



TINKLE & CODORNIU
THE ONION INSIDE

LAS CELEBRACIONES POST COVID-19

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS SEPTIEMBRE 2020

OBJETIVOS

MISIÓN

El objetivo principal de esta investigación ha sido detectar los insights que están presentes actualmente en las celebraciones, en la “nueva normalidad” (familiares, en pareja o grupo de amigos) para comprender los efectos que la Covid ha podido tener en su percepción, y el valor que se da a los pequeños momentos que forman parte del día a día para poder conectar con ellos desde la marca cliente.

EN QUÉ NOS HEMOS CENTRADO

Percepción situación COVID

- ¿Cómo se han sentido durante la crisis sanitaria?
- ¿Han percibido algún cambio significativo en su vida a raíz de la pandemia/confinamiento?
- ¿Qué aspectos de su vida se han visto más afectados a raíz de esta situación?
- ¿Cómo están afrontando estos cambios?

Actitud ante una nueva perspectiva

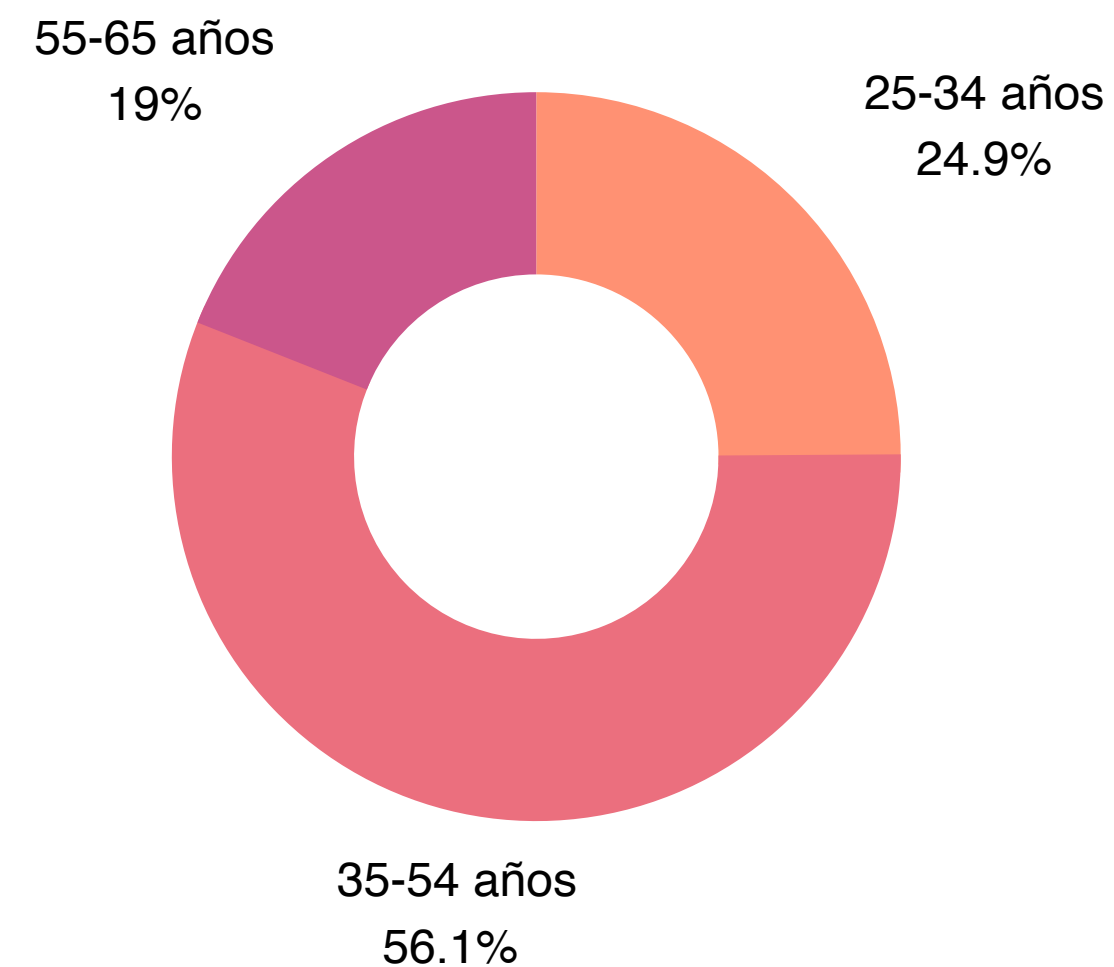
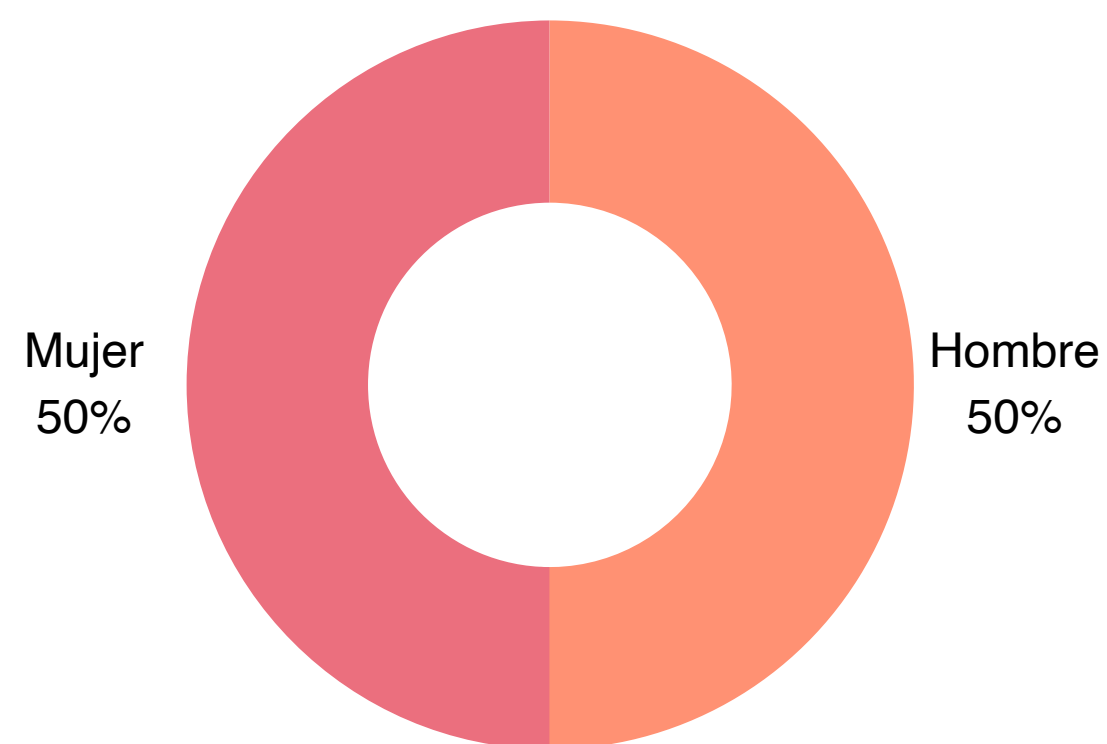
- ¿Ha experimentado un cambio de mentalidad respecto a la importancia de las cosas?
- ¿Valora más los pequeños momentos?
- ¿Ha cambiado su percepción sobre lo que es realmente esencial en su vida?
- ¿Qué cosas son las esenciales?
- ¿Valora más la familia y las amistades?
- ¿Valora más compartir su día a día con las personas que verdaderamente le importan?
- ¿Tiene más ganas de aprovechar cada momento con los suyos y cada pequeño éxito?

Vivir para celebrar

- ¿Cree que los momentos cotidianos de alegría e ilusión deberían ser motivo de celebración?
- ¿Qué pequeñas situaciones habría que celebrar más en el día a día?
- ¿Cree que la COVID 19 ha tenido algún efecto en la forma y las situaciones que celebramos (percepción)?
- ¿Cree que deberíamos celebrar los pequeños logros de cada día o deben guardarse las celebraciones para hitos señalados?
- ¿Cómo piensa celebrar la Navidad este año?

MUESTRA Y DISEÑO

Se realizó una muestra de 900 encuestas, con un universo de adultos de 25 a 65 años con cuotas por sexo, edad y zona de manera representativa a nivel nacional.



