

Píldora 2  
**Tracking semanal  
Covid-19  
España**

25 de Marzo de 2020

## Sumario 04

01

### El impacto de la crisis en la sociedad 07

¿Estamos preparados para afrontar la crisis?	08
¿Confiamos en el papel que jugarán agentes sociales y partidos políticos?	09
¿Cómo lo están haciendo los medios?	10
¿Dónde nos estamos informando?	11
¿Qué sucede con el teletrabajo?	12

02

### El Impacto en los bienes de primera necesidad 13

Impacto de la crisis sobre la disponibilidad y precios de los bienes básicos	14
--	----

03

### El impacto en el turismo 15

Nuestros -ya olvidados- planes de viaje	16
---	----

04

### Comportamiento digital 17

Siempre nos quedará el Smartphone	18
Incremento del uso de smartphone por segmento de población	19
¿Y qué ocurre con el resto de dispositivos de uso personal?	20
Se disparan el uso de WhatsApp y redes sociales	21



# Sumario

## ¿Nos creemos preparados para afrontar esta crisis?

A pesar de las extremas limitaciones y dificultades a la que se enfrenta, **el sistema sanitario**, que tantas emociones está despertando entre la población y al que desde los balcones homenajeamos a diario, **se sitúa como la institución que creemos más y mejor preparada para ayudarnos a salir de la crisis.**

La elevada preocupación y el desamparo de los ciudadanos se refleja en una **falta de confianza en nosotros mismos** para superar esta crisis del mismo modo en que consideramos que **tampoco lo está el gobierno** ante una crisis como ésta de magnitudes nunca vividas en nuestro país.

## ¿Confiamos en el papel de los agentes sociales y de los partidos políticos?

En cuanto al grado en que pensamos que sindicatos, empresarios y partidos políticos estarán a la altura de las circunstancias, vemos cómo los primeros son los únicos que tienen un saldo positivo en sus niveles de confianza mientras que **empresarios y partidos políticos no parecen estar cumpliendo con las expectativas.**



## ¿Dónde nos estamos informando?

Para saciar nuestra sed de información estamos recurriendo a múltiples fuentes. Los medios tradicionales, con la **TV como clara protagonista**, son aún hoy nuestra principal referencia si bien los medios digitales están en posiciones muy próximas. Medio a medio, Internet y las Redes Sociales ya superan a medios convencionales como la radio y, con mucha distancia, a la prensa escrita.

## Y, ¿qué sucede con el tan mencionado teletrabajo?

**7 de cada 10** participantes en esta oleada del tracking **aseguran estar trabajando total o parcialmente desde su domicilio**. Un 53% está ejerciendo un teletrabajo total mientras que el 15% lo combina con la asistencia a su puesto de trabajo habitual. 3 de cada 10 sigue acudiendo con normalidad a trabajo y, la mayoría asegura que no lo hace por voluntad propia.

## Compra de bienes de primera necesidad

En el bloque de preguntas orientadas a conocer los hábitos y percepciones de los ciudadanos hacia la compra de productos básicos identificamos algunos hallazgos interesantes como que **la mayoría (89%) echa en falta productos en sus establecimientos habituales** y, en términos generales, consideran que los precios se mantienen estables (78%).

## Nuestros -ya olvidados- planes de viaje

**El 38% de las personas consultadas ya ha cancelado un viaje que tenía previsto hacer durante los próximos meses**. Esto es un 79% sobre los que tenían ya un viaje contratado cuando estalló la crisis y comenzó el confinamiento. Los jóvenes son los que en mayor medida se han decidido ya por anular los planes de viaje.

## Siempre nos quedará el móvil


Aun más presente de lo habitual, **el smartphone se ha convertido en nuestro mejor compañero durante estos días**. De los 165 minutos de uso diario que hacíamos de nuestros fieles aliados antes del confinamiento, hemos saltado hasta las **cerca de 4 horas de uso durante estos primeros días** de encierro en nuestros domicilios.

Todos hemos seguido esta tendencia e intensificado el uso de los móviles, pero **destacan las mujeres y los segmentos de mayor edad como los que más han incrementado este consumo** aunque son, sin lugar a dudas, los más jóvenes los que más tiempo pasan al día, ¡¡¡hasta las casi 5 horas diarias!!!-

## Tan lejos...tan cerca

En el móvil estamos haciendo muchas cosas pero, sobre todo, comunicarnos con todo el mundo: familia, amigos, compañeros... estos son días en los que contactamos y re-contactamos con ellos a través del Whatsapp.

Si comparamos la intensidad de uso de Whatsapp en los primeros días de confinamiento con los momentos pico de uso durante el año, podemos ver cómo **los primeros días del confinamiento usamos el móvil casi tanto como durante la nochevieja y la nochebuena de este último año juntas**.

A photograph of a person's arm and hand reaching out to touch tall green grass in a field. The person is wearing a light-colored t-shirt and blue jeans. The background is a blurred green field under bright sunlight.

