

Píldora 3
**Tracking semanal
Covid-19
España**

27 de Marzo de 2020

Opiniones recogidas
el 24 y 25 de marzo

01

Principales hallazgos

03

El impacto de la crisis en la sociedad

08

¿Cuál es el nivel de preocupación con la situación que estamos viviendo?

09

¿Cuál es nuestro estado emocional?

10

¿Cuánto tiempo creemos que durará la crisis?

11

Y, cuándo esto pase ¿qué nos espera?

12

02

Imagen de la industria farmacéutica

13

¿Cómo está afectando la crisis del Covid-19 a la imagen de las compañías farmacéuticas?

14

03

Comportamiento digital

15

¿Cómo está siendo el uso de las Redes Sociales?

16

Facebook e Instagram

17

Twitter y TikTok

18

Ficha técnica

19



Principales hallazgos

¿Cómo evoluciona nuestro nivel de preocupación?

El nivel de preocupación de la población española va avanzando progresivamente y ya estamos en un 83% de individuos muy o bastante preocupados por la situación que estamos viviendo. Es interesante destacar que este nivel de preocupación va escalando progresivamente en todos los segmentos de la población pero, en especial, entre los hombres y mujeres de entre 45 y 54 años, con 9 puntos más de preocupación que la semana pasada y convirtiéndose en el segmento de edad más con un mayor nivel de preocupación. También resulta sorprendente ver cómo el grupo de los más jóvenes avanza en un sentido contrario y en esta segunda oleada muestra un nivel de preocupación significativamente inferior.

Y ¿cuál es ahora nuestro estado anímico?

A medida que caminamos hacia el famoso pico de la curva de contagios, nuestro perfil emocional se va resintiendo, el porcentaje de tranquilidad desciende significativamente respecto a la oleada anterior en todos los grupos de edad pero, en especial entre los mayores de 55 años. Destacar cómo las mujeres y los más jóvenes presentan, de nuevo, las mayores tasas de nerviosismo y de angustia.



¿Cuánto tiempo durará esta crisis?

Ya indicamos en anteriores píldoras cómo esta pregunta se convertiría en uno de los principales indicadores a seguir en nuestro tracking.

Tal y como hemos experimentado en investigación de mercados en crisis anteriores, la sensación de gravedad de la crisis lleva a los individuos a ir prorrogando semana tras semana la salida de la misma.

De este modo, en esta segunda oleada podemos ver cómo los individuos que proyectan la salida en un horizonte más allá de los 4 meses aumenta significativamente y son ya un 27% de la población.

El plazo de 2 a 3 meses sigue siendo el más seleccionado por nuestros participantes pero desciende 4 puntos respecto a la semana anterior. Y un 11% teme que no superaremos esta crisis antes de los seis meses.

¿Cómo esta afectando esta crisis a la imagen de la industria farmacéutica?

La responsabilidad que han asumido las empresas del sector farmacéutico durante estas primeras fases de la crisis parece haber ejercido un impacto positivo sobre su imagen – de este modo, 1 de cada 3 personas consultadas asegura tener a día de hoy una imagen mucho o algo mejor de este sector de actividad.

Y cuando esto pase... ¿qué nos espera?

Al pedirle a nuestros entrevistados que proyecten la situación en la que nos encontraremos una vez superada la crisis del coronavirus, nos encontramos con un panorama incierto y con dificultades. De este modo, prácticamente 9 de cada 10 individuos consultados teme que nos dirigimos irremediabilmente hacia una importante crisis económica mundial.

8 de cada 10 teme, también, por la continuidad de los profesionales más vulnerables como pequeños comercios y autónomos.

En cuanto a la preocupación personal por la propia situación laboral, las opiniones están polarizadas ente un 37% que lamenta que probablemente o seguro se verá afectado por algún tipo de expediente de regulación de empleo y un 36% que no lo cree (el resto no sabe posicionarse).



Las Redes Sociales, nuestro balcón con vistas al exterior.


Como hemos venido desvelando en estas píldoras informativas, los dispositivos personales en general y el smartphone en particular, se están convirtiendo estos días más que nunca en nuestra vía de escape al confinamiento.

Y entre los usos más comunes de los dispositivos está, sin duda, el uso de las Redes Sociales. De este modo, a través de nuestras herramientas de seguimiento de la navegación de internautas, vemos cómo el tiempo dedicado a las RRSS ha aumentado desde que seguimos la recomendación de #yomequedoencasa, en concreto se ha incrementado un 45% pasando de 44 a 64 minutos diarios.

