

informe corona & ppinio

Número 25 – 01.12.2021

 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

Estudio 25 – 24.11.2021

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 24 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 2-25: N = 1000

Contenido

- Preguntas adicionales actuales:

Celebraciones navideñas: empresas y círculos sociales

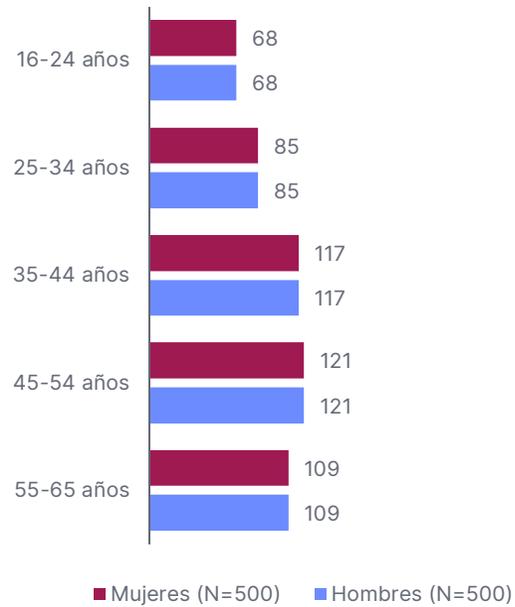
- ¿Quién asistirá a las comidas y cenas de Navidad en su empresa? ¿Y en su círculo social?
- ¿Cómo de grandes se esperan las reuniones en el contexto de la pandemia de Covid-19?
- Los españoles, ¿qué opinan? ¿Se deberían cancelar las celebraciones o seguir adelante?
- Cestas de Navidad: ¿quién recibe este obsequio? ¿Y cuáles son los productos más deseados?

Composición de la muestra

Edad y género – Todos los estudios

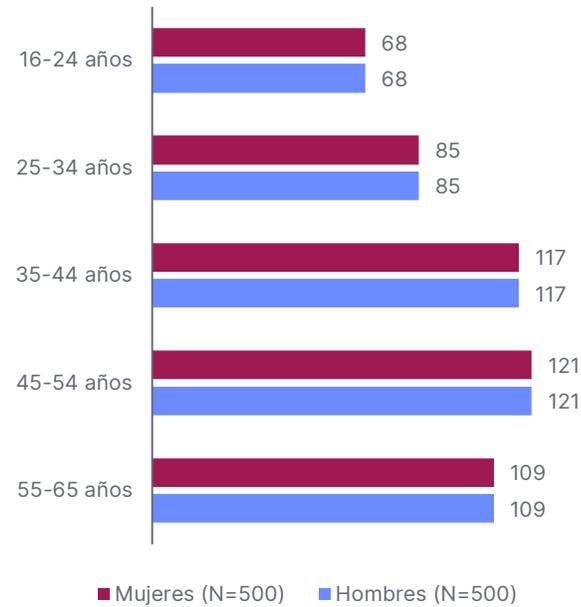
01 Diseño y metodología del estudio

Medición del punto cero (N=1.000)



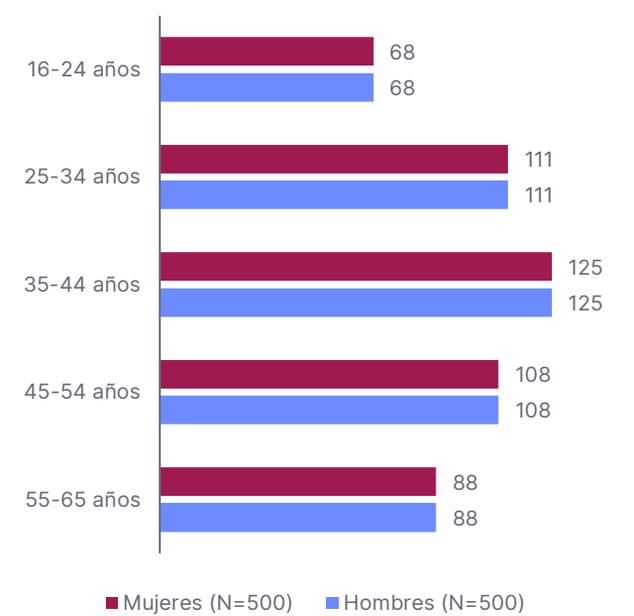
Ø Edad: 41,7 años

Estudio 2-6 (N=1.000)



Ø Edad: 40,2 años

Estudio 7-25 (N=1.000)



Ø Edad: 39,7 años

02

Puntos clave del informe



Puntos clave – Preguntas de rastreo y adicionales

Los datos más interesantes en un vistazo



Hasta un 54% no asistiría a las celebraciones de Navidad de su empresa o su círculo social

- Sólo un 15% de aquellos que trabajan **en empresas** asistirán a la comida o cena que ésta ha organizado.
- El 52% de los españoles tiene algo organizado **con su círculo social**, de los cuales un 42% asistirá a dichas celebraciones.
- Más de la mitad de los españoles que no asistirán a los eventos navideños cita la pandemia **de Covid-19 como la razón principal**.



Joven y hombre: los españoles que más dispuestos están a asistir a celebraciones navideñas

- Por regla general, parece que los españoles están más inclinados a que las comidas y cenas de empresa **se suspendan** (62%).
- Los hombres españoles (18%) **opinan que las celebraciones deberían tener lugar** con más frecuencia que las mujeres (12%).
- Los jóvenes son los que **más dispuestos están a asistir a las comidas o cenas navideñas**: un 39% cuando se trata de celebraciones de empresa y un 57% si hablamos de su círculo social.



La cesta de Navidad: una tradición muy española

- Un 48% de los españoles empleados **recibe una cesta de productos por Navidad**, un 35% de ellos cada año.
- Al 84% de aquellos trabajadores que no reciben una cesta de productos por Navidad **les gustaría que le regalaran una**.
- El 51% de trabajadores que reciben este regalo confirman que el detalle hace que se sientan más a gusto en su empresa.

03

Preguntas adicionales

Celebraciones navideñas: empresas y círculos sociales

- ¿Quién asistirá a las comidas y cenas de Navidad en su empresa? ¿Y en su círculo social?
- Los españoles, ¿qué opinan? ¿Se deberían cancelar las celebraciones o seguir adelante?
- Cestas de Navidad: ¿quién recibe este obsequio? ¿Y cuáles son los productos más deseados?



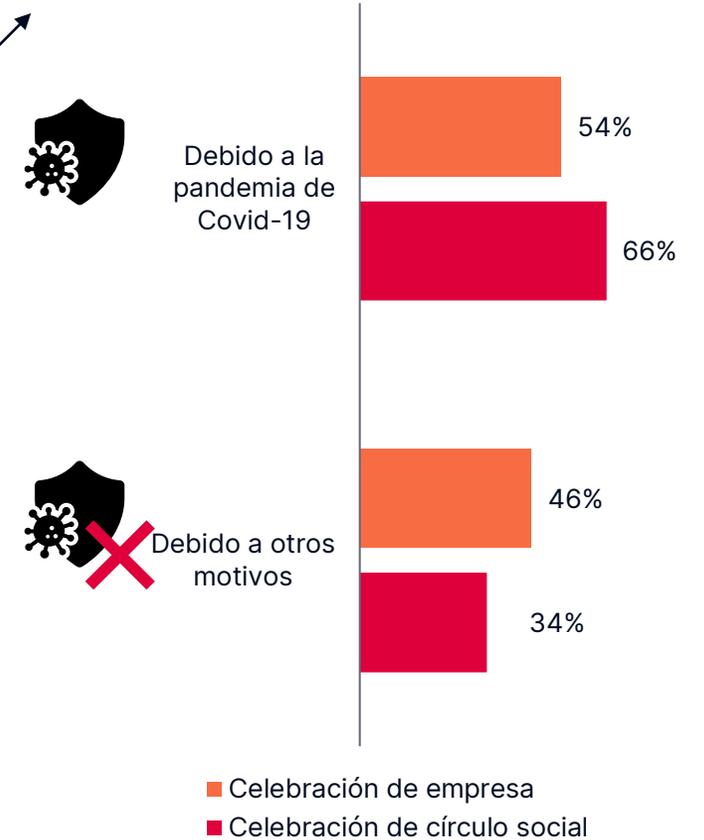
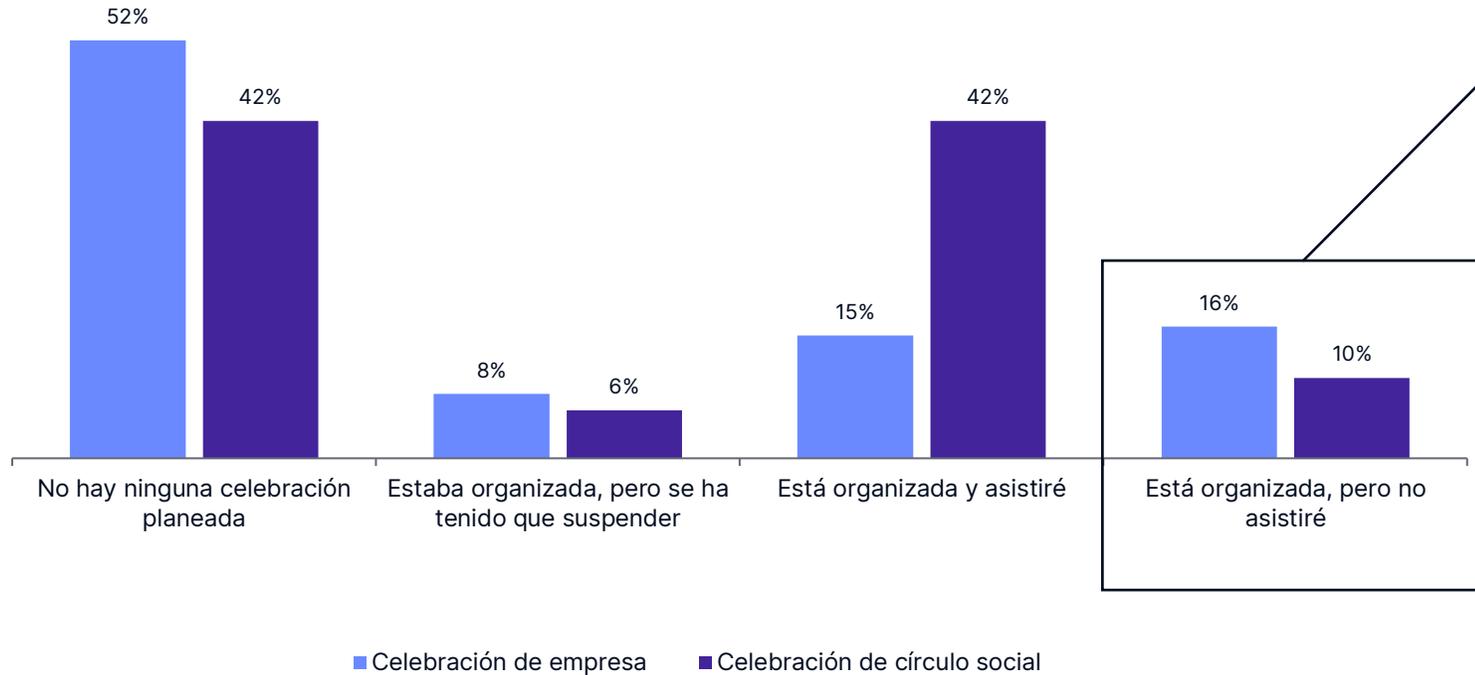
Comidas y cenas de Navidad: hasta un 54% de los invitados no asistiría por la Covid-19

