

A photograph of three female athletes running on a red track. The athlete in the foreground is wearing a dark green singlet with 'ROS TRACK & CROSS-COUNTRY' and the number '201' on the back, and dark shorts with the number '8'. The athlete in the middle is wearing a white singlet with blue accents and the number '386' on the back, and dark shorts. The athlete in the background is wearing an orange singlet with the number '91' on the back. The background shows a green field and a blurred stadium.

informe corona appinio

Número 16 – 28.07.2021

 España

Diseño y metodología del estudio	04
Puntos clave del informe	08
Preguntas adicionales	10
Preocupaciones sobre la COVID-19	15
Regreso a la normalidad	21
Hábitos de consumo	28

Introducción al estudio

Introducción al Informe Corona de Appinio

Hace alrededor de un año, la COVID-19 se convirtió en un problema a nivel mundial. España inició su primer confinamiento, algo que nunca antes había ocurrido.

Diferentes sectores económicos se paralizaron de repente y nadie en el mundo fue capaz de predecir cómo cambiaría nuestra vida diaria o la economía.

En ese momento, Appinio decidió comenzar un seguimiento exhaustivo que ayudara a comprender mejor el impacto de la pandemia en la vida diaria y el comportamiento de consumo de la población alemana.

Durante el último año, este informe ha ayudado a miles de empresas en Alemania a comprender mejor a los consumidores y su comportamiento durante esta pandemia mundial. Este estudio comenzó a realizarse en España a mediados de noviembre de 2020 con la llegada de Appinio al país.

A partir del séptimo número, el Informe Corona de Appinio España cuenta con un nuevo diseño y un cuestionario mejor adaptado a las preocupaciones actuales sobre temas como la vacunación.

 Accede a las opciones de filtrado de datos desde appinio.com/login

Al igual que en los números anteriores, el Informe seguirá incluyendo *preguntas adicionales* sobre temas más actuales o debatidos.

Todos los datos y otras opciones de filtrado (p. ej. por edad o género) pueden ser consultados en tiempo real desde nuestra plataforma de investigación: business.appinio.com.

Este informe también está disponible en Alemania, Francia y Reino Unido.

Fechas de medición

2020

Estudio 1 – 24.11.2020

2021

Estudio 02 – 04.01.2021

Estudio 03 – 22.01.2021

Estudio 04 – 04.02.2021

Estudio 05 – 17.02.2021

Estudio 06 – 03.03.2021

Estudio 07 – 16.03.2021

Estudio 08 – 31.03.2021

Estudio 09 – 15.04.2021

Estudio 10 – 28.04.2021

Estudio 11 – 12.05.2021

Estudio 12 – 26.05.2021

Estudio 13 – 09.06.2021

Estudio 14 – 23.06.2021

Estudio 15 – 07.07.2021

Estudio 16 – 21.07.2021

01

Diseño y metodología del estudio

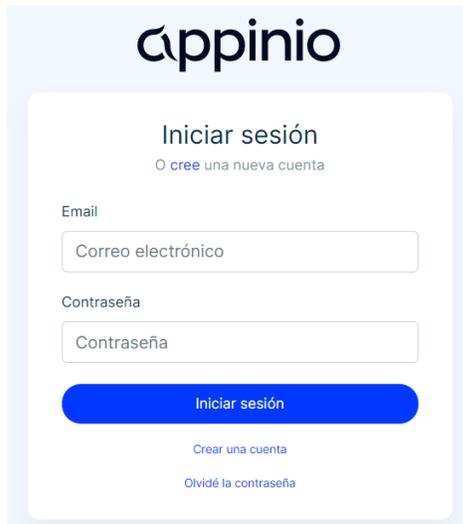


Acceso al estudio y a los datos

Accede al estudio completo y a todas las respuestas en tiempo real a través del dashboard analítico de Appinio

1. Regístrate de forma gratuita

- Crea una cuenta gratis en research.appinio.com



2. Accede al informe

- Debajo de **Estudios de Appinio**, encontrarás el **Informe Corona**.
- Haz clic en la portada del estudio al que deseas acceder.



3. Analiza los resultados

- Analiza, filtra o descarga los resultados en tiempo real desde tu dashboard de Appinio (p. ej. filtrar por criterios sociodemográficos).



Diseño del estudio

Recopilación de datos, muestra y contenido

Método

- Cuestionario móvil enviado a nuestro panel en España a través de la aplicación móvil de Appinio
- El estudio ha sido realizado el 21 de julio de 2021
- Los datos pueden ser consultados, filtrados y descargados en tiempo real a través de research.appinio.com

Muestra

- País: España
- Edad: 16 – 65 años de edad
- Representativa a nivel nacional conforme a edad y a género
- Estudio 1: N = 1000
- Estudio 2-16: N = 1000

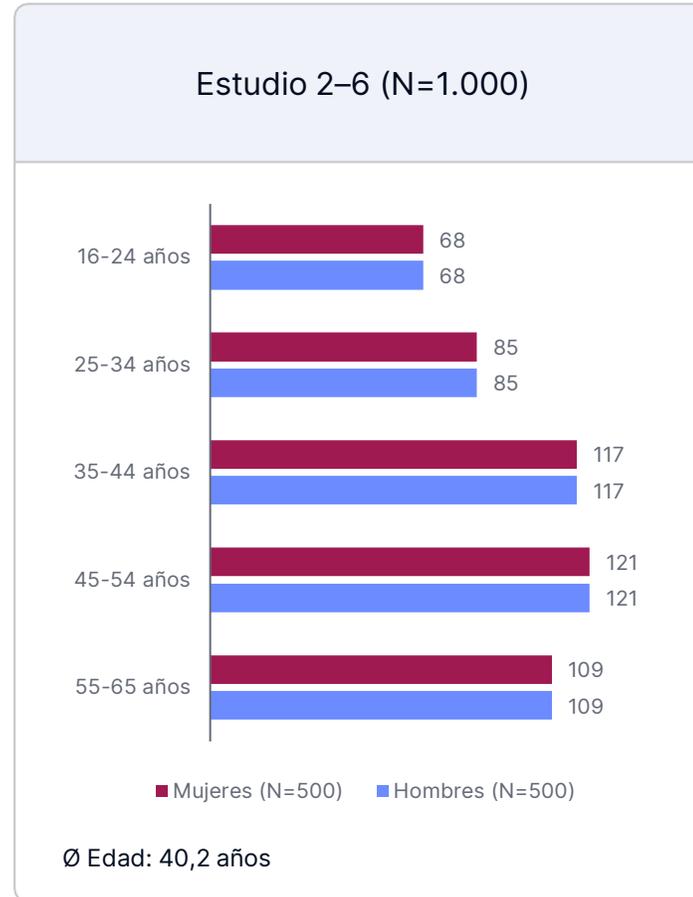
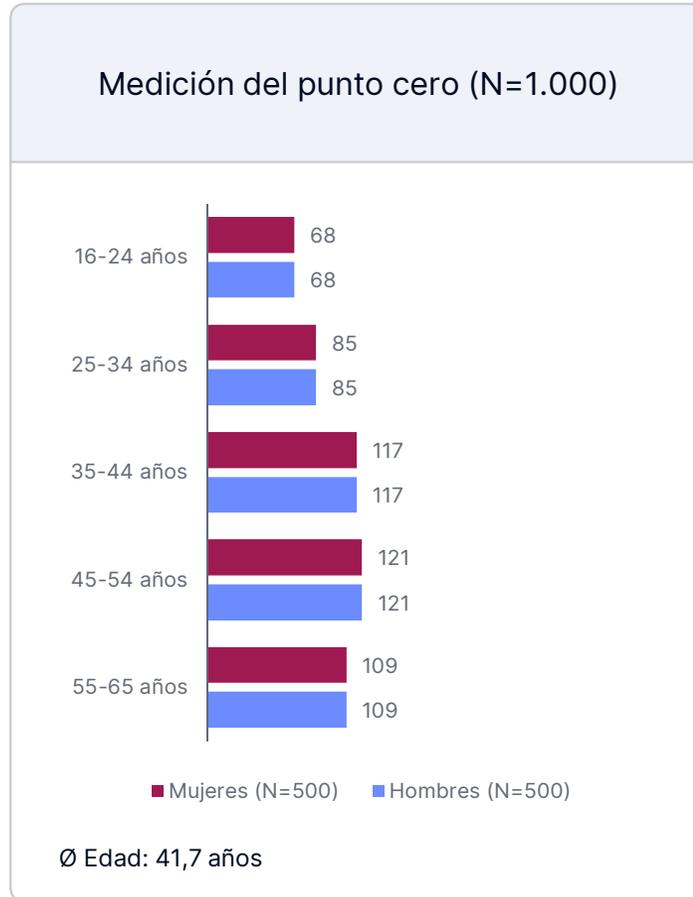
Contenido

- Preguntas adicionales actuales:
 - Eventos deportivos y Olimpiadas: ¿quién y cómo se seguirán los Juegos de Tokio?
 - Los patrocinadores y las marcas, ¿tienen alguna influencia en los espectadores españoles?
 - Los Juegos Olímpicos y la COVID-19: ¿qué opinan los españoles?
- Preocupaciones y sentimientos sobre el coronavirus
- Disposición a vacunarse y razones en contra de la vacunación
- Seguridad y movilidad en la vida diaria
- Comportamiento de compra en línea y en tienda

Composición de la muestra

Edad y género – Todos los estudios

01 Diseño y metodología del estudio



02

Puntos clave del informe



Puntos clave – Preguntas de rastreo y adicionales

Los datos más interesantes en un vistazo



Casi un **70%** de los españoles opina que es **(muy) probable** que siga las Olimpiadas de Tokio 2020

- Los resultados revelan **que un 38% de los españoles siguen normalmente las Olimpiadas**, 46% perteneciente a los dos grupos más altos de edad (45-54; 55-65 años).
- En general, la audiencia de todos los eventos deportivos tiende a diferir considerablemente entre los grupos de edad: **los más jóvenes muestran menos interés que los mayores**.
- Con un **43%**, la **Champions League de la UEFA** es el evento deportivo más seguido por los encuestados españoles.