El análisis de las principales redes nos muestra cómo dos de los gigantes como Facebook e Instagram no han aumentado su número de usuarios en este ciclo de confinamiento pero sí ha aumentado el tiempo que sus actuales usuarios les dedican (aumentos del 46% en Facebook y del 34% en Instagram).

Otras redes menos mayoritarias como Twitter y, la estrella entre el colectivo infantil, TikTok sí han crecido en los dos sentidos, con un mayor número de usuarios (+21% en Twitter y un espectacular +60% en TikTok) y, en el caso de Twitter, también un incremento en el tiempo de uso (+21%).



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

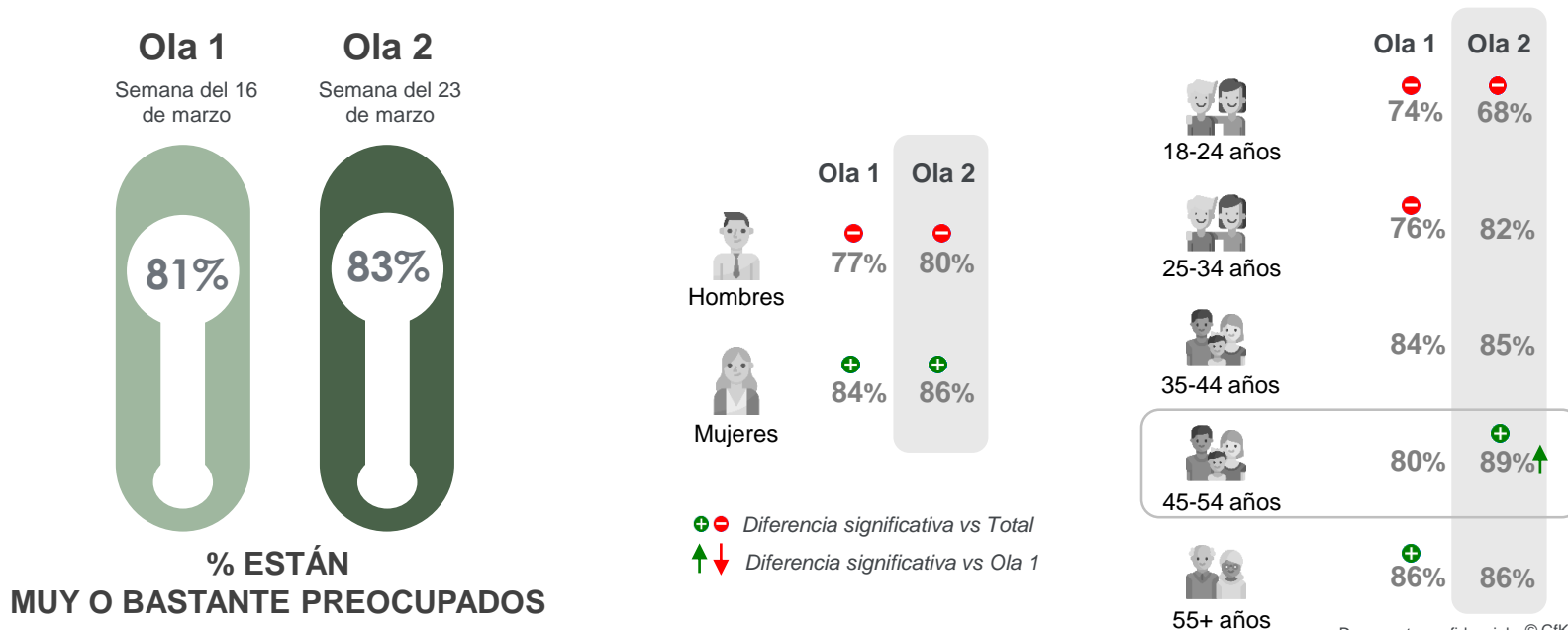
1 El impacto de la crisis en la Sociedad: preocupación ante la situación, estado emocional, proyección de final de la crisis y sus consecuencias

¿Cuál es el nivel de preocupación con la situación que estamos viviendo?



El **nivel de preocupación** entre los ciudadanos españoles sigue siendo muy alto, con 8 de cada 10 definiéndose como **muy o bastante preocupados** ante la situación de crisis que estamos viviendo.