MUESTRA Y DISEÑO

9,1%

La Coruña, León Lugo, Orense,
Oviedo y Pontevedra

9%

Norte-Centro (Álava, Burgos,
Guipuzcoa, Logroño, Navarra,
Palencia, Santander y Vizcaya)

28,3%

Centro (Ávila, Cáceres, Ciudad Real,
Guadalajara, Madrid, Salamanca,
Segovia, Soria, Teruel, Toledo, Valladolid
y Zamora))

23,4%

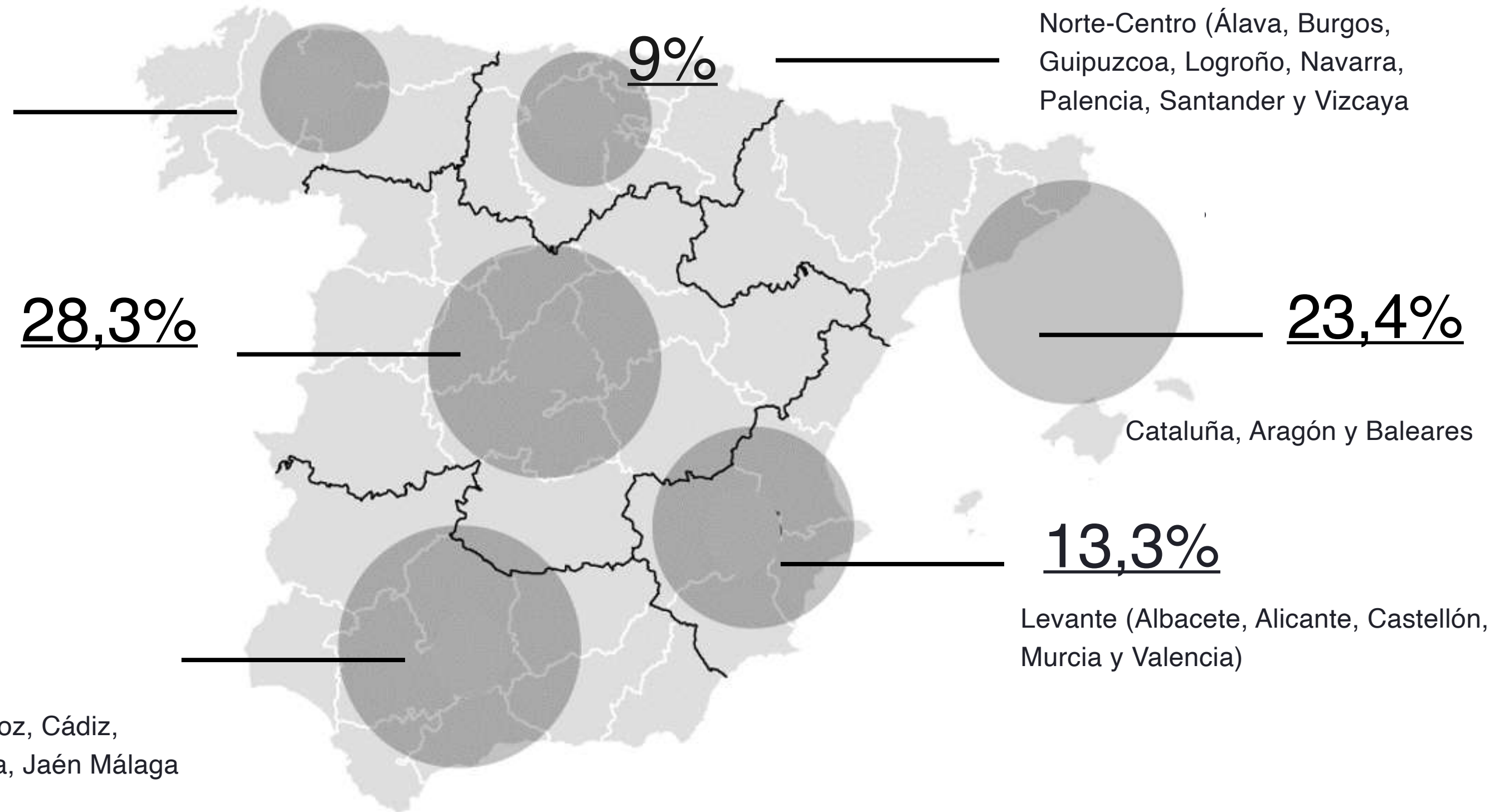
Cataluña, Aragón y Baleares

16,8%

Andalucía (Almería, Badajoz, Cádiz,
Córdoba, Granada, Huelva, Jaén Málaga
y Sevilla)

13,3%

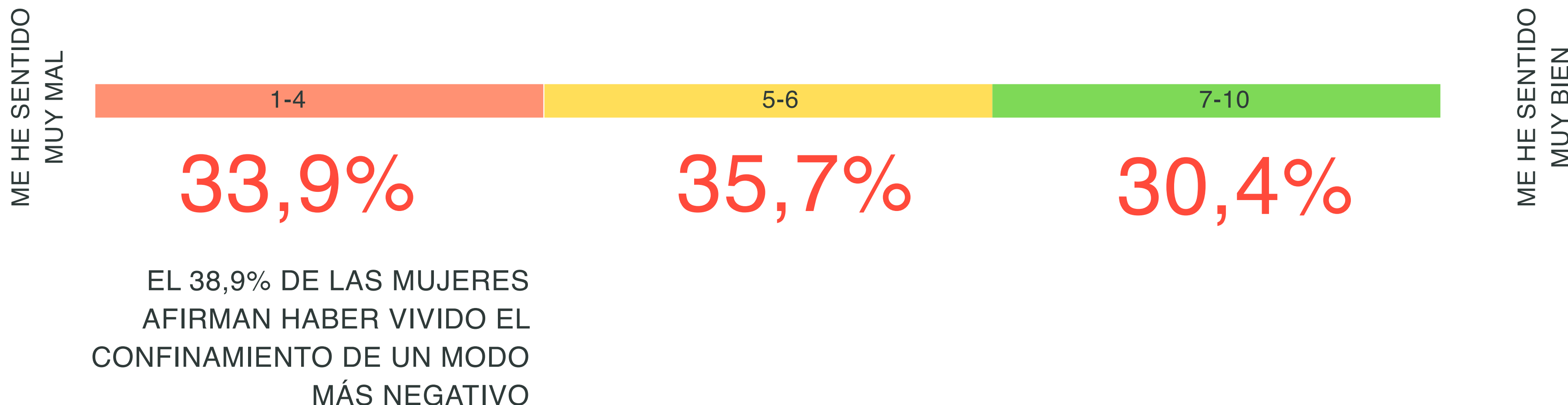
Levante (Albacete, Alicante, Castellón,
Murcia y Valencia)



A hand wearing a blue nitrile glove is shown from the wrist up, reaching out towards the right. The background is a clear, bright blue sky with a sun flare in the upper center. The text '1. LAS VIVENCIAS DE LA COVID-19' is overlaid in orange on a semi-transparent white rectangular area.

1. LAS VIVENCIAS DE LA COVID-19

A lo largo de todo el confinamiento, el estado emocional de los españoles se ha repartido a lo largo de todo el espectro de emociones, sin mostrar ninguna tendencia





Toda crisis conlleva un cambio

77,4%

AFIRMA QUE LA CRISIS Y EL CONFINAMIENTO HAN PRODUCIDO UN CAMBIO
EN SU FORMA DE PENSAR

Los Millennials han notado un mayor cambio en comparación con la Gen X y los Boomers, los cuáles muestran mayor estabilidad

