



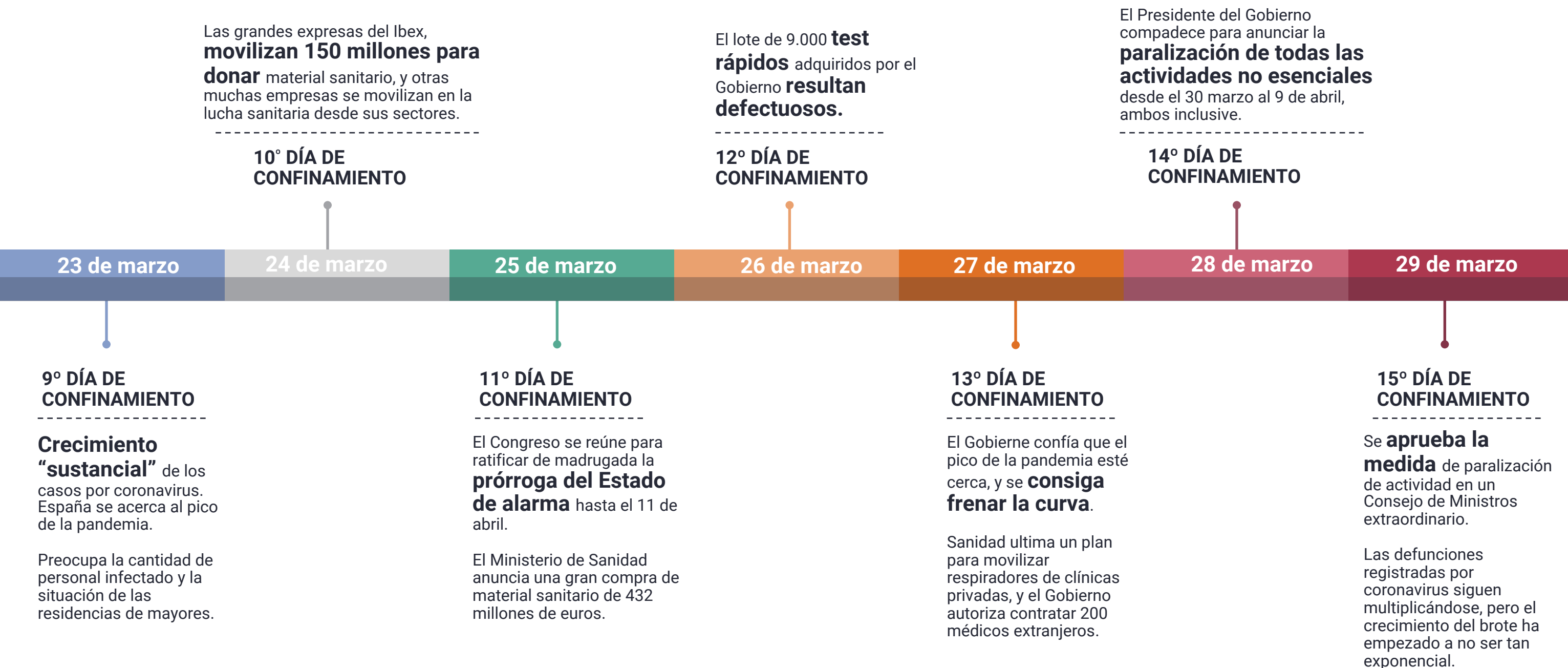
Custom
Research

phd

Covid-19: CAMBIOS EN LA SOCIEDAD, EL CONSUMO Y LOS MEDIOS

3er Informe: 1 de Abril de 2020

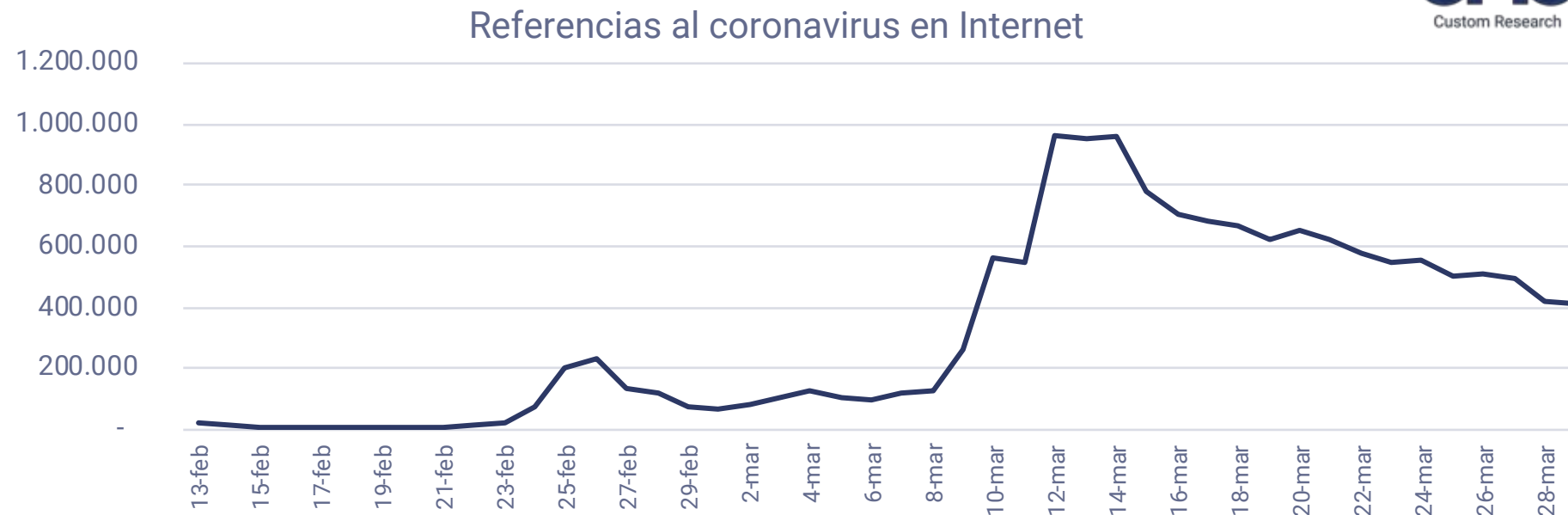
La segunda semana de confinamiento ha sido complicada y ha provocado el anuncio de medidas más restrictivas



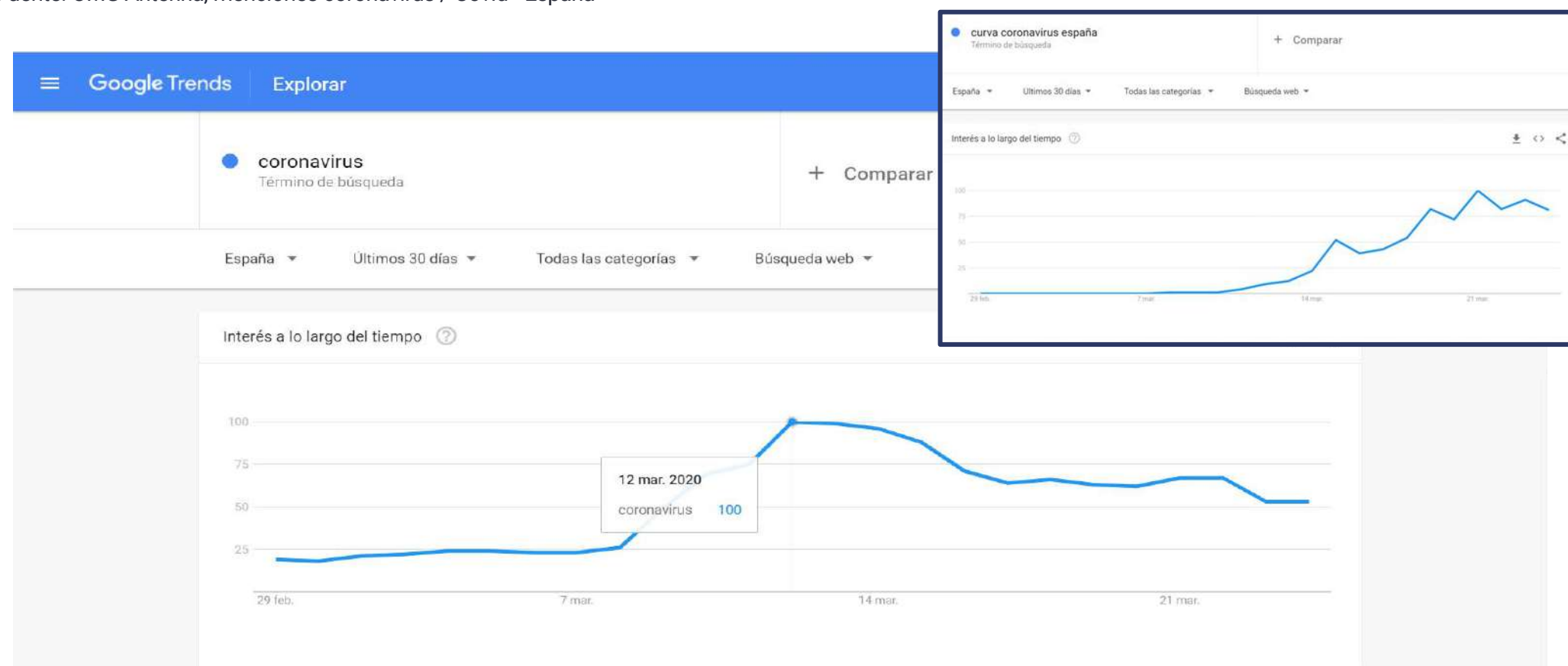
El pico de búsquedas de coronavirus pasó pero surgen términos asociados

El interés por el coronavirus se mantiene elevado, sin embargo, empiezan a aparecer otras búsquedas asociadas al Covid-19 que tienen que ver con la actualidad, el minuto a minuto.

En estos días la búsqueda relacionada que más crece es la de la “*curva coronavirus*”, esa que todos queremos frenar.