Nike y Adidas: las marcas más asociadas a los Juegos Olímpicos

- Un 36% de los encuestados **no asocia ninguna marca en particular** a las Olimpiadas.
- Las marcas que se asocian a los Juegos Olímpicos más frecuentemente son **Nike** (31%), **Adidas**, (30%) y **Coca-Cola** (20%).
- Imagen positiva de las marcas durante las Olimpiadas: son **muy pocos** (5%) los que consideran que los patrocinadores de los eventos **influyen de manera negativa en la opinión de los consumidores**.



Los Juegos más polémicos: ¿se deberían haber aplazado?

- Según los resultados, un **38% de españoles sería partidario de haber aplazado las Olimpiadas** otro año o incluso para los siguientes Juegos en 2024 para evitar que se propague más la pandemia.
- El **42%**, sin embargo, concuerda con que **pueden celebrarse siempre y cuando haya unas medidas de seguridad contra la covid garantizadas**.
- Un **88%** de españoles opina que seguir los Juegos Olímpicos de Tokio 2020 **será diferente a otros años**.

03

Preguntas adicionales

Juegos Olímpicos de Verano: Tokio 2020

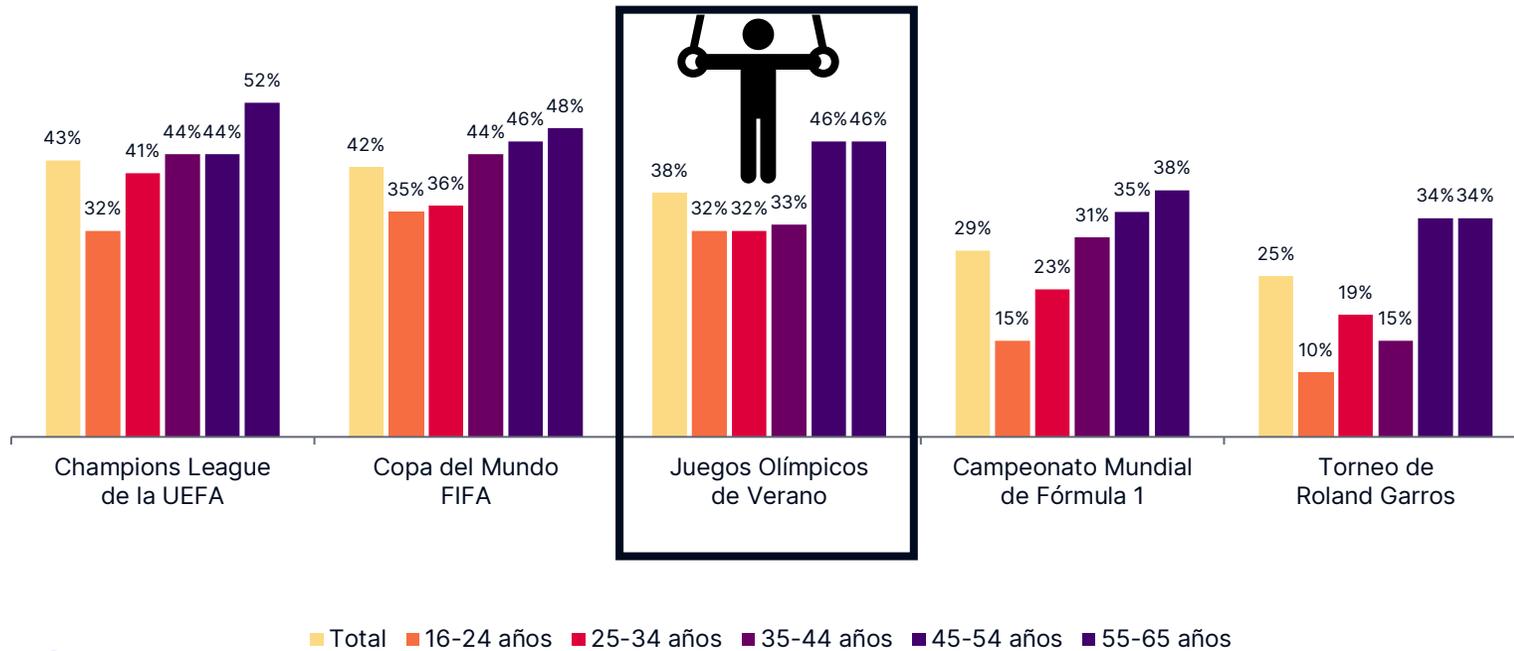
- ¿Cuáles son los eventos deportivos que siguen en general los españoles? Y las Olimpiadas, ¿son un evento popular?
- ¿Qué disciplinas olímpicas son las que más se verán en España durante los Juegos de Tokio 2020?
- Los patrocinadores y las marcas, ¿tienen alguna influencia en los espectadores españoles?
- Los Juegos Olímpicos y la COVID-19: ¿qué opinan los españoles?



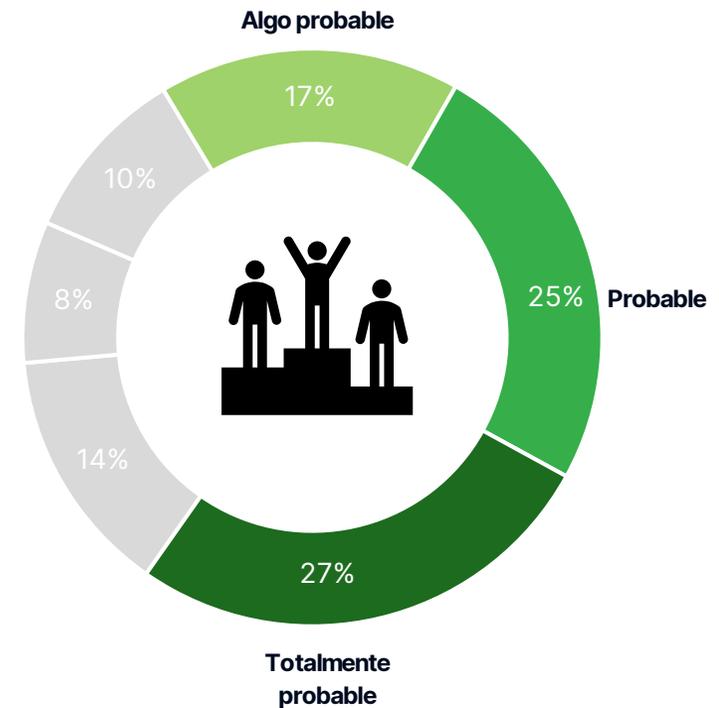
Eventos deportivos en España

¿Qué ven los españoles?

Los **eventos deportivos** más seguidos por los españoles en televisión, en las noticias, etc.



La **probabilidad** de que los espectadores españoles vean algún evento deportivo durante las Olimpiadas de Tokio 2020 **es alta**.



- Con un **43%**, la **Champions League de la UEFA** es el evento deportivo más seguido por los encuestados españoles. La **Copa Mundial de Fútbol FIFA** se encuentra muy cerca con un **42%**.
- La audiencia de todos los eventos deportivos en general tiende a diferir considerablemente entre los grupos de edad: **los más jóvenes muestran menos interés que los mayores**.
- Los resultados revelan **que un 38% de los españoles siguen normalmente las Olimpiadas**, 46% perteneciente a los dos grupos más altos de edad (45-54; 55-65 años).

¿Cómo se vivirán las Olimpiadas de Tokio 2020 en España?

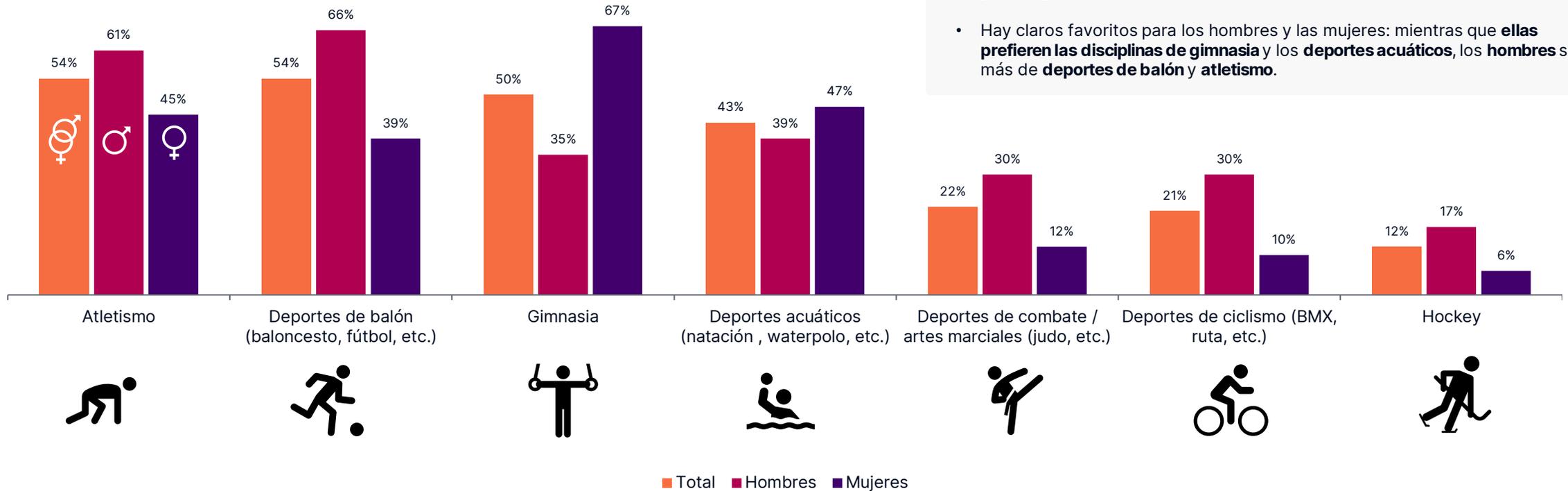
Las disciplinas olímpicas que los españoles seguirán

¿Cuál de los siguientes deportes vas a ver más durante los próximos **Juegos Olímpicos de Verano**?



