



informe **corona** appinio

Número 24 – 17.11.2021

 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.

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

 Accede a las opciones de filtrado de datos desde 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

Estudio 24 – 10.11.2021

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 10 de noviembre 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 2-24: N = 1000

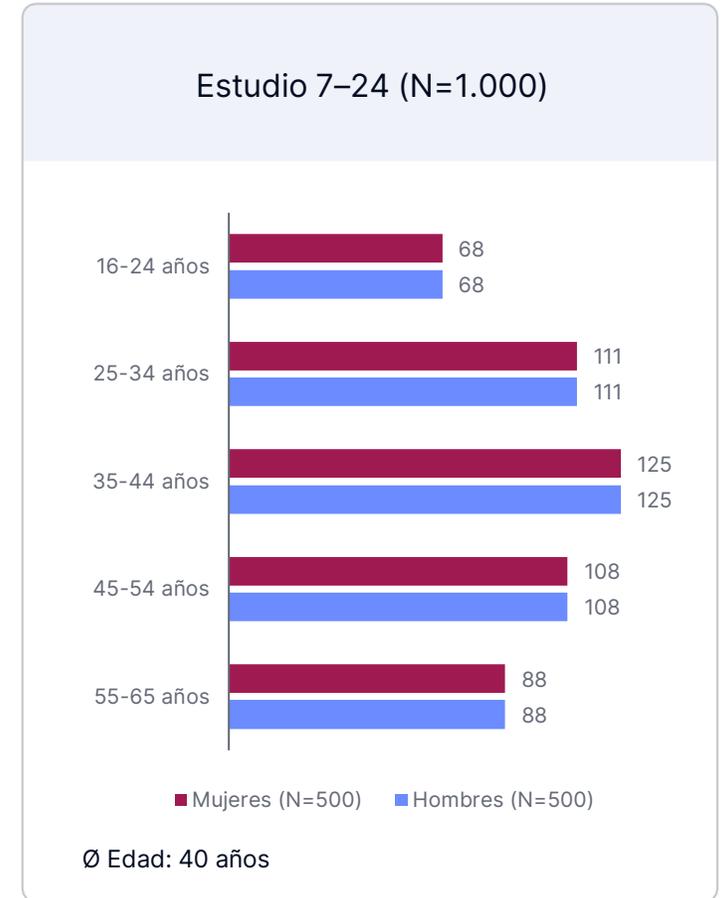
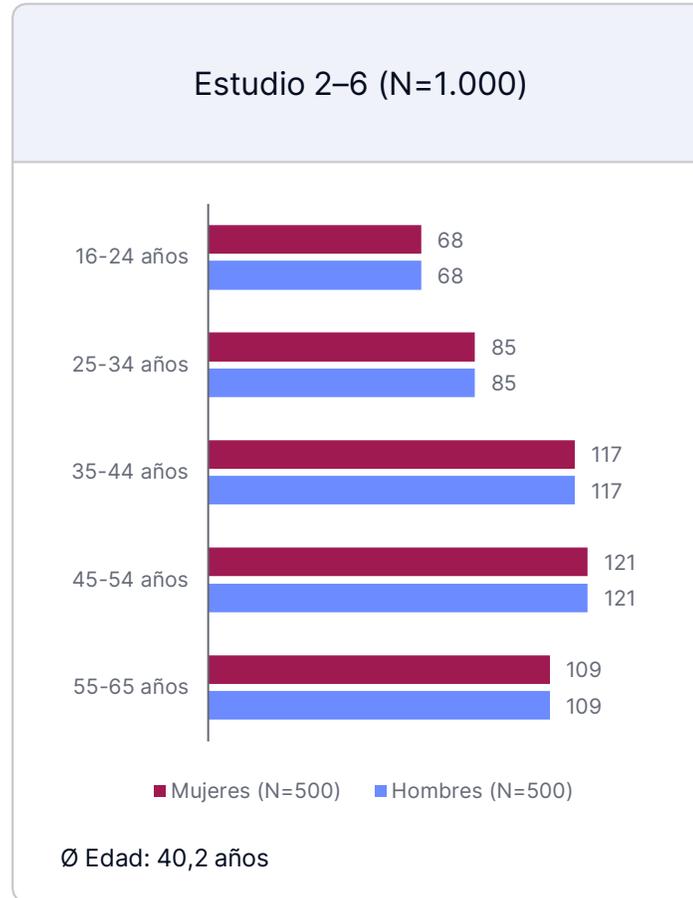
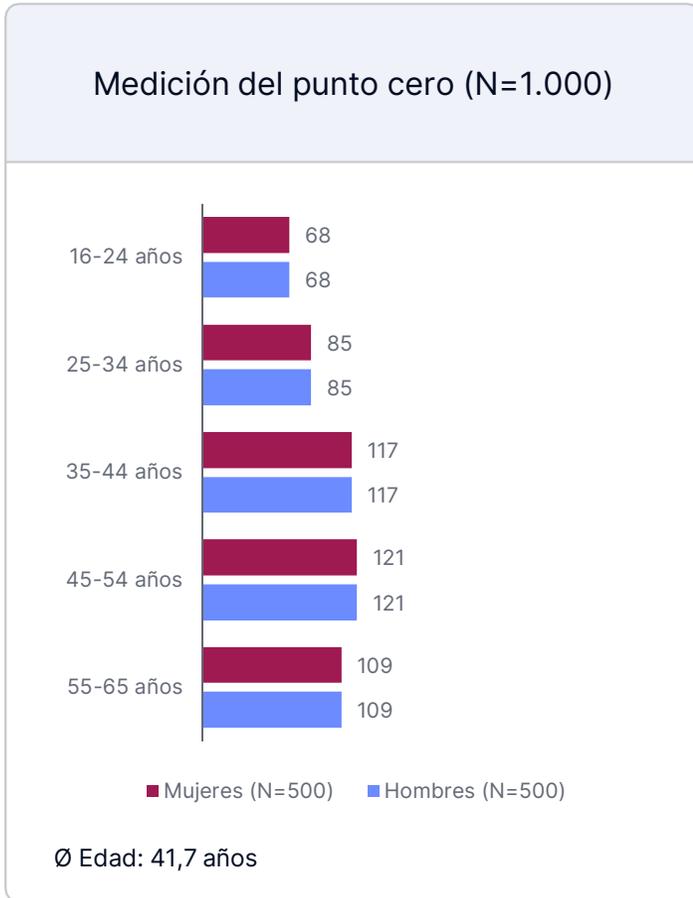
Contenido

- Preguntas adicionales actuales:
- **Black Friday y Cyber Monday**
- ¿Cómo son las compras en línea en España en este momento?
- Positiva o negativa: ¿qué imagen tienen los españoles de estos días de promociones en noviembre?
- ¿Qué popularidad tienen el Black Friday y el Cyber Monday entre los españoles? ¿Quién tiene previsto comprar algo este año? ¿Quiénes comprarán los regalos de Navidad en esas fechas?

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



Black Friday y Cyber Monday – Buena acogida en España

- **Compras en línea:** el **30%** de los españoles compra algo en línea **al menos una vez al mes**. El **9%** compra en línea **al menos una vez a la semana**.
- Casi el 70% de los españoles **ha comprado alguna vez en el Black Friday o el Cyber Monday** en el pasado.
- Las personas comprendidas entre 35 y 44 años son las **más propensas (73%) a afirmar que alguna vez han comprado productos con ocasión del Black Friday o el Cyber Monday**.



La mayoría de los consumidores españoles ven al Black Friday y Cyber Monday positivamente

- **La gran mayoría (83%)** de los españoles encuestados **perciben el Black Friday y el Cyber Monday de manera (ligeramente) positiva**.
- Los datos lo demuestran: **Quien compró algo** en el Black Friday / Cyber Monday del año pasado, **probablemente volverá a hacerlo este año**.
- De hecho, el **72%** ya está **específicamente esperando una oferta concreta** de una determinada marca/producto. El resto se dejará llevar por las ofertas.



La mayoría está tentada a comprar cosas durante el Black Friday / Cyber Monday

- La mayoría (**64%**) de los españoles indica que durante el Black Friday/Cyber Monday, se siente **más tentada a comprar cosas que de costumbre**.
- Los jóvenes son los **más tentados por los descuentos**, mientras que sólo uno de cada cuatro (**26%**) del grupo de edad de 55 a 65 años dice sentirse más tentado que de costumbre.
- **La mayoría (78%)** de los encuestados tiene pensado aprovechar los descuentos de estas fechas para **comprar regalos de Navidad**.