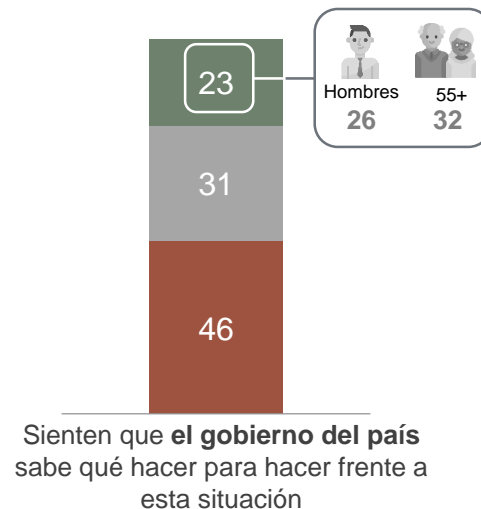
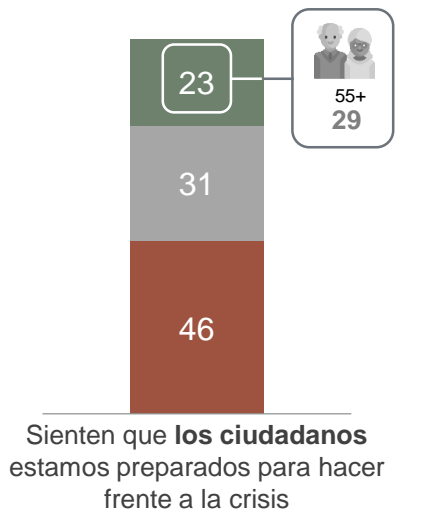
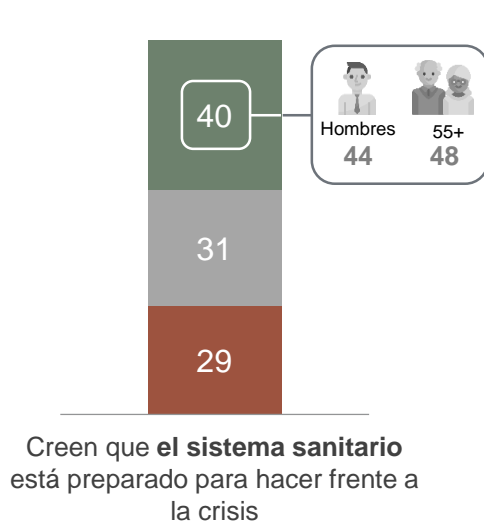
# 1 El impacto de la crisis en la Sociedad: percepción de preparación, confianza en agentes sociales, fuentes de información y teletrabajo

# ¿Estamos preparados para afrontar la crisis?

● De acuerdo

● Ni de acuerdo ni en desacuerdo

● En desacuerdo



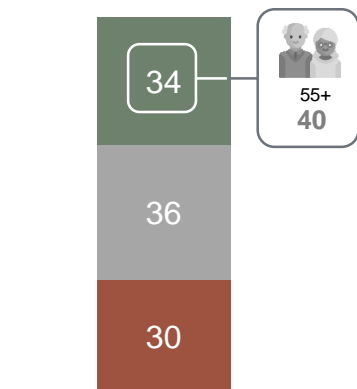
Parece que **el sistema sanitario es el único con un cierto grado de preparación** para afrontar la dura crisis si bien, solo un 40% confía en ello. En estos momentos de incertidumbre y preocupación, parece que **los ciudadanos españoles no sentimos estar preparados para hacer frente a una crisis de esta envergadura del mismo modo en que tememos que el gobierno del país no sepa cómo afrontarla.**



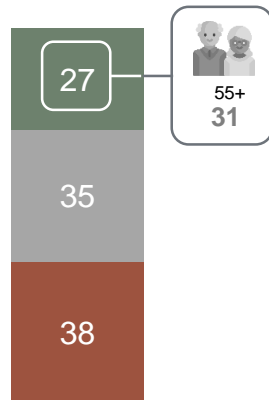
# ¿Confiamos en el papel que jugarán agentes sociales y partidos políticos?



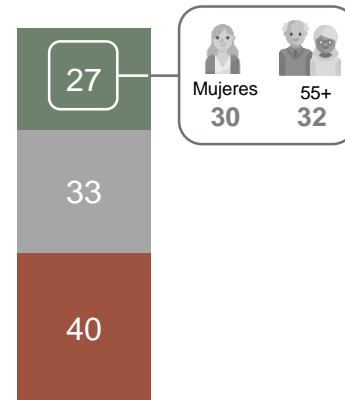
● De acuerdo    ● Ni de acuerdo ni en desacuerdo    ● En desacuerdo



Los **sindicatos** harán todo lo posible por proteger la salud de los trabajadores