- Sin distinguir entre hombres y mujeres, las disciplinas olímpicas más populares para los españoles durante los Juegos Olímpicos serán el **atletismo** y los **deportes de balón**, ambos con un 54% de encuestados.
- Hay claros favoritos para los hombres y las mujeres: mientras que **ellas** **prefieren las disciplinas de gimnasia** y los **deportes acuáticos**, los **hombres** son más de **deportes de balón** y **atletismo**.

Informe Corona – Número 16

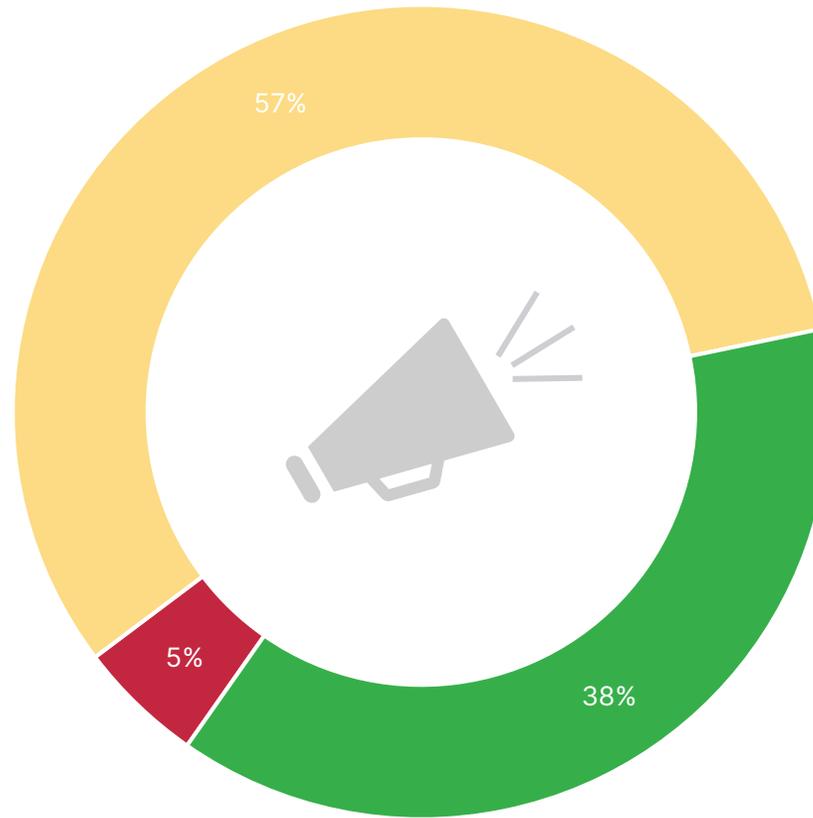


Percepción de los patrocinadores de los Juegos Olímpicos

El papel de las marcas en las Olimpiadas

Algunas marcas promocionan activamente su **patrocinio con los Juegos Olímpicos**. ¿Influye este hecho en la imagen que tienes de una marca?

- Sí, de forma (ligeramente) negativa
- No, no influye en mi opinión
- Sí, de forma (ligeramente) positiva



Cuando piensas en las Olimpiadas, ¿qué marcas te vienen a la cabeza?

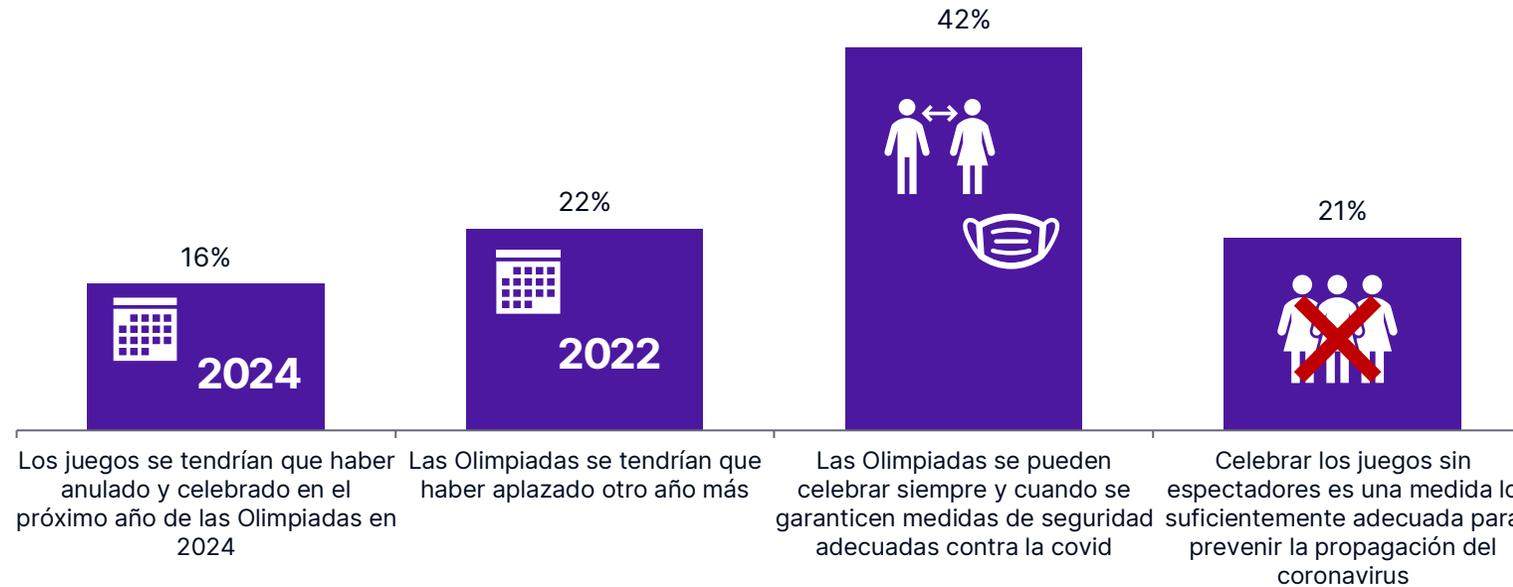


- Un 36% de los encuestados **no asocia ninguna marca en particular** a las Olimpiadas.
- Las marcas que se asocian a las Olimpiadas más frecuentemente son **Nike** (31%), **Adidas**, (30%) y **Coca-Cola** (20%).

Tokio 2020: las Olimpiadas de la COVID

La opinion de los españoles sobre los polémicos Juegos Olímpicos de 2020

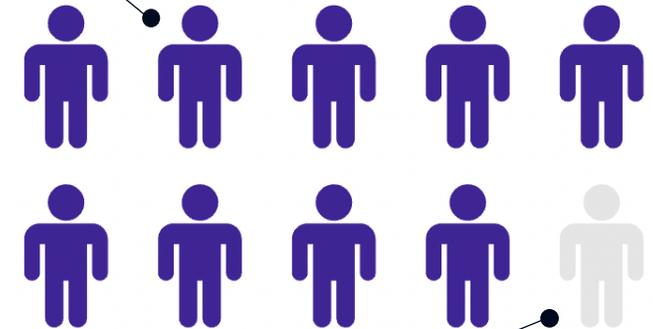
¿Con cuál de estas afirmaciones concuerdas más?



¿En qué medida estás de acuerdo con la siguiente afirmación?

"Seguir los Juegos Olímpicos de este año **me parece diferente con respecto a los Juegos Olímpicos de años anteriores.**"

87% (Totalmente) de acuerdo



13% (Totalmente) en desacuerdo



Los Juegos de Tokio 2020 provocaron una gran controversia alrededor del mundo: ¿deberían seguir adelante o no? Según los resultados del Informe Corona de julio 2021, un **38% de españoles sería partidario de haber aplazado las Olimpiadas** otro año o incluso para los siguientes Juegos en 2024. Un **42%**, sin embargo, concuerda con que **pueden celebrarse siempre y cuando haya unas medidas de seguridad contra la covid garantizadas.**

04

Preocupaciones sobre la COVID-19

Sentimientos, preocupaciones e inquietudes

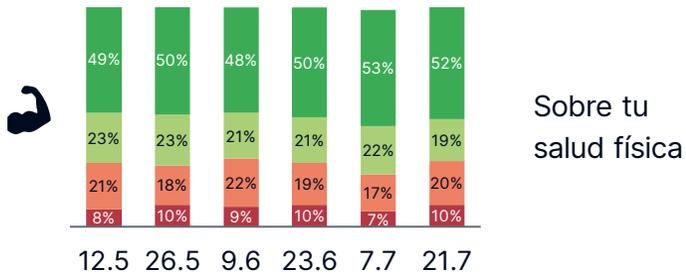


¿Cómo te has sentido?