03

Preguntas adicionales

Black Friday y Cyber Monday

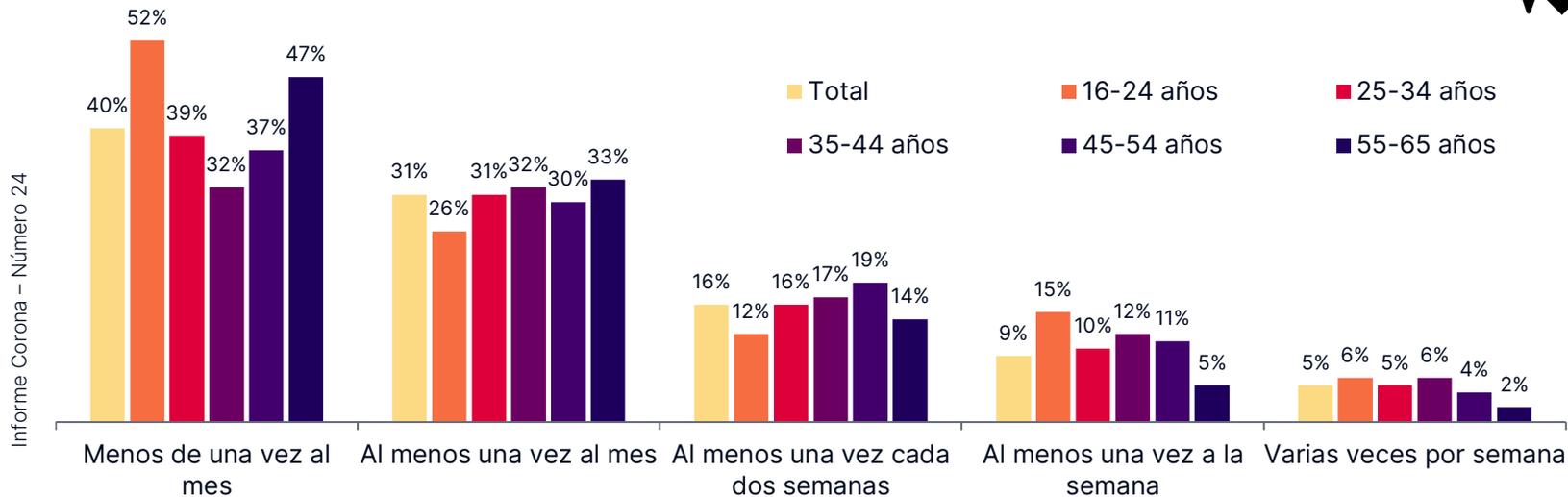
- ¿Cómo son las compras en línea en España en este momento?
- Positiva o negativa: ¿qué imagen tienen los españoles de estos días de promociones en noviembre?
- ¿Qué popularidad tienen el Black Friday y el Cyber Monday entre los españoles? ¿Quién tiene previsto comprar algo este año? ¿Quiénes comprarán los regalos de Navidad en esas fechas?



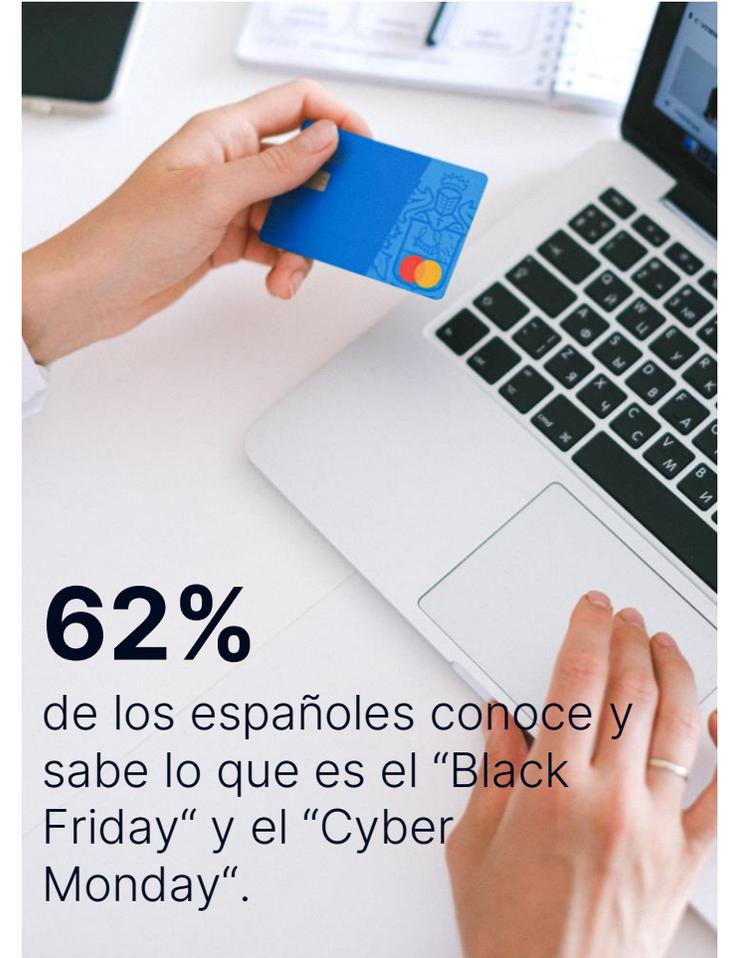
El 31% de los españoles compra al menos una vez al mes por internet

¿Con qué frecuencia se compra por internet en la actualidad?

En promedio, ¿con qué frecuencia compras cosas por Internet? (independientemente de la categoría)



- **La popularidad de comprar online varía según la edad:** destacan los grupos comprendidos entre 16 y 25 años así como de 55 a 65 años como aquellos que menos frecuentemente compran a través de la red, con un 52% y un 47%, respectivamente, que realiza compras online menos de una vez al mes.
- **Los usuarios que compran online con más frecuencia** son aquellos con edades comprendidas entre los 35-44 años y los 45-54 años. En estos grupos de edad, el porcentaje que realiza compras en la red al menos una vez al mes es del 67%.



62%

de los españoles conoce y sabe lo que es el “Black Friday” y el “Cyber Monday”.

Casi todo el mundo ha aprovechado alguna vez las ofertas del Black Friday o el Cyber Monday

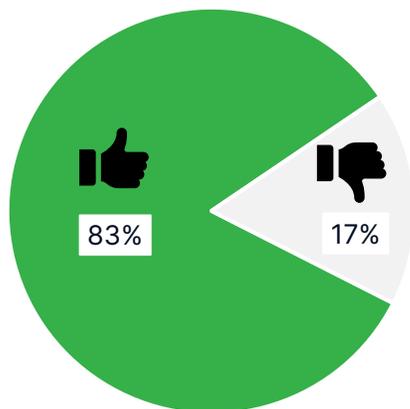
Estos eventos online han tenido hasta ahora una buena acogida en España

¿De qué manera percibes el Black Friday y el Cyber Monday?

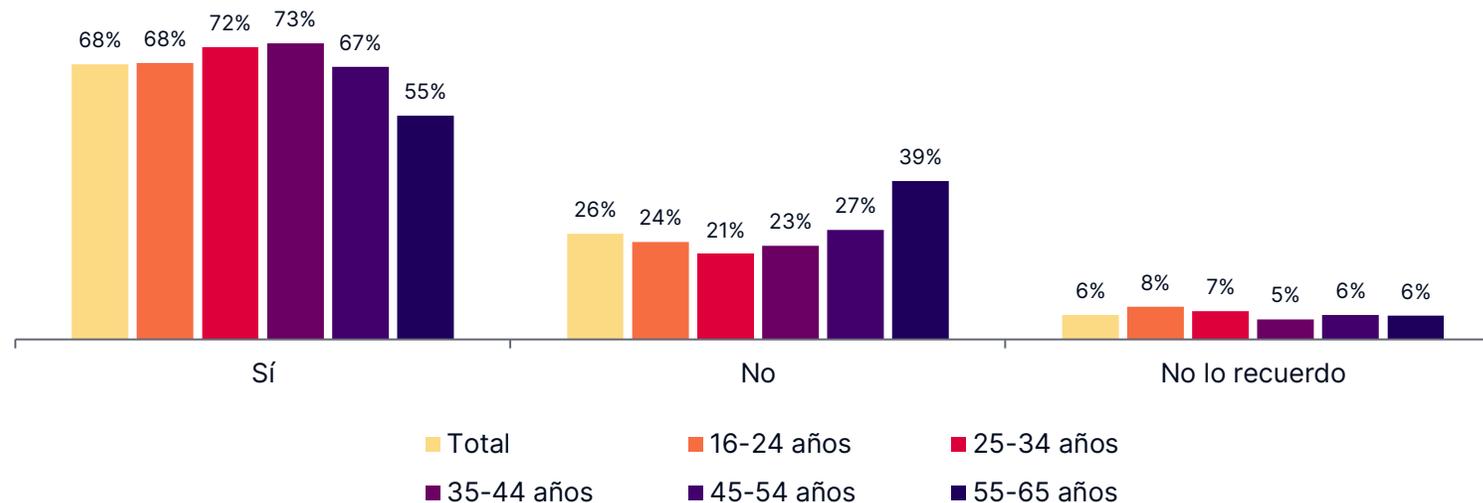
83%



de los encuestados perciben el Black Friday y el Cyber Monday de manera (ligeramente) positiva.



¿Has comprado productos en el Black Friday y/o en el Cyber Monday **en el pasado**?



- Casi el 70% de los españoles **ha comprado alguna vez en el Black Friday o el Cyber Monday** en el pasado.
- Por grupos de edad, las personas comprendidas entre 35 y 44 años son las **más propensas (73%) a afirmar que alguna vez han comprado productos con ocasión del Black Friday o el Cyber Monday**. Por el contrario, aquun 39% de aquellos con edades entre los 55 y los 65 años nunca han comprado nada durante estos días de ofertas especiales.

Black Friday 2021

¿Quién tiene previsto aprovechar las promociones este año?

- ¿Piensas aprovechar las promociones de descuento del Black Friday o del Cyber Monday para comprar algo este año?

