



appinio

carrusel de insights

Tu pase quincenal al mundo de los datos

10.08.2022, España

01

Insights quincenales

En este número — [La vuelta al colegio y la inflación](#)

¿Están los padres preparados para que sus hijos vuelvan al colegio? ¿Cómo afectará la situación actual al gasto en material escolar? ¿Cómo piensan afrontar el aumento de los precios? Descúbrelo esta semana en nuestros insights.

[Página 2](#)

02

Tracker de tendencias

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 5](#)

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 7](#)

01

Insights quincenales

La vuelta al colegio y la
inflación

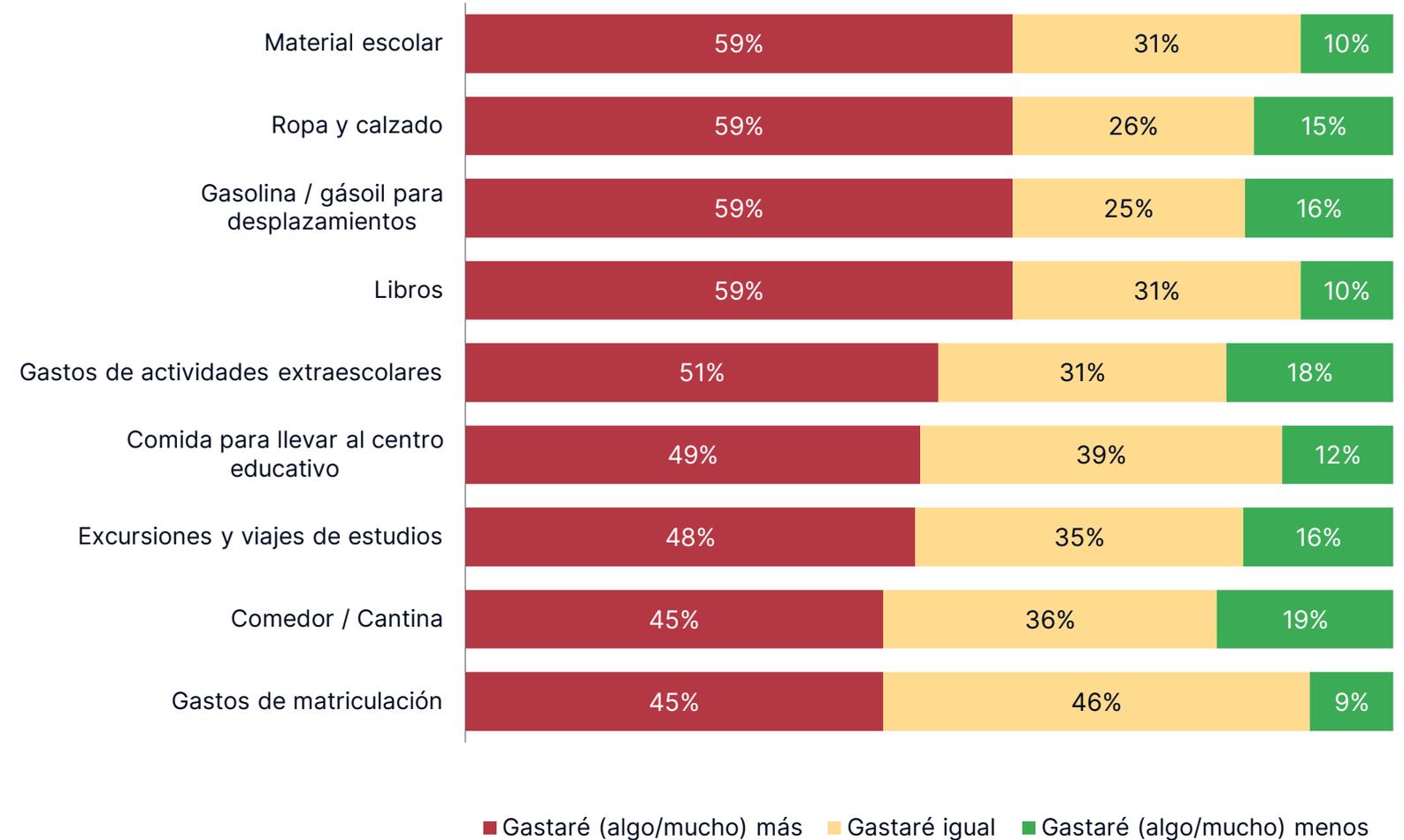


91%
de los padres españoles con hijos escolarizados piensan que la inflación afectará su economía familiar con la vuelta al colegio.