A pesar de la pandemia, el 42% de españoles asistirá a celebraciones navideñas de sus círculos privados

¿Hay algún tipo de celebración de Navidad que se haya organizado en tu empresa? ¿Y en tu círculo social?

¿Por qué no asistirás a la celebración?

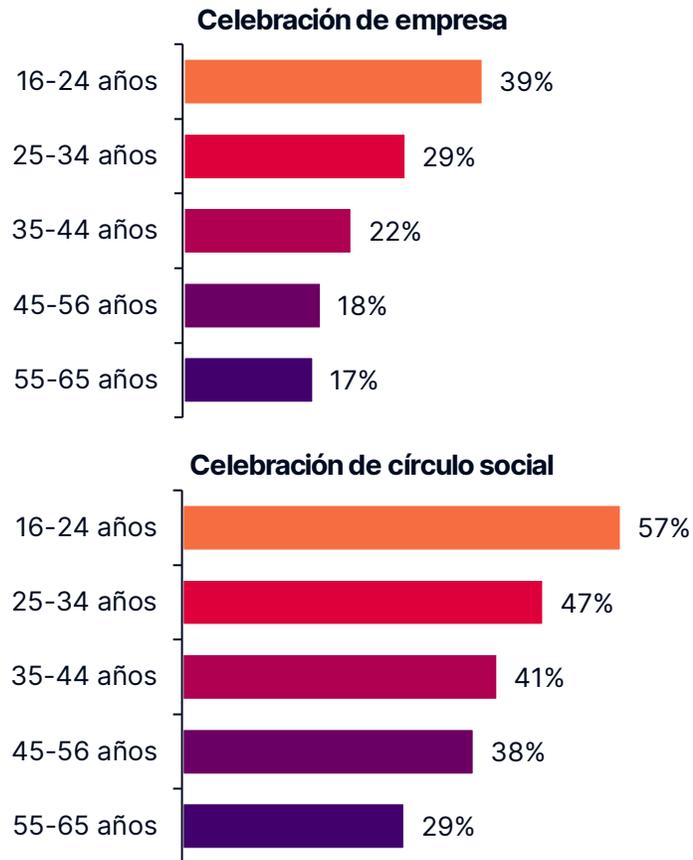
Informe Corona – Número 25



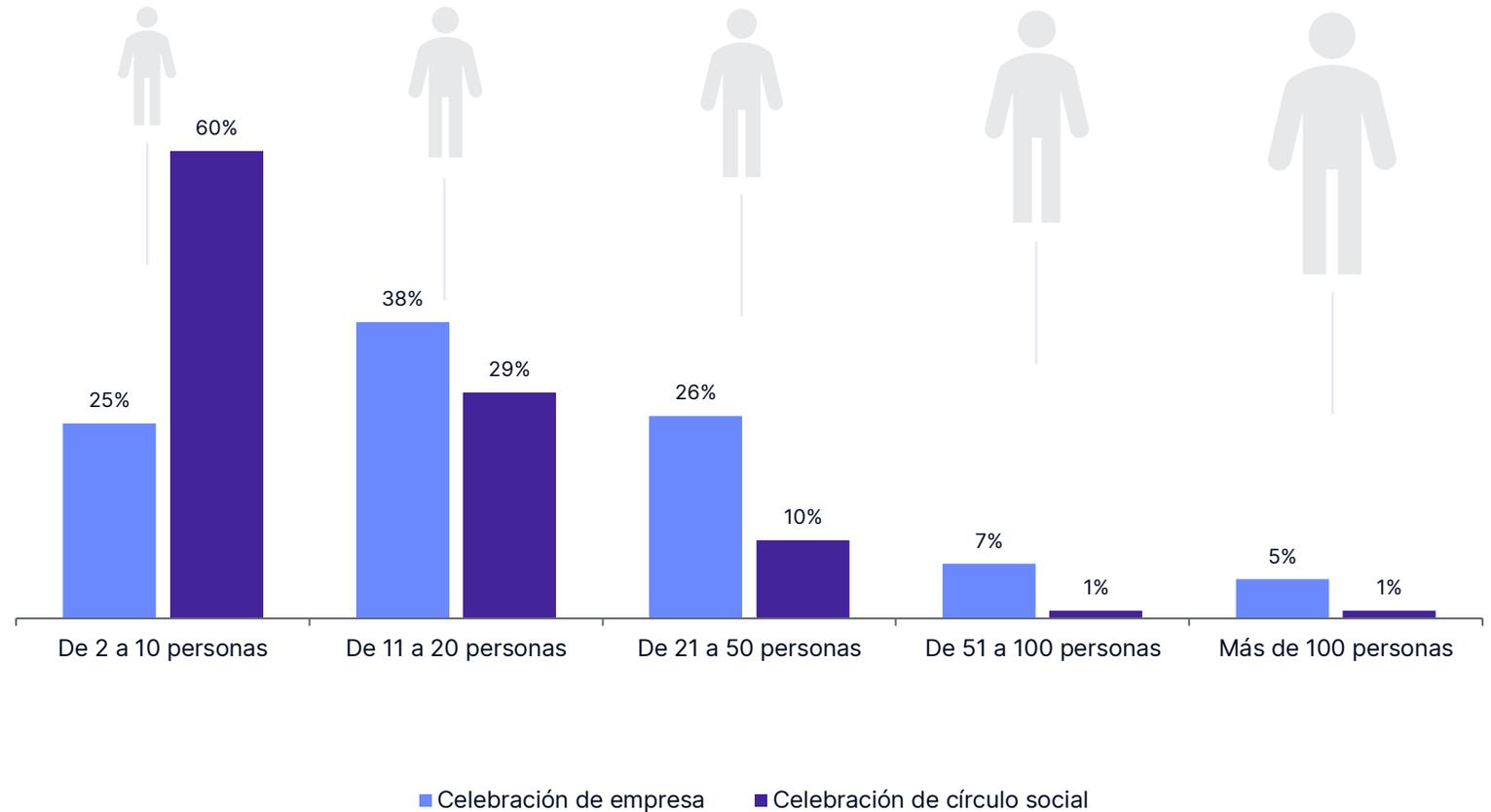
Comidas y cenas de Navidad: los jóvenes muestran una mayor disposición de asistencia

La mayor parte de las celebraciones privadas contarán con entre 2 y 10 personas

% de personas que asistirán a celebraciones de Navidad



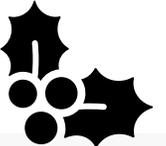
¿Cuánta gente calculas que habrá en la celebración de tu empresa o de tu círculo social?