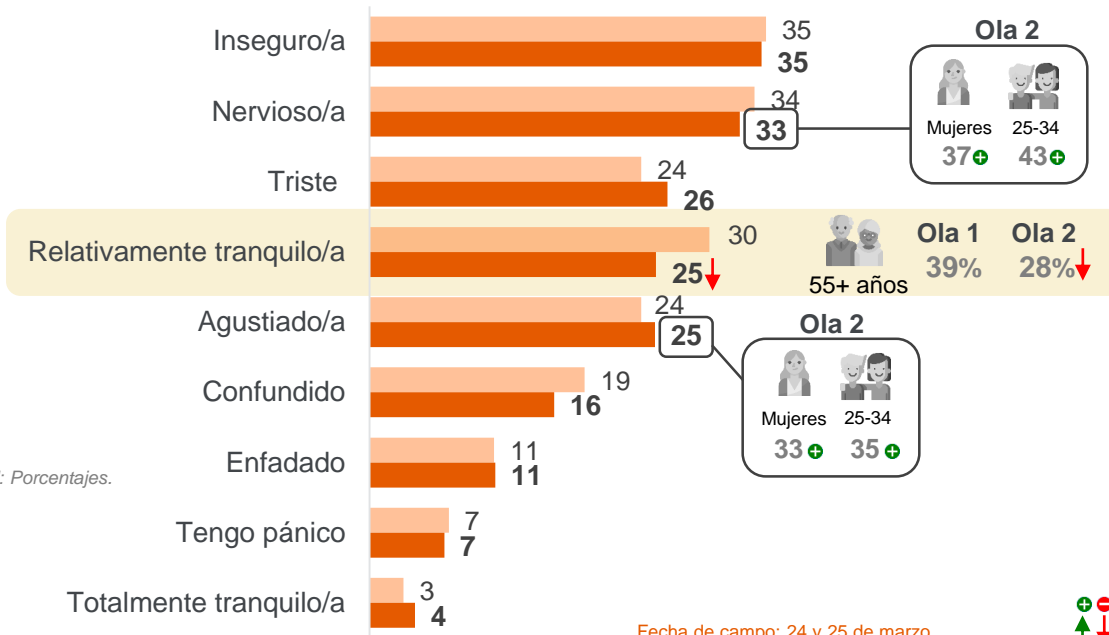
Dentro del elevado nivel de preocupación general, la **población mayor de 25 años** tiende a mostrarse **más preocupada** que la semana pasada, especialmente los **individuos de 45 a 54 años**. Todo lo contrario ocurre con los más jóvenes, menos amenazados de manera directa.



¿Cuál es nuestro estado emocional?

La mayoría de los estados emocionales se mantienen entre la **inseguridad, el nerviosismo y la tristeza**. Respecto a la semana pasada **desciende** la proporción de aquellos que se manifiestan **relativamente tranquilos**, especialmente entre la **población de mayor edad** (mayores de 55 años), los más afectados por el COVID-19. Las mujeres y los jóvenes de 25 a 34 años son los colectivos que se sienten más nerviosos y angustiados.

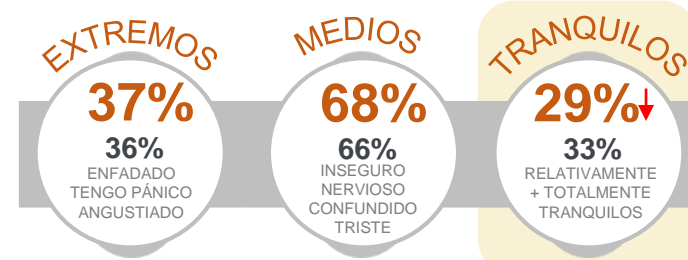
● **Ola 1** (semana 16 de marzo) ● **Ola 2** (semana 23 de marzo)



Unidad: Porcentajes.

