



appinio

carrusel de insights

Tu pase quincenal al mundo de los datos

27.04.2022, España



01

Insights quincenales

En este número — [Deportes y fitness: hábitos, preferencias y actitudes](#)

¿Con qué frecuencia hacen ejercicio los españoles? ¿Cuáles son las razones por las que los encuestados deciden ejercitarse o no? ¿Qué buscan los españoles al comprar ropa deportiva? ¿Cuáles son las marcas preferidas? ¡Vamos a verlo!

[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 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 —

Deportes y fitness:
hábitos, preferencias y
actitudes



Insights quincenales — Deportes y fitness: hábitos, preferencias y actitudes

¿Con qué frecuencia hacen ejercicio los españoles?



“No hago ejercicio”



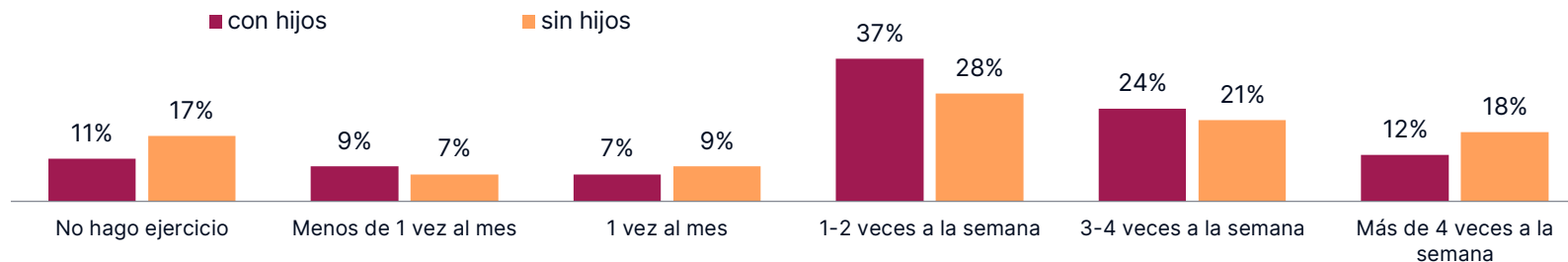
Dicho por el **18%** de las mujeres encuestadas



Dicho por el **10%** de los hombres encuestados

¿Hacen menos deporte los padres?

Encuestados con hijos menores de 18 años y encuestados sin hijos menores de 18 años



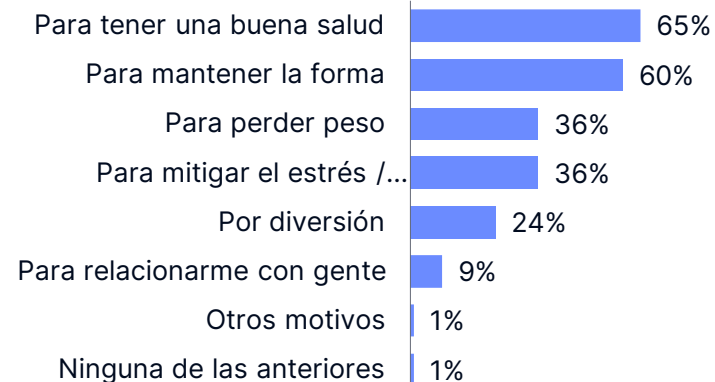
Razones por las que los encuestados no hacen ejercicio

Encuestados que indicaron que no hacen ejercicio

- 34%** “No puedo encontrar el tiempo para hacer deporte más a menudo”
- 29%** “No me gusta / No lo disfruto”
- 16%** “No puedo debido a alguna lesión o incapacidad física”
- 16%** “Tengo que encargarme de mis hijos y no tengo tiempo”
- 15%** “No tengo a alguien con quien hacer ejercicio y no me gusta hacerlo solo/a”