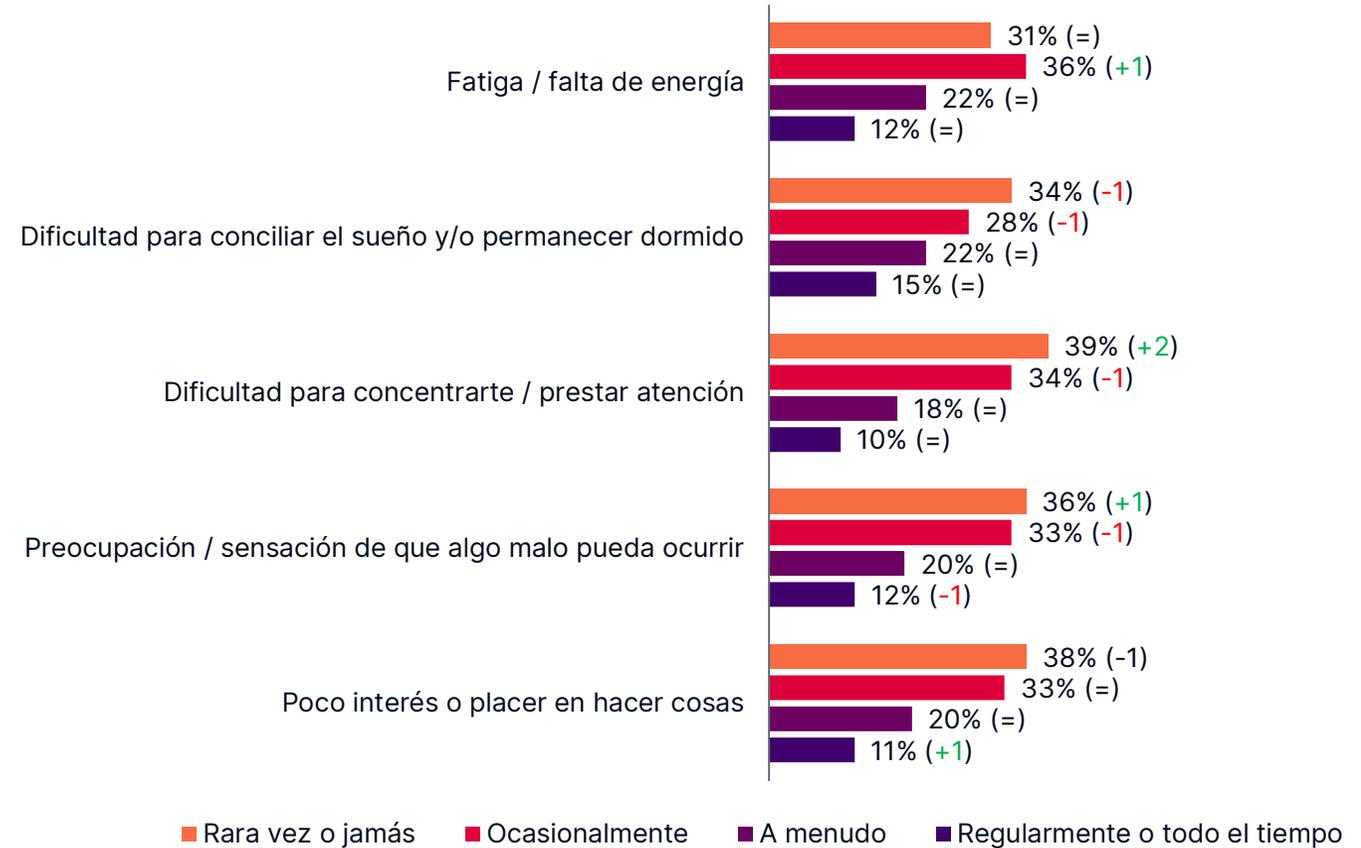
Muestra total

¿Cómo te has sentido?

(Muy) bien Algo bien Algo mal (Muy) mal

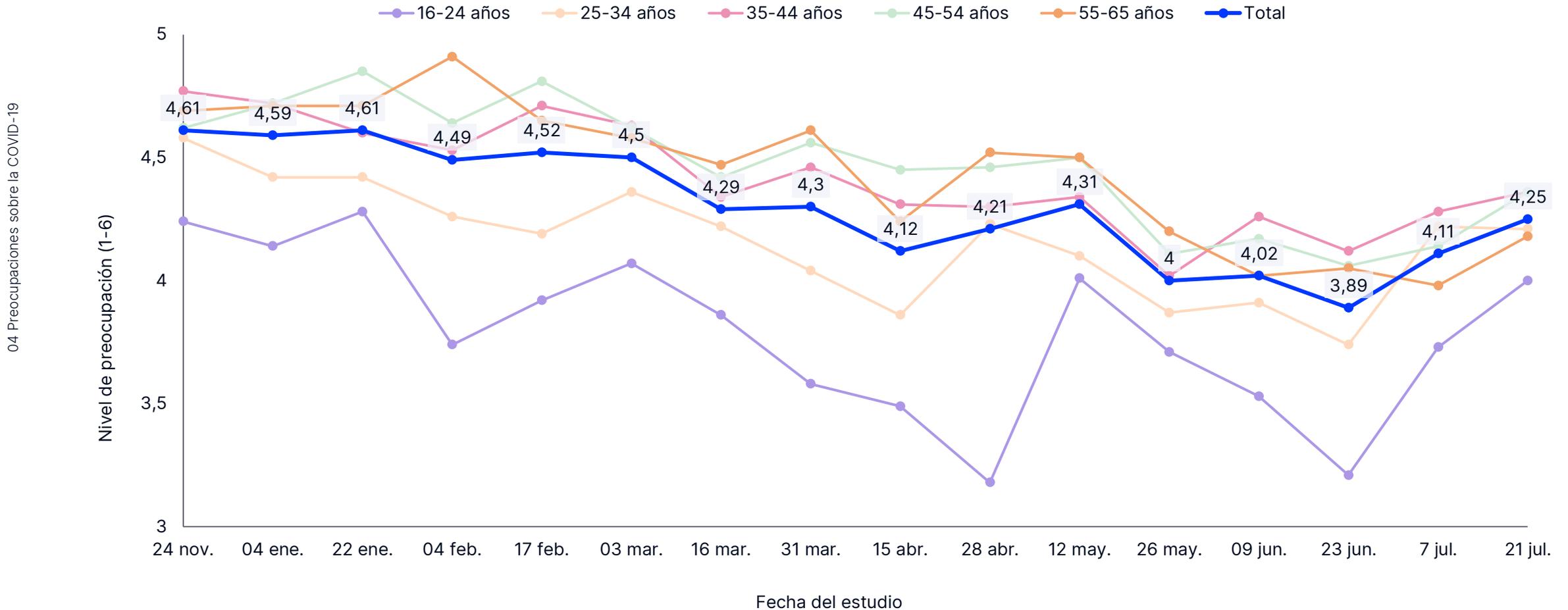


¿Con qué frecuencia has experimentado las siguientes emociones/síntomas en las últimas semanas? (Entre paréntesis = comparación con el estudio anterior)



¿Cuán preocupados están los españoles por su salud?

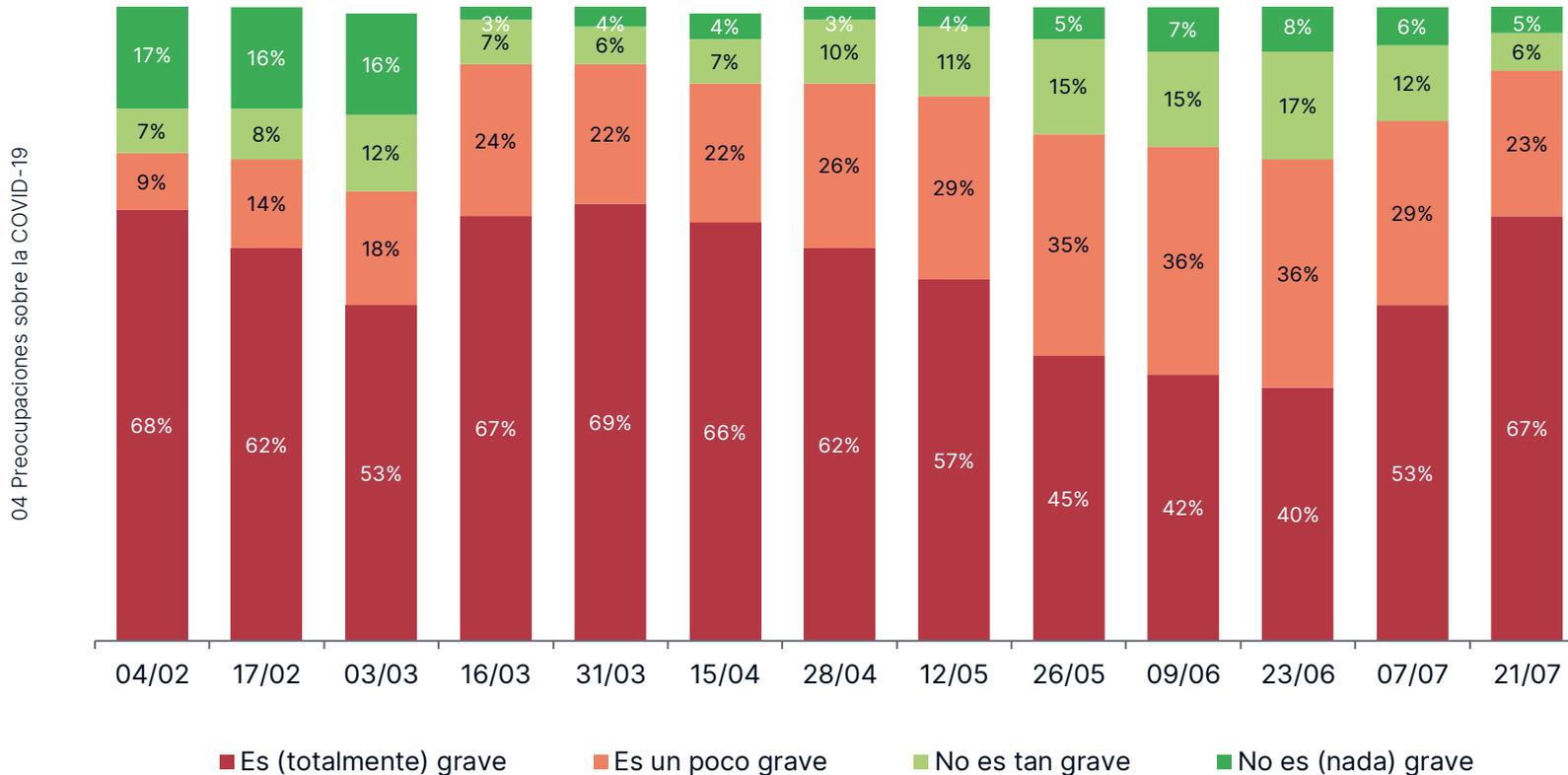
Muestra total



¿Cómo valoras la situación actual? // Satisfacción

Muestra total

En general, ¿cómo valoras la situación actual de la pandemia del coronavirus en España?



En este momento, ¿cuán satisfecho estás con las siguientes áreas de tu vida?