Fecha de campo: 24 y 25 de marzo

Fecha de campo: 24 y 25 de marzo



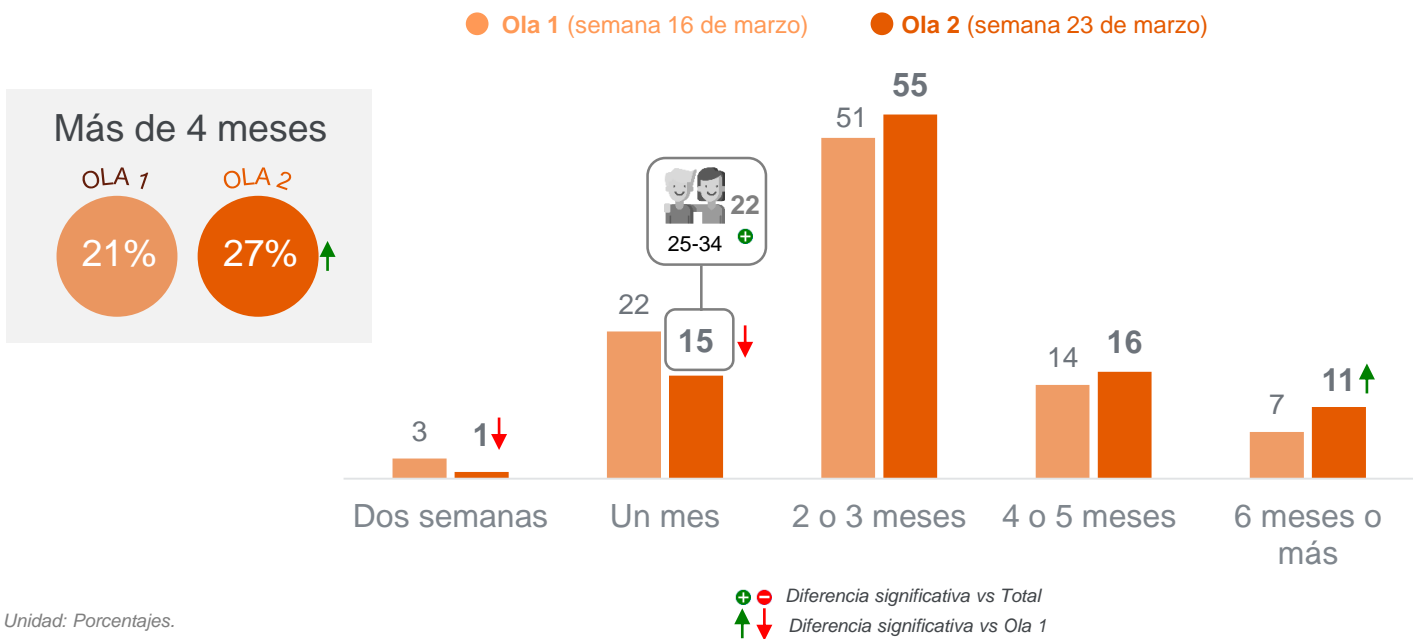
+ Diferencia significativa vs Total
 - Diferencia significativa vs Ola 1

Documento confidencial © GfK

¿Cuánto tiempo creemos que durará la crisis?



Si bien la salida a la **crisis actual sigue situada mayoritariamente en un lapso de 2 a 3 meses**, ya son **cerca de un tercio** los que consideran que no retomaremos la normalidad hasta **más allá de 4 meses**.



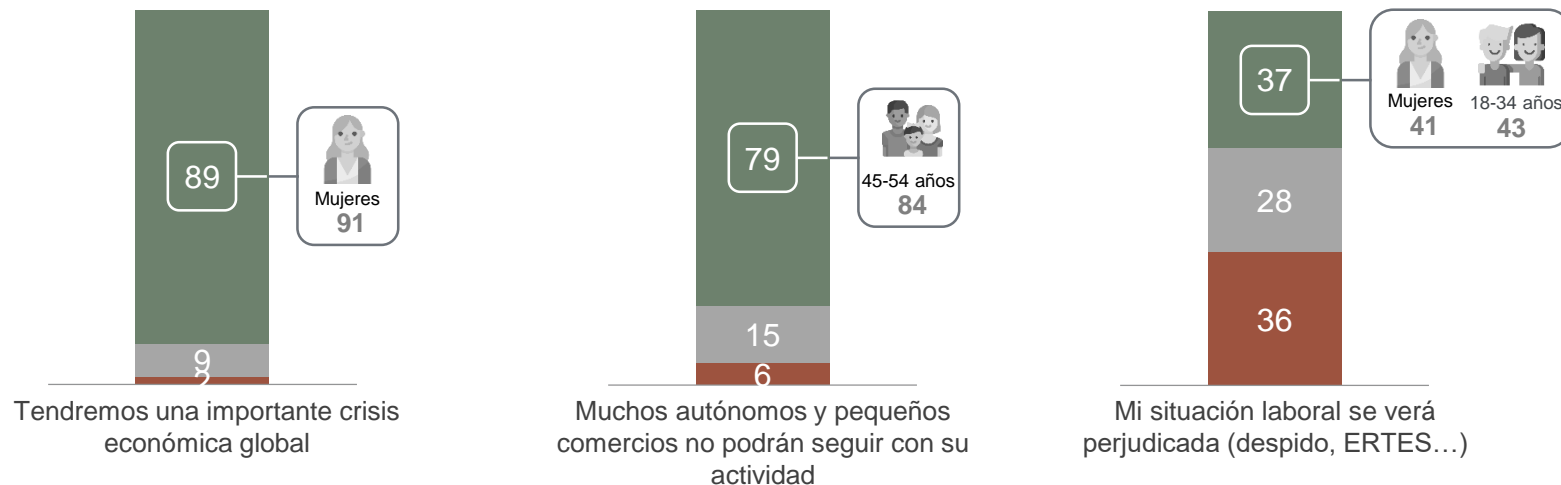
2%
Declaran no saber cuándo acabará la crisis
(vs 4% en la ola 1)