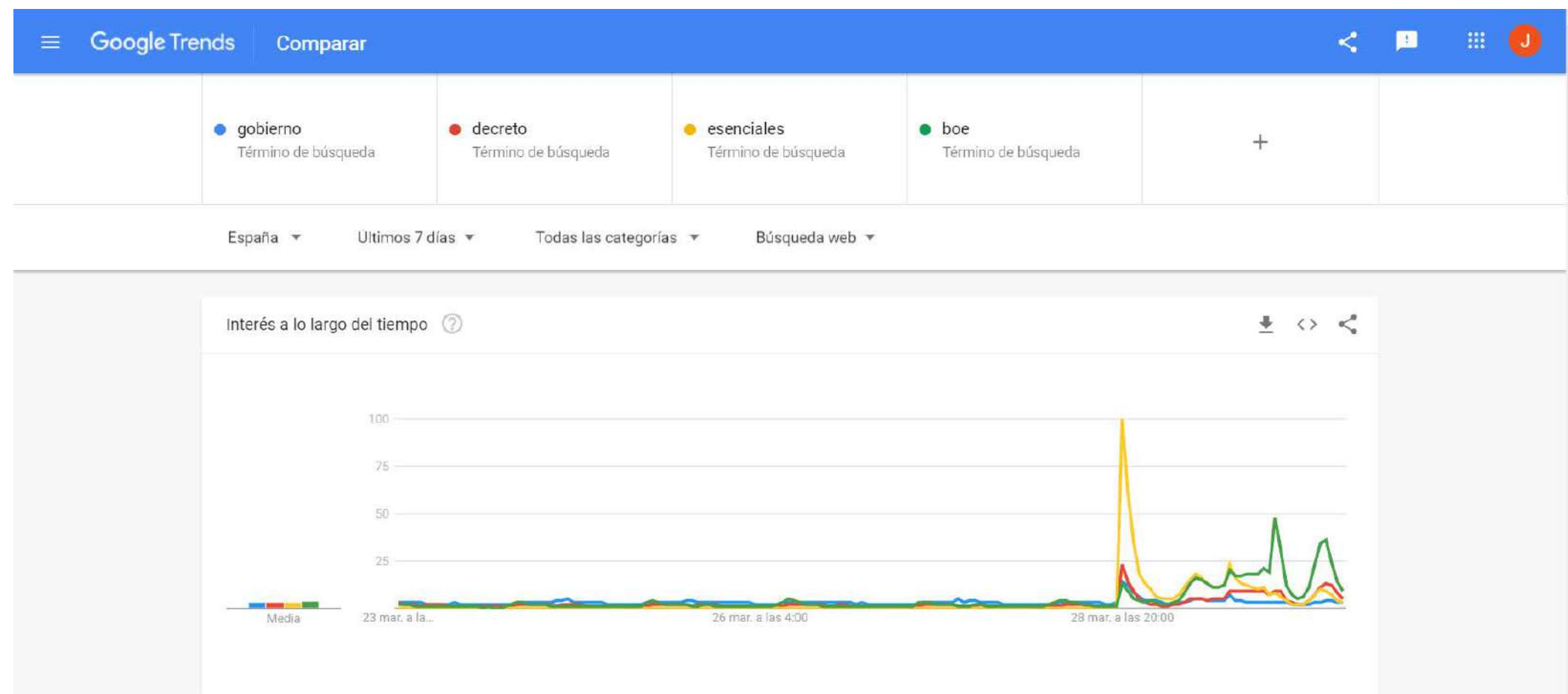


Fuente: OMG Antenna, menciones coronavirus / Covid - España



Fuente: Google trends

También se ve reflejada en las búsquedas de esta semana otra de las consecuencias del coronavirus: la decisión gubernamental de parar todas las actividades esenciales



La semana terminó con la decisión gubernamental de parar todas las actividades no esenciales, y todo eso se refleja en las búsquedas del fin de semana, sobre todo, el BOE, y las actividades esenciales.

Según nos vamos acostumbrando a la nueva situación, se consolidan los cambios en nuestros hábitos

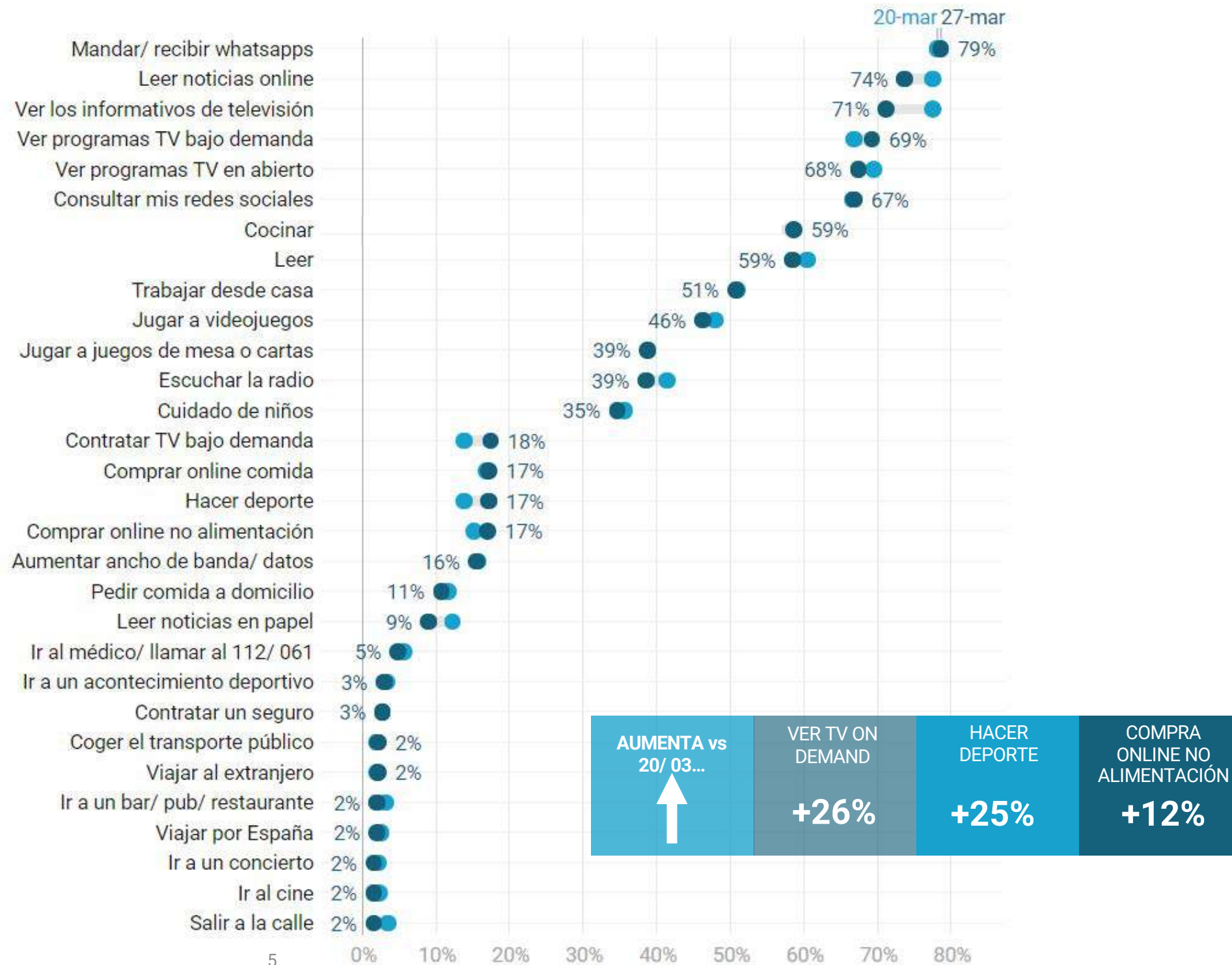
Después del gran aumento del uso de Whatsapp, noticias y TV de los días anteriores apenas hay cambios esta semana, incluso se observa un ligero descenso en el consumo de noticias.

Nos acostumbramos a hacer ejercicio en casa, 1 de cada 4 ha hecho más deporte que la semana anterior. Y 6 de cada 10 cocina con más frecuencia.

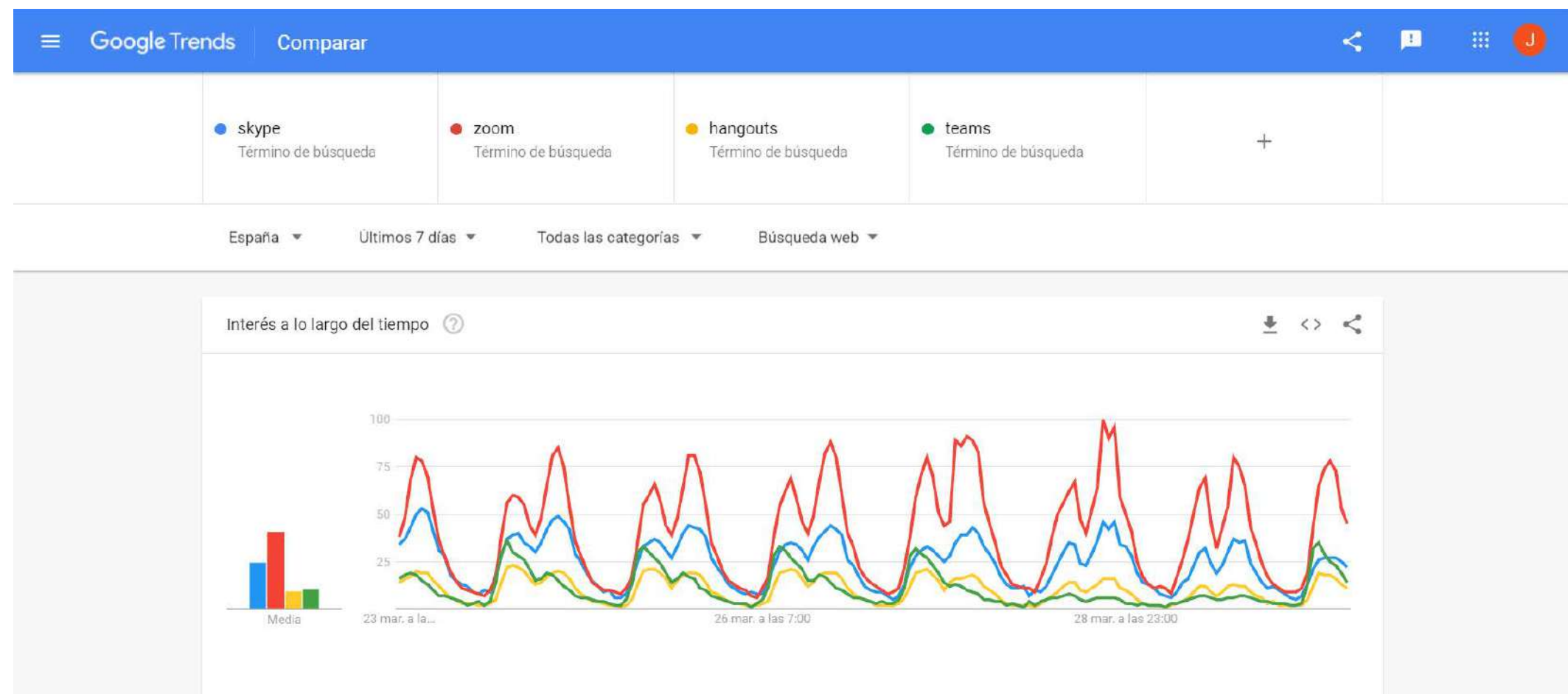
***Base: OMG Radar, nuevo estudio de OMG Custom Research.**