(1 = Totalmente insatisfecho/a // 6 = Totalmente satisfecho/a)

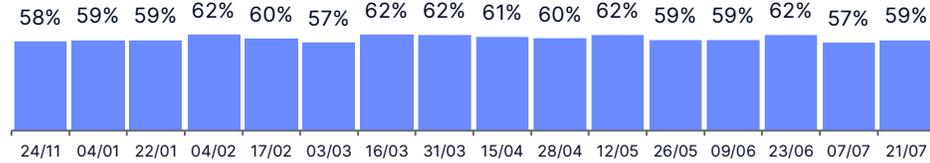
Lugar	Área de la vida	Media 12-may	Media 26-may	Media 9-jun	Media 23-jun	Media 7-jul	Media 21-jul
1	Seguridad	3,96	4,04	4,05	4,1	4,09	4,07
2	Entretenimiento	3,97	3,99	4,07	4,03	4,06	3,99
3	Relaciones / citas románticas	3,97	4,03	3,92	3,92	4,05	3,98
4	Nutrición / dieta	3,88	3,96	3,87	3,99	4,01	3,92
5	Libertad de movimiento / movilidad	3,51	3,75	3,92	3,95	4	3,91
6	Vida social	3,68	3,81	3,77	3,84	3,89	3,79
7	Educación / trabajo	3,73	3,91	3,82	3,86	3,97	3,78
8	Vacaciones / viajes	2,94	3,14	3,2	3,31	3,44	3,32

¿Cuáles son las mayores preocupaciones respecto al coronavirus? (1/2)

Muestra total - Ordenada por frecuencia (Números entre paréntesis = comparación con el estudio anterior)

1.
(=)

Riesgo de infección (de mis amigos y familia)



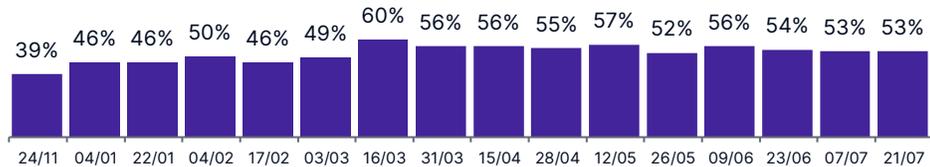
4.
(+1)

Consecuencias financieras personales
(p. ej. ERTE, posibilidad de perder mi empleo, inversiones/acciones)



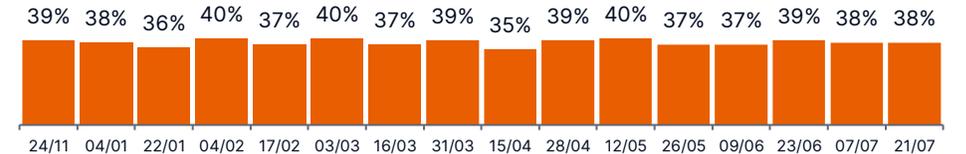
2.
(=)

Consecuencias económicas duraderas
(p. ej. Insolvencia de empresas, situación financiera de España, etc.)



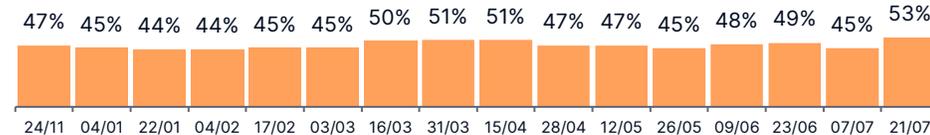
5.
(-1)

Riesgo de infección (para mí)



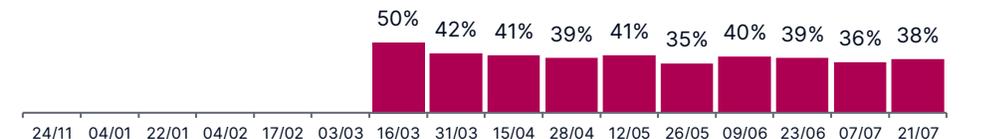
3.
(=)

Mala atención sanitaria en caso de enfermedad independiente del coronavirus (p. ej. ataque cardíaco)



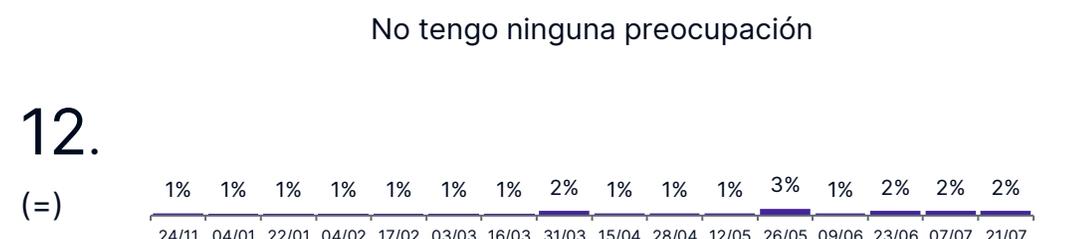
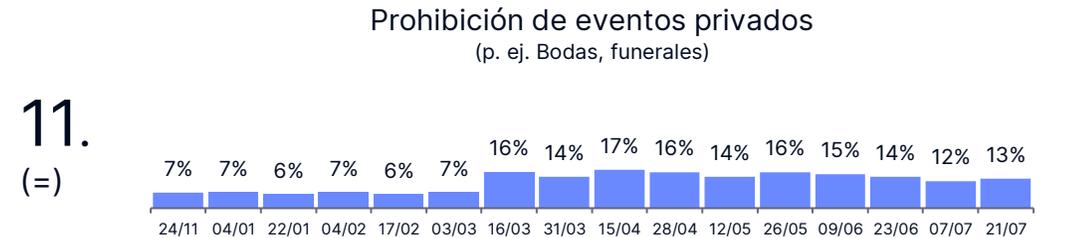
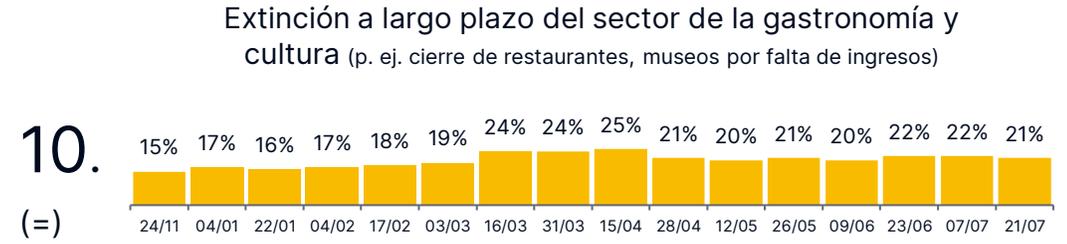
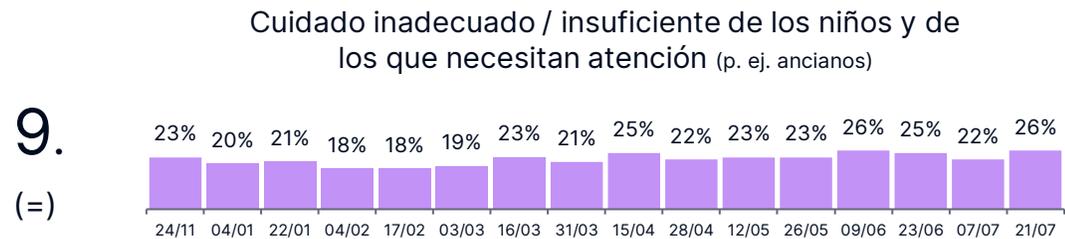
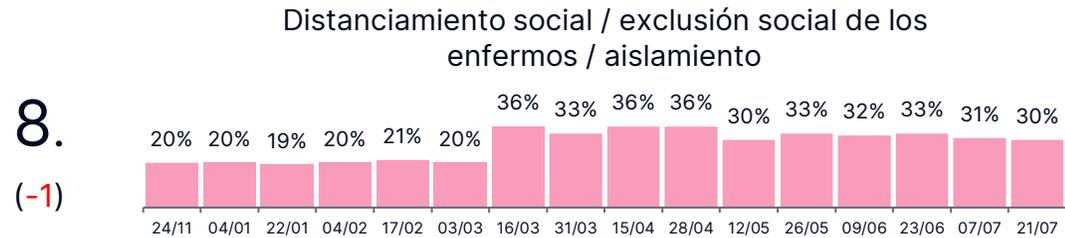
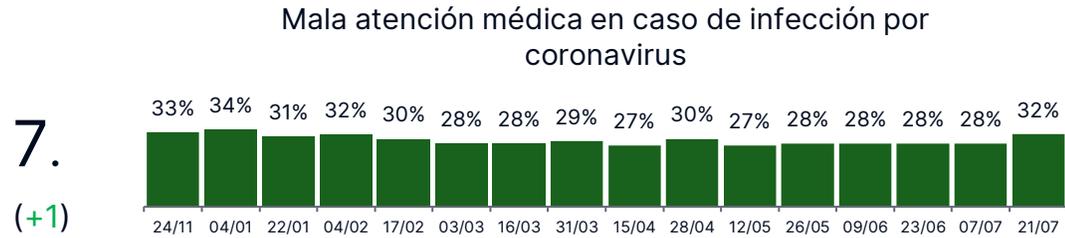
6.
(+1)

Consecuencias psicológicas para mí y para los demás
(p. ej. depresión)



¿Cuáles son las mayores preocupaciones respecto al coronavirus? (2/2)

Muestra total - Ordenada por frecuencia (Números entre paréntesis = comparación con el estudio anterior)