Razones por las que los encuestados hacen ejercicio

Encuestados que indicaron que hacen ejercicio al menos 1 vez al mes

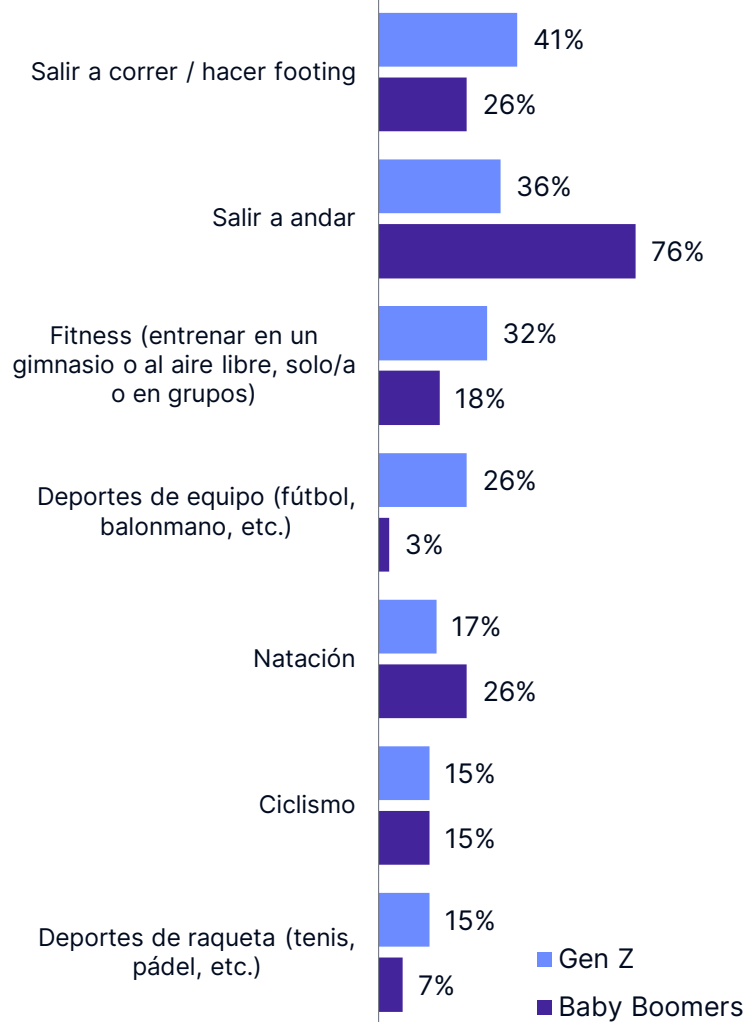


Los hombres son más proclives que las mujeres a declarar que hacen ejercicio por diversión (28% frente al 19%).

Los deportes más preferidos:

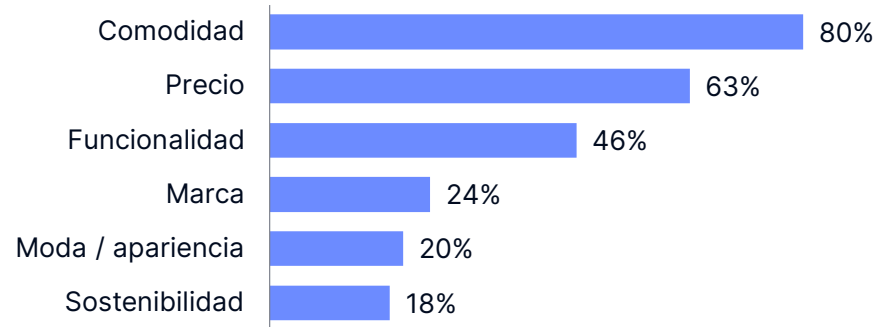
Gen Z (16-24) vs. Baby Boomers (55-65)

Encuestados que indicaron que hacen ejercicio al menos una vez al mes



¿Qué busca la gente cuando compra ropa deportiva?