¿En qué medida crees que te afectará la inflación con respecto a la vuelta al colegio de tu(s) hijo/a(s)?

Padres encuestados con hijos escolarizados que piensan que la inflación afectará su economía familiar

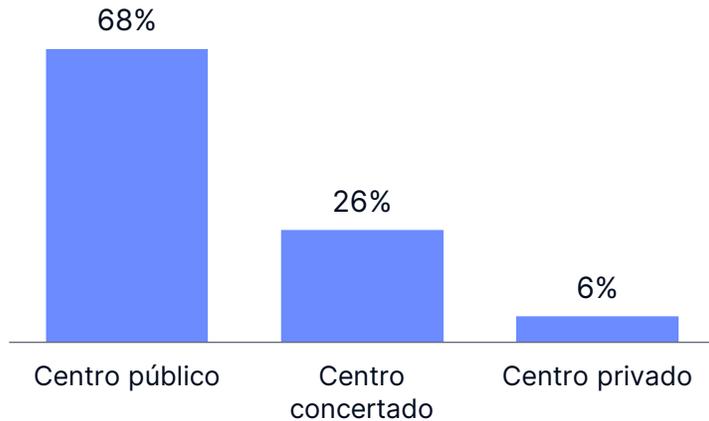


23%

de los padres con hijos que acuden a un centro privado se han planteado cambiarlos a uno público debido a la inflación.

¿A qué tipo de centro acude(n) tu(s) hijo/a(s)?

Encuestados con hijos escolarizados.



¿Qué medidas tomarías para ahorrar lo máximo posible en este periodo de inflación?

Encuestados con hijos escolarizados. Múltiples respuestas posibles.

- 53%** Prescindir de compras personales / mis caprichos (ropa, libros, etc.)
- 47%** Hacer uso de promociones, cupones de descuento u ofertas para comprar material escolar
- 45%** Reutilizar material escolar de otros años (cuadernos, carpetas, lápices, pinturas, mochila, etc.)
- 32%** Hacer uso de ayudas regionales para la adquisición de libros (ej. cheque-libro, etc.)
- 31%** Comprar material escolar de segunda mano (libros de texto, etc.)
- 22%** Prescindir de actividades extraescolares
- 17%** Pedir prestado material a amigos, familiares, etc.
- 13%** Intentar reducir el gasto en alimentación / meriendas de los niños

Generalmente, ¿cuándo se empiezan a comprar los materiales y libros para el nuevo curso escolar en tu hogar?

Encuestados con hijos escolarizados.