05

Regreso a la normalidad

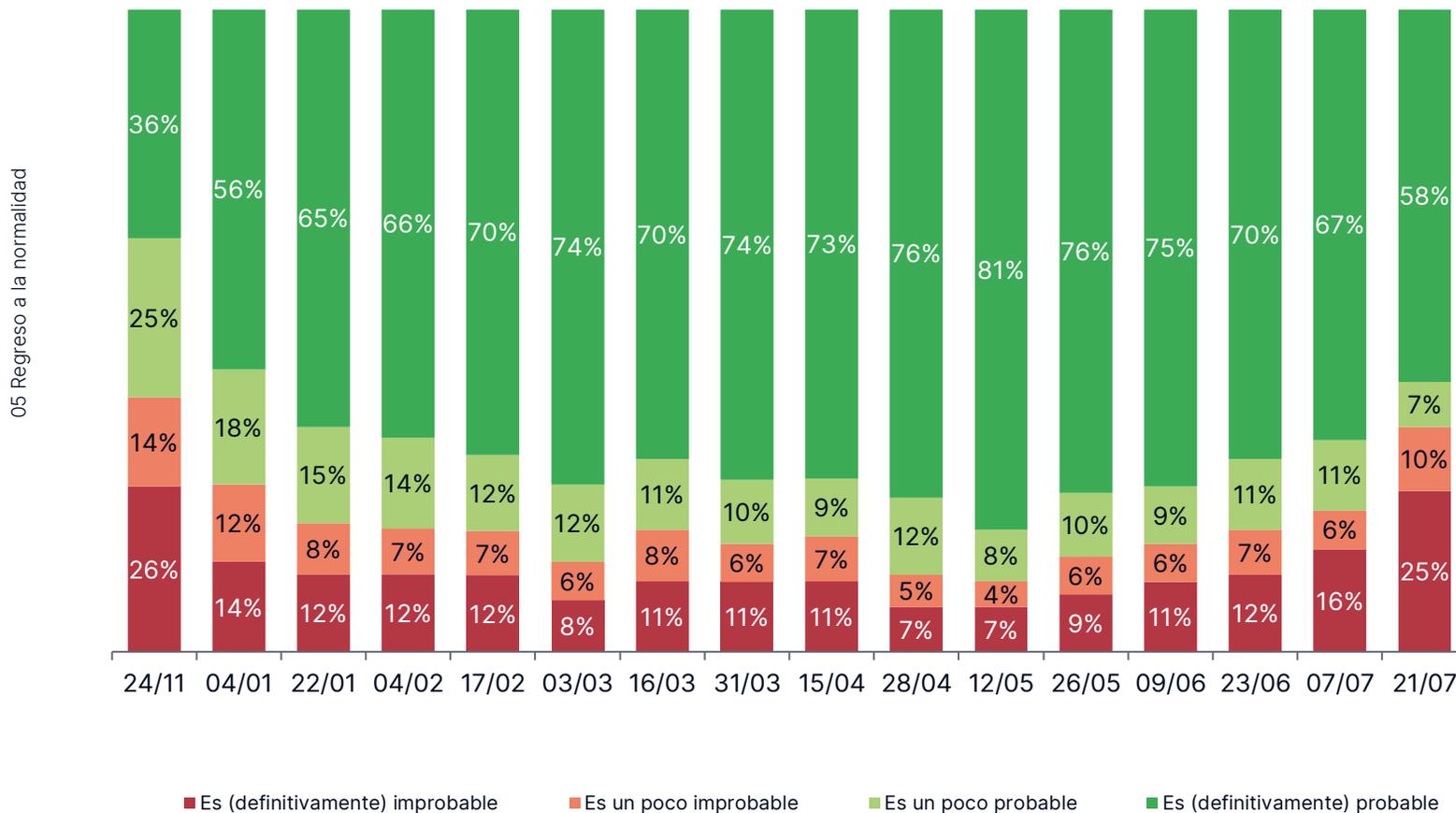
Progreso de la vacunación y vida cotidiana (laboral)



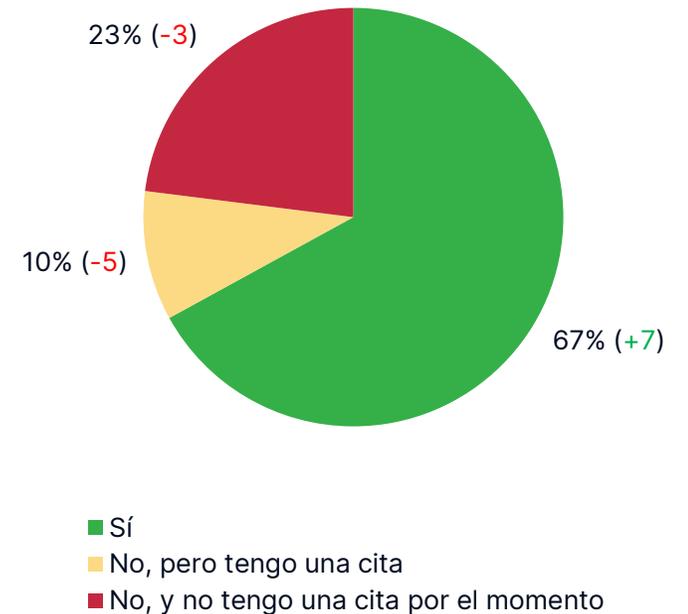
Disposición a vacunarse

Muestra total

En España, la vacunación contra el coronavirus es ahora gradualmente posible. ¿Qué probabilidad hay de que te vacunes una vez que tengas la oportunidad?



¿Ya has sido vacunado contra el coronavirus?
(Números entre paréntesis = comparación con el estudio anterior)



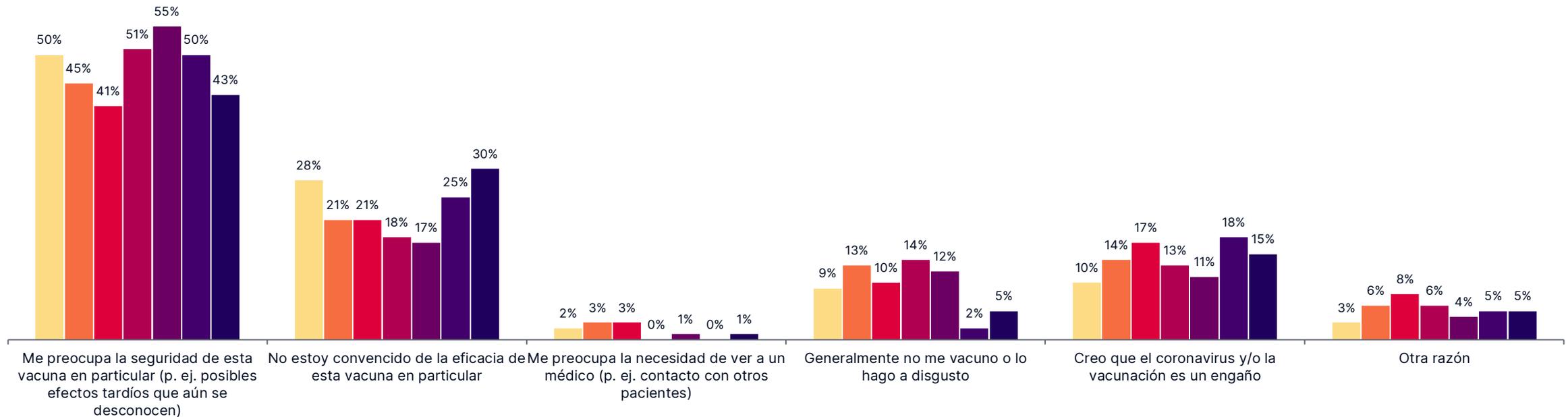
Razones contra la vacunación

Participantes para los que es (definitivamente/un poco) improbable vacunarse

¿Por qué razones no te vacunarías contra el coronavirus? (Múltiples respuestas posibles)

■ 28-Abr ■ 12-May ■ 26-May ■ 09-Jun ■ 23-jun ■ 07-jul ■ 21-Jul

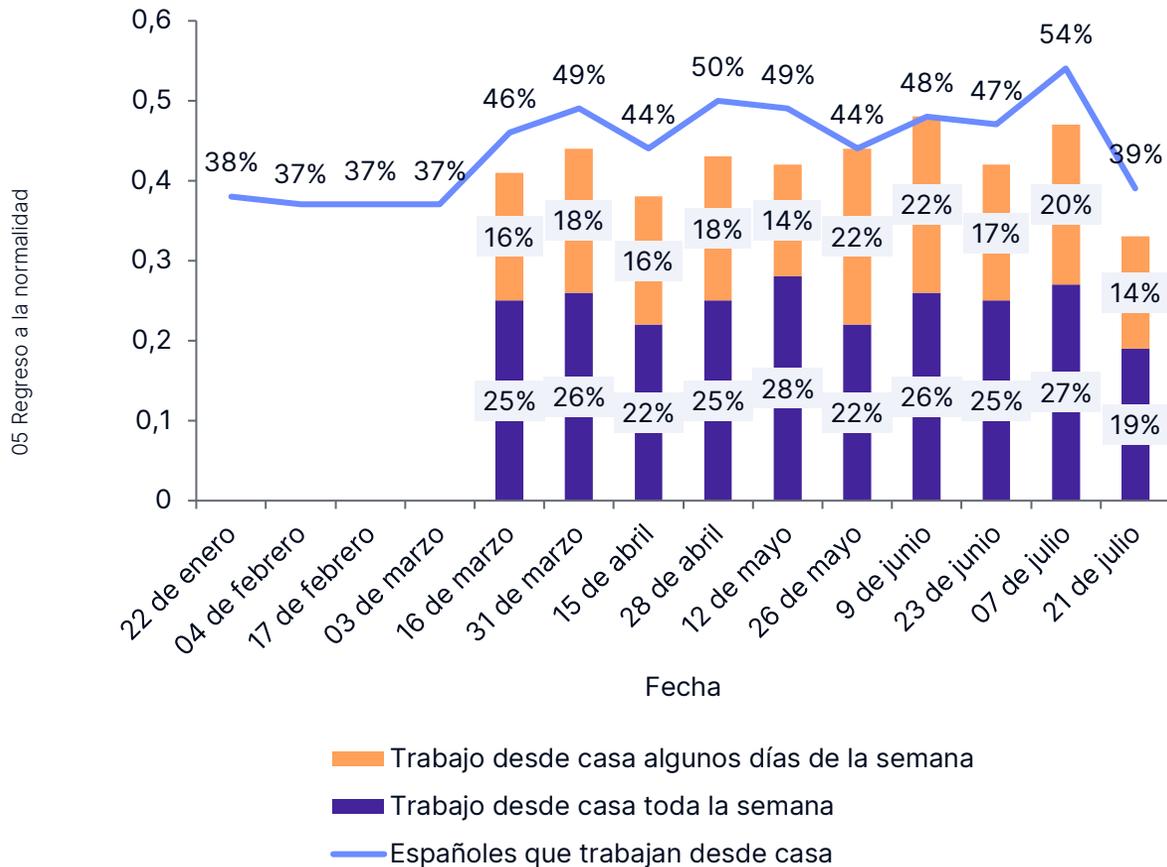
05 Regreso a la normalidad



¿Cuántos españoles trabajan desde casa?