Y cuando esto pase... ¿qué nos espera?

La sociedad parece estar asumiendo plenamente que una vez superemos esta situación excepcional, **sufriremos una importante crisis económica global**. Del mismo modo, tememos que **muchos autónomos y pequeños comercios no podrán seguir con su actividad**. Sin embargo, encontramos opiniones polarizadas respecto a si la **situación laboral individual de cada uno de nosotros se verá perjudicada** tras la crisis (los más preocupados parecen los jóvenes y las mujeres).


● Seguro/probablemente sí ● No lo sé ● Seguro/probablemente no



Unidad: Porcentajes.

Base n=1011. P10- Durante estos días de situación excepcional, ¿con qué probabilidad puede que hagas cada una de las siguientes cosas?

Fecha de campo: 24 y 25 de marzo

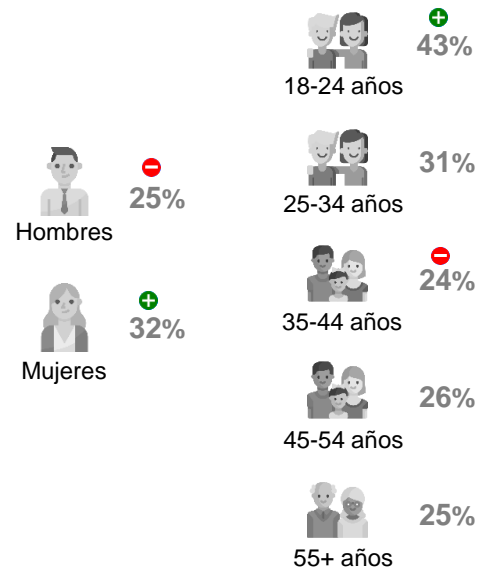
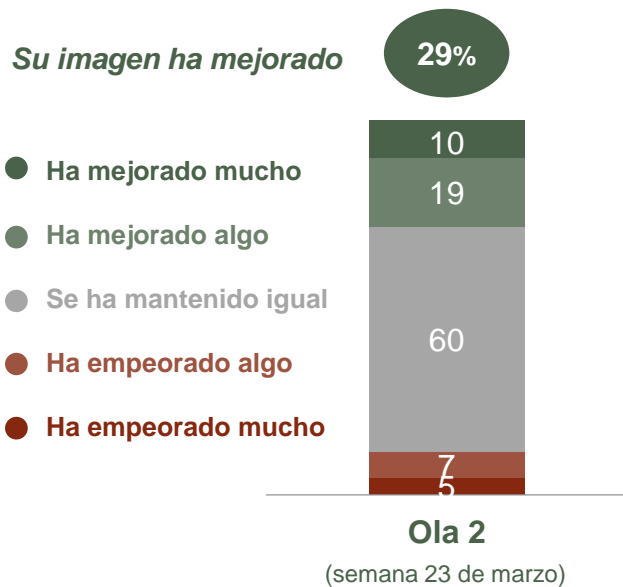
A close-up photograph of a laboratory setting. A pipette is dispensing a vibrant purple liquid into one of many small, clear plastic wells arranged in a grid on a dark blue tray. The background is softly blurred, showing more of the tray and the pipette's tip.