MILLENNIALS

25-34 AÑOS

82,6%

GENERACIÓN X

35-54 AÑOS

77,8%

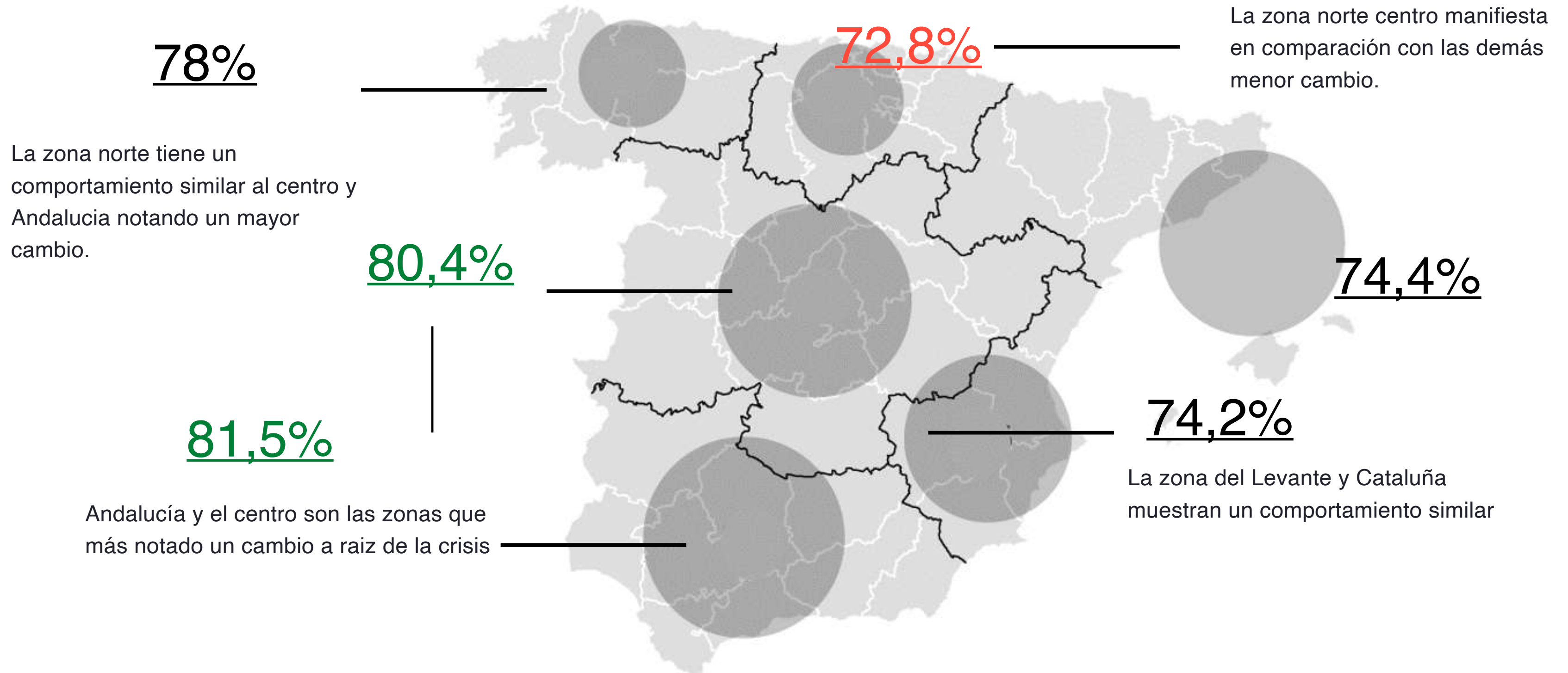
BOOMERS

55-65 AÑOS

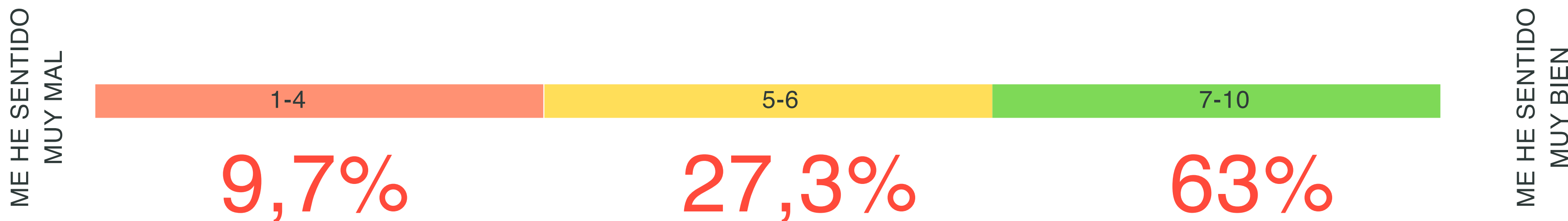
69,6%

Observamos que la influencia del cambio disminuye a medida que avanza la edad, de lo que se desprende que las generaciones más jóvenes son las que se han visto más impactadas

Todas las zonas de España coinciden en este cambio de paradigma

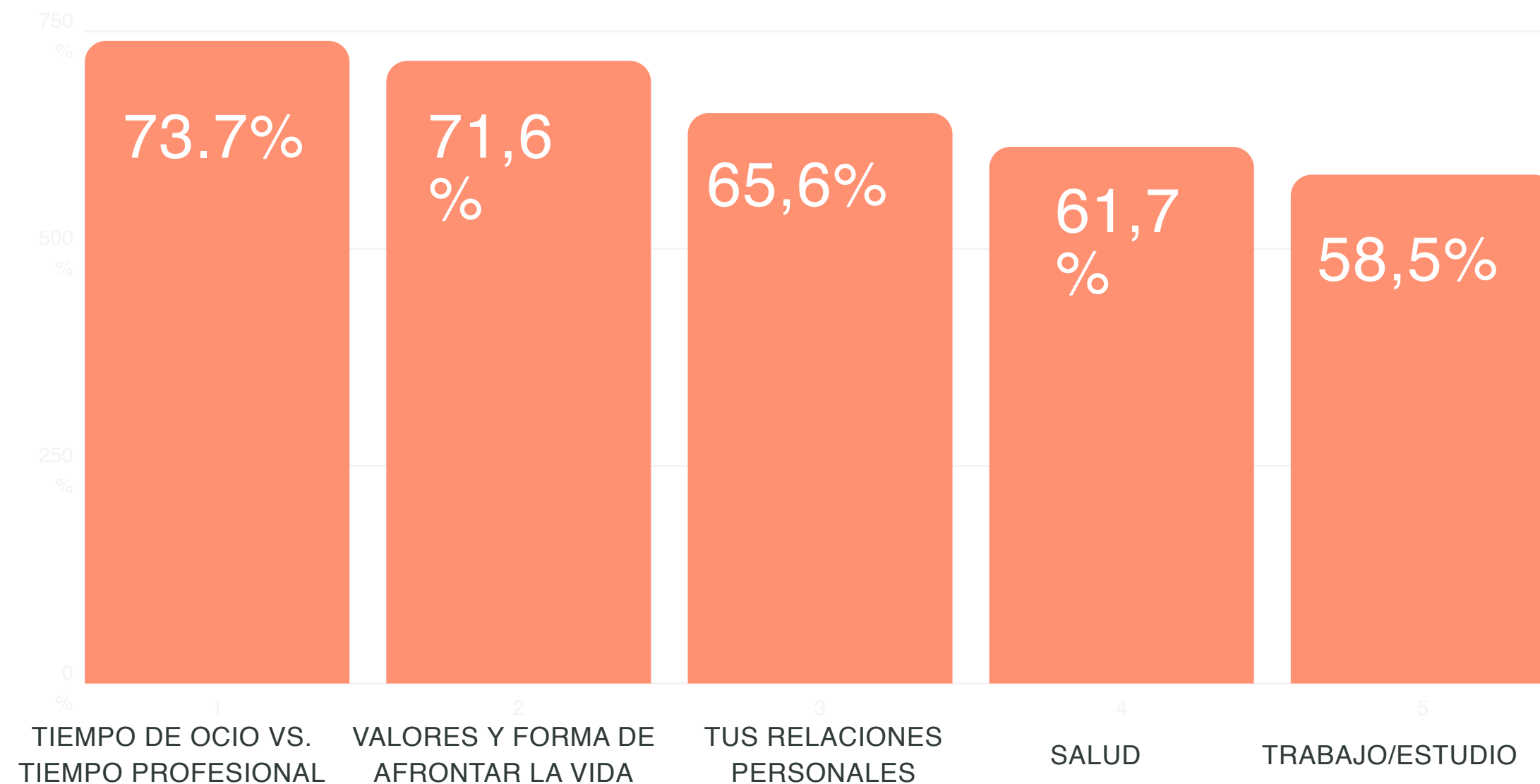


La situación de la crisis ha producido además un cambio en la importancia que se dan a las cosas



EL 66,6% DE LAS MUJERES
HAN VIVIDO UN CAMBIO
MUCHO MÁS GRANDE

Se han producido cambios en aspectos relacionados con el tiempo, los valores, las relaciones personales y la salud



EL CONFINAMIENTO HA PROVOCADO ESPECIALMENTE UN REPLANTEAMIENTO DEL TIEMPO DE OCIO EN RELACIÓN AL TIEMPO DESTINADO AL TRABAJO DEBIDO PROBABLEMENTE A LA COMPLEJIDAD DE COMBINARLOS DURANTE ESE PERIODO LAS PERCEPCIÓN DE RELACIONES PERSONALES, JUNTO CON LA SALUD SE HAN VISTO IGUALMENTE AFECTADOS

En las mujeres ha habido un mayor cambio de pensamiento

LAS MUJERES PUNTÚAN DE MANERA SUPERIOR QUE LOS HOMBRES EN TODOS LOS ASPECTOS PERSONALES (BASTANTE+MUCHO)

ESPECIALMENTE EN LOS VALORES Y EN FORMA DE AFRONTAR LA VIDA Y RELACIONES PERSONALES, SIENDO MÁS VERSÁTILES

76,6% vs 66,3%

72,1% vs 58,6%

VALORES Y FORMA
DE AFRONTAR LA
VIDA

TUS RELACIONES
PERSONALES



Los cambios en el día a día se afrontan celebrando

EL CAMBIO EN LA MANERA DE AFRONTAR LA VIDA Y LAS RELACIONES INTERPERSONALES SE VEN REFLEJADOS EN UNA MAYOR CELEBRACIÓN DE LOS PEQUEÑOS MOMENTOS Y DEMOSTRACIONES DE CARIÑO EN EL DÍA A DÍA

Las mujeres vuelven a puntuar de manera superior a los hombres y por edades, se empiezan a observar diferencias entre los Millennials siendo más de pequeños detalles que los Genx o Boomers.

