



informe

corona

appinio

Número 23 – 03.11.2021

 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.

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](https://business.appinio.com).

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

 Accede a las opciones de filtrado de datos desde [appinio.com/login](https://appinio.com/login)

# 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

Estudio 17 – 04.08.2021

Estudio 18 – 18.08.2021

Estudio 19 – 03.09.2021

Estudio 20 – 15.09.2021

Estudio 21 – 29.09.2021

Estudio 22 – 14.10.2021

Estudio 23 – 27.10.2021

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](https://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 27 de octubre de 2021
- Los datos pueden ser consultados, filtrados y descargados en tiempo real a través de [research.appinio.com](https://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 2-23: N = 1000

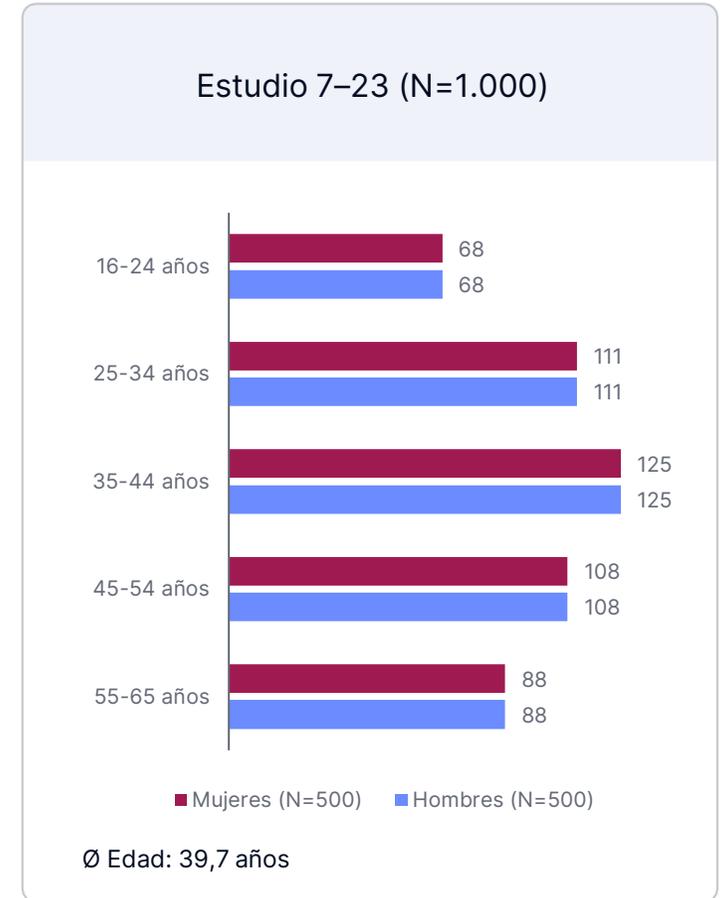
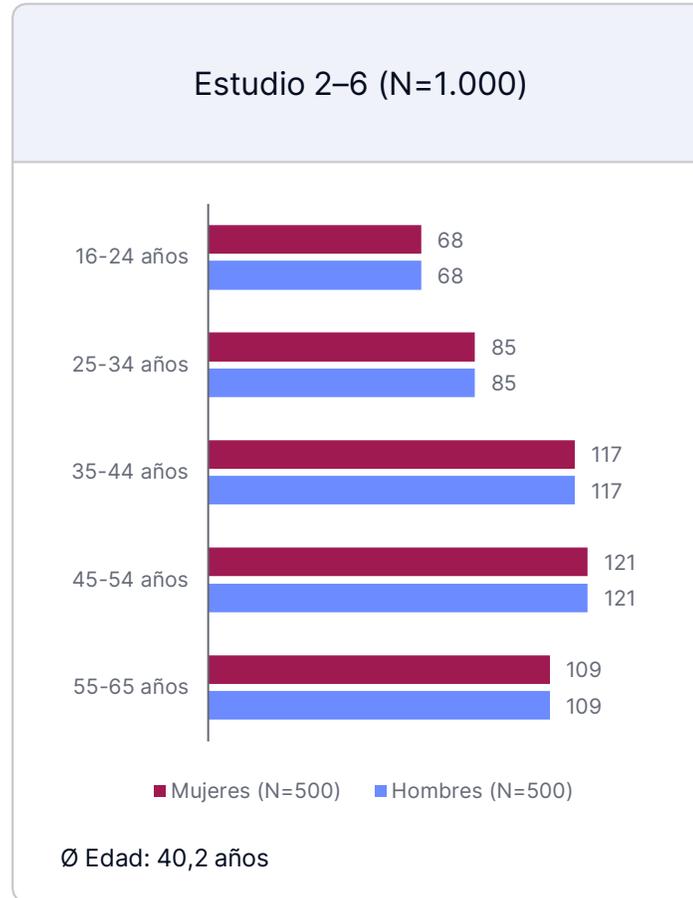
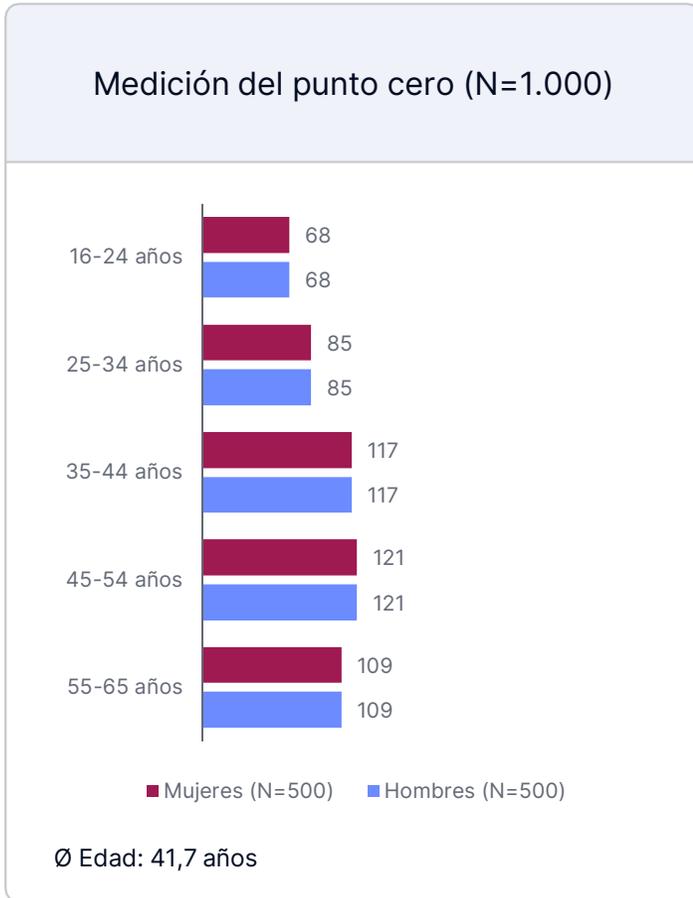
### Contenido

- Preguntas adicionales actuales:
- **Crisis de la cadena de suministro**
- ¿Quién ha sentido un cuello de botella en el suministro en los últimos meses? ¿Con cuánto retraso han llegado las cosas?
- ¿En qué categorías han sentido los españoles el impacto de la crisis de la cadena de suministro principalmente?
- ¿Cuál es la valoración europea de la crisis de la cadena de suministro? ¿Quién está particularmente preocupado? ¿Quién está tranquilo con la situación?

# 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



Más de la mitad de los españoles ha notado retrasos o escasez de productos

- Algo más de la **mitad de los españoles (52%)** ha experimentado situaciones en los últimos tres meses en las que un producto deseado **no tenía disponibilidad (26%)**, o la entrega ha sufrido **un retraso considerable (26%)**.
- El **34%** tuvo que esperarse de **4 a 7 días** para recibir el producto demorado. Una cifra similar (**32%**) tuvo que esperar hasta **1 o 2 semanas**.
- Los españoles han notado escasez o demora especialmente en productos de **tecnología y electrónica de consumo (17%)**, **ropa y calzado (17%)** y **muebles (13%)**.



Los combustibles: los grandes protagonistas de las subidas de precio

- **La gran mayoría (75%)** de los españoles encuestados ha notado una **subida en los precios de la gasolina o diésel**.
- Los precios de los productos **de alimentación** también han subido, según un **58%** de los españoles.
- Los encuestados también han notado subidas en productos de uso diario como **ropa y calzado (42%)** o **productos de higiene (38%)**.



