



appinio

carrusel de insights

Tu pase quincenal al mundo de los datos

16.03.2022, España

01

Insights quincenales

En este número —
[Envasado sostenible](#)

Envases sostenibles - ¿Cuán informados se sienten los españoles? ¿Qué perciben como sostenible, quién tiene la responsabilidad y qué es valorado a la hora de comprar?

[Página 2](#)

02

Tracker de tendencias

Invitado especial —
[Javier Piedrahíta](#)

El carrusel de insights te da acceso a las perspectivas de los consumidores en distintos temas de actualidad. ¿Se conoce? ¿Se habla de ello? ¡Descúbrelo en esta sección!

[Página 6](#)

03

Tracker de comportamiento del consumidor

Productos, marcas y lo más deseado – Los consumidores, ¿qué están pensando y usando? ¿Qué se les viene primero a la cabeza? ¿Qué marcas les gustan más? Nuestro análisis quincenal te proporcionará la respuesta.

[Página 8](#)

01

Insights quincenales

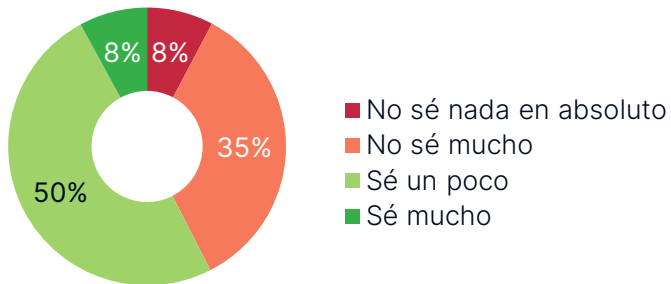
En este número —
Envasado sostenible



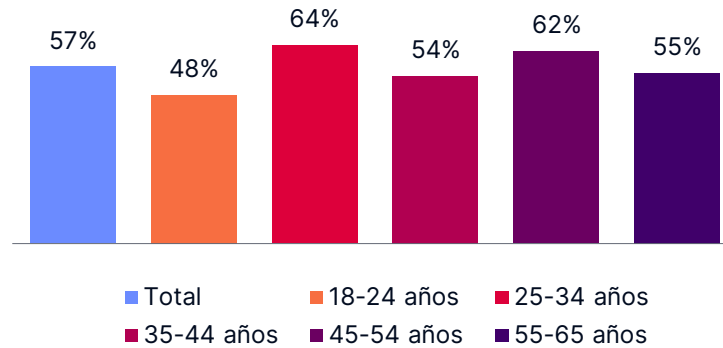
Insights quincenales — Envasado sostenible

4 de cada 10 españoles (44%) cree que no hay (mucho/nada) información sobre el impacto medioambiental de los envases.

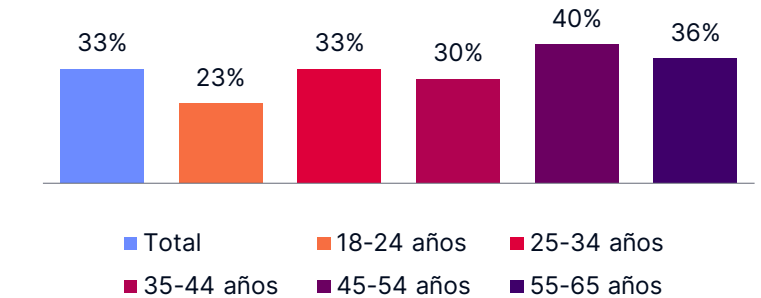
En tu opinión, ¿cuánto crees saber sobre los envases sostenibles?



Porcentaje de encuestados que pueden explicar la diferencia entre **envases reciclables y reciclados**.