ME HE DADO CUENTA DE LO IMPORTANTE QUE ES CELEBRAR LA VIDA CON QUIEN ME IMPORTA

71.8%

DOY MÁS IMPORTANCIA A LAS PEQUEÑAS ALEGRÍAS

67,6%

VALORO MÁS LA IMPORTANCIA DE LOS PEQUEÑOS MOMENTOS EN MI DÍA A DÍA

66,9%

ME HE DADO CUENTA DE LO NECESARIAS QUE SON LAS DEMOSTRACIONES DE CARIÑO CON QUIENES ME IMPORTAN

66,4%

CELEBRO MÁS LOS PEQUEÑOS MOMENTOS DE LA VIDA

63,7%

Las mujeres afrontan los cambios de manera más positiva que los hombres, demostrando

un mayor apoyo a su entorno

Me he dado cuenta de lo importante que es celebrar la vida con quien me importa

76,7% VS. 71,8%

Doy más importancia a las pequeñas alegrías

74,2% VS. 60,9%

Celebro más los pequeños momentos de la vida

70,9% VS. 56,4%

Me he dado cuenta de lo necesarias que son las demostraciones de cariño con quienes me importan

71,6% VS. 61,3%

Valoro más la importancia de los pequeños momentos en mi día a día

74,2% VS. 59,6%%

2. UN CAMBIO DE PARADIGMA

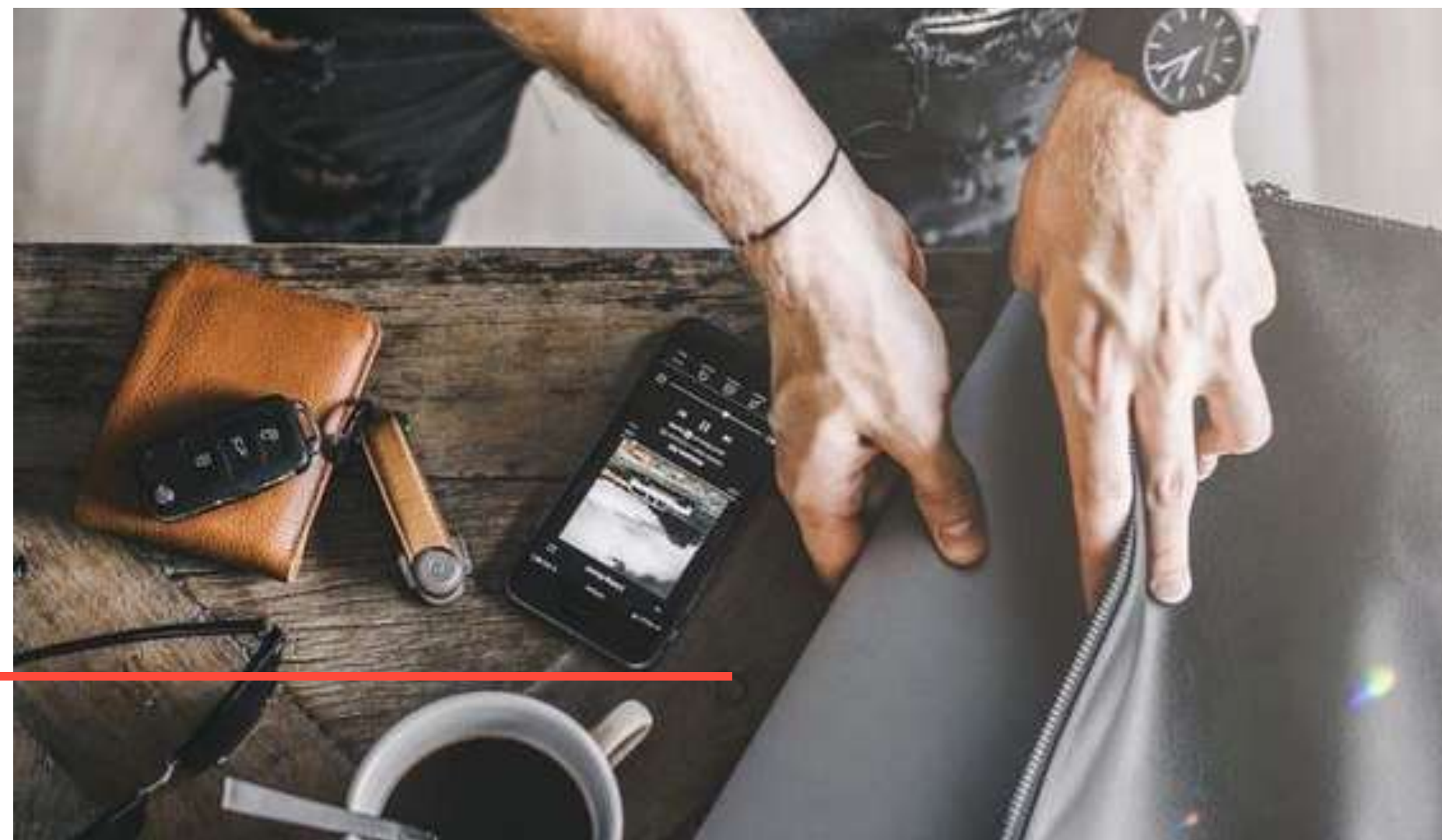
C H A N G E

A row of six white dice with black letters spelling the word 'CHANGE'. The dice are arranged in a line on a light-colored surface. The letters are C, H, A, N, G, and E. The dice are slightly offset from each other, creating a sense of depth.

Un nuevo significado de lo esencial en la vida

70,6%

Declara que ha cambiado su percepción en relación a lo esencial en la vida



El cambio más notorio es entre los más jóvenes, ya que han cambiado en mayor medida la percepción de lo que es esencial para ellos

MILLENNIALS

25-34 AÑOS

75%

GENERACIÓN X

35-54 AÑOS

72,3%

BOOMERS

55-65 AÑOS

59,6%

Lo esencial en la vida es la familia, la salud y el amor

Las mujeres destacan la familia (69,8% vs. 56,2%) y lo esencial de la salud cobra peso en los Boomers y los GenX.

MILLENNIALS

25-34 AÑOS

42,4%

GENERACIÓN X

35-54 AÑOS

52,5%

BOOMERS

55-65 AÑOS

61,2%

A2 ¿Qué TRES COSAS dirías que ahora son ahora ESENCIALES en tu vida y quizás antes no las tenías tan en cuenta? Define con una palabra aquello que consideres que es ahora realmente esencial en tu vida. N=900



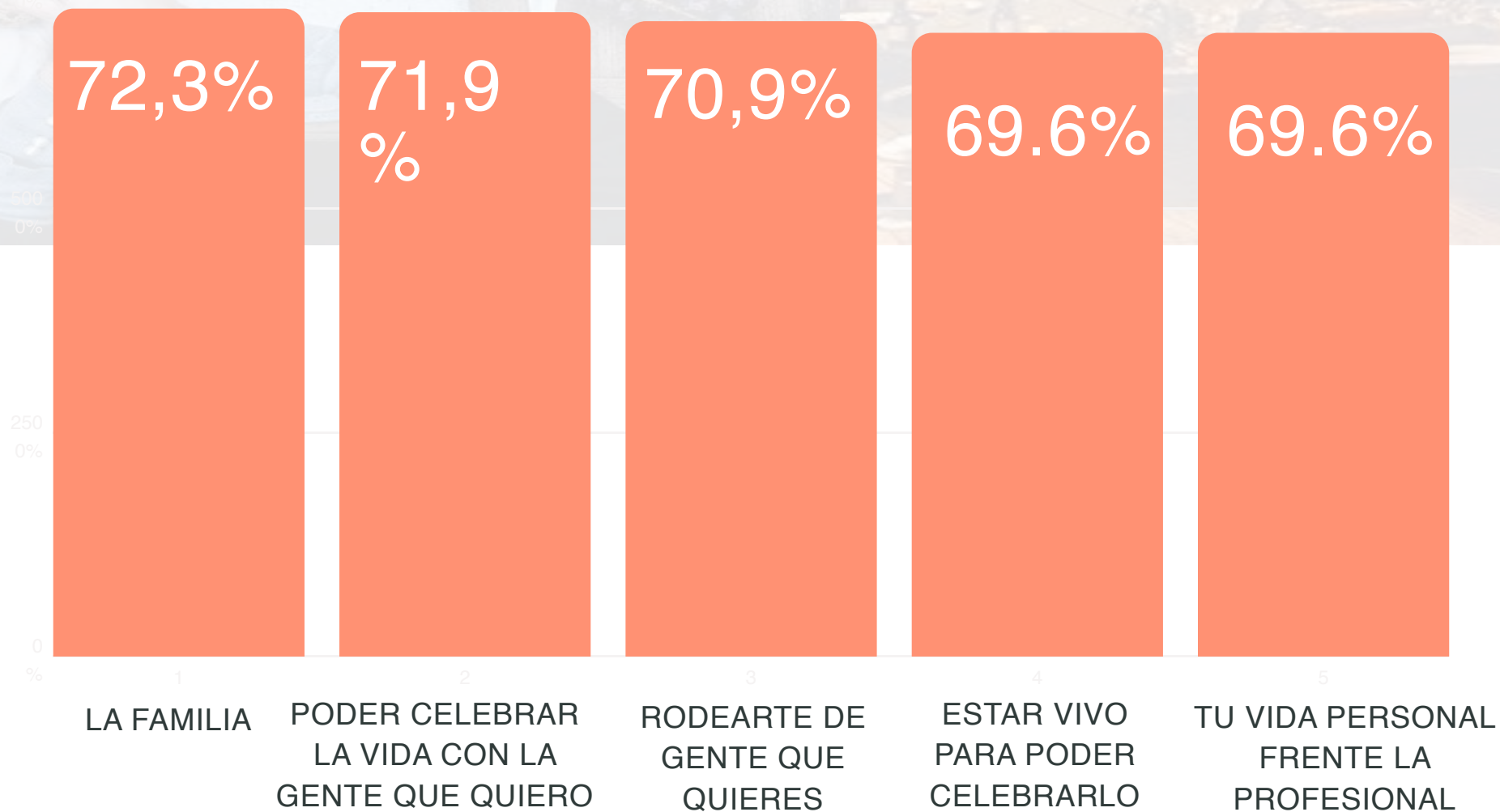
TINKLE & CODORNIU THE ONION INSIDE

Familia	63%
Salud	51,6%
Amor	33,6%
Amigos, amistades	27,6%

FLORECEN ADEMÁS CATEGORÍAS COMO EL OCIO, VIAJES O EL TIEMPO LIBRE Y LA SEGURIDAD Y TRANQUILIDAD



A raíz de la Covid-19, se valora más la compañía de los tuyos y el poder celebrarlo



LAS MUJERES PUNTÚAN DE MANERA SUPERIOR Y SIGNIFICATIVA EN TODOS LOS ASPECTOS MOSTRANDO ASÍ UN COMPORTAMIENTO MÁS SOCIAL Y EMPÁTICO Y SIENDO UN PILAR IMPORTANTE PARA ELLAS.

