

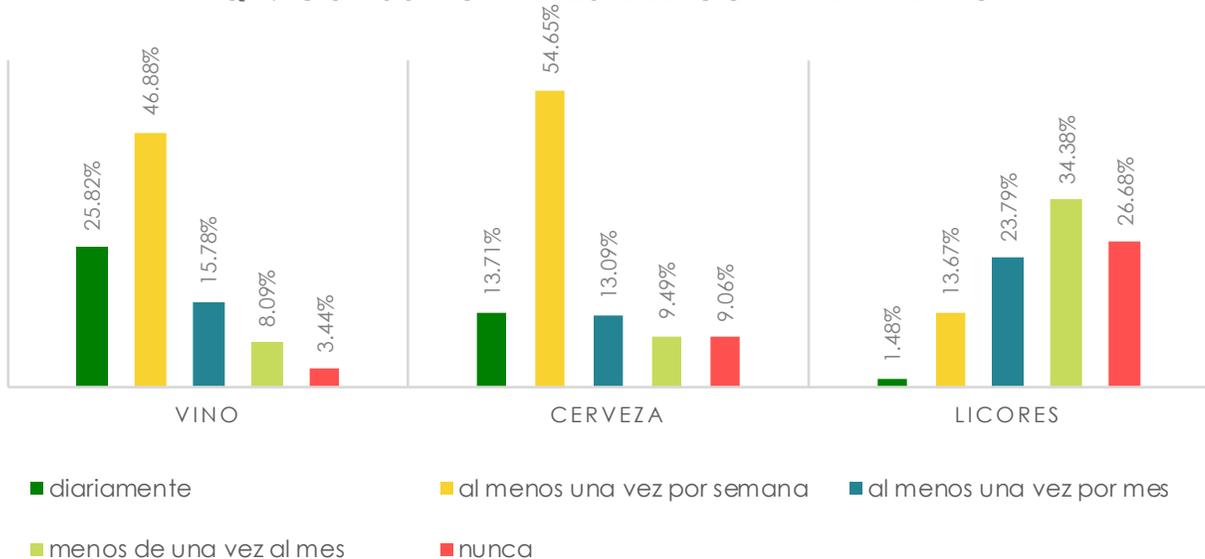


EL CONSUMO DE VINO EN EUROPA: ANTES Y DESPUÉS DEL CONFINAMIENTO

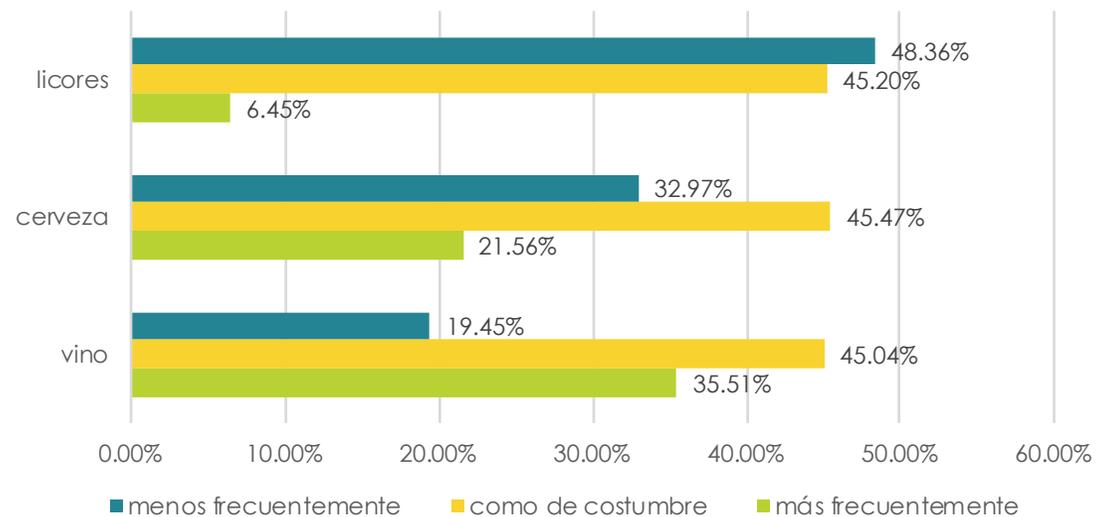
Datos de la encuesta

- Muestreo aleatorio: 2560 respuestas
- Periodo de recogida de la información: Durante el confinamiento COVID-19, hasta el 30 Abril 2020
- Método: cuestionario online