508 entrevistas mayores 18 años, España, 27 marzo.

Actividades realizadas con MAYOR FRECUENCIA respecto a la semana anterior



Se van popularizando las nuevas herramientas y aplicaciones que mejoran nuestra comunicación y favorecen estar en contacto



Como vemos en el gráfico, estas aplicaciones tienen un notable incremento de búsquedas, Zoom parece que es la que más capitaliza esas búsquedas. Mientras que Microsoft Teams ha alcanzado los **44 millones de usuarios diarios**, con 900 millones de minutos de reuniones por semana y Windows Virtual Desktop **ha triplicado su uso**, según datos de Europa Press.

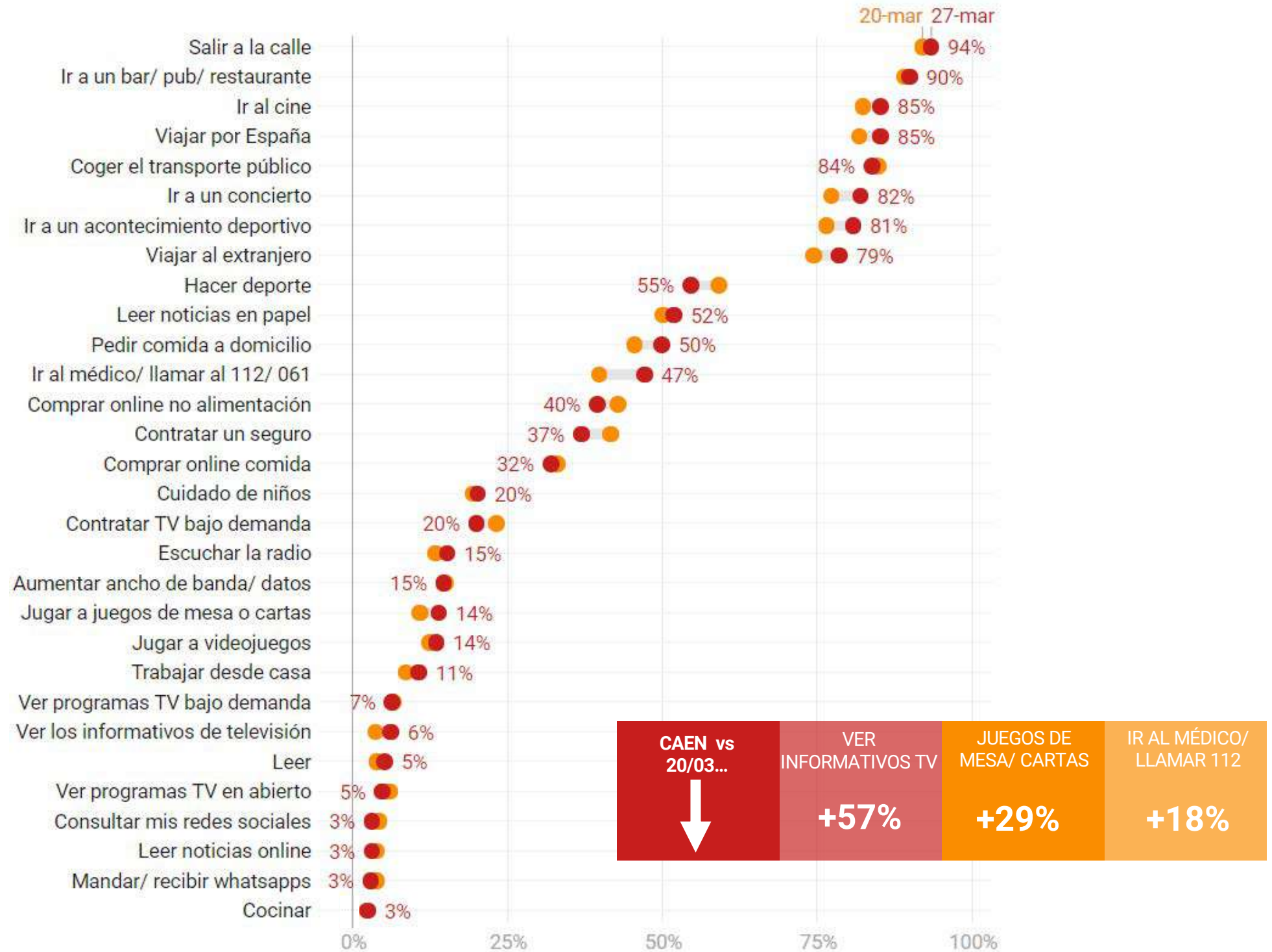
Actividades realizadas con MENOR FRECUENCIA respecto a la semana anterior

Mientras, la actividad en la calle se sigue reduciendo

Debido a que salimos menos, cualquier actividad de entretenimiento fuera del hogar o la restauración y los viajes siguen viéndose afectados.

Se empieza a apreciar cierta saturación mental a la hora de ver los informativos en TV.

También bajan las visitas al médico o llamadas al 112.



CAEN vs 20/03...	VER INFORMATIVOS TV	JUEGOS DE MESA/ CARTAS	IR AL MÉDICO/ LLAMAR 112
↓	+57%	+29%	+18%

Pensando en los últimos 7 días ¿qué has hecho con menor, igual o mayor frecuencia que la semana anterior?

Base: OMG Radar, 509 entrevistas mayores 18 años, España ,27 marzo

Aunque el entretenimiento fuera del hogar se desploma no significa que las opciones de ocio en vivo desaparezcan

Búsquedas que destacan:

- Trucos de magia
- Luis Piedrahita
- Día del Teatro
- El Eunuco
- Museo del Prado
- Museo Turégano
- High School Musical, la serie
- El rey león

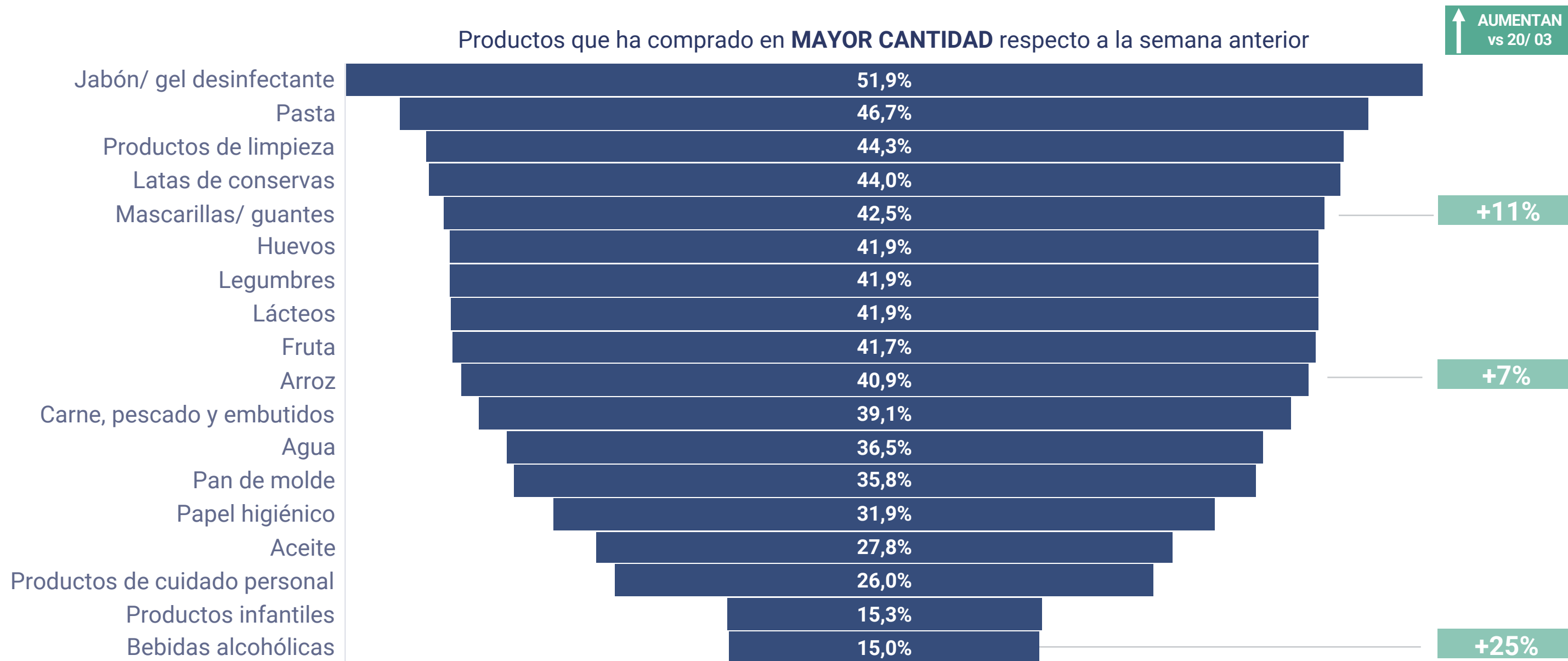


Todos los espectáculos en vivo (las artes escénicas, los museos, la magia,...) generan nuestro interés. Y ellos responden regalando estos días su versión online.