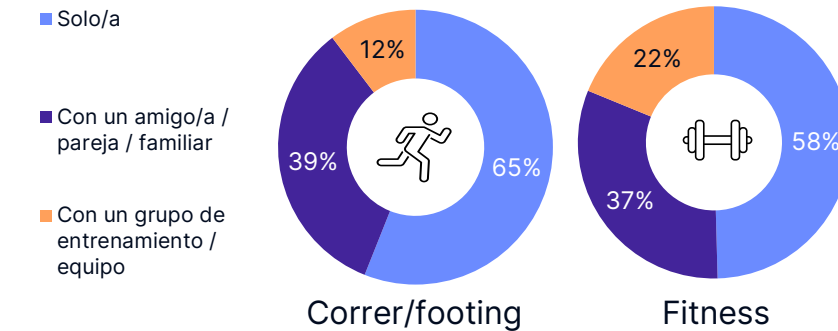
Encuestados que declararon hacer ejercicio



Hombres vs. mujeres: Los hombres consideran la marca como algo mucho más importante que las mujeres a la hora de comprar ropa deportiva (28% vs. 18%).

¿Con quién se hace deporte?

Encuestados que indicaron que salen a correr/hacer footing y encuestados que indicaron que hacen ejercicios de fitness.

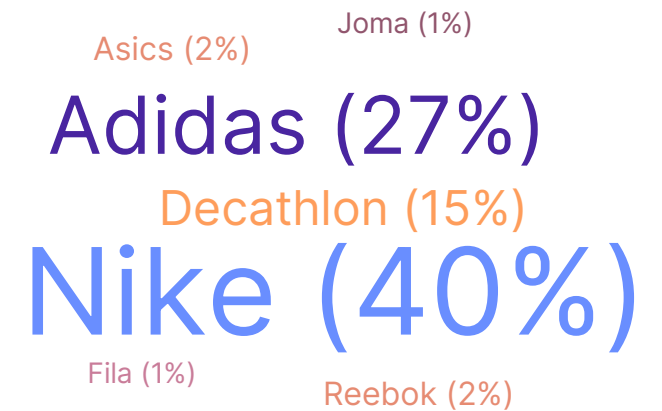


La rutina deportiva española

Encuestados que declararon hacer ejercicio



Marcas más preferidas



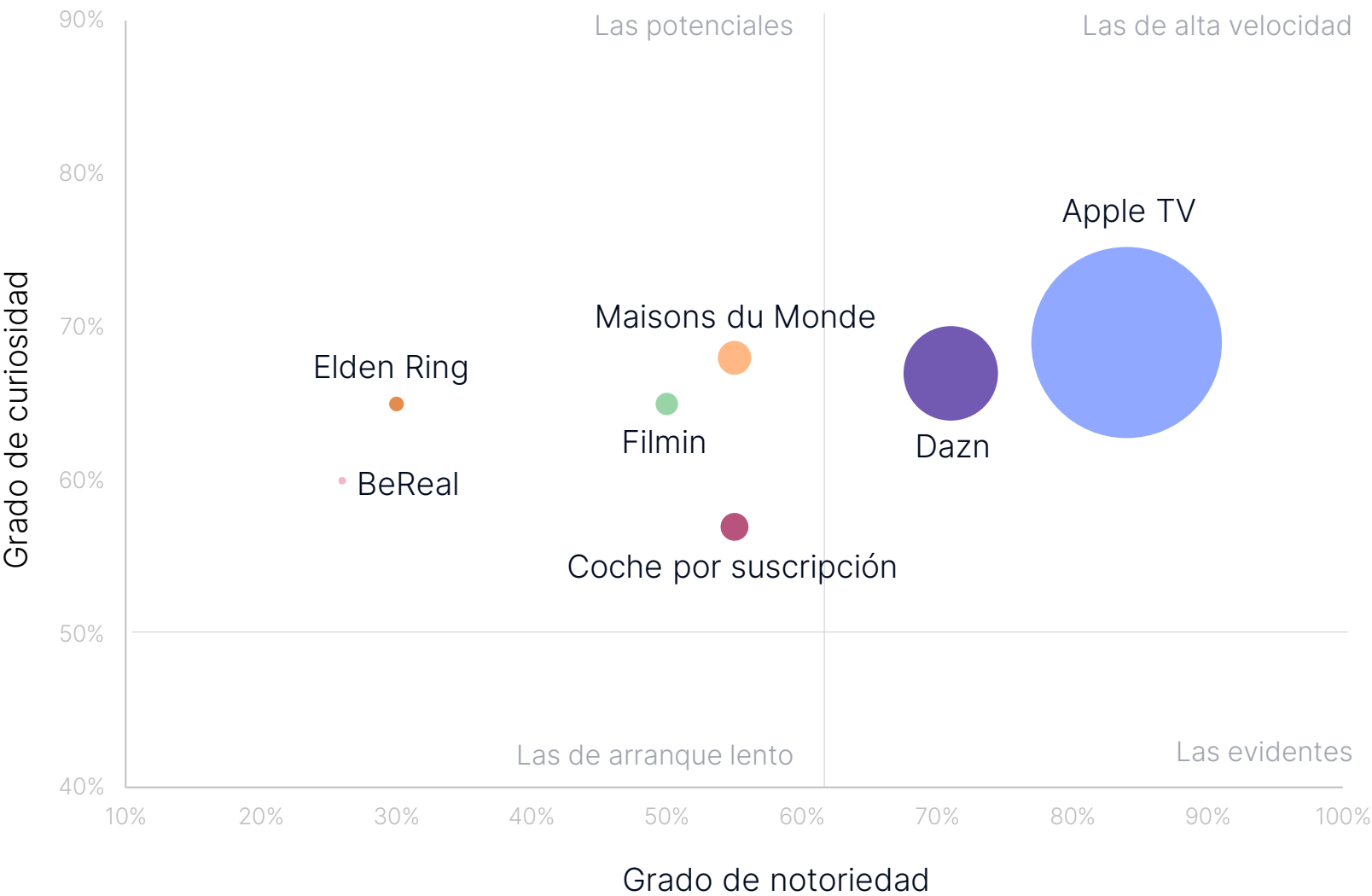
02

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
¿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