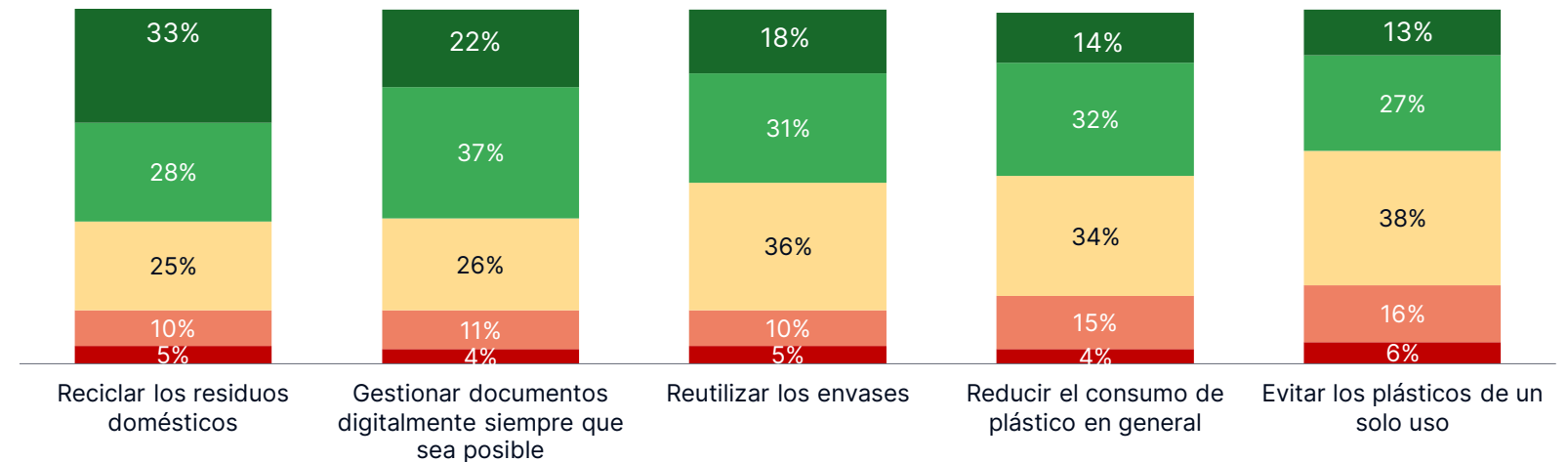


Proporción de encuestados que pueden explicar la diferencia entre **envases compostables y biodegradables**.



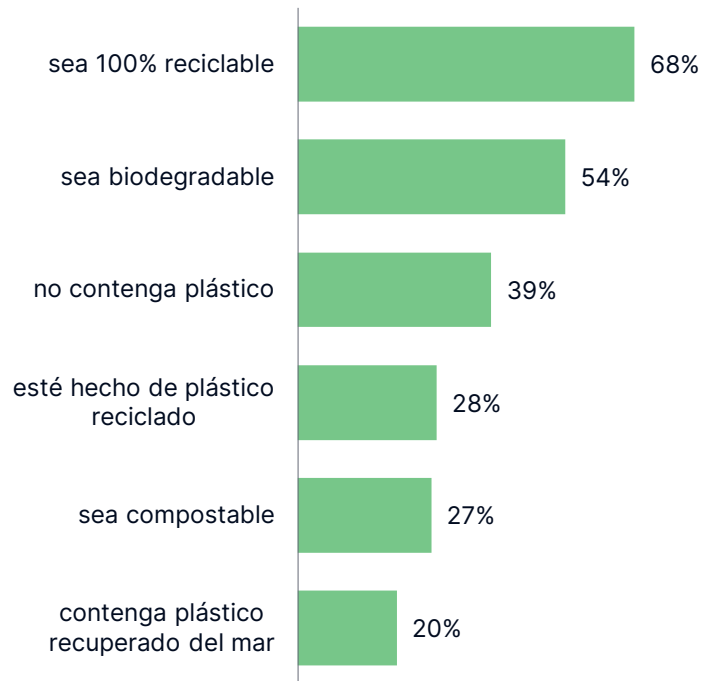
¿Con qué frecuencia haces lo siguiente?

■ Nunca ■ Rara vez ■ A veces ■ La mayoría de las veces ■ Siempre



6 de cada 10 españoles (67%) prefieren los productos envasados por razones de higiene desde el inicio de la pandemia.