España: el país que más se preocupa por la crisis de la cadena de suministro

- España es el país que más se preocupa por la **crisis de la cadena de suministro**. **En comparación**, solo el **66%** de los alemanes o el **53%** de franceses están preocupados.
- Un **65%** **planificará con antelación sus compras navideñas** por la escasez y los retrasos debidos a la crisis de la cadena de suministro.
- Un **69%** **comprará productos fabricados** en España para evitar cualquier problema ocasionado por posibles problemas de logística

# 03

## Preguntas adicionales

### Crisis en la cadena de suministro

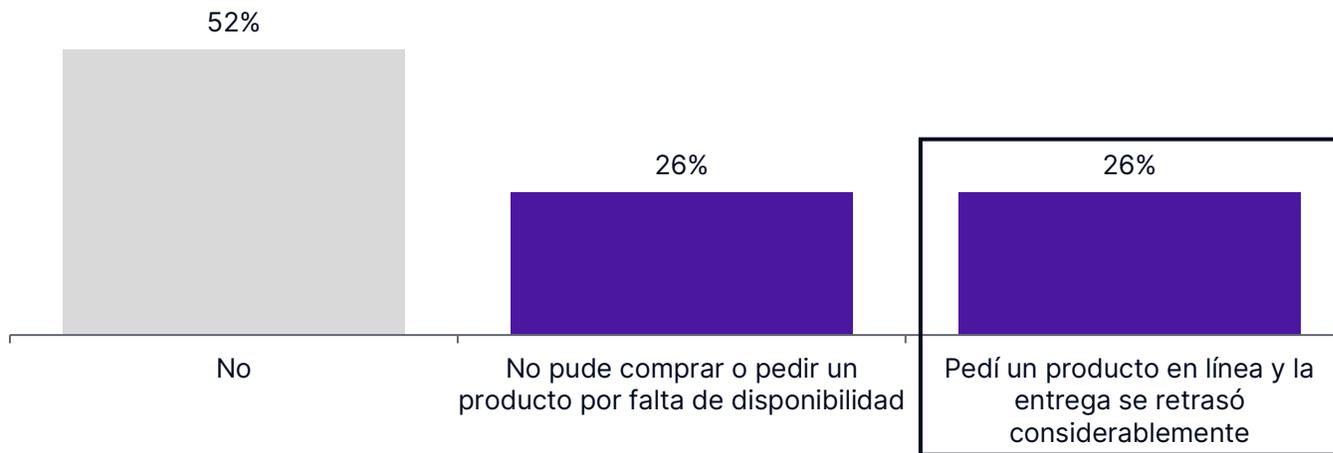
- ¿Quién ha sentido un cuello de botella en el suministro en los últimos meses? ¿Con cuánto retraso han llegado las cosas?
- ¿En qué categorías han sentido los españoles el impacto de la crisis de la cadena de suministro principalmente?
- ¿Cuál es la valoración europea de la crisis de la cadena de suministro? ¿Quién está particularmente preocupado? ¿Quién está tranquilo con la situación?



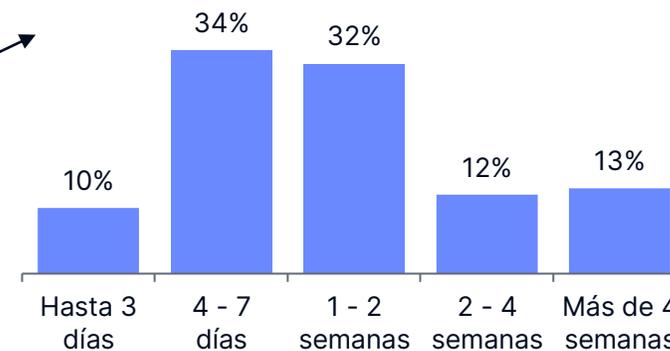
# Crisis en la cadena de suministro

¿Qué piensan los españoles?

¿Has experimentado alguna de las siguientes situaciones en los últimos 3 meses?



¿De cuánto tiempo fue la demora o cuánto tiempo llevas esperando si aún no lo has recibido?



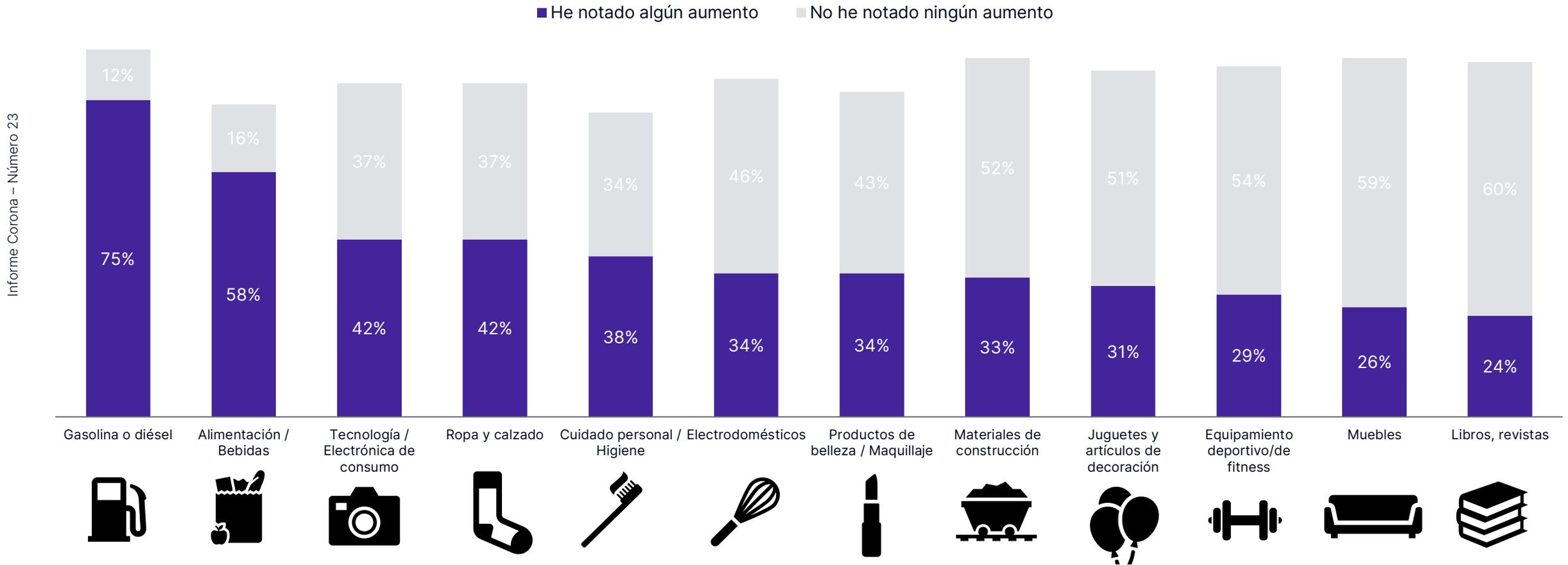
¿En qué clase de productos han notado los españoles escasez o demora?



- Algo más de la **mitad de los españoles (52%)** ha experimentado situaciones en los últimos tres meses en las que un producto deseado **no tenía disponibilidad (26%)**, o la entrega ha sufrido **un retraso considerable (26%)**.
- El **34%** tuvo que esperarse de **4 a 7 días** para recibir el producto demorado. Una cifra similar (**32%**) tuvo que esperar hasta **1 o 2 semanas**.
- Los españoles han notado escasez o demora especialmente en productos de **tecnología y electrónica de consumo (17%)**, **ropa y calzado (17%)** y **muebles (13%)**.

# ¿Explosiones de precios?

¿En qué medida has notado un **aumento de precios** en los productos de las siguientes categorías?

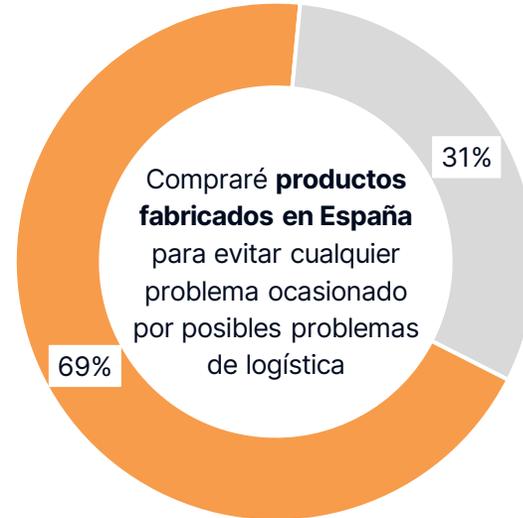
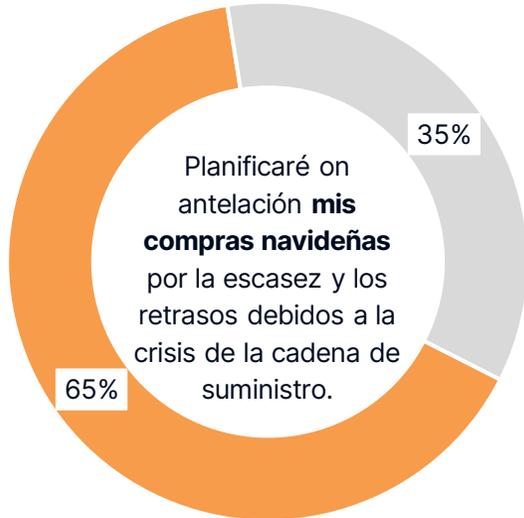


# Anticipación ante una posible crisis: comprar productos españoles y con antelación

¿Afectará la crisis de suministro a la forma de comprar de los españoles?



- (Totalmente/algo) de acuerdo
- (Totalmente/algo) en desacuerdo



- Los encuestados de edades comprendidas entre 55 y 65 son **los más dispuestos a comprar productos manufacturados en España**. El 63% de los españoles, asimismo, afirma que su consumo no ha disminuido debido a la crisis en la cadena de suministro.