2 Imagen de la industria farmacéutica

¿Cómo está afectando la crisis del Covid-19 a la imagen de las compañías farmacéuticas?



La crisis **mejora la percepción de los laboratorios farmacéuticos**. Casi 3 de cada 10 españoles mira ahora con mejores ojos a la industria farmacéutica que antes del inicio de la crisis, porcentaje que **augmenta a 43%** entre los **menores de 25 años**.

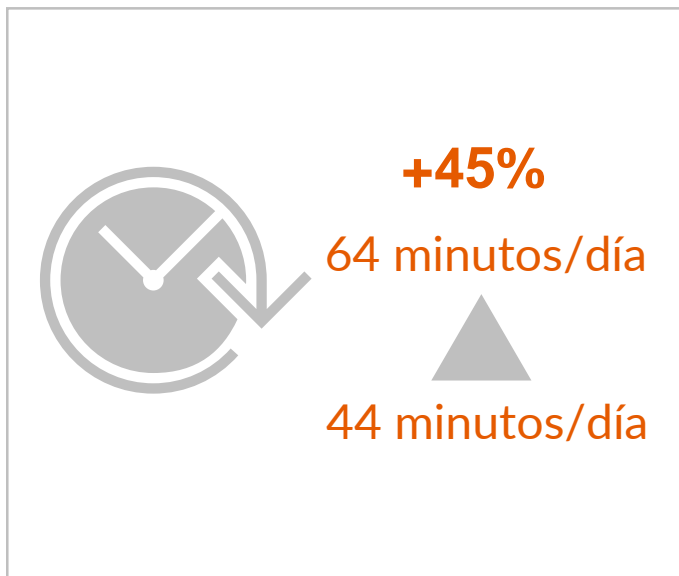


The left side of the slide features a dynamic digital visualization. It shows a perspective view of a data tunnel or highway. The walls of the tunnel are composed of numerous vertical lines of varying colors (orange, red, yellow, green, blue) and lengths, creating a sense of depth and movement. In the background, there are faint, glowing binary digits (0s and 1s) and other digital symbols. A bright, glowing light source is at the end of the tunnel, creating a lens flare effect that illuminates the scene.

3 Comportamiento digital

¿Cómo está siendo el uso de las Redes Sociales?

En detalle



Ya hemos hablado en anteriores ocasiones que el consumo de redes sociales se ha disparado desde que comenzó el confinamiento por el COVID-19.

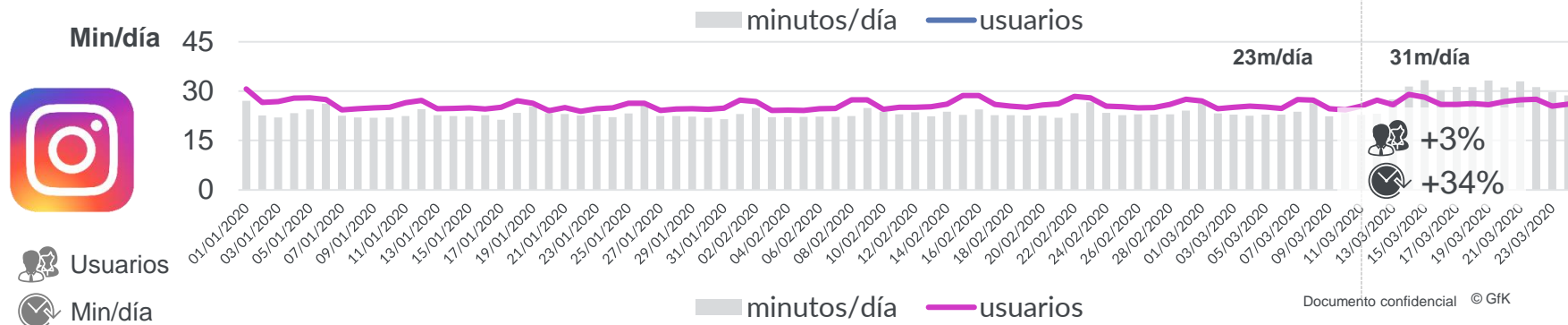
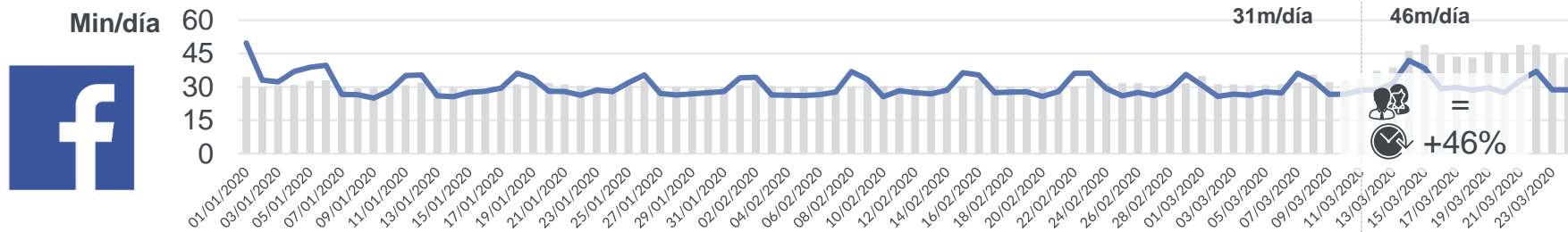
En esta situación de aislamiento social y en muchas ocasiones, de soledad, las redes sociales son el medio ideal para comunicarnos con nuestro entorno, y de compartir nuestras experiencias.