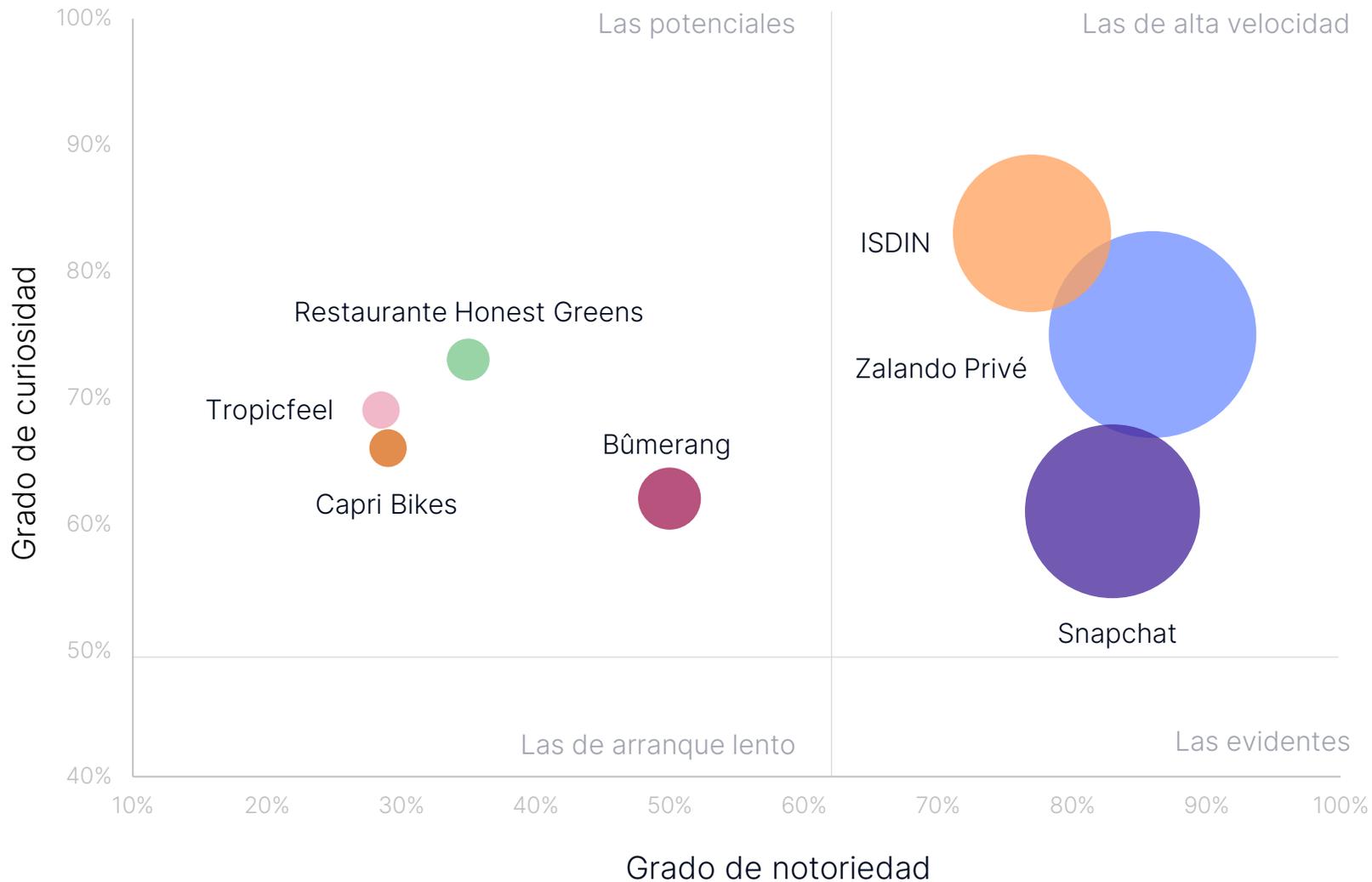
02

Tracker de tendencias

¿Dificultad para seguir 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.

¿Es una tendencia pasajera o está aquí para quedarse? Comprobamos el estado de algunas categorías tanto emergentes como estables para determinar su grado de notoriedad y curiosidad entre los consumidores.





Grado de notoriedad

¿Cómo de conocido es el tema de la tendencia entre los consumidores? ¿Qué porcentaje de los encuestados ha oído hablar de él al menos una vez?

Grado de curiosidad

¿Cómo de curiosos son los consumidores que han oído hablar de las tendencias? El grado de curiosidad muestra el porcentaje de encuestados que ha dicho: "Me parece (muy) interesante".

Appinio Buzz (Tamaño de la burbuja)

Cuanto más grande sea la burbuja, más a menudo han hablado los participantes sobre el tema o han oído hablar de él en su entorno privado o profesional. El buzz se calcula en función de la proporción de personas que han oído hablar últimamente de un tema concreto con regularidad o frecuencia respecto a las que nunca han oído hablar de él.