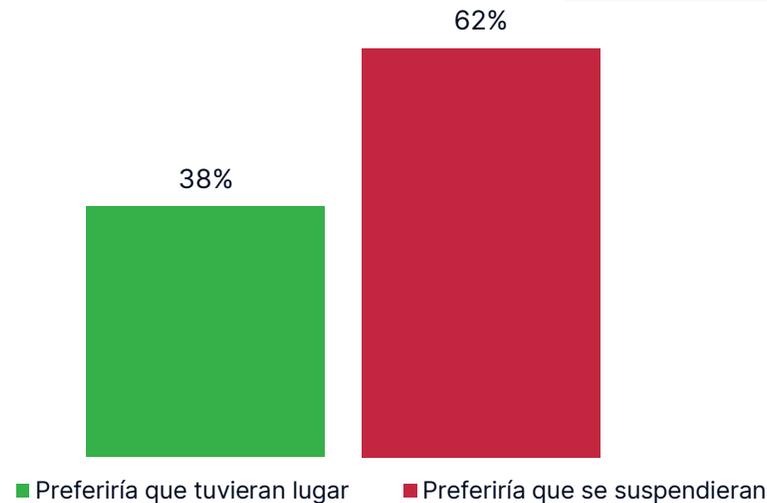
Comidas y cenas de Navidad: la mayoría suspendería las reuniones sociales en empresas



¿Qué opinas sobre las celebraciones de empresa de Navidad (cenas o comidas de empresa) teniendo en cuenta el actual contexto de la Pandemia de Covid-19?



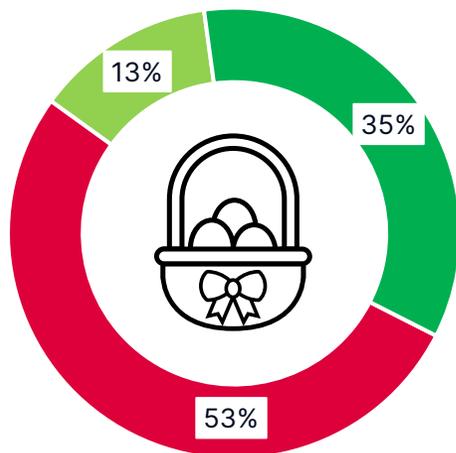
Por regla general, parece que los españoles están más inclinados a que las comidas y cenas de empresa **se suspendan** (62%). Además, los hombres españoles (18%) **opinan que las celebraciones deberían tener lugar** con más frecuencia que las mujeres (12%).



Las cestas de Navidad: una tradición muy española

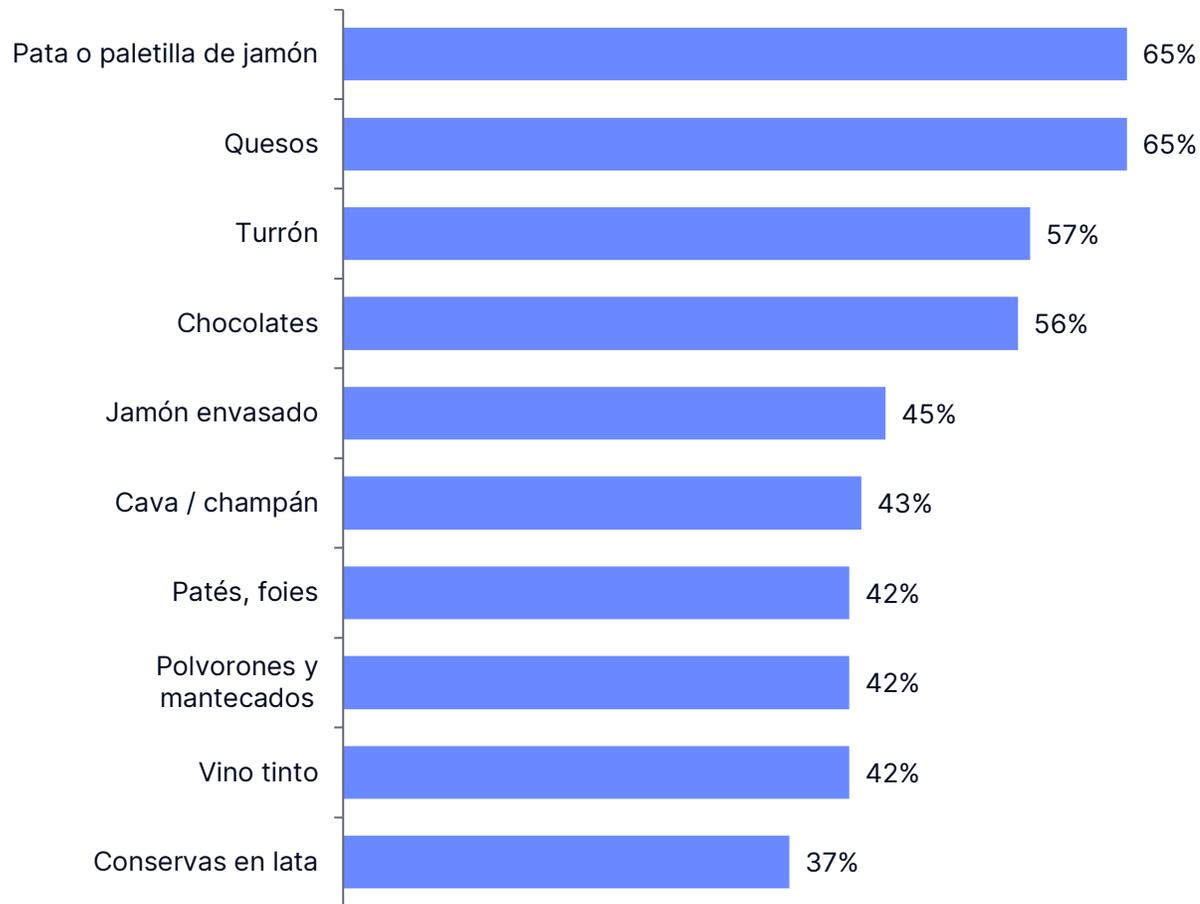
¿Existe en tu empresa la tradición de enviar una cesta regalo con productos de Navidad?

■ No ■ Sí, pero no todos los años ■ Sí, se hace cada año



Al 84% de aquellos trabajadores que no reciben una cesta de productos por Navidad **les gustaría que le regalaran una**. Además, el 51% de trabajadores que reciben este regalo confirman que el detalle hace que se sientan más a gusto en su empresa.

¿Qué les gustaría a los españoles que tuviera su cesta de Navidad?



04

Preocupaciones sobre la COVID-19

Sentimientos, preocupaciones e inquietudes

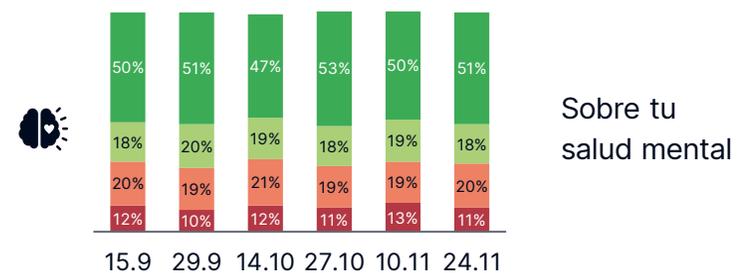
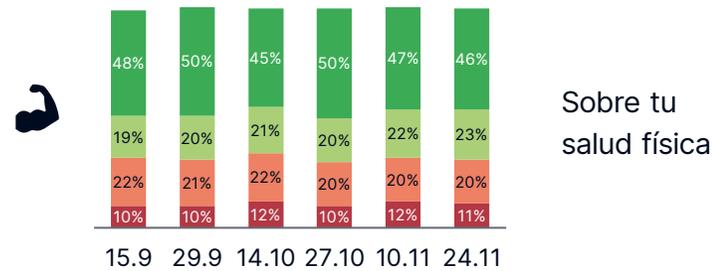


¿Cómo te has sentido?