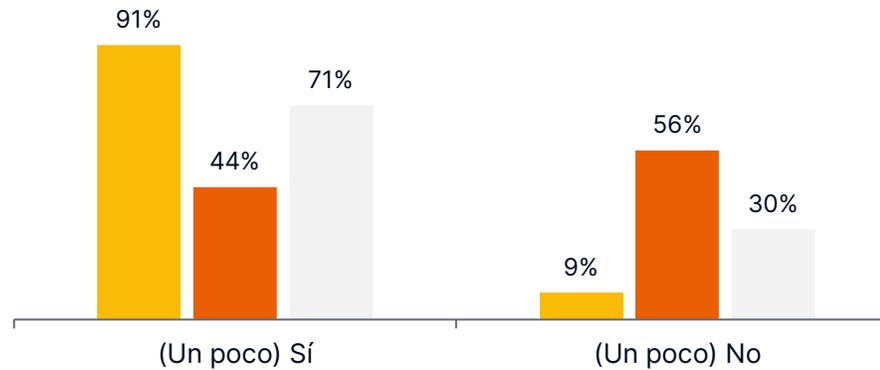
77%

piensa aprovechar el Black Friday o el Cyber Monday para comprar algo este año



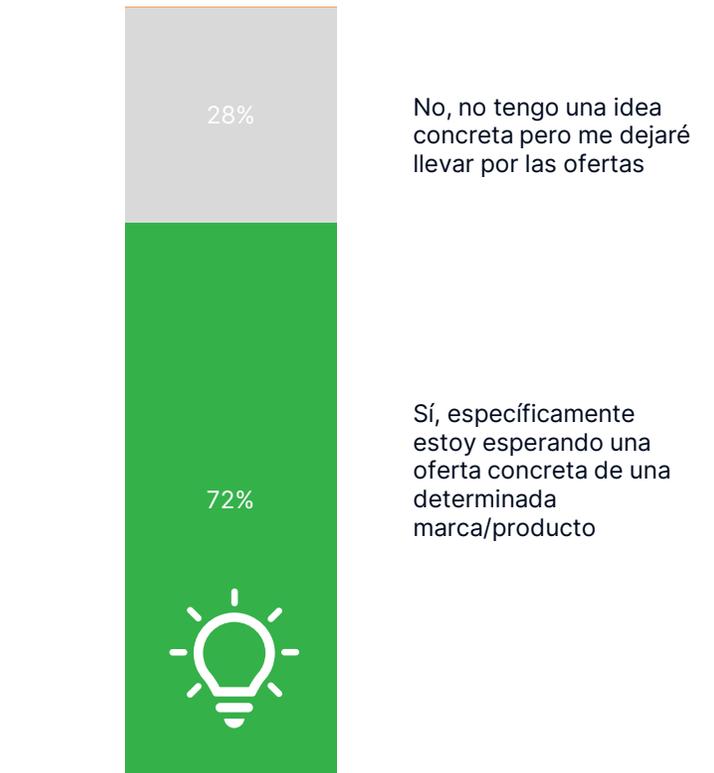
- (Un poco) Sí
- (Un poco) No

- He comprado productos en el Black Friday y/o en el Cyber Monday en el pasado
- No he comprado productos en el Black Friday y/o en el Cyber Monday en el pasado
- No lo recuerdo



Los datos lo demuestran: Quien compró algo en el Black Friday / Cyber Monday del año pasado, probablemente volverá a hacerlo este año.

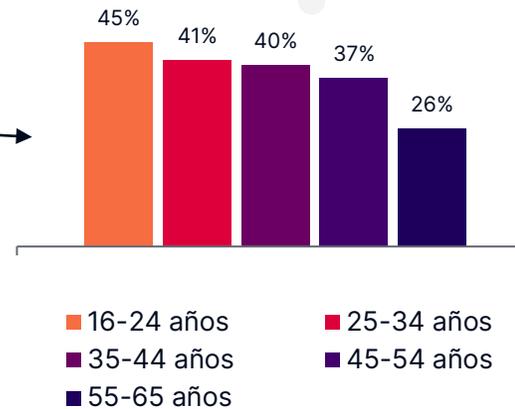
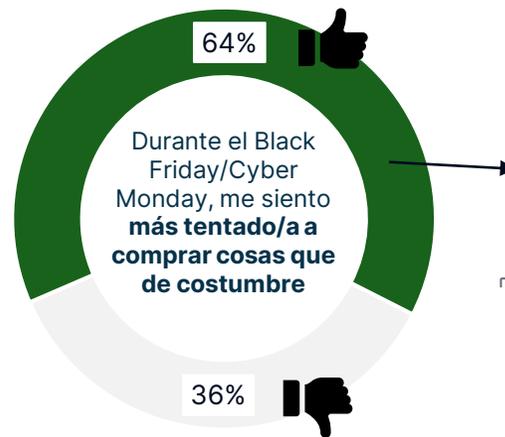
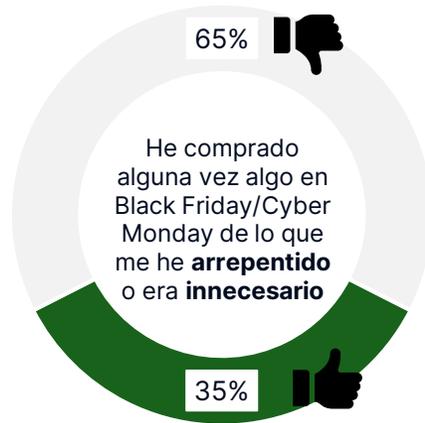
¿Estás esperando una **oferta especial en el Cyber Monday o en el Black Friday** para comprar algo?



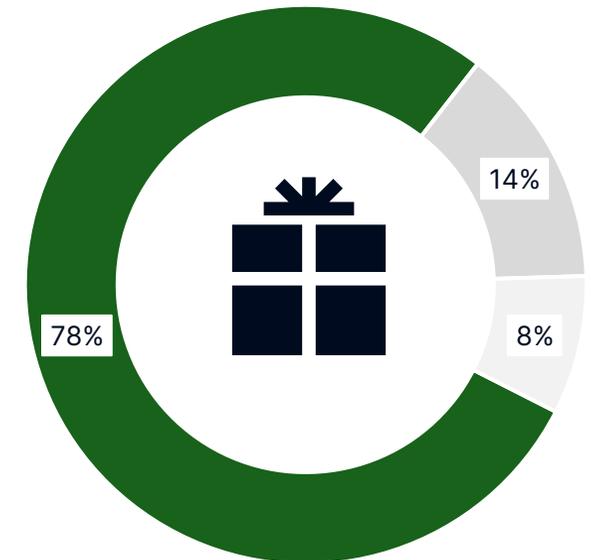
Una gran oportunidad para comprar regalos de Navidad

Black Friday y Cyber Monday: ¿cómo aprovechan los españoles los descuentos?

¿Estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones?



¿Piensas utilizar las promociones de descuento en torno al Black Friday o al Cyber Monday este año, especialmente para comprar **regalos de Navidad**?



- (Un poco) sí
- Estoy indeciso
- (Un poco) no

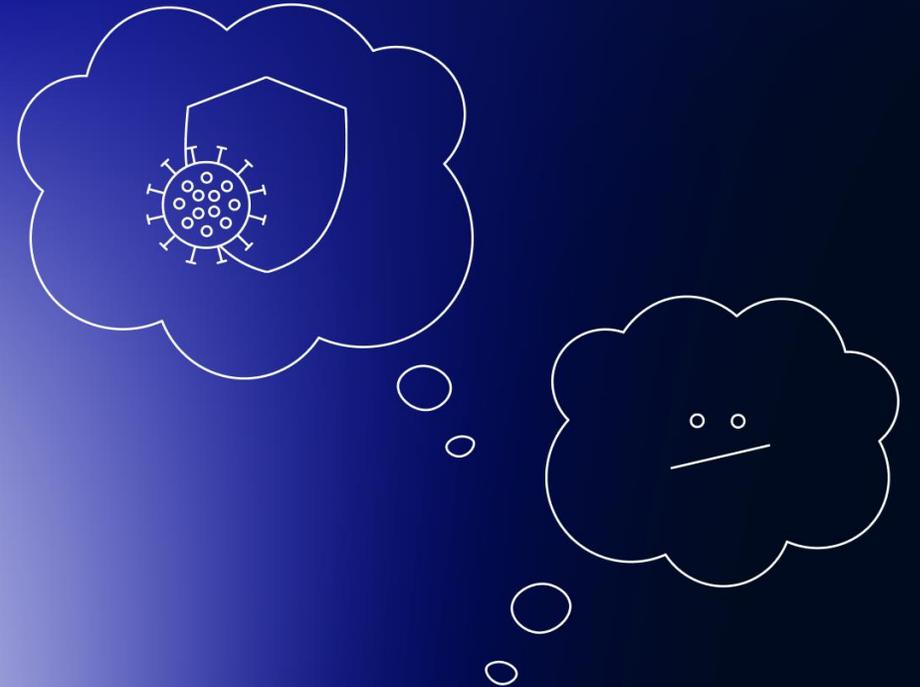


- Un 35% de aquellos que han hecho uso del Black Friday o del Cyber Monday se han **arrepentido** o dado cuenta de que era un **producto innecesario tras la compra**.
- Hay una tendencia a que los jóvenes sientan mayor **tentación de comprar más durante los eventos del Black Friday o el Cyber Monday**, como se ve en un 45% de los encuestados de edades comprendidas entre los 16 y lo 24 años.
- **La mayoría (78%)** de los encuestados tiene pensado aprovechar los descuentos especiales del Black Friday o Cyber Monday para **comprar regalos de Navidad**.

04

Preocupaciones sobre la COVID-19

Sentimientos, preocupaciones e inquietudes



¿Cómo te has sentido?