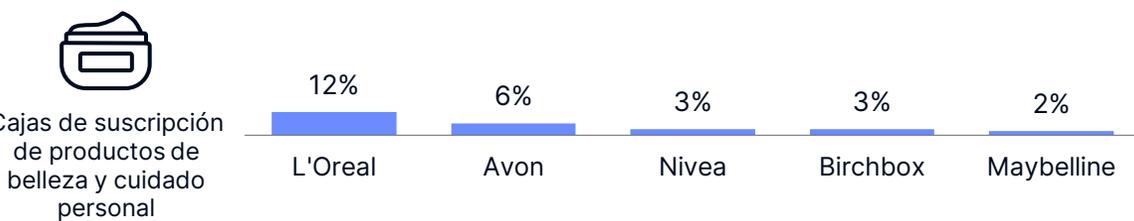
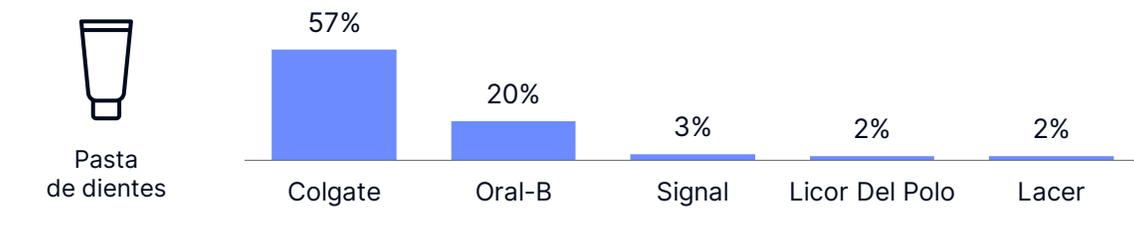
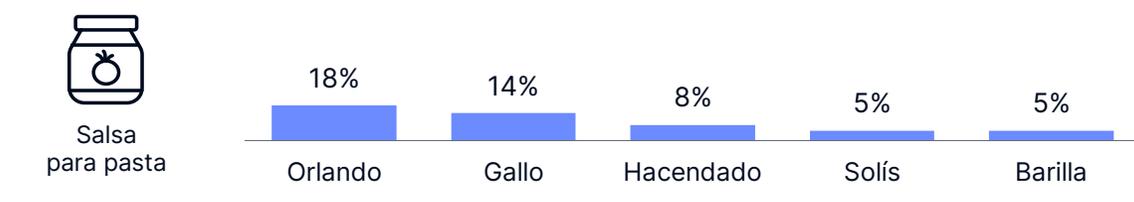
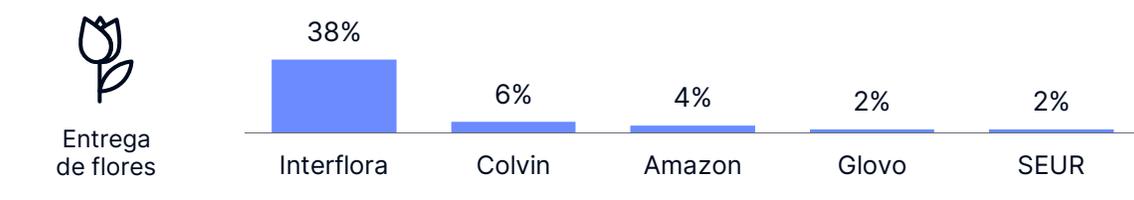
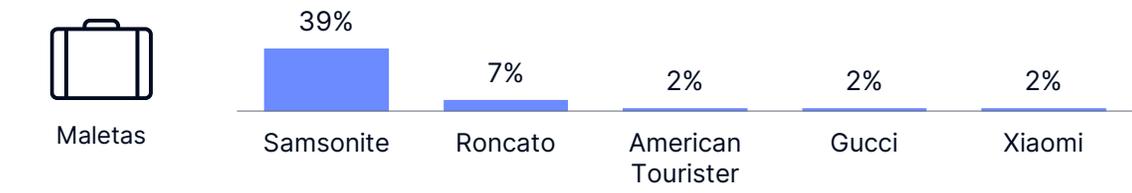
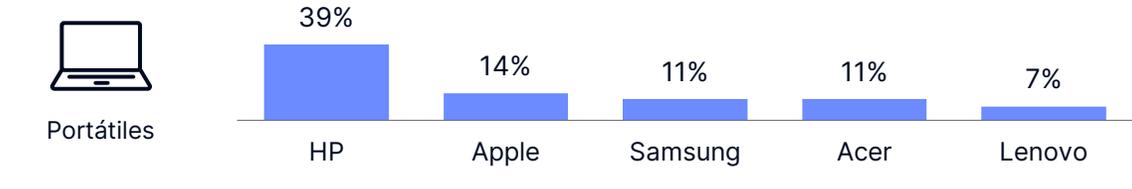
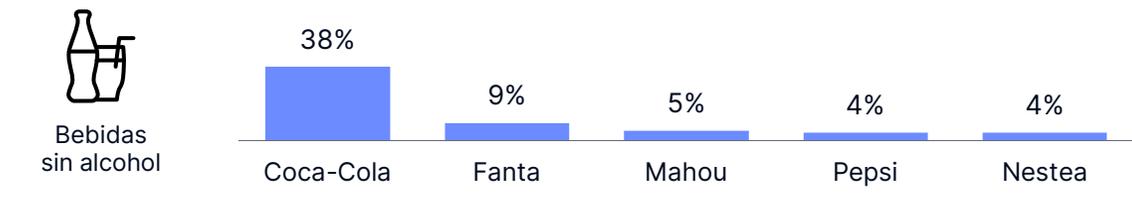
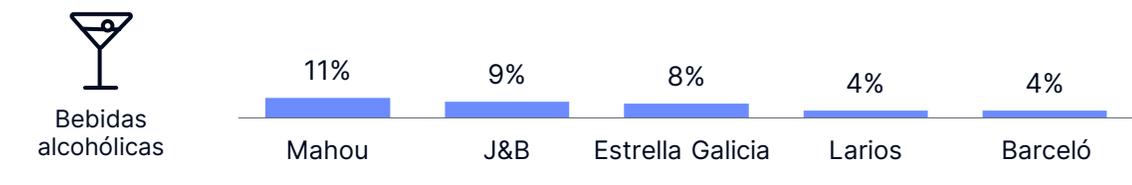
03