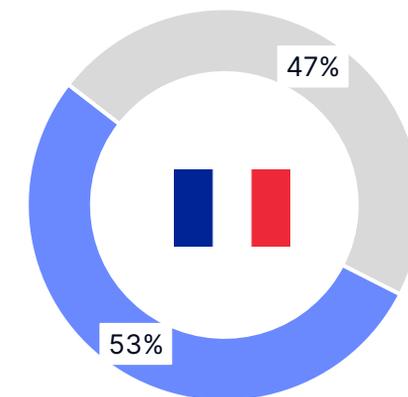
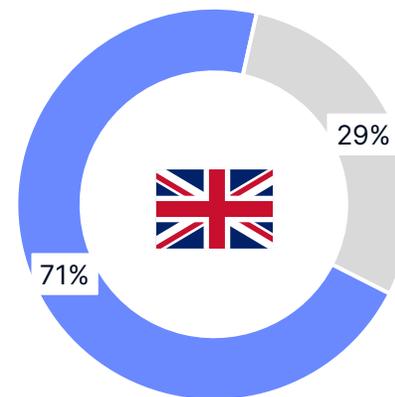
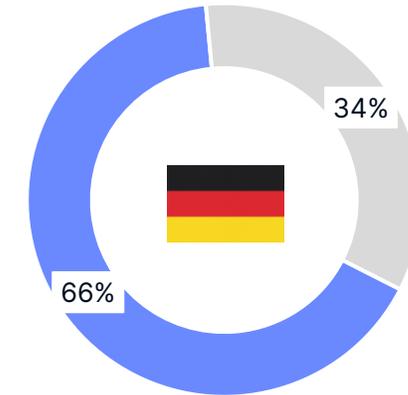
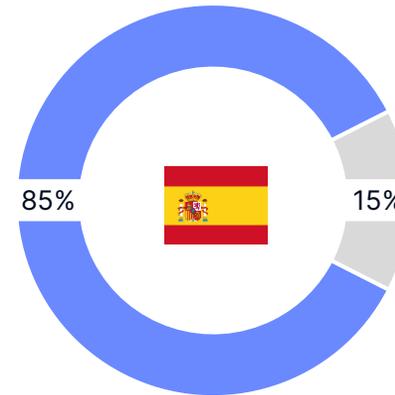
# ¿Cómo ven otros países europeos la crisis de la cadena de suministro?

España, Alemania, Reino Unido y Francia en comparación



¿En qué medida te preocupa personalmente la crisis mundial de la cadena de suministro?

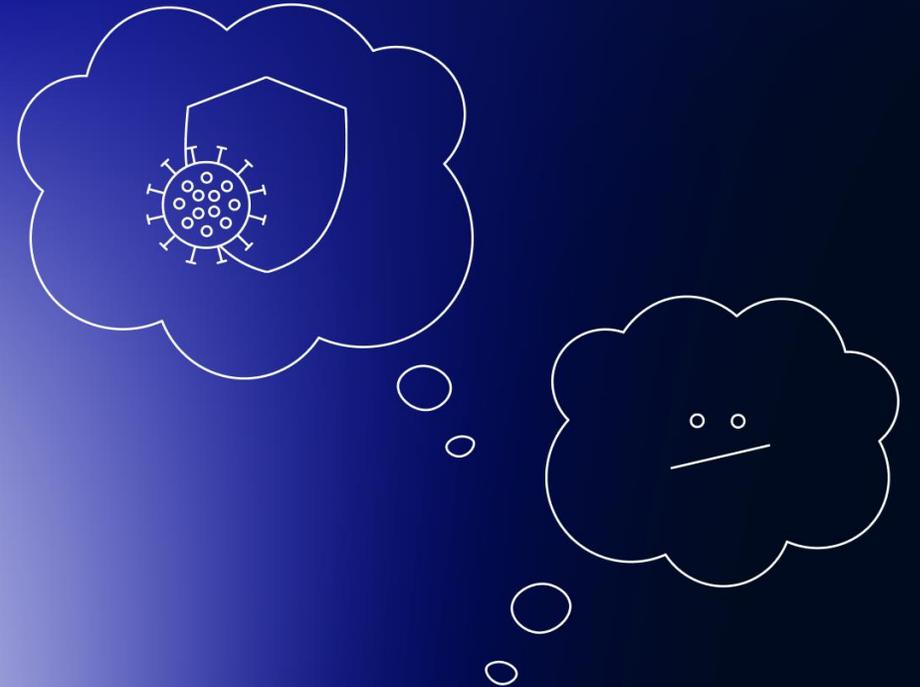
- (Totalmente) preocupado
- (Completamente) despreocupado



# 04

## Preocupaciones sobre la COVID-19

Sentimientos, preocupaciones e inquietudes

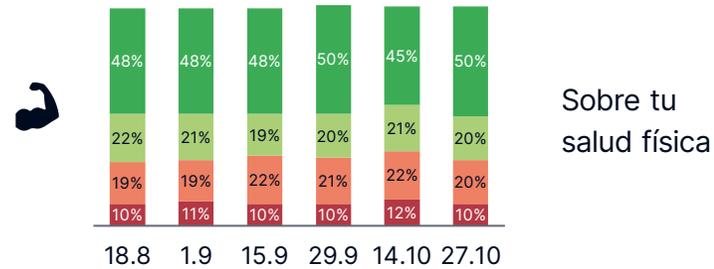
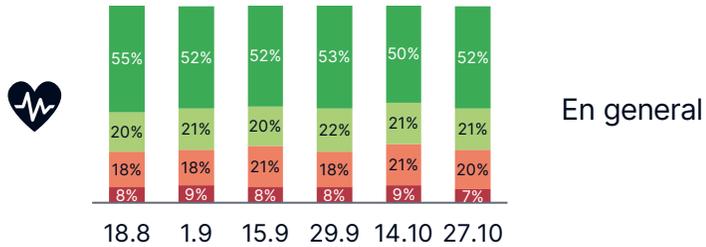