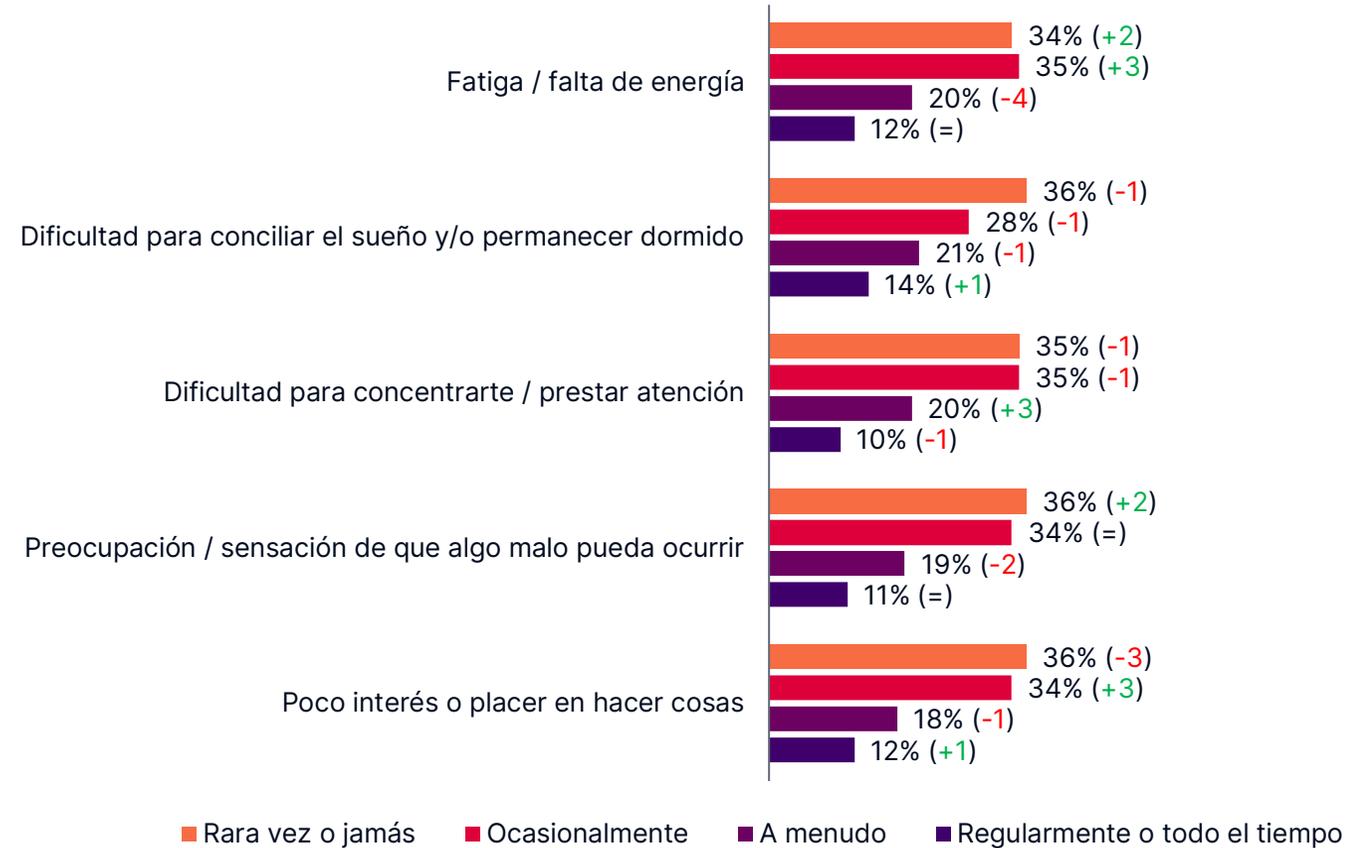
Muestra total

¿Cómo te has sentido?

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

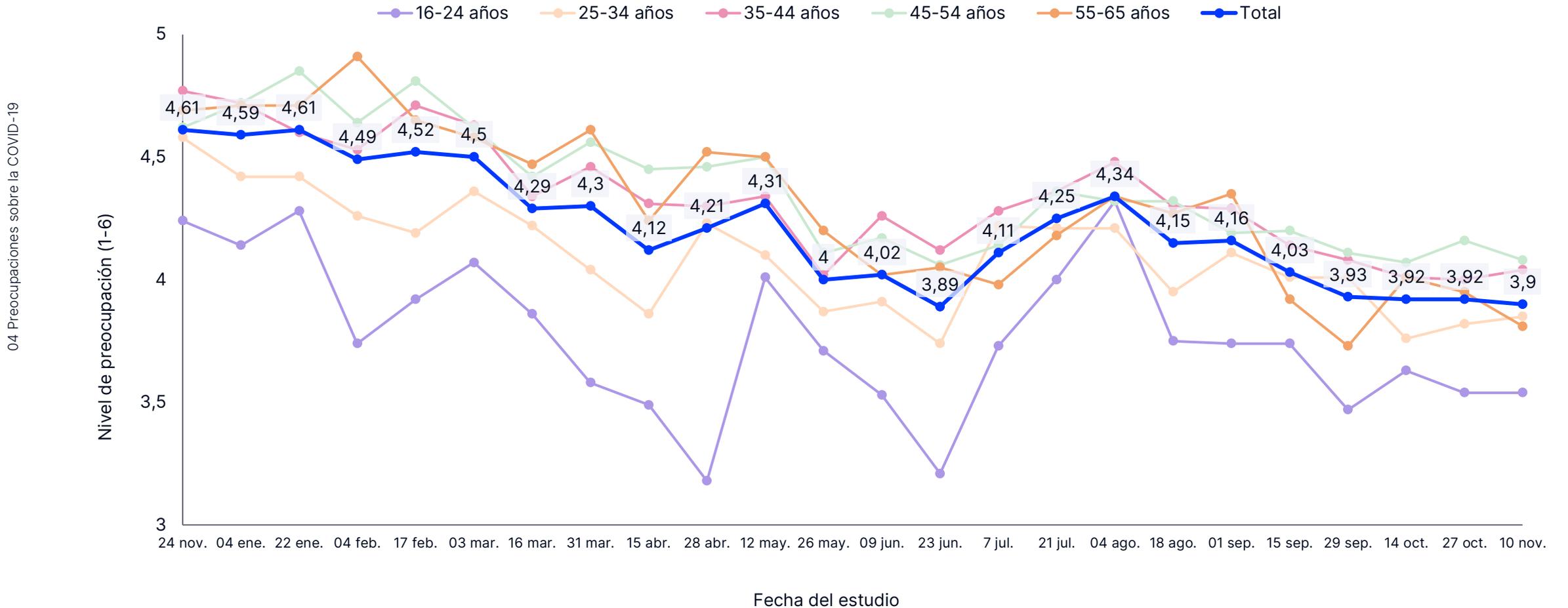


¿Con qué frecuencia has experimentado las siguientes emociones/síntomas en las últimas semanas? (Entre paréntesis = comparación con el estudio anterior)



¿Cuán preocupados están los españoles por su salud?