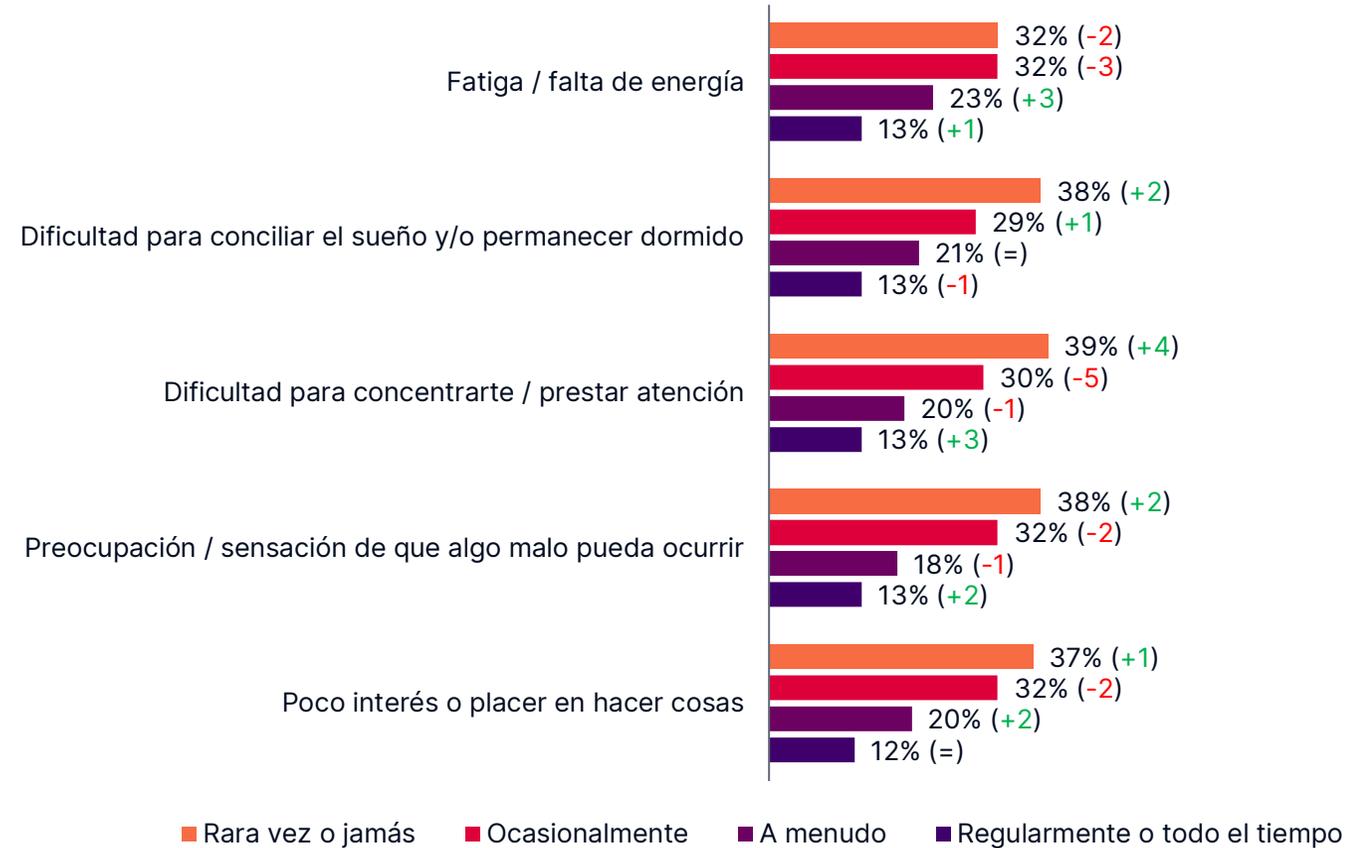
Muestra total

¿Cómo te has sentido?

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

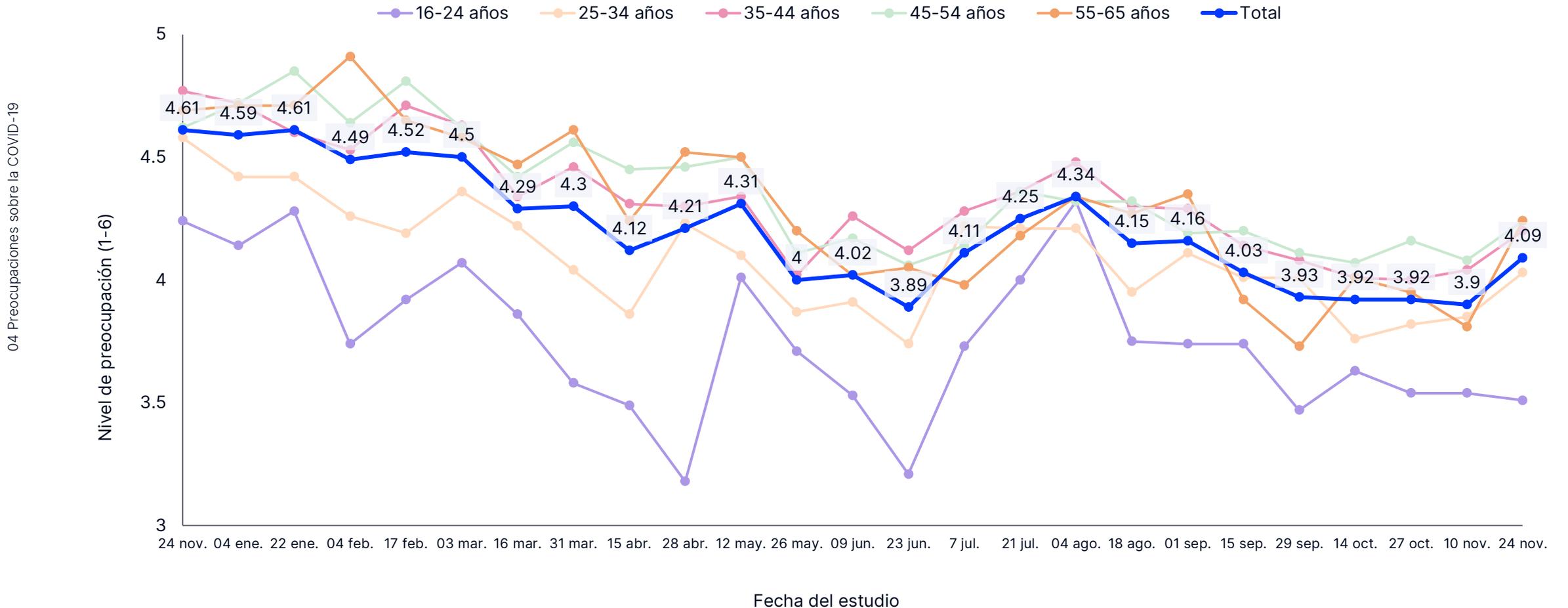


¿Con qué frecuencia has experimentado las siguientes emociones/síntomas en las últimas semanas? (Entre paréntesis = comparación con el estudio anterior)



¿Cuán preocupados están los españoles por su salud?