# ¿Cómo te has sentido?

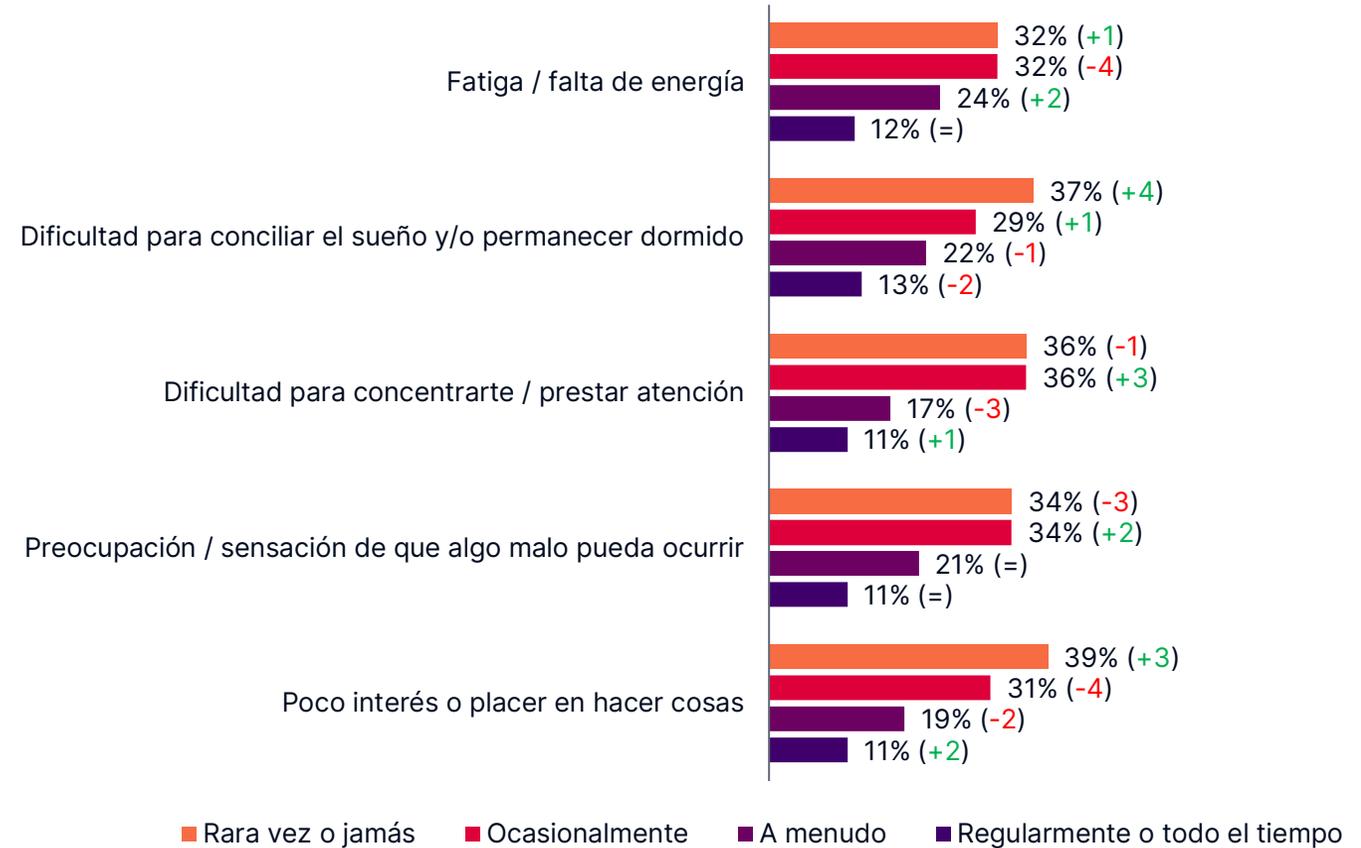
Muestra total

## ¿Cómo te has sentido?

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

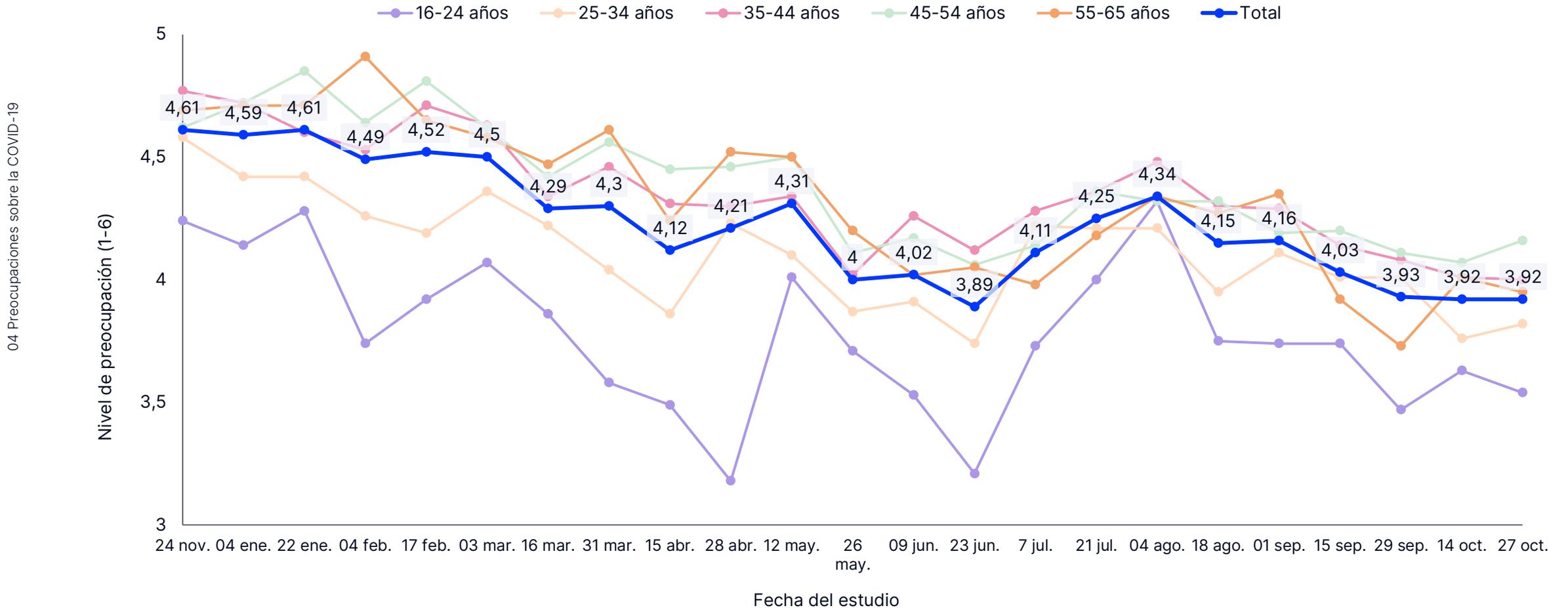


## ¿Con qué frecuencia has experimentado las siguientes emociones/síntomas en las últimas semanas? (Entre paréntesis = comparación con el estudio anterior)



# ¿Cuán preocupados están los españoles por su salud?

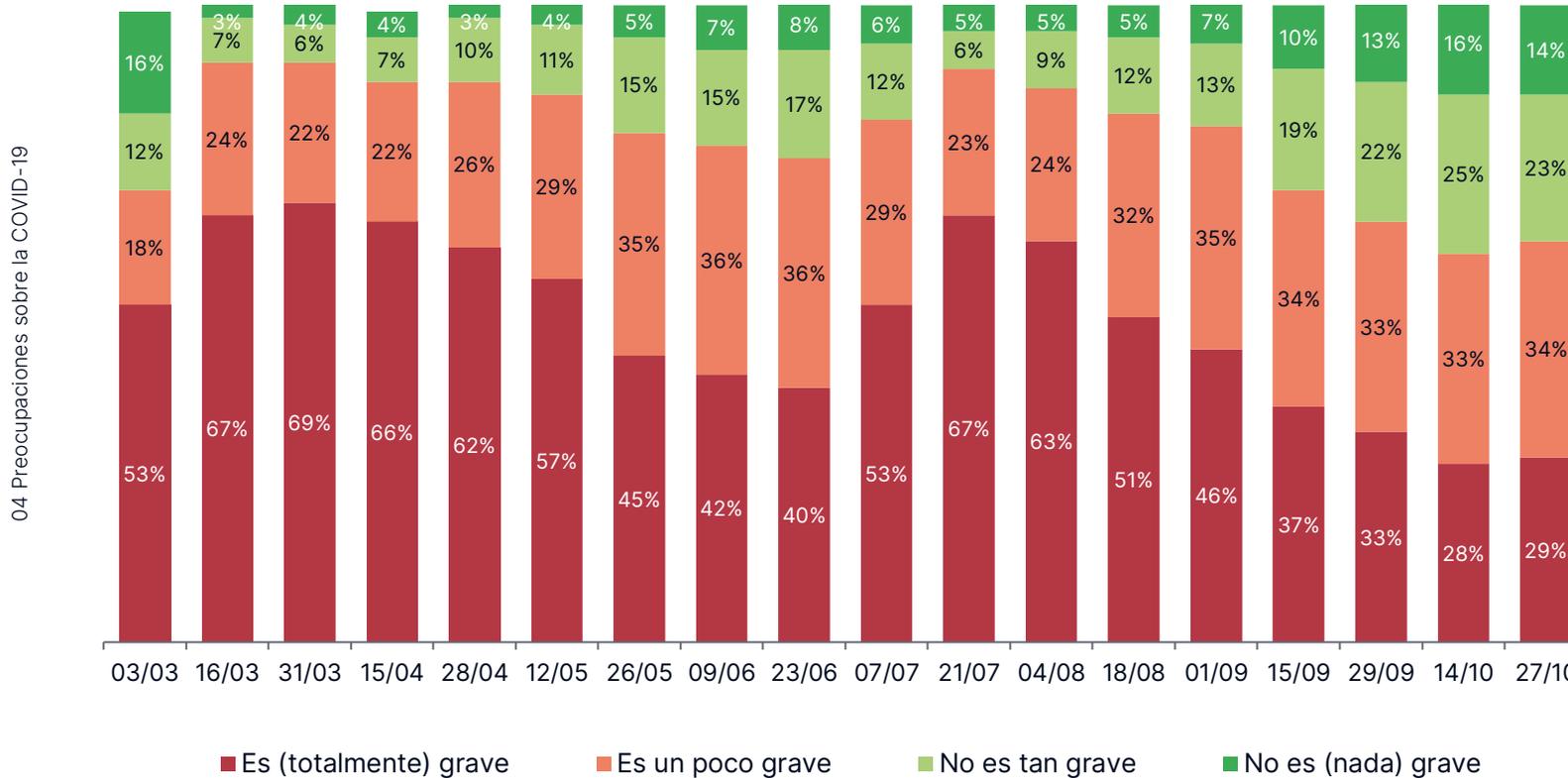
Muestra total



# ¿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)

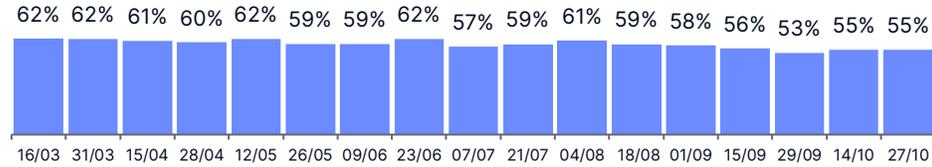
#	Área de la vida	Media 04-ago	Media 18-ago	Media 01-sep	Media 15-sep	Media 29-sep	Media 14-oct	Media 27-oct
1	Libertad de movimiento / movilidad	3,88	3,97	4,05	4,13	4,14	4,13	4,21
2	Entretenimiento	3,97	3,99	4,05	4,05	4,14	4,07	4,09
3	Seguridad	4,02	4,1	3,99	4,08	4,12	4,09	4,07
4	Relaciones / citas románticas	3,94	3,97	3,94	4,02	4,08	3,96	3,9
5	Vida social	3,8	3,77	3,8	3,86	3,96	3,9	3,87
6	Nutrición / dieta	3,87	3,77	3,79	3,81	3,86	3,84	3,86
4	Educación / trabajo	3,8	3,88	3,81	3,75	3,8	3,81	3,73
8	Vacaciones / viajes	3,43	3,52	3,53	3,5	3,55	3,47	3,39

# ¿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)



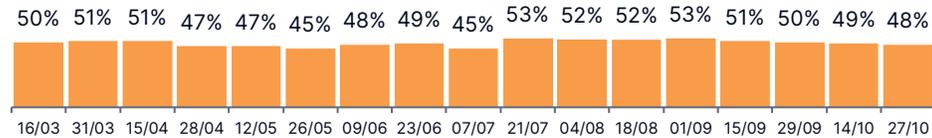
2.  
(+2)

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



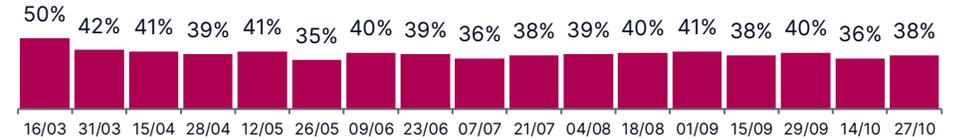
3.  
(-1)

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



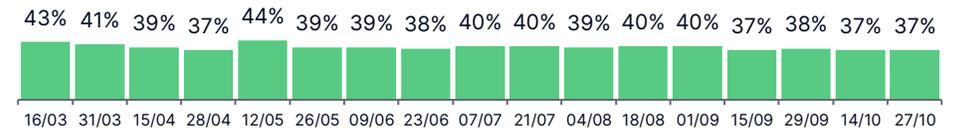
4.  
(+2)