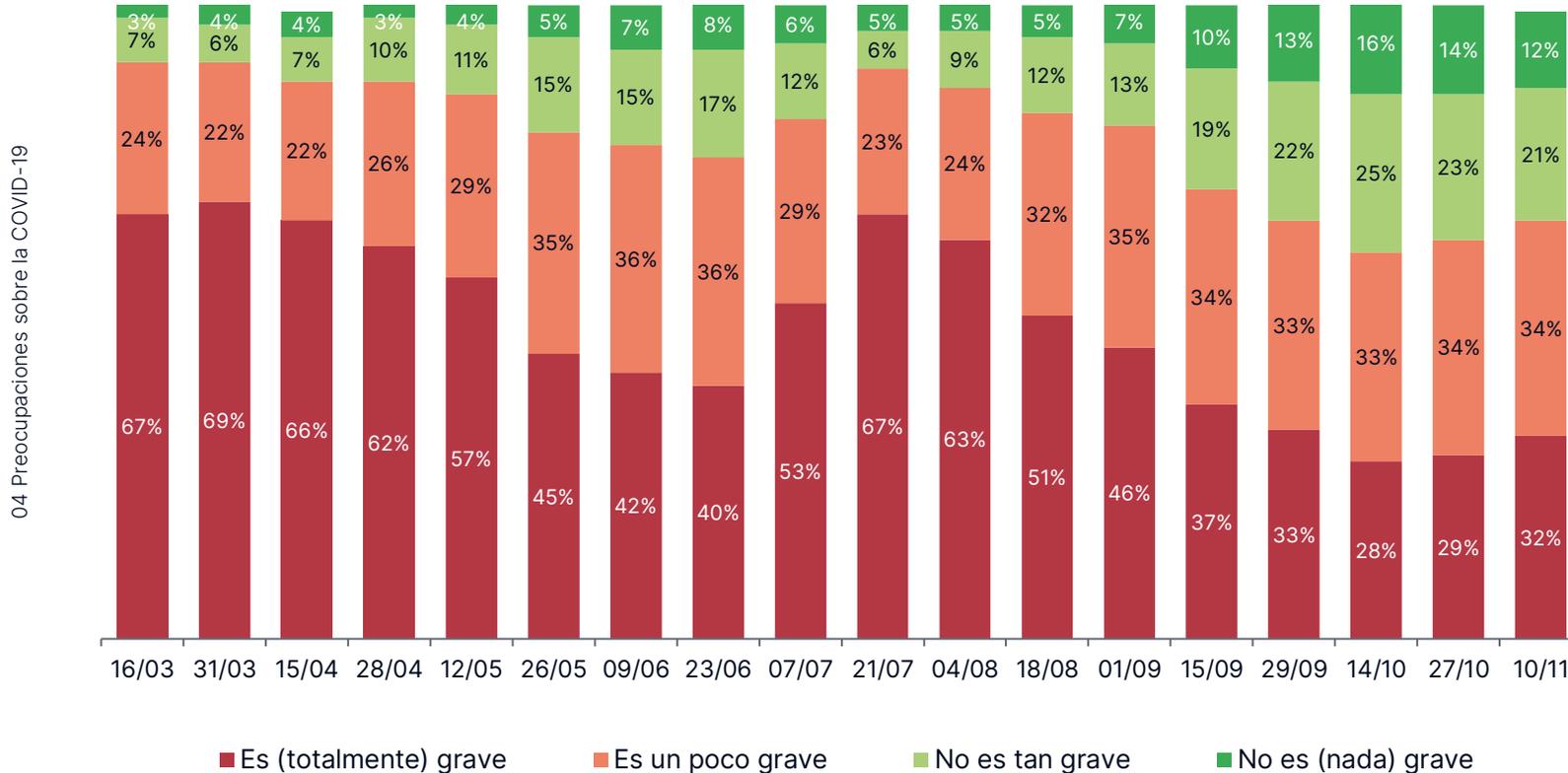
Muestra total



¿Cómo valoras la situación actual? // Satisfacción

Muestra total

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



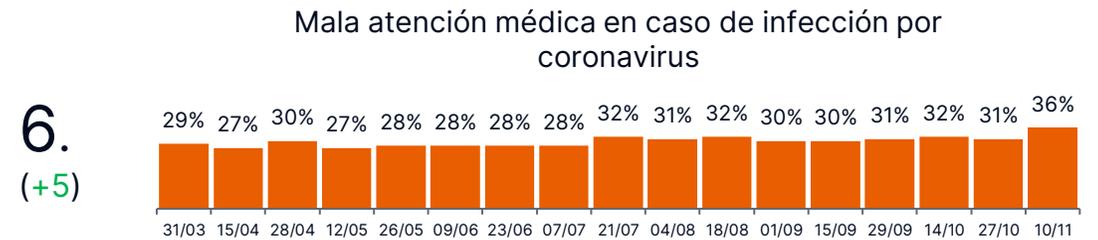
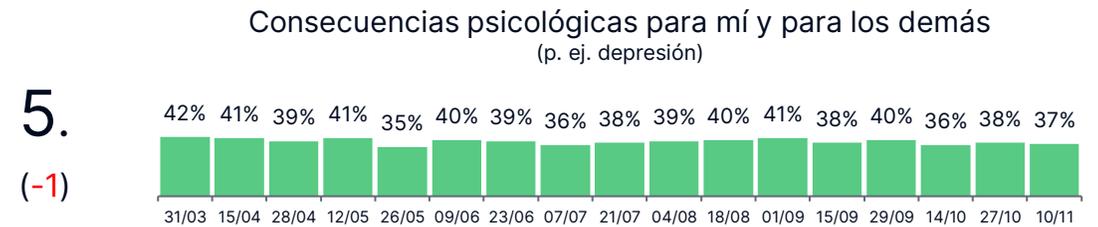
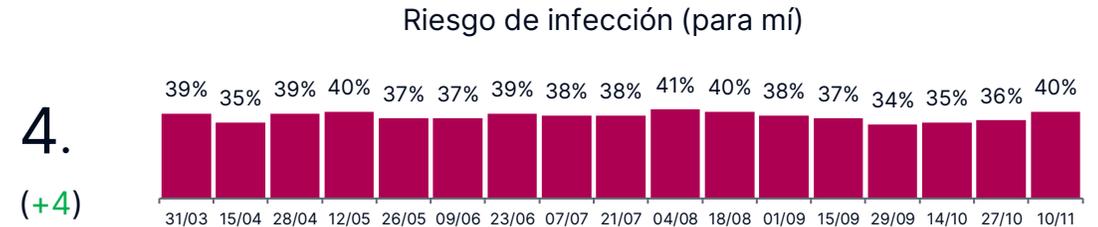
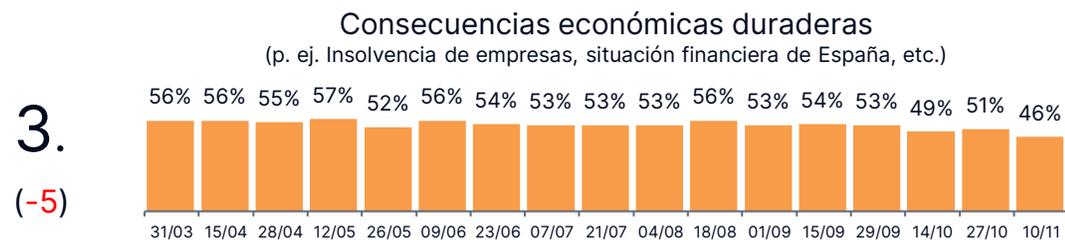
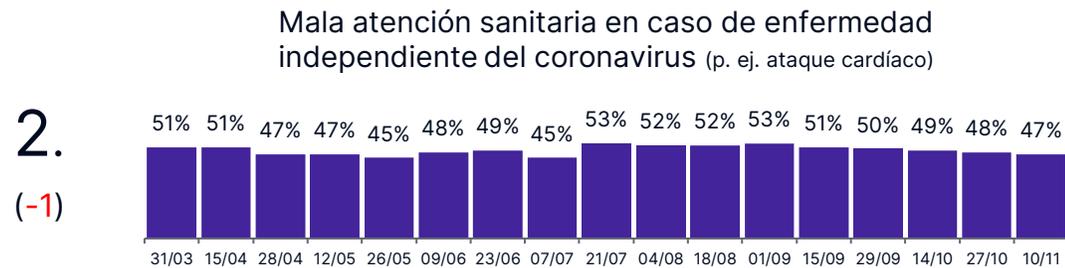
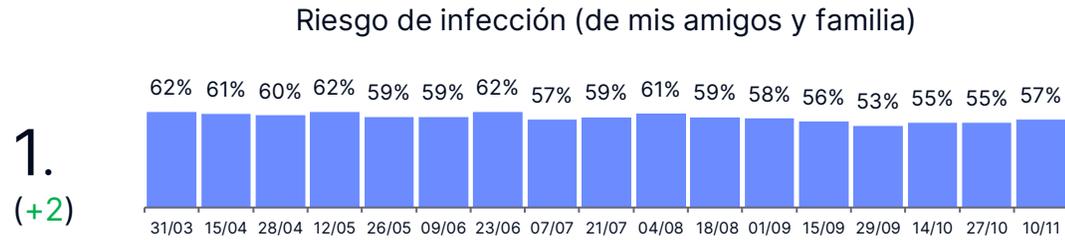
En este momento, ¿cuán satisfecho estás con las siguientes áreas de tu vida?

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

#	Área de la vida	Media 18-ago	Media 01-sep	Media 15-sep	Media 29-sep	Media 14-oct	Media 27-oct	Media 10-nov
1	Libertad de movimiento / movilidad	3,97	4,05	4,13	4,14	4,13	4,21	4,16
2	Seguridad	4,1	3,99	4,08	4,12	4,09	4,07	4,08
3	Entretenimiento	3,99	4,05	4,05	4,14	4,07	4,09	4,07
4	Relaciones / citas románticas	3,97	3,94	4,02	4,08	3,96	3,9	3,96
5	Nutrición / dieta	3,77	3,79	3,81	3,86	3,84	3,86	3,91
6	Vida social	3,77	3,8	3,86	3,96	3,9	3,87	3,91
4	Educación / trabajo	3,88	3,81	3,75	3,8	3,81	3,73	3,75
8	Vacaciones / viajes	3,52	3,53	3,5	3,55	3,47	3,39	3,47

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

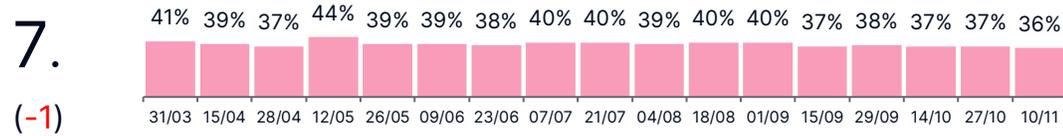
Muestra total - Ordenada por frecuencia (Números entre paréntesis = comparación con el estudio anterior)



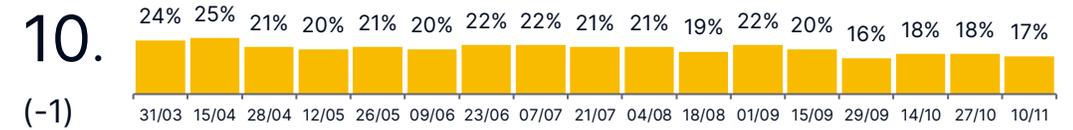
¿Cuáles son las mayores preocupaciones respecto al coronavirus? (2/2)

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

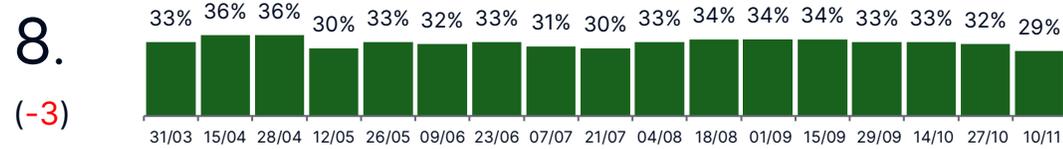
Consecuencias financieras personales
(p. ej. ERTE, posibilidad de perder mi empleo, inversiones/acciones)



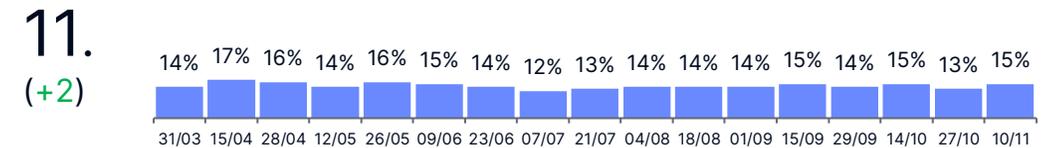
Extinción a largo plazo del sector de la gastronomía y cultura
(p. ej. cierre de restaurantes, museos por falta de ingresos)



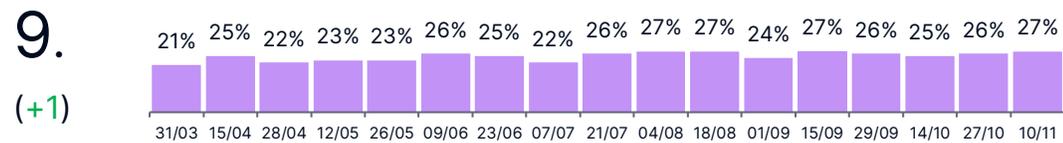
Distanciamiento social / exclusión social de los enfermos / aislamiento



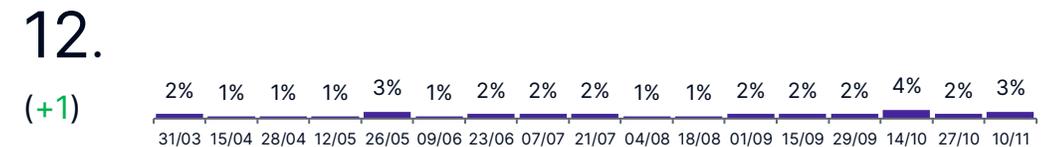
Prohibición de eventos privados
(p. ej. Bodas, funerales)



Cuidado inadecuado / insuficiente de los niños y de los que necesitan atención
(p. ej. ancianos)