Continúa el aprovisionamiento de productos básicos y alimentos no perecederos, aunque se ralentiza el crecimiento gracias a las compras anteriores

Lo que más aumenta esta semana es la compra de bebidas alcohólicas

Productos que ha comprado en **MAYOR CANTIDAD** respecto a la semana anterior



En lo alto de nuestra lista de la compra están los productos de limpieza y geles desinfectantes pero las mascarillas y los tests están generando mucho interés

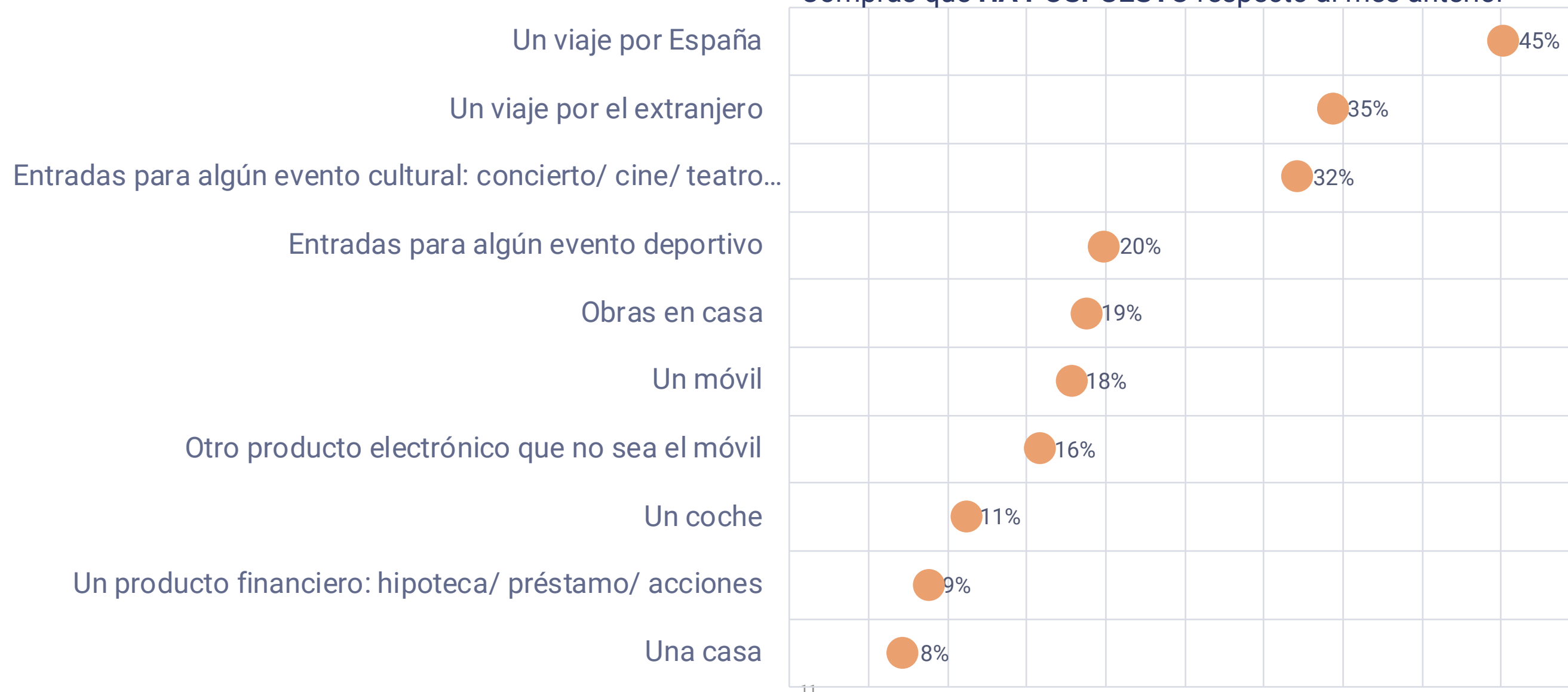


Hasta la mitad de la semana las mascarillas eran nuestro aliado más buscado, desde mitad de la semana, son los test los que más interés concentran; interesante que las búsquedas de mascarillas que más crecen inciden en dos temas, uno en positivo y otro en negativo: "mascarillas defectuosas" o "creatividad para fabricarlas"

Con el transcurso de las semanas aumenta el nº de personas que se han visto obligadas a posponer compras importantes

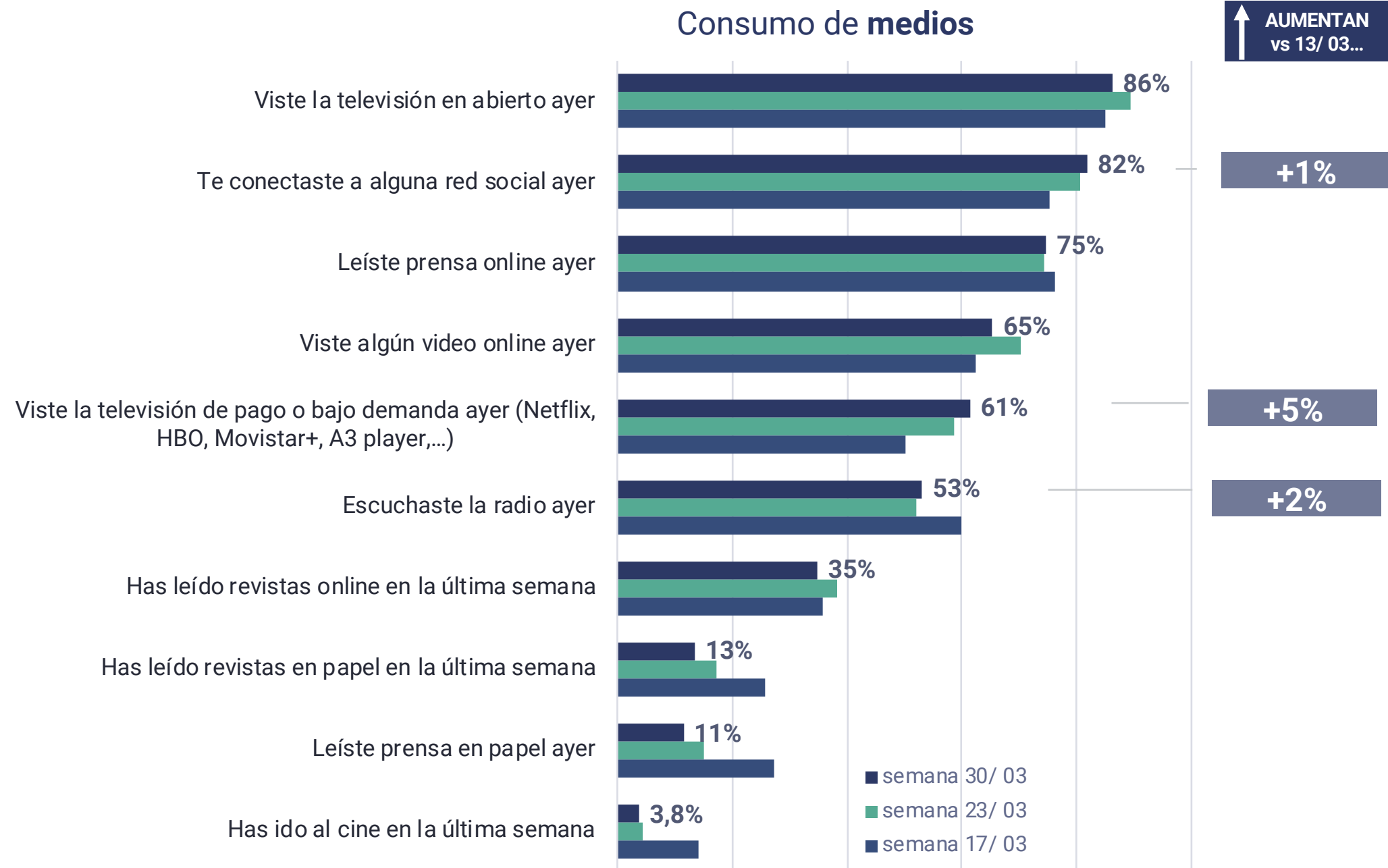
El 45% ya ha retrasado algún viaje por España y un 35% al extranjero, probablemente debido a la cercanía de la Semana Santa