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



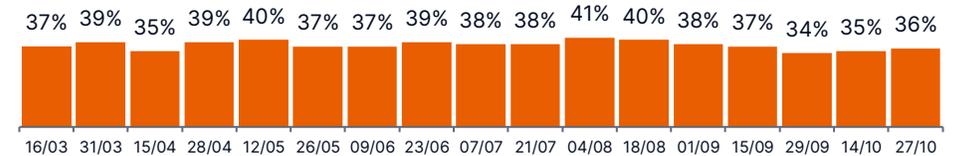
5.  
(=)

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



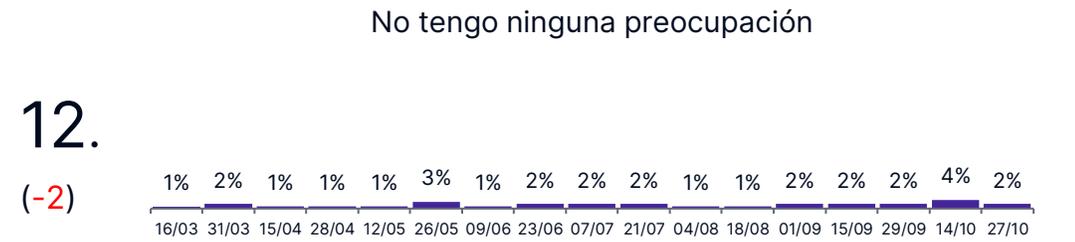
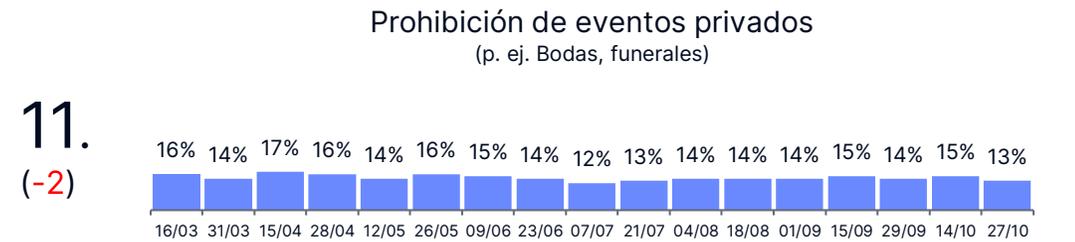
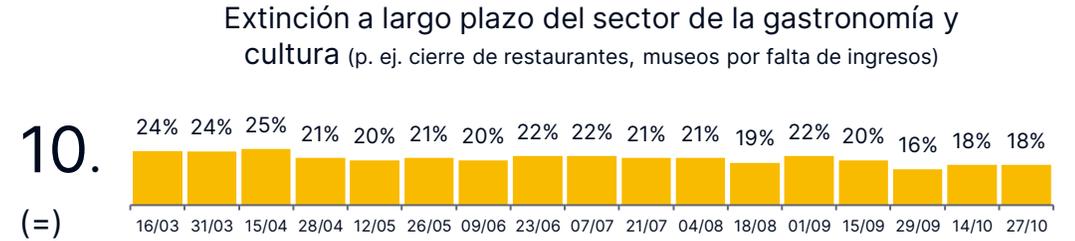
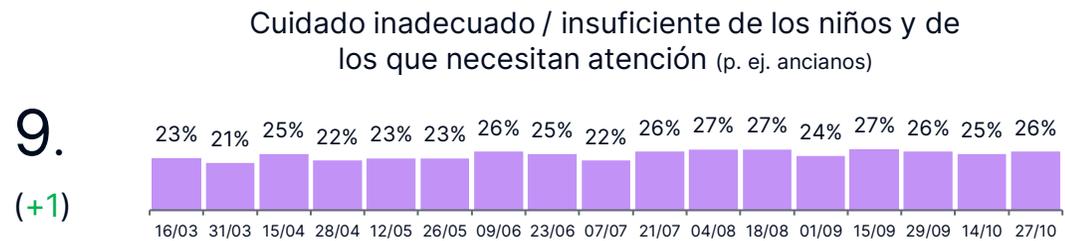
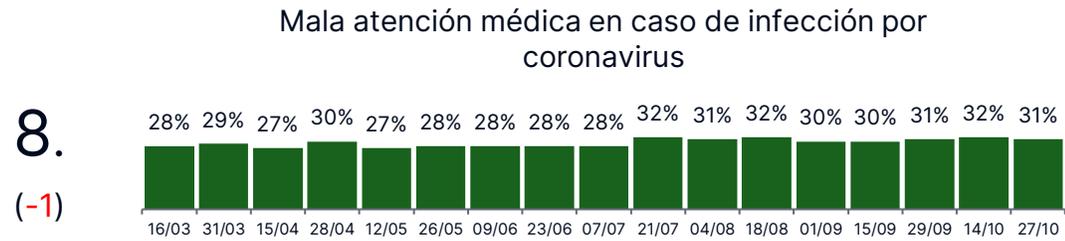
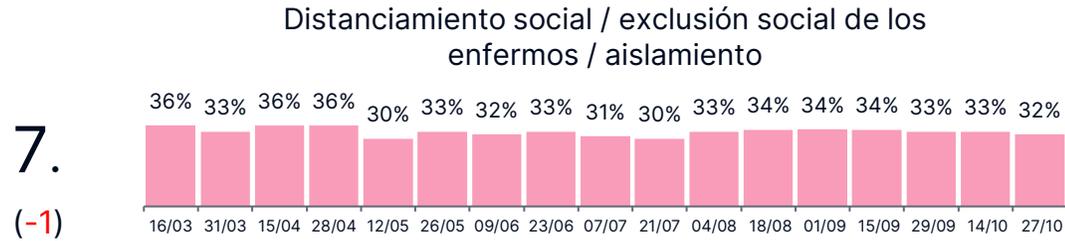
6.  
(+1)

Riesgo de infección (para mí)



# ¿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)

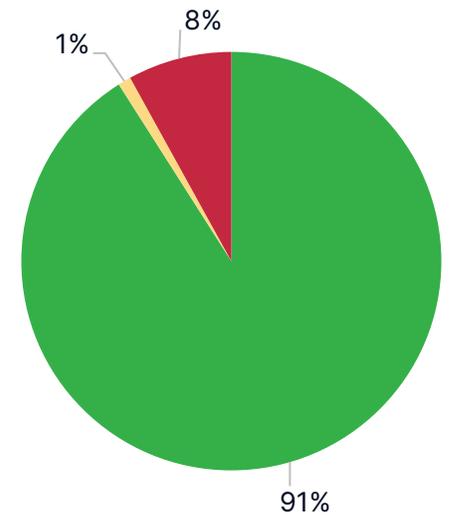
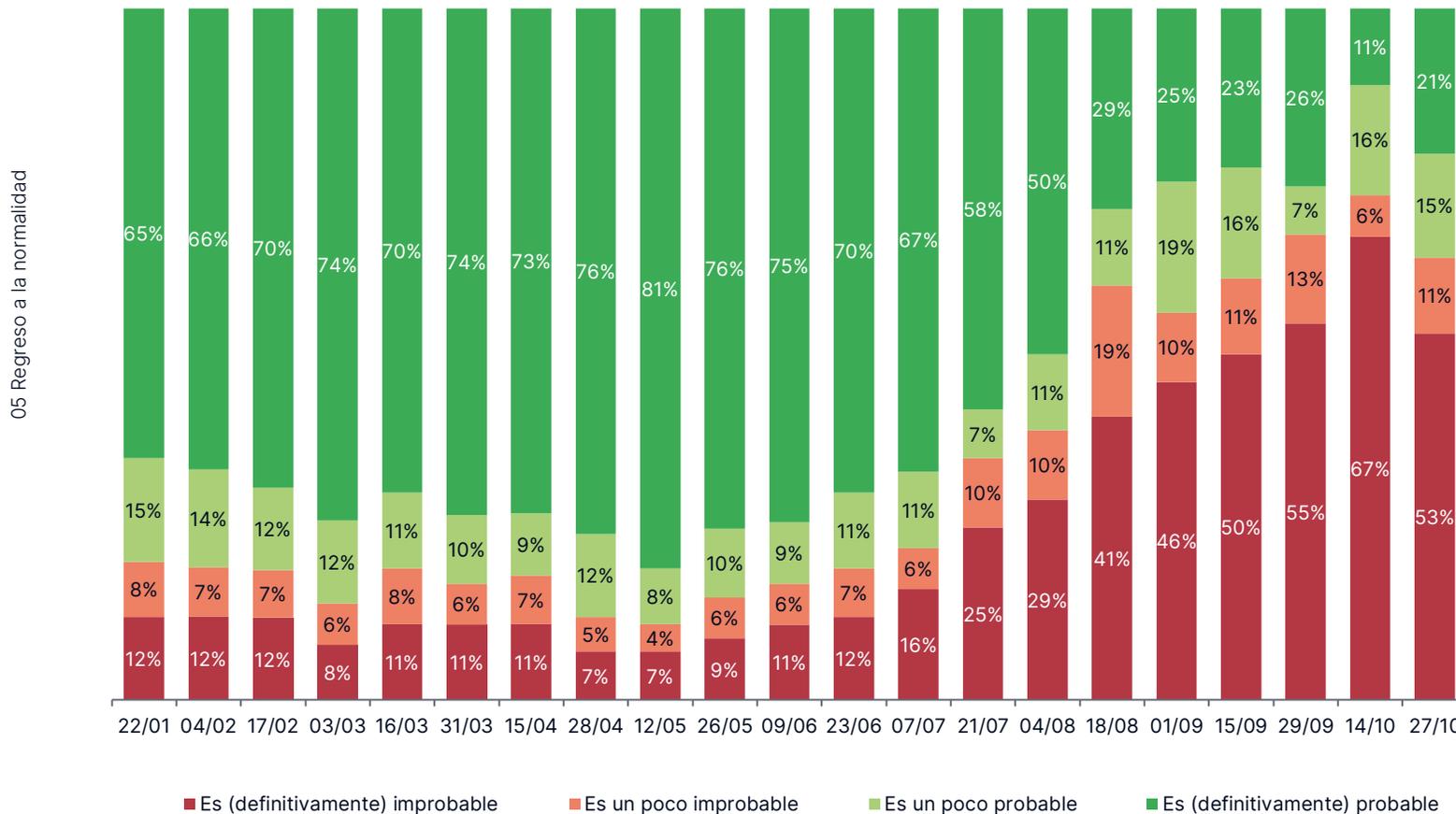