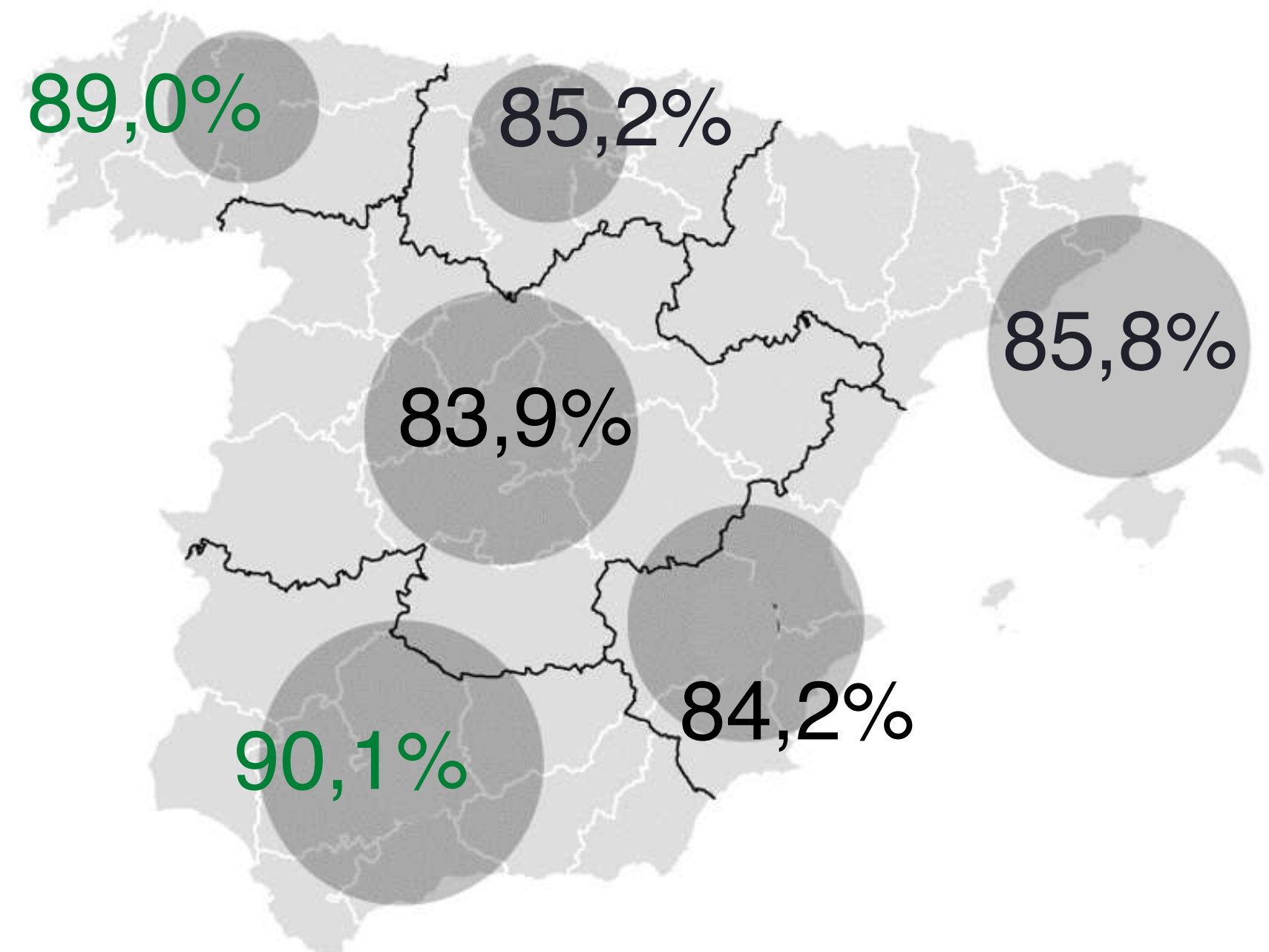
A group of four young adults (three men and one woman) are laughing together outdoors. They are wearing sunglasses and casual clothing. The background is a bright, hazy landscape with rolling hills. The text is overlaid on a semi-transparent white rectangular area.

3. EFECTOS DEL COVID-19 EN LAS CELEBRACIONES

86% Afirma que la Covid-19 ha cambiado la forma y situaciones de sus celebraciones

ESTE IMPACTO SE PRESENTA DE UN MODO ESTABLE A LO LARGO DE TODO EL TERRITORIO ESPAÑOL, APRECIÁNDOSE LIGERAS DIFERENCIAS ENTRE ZONAS.

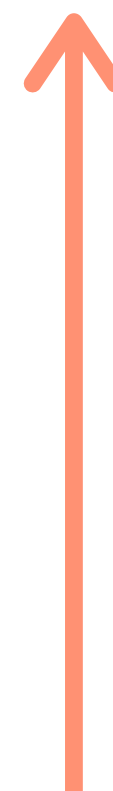
LOS HABITANTES DE ANDALUCÍA SON LOS QUE HAN NOTADO UN MAYOR IMPACTO EN SU FORMA DE CELEBRAR.





La influencia de la Covid-19 ha tenido un papel distinto entre las generaciones

YA QUE SON LAS DE MAYOR EDAD SE HAN VISTO MÁS AFECTADAS EN SU FORMA DE CELEBRAR



MILLENNIALS

25-34 AÑOS

84,8%

GENERACIÓN X

35-54 AÑOS

85,7%

BOOMERS

55-65 AÑOS

88,3%

A photograph of a young woman with long, wavy blonde hair, smiling broadly. She is holding a large, white, heart-shaped balloon with a simple smiley face drawn on it. The background is a plain, light-colored wall. The overall mood is joyful and celebratory.

4. NUEVOS MOTIVOS DE CELEBRACIÓN

Vivir la vida ya es motivo suficiente de celebración

NO ES NECESARIO NADA MÁS PARA CELEBRAR ALGO

81,7%

Uno de los cambios más notables es que a raíz de la Covid-19, los españoles consideran que la vida es un gran motivo de celebración en el mismo, sin ser necesario nada más para celebrar algo.

Es este sentido, se aprecia una diferencia significativa en la población, ya que las mujeres consideran en mayor medida que los hombres, que vivir la vida es un motivo de celebración (85,1% vs. 78,2%)

Otro motivo de celebración son aquellos pequeños momentos cotidianos de felicidad del día a día

85,1%

Se trata de una reivindicación que se extiende a lo largo de todo el territorio español sin mostrarse diferencias entre regiones, lo que refuerza la importancia de estos momentos como nuevo motor de celebraciones.

Este nuevo motivo de celebración presenta matices distintos en función del sexo y edad de los españoles.



Las mujeres son las que se muestran más partidarias de que estos momentos cotidianos

SE CELEBREN

TOTAL	85,1%
MUJERES	90%*
HOMBRES	80,2%

A nivel generacional, los Millennials vuelven a ser los que más reivindican esos pequeños momentos en el día a día como motivo de celebración

MILLENNIALS

25-34 AÑOS

87,1%

GENERACIÓN X

35-54 AÑOS

85,3%

BOOMERS

55-65 AÑOS

81,9%

Las generaciones más jóvenes son las que han percibido un mayor cambio en su forma de plantearse los motivos de celebración, siendo las más afines a celebrar pequeños detalles cotidianos.

