están teniendo en esta situación 👏 Orgullosos de su responsabilidad en el trabajo 🧑‍🚒 Orgullosos de su solidaridad y generosidad 🙏 Seguimos fomentando este espíritu porque #EsteVirusLoParamosUnidos.

f

Iberdrola
2 de abril · 🌐

👏 Ellos nos lo han dado TODO... y estos días, que necesitan el apoyo de tantos, siguen dándonos ejemplo, con su actitud y devolviendo cada día desde las ventanas el esfuerzo de los profesionales por cuidarnos A TODOS.

🙏 Porque TODOS, mayores y pequeños, agradecemos la generosidad y compromiso de los que incansablemente hacen estos días posibles los servicios esenciales y que no dudemos de que #SALDREMOSADELANTE #EsteVirusLoParamosUnidos

#QuédateEnCasa
#MayoresCuidados

👤 Santiago Carrión

f

Acciona
3 de abril · 🌐

Escribe tu emoji de aplauso 👏 para reconocer a nuestros profesionales frente al #COVID19.

Nos sentimos muy orgullosos de la respuesta que todos ellos están teniendo en esta situación 👏 Orgullosos de su responsabilidad en el trabajo 🧑‍🚒 Orgullosos de su solidaridad y generosidad 🙏 Seguimos fomentando este espíritu porque #EsteVirusLoParamosUnidos.