# Disposición a vacunarse

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)



■ Sí  
■ No, pero tengo una cita  
■ No, y no tengo una cita por el momento

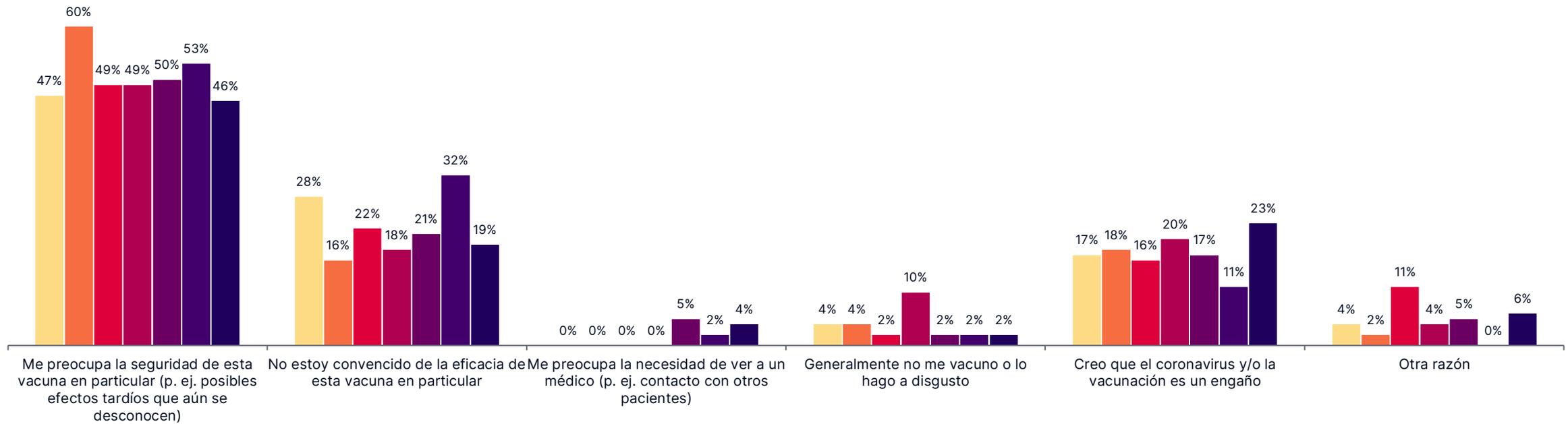
# Razones contra la vacunación

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

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

05 Regreso a la normalidad

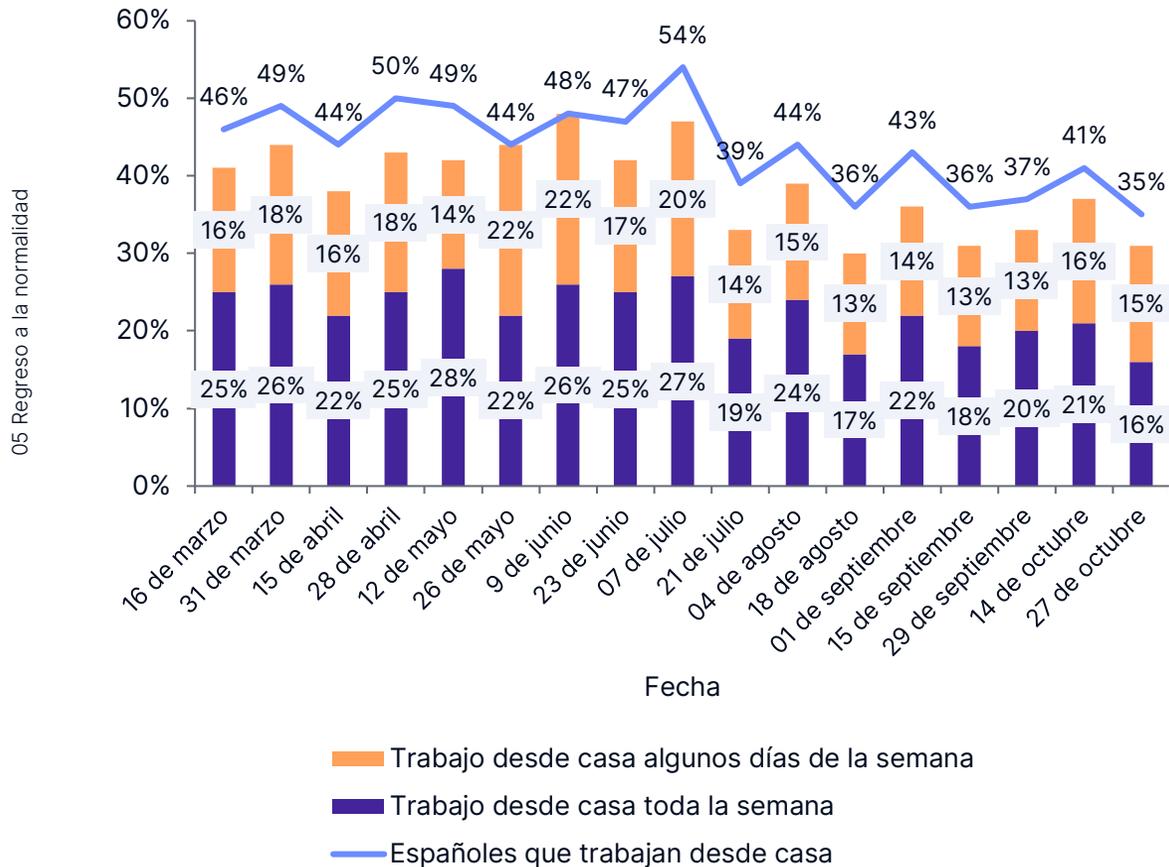
■ 04 ago. ■ 18 ago. ■ 01 sep. ■ 15 sep. ■ 29 sep. ■ 14 oct. ■ 27 oct.



# ¿Cuántos españoles trabajan desde casa?

Actualmente: **el 35% de los españoles trabaja desde casa**

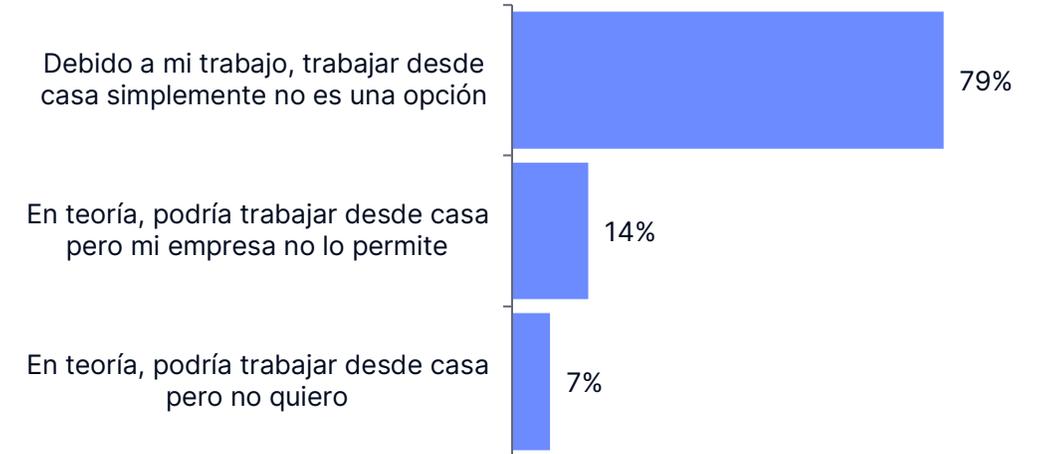
Evolución en el tiempo de los españoles que trabaja desde casa