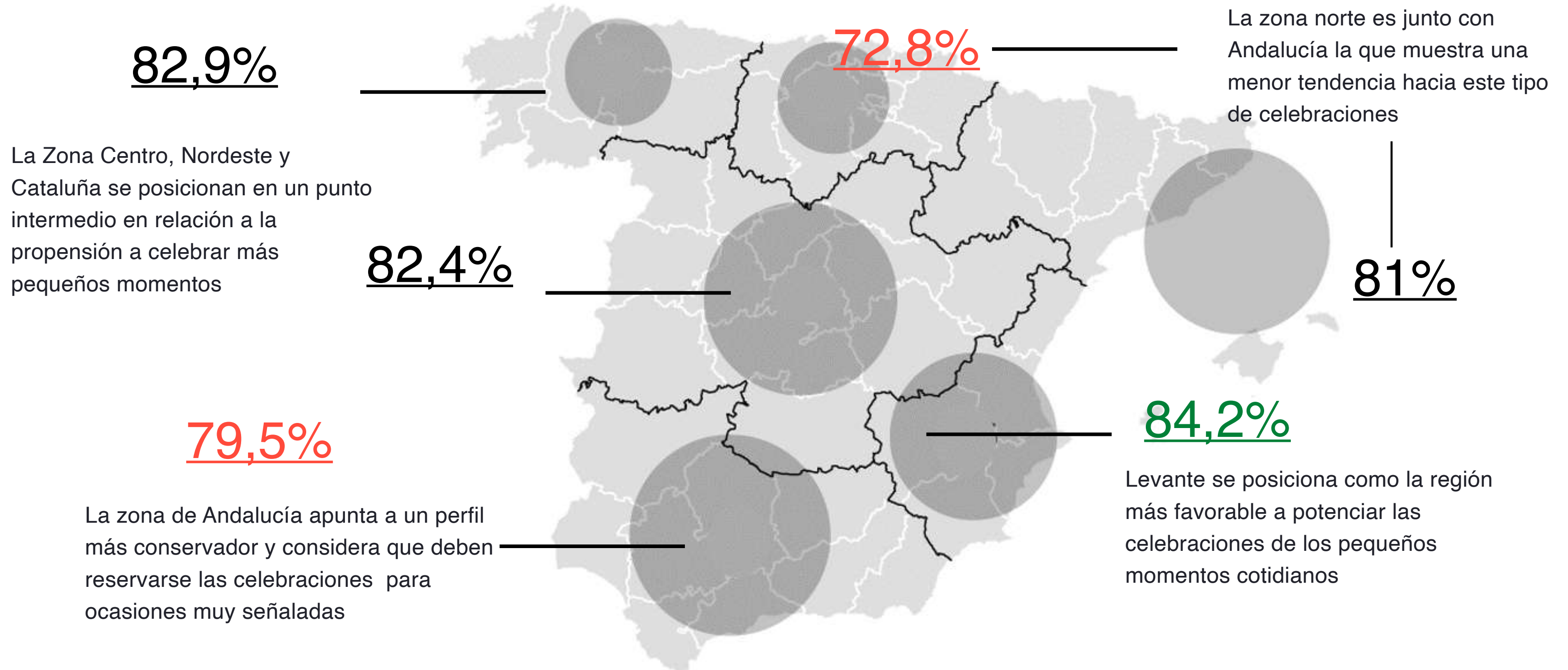
Aparte de ser motivo de celebración, el
considera que además esos momentos
deben celebrarse

81%

MUCHO MÁS

Las mujeres vuelven a mostrarse más partidarias no solo de celebrar estos momentos, sino de celebrarlos más en comparación con los hombres (84,2%* vs 77,8%)

Todas las regiones coinciden en esta afirmación



Los Millennials son de nuevo la generación más partidaria de aumentar las celebraciones cotidianas

MILLENNIALS

25-34 AÑOS

84,4%*

GENERACIÓN X

35-54 AÑOS

82%

BOOMERS

55-65 AÑOS

73,7%

En cambio, los Boomers son la generación más conservadora y prefieren reservar las celebraciones para ocasiones señaladas

MILLENIALS

25-34 AÑOS

15,6%

GENERACION X

35-54 AÑOS

18%

BOOMERS

55-65 AÑOS

26,3%*



5. NUEVAS FORMAS DE CELEBRAR

Los cambios que han venido para quedarse tras la Covid-19 en las celebraciones son los siguientes:



Celebraciones al aire libre

64,6%



Celebraciones pequeñas de más calidad

59,4%



Celebrar más los pequeños momentos cotidianos

57,3%

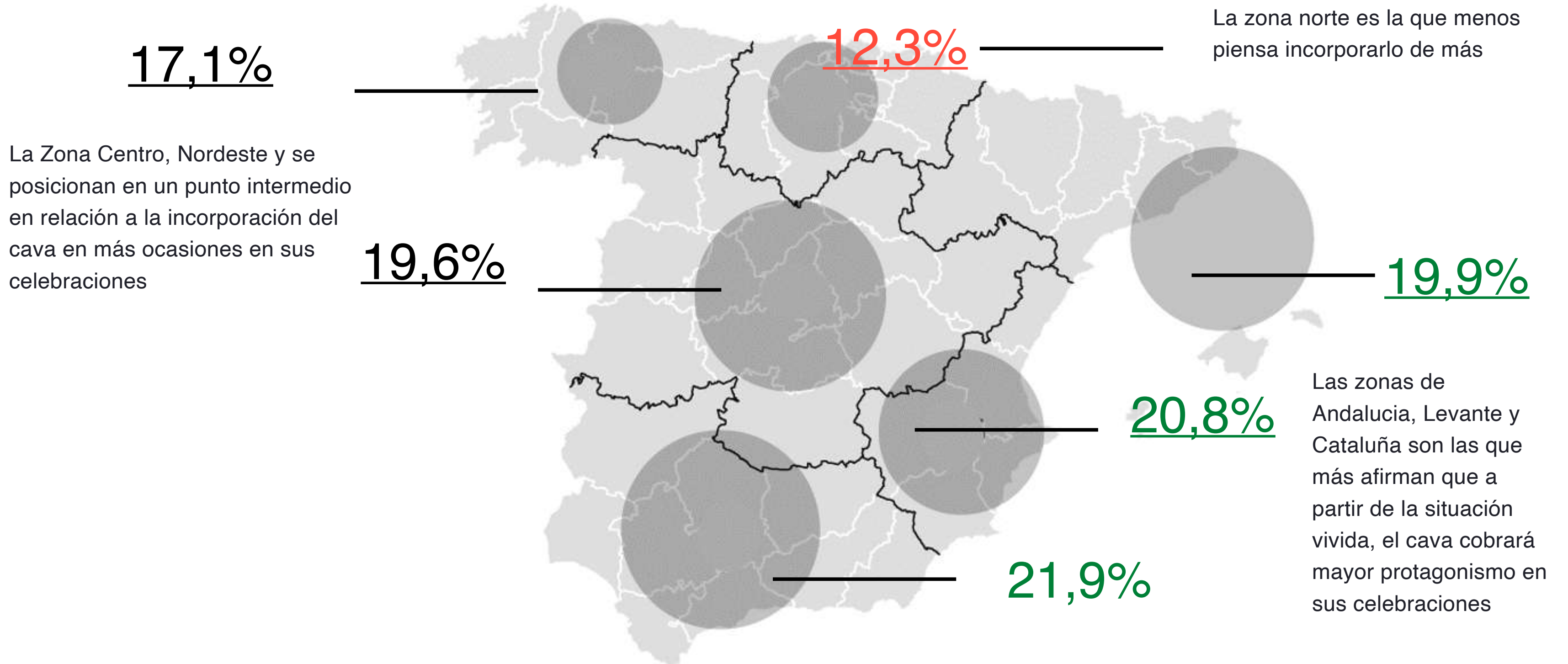


Incluyendo además a quien no puede asistir por videollamada

52,9%

Los Millenials son los que más consideran que en sus próximas celebraciones van a incluir a las personas que no puedan asistir por videollamada

El 19,3% afirma que el CAVA estará más presente en sus celebraciones en esta nueva forma de celebrar



6. LA IMPORTANCIA DE CELEBRAR LAS PEQUEÑAS COSAS



Las pequeñas celebraciones juegan un papel muy importante en la vida de los españoles a nivel emocional

El **63,4%** opina que ahora tienen más sentido

Y ADEMÁS

Nos ayudan a
mantenernos unidos

67,0%

Ayudan a desconectar
y sobrellevar la
situación

64,7%

Las celebraciones de
pequeños detalles son
importantes para
mantenernos felices

64,2%

DESCORCHAR UNA BOTELLA DE CAVA sin tener un gran motivo para hacerlo, forma también parte de las nuevas celebraciones



Preparar una rica cena o comida en casa para disfrutarla sin salir

67,0%



Estar en petit comité en casa con mi gente cercana

49,3%



Tomarme algo en el salón de mi casa, en lugar de en un bar

41,0%



Disfrutar de una cena en el balcón o la terraza de mi casa

39,7%



Descorchar una botella de cava y brindar sin necesidad de tener un gran motivo para hacerlo