f

HASHTAGS CREADOS POR CADA MARCA

para comunicar el contenido sobre COVID-19

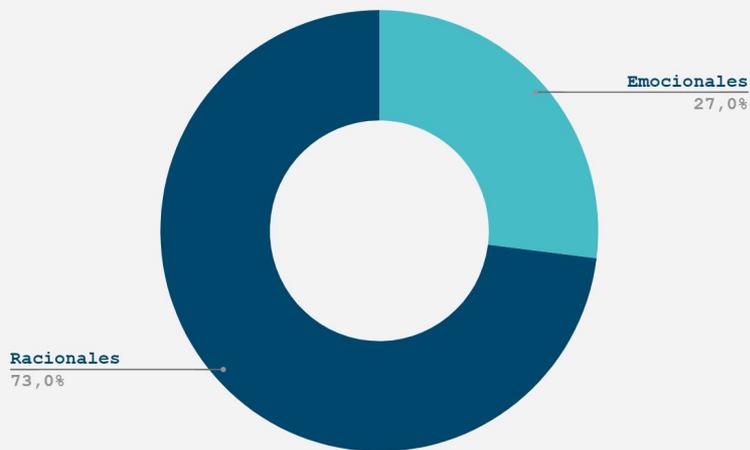
#JuntosLoConseguiremos 20/3  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Posts</th> <th>Interacc.</th> <th>Media</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>137</td> <td>48,7K</td> <td>355</td> </tr> </tbody> </table>	Posts	Interacc.	Media	137	48,7K	355	#QueNoNosFalteLaEnergía 9/4  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Posts</th> <th>Interacc.</th> <th>Media</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>89</td> <td>2,4K</td> <td>27</td> </tr> </tbody> </table>	Posts	Interacc.	Media	89	2,4K	27	#SeguimosConectados 18/3  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Posts</th> <th>Interacc.</th> <th>Media</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>603</td> <td>77,9K</td> <td>129</td> </tr> </tbody> </table>	Posts	Interacc.	Media	603	77,9K	129	#EnMAPFREmásUnidosQueNunca 25/3  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Posts</th> <th>Interacc.</th> <th>Media</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>119</td> <td>17,7K</td> <td>149</td> </tr> </tbody> </table>	Posts	Interacc.	Media	119	17,7K	149
Posts	Interacc.	Media																									
137	48,7K	355																									
Posts	Interacc.	Media																									
89	2,4K	27																									
Posts	Interacc.	Media																									
603	77,9K	129																									
Posts	Interacc.	Media																									
119	17,7K	149																									
#MenosTonteríasMásQuedarseEnCasa 16/3  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Posts</th> <th>Interacc.</th> <th>Media</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>224</td> <td>9,9K</td> <td>44</td> </tr> </tbody> </table>	Posts	Interacc.	Media	224	9,9K	44	#ACCIONAteam 2/4  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Posts</th> <th>Interacc.</th> <th>Media</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>15</td> <td>22K</td> <td>1,5K</td> </tr> </tbody> </table>	Posts	Interacc.	Media	15	22K	1,5K	#JuntosEsMásFácil 28/3  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Posts</th> <th>Interacc.</th> <th>Media</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>54</td> <td>37,9K</td> <td>701</td> </tr> </tbody> </table>	Posts	Interacc.	Media	54	37,9K	701	#FerroviaJuntosCovid19 5/4  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Posts</th> <th>Interacc.</th> <th>Media</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>15</td> <td>730</td> <td>49</td> </tr> </tbody> </table>	Posts	Interacc.	Media	15	730	49
Posts	Interacc.	Media																									
224	9,9K	44																									
Posts	Interacc.	Media																									
15	22K	1,5K																									
Posts	Interacc.	Media																									
54	37,9K	701																									
Posts	Interacc.	Media																									
15	730	49																									
#SaldremosAdelante 2/4  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Posts</th> <th>Interacc.</th> <th>Media</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>67</td> <td>159K</td> <td>2,4K</td> </tr> </tbody> </table>	Posts	Interacc.	Media	67	159K	2,4K	#ComprometidosContigo 15/3  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Posts</th> <th>Interacc.</th> <th>Media</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>374</td> <td>9,9K</td> <td>27</td> </tr> </tbody> </table>	Posts	Interacc.	Media	374	9,9K	27	#MedidasConcretasBankinter 15/4  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Posts</th> <th>Interacc.</th> <th>Media</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>27</td> <td>1,4K</td> <td>52</td> </tr> </tbody> </table>	Posts	Interacc.	Media	27	1,4K	52	#ContigoMásQueNunca 20/3  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Posts</th> <th>Interacc.</th> <th>Media</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>206</td> <td>17,1K</td> <td>83</td> </tr> </tbody> </table>	Posts	Interacc.	Media	206	17,1K	83
Posts	Interacc.	Media																									
67	159K	2,4K																									
Posts	Interacc.	Media																									
374	9,9K	27																									
Posts	Interacc.	Media																									
27	1,4K	52																									
Posts	Interacc.	Media																									
206	17,1K	83																									
#LaLigaSantanderFest 24/3  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Posts</th> <th>Interacc.</th> <th>Media</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>20</td> <td>19,1K</td> <td>954</td> </tr> </tbody> </table>	Posts	Interacc.	Media	20	19,1K	954	<p>MásMóvil ha sido la marca más reactiva a la hora de marcar su comunicación sobre el Covid-19 ya que solo dos días después de anunciarse el estado de alarma en España, ya comenzaron a publicar con su #MenosTonteríasMásQuedarseEnCasa. Los hashtags que han creado las marcas suelen expresar cercanía y empatía, usando palabras como “Contigo” o “Juntos”. #SaldremosAdelante, publicado por Iberdrola, ha sido el hashtag que ha obtenido mejor media de interacciones (2,4K por post).</p>																				
Posts	Interacc.	Media																									
20	19,1K	954																									

Palabras emocionales vs. racionales en posts sobre el Covid-19

(ZOOM: las 100 palabras más usadas y que mejor funcionan en el sector)

CLASIFICACIÓN DEL NÚMERO DE PUBLICACIONES

(palabras emocionales vs. racionales)



CLASIFICACIÓN DEL NÚMERO DE INTERACCIONES

(palabras emocionales vs. racionales)



PALABRAS

más usadas y que mejor funcionan en los post sobre COVID-19

CON MÁS PUBLICACIONES	Tipo	Dato
Gracias	emocional	2,4k
Compañeros	emocional	1,5k
Atención	racional	995
Casa	racional	988
Días	racional	813
Crisis	racional	721
Información	racional	647

CON MÁS INTERACCIONES	Tipo	Dato
Gracias	emocional	604k
Responsabilidad	racional	545k
Profesionales	racional	530k
Acciona	racional	508k
Frente	racional	458k
Aplauso	emocional	442k
Generosidad	emocional	439k