Los **empresarios** están tomando decisiones en pro de la salud colectiva

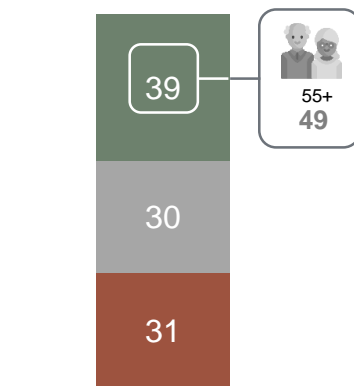


Los **partidos políticos** están remando en la misma dirección para salir de esta crisis

En cuanto a la **confianza en los agentes sociales y partidos políticos**, los **sindicatos** obtienen un **saldo positivo** con un mayor grado de confianza que de desconfianza, lo cual no sucede en la valoración de la **confianza en los empresarios**, con un **balance negativo**, tampoco consideramos que los **partidos políticos** estén haciendo una **aportación positiva y de consenso** que acelere la resolución de la crisis.

# ¿Cómo lo están haciendo los medios?

● De acuerdo      ● Ni de acuerdo ni en desacuerdo      ● En desacuerdo



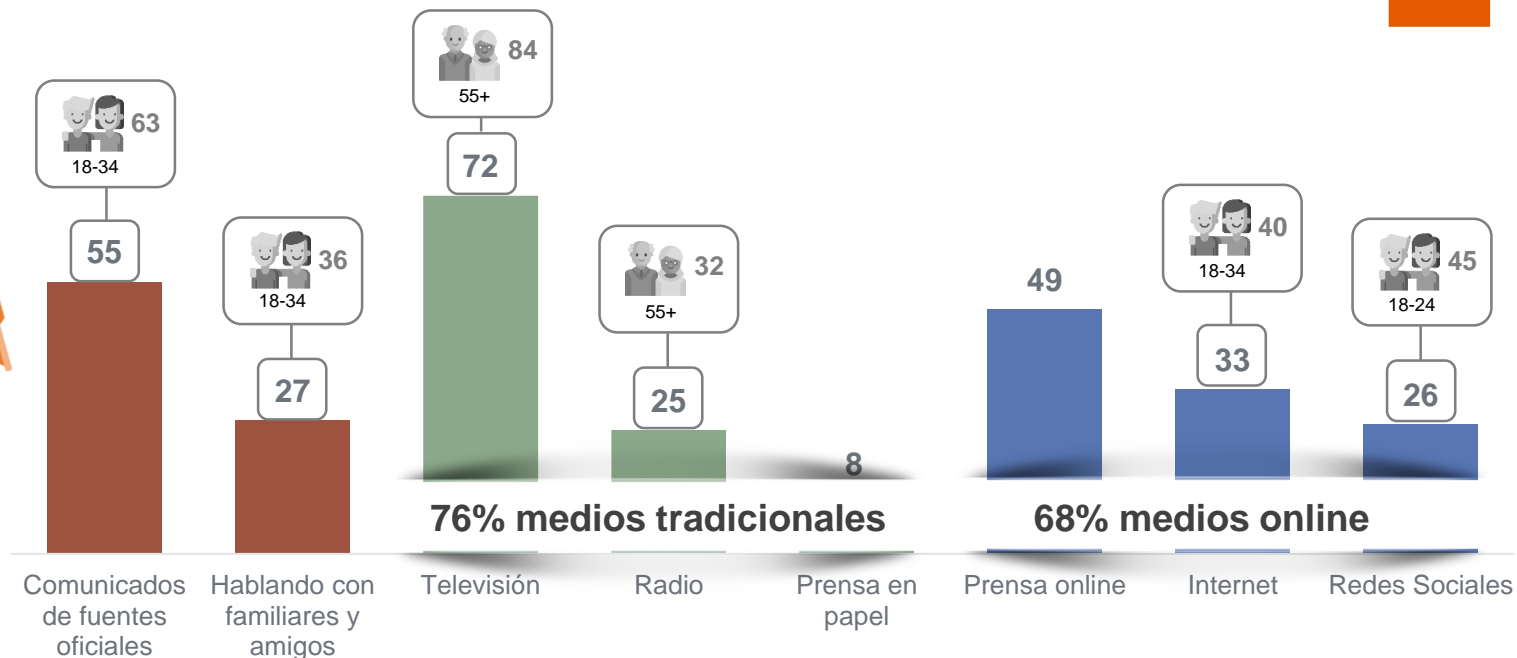
Los medios de comunicación están haciendo una gran tarea para informar y tranquilizar a la población

Los medios de comunicación obtienen un saldo positivo en la valoración de su papel en los primeros días de confinamiento. Un 39% considera que están haciendo una gran tarea divulgativa y de comunicar cierta tranquilidad a la población un 30% se muestra neutral ante esta afirmación mientras que un 31% no está de acuerdo con la misma. Destacamos la percepción de los entrevistados más mayores como significativamente más satisfechos con los medios de comunicación.