Q1. CONSUMO ANTES DEL CONFINAMIENTO

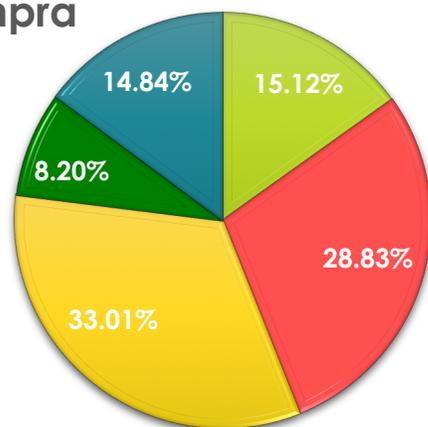


Q2. Consumo después del confinamiento



Q3. Momento de consumo de vino después de la compra

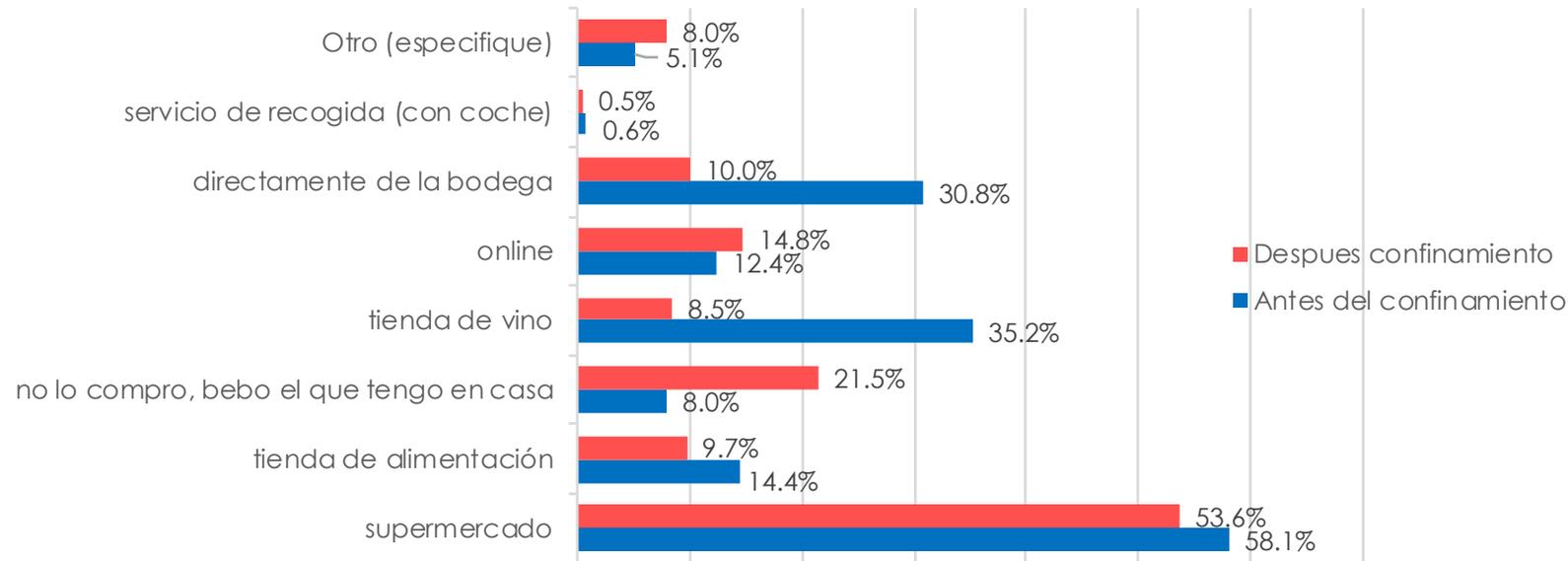
- en 24 horas
- entre 2 y 3 días
- en una periodo de una o dos semanas
- prefiero guardar mi vino para que envejezca
- Otro (especifique)