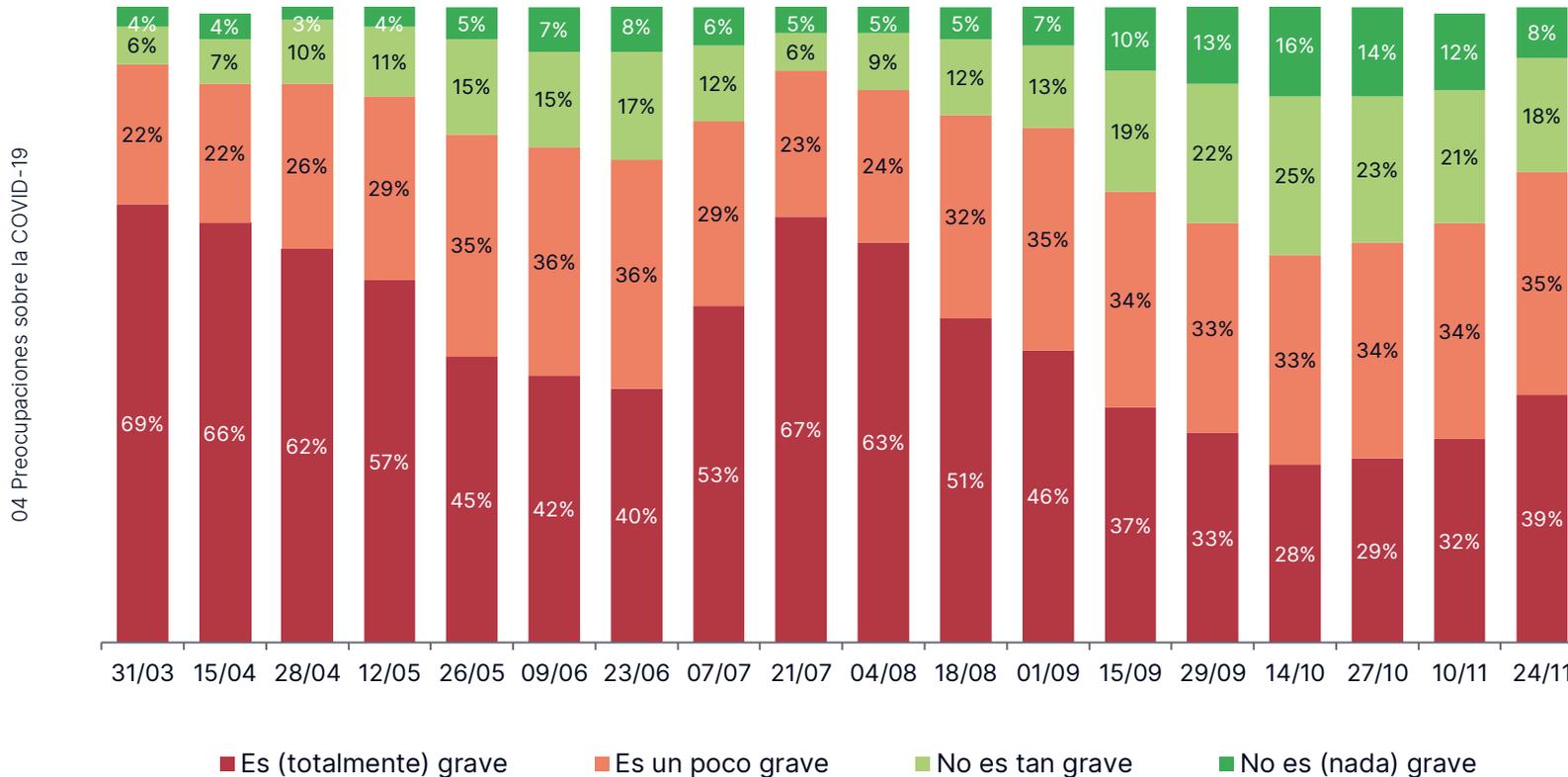
Muestra total



¿Cómo valoras la situación actual? // Satisfacción

Muestra total

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



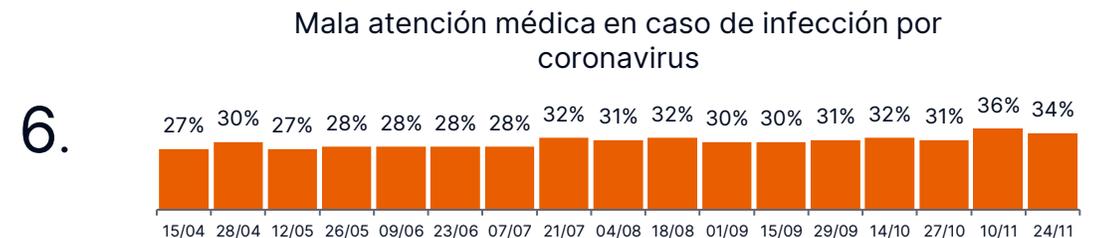
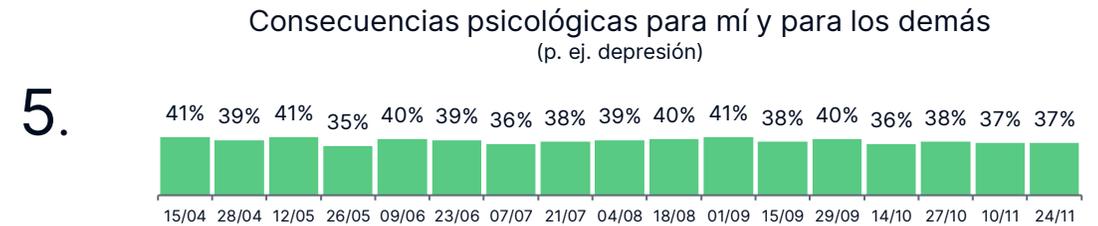
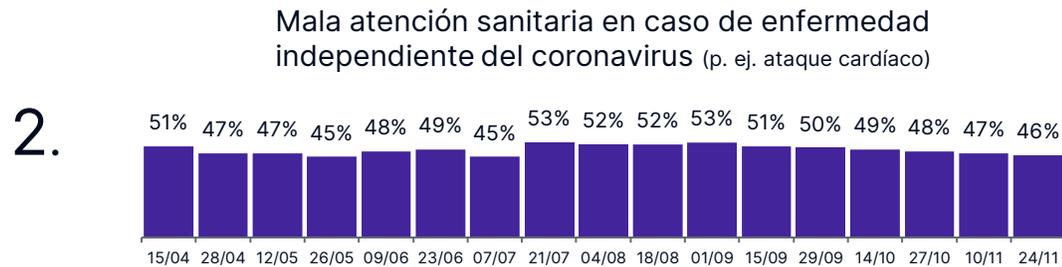
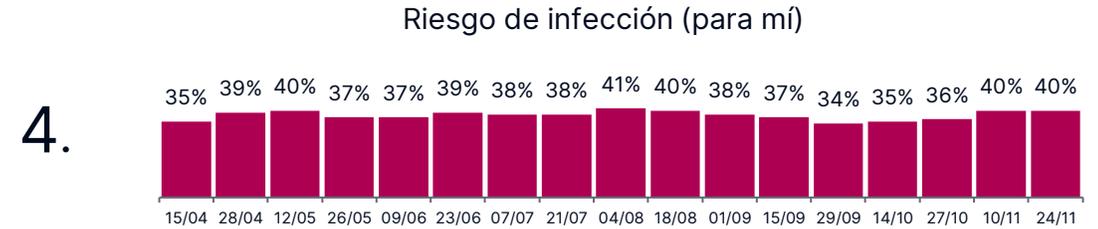
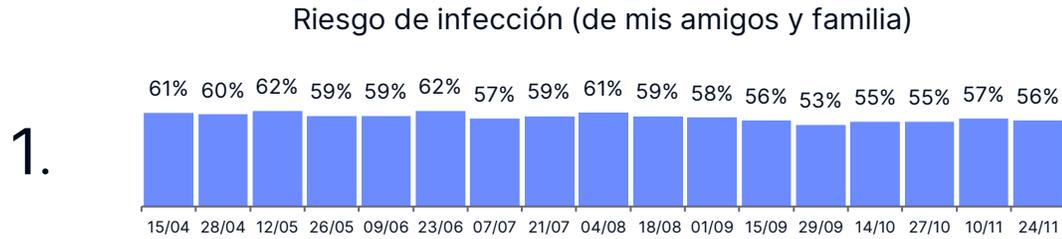
En este momento, ¿cuán satisfecho estás con las siguientes áreas de tu vida?

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

#	Área de la vida	Media 01-sep	Media 15-sep	Media 29-sep	Media 14-oct	Media 27-oct	Media 10-nov	Media 24-nov
1	Libertad de movimiento / movilidad	4,05	4,13	4,14	4,13	4,21	4,16	4,08
2	Seguridad	3,99	4,08	4,12	4,09	4,07	4,08	4,03
3	Entretenimiento	4,05	4,05	4,14	4,07	4,09	4,07	4,07
4	Relaciones / citas románticas	3,94	4,02	4,08	3,96	3,9	3,96	3,98
5	Nutrición / dieta	3,79	3,81	3,86	3,84	3,86	3,91	3,88
6	Vida social	3,8	3,86	3,96	3,9	3,87	3,91	3,9
4	Educación / trabajo	3,81	3,75	3,8	3,81	3,73	3,75	3,81
8	Vacaciones / viajes	3,53	3,5	3,55	3,47	3,39	3,47	3,44

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

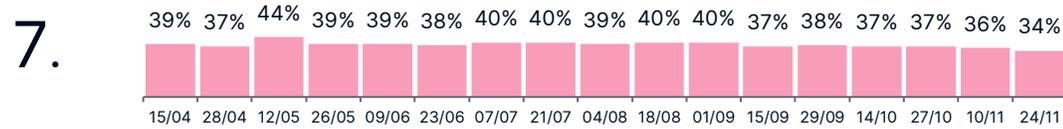
Muestra total - Ordenada por frecuencia (Números entre paréntesis = comparación con el estudio anterior)



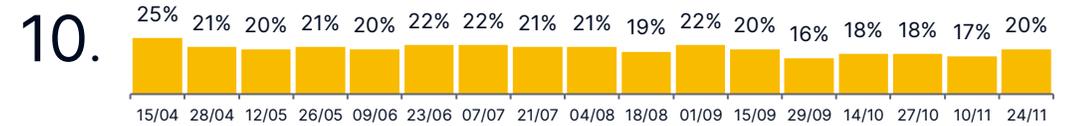
¿Cuáles son las mayores preocupaciones respecto al coronavirus? (2/2)

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

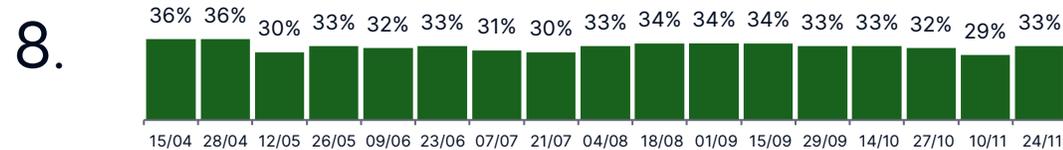
Consecuencias financieras personales
(p. ej. ERTE, posibilidad de perder mi empleo, inversiones/acciones)



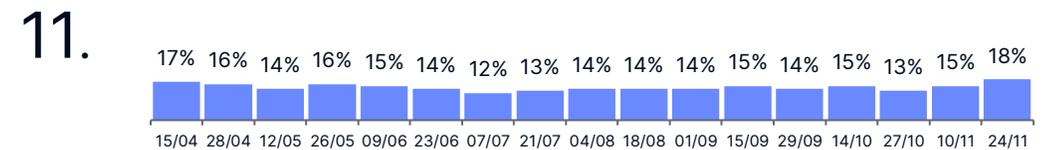
Extinción a largo plazo del sector de la gastronomía y cultura
(p. ej. cierre de restaurantes, museos por falta de ingresos)