Para comprender este incremento en el uso de redes sociales, lo debemos analizar desde dos perspectivas: el número de usuarios, y el tiempo medio que cada usuario dedica cada día a las diferentes plataformas.

¿Cómo está siendo el uso de las Redes Sociales? Facebook e Instagram



Por un lado, hemos comprobado que las redes sociales más utilizadas (Facebook e Instagram), no han visto incrementado de manera significativa su número de usuarios diarios, pero sí que estos dedican más tiempo en ellas de lo que lo hacían anteriormente (+46% y +34% respectivamente).

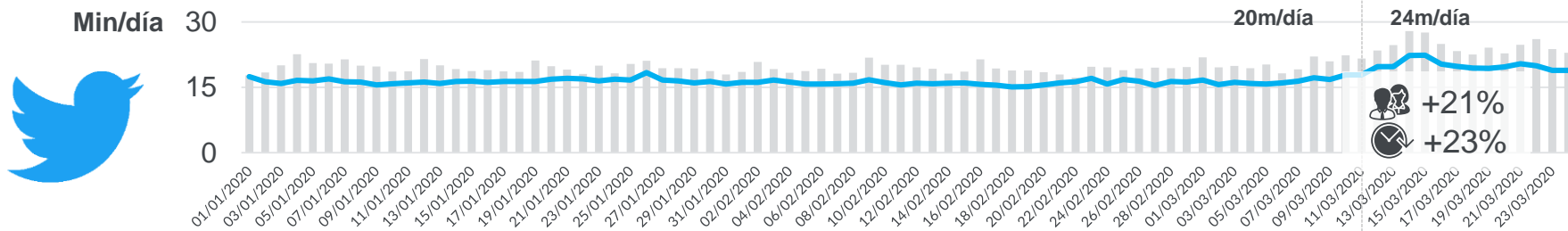


¿Cómo está siendo el uso de las Redes Sociales? Twitter y TikTok



En este contexto de gran demanda de información de actualidad, vemos como Twitter sí que ha registrado una mayor afluencia de usuarios (+21%), además de un incremento del tiempo que estos le dedican al día (+23%).

Por su lado TikTok (mucho más joven que el resto), sí que parece estar atrayendo a usuarios nuevos en busca de entretenimiento (+60%).



The background of the slide is a night-time aerial view of a city, likely New York City, with its lights reflecting on the water. Overlaid on this is a complex network of white lines connecting various points, representing a digital or data network. The sky is a mix of orange and blue, suggesting a sunset or sunrise.