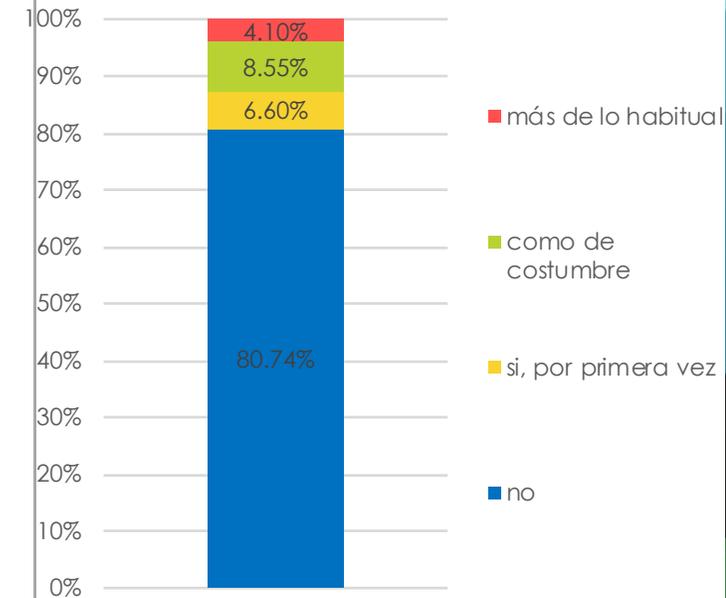
Desde el inicio del confinamiento

- La mayor parte de los encuestados, responden que consumen bebidas alcohólicas de forma más frecuente.
- Casi el 35% afirma beber vino con más frecuencia, en contraste con la cerveza o los licores (14% y 1%)
- Una botella de vino se consume en una o dos semanas para el 33% de los encuestados, seguido de la apertura en 2 o 3 días para el 29% de la muestra.

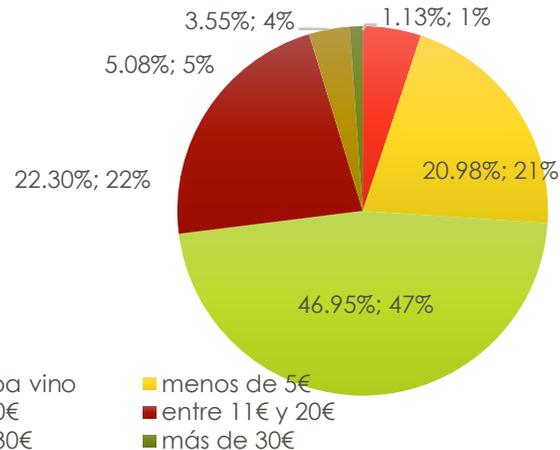
Q4e6. Lugar de compra de vino antes y durante el confinamiento



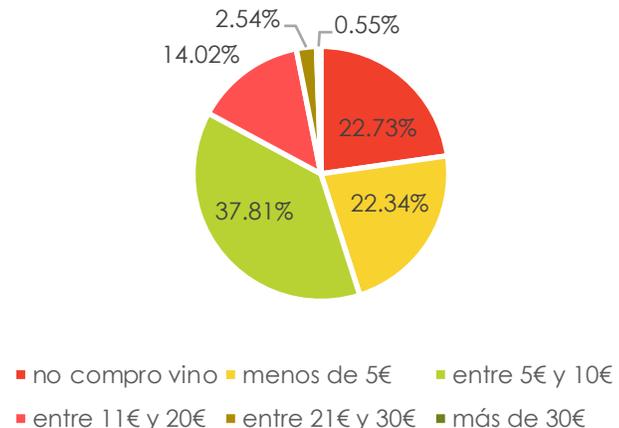
Q.7 Compra de vino online durante el confinamiento