Media de interacciones	Tipo	Dato
Generosidad	emocional	43,9k
Responsabilidad	racional	7,8k
Aplauso	emocional	6k
Acciona	racional	3,7k
Profesionales	racional	1,9k
Frente	racional	1,3k
Gracias	emocional	242

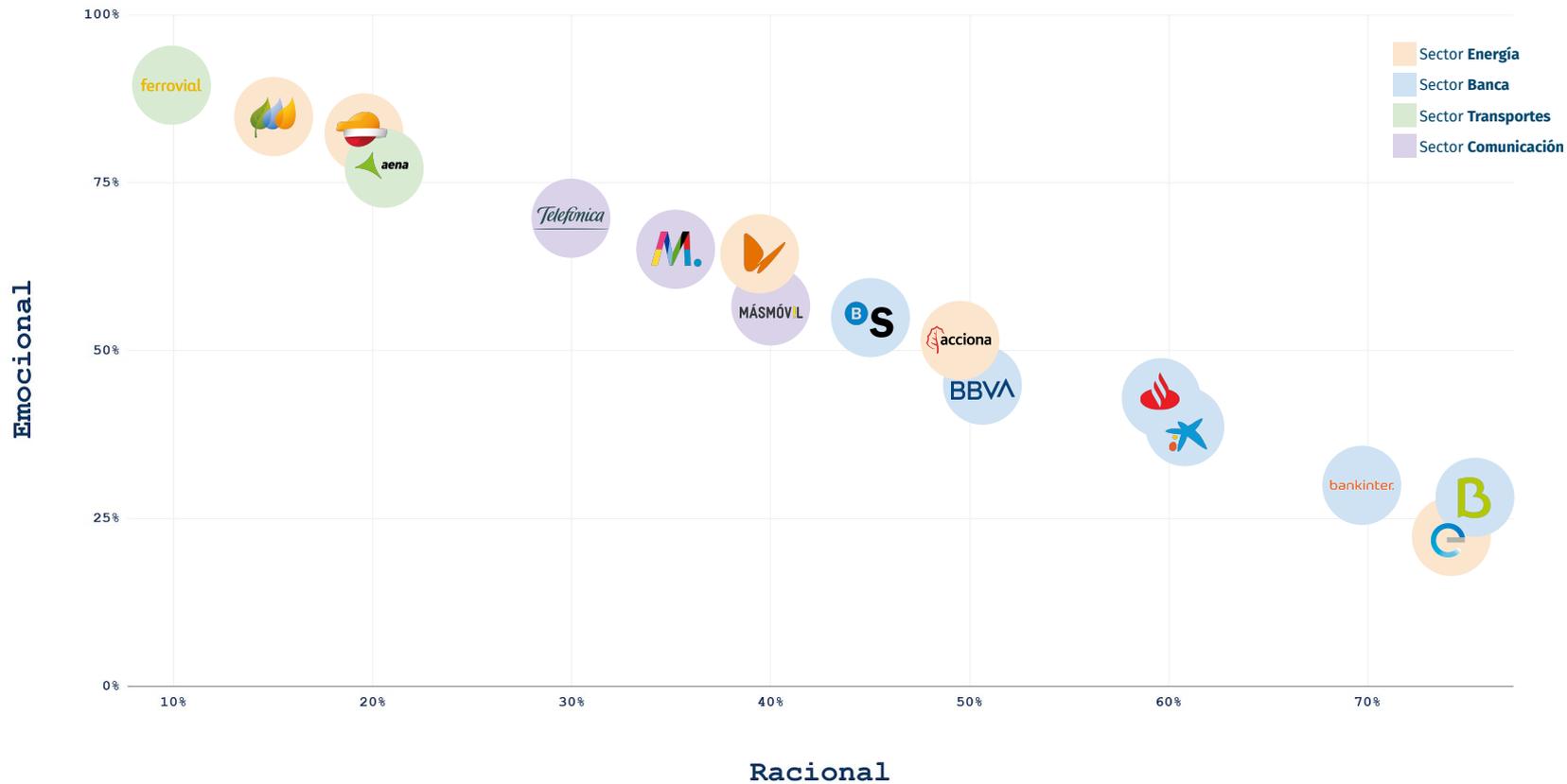


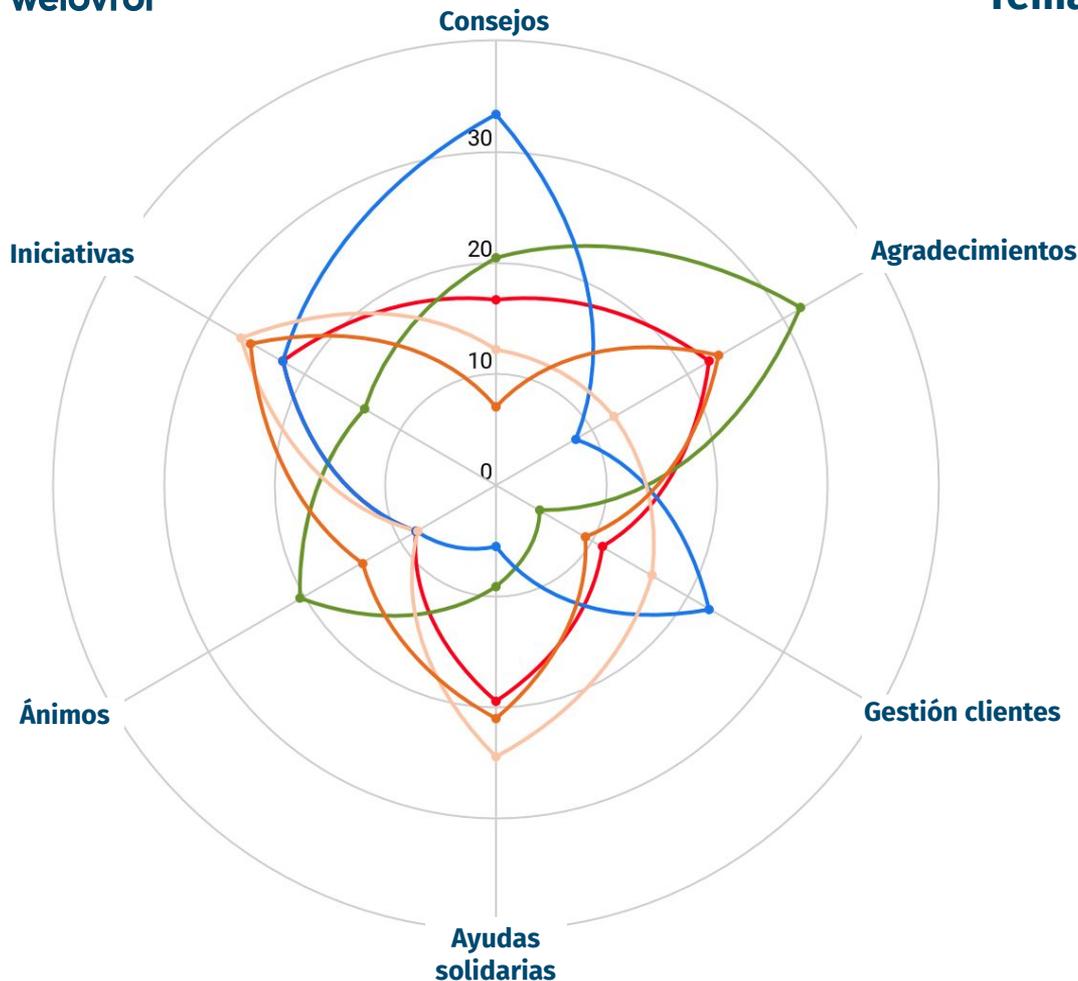
Zoom por sectores

Clasificación de los contenidos por marca

Interacciones en posts sobre el Covid-19 emocionales vs. racionales

ZOOM: los 20 mejores contenidos sobre COVID-19 de cada marca

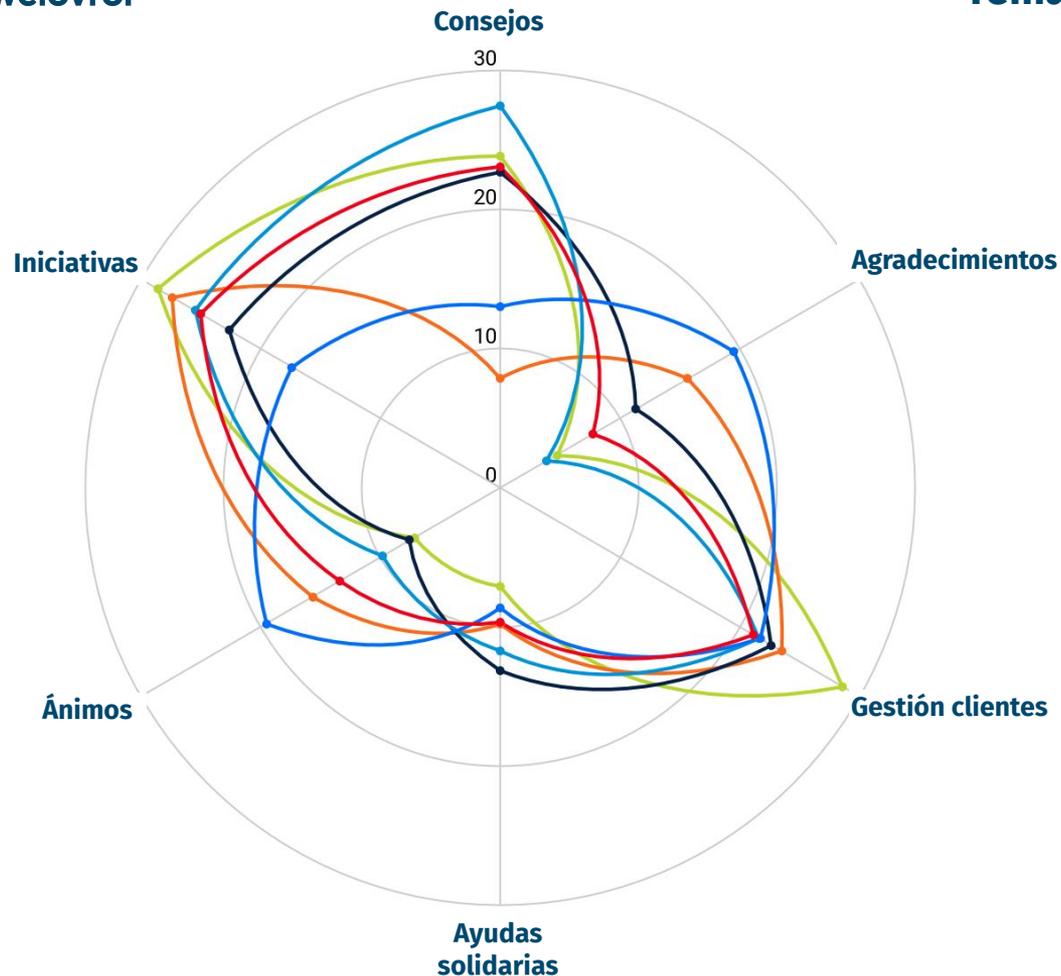




Las marcas del sector energía no han seguido una misma tendencia a la hora de tratar el tema del Covid-19 cuando se analiza por las temáticas elegidas. Sin embargo, vemos similitudes en Acciona y Repsol, ambas marcas centran en iniciativas, agradecimientos y ayudas solidarias sobre el 20% de sus mejores contenidos.

Se desmarcan claramente Iberdrola, por dedicar un tercio de su contenido destacado a los agradecimientos, y Endesa por hacerlo en la misma proporción en consejos para hacer más llevadera esta situación. El 24% de los mejores posts de Naturgy se relacionan con las ayudas solidarias, siendo esta marca la que más destaca en esta temática.

- Acciona
- Iberdrola
- Endesa
- Naturgy
- Repsol



Las marcas del sector banca han centrado su comunicación en la gestión de clientes y en la creación de iniciativas, casi la mitad de sus mejores posts han estado relacionados con estas dos temáticas.

Y sobre el 20% del contenido de estas marcas ha ido dirigido a compartir consejos para llevar mejor la situación de crisis.