No tengo ninguna preocupación



05

Regreso a la normalidad

Progreso de la vacunación y vida cotidiana (laboral)

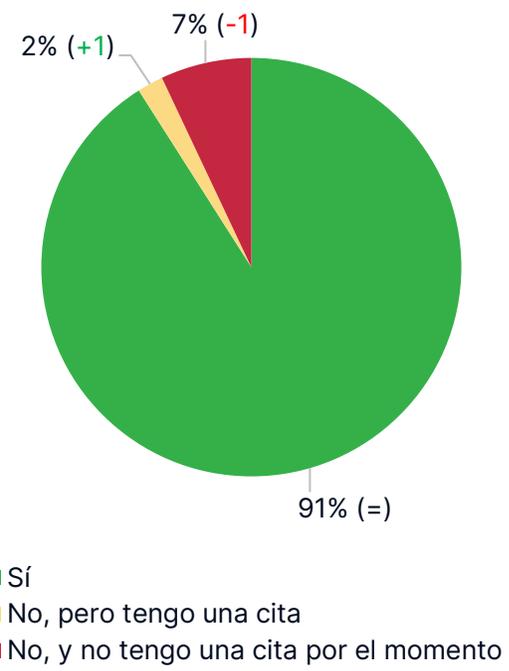
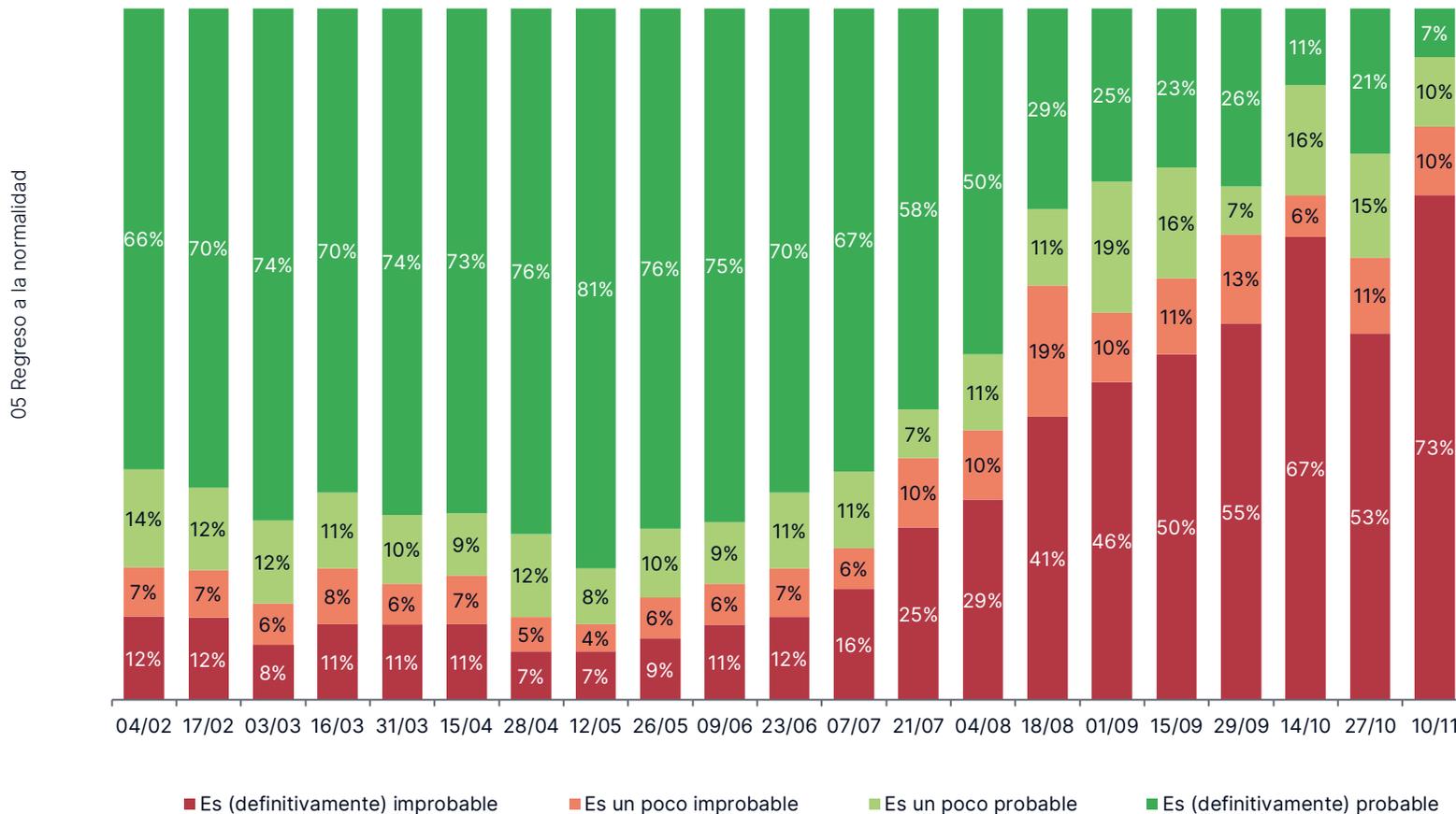


Disposición a vacunarse

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)



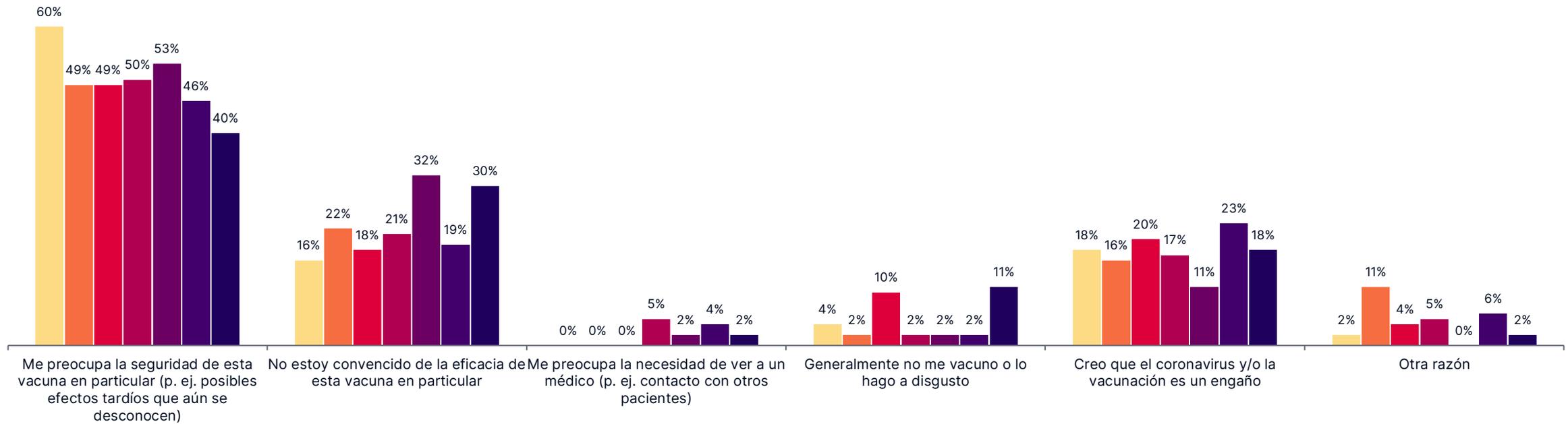
Razones contra la vacunación

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

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

■ 18 ago. ■ 01 sep. ■ 15 sep. ■ 29 sep. ■ 14 oct. ■ 27 oct. ■ 10 nov.

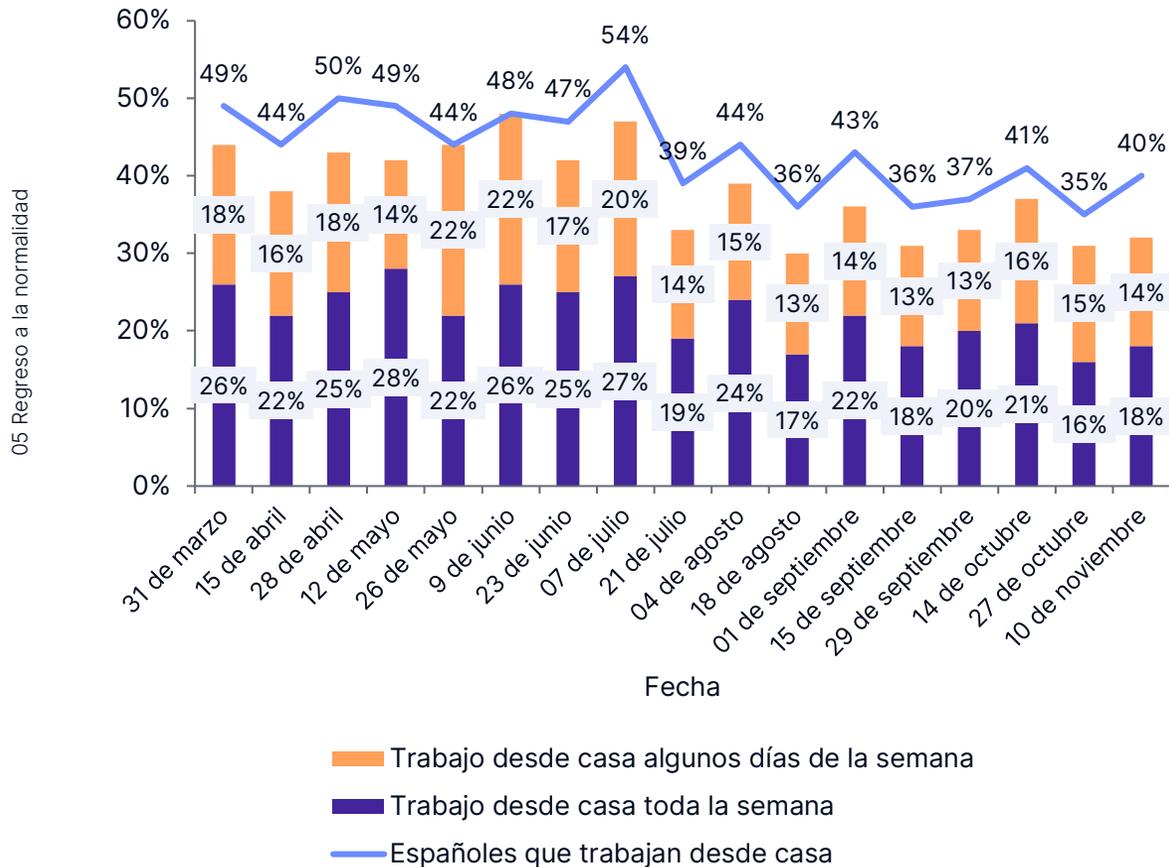
05 Regreso a la normalidad



¿Cuántos españoles trabajan desde casa?