Compras que **HA POSPUESTO** respecto al mes anterior

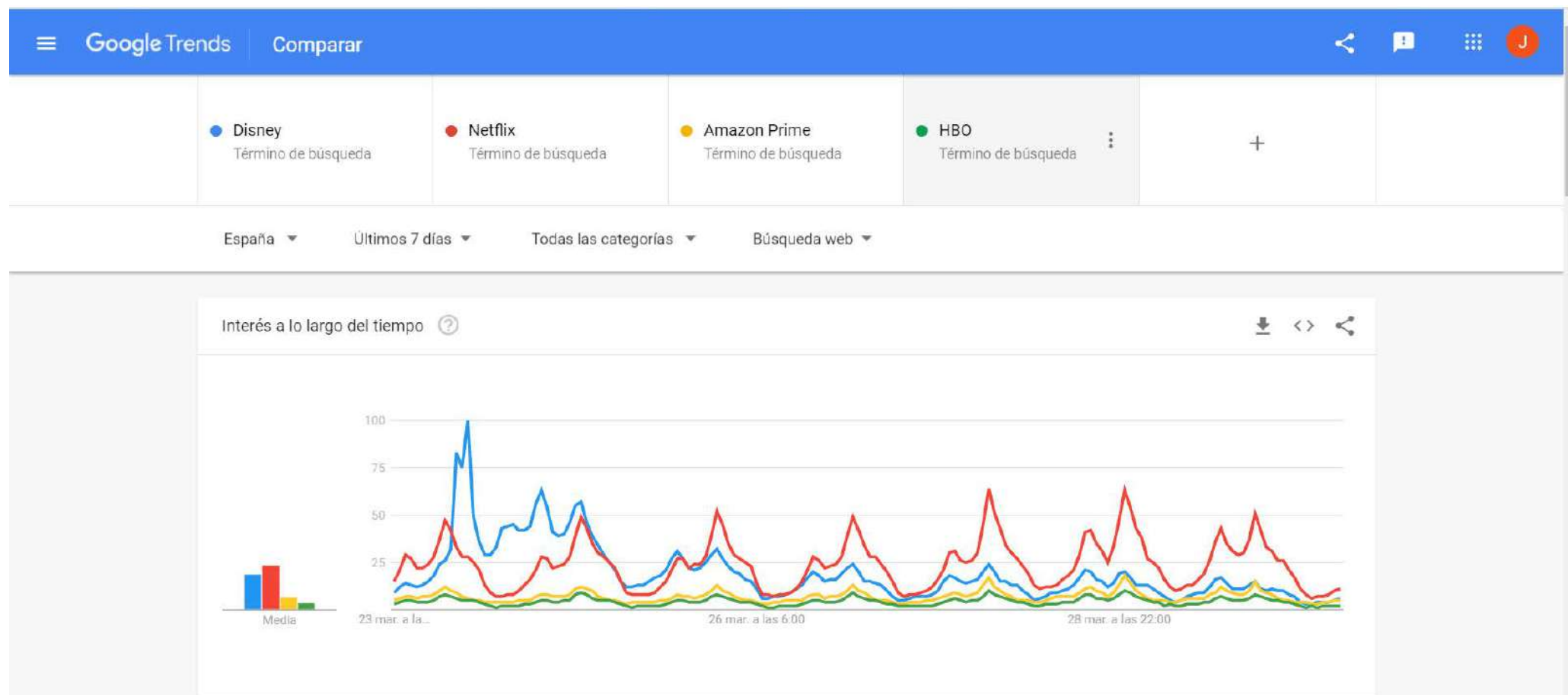


Se mantiene elevado el consumo de televisión, RRSS y prensa online

La actividad que más crece esta semana es ver la televisión bajo demanda



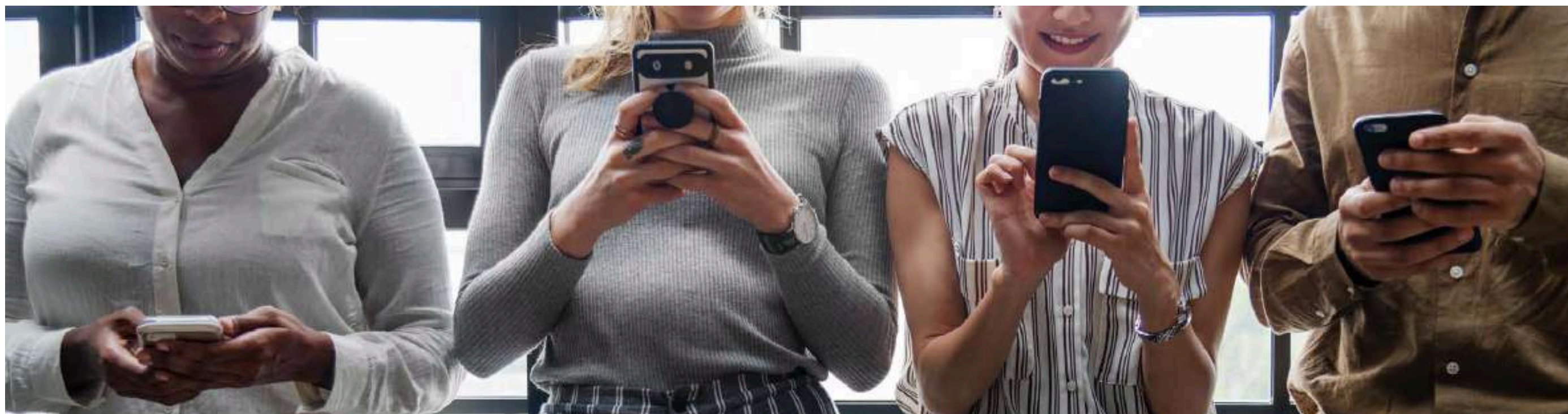
Por eso, no nos extraña que Disney (al menos durante dos días) haya sido la plataforma de entretenimiento más buscada en Internet



Una novedad importante en lo que se refiere a plataformas online de entretenimiento, por primera vez desde el inicio del confinamiento, y aunque fuera sólo por espacio de dos días, alguien fue capaz de superar a Netflix, como lo más buscado, ese fue Disney, y su lanzamiento en España, de Disney +

En cuanto a consumo online seguimos batiendo todo tipo de récords

Se aprecian incrementos en el uso de la banda ancha en general, de las apps de comunicación y de gaming en particular.



80% de incremento del uso de la banda ancha en el país desde que se decretó el Estado de Alarma, situándolo como el **2º de UE**, por detrás de Alemania, y el **5º del mundo** en tráfico de datos

Entre el 13 y el 15 de marzo el tráfico de **gaming aumentó un 271 por ciento** con respecto a la semana anterior.
Las plataformas de gaming que más han crecido son **Playstation y Xbox**.

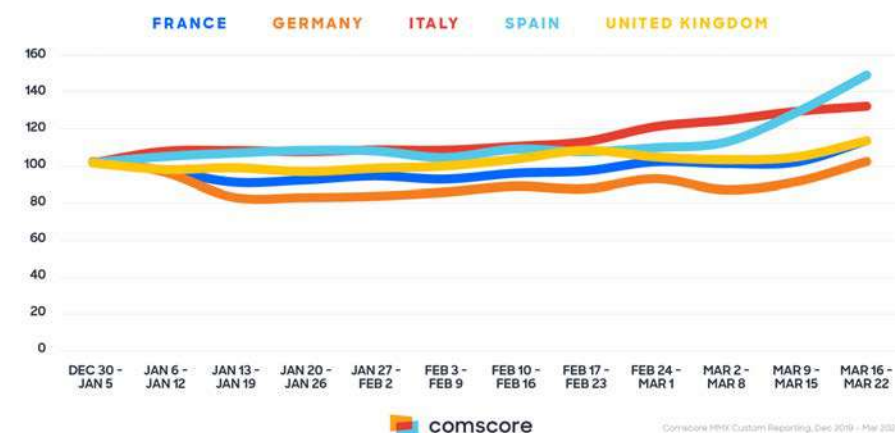
WhatsApp, es la aplicación con un mayor crecimiento.
El sábado 14, el tráfico de WhatsApp se **multiplicó por siete**. Fue el pico máximo de la semana en la esta app de mensajería.

Una semana más, los datos de tráfico online siguen creciendo tanto en España como en los países vecinos

Cabe destacar varias categorías en las que España lidera el crecimiento: educación, noticias locales, soluciones de comunicación y RRSS

Social Networking Sites/Apps: Visit Indices

WEEK OF DEC 30 - JAN 5 = 100



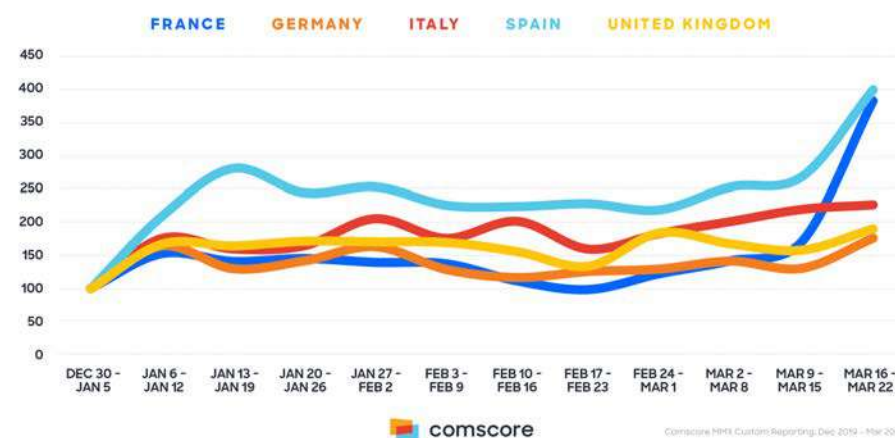
Local News Sites/Apps: Visit Indices

WEEK OF DEC 30 - JAN 5 = 100



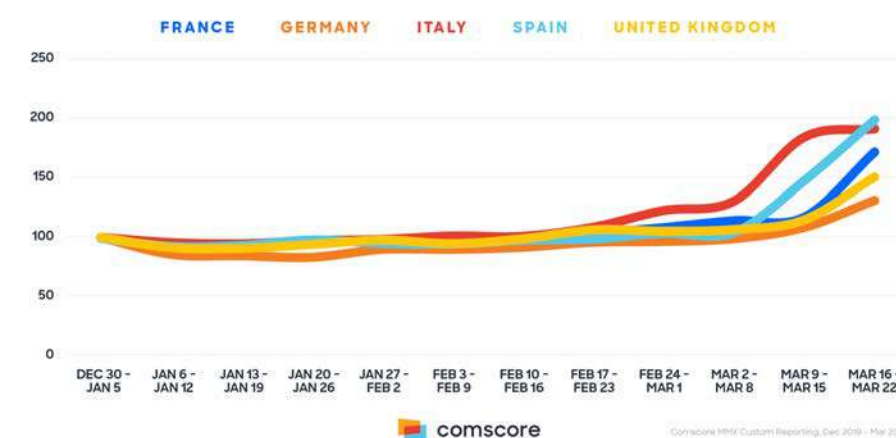
Education Information Sites/Apps: Visit Indices