Q5. Gasto medio por botella de vino antes del confinamiento



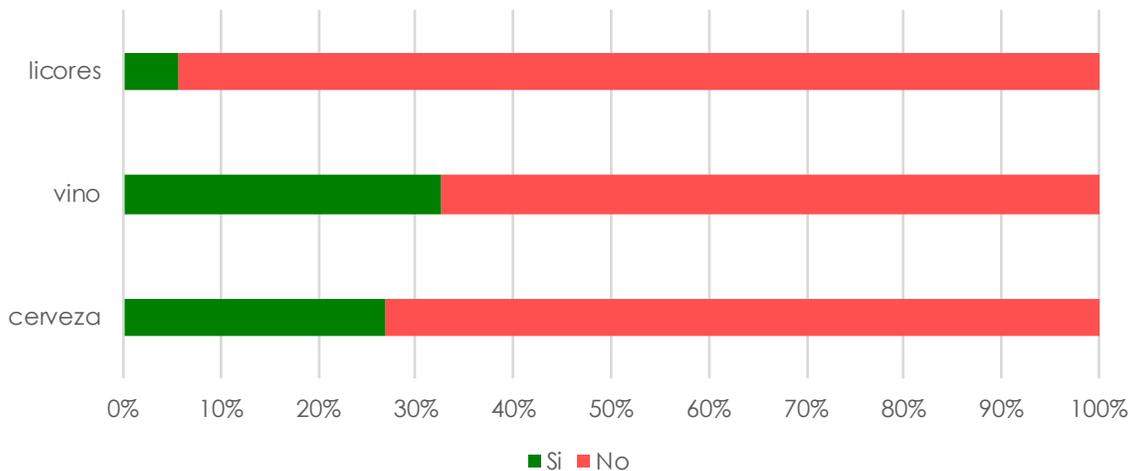
Q8. Gasto medio por botella de vino, durante el confinamiento



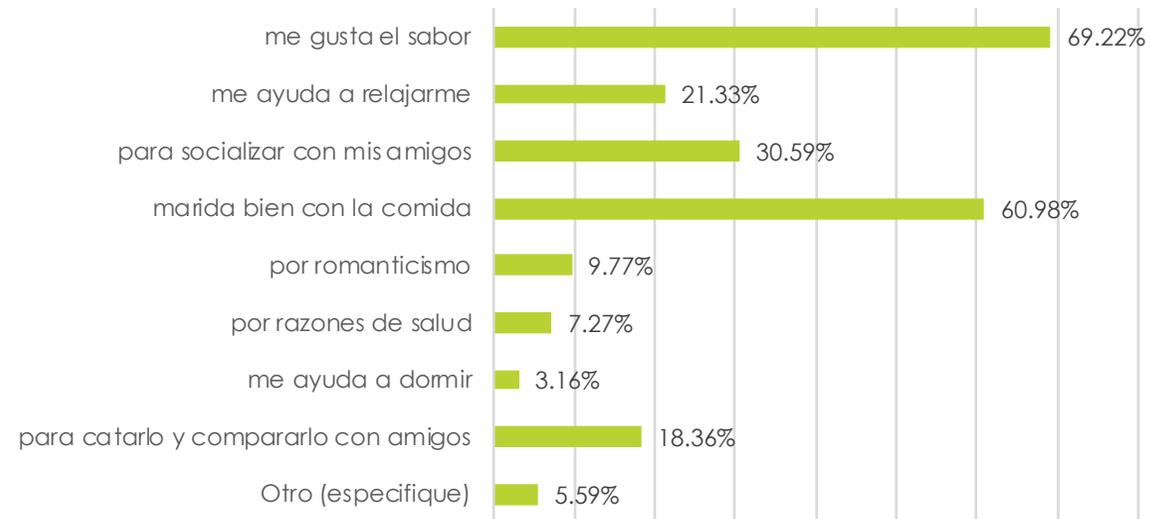
Durante el confinamiento

- La compra física de vino ha disminuido, los encuestados han consumido sus propias existencias, así como la compra online.
- El número de personas que no ha comprado vino, ha aumentado
- En general, el gasto medio por botella de vino se ha reducido