# ¿Cuántos españoles no trabajan desde casa?

Actualmente: **el 65% de los españoles no trabaja desde casa**

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

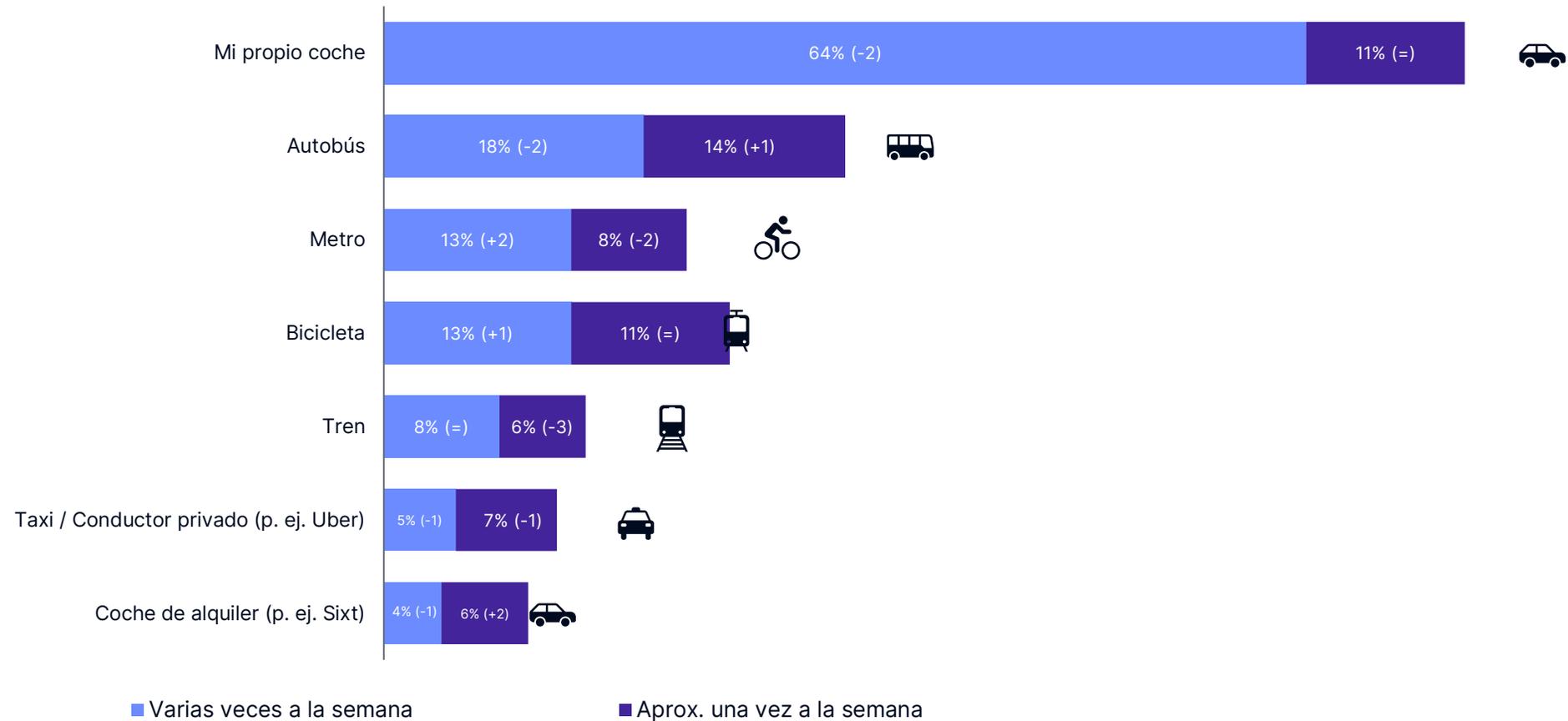


# Servicios de transporte y movilidad en la vida cotidiana

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	04-ago	18-ago	01-sep	15-sep	29-sep	14-oct	27-oct
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	Estudio 17 Bottom 2	Estudio 18 Bottom 2	Estudio 19 Bottom 2	Estudio 20 Bottom 2	Estudio 21 Bottom 2	Estudio 22* Bottom 2	Estudio 23 Bottom 2
1	Metro 	69%	69%	69%	71%	71%	66%	64%	64%	61%	58%	56%	50%	48%	48%	48%	55%	52%	49%	48%	42%	41%	39%	<b>37%</b>
2	Autobús 	63%	61%	63%	63%	61%	56%	48%	52%	45%	43%	42%	37%	36%	35%	40%	41%	40%	39%	37%	31%	31%	31%	<b>27%</b>
3	Avión 	60%	59%	53%	59%	55%	49%	44%	44%	43%	40%	36%	33%	31%	32%	35%	37%	37%	33%	31%	31%	27%	28%	<b>27%</b>
4	Tren 	56%	58%	56%	58%	56%	51%	46%	48%	43%	42%	38%	35%	35%	34%	33%	38%	37%	33%	32%	28%	27%	26%	<b>27%</b>
5	Barco/ Ferry 	54%	53%	45%	47%	46%	43%	42%	44%	35%	38%	33%	32%	30%	31%	33%	35%	33%	32%	28%	26%	23%	24%	<b>23%</b>
6	Taxi/ Conductor (p. ej. Uber) 	37%	34%	28%	33%	31%	30%	25%	26%	21%	23%	18%	20%	19%	19%	20%	22%	22%	21%	19%	15%	17%	16%	<b>17%</b>
7	Coche de alquiler (p. ej. Sixt) 	No se ha consultado						24%	22%	19%	19%	19%	18%	18%	17%	19%	21%	19%	15%	16%	16%	15%	14%	<b>15%</b>

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

Lugar	Categoría de producto	07/07	21/07	04/08	18/08	01/09	15/09	29/09	13/10	27/10
1	 <b>Alimentos (total)</b>	96%	97%	96%	95%	97%	96%	94%	95%	<b>96%</b>
	En línea	18%	14%	18%	15%	19%	16%	17%	18%	<b>15%</b>
	En tienda física	90%	91%	87%	88%	88%	89%	87%	87%	<b>89%</b>
2	 <b>Productos de higiene y cuidado personal (total)</b>	89%	89%	88%	87%	89%	88%	89%	86%	<b>86%</b>
	En línea	20%	18%	23%	21%	26%	20%	21%	19%	<b>19%</b>
	En tienda física	77%	78%	75%	74%	74%	77%	78%	75%	<b>75%</b>
3	 <b>Bebidas no alcohólicas (total)</b>	82%	81%	79%	80%	79%	81%	77%	79%	<b>76%</b>
	En línea	13%	11%	13%	12%	12%	12%	13%	13%	<b>12%</b>
	En tienda física	76%	74%	71%	72%	74%	74%	70%	72%	<b>70%</b>
4	 <b>Medicamentos (total)</b>	77%	72%	71%	72%	75%	73%	73%	75%	<b>74%</b>
	En línea	10%	10%	9%	9%	9%	7%	10%	10%	<b>9%</b>
	En tienda física	71%	66%	65%	65%	70%	69%	67%	69%	<b>70%</b>
5	 <b>Ropa (total)</b>	72%	67%	67%	63%	65%	65%	68%	69%	<b>70%</b>
	En línea	37%	31%	33%	33%	34%	32%	33%	32%	<b>34%</b>
	En tienda física	48%	47%	46%	40%	42%	45%	49%	48%	<b>49%</b>
6	 <b>Productos de belleza / maquillaje (total)</b>	56%	50%	51%	54%	54%	52%	55%	56%	<b>54%</b>
	En línea	21%	20%	21%	25%	25%	22%	23%	23%	<b>22%</b>
	En tienda física	42%	36%	35%	36%	38%	37%	40%	41%	<b>39%</b>
7	 <b>Bebidas alcohólicas (total)</b>	63%	55%	54%	54%	56%	54%	56%	56%	<b>53%</b>
	En línea	12%	9%	10%	10%	10%	10%	10%	13%	<b>10%</b>
	En tienda física	56%	49%	47%	47%	50%	48%	51%	49%	<b>47%</b>

06 Hábitos de consumo

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

Muestra total

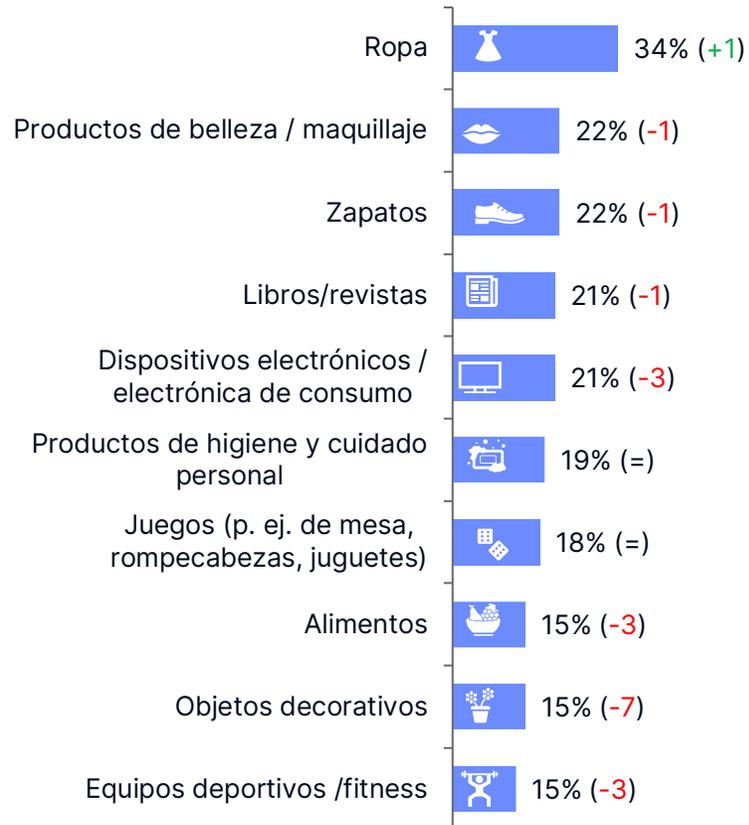
Lugar	Categoría de producto	07/07	21/07	04/08	18/08	01/09	15/09	29/09	13/10	27/10
8	 <b>Zapatos (total)</b>	53%	47%	46%	44%	47%	47%	49%	50%	<b>52%</b>
	En línea	24%	20%	23%	22%	25%	23%	23%	23%	22%
	En tienda física	36%	33%	29%	28%	30%	30%	33%	34%	36%
9	 <b>Libros / revistas (total)</b>	47%	40%	39%	38%	46%	48%	49%	45%	<b>44%</b>
	En línea	22%	18%	17%	19%	21%	23%	22%	22%	21%
	En tienda física	30%	26%	35%	24%	31%	32%	32%	30%	29%
10	 <b>Disp. electrónicos / electrónica de consumo (total)</b>	38%	32%	31%	32%	37%	34%	36%	40%	<b>36%</b>
	En línea	23%	20%	21%	20%	23%	20%	22%	24%	21%
	En tienda física	19%	17%	14%	15%	20%	19%	32%	23%	20%
11	 <b>Objetos decorativos</b>	47%	45%	27%	27%	34%	34%	36%	33%	<b>35%</b>
	En línea	13%	12%	15%	13%	16%	16%	19%	16%	15%
	En tienda física	39%	37%	16%	17%	24%	22%	24%	22%	24%
12	 <b>Juegos (ej. de mesa, rompecabezas, juguetes)</b>	32%	29%	30%	27%	28%	27%	32%	32%	<b>34%</b>
	En línea	18%	17%	17%	15%	17%	16%	18%	18%	18%
	En tienda física	19%	17%	18%	16%	17%	15%	18%	20%	20%
13	 <b>Equipos deportivos / fitness</b>	36%	29%	30%	30%	31%	32%	36%	36%	<b>33%</b>
	En línea	20%	14%	16%	17%	17%	16%	16%	18%	15%
	En tienda física	22%	20%	18%	17%	19%	20%	18%	24%	23%
14	 <b>Electrodomésticos (total)</b>	29%	26%	24%	23%	27%	24%	28%	30%	<b>27%</b>
	En línea	15%	13%	13%	13%	14%	12%	14%	15%	13%
	En tienda física	18%	16%	14%	13%	18%	15%	18%	21%	18%