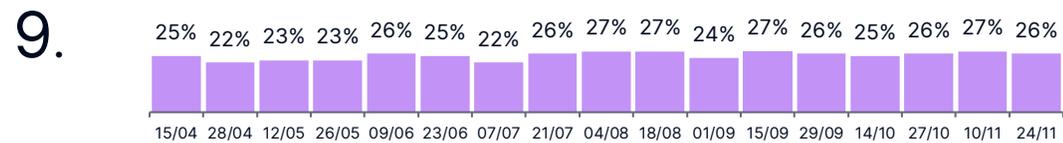
Distanciamiento social / exclusión social de los enfermos / aislamiento



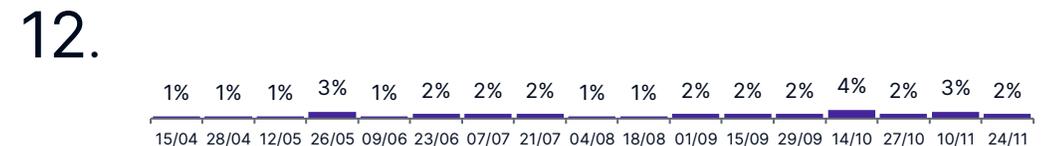
Prohibición de eventos privados
(p. ej. Bodas, funerales)



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)

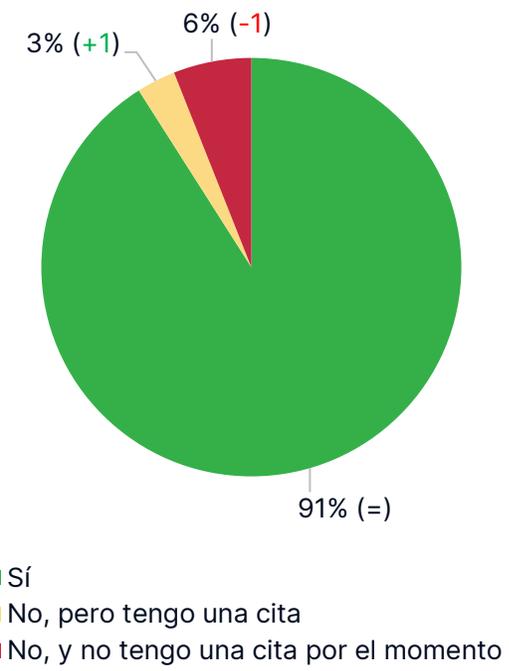
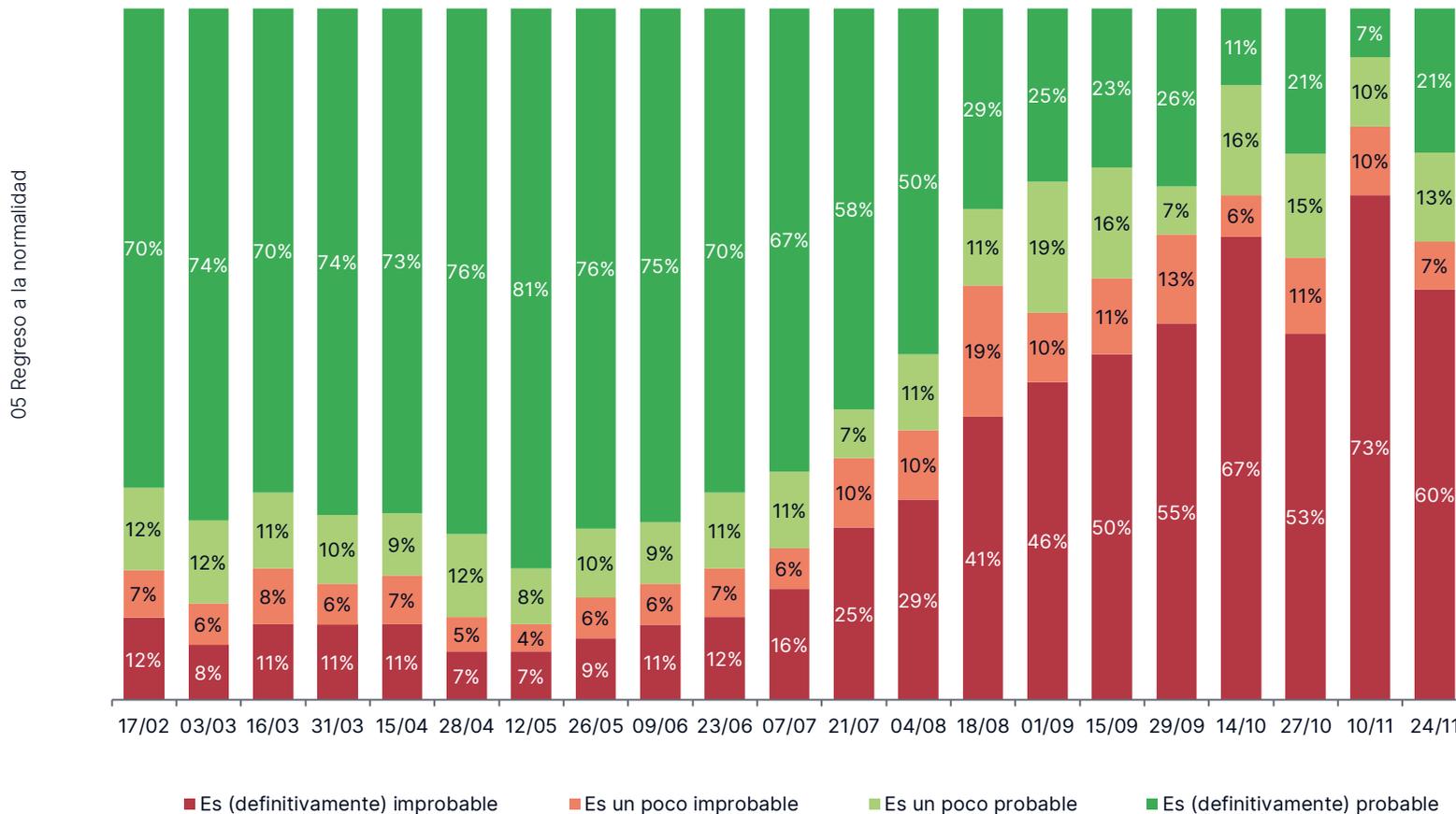


Disposición a vacunarse

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)



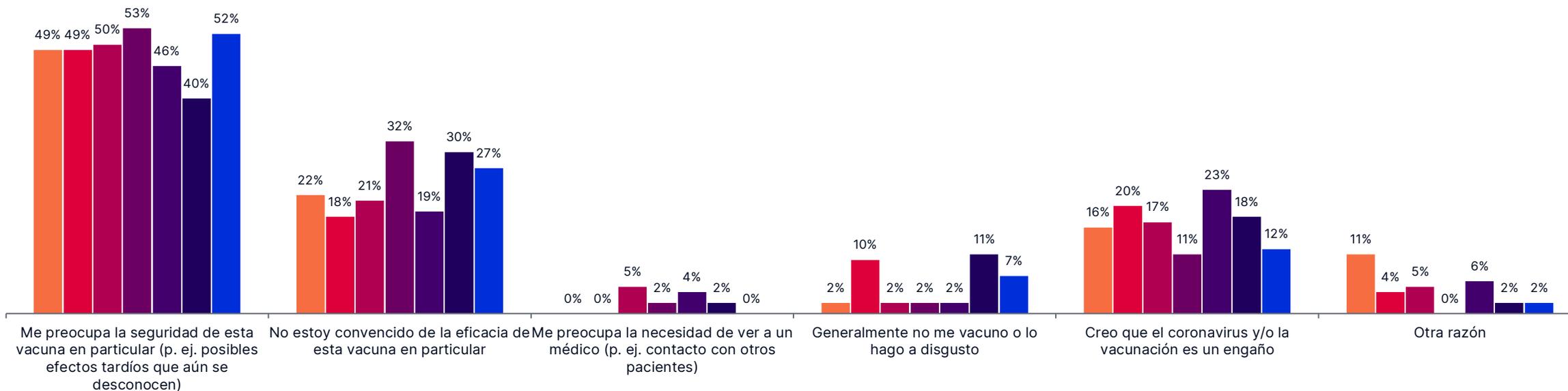
Razones contra la vacunación

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

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

01 sep. 15 sep. 29 sep. 14 oct. 27 oct. 10 nov. 24 nov.