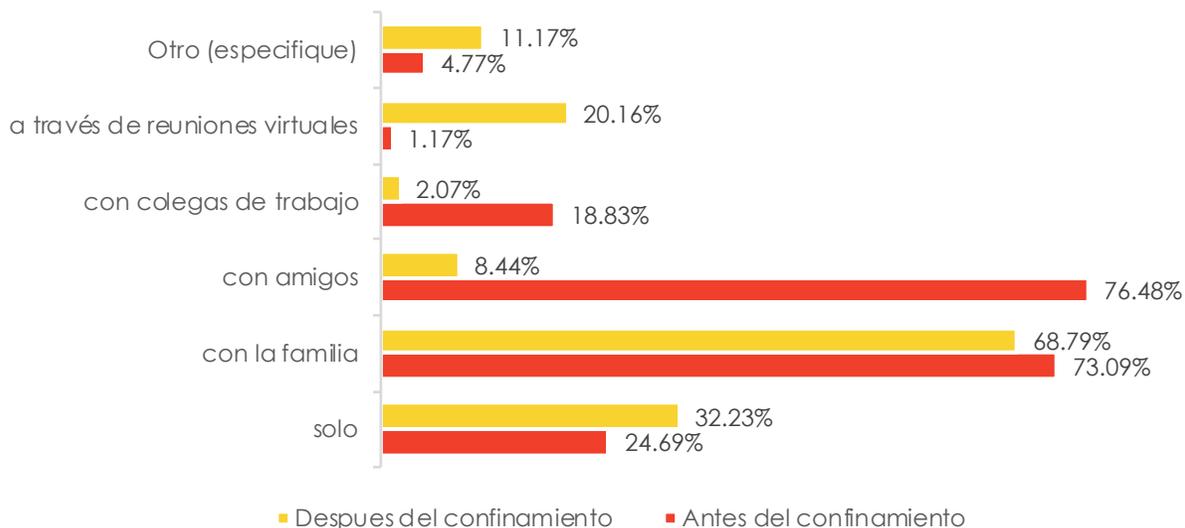
Q9. Incremento del gasto en la compra de bebidas alcohólicas durante el confinamiento



Q12. Razones para el consumo de vino



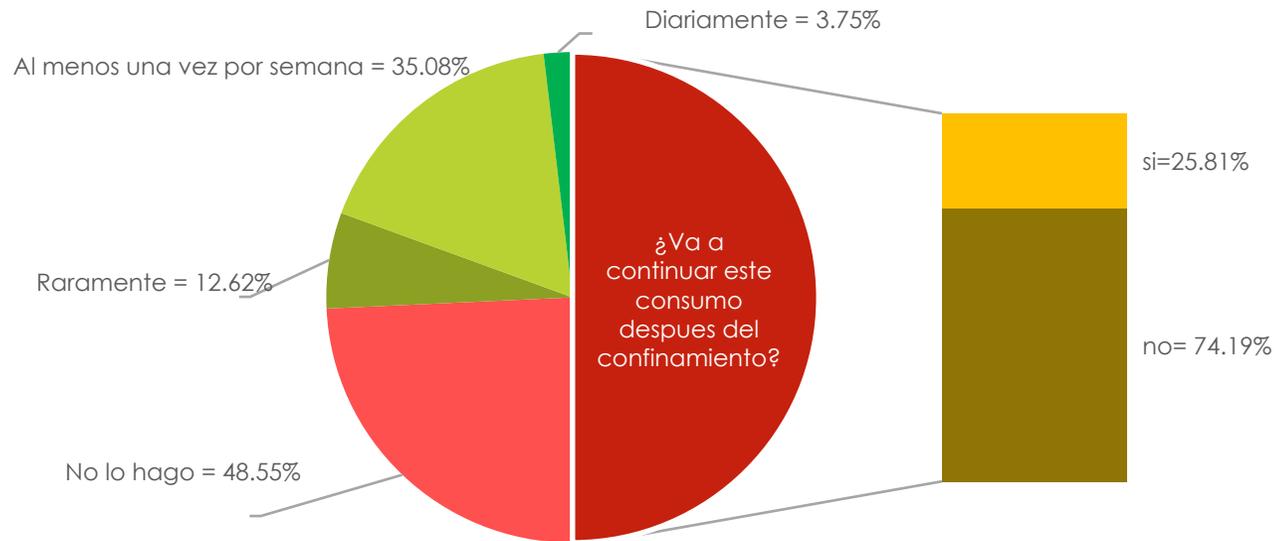
Q10e11. Consumo de vino antes y después del confinamiento