Actualmente: **el 40% de los españoles trabaja desde casa**

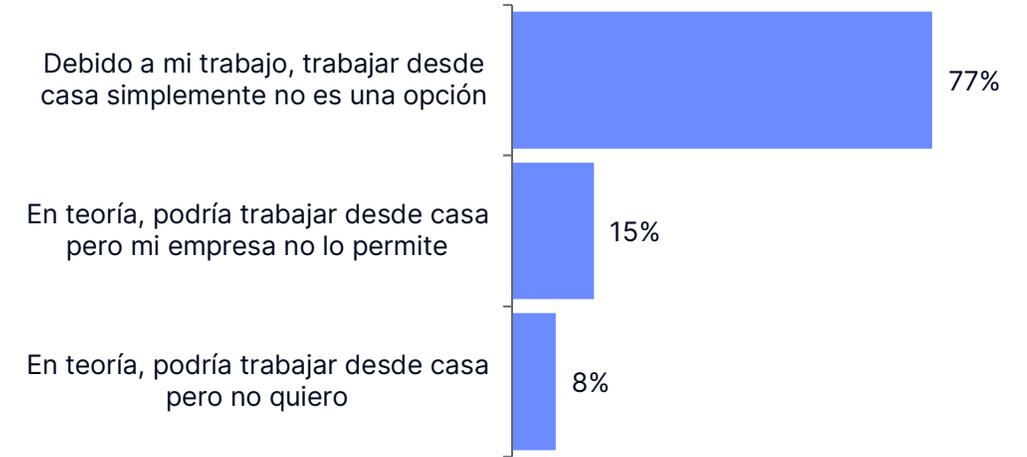
Evolución en el tiempo de los españoles que trabaja desde casa



¿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

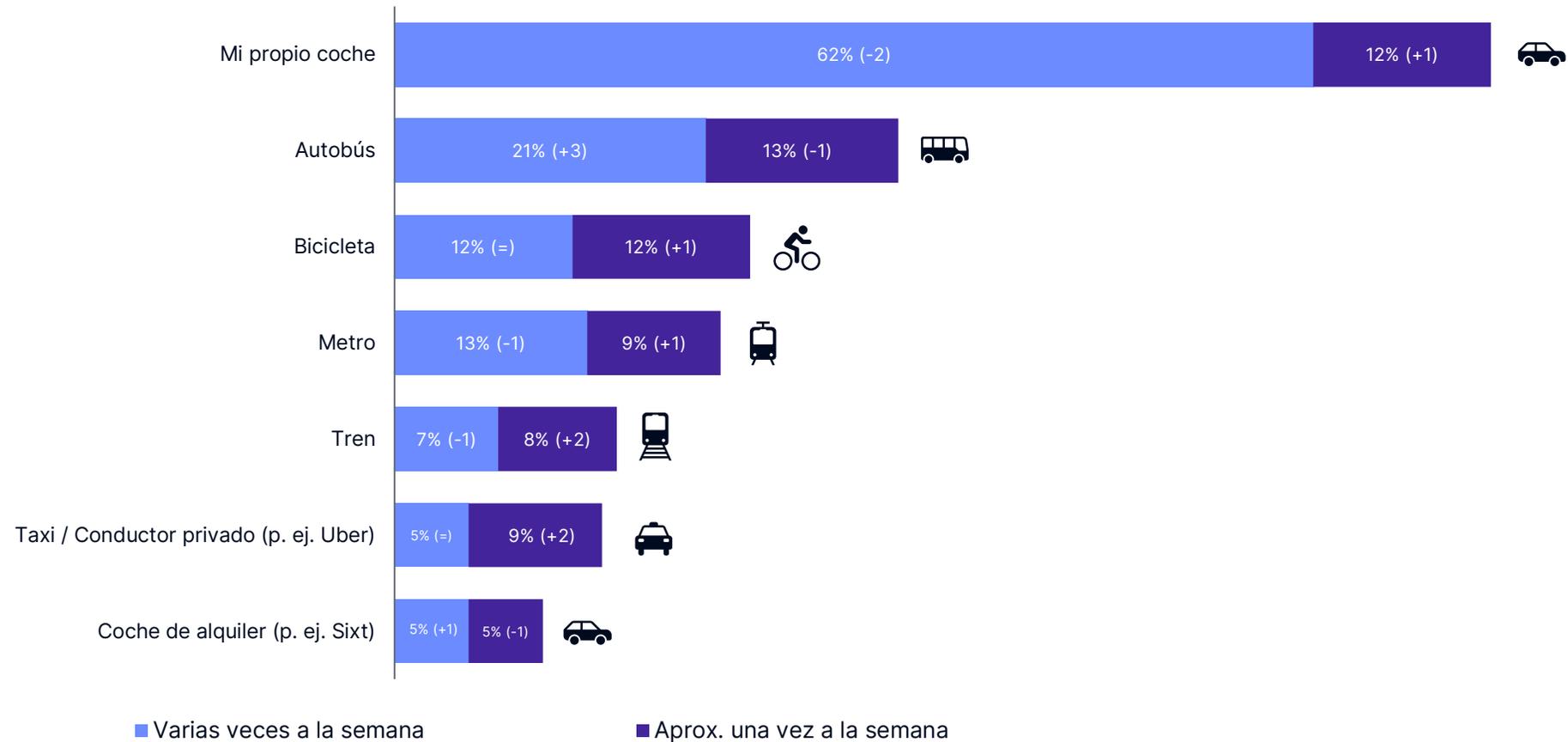


Servicios de transporte y movilidad en la vida cotidiana

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

		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	10-nov
Lugar	Transporte	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	Estudio 24* Bottom 2
1	Metro 	69%	69%	71%	71%	66%	64%	64%	61%	58%	56%	50%	48%	48%	48%	55%	52%	49%	48%	42%	41%	39%	37%	39%
2	Autobús 	61%	63%	63%	61%	56%	48%	52%	45%	43%	42%	37%	36%	35%	40%	41%	40%	39%	37%	31%	31%	31%	27%	30%
3	Tren 	58%	56%	58%	56%	51%	46%	48%	43%	42%	38%	35%	35%	34%	33%	38%	37%	33%	32%	28%	27%	26%	27%	27%
4	Avión 	59%	53%	59%	55%	49%	44%	44%	43%	40%	36%	33%	31%	32%	35%	37%	37%	33%	31%	31%	27%	28%	27%	26%
5	Barco/ Ferry 	53%	45%	47%	46%	43%	42%	44%	35%	38%	33%	32%	30%	31%	33%	35%	33%	32%	28%	26%	23%	24%	23%	25%
6	Taxi/ Conductor (p. ej. Uber) 	34%	28%	33%	31%	30%	25%	26%	21%	23%	18%	20%	19%	19%	20%	22%	22%	21%	19%	15%	17%	16%	17%	16%
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%	15%	15%

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	21/07	04/08	18/08	01/09	15/09	29/09	13/10	27/10	10/11
1	 Alimentos (total)	97%	96%	95%	97%	96%	94%	95%	96%	96%
	En línea	14%	18%	15%	19%	16%	17%	18%	15%	20%
	En tienda física	91%	87%	88%	88%	89%	87%	87%	89%	87%
2	 Productos de higiene y cuidado personal (total)	89%	88%	87%	89%	88%	89%	86%	86%	85%
	En línea	18%	23%	21%	26%	20%	21%	19%	19%	21%
	En tienda física	78%	75%	74%	74%	77%	78%	75%	75%	73%
3	 Bebidas no alcohólicas (total)	81%	79%	80%	79%	81%	77%	79%	76%	74%
	En línea	11%	13%	12%	12%	12%	13%	13%	12%	15%
	En tienda física	74%	71%	72%	74%	74%	70%	72%	70%	68%
4	 Medicamentos (total)	72%	71%	72%	75%	73%	73%	75%	74%	74%
	En línea	10%	9%	9%	9%	7%	10%	10%	9%	11%
	En tienda física	66%	65%	65%	70%	69%	67%	69%	70%	68%
5	 Ropa (total)	67%	67%	63%	65%	65%	68%	69%	70%	69%
	En línea	31%	33%	33%	34%	32%	33%	32%	34%	35%
	En tienda física	47%	46%	40%	42%	45%	49%	48%	49%	46%
6	 Productos de belleza / maquillaje (total)	50%	51%	54%	54%	52%	55%	56%	54%	55%
	En línea	20%	21%	25%	25%	22%	23%	23%	22%	24%
	En tienda física	36%	35%	36%	38%	37%	40%	41%	39%	39%
7	 Bebidas alcohólicas (total)	55%	54%	54%	56%	54%	56%	56%	53%	57%
	En línea	9%	10%	10%	10%	10%	10%	13%	10%	13%
	En tienda física	49%	47%	47%	50%	48%	51%	49%	47%	50%