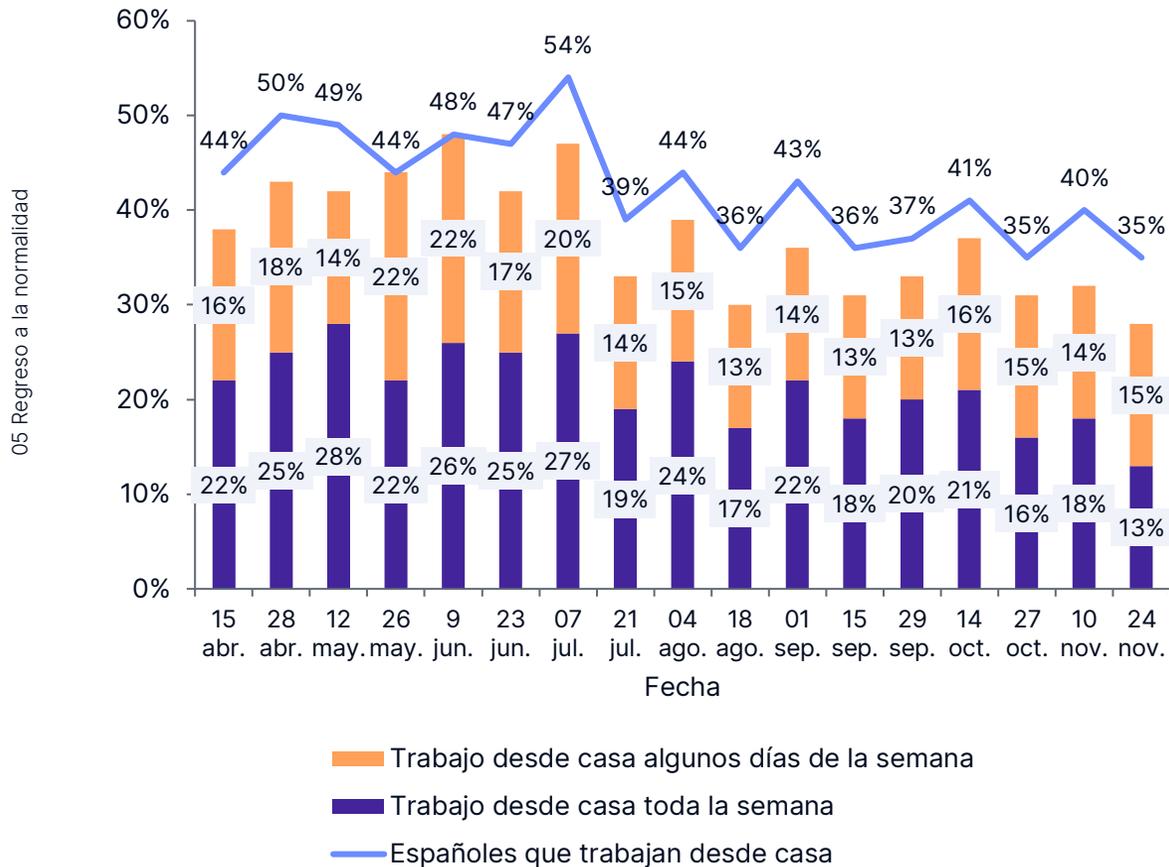
05 Regreso a la normalidad



¿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 61% de los españoles no trabaja desde casa**

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

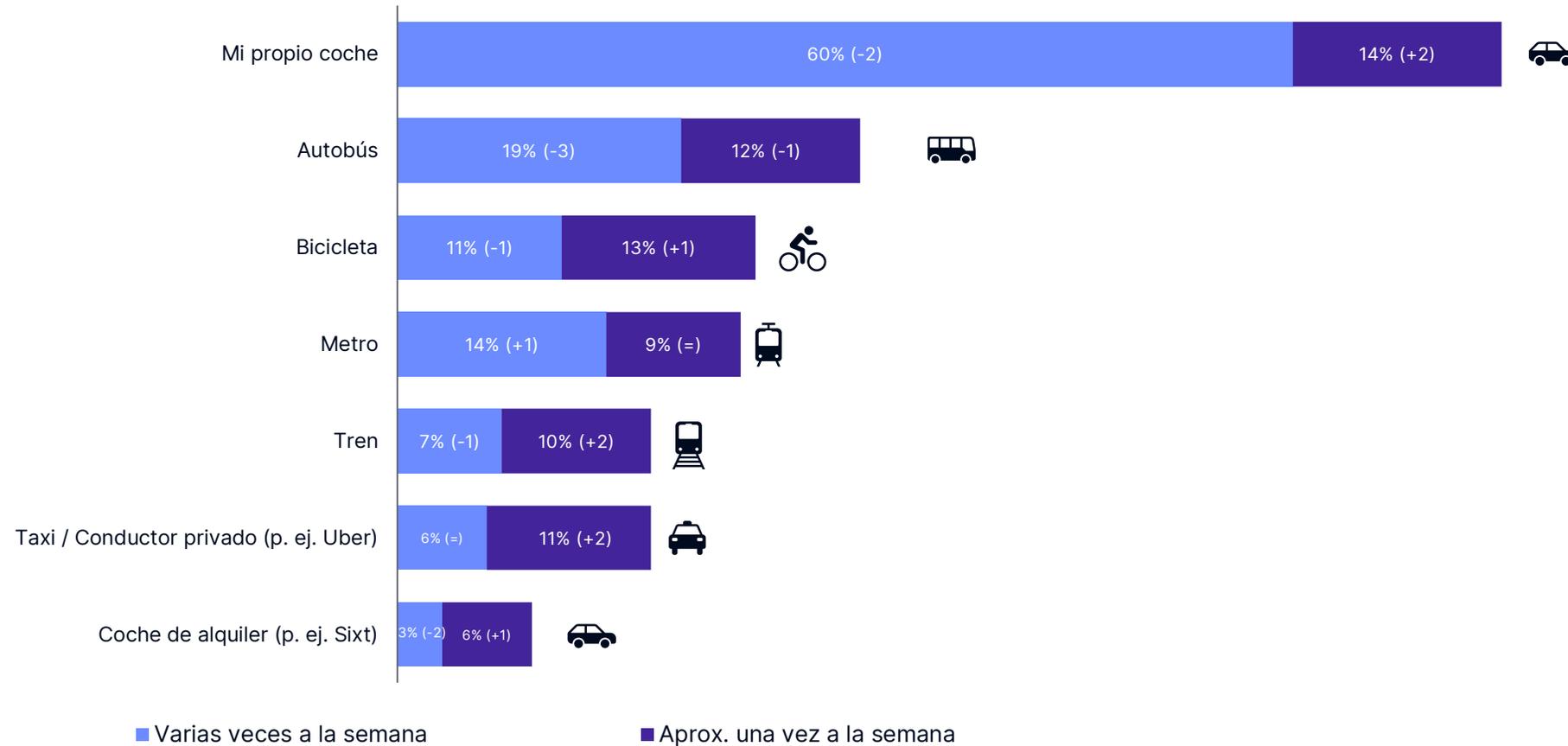


Servicios de transporte y movilidad en la vida cotidiana

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	24-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	Estudio 25* 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%	45%
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%	36%
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%	31%
4	Avión 	59%	53%	59%	55%	49%	44%	44%	43%	40%	36%	33%	31%	32%	35%	37%	37%	33%	31%	31%	27%	28%	27%	29	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%	29	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%	18%
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%	18%

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

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		04/08	18/08	01/09	15/09	29/09	13/10	27/10	10/11	24/11
8		Zapatos (total)	46%	44%	47%	47%	49%	50%	52%	50%	52%
		En línea	23%	22%	25%	23%	23%	23%	22%	23%	27%
		En tienda física	29%	28%	30%	30%	33%	34%	36%	33%	34%
9		Libros / revistas (total)	39%	38%	46%	48%	49%	45%	44%	45%	46%
		En línea	17%	19%	21%	23%	22%	22%	21%	22%	22%
		En tienda física	35%	24%	31%	32%	32%	30%	29%	29%	30%
10		Disp. electrónicos / electrónica de consumo (total)	31%	32%	37%	34%	36%	40%	36%	35%	42%
		En línea	21%	20%	23%	20%	22%	24%	21%	25%	21%
		En tienda física	14%	15%	20%	19%	32%	23%	20%	24%	28%
11		Objetos decorativos	27%	27%	34%	34%	36%	33%	35%	35%	40%
		En línea	15%	13%	16%	16%	19%	16%	15%	17%	20%
		En tienda física	16%	17%	24%	22%	24%	22%	24%	23%	26%
12		Juegos (ej. de mesa, rompecabezas, juguetes)	30%	27%	28%	27%	32%	32%	34%	34%	36%
		En línea	17%	15%	17%	16%	18%	18%	18%	20%	22%
		En tienda física	18%	16%	17%	15%	18%	20%	20%	20%	21%
13		Equipos deportivos / fitness	30%	30%	31%	32%	36%	36%	33%	36%	35%
		En línea	16%	17%	17%	16%	16%	18%	15%	18%	19%
		En tienda física	18%	17%	19%	20%	18%	24%	23%	24%	22%
14		Electrodomésticos (total)	24%	23%	27%	24%	28%	30%	27%	31%	33%
		En línea	13%	13%	14%	12%	14%	15%	13%	16%	17%
		En tienda física	14%	13%	18%	15%	18%	21%	18%	20%	21%