## ¿Dónde nos estamos informando?



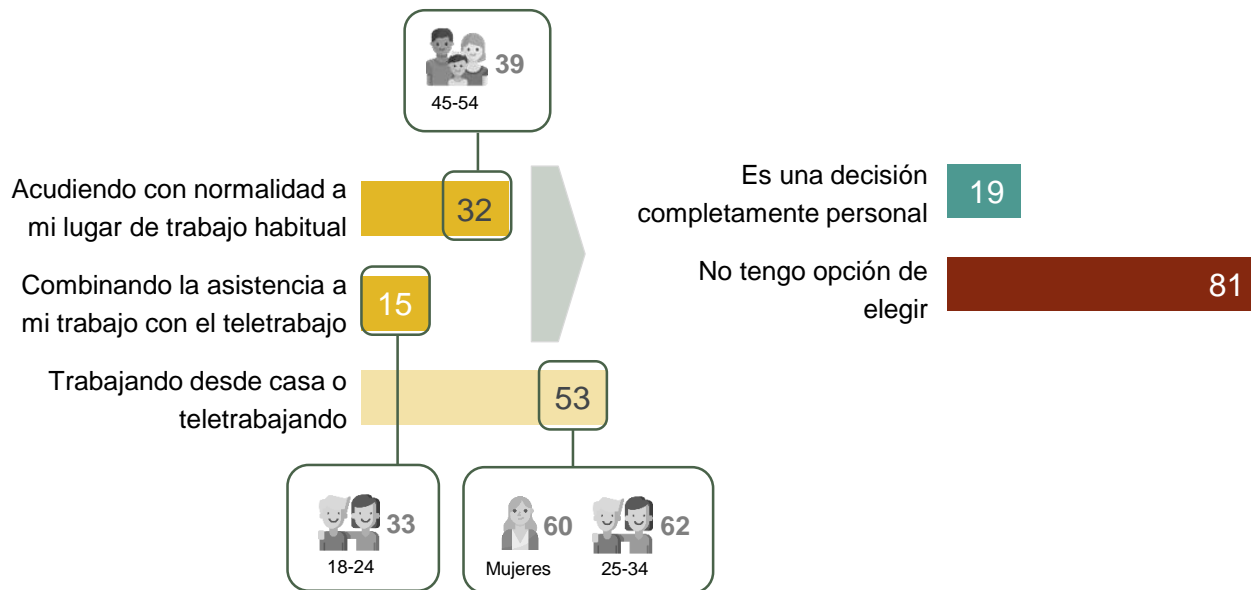
4% Declaran no buscar información de forma activa



En estos tiempos de aivez informativa, los **medios tradicionales** y, en especial la **televisión**, siguen siendo la **principal fuente a la que acudir**. Destacar cómo **los medios online ya superan a medios como la radio o la prensa en papel**.

Las fuentes preferidas tienen mucho que ver con la edad: los **menores de 34 años** confían más en los **comunicados oficiales** y en sus **redes personales** de amigos y familiares mientras que los **mayores de 55** prefieren la **televisión** y la **radio**.

## ¿Qué sucede con el teletrabajo?



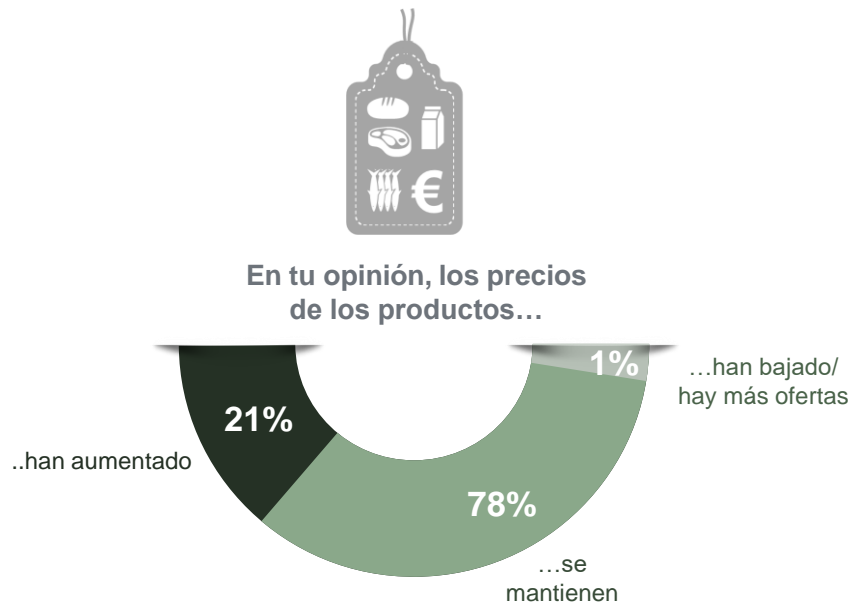
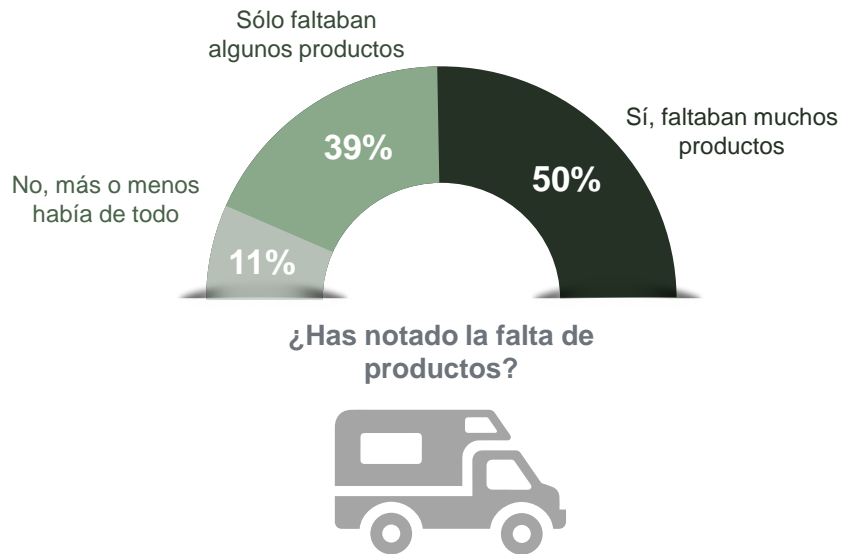
Prácticamente **7 de cada 10 individuos ocupados** que han participado en este estudio, **tienen la opción de teletrabajar** en mayor o menor grado. El **53%** está desempeñando su labor profesional **exclusivamente desde sus hogares** –destacamos en este colectivo la significativa presencia de **mujeres** y de **profesionales más jóvenes** (25 a 34) – mientras que el **15%** **combina la labor presencial con el teletrabajo**.