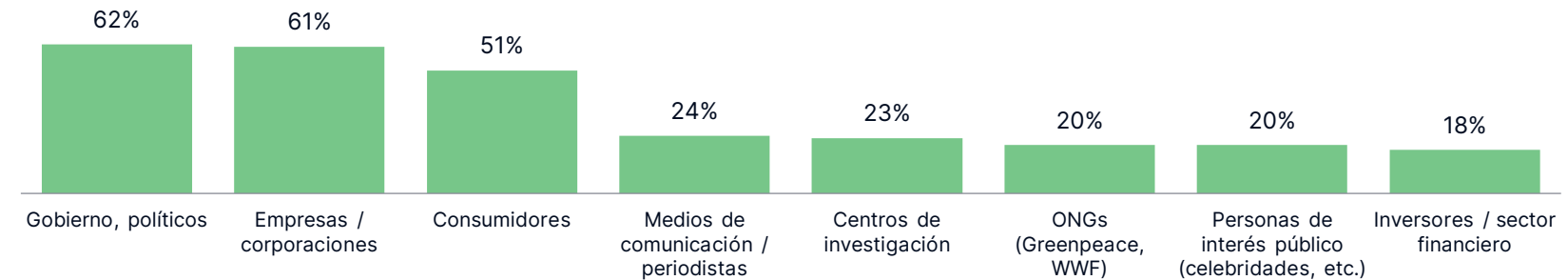
Me interesa comprar productos con un envase que...



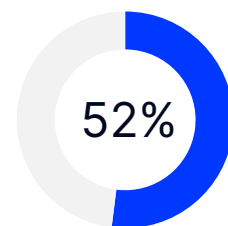
¿Qué se percibe como más sostenible?



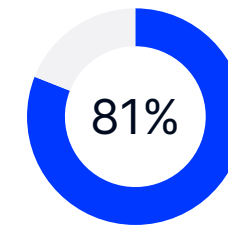
En tu opinión, ¿cuál de los siguientes actores tiene la mayor responsabilidad en lo que respecta a los envases sostenibles?



Barómetro de opinión Top 3 (algo – totalmente de acuerdo)



“Pagaría un precio más alto por un artículo envasado con material reciclado.”



“Las empresas deberían estar obligadas por ley o por el gobierno a utilizar únicamente materiales reciclados/reciclables.”

“¿Cuán de acuerdo estás con la siguiente afirmación? Desde la pandemia de COVID-19, elijo productos envasados en lugar de productos no envasados por razones de higiene.” //

“Me interesa comprar productos con un envase que...” // “¿Qué crees que es más sostenible: un envase de papel o uno de vidrio?” // “¿Qué crees que es más sostenible: una bolsa de papel o una de plástico?” //

“En tu opinión, ¿cuál de los siguientes actores tiene la mayor responsabilidad en lo que respecta a los envases sostenibles?” (N=1000)

02

Tracker de tendencias

¿Dificultad siguiendo las últimas tendencias? ¡El carrusel de Appinio te lo pone fácil! Éste es tu pase exclusivo a la opinión de los consumidores sobre los temas más destacados. Obtén información sobre las tendencias seleccionadas por nuestros expertos de la industria.

Si te consideras un líder de opinión que va por delante de los demás, nos encantaría incluirte en uno de nuestros próximos números.

Escríbenos a: fernando.forte@appinio.com



Invitado especial —
[Javier Piedrahíta](#)

CEO y Fundador de MarketingDirecto.com, el portal más difundido y leído sobre marketing, publicidad, medios, y comunicación en español.



» Antes del coronavirus ya había una necesidad de acelerar la digitalización, pero desde que estalló la pandemia, esto se ha visto cada vez más reflejado en el día a día. Son las compañías que están abiertas a los cambios las que avanzan hacia adelante. «



Invitado especial—
Javier Piedrahíta

Grado de notoriedad

¿Cuántos consumidores han oído hablar de la tendencia?

Grado de curiosidad

Entre los que han oído hablar de la tendencia, ¿cuál es la proporción de los que la consideran interesante?

Appinio Buzz (Tamaño de la burbuja)

Cuanto mayor es el tamaño de la burbuja, más mainstream es un producto. Por tanto, cuanto más pequeña sea la burbuja, más nicho es. El buzz se calcula en función de la proporción de personas que han oído hablar de un tema concreto frente a las que nunca han oído hablar de él.