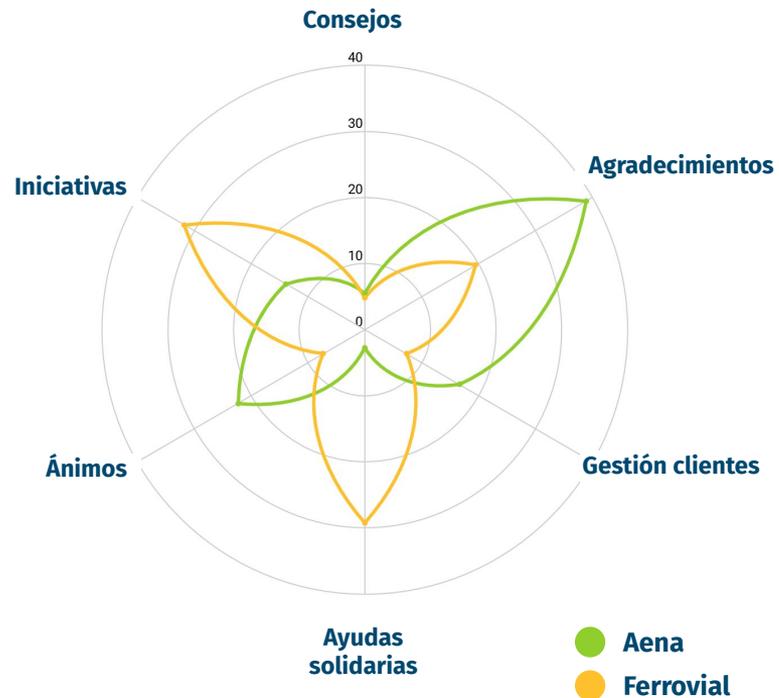
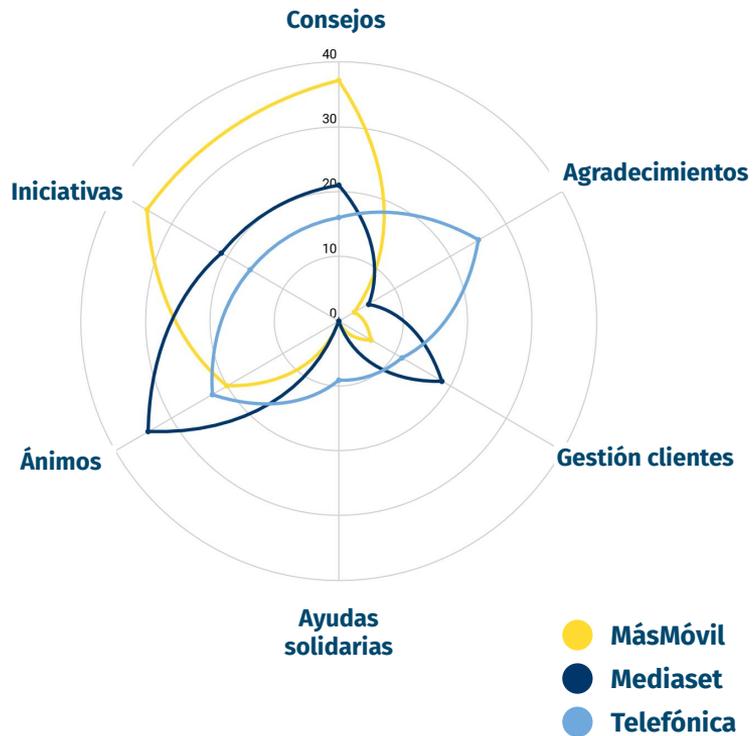
Llama la atención que prácticamente todas las marcas del sector banca siguen la misma tendencia, a excepción de Sabadell que se centra más que el resto en agradecimientos y ánimos.

- Bankia
- Bankinter
- BBVA
- Caixa
- Sabadell
- Santander

Temática de los contenidos por marca

SECTOR COMUNICACIÓN & TRANSPORTE

ZOOM: los 20 mejores contenidos sobre COVID-19 de cada marca



welovroi

www.welovroi.com