Actualmente: **el 39% de los españoles trabaja desde casa**

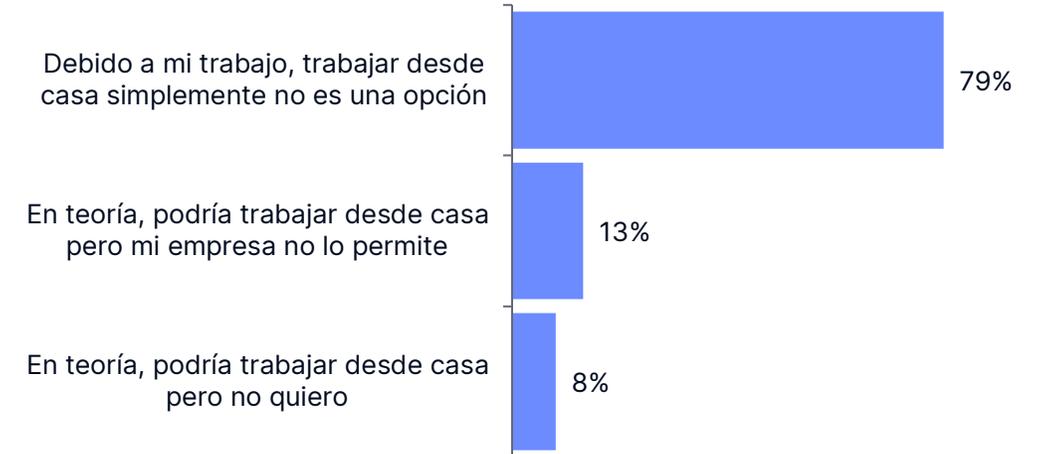
Evolución en el tiempo de los españoles que trabaja desde casa



¿Cuántos españoles no trabajan desde casa?

Actualmente: **el 61% de los españoles no trabaja desde casa**

Las 3 razones principales por las que los participantes no trabajan desde casa

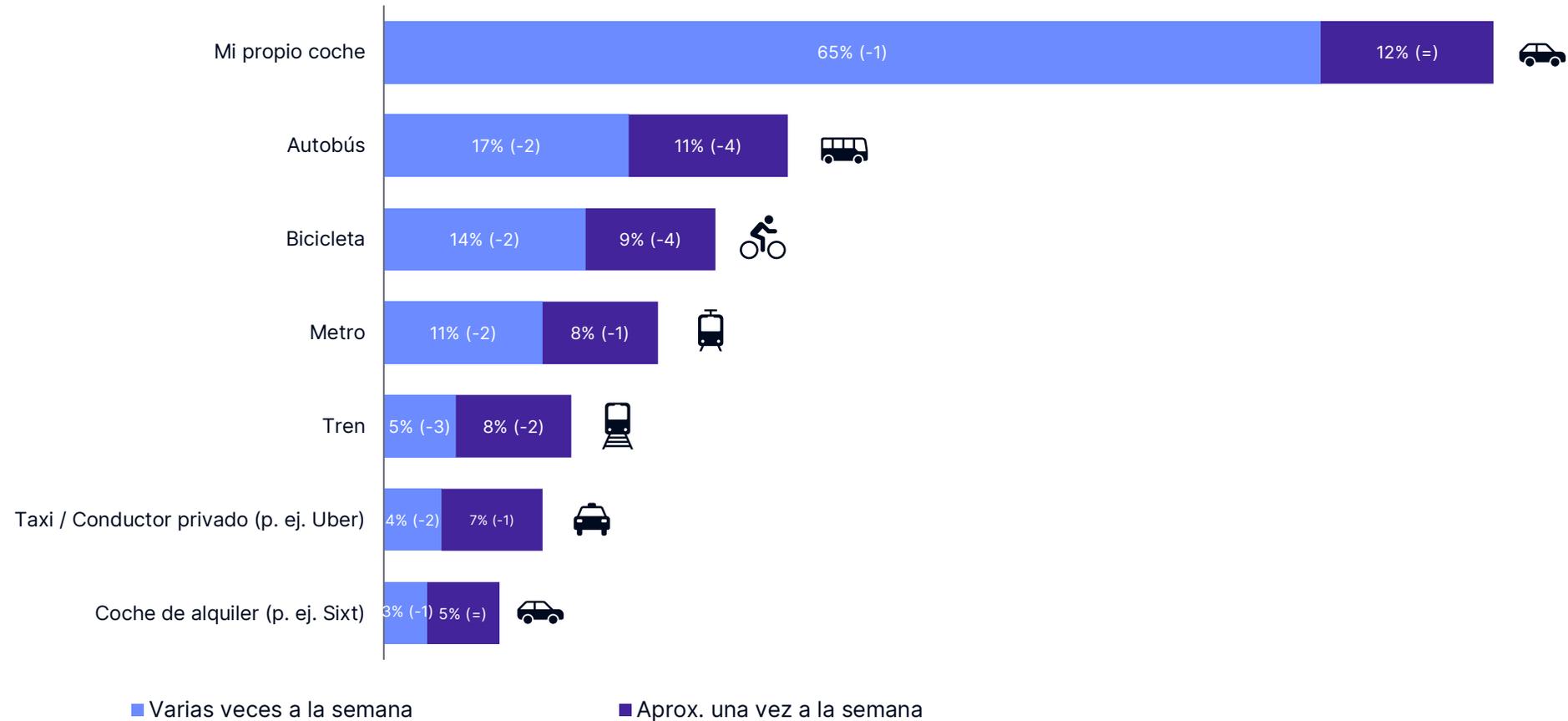


Servicios de transporte y movilidad en la vida cotidiana

Muestra total

¿Qué servicios de transporte/movilidad se utilizan con mayor frecuencia?

05 Regreso a la normalidad



¿Qué medios de transporte son los más inseguros?

Muestra total

		24-nov	04-ene	22-ene	04-feb	17-feb	03-mar	16-mar	31-mar	15-abr	28-abr	12-may	26-may	9-jun	23-jun	07-jul	21-jul	
Lugar	Transporte	Estudio 1 Bottom 2	Estudio 2 Bottom 2	Estudio 3 Bottom 2	Estudio 4 Bottom 2	Estudio 5 Bottom 2	Estudio 6 Bottom 2	Estudio 7* Bottom 2	Estudio 8 Bottom 2	Estudio 9 Bottom 2	Estudio 10 Bottom 2	Estudio 11 Bottom 2	Estudio 12 Bottom 2	Estudio 13 Bottom 2	Estudio 14 Bottom 2	Estudio 15 Bottom 2	Estudio 16 Bottom 2	
1	 Metro	69%	69%	69%	71%	71%	66%	64%	64%	61%	58%	56%	50%	48%	48%	48%	55%	
2	 Autobús	63%	61%	63%	63%	61%	56%	48%	52%	45%	43%	42%	37%	36%	35%	40%	41%	
3	 Tren	56%	58%	56%	58%	56%	51%	46%	48%	43%	42%	38%	35%	35%	34%	33%	38%	
3	 Avión	60%	59%	53%	59%	55%	49%	44%	44%	43%	40%	36%	33%	31%	32%	35%	37%	
5	 Barco / Ferry	54%	53%	45%	47%	46%	43%	42%	44%	35%	38%	33%	32%	30%	31%	33%	35%	
6	 Taxi / Conductor privado <small>(p. ej. Uber)</small>	37%	34%	28%	33%	31%	30%	25%	26%	21%	23%	18%	20%	19%	19%	20%	22%	
7	 Coche de alquiler <small>(p. ej. Sixt)</small>	No se ha consultado							24%	22%	19%	19%	19%	18%	18%	17%	19%	21%

05 Regreso a la normalidad

06

Hábitos de consumo

¿Qué categorías de productos se compran actualmente con mayor o menor frecuencia? ¿Qué se compra online y qué offline?



¿Con qué frecuencia se han comprado determinadas categorías de productos en total? (en línea / tienda física)

Muestra total

06 Hábitos de consumo

Lugar	Categoría de producto	15/04	28/04	12/05	26/05	09/06	23/06	07/07	21/07
1	 Alimentos (total)	96%	97%	96%	95%	96%	94%	96%	97%
	En línea	15%	19%	18%	18%	17%	17%	18%	14%
	En tienda física	89%	89%	88%	88%	90%	86%	90%	91%
2	 Productos de higiene y cuidado personal (total)	88%	88%	88%	89%	88%	85%	89%	89%
	En línea	18%	19%	21%	21%	19%	19%	20%	18%
	En tienda física	77%	77%	76%	76%	76%	73%	77%	78%
3	 Bebidas no alcohólicas (total)	79%	80%	79%	81%	82%	80%	82%	81%
	En línea	12%	12%	13%	12%	11%	13%	13%	11%
	En tienda física	71%	72%	71%	74%	75%	72%	76%	74%
4	 Medicamentos (total)	73%	74%	73%	76%	74%	71%	77%	72%
	En línea	7%	9%	7%	10%	9%	10%	10%	10%
	En tienda física	68%	69%	68%	70%	69%	66%	71%	66%
5	 Ropa (total)	62%	61%	64%	66%	70%	62%	72%	67%
	En línea	31%	32%	34%	35%	33%	32%	37%	31%
	En tienda física	38%	38%	41%	42%	46%	40%	48%	47%
6	 Bebidas alcohólicas (total)	53%	56%	59%	59%	58%	58%	63%	55%
	En línea	8%	12%	10%	11%	11%	9%	12%	9%
	En tienda física	48%	49%	53%	51%	51%	52%	56%	49%
7	 Productos de belleza / maquillaje (total)	51%	51%	53%	51%	52%	52%	56%	50%
	En línea	19%	21%	24%	20%	18%	21%	21%	20%
	En tienda física	36%	36%	37%	37%	39%	38%	42%	36%