Ciframos en un **32%** el volumen de profesionales que en estas fechas de confinamiento desarrollan su **actividad laboral de manera exclusivamente presencial** siendo, en la mayoría de los casos, una **cuestión obligatoria**.



## 2 Impacto en los bienes de primera necesidad

# Impacto de la crisis sobre la disponibilidad y precios de los bienes básicos



**9 de cada 10 ciudadanos** consultados afirma haber detectado **falta de productos de primera necesidad** en su tienda habitual, entre ellos **5 aseguran que las carencias eran muchas** y **4 que sólo se percibía en algunas referencias**.

En cuanto a la **percepción general de precios**, casi el **80%** cree que éstos **se han mantenido estables** mientras que el **20%** restante asegura haber percibido un **aumento** de los mismos.

A high-angle, long-exposure photograph of a busy public staircase. The image is heavily blurred to convey a sense of rapid movement and a large crowd of people. The stairs are made of grey stone, and the surrounding area is paved with large, light-colored tiles. People are seen in various colors and directions, creating a dynamic and energetic scene.

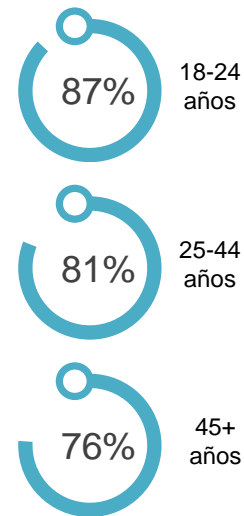
# 3 Impacto en el sector turístico

# Nuestros -ya olvidados- planes de viaje



El 79% de las personas que tenían viajes contratados, han tenido que cancelar alguno


Proporción de personas con viajes contratados que han decidido cancelar según tramos de edad



Cerca de la **mitad** de los individuos consultados (48%) **tenía algún tipo de viaje contratado** en el momento de la consulta. Un **38%** asegura haberlo **cancelado** a raíz de la crisis y un **6%** **se lo está planteando** aún.