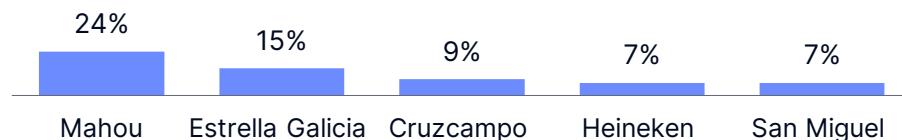
Marcas Top of Mind

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

Tracker de comportamiento del consumidor **03**



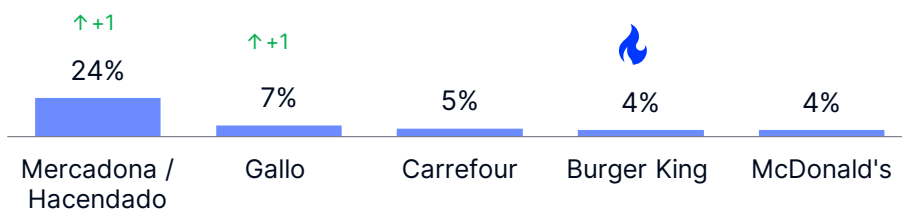
Cerveza



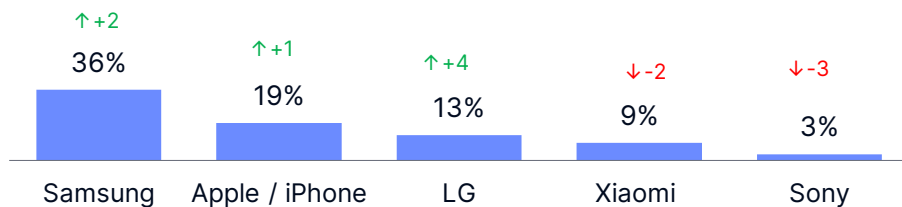
Moda



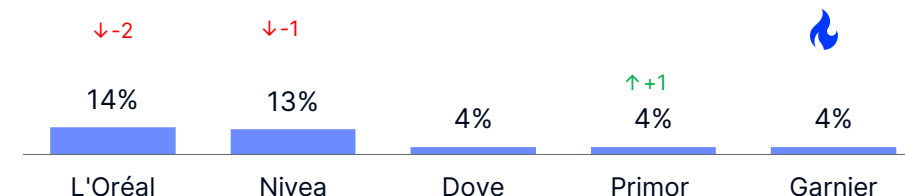
Comida



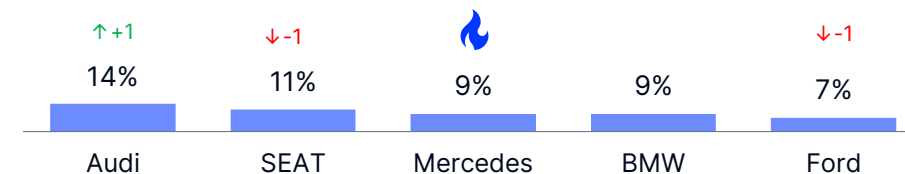
Aparatos electrónicos



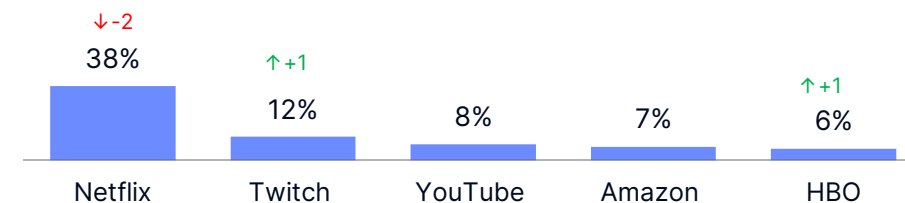
Cosmética y cuidado personal



Automóviles



Plataformas streaming



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

● Total ● Online ● En tienda física

Rang o	Categoría	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	23.03	06.04	21.04
1.	 Alimentos	96%	94%	95%	96%	96%	95%	96%	95%	95%	95%	97%	97%	96%	98%	97%
		16%	17%	18%	15%	20%	18%	19%	17%	20%	18%	19%	22%	21%	23%	20%
		89%	87%	87%	89%	87%	86%	87%	88%	88%	89%	92%	91%	91%	93%	93%
2.	 Cuidado personal e higiene	88%	89%	86%	86%	85%	87%	87%	87%	89%	88%	87%	89%	87%	90%	86%
		20%	21%	19%	19%	21%	23%	22%	20%	25%	20%	20%	22%	24%	26%	25%
		77%	78%	75%	75%	73%	72%	74%	75%	76%	78%	79%	79%	77%	81%	80%
3.	 Bebidas sin alcohol	81%	77%	79%	76%	74%	76%	79%	78%	77%	77%	80%	83%	81%	85%	83%
		12%	13%	13%	12%	15%	13%	15%	14%	16%	14%	14%	17%	14%	18%	16%
		74%	70%	72%	70%	68%	65%	69%	71%	70%	70%	74%	76%	77%	79%	77%
4.	 Medicamentos	73%	73%	75%	74%	74%	75%	77%	77%	81%	77%	79%	76%	70%	76%	73%
		7%	10%	10%	9%	11%	13%	11%	10%	14%	12%	10%	12%	11%	13%	15%
		69%	67%	69%	70%	68%	67%	71%	72%	75%	72%	75%	72%	67%	72%	68%
5.	 Ropa	65%	68%	69%	70%	69%	71%	74%	76%	73%	70%	72%	70%	65%	70%	69%
		32%	33%	32%	34%	35%	39%	38%	36%	36%	36%	35%	37%	36%	35%	35%
		45%	49%	48%	49%	46%	45%	48%	56%	53%	50%	52%	54%	49%	53%	52%
6.	 Bebidas alcohólicas	54%	56%	56%	53%	57%	56%	54%	59%	54%	56%	56%	58%	57%	60%	60%
		10%	10%	13%	10%	13%	12%	12%	12%	13%	11%	10%	14%	11%	15%	14%
		48%	51%	49%	47%	50%	49%	47%	53%	48%	51%	51%	52%	53%	56%	56%