WEEK OF DEC 30 - JAN 5 = 100



Instant Messaging Sites/Apps: Visit Indices

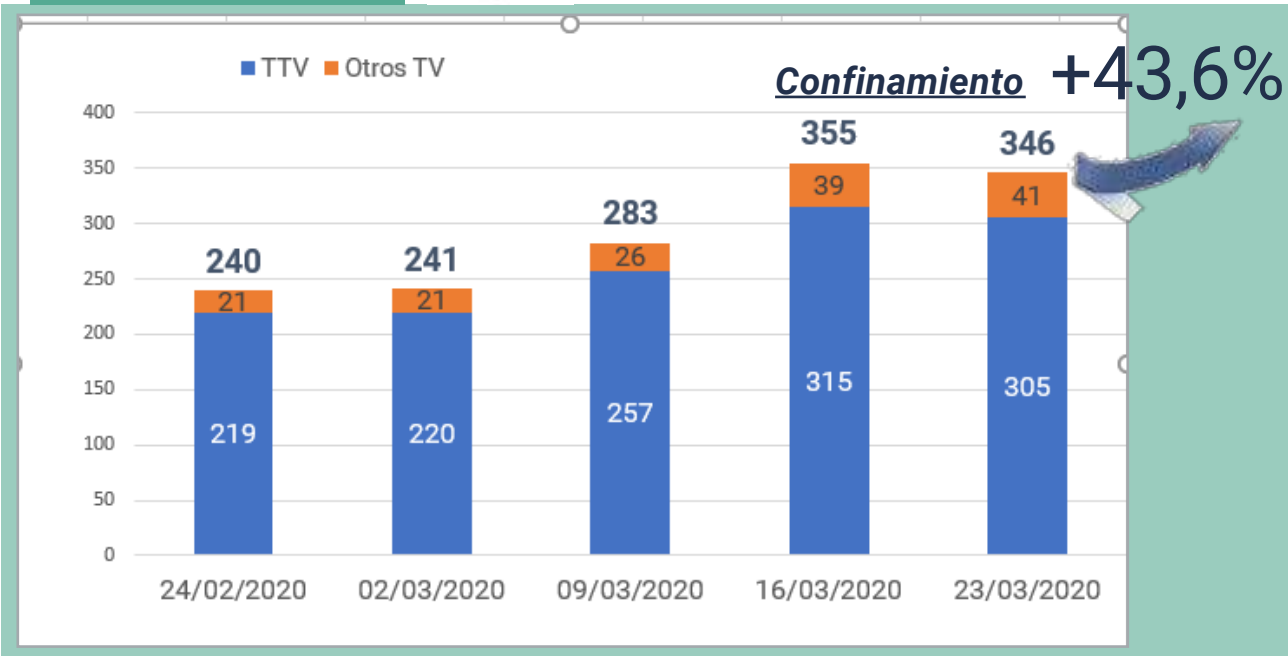
WEEK OF DEC 30 - JAN 5 = 100



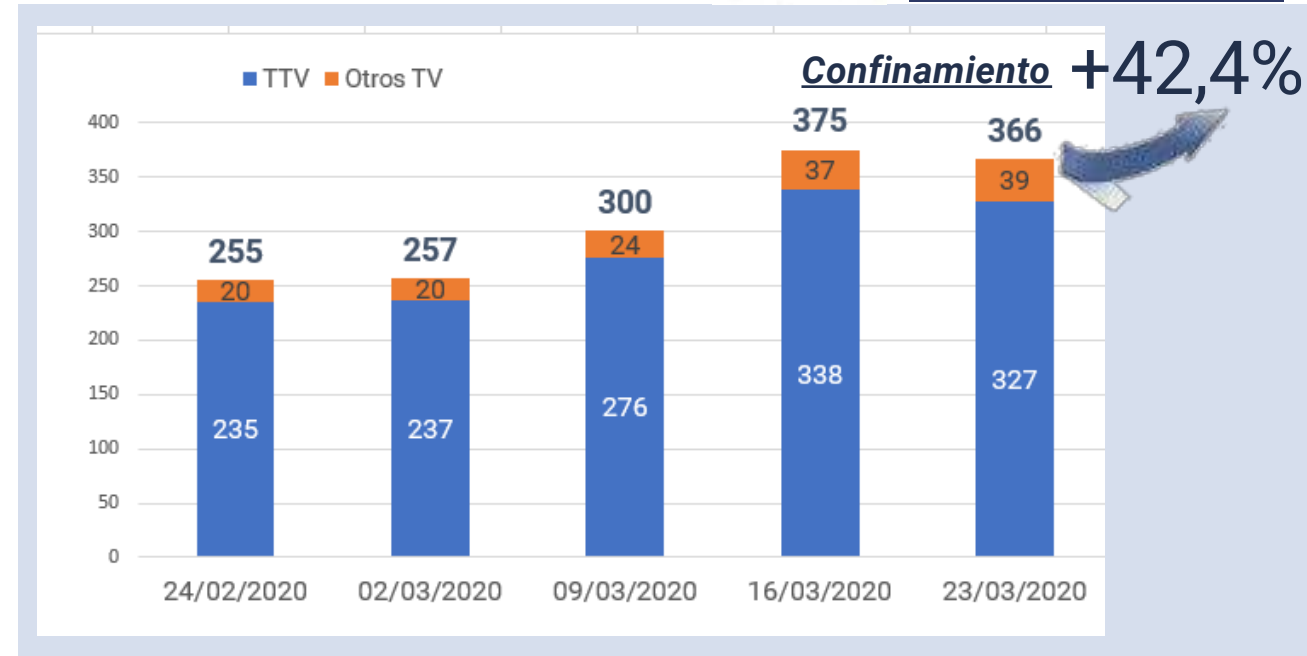
En lo que respecta a TV, caen los minutos consumidos respecto a la primera semana pero se mantienen a niveles no vistos hasta ahora

Incrementos última semana vs semana 02/mar/2020

Individuos 4+

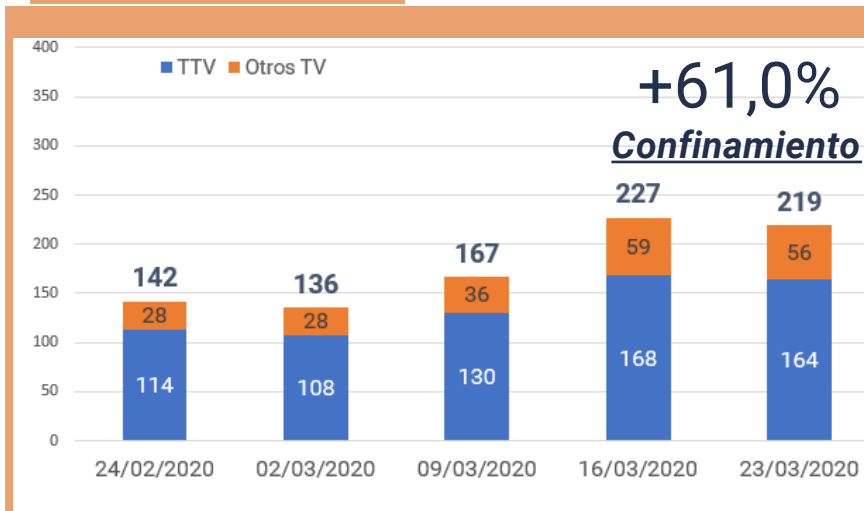


Adultos 16+

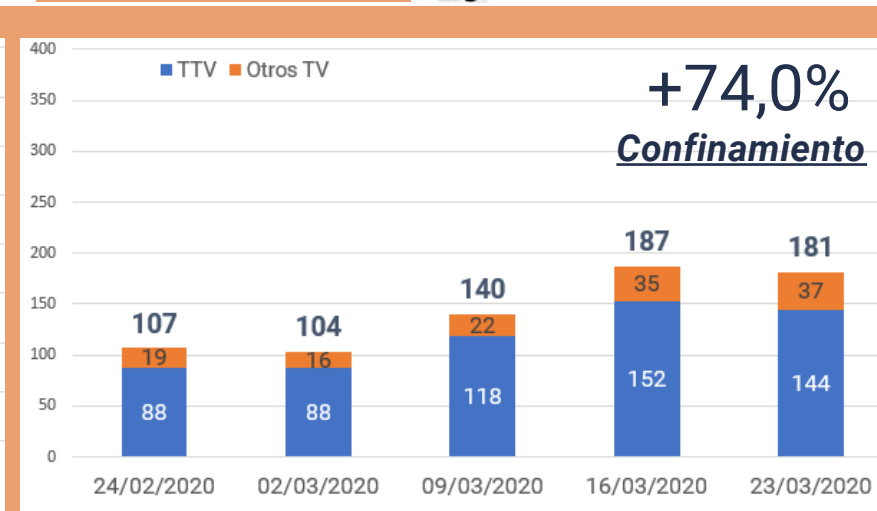


El promedio diario de uso de televisión fue de 346 minutos / individuos (305 min. Lineal+ 41 min. otros usos). Sobre todo crece el consumo no lineal.