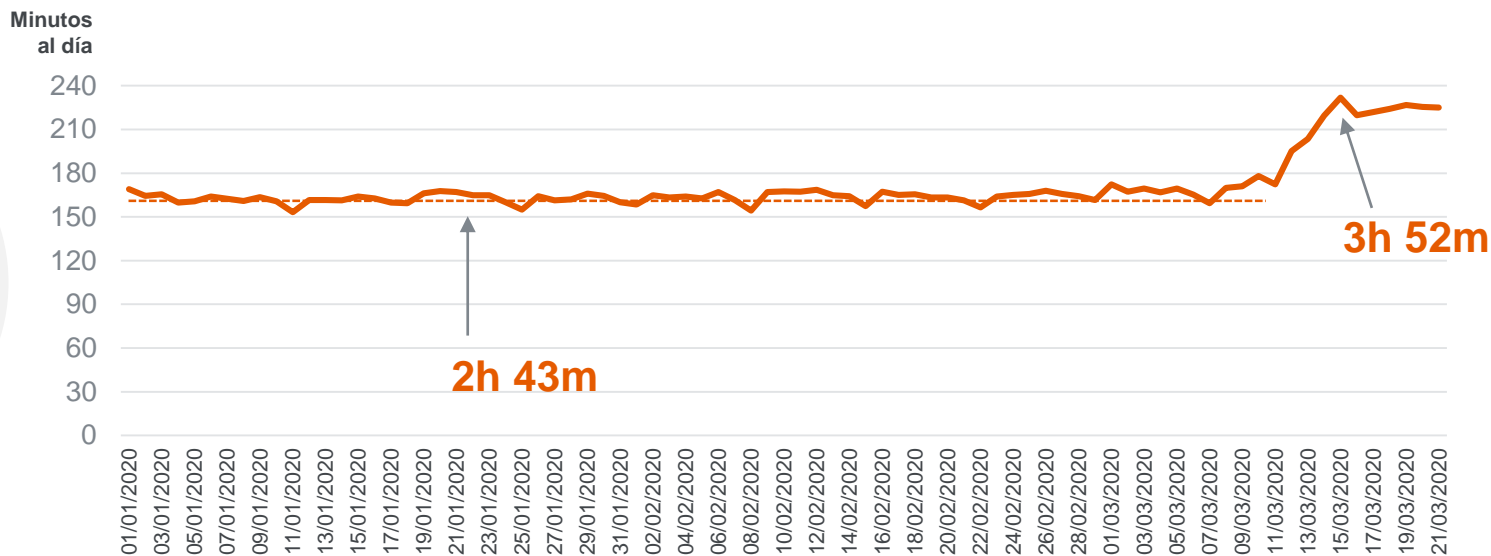
Son **los jóvenes** los que en **mayor medida** se han decidido ya a **cancelar**.



The left side of the slide features a dynamic, abstract background. It depicts a perspective view of a 'tunnel' or 'data stream' composed of numerous glowing lines of light in shades of orange, red, and yellow. These lines converge towards a bright, glowing point in the distance, creating a sense of depth and movement. Interspersed among the light trails are various binary digits (0s and 1s) in white and light blue, some appearing to float or be part of the data flow. The overall effect is one of high-speed digital connectivity and data processing.

# 4 Comportamiento digital

# El Smartphone, nuestro aliado durante el confinamiento



Fuente: Panel de seguimiento de internautas GfK/Netquest. Análisis de navegación real de panel representativo población internauta española 18+ con tracker de seguimiento instalado en PC, smartphone y tablet.

El uso medio diario de Smartphone se sitúa en los **165 minutos (2 horas y 43 minutos)**.

Sin embargo a **partir del 12 de marzo**, observamos un **incremento significativo**, llegando a las **3 horas y 52 minutos**, con el inicio de la cuarentena decretada por el Gobierno.

# El Smartphone, nuestro aliado durante en confinamiento

## Incremento del uso de smartphone por segmento de población



Consumo  
confinamiento

3h 39m

3h 19m

4h 2m

4h 45m

4h 3m

3h 49m

3h 23m

2h 55m

2h 32m



34%

30%

39%

25%

32%

37%

35%

35%

38%

Total

Hombres

Mujeres

De 18 a 24

De 25 a 34

De 35 a 44

De 45 a 54

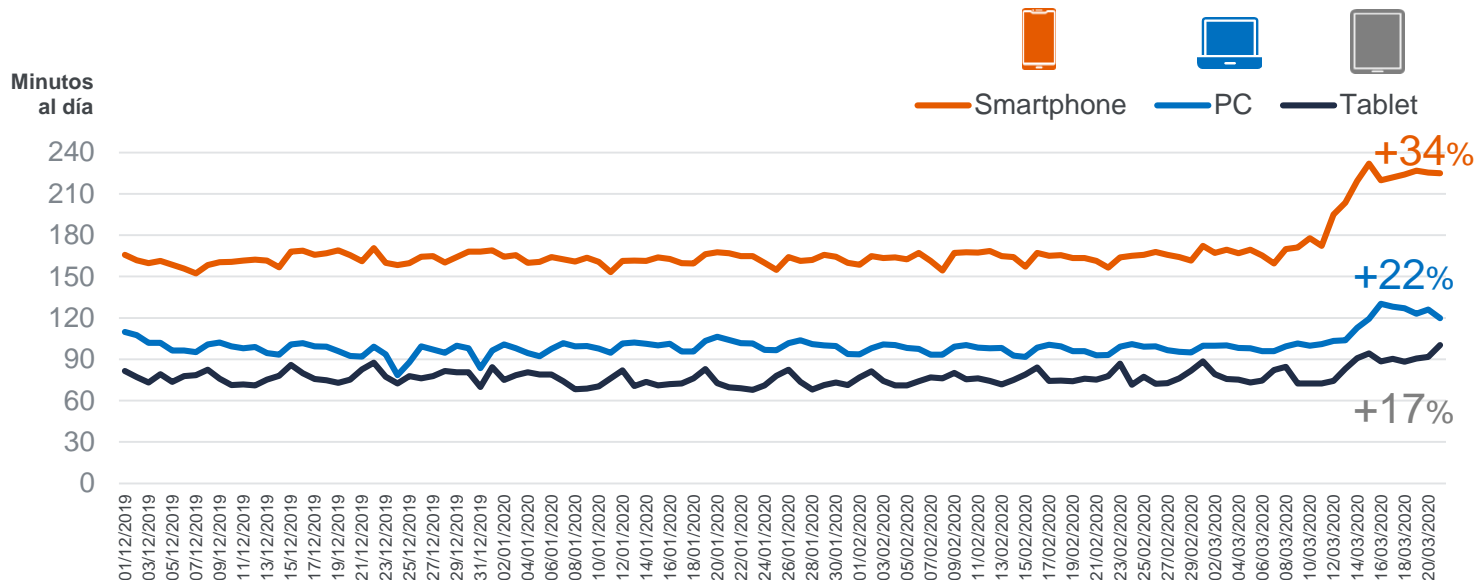
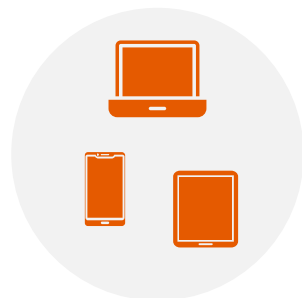
De 55 a 64