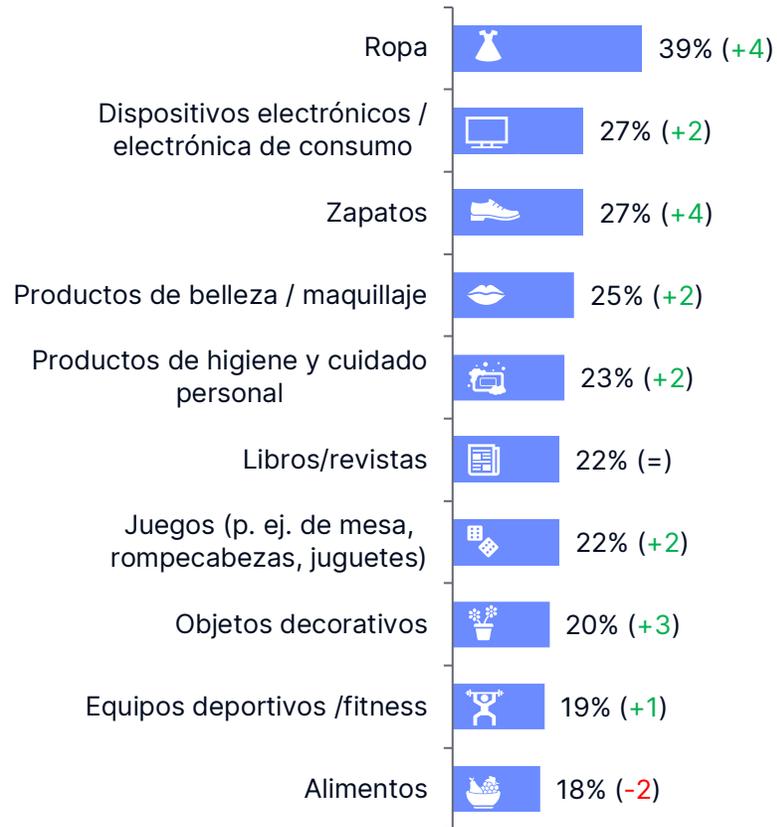
Enfoque: compras en línea vs. en tienda física

Muestra total

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

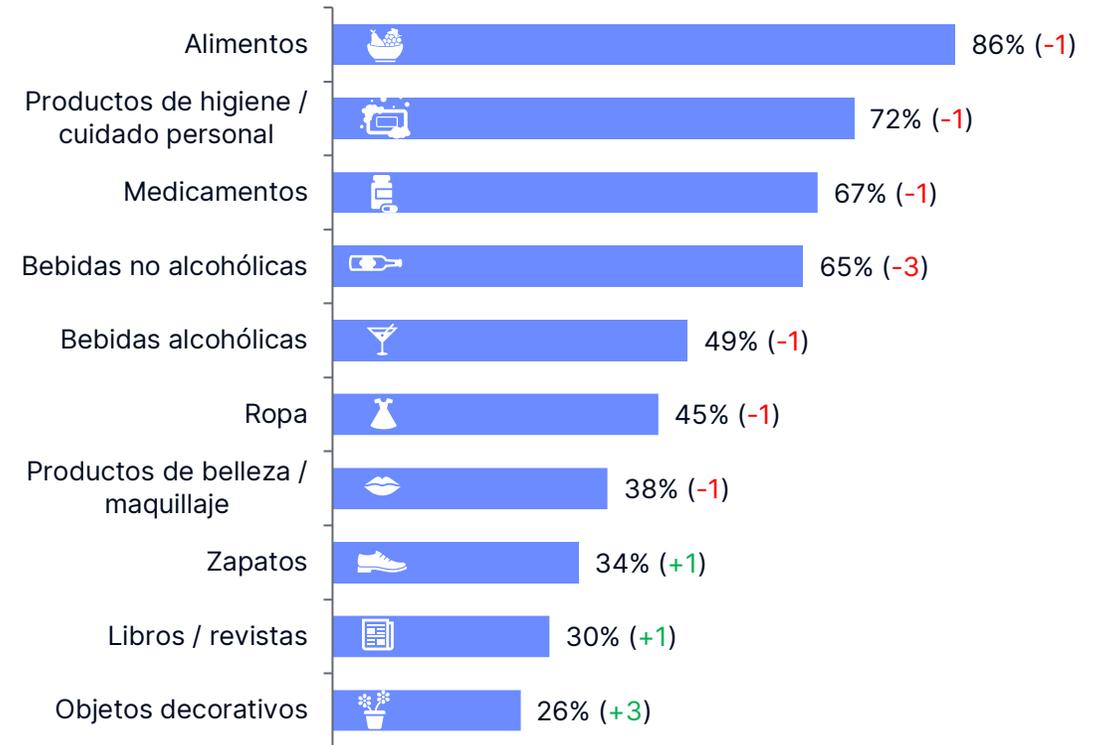
(Números entre paréntesis = comparación con el estudio anterior)

06 Hábitos de consumo



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

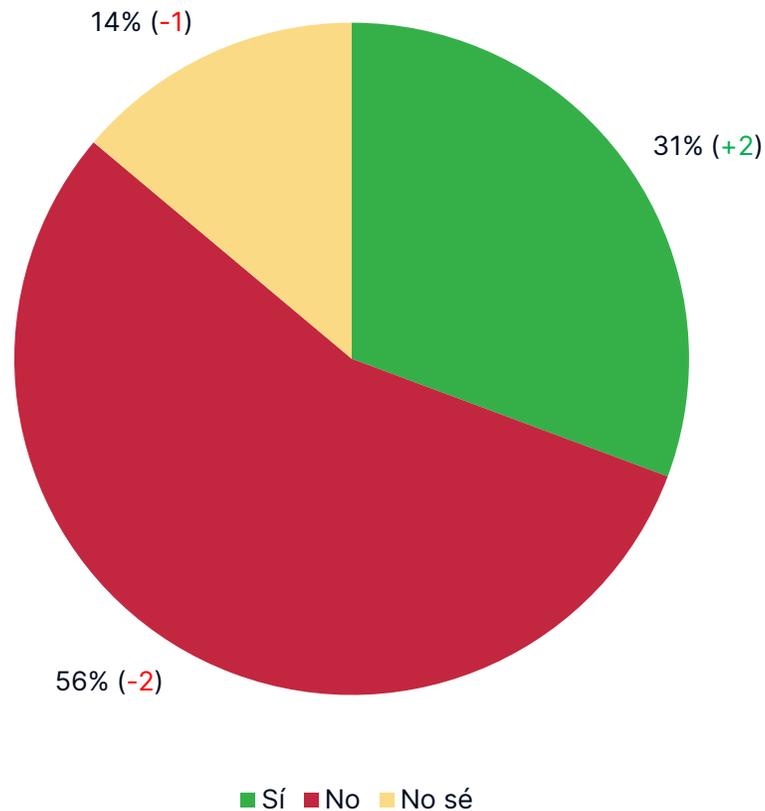
(Números entre paréntesis = comparación con el estudio anterior)



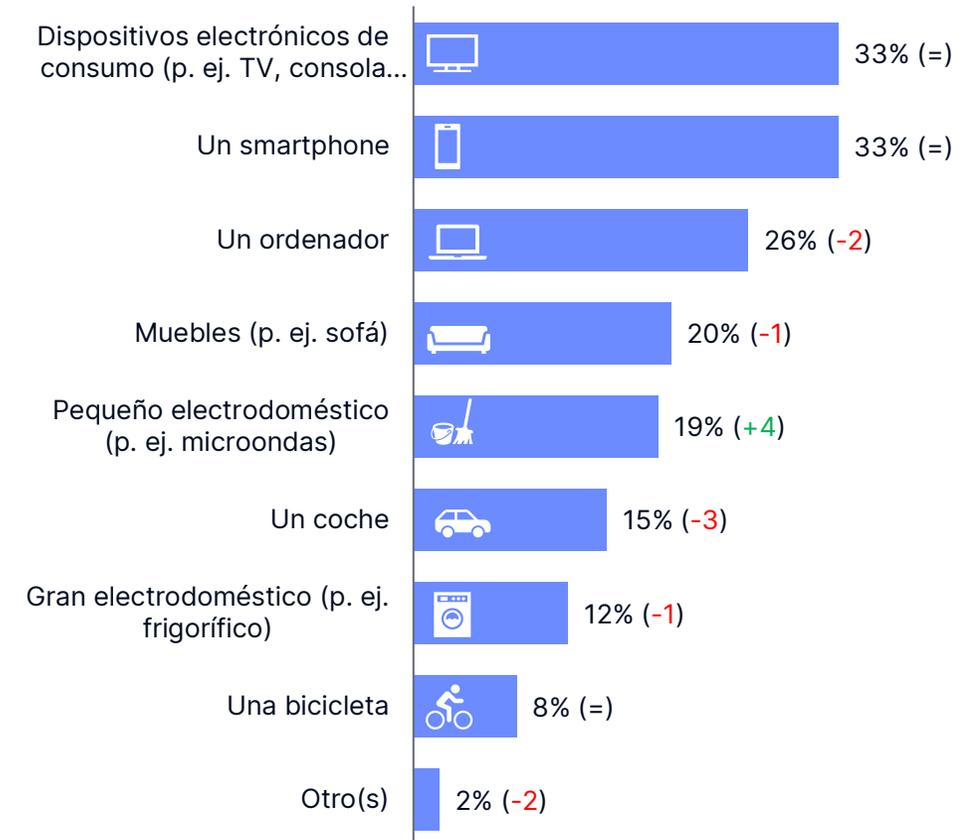
Barómetro de consumo

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