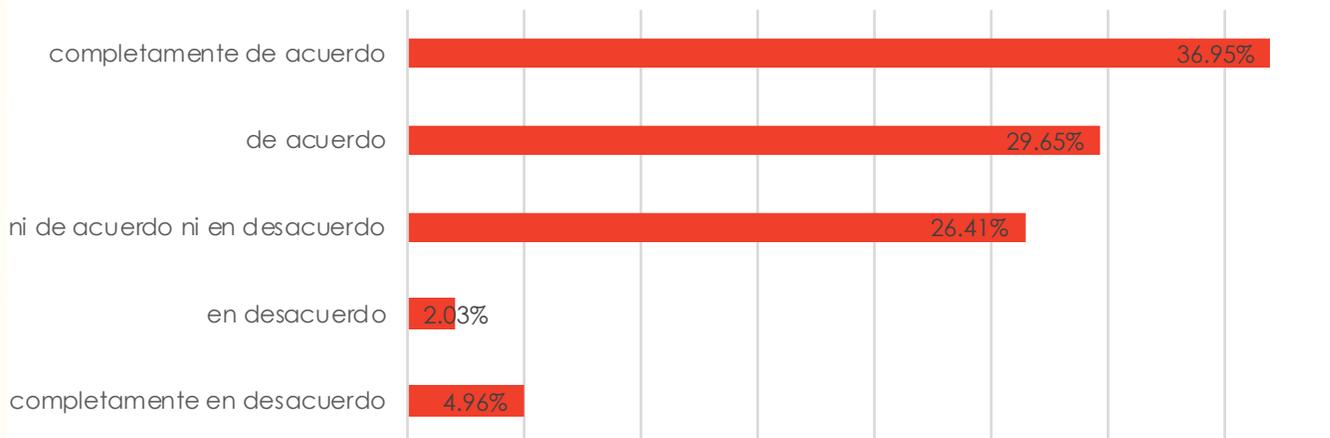
Durante el confinamiento

- El gasto en bebidas alcohólicas no ha aumentado:
 - Licores: para el 94% de la muestra
 - Cerveza: para el 73% de la muestra
 - Vino: la bebida con mayor número de personas (32%) que responden que aumentaron el gasto en vino durante el confinamiento
- El consumo de vino ha disminuido en el ámbito social, en contraste con el consumo de forma individual y en reuniones digitales

Q13. Reuniones digitales para el consumo de bebidas con familia y amigos durante el confinamiento



Q18. Desde el confinamiento siento que debo comprar más vino para apoyar a la economía nacional



Q15. Tengo una app de vino en mi smartphone: si



Q16. Desde el comienzo del confinamiento, ha mejorado sus conocimientos sobre vino a través de contenidos online sobre el tema: si