Tracker de
comportamiento
del consumidor



Marcas Top of Mind

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



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

● Total ● Online ● En tienda física

Rango	Categoría	10.11.21	24.11.21	08.12.21	07.01	20.01	02.01	16.02	09.03	23.03	06.04	21.04	05.05	24.05	08.06	23.06	05.07	13.07	03.08	
1.	 Alimentos	96%	95%	96%	95%	95%	95%	97%	97%	96%	98%	97%	98%	98%	98%	98%	97%	97%	99%	
		20%	18%	19%	17%	20%	18%	19%	22%	21%	23%	20%	20%	20%	20%	20%	21%	21%	21%	22%
		87%	86%	87%	88%	88%	89%	92%	91%	91%	93%	93%	92%	93%	93%	93%	93%	92%	92%	95%
2.	 Cuidado personal e higiene	85%	87%	87%	87%	89%	88%	87%	89%	87%	90%	86%	92%	90%	88%	91%	88%	88%	88%	88%
		21%	23%	22%	20%	25%	20%	20%	22%	24%	26%	25%	25%	22%	23%	24%	22%	22%	23%	26%
		73%	72%	74%	75%	76%	78%	79%	79%	77%	81%	80%	81%	81%	81%	79%	82%	79%	80%	79%
3.	 Bebidas sin alcohol	74%	76%	79%	78%	77%	77%	80%	83%	81%	85%	83%	84%	84%	82%	85%	85%	85%	83%	87%
		15%	13%	15%	14%	16%	14%	14%	17%	14%	18%	16%	16%	15%	14%	15%	15%	15%	17%	19%
		68%	65%	69%	71%	70%	70%	74%	76%	77%	79%	77%	79%	80%	77%	80%	80%	80%	78%	82%
4.	 Medicamentos	74%	75%	77%	77%	81%	77%	79%	76%	70%	76%	73%	78%	76%	74%	75%	76%	76%	77%	80%
		11%	13%	11%	10%	14%	12%	10%	12%	11%	13%	15%	12%	12%	12%	13%	14%	14%	12%	15%
		68%	67%	71%	72%	75%	72%	75%	72%	67%	72%	68%	73%	71%	70%	70%	70%	70%	73%	76%
5.	 Ropa	69%	71%	74%	76%	73%	70%	72%	70%	65%	70%	69%	75%	74%	75%	74%	77%	77%	71%	70%
		35%	39%	38%	36%	36%	36%	35%	37%	36%	35%	35%	38%	37%	38%	38%	38%	39%	36%	39%
		46%	45%	48%	56%	53%	50%	52%	54%	49%	53%	52%	56%	54%	55%	54%	54%	54%	53%	56%
6.	 Cosmética y maquillaje	55%	55%	55%	59%	54%	54%	55%	56%	54%	60%	56%	65%	59%	58%	58%	59%	59%	57%	70%
		24%	25%	27%	25%	24%	24%	23%	26%	25%	26%	25%	27%	25%	24%	26%	25%	25%	24%	29%
		39%	38%	37%	42%	42%	40%	42%	43%	42%	49%	46%	51%	48%	46%	46%	46%	47%	46%	57%