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

● Total ● Online ● En tienda física

Rang o	Categoría	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	23.03	06.04	21.04
7.	 Cosmética y maquillaje	52%	55%	56%	54%	55%	55%	55%	59%	54%	54%	55%	56%	54%	60%	56%
		22%	23%	23%	22%	24%	25%	27%	25%	24%	24%	23%	26%	25%	26%	25%
		37%	40%	41%	39%	39%	38%	37%	42%	42%	40%	42%	43%	42%	49%	46%
8.	 Zapatos	47%	49%	50%	52%	50%	52%	53%	57%	55%	51%	56%	57%	52%	57%	53%
		23%	23%	23%	22%	23%	27%	25%	26%	25%	23%	23%	27%	25%	29%	26%
		30%	33%	34%	36%	33%	34%	34%	39%	40%	38%	37%	43%	40%	42%	41%
9.	 Libros y revistas	48%	49%	45%	44%	45%	46%	43%	50%	45%	46%	46%	48%	48%	52%	49%
		23%	22%	22%	21%	22%	22%	22%	24%	24%	22%	21%	25%	24%	26%	23%
		32%	32%	30%	29%	29%	30%	28%	34%	30%	32%	32%	34%	35%	39%	38%
10.	 Aparatos electrónicos	34%	36%	40%	36%	35%	42%	43%	44%	43%	40%	43%	47%	44%	49%	45%
		20%	22%	24%	21%	25%	21%	29%	26%	26%	23%	26%	25%	27%	29%	27%
		19%	32%	23%	20%	24%	28%	23%	23%	26%	24%	25%	30%	28%	33%	30%
11.	 Decoración	34%	36%	33%	35%	35%	40%	43%	38%	39%	37%	38%	46%	41%	46%	44%
		16%	19%	16%	15%	17%	20%	15%	17%	18%	17%	18%	23%	22%	23%	21%
		22%	24%	22%	24%	23%	26%	32%	27%	26%	25%	27%	35%	31%	35%	34%
12.	 Equipos deportivos	32%	36%	36%	33%	36%	35%	35%	38%	37%	36%	35%	42%	40%	45%	41%
		16%	16%	18%	15%	18%	19%	18%	19%	19%	19%	16%	21%	21%	24%	21%
		20%	18%	24%	23%	24%	22%	22%	24%	26%	25%	25%	31%	31%	33%	31%

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

● Total ● Online ● En tienda física

Rang o	Categoría	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	23.03	06.04	21.04
13.	 Juegos	27%	32%	32%	34%	34%	36%	42%	47%	41%	36%	38%	39%	39%	41%	38%
		16%	18%	18%	18%	20%	22%	24%	23%	24%	20%	20%	23%	23%	23%	20%
		15%	18%	20%	20%	20%	21%	25%	31%	26%	24%	24%	25%	27%	29%	28%
14.	 Electro-domésticos	24%	28%	30%	27%	31%	33%	32%	29%	33%	31%	33%	40%	38%	41%	36%
		12%	14%	15%	13%	16%	17%	16%	13%	17%	14%	14%	20%	18%	19%	18%
		15%	18%	21%	18%	20%	21%	20%	21%	24%	23%	24%	29%	29%	32%	27%



Muestra y metodología

Muestra	1.000 participantes
País	España
Edad	16 a 65 años
Fecha del estudio	21 de abril 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