# Enfoque: compras en línea vs. en tienda física

Muestra total

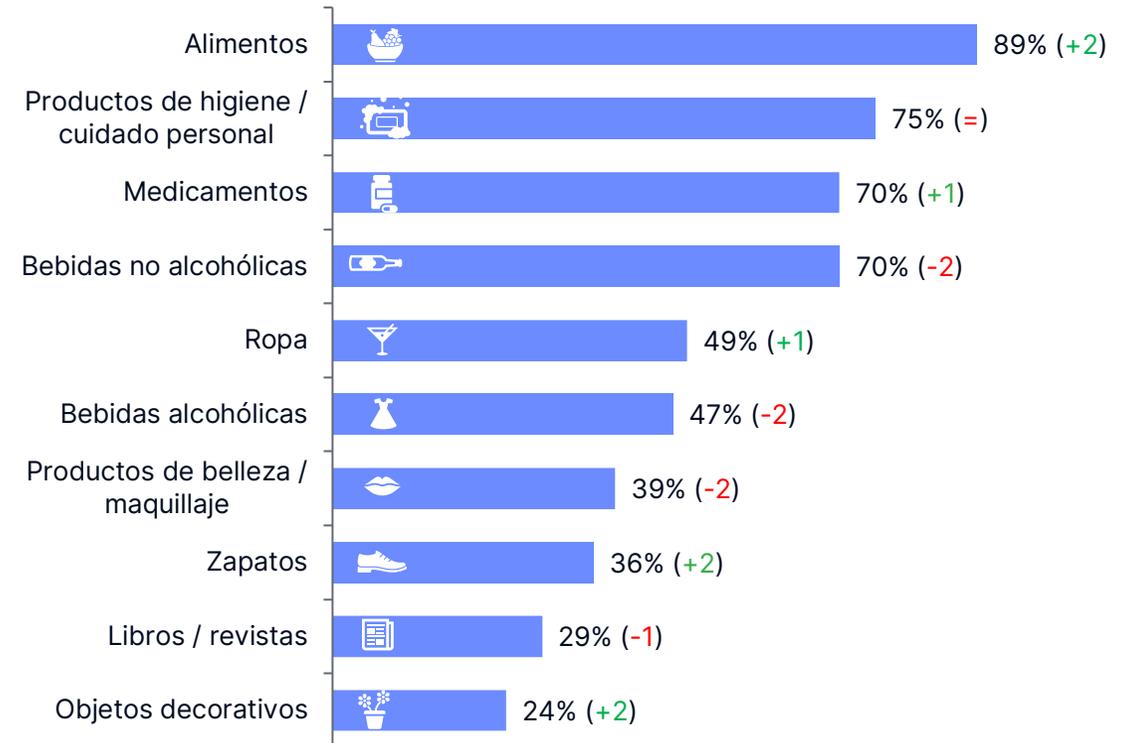
Top 10: Comprado **en línea** la semana pasada

(Números entre paréntesis = comparación con el estudio anterior)



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

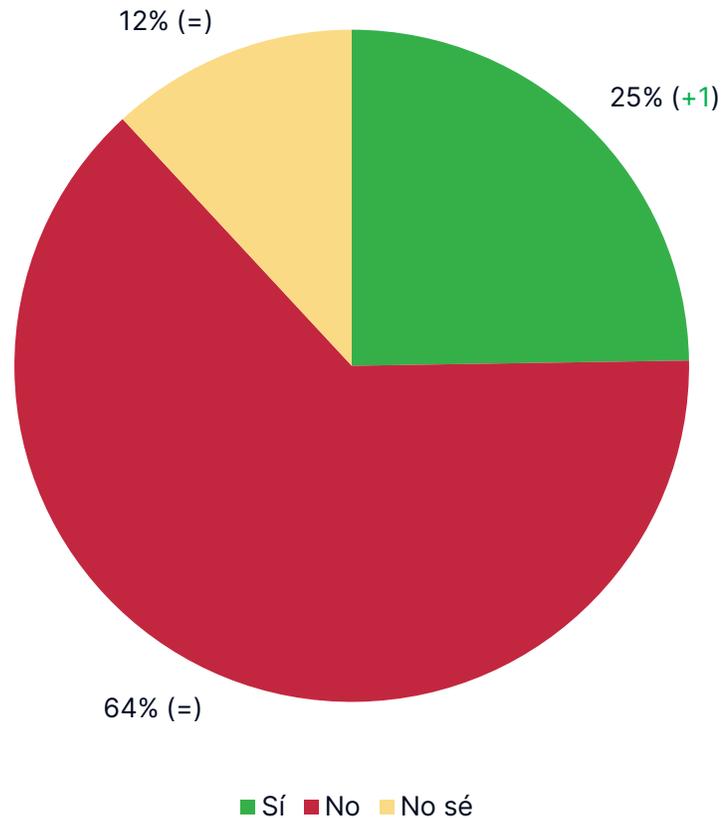
(Números entre paréntesis = comparación con el estudio anterior)



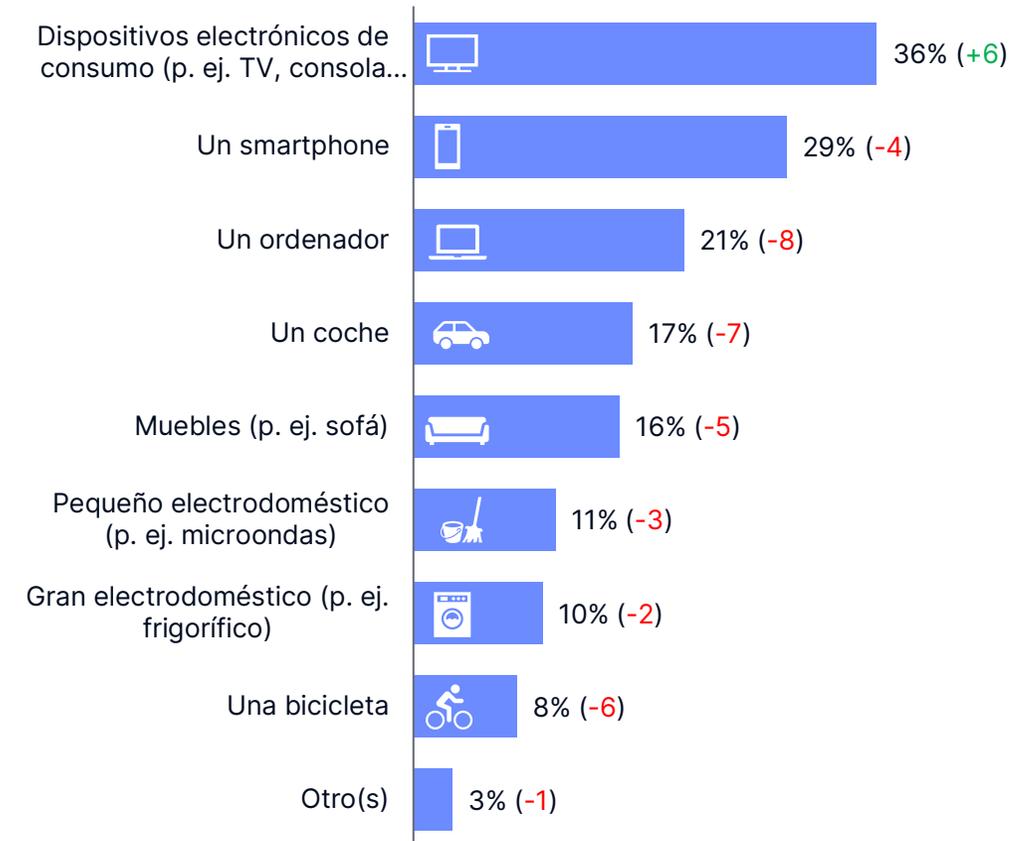
# Barómetro de consumo

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](mailto: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](mailto:christopher.dahl@appinio.com)

## Para España



**Livia Mirón**

Country Manager España

Oficina +34 911 98 7291

E-mail [livia.miron@appinio.com](mailto:livia.miron@appinio.com)



Appinio Alemania  
Jungfernstieg 49  
20354 Hamburgo

Appinio EUA  
1355 Market St  
94301 San Francisco