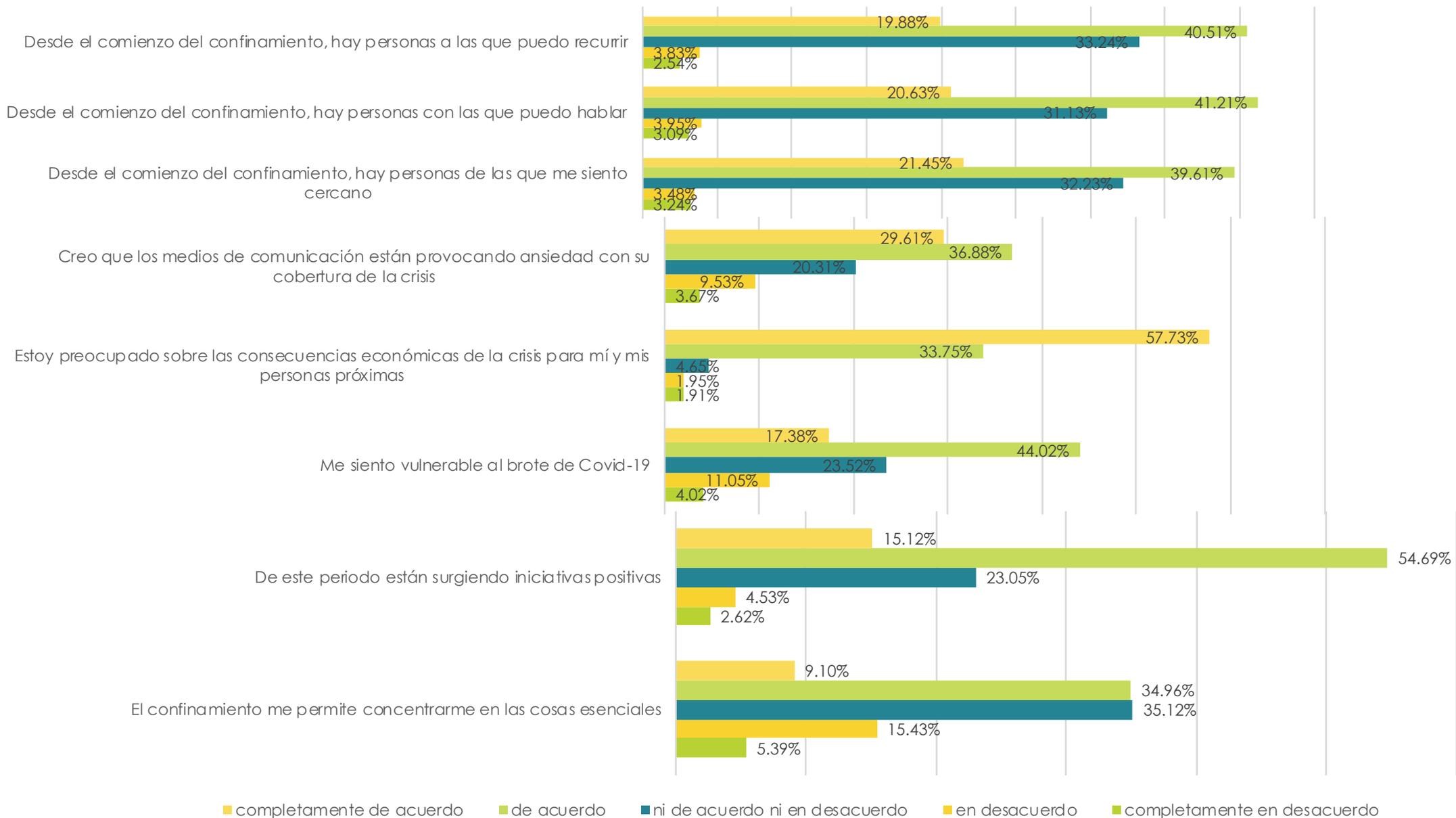
Q17. Desde el inicio del confinamiento, ha recibido ofertas directas y/o mensajes en los medios sociales de las bodegas para la compra de vino online: si



Durante el confinamiento

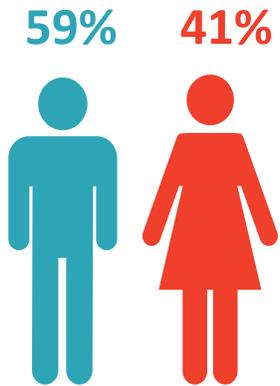
- El 35% de los encuestados han organizado reuniones digitales para beber con la familia o los amigos
 - Solo el 26% de ellos continuará después del confinamiento
- El 37% está de acuerdo o muy de acuerdo en comprar vino local para apoyar a la economía nacional

Nivel de acuerdo con la conexión relacional, los sentimientos y las situaciones de inseguridad