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

● Total ● Online ● En tienda física

Rango	Categoría	10.11.21	24.11.21	08.12.21	07.01	20.01	02.01	16.02	09.03	23.03	06.04	21.04	05.05	24.05	08.06	23.06	05.07	13.07	03.08	
7.	 Bebidas alcohólicas	57%	56%	54%	59%	54%	56%	56%	58%	57%	60%	60%	61%	63%	60%	61%	61%	62%	65%	
		13%	12%	12%	12%	13%	11%	10%	14%	11%	15%	14%	14%	11%	13%	12%	13%	13%	13%	15%
		50%	49%	47%	53%	48%	51%	51%	52%	53%	56%	56%	56%	59%	57%	57%	56%	58%	58%	61%
8.	 Zapatos	50%	52%	53%	57%	55%	51%	56%	57%	52%	57%	53%	58%	56%	58%	61%	60%	53%	59%	
		23%	27%	25%	26%	25%	23%	23%	27%	25%	29%	26%	26%	26%	25%	27%	29%	29%	26%	29%
		33%	34%	34%	39%	40%	38%	37%	43%	40%	42%	41%	44%	44%	44%	44%	46%	46%	40%	47%
9.	 Libros y revistas	45%	46%	43%	50%	45%	46%	46%	48%	48%	52%	49%	50%	49%	51%	49%	50%	45%	56%	
		22%	22%	22%	24%	24%	22%	21%	25%	24%	26%	23%	25%	22%	23%	23%	24%	21%	27%	
		29%	30%	28%	34%	30%	32%	32%	34%	35%	39%	38%	38%	38%	38%	38%	38%	38%	34%	41%
10.	 Aparatos electrónicos	35%	42%	43%	44%	43%	40%	43%	47%	44%	49%	45%	48%	43%	45%	49%	47%	40%	55%	
		25%	21%	29%	26%	26%	23%	26%	25%	27%	29%	27%	31%	26%	25%	29%	28%	24%	30%	
		24%	28%	23%	23%	26%	24%	25%	30%	28%	33%	30%	30%	28%	29%	31%	32%	26%	35%	
11.	 Equipos deportivos	36%	35%	35%	38%	37%	36%	35%	42%	40%	45%	41%	42%	40%	43%	45%	42%	39%	51%	
		18%	19%	18%	19%	19%	19%	16%	21%	21%	24%	21%	20%	20%	21%	21%	21%	20%	27%	
		24%	22%	22%	24%	26%	25%	25%	31%	31%	33%	31%	32%	31%	33%	34%	32%	30%	39%	
12.	 Juegos	34%	36%	42%	47%	41%	36%	38%	39%	39%	41%	38%	40%	38%	37%	41%	42%	37%	47%	
		20%	22%	24%	23%	24%	20%	20%	23%	23%	23%	20%	24%	21%	20%	21%	23%	21%	28%	
		20%	21%	25%	31%	26%	24%	24%	25%	27%	29%	28%	28%	25%	26%	25%	31%	26%	31%	

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

● Total ● Online ● En tienda física

Rango	Categoría	10.11.21	24.11.21	08.12.21	07.01	20.01	02.01	16.02	09.03	23.03	06.04	21.04	05.05	24.05	08.06	23.06	05.07	13.07	03.08	
13.	 Electrodomésticos	31%	33%	32%	29%	33%	31%	33%	40%	38%	41%	36%	40%	36%	38%	39%	41%	36%	47%	
		16%	17%	16%	13%	17%	14%	14%	20%	18%	19%	18%	19%	16%	17%	18%	19%	19%	19%	24%
		20%	21%	20%	21%	24%	23%	24%	29%	29%	32%	27%	30%	29%	30%	30%	33%	26%	35%	
14.	 Decoración	35%	40%	43%	38%	39%	37%	38%	46%	41%	46%	44%	46%	40%	43%	44%	44%	38%	45%	
		17%	20%	15%	17%	18%	17%	18%	23%	22%	23%	21%	22%	17%	21%	23%	21%	18%	24%	
		23%	26%	32%	27%	26%	25%	27%	35%	31%	35%	34%	35%	34%	32%	34%	37%	31%	34%	



Muestra y metodología

Muestra	1.000 participantes
País	España
Edad	16 a 65 años
Fecha del estudio	3 de agosto 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
Market Research Consultant

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