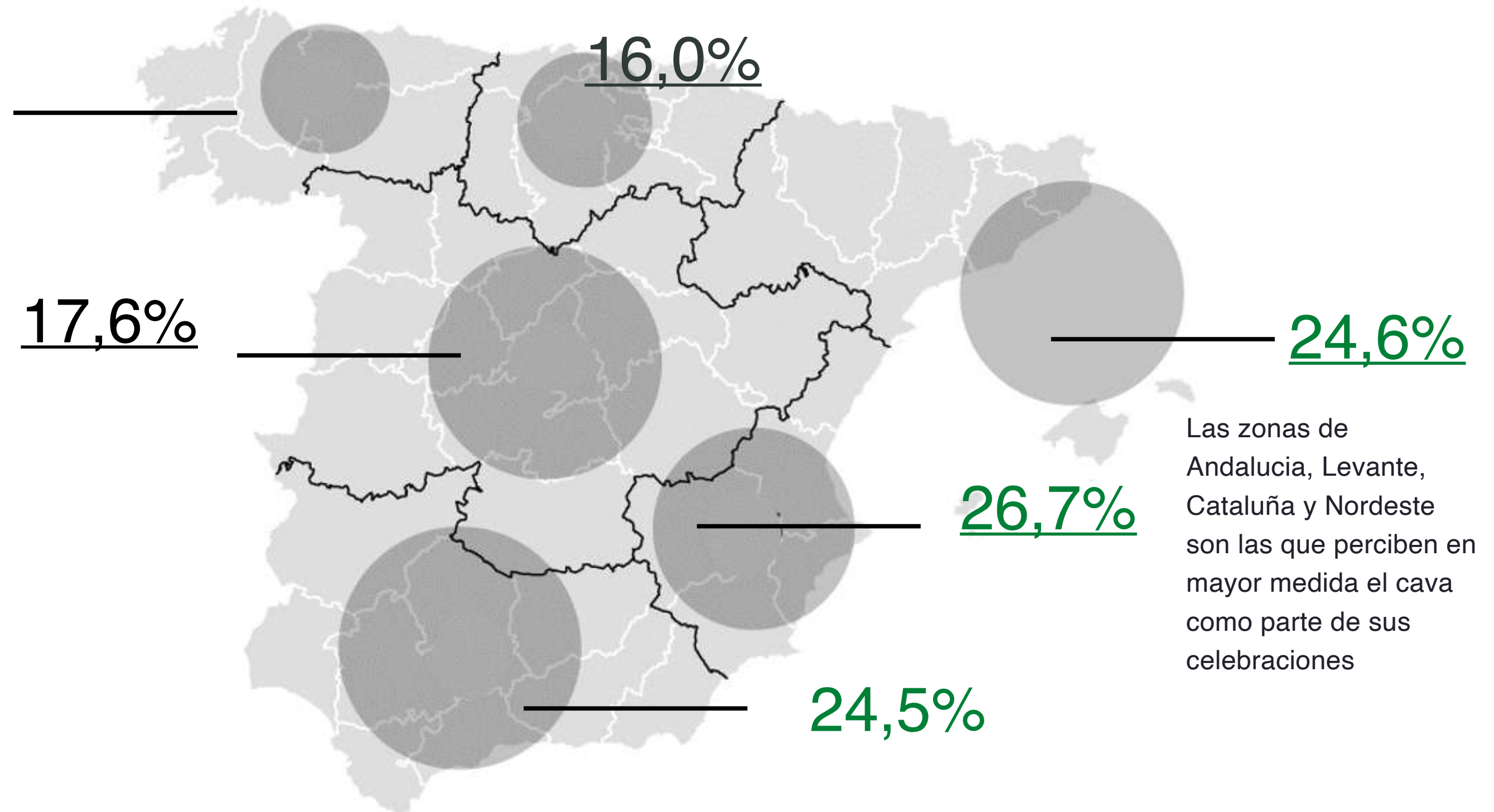
22,1
%

V.4 Teniendo en cuenta el momento que estamos viviendo, cuéntanos ¿cómo es para ti la celebración perfecta de algún pequeño momento de alegría?

N=900

El descorchar una botella de cava como parte de una nueva celebración, se extiende por todo el territorio español

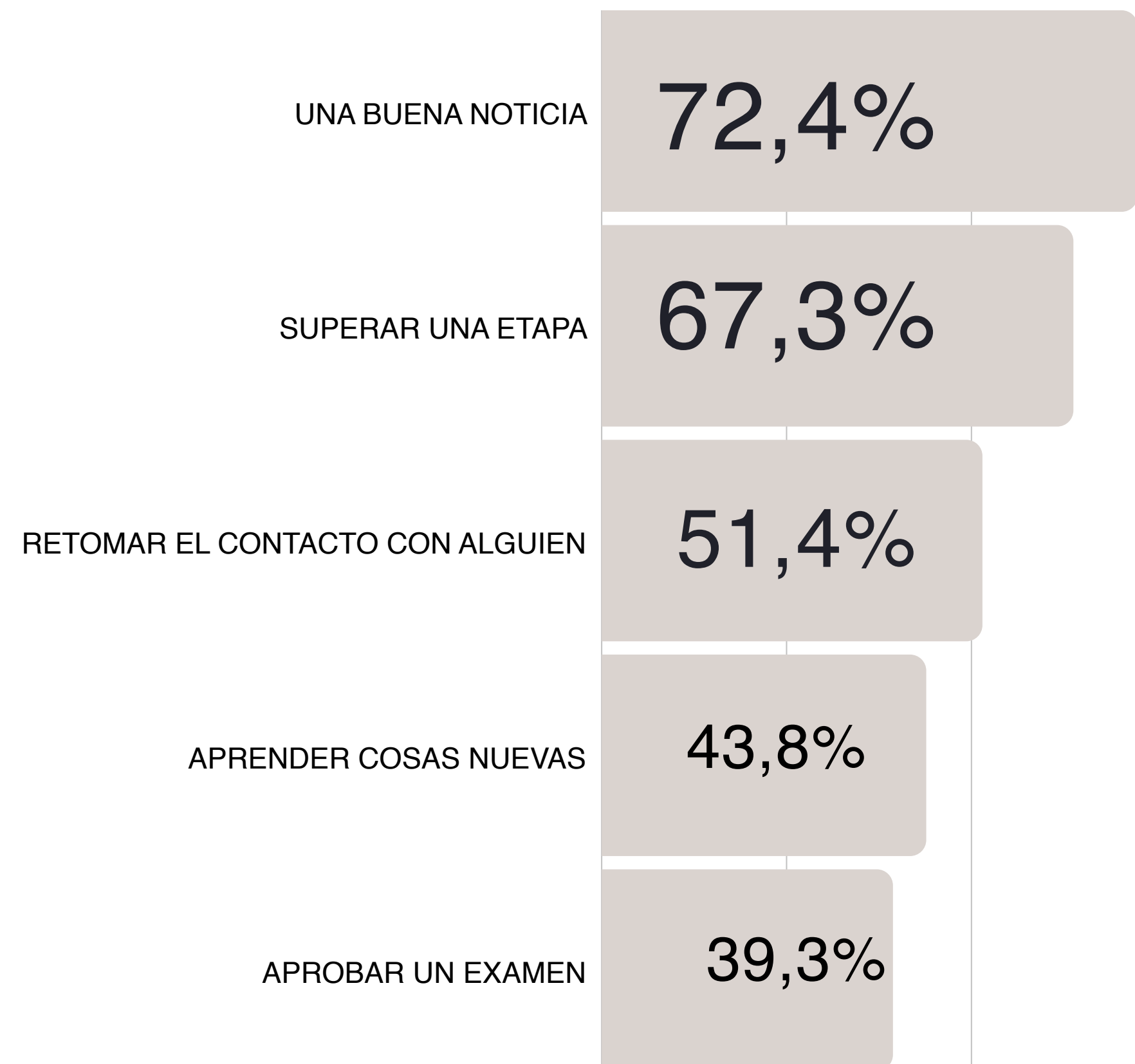
24,4%



Las zonas de Andalucía, Levante, Cataluña y Nordeste son las que perciben en mayor medida el cava como parte de sus celebraciones

Las buenas noticias, superar una etapa y retomar un contacto son ejemplo de las pequeñas situaciones que se deberían celebrar más

A nivel comparativo, las mujeres muestran valores estadísticamente superiores en todas las propuestas de celebración



7. LAS PRIMERAS NAVIDADES COVID-19



Se presentan unas Navidades emotivas en las que la alegría cobrará un papel protagonista

ADEMÁS SE INCORPORARÁN

Los pequeños grupos y las videollamadas como efecto del confinamiento vivido durante la Covid-19

V.7 Para terminar, queremos saber cómo vas a celebrar estas Navidades. Fíjate en estas frases y dinos con qué probabilidad crees que harás alguna de estas cosas