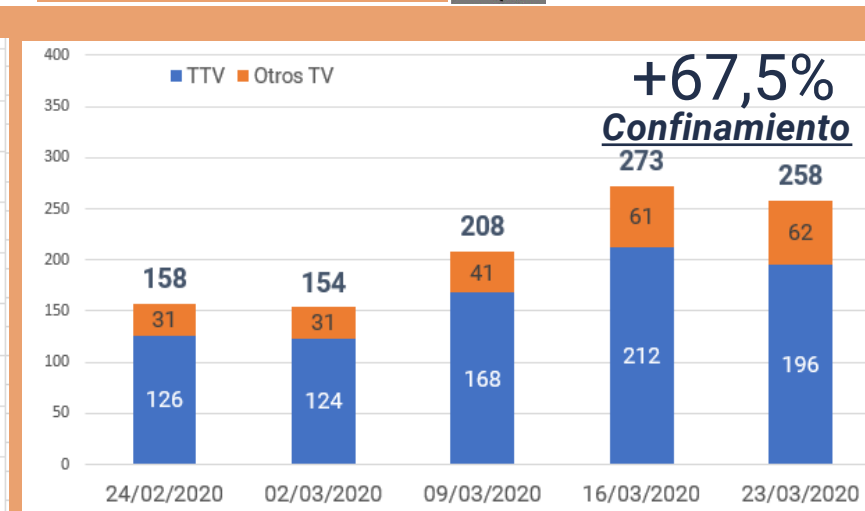
Individuos 4+



Jóvenes 13-24

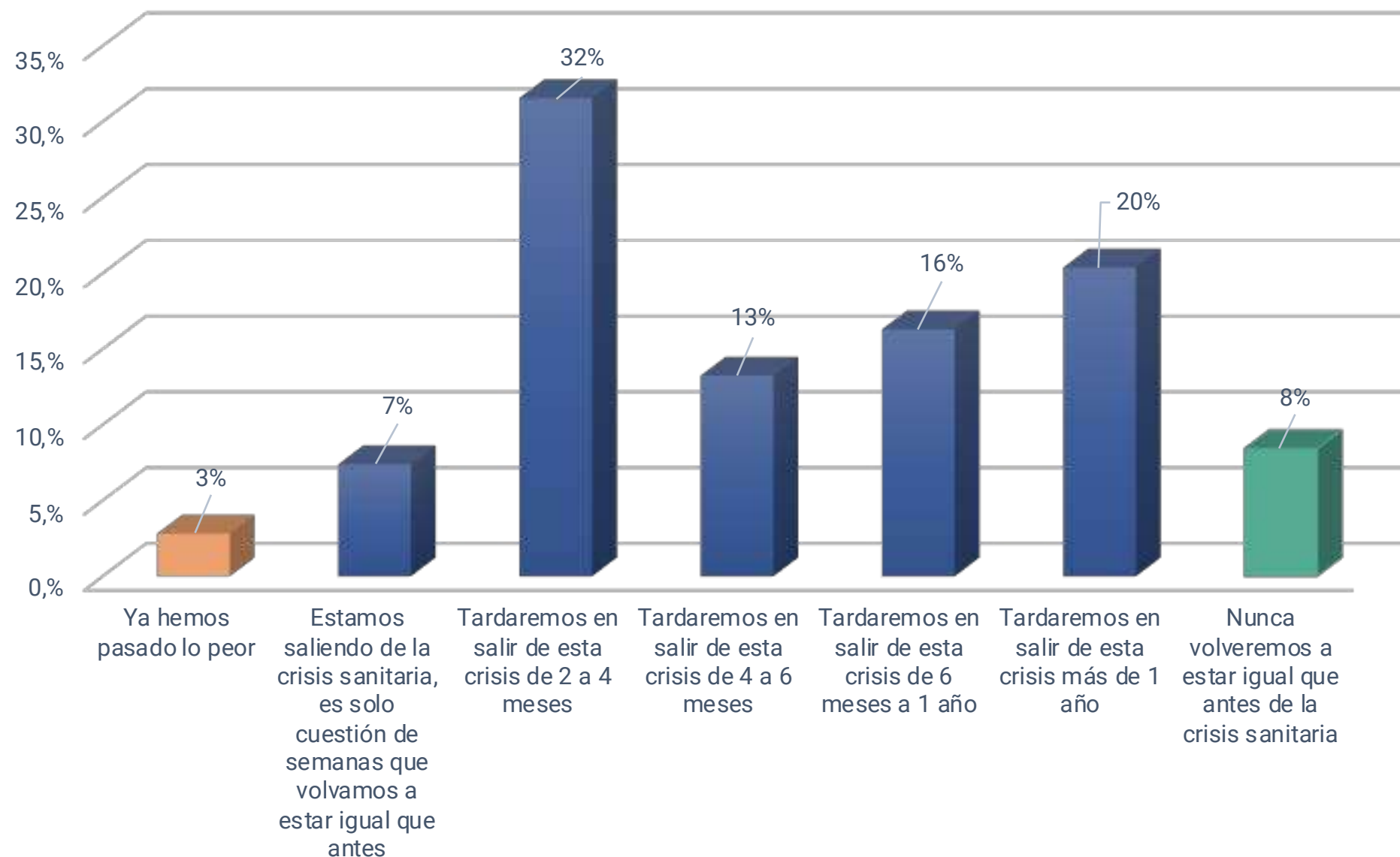


Target comercial



En todos los targets los crecimientos son espectaculares con respecto a las semanas previas al estado de alarma

Expectativas relacionadas con la crisis del Coronavirus

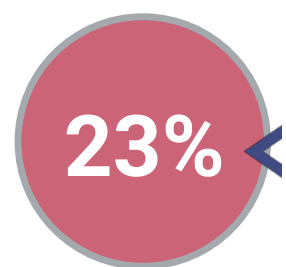


**Respecto al futuro,
1 de cada 3 personas piensa que saldremos de esta situación en un periodo de 2 a 4 meses, si bien un 20% cree que tardaremos más de un año**

Solo un 3% opina que ya hemos pasado lo peor

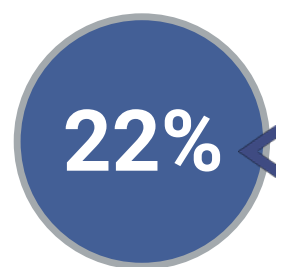
Lo que sí tienen muy claro es lo primero que piensan hacer cuando acabe esta situación: pasar tiempo con la familia y salir a andar

LO PRIMERO que piensa hacer cuando acabe el confinamiento



Ver a la familia

Ver a mi familia / Ver a mis padres / Abrazar a mi familia / Ver a mi madre / Ver a mi pareja / Ver a mis nietos / Ver a mis abuelos / Ver a mis hijos / Ver a mis hermanos / Estar con la familia / Abrazar a mis abuelos / Besar a mi familia / Abrazar a mis padres / Abrazar a mis hijos / Abrazar a mis nietos / Abrazar a mis sobrinos



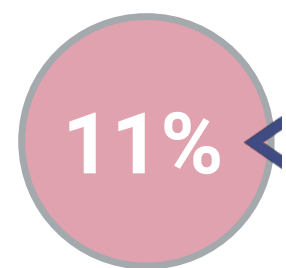
Andar, pasear

Andar / Andar por el campo / Andar por la calle / Andar por el parque / Andar por la playa / Andar por la ciudad / Andar por la montaña / Andar con la familia / Andar con el perro



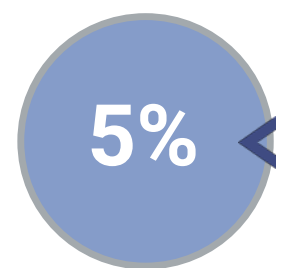
Bares y restaurantes

Salir a tomar algo / Comer en un restaurante / Ir a tomar un café / Sentarme en una terraza / Ir de fiesta / Emborracharme



Ver a los amigos

Ver a mis amigos / Abrazar a mis amigos



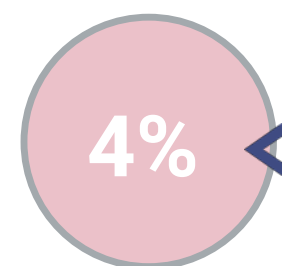
Viajar

Viajar / Viajar por España / Planear las vacaciones / Viajar con la familia / Viajar al extranjero



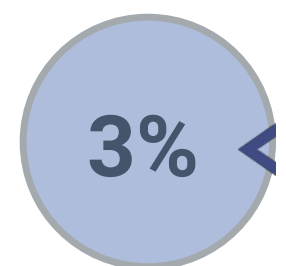
Hacer deporte

Hacer deporte al aire libre / Salir a correr / Ir al gimnasio / Montar en bici



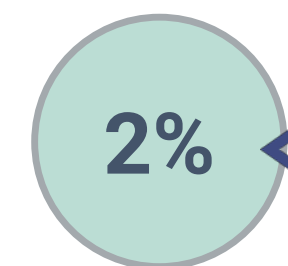
Comprar

Ir a un centro comercial / Ir de compras / Ir a un supermercado / Comprar un coche / Llenar la nevera / Ir de tiendas / Comprar un móvil / Comprar mascarillas / Comprar