06 Hábitos de consumo

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

Muestra total

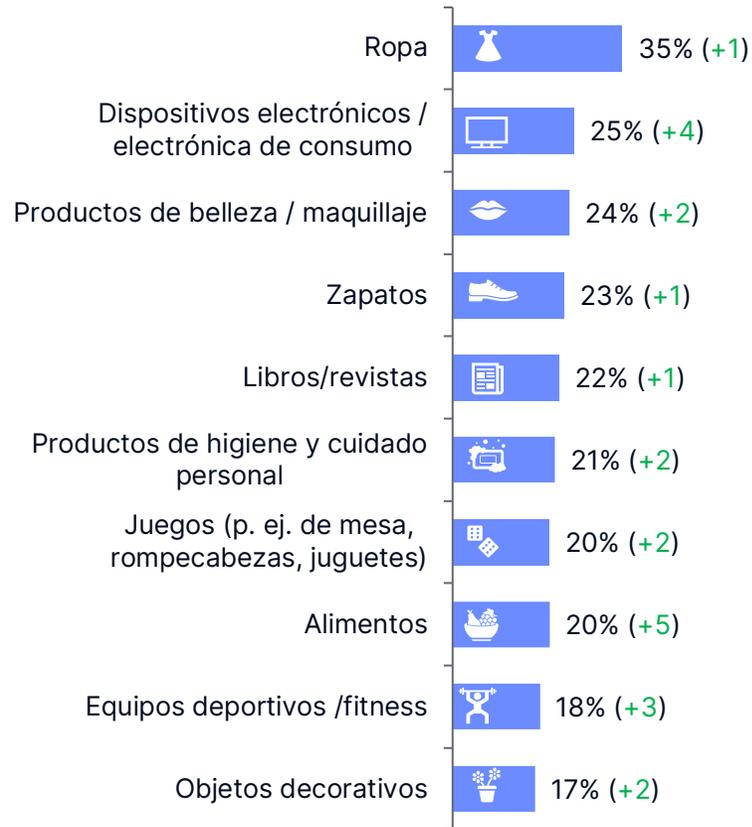
Lugar	Categoría de producto	21/07	04/08	18/08	01/09	15/09	29/09	13/10	27/10	10/11
8	 Zapatos (total)	47%	46%	44%	47%	47%	49%	50%	52%	50%
	En línea	20%	23%	22%	25%	23%	23%	23%	22%	23%
	En tienda física	33%	29%	28%	30%	30%	33%	34%	36%	33%
9	 Libros / revistas (total)	40%	39%	38%	46%	48%	49%	45%	44%	45%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

Enfoque: compras en línea vs. en tienda física

Muestra total

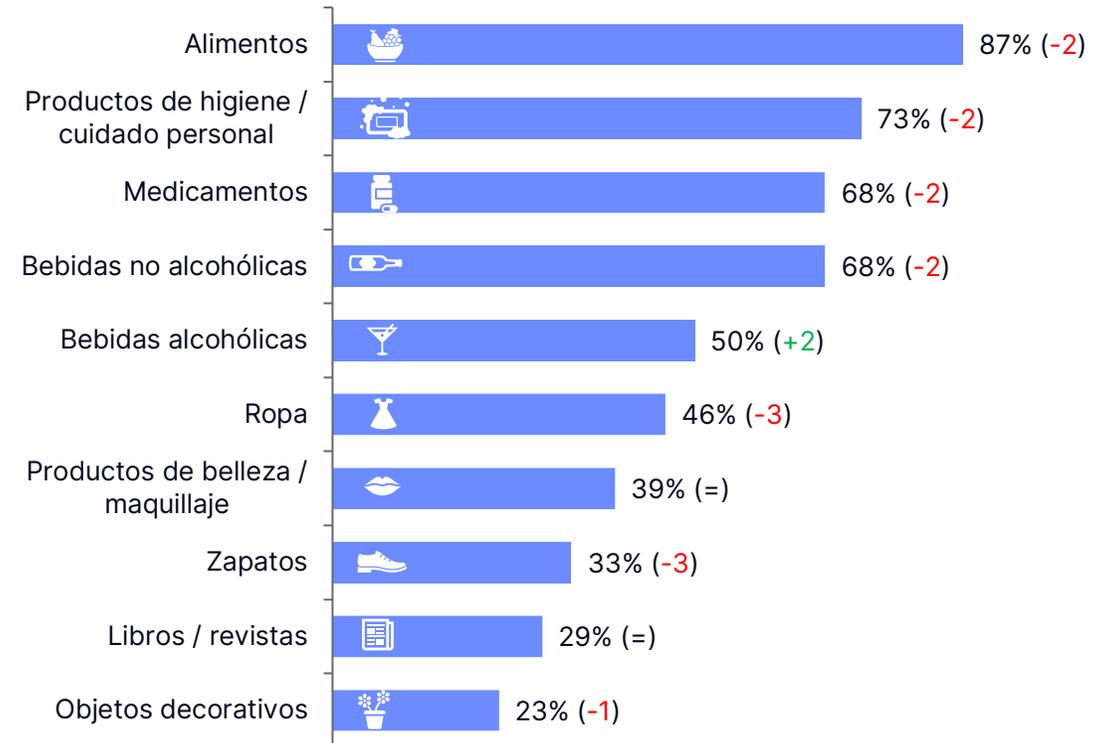
Top 10: Comprado **en línea** la semana pasada

(Números entre paréntesis = comparación con el estudio anterior)



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

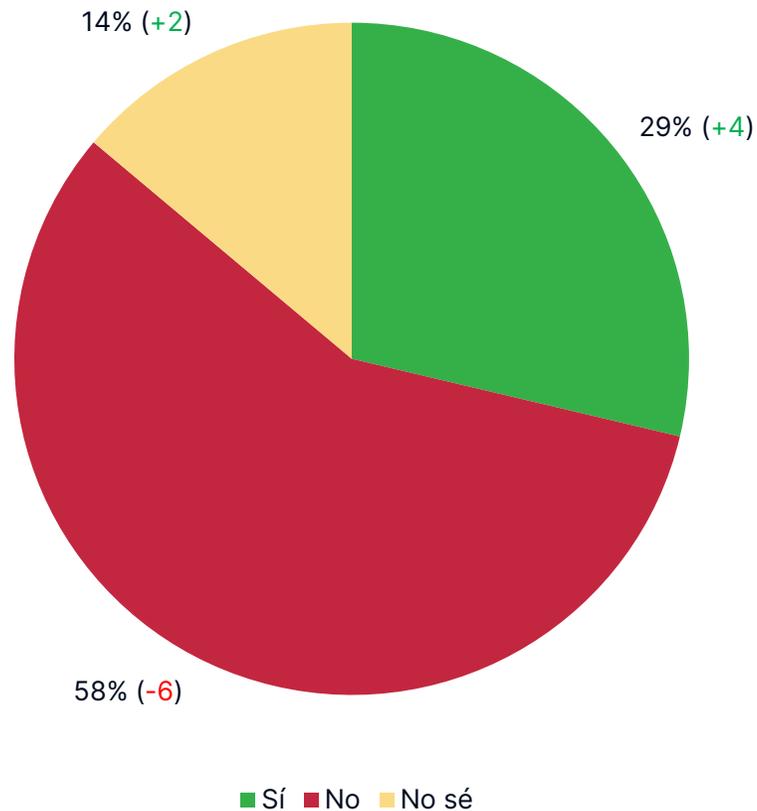
(Números entre paréntesis = comparación con el estudio anterior)



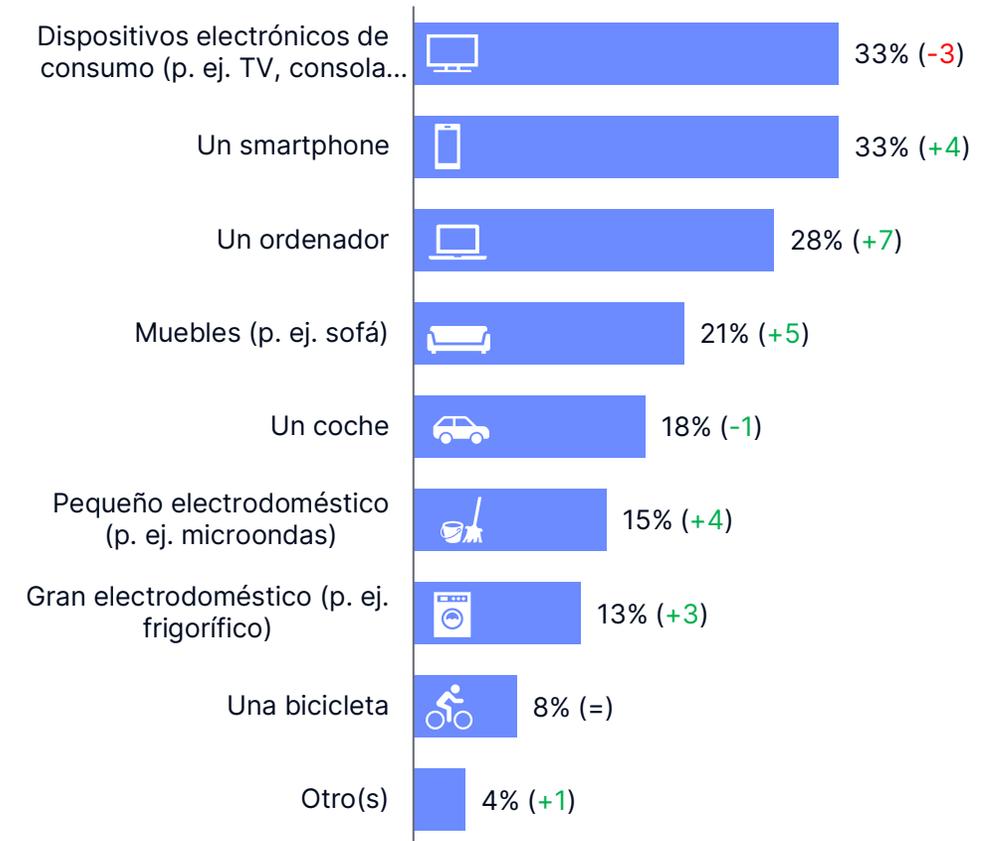
Barómetro de consumo

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