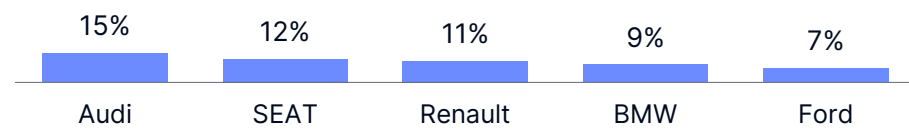
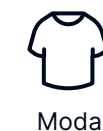
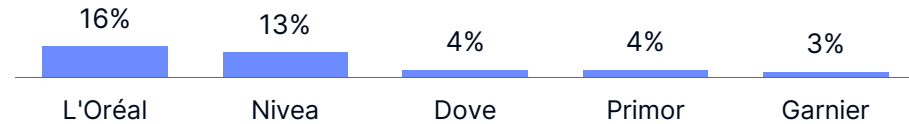
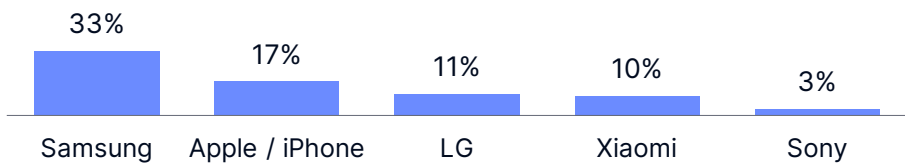
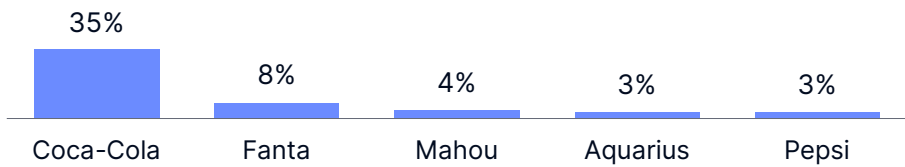
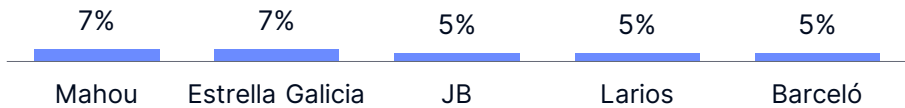
03

Tracker de
comportamiento
del consumidor









Marcas Top of Mind

En España, ¿qué marcas les viene a la cabeza a los consumidores primero?









¿Con qué frecuencia se compran productos de las siguientes categorías?

● Total ● Online ● En tienda física

Rango	Categoría	18.08.21	01.09.21	15.09.21	29.09.21	13.10.21	27.10.21	10.11.21	24.11.21	08.12.21	07.01	20.01	02.01	16.02	09.03
1.	 Alimentos	95%	97%	96%	94%	95%	96%	96%	95%	96%	95%	95%	95%	97%	97%
		15%	19%	16%	17%	18%	15%	20%	18%	19%	17%	20%	18%	19%	22%
		88%	88%	89%	87%	87%	89%	87%	86%	87%	88%	88%	89%	92%	91%
2.	 Cuidado personal e higiene	87%	89%	88%	89%	86%	86%	85%	87%	87%	87%	89%	88%	87%	89%
		21%	26%	20%	21%	19%	19%	21%	23%	22%	20%	25%	20%	20%	22%
		74%	74%	77%	78%	75%	75%	73%	72%	74%	75%	76%	78%	79%	79%
3.	 Bebidas sin alcohol	80%	79%	81%	77%	79%	76%	74%	76%	79%	78%	77%	77%	80%	83%
		12%	12%	12%	13%	13%	12%	15%	13%	15%	14%	16%	14%	14%	17%
		72%	74%	74%	70%	72%	70%	68%	65%	69%	71%	70%	70%	74%	76%
4.	 Medicamentos	72%	75%	73%	73%	75%	74%	74%	75%	77%	77%	81%	77%	79%	76%
		9%	9%	7%	10%	10%	9%	11%	13%	11%	10%	14%	12%	10%	12%
		65%	70%	69%	67%	69%	70%	68%	67%	71%	72%	75%	72%	75%	72%
5.	 Ropa	63%	65%	65%	68%	69%	70%	69%	71%	74%	76%	73%	70%	72%	70%
		33%	34%	32%	33%	32%	34%	35%	39%	38%	36%	36%	36%	35%	37%
		40%	42%	45%	49%	48%	49%	46%	45%	48%	56%	53%	50%	52%	54%
6.	 Cosmética y maquillaje	54%	54%	52%	55%	56%	54%	55%	55%	55%	59%	54%	54%	55%	56%
		25%	25%	22%	23%	23%	22%	24%	25%	27%	25%	24%	24%	23%	26%
		36%	38%	37%	40%	41%	39%	39%	38%	37%	42%	42%	40%	42%	43%



¿Con qué frecuencia se compran productos de las siguientes categorías?