MUCHO + BASTANTE

N=900



Estaremos mucho más contentos de reencontrarnos

79,3%



Nos juntaremos en grupos más pequeños

77%



Estaremos todos más emocionados

72,3%



Aunque seamos pocos, nos vestiremos igual de elegantes que siempre

66,4%

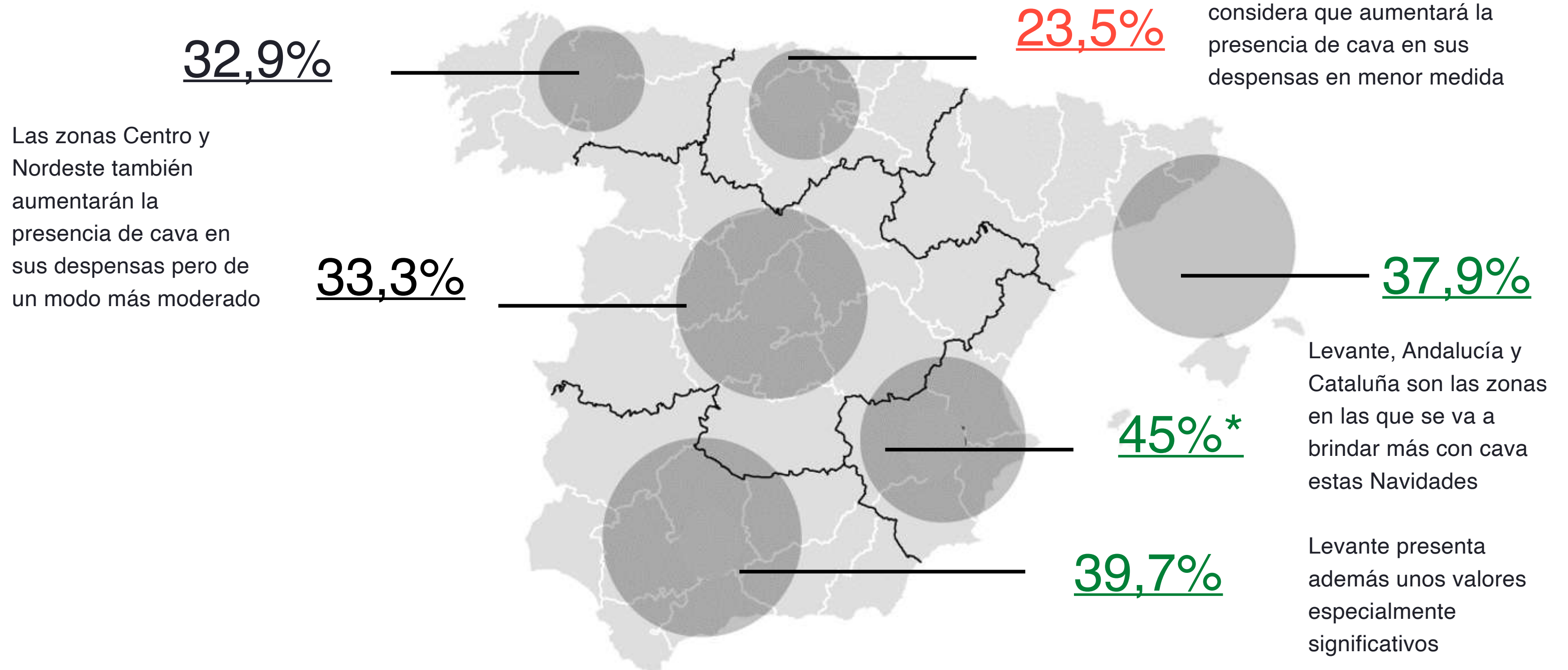


Haremos más videollamadas con toda la familia

64,7%

El 36,1% de los españoles afirman que estas Navidades tendrán MÁS CAVA en la despensa

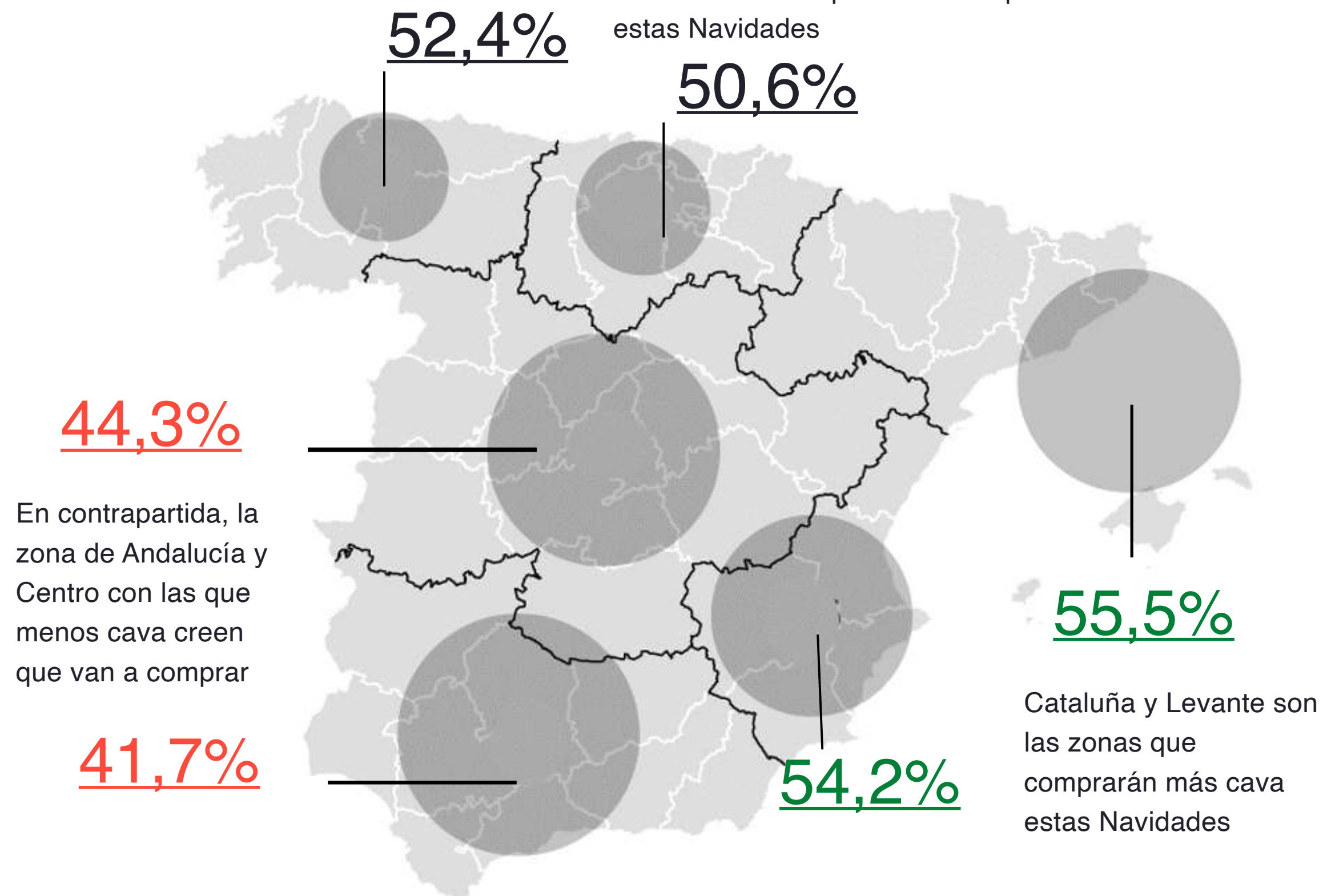
La zona Norte es la que considera que aumentará la presencia de cava en sus despensas en menor medida



En concreto, el 49,1% de la población española, considera que va a comprar más cava estas Navidades

TINKLE & CODORNIU ITHE ONION INSIDE

Más del 50% de los habitantes de la zona norte afirman también que van a comprar más cava estas Navidades





8. CONCLUSIONES

Principales learnings

- La situación vivida durante la Covid-19 ha causado un claro impacto en la población española
- Los cambios producidos han sido más notables entre las mujeres y los Millennials
- El 77,4% de los españoles afirma que se han producido cambios en su forma de pensar y en los aspectos relacionados con su tiempo, en sus valores y la forma en la que afrontan la vida
- El 71,8% se ha dado cuenta de lo importante que es celebrar la vida con las personas que te importan
- Además, el 70,6% afirma que se ha cambiado su percepción de la relación a lo esencial de la vida
- Familia, salud, los amigos y el amor son los aspectos esenciales en la vida de los españoles

Principales learnings

- El 86% de la población española afirma que la Covid-19 ha cambiado su forma y motivos de celebración
- Celebrar la vida se convierte en un gran motivo de celebración en sí mismo (81,7%)
- Celebrar los pequeños momentos cotidianos de celebración, se convierten en otro gran motor para las celebraciones (85,1%)
- Además, el 81% considera que estos pequeños momentos deben celebrarse más
- Las nuevas celebraciones van a ser al aire libre, de mayor calidad y se incluirán las videollamadas
- Estas pequeñas celebraciones cobran especial sentido a raíz de la Covid-19 y benefician emocionalmente aportando mayor optimismo y ayudando a sobrellevar la situación

Principales learnings

- Descorchar una botella de cava sin necesidad de tener un gran motivo para hacerlo, se convierte en una de las características de una celebración perfecta en este nuevo escenario
- Una buena noticia, superar una etapa o retomar en contacto con alguien, son tres pequeñas situaciones cotidianas que deberían celebrarse más
- Las primeras Navidades en época de la Covid-19 estarán cargadas de emoción y además se plantearan celebraciones con menos gente y se incluirán las videollamadas
- El 36,1% afirma que tendrá más cava en su despensa
- Y el 49,1% que comprará más cava en comparación con las Navidades anteriores



¡GRACIAS!