Lugar	Categoría de producto	15/04	28/04	12/05	26/05	09/06	23/06	07/07	21/07
8	 Zapatos (total)	42%	45%	46%	49%	48%	46%	53%	47%
	En línea	21%	22%	21%	24%	20%	18%	24%	20%
	En tienda física	25%	29%	31%	32%	32%	32%	36%	33%
9	 Objetos decorativos (total)	46%	30%	31%	38%	46%	44%	47%	45%
	En línea	10%	15%	13%	13%	12%	12%	13%	12%
	En tienda física	39%	19%	21%	35%	38%	35%	39%	37%
10	 Libros / revistas (total)	40%	46%	42%	43%	41%	42%	47%	40%
	En línea	19%	23%	21%	21%	18%	20%	22%	18%
	En tienda física	25%	29%	25%	26%	27%	28%	30%	26%
11	 Disp. electrónicos / electrónica de consumo (total)	31%	34%	36%	34%	35%	34%	38%	32%
	En línea	19%	23%	23%	22%	19%	22%	23%	20%
	En tienda física	15%	16%	19%	16%	20%	18%	19%	17%
12	 Juegos (p. ej. de mesa, rompecabezas, juguetes) (total)	25%	28%	31%	31%	28%	30%	32%	29%
	En línea	15%	17%	19%	19%	15%	18%	18%	17%
	En tienda física	12%	16%	16%	17%	16%	16%	19%	17%
13	 Equipos deportivos / fitness	29%	30%	31%	31%	32%	29%	36%	29%
	En línea	15%	16%	17%	17%	15%	16%	20%	14%
	En tienda física	18%	18%	19%	18%	21%	17%	22%	20%
14	 Electrodomésticos (total)	24%	25%	25%	27%	25%	24%	29%	26%
	En línea	11%	12%	13%	13%	12%	11%	15%	13%
	En tienda física	15%	16%	16%	17%	15%	15%	18%	16%

Enfoque: compras en línea vs. en tienda física

Muestra total

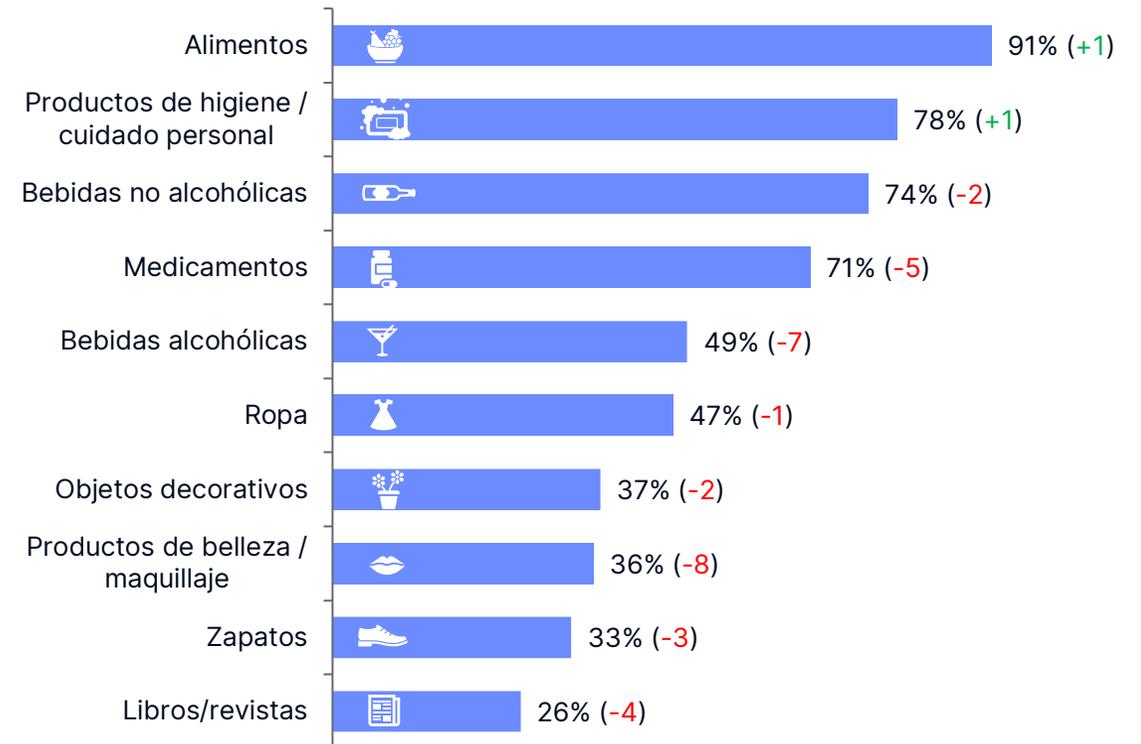
Top 10: Comprado **en línea** la semana pasada

(Números entre paréntesis = comparación con el estudio anterior)



Top 10: Comprado en **tienda física** la semana pasada

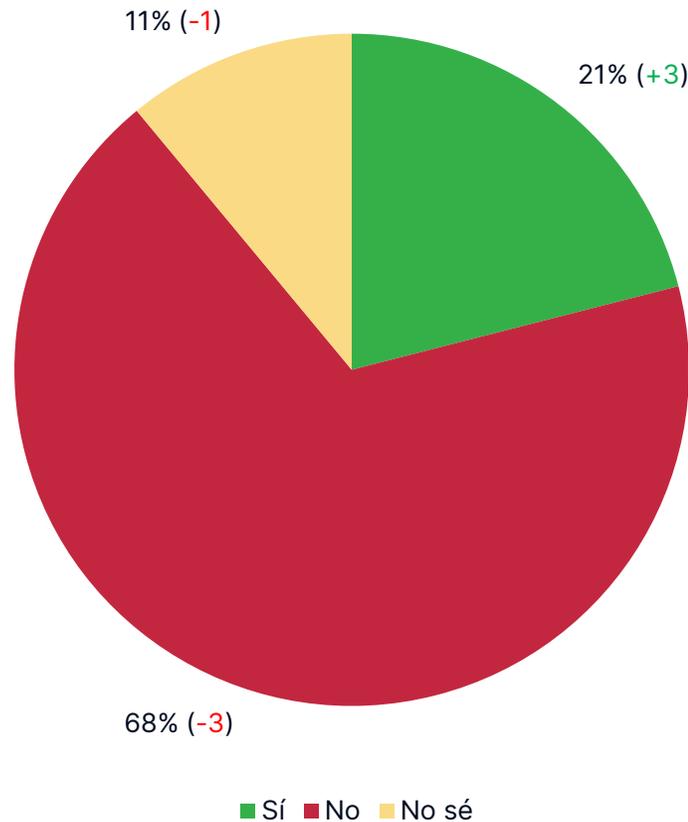
(Números entre paréntesis = comparación con el estudio anterior)



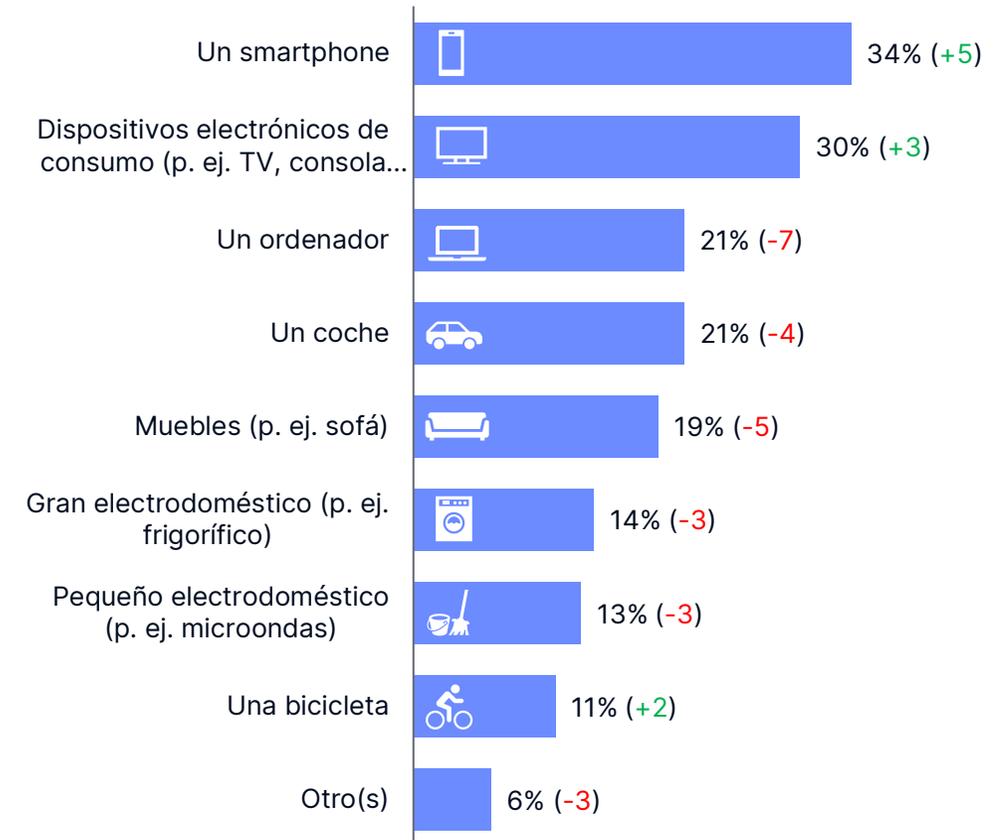
Barómetro de consumo

Muestra total

¿Estás planeando una compra importante en las próximas dos semanas?
(Números entre paréntesis = comparación con el estudio anterior)



¿Qué piensas comprar?



Contacto

Para estudios



Louise Leitsch

Jefa de Consultoría de Investigación

Oficina +49 40 2286 57 312

E-mail louise.leitsch@appinio.com



Christopher Dahl

Lead del Equipo de Consultoría de Investigación

Oficina +49 40 2286 57 313

E-mail christopher.dahl@appinio.com

Para España



Livia Mirón

Country Manager España

Oficina +34 911 98 7291

E-mail livia.miron@appinio.com



Appinio Alemania
Jungfernstieg 49
20354 Hamburgo

Appinio EUA
1355 Market St
94301 San Francisco