● Total ● Online ● En tienda física

Rango	Categoría	18.08.21	01.09.21	15.09.21	29.09.21	13.10.21	27.10.21	10.11.21	24.11.21	08.12.21	07.01	20.01	02.01	16.02	09.03	
7.	 Bebidas alcohólicas	54%	56%	54%	56%	56%	53%	57%	56%	54%	59%	54%	56%	56%	58%	
		10%	10%	10%	10%	13%	10%	13%	12%	12%	12%	13%	11%	10%	14%	
		47%	50%	48%	51%	49%	47%	50%	49%	47%	53%	48%	51%	51%	52%	
8.	 Zapatos	44%	47%	47%	49%	50%	52%	50%	52%	53%	57%	55%	51%	56%	57%	
		22%	25%	23%	23%	23%	22%	23%	27%	25%	26%	25%	23%	23%	27%	
		28%	30%	30%	33%	34%	36%	33%	34%	34%	34%	39%	40%	38%	37%	43%
9.	 Libros y revistas	38%	46%	48%	49%	45%	44%	45%	46%	43%	50%	45%	46%	46%	48%	
		19%	21%	23%	22%	22%	21%	22%	22%	22%	22%	24%	24%	22%	21%	25%
		24%	31%	32%	32%	30%	29%	29%	30%	28%	34%	30%	32%	32%	32%	34%
10.	 Decoración	27%	34%	34%	36%	33%	35%	35%	40%	43%	38%	39%	37%	38%	46%	
		13%	16%	16%	19%	16%	15%	17%	20%	15%	17%	18%	17%	18%	23%	
		17%	24%	22%	24%	22%	24%	23%	26%	32%	27%	26%	25%	27%	35%	
11.	 Aparatos electrónicos	32%	37%	34%	36%	40%	36%	35%	42%	43%	44%	43%	40%	43%	47%	
		20%	23%	20%	22%	24%	21%	25%	21%	29%	26%	26%	23%	26%	25%	
		15%	20%	19%	32%	23%	20%	24%	28%	23%	23%	26%	24%	25%	30%	
12.	 Juegos	27%	28%	27%	32%	32%	34%	34%	36%	42%	47%	41%	36%	38%	39%	
		15%	17%	16%	18%	18%	18%	20%	22%	24%	23%	24%	20%	20%	23%	
		16%	17%	15%	18%	20%	20%	20%	21%	25%	31%	26%	24%	24%	25%	

¿Con qué frecuencia se compran productos de las siguientes categorías?

● Total ● Online ● En tienda física

Rango	Categoría	18.08.21	01.09.21	15.09.21	29.09.21	13.10.21	27.10.21	10.11.21	24.11.21	08.12.21	07.01	20.01	02.01	16.02	09.03
13.	 Equipos deportivos	30%	31%	32%	36%	36%	33%	36%	35%	35%	38%	37%	36%	35%	42%
		17%	17%	16%	16%	18%	15%	18%	19%	18%	19%	19%	19%	16%	21%
		17%	19%	20%	18%	24%	23%	24%	22%	22%	24%	26%	25%	25%	31%
14.	 Electro-domésticos	23%	27%	24%	28%	30%	27%	31%	33%	32%	29%	33%	31%	33%	40%
		13%	14%	12%	14%	15%	13%	16%	17%	16%	13%	17%	14%	14%	20%
		13%	18%	15%	18%	21%	18%	20%	21%	20%	21%	24%	23%	24%	29%



Muestra y metodología

Muestra	1.000 participantes
País	España
Edad	16 a 65 años
Fecha del estudio	10 de marzo de 2022

Representativa a nivel nacional - cuota por edad y género, cuestionario móvil reproducido a través de la aplicación Appinio.

Los datos pueden ser consultados siempre en tiempo real en research.appinio.com

Contacto



Livia Mirón
Directora de Appinio España

Oficina +34 911 98 72 91
E-Mail livia.miron@appinio.com



Valeria Arzeno
Junior Research Consultant

Oficina +34 919 49 37 92
E-Mail valeria.arzeno@appinio.com