65+

Fuente: Panel de seguimiento de internautas GfK/Netquest. Análisis de navegación real de panel representativo población internauta española 18+ con tracker de seguimiento instalado en PC, smartphone y tablet.

El uso de smartphone se ha incrementado un **34% de media**, aunque este incremento es mayor entre las mujeres. También se observa un mayor crecimiento en el uso del smartphone en los **grupos de mayor edad**.

# ¿Y qué ocurre con el resto de dispositivos de uso personal? Smartphone, PC y tablet

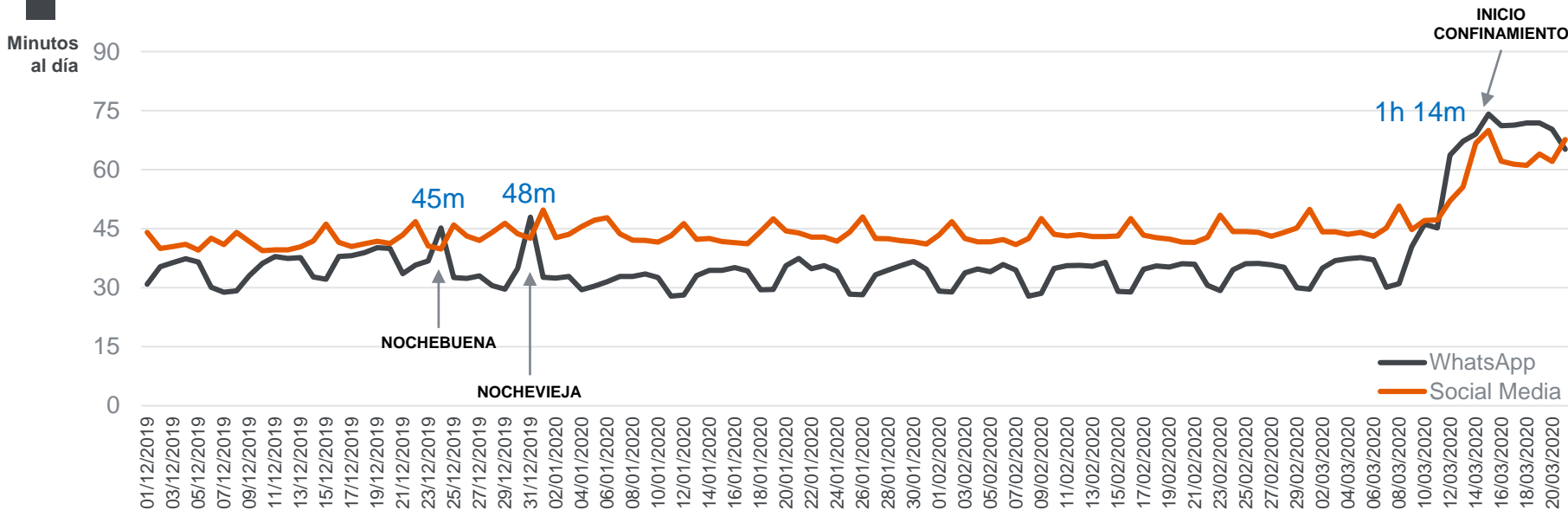


Fuente: Panel de seguimiento de internautas GfKNetquest. Análisis de navegación real de panel representativo población internauta española 18+ con tracker de seguimiento instalado en PC, smartphone y tablet.

Aunque el confinamiento ha disparado el consumo de Internet en los hogares a través de todos los dispositivos, es el **smartphone** el que **concentra el mayor crecimiento** (el PC y la tablet también registran un incremento, pero más moderado).