Retomar la rutina

Vivir como antes / Vivir con normalidad / Mi vida habitual

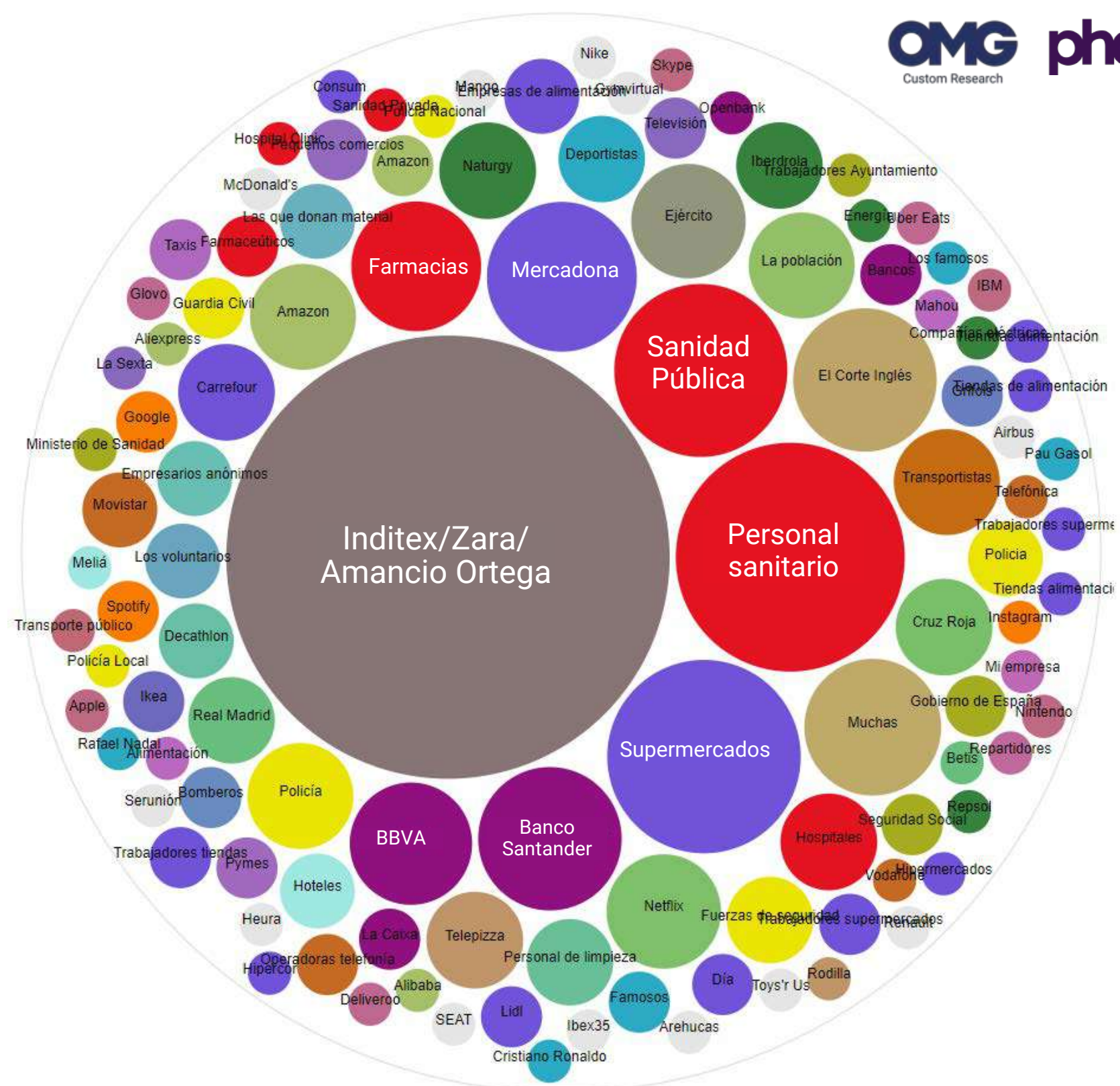


Trabajar

Volver a trabajar / Volver a la oficina

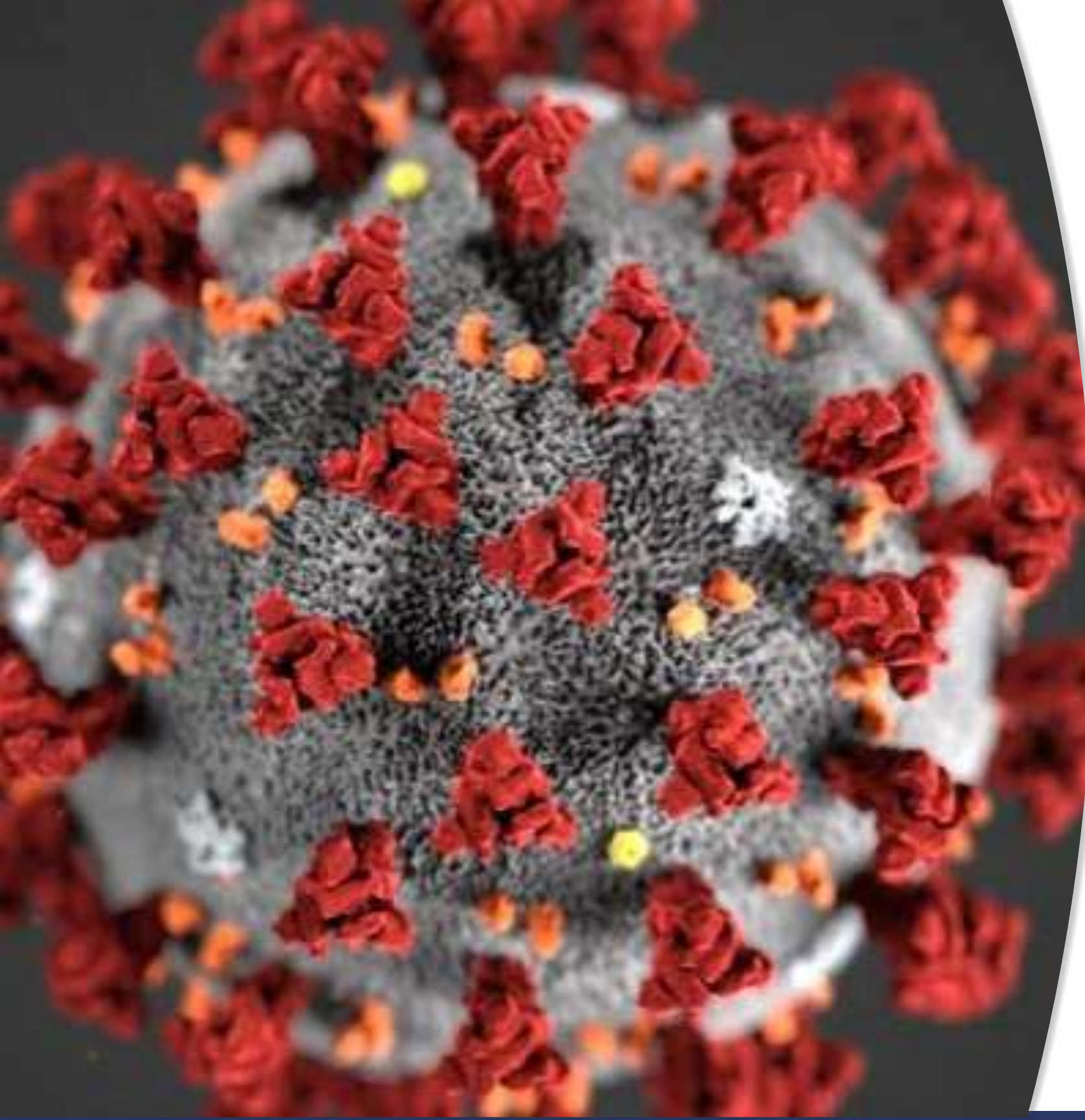
Crece el reconocimiento a Inditex y aparece la banca, las empresas de energía y los personajes públicos entre los primeros puestos de la lista de entidades o personas que más están ayudando a los ciudadanos

SUBTOTALES (top 20 ola actual)	13-mar	20-mar	27-mar
Inditex/Zara/Amancio Ortega ▲	--	14,3%	20,7%
Sanidad ▼	7,9%	12,7%	12,2%
Super/hipermercados ▼	8,1%	16,1%	11,2%
Bancos ▲	0,6%	0,2%	4,7%
Fuerzas y Cuerpos Seg.Est. ▲	--	2,4%	3,3%
Energía ▲	--	0,4%	2,4%
El Corte Inglés ▲	--	--	2,2%
Personajes públicos ▲	--	--	2,0%
Ecommerce ▼	1,7%	2,2%	2,0%
Ejército ▲	--	1,0%	1,4%
Operadoras telefonía ▼	2,7%	4,0%	1,4%
Plataformas TV ▼	0,8%	3,2%	1,4%
Transportes ▼	1,0%	2,4%	1,2%
La población ▲	--	--	1,2%
Gobierno y Admón. Pública ▶	5,0%	1,2%	1,2%
Restauración ▼	--	6,5%	1,2%
Internet y RRSS ▼	--	3,2%	1,0%
Deporte ▲	--	--	1,0%
ONGs ▲	1,0%	0,6%	1,0%
Tecnología ▲	--	0,4%	0,8%



Base: OMG Radar, 508 entrevistas mayores 18 años, España ,27 marzo

Teniendo en cuenta la situación actual por la que pasamos debido al coronavirus, ¿hay alguna marca, empresa o entidad que creas que está siendo de especial ayuda para ti o para el resto de la población?



Resumen

- El interés por el Coronavirus se estabiliza y empieza a dar a paso a otros términos asociados como actividades esenciales, BOE o ERES/ ERTES.
- En esta tercera ola del estudio vemos cómo algunos cambios de hábitos se consolidan:
 - Se mantiene el uso de whatsapp, consumo de TV y de RRSS.
 - Aumenta hacer deporte y cocinar en casa y la compra online de productos no alimentarios
 - Se percibe un caída del consumo de informativos de TV
- Aunque las actividades de ocio fuera del hogar se han paralizado, la distintas empresas de entretenimiento se han reinventado con eventos online en vivo.
- El aprovisionamiento de productos básicos y no perecederos se ralentiza y crece la compra de otros productos menos fundamentales como bebidas alcohólicas.
- En cuanto a consumo de medios se mantiene alto el consumo de televisión, RRSS y prensa online; y aumenta, la TV on demand.
- 1 de cada 3 españoles piensan que saldremos de esta situación en un periodo de 2 a 4 meses.
- Pero en estos momentos de incertidumbre hay una cosa clara: lo primero que harán los ciudadanos cuando acabe el confinamiento es pasar tiempo con la familia y salir a andar.
- Esta semana, crece el reconocimiento a Inditex, la banca y las empresas de energía como las marcas, entidades o personas que más están ayudando a los ciudadanos en este momento.



Custom
Research

phd

Más información: Raúl Gordo, OMG Custom Research Director
raul.gordo@omnicommediagroup.com