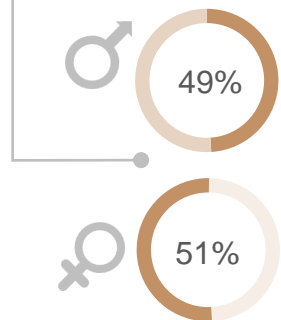
4 Ficha técnica

Ficha técnica Encuesta

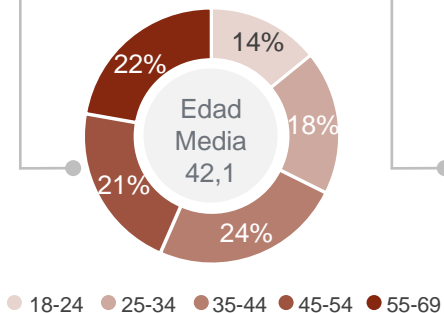
Descripción de la muestra n=1.000



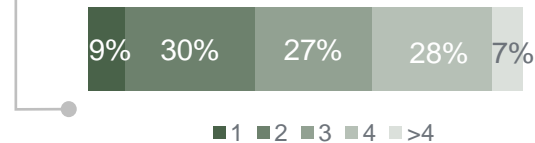
GÉNERO



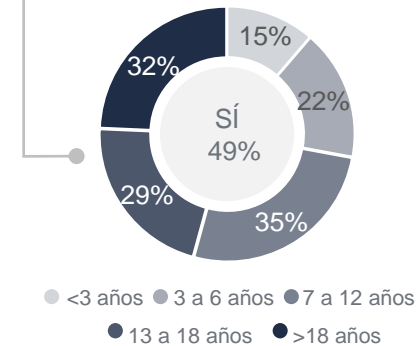
EDAD



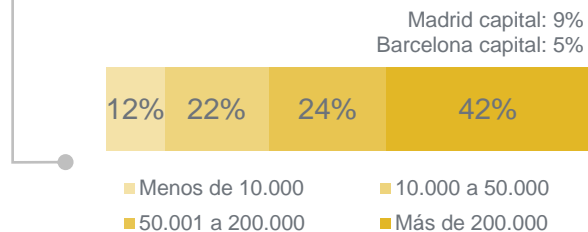
NÚMERO DE PERSONAS EN EL HOGAR



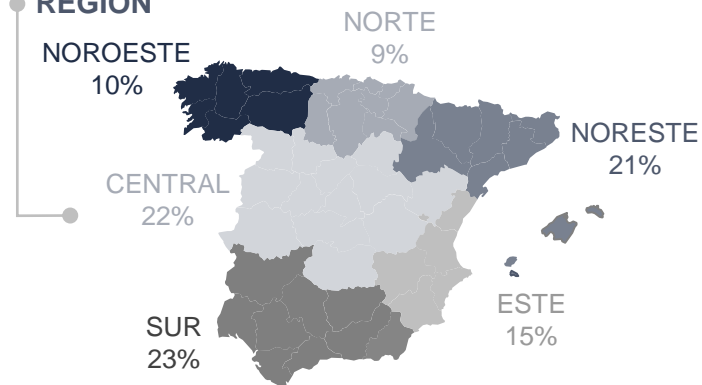
HIJOS VIVIENDO EN EL HOGAR



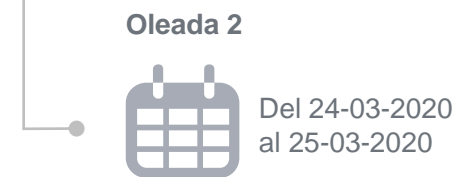
TAMAÑO DE HABITAT



REGIÓN



FECHAS DE CAMPO



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.



Semanalmente lanzaremos oleadas con un mismo bloque de preguntas para analizar su evolución, al que se añadirán otras relativas a distintos sectores de actividad que se irán modificando según las nuevas necesidades de información

¿A qué te puedes suscribir?



Acceso a la totalidad de los resultados de la investigación

- ✓ Nivel de preocupación y confianza en las medidas tomadas por las autoridades
- ✓ Aspectos que preocupan más al ciudadano. Impacto emocional
- ✓ Los medios como fuente de información y de entretenimiento durante el confinamiento
- ✓ Impacto en el turismo: cancelación de viajes, motivos de cancelación, planes futuros
- ✓ El papel de la industria farmacéutica en la crisis ¿sale reforzada su imagen?
- ✓ Consultas médicas: cancelación de citas previas de otras patologías, preocupación que provoca; búsqueda de consejo profesional tras primeros síntomas de Covid19
- ✓ El uso de la red móvil desde que comenzó la crisis
- ✓ Nuevas suscripciones/ uso de TV de pago o plataformas para ver contenido en streaming
- ✓ Incidencias con el suministro de luz/ gas desde el comienzo del confinamiento

Si deseas profundizar en estos temas, no dudes [en contactar a tu equipo GfK](#)

¡Gracias!