# Cerca de los nuestros, aunque sea en la distancia

## Se dispara el consumo de WhatsApp y redes sociales



En esta situación de cuarentena y en muchas ocasiones de soledad, la necesidad de comunicarnos con nuestro entorno o de compartir se traduce en un **uso masivo de servicios de mensajería y redes sociales**. En concreto, hemos pasado de dedicarle 34 minutos al día a WhatsApp y 43 a redes sociales, a **dedicarle más de una hora a cada uno**. Llama especialmente la atención el **uso de WhatsApp** durante el día 15 de marzo (primer día de cuarentena), situándose incluso un **60% por encima del consumo en los días de Nochebuena o Nochevieja**.

The background of the slide is a composite image. The left side shows a night cityscape with many lit-up buildings. Overlaid on this is a network diagram with white nodes and lines, some of which are highlighted in blue and pink. The right side of the slide is a plain white background.

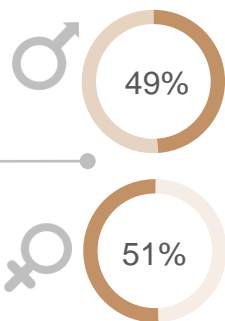
# 5 Ficha técnica

# Ficha técnica Encuesta

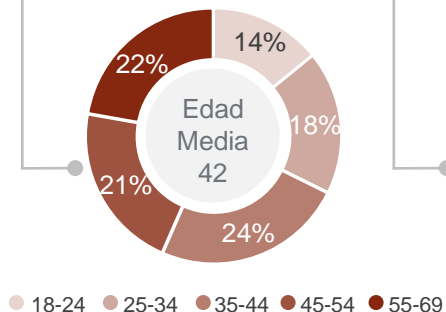
## Descripción de la muestra n=1.000



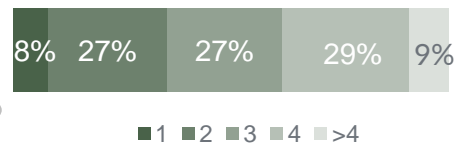
### GÉNERO



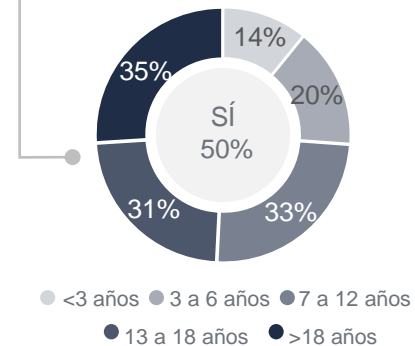
### EDAD



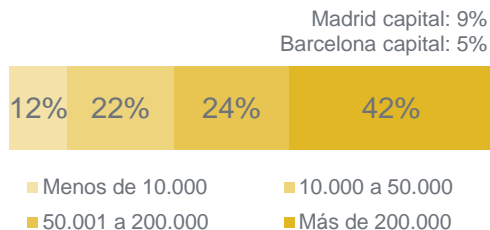
### NÚMERO DE PERSONAS EN EL HOGAR



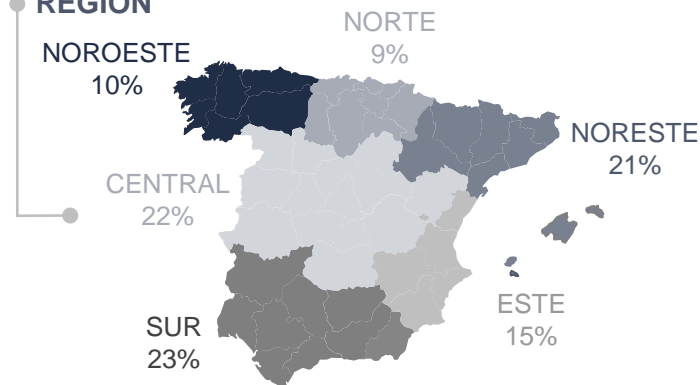
### HIJOS VIVIENDO EN EL HOGAR



### TAMAÑO DE HABITAT



### REGIÓN



### FECHAS DE CAMPO

#### Oleada 1



Del 17-03-2020  
al 18-03-2020

# Ficha técnica Seguimiento de internautas

## Análisis del comportamiento online



Habitualmente pasamos **casi 3 horas** navegando por Internet a través de nuestros **dispositivos**

Y dado ese consumo tan intensivo y multidispositivo (y más aún durante el confinamiento en los hogares), muchas veces resulta difícil recordar con detalle todo lo que realizamos online. Por eso, resulta de vital importancia analizar el **comportamiento REAL** de los individuos en Internet, más allá del recuerdo.

En este caso, hemos analizado el comportamiento de los internautas desde el comienzo de la crisis sanitaria del COVID-19, para comprender la evolución de su interés con el paso del tiempo, a través de un panel online (con tecnología *Passive Data Tracker*) que recolecta toda la **navegación de los individuos en sus dispositivos de uso personal**.



Panel con **más de 10.000 individuos**, representativo de la población internauta +18.



Medición y seguimiento online multidispositivo (**+20.000 dispositivos: PC, Smartphone y tablet**).



Histórico de navegación de los últimos 2 años.



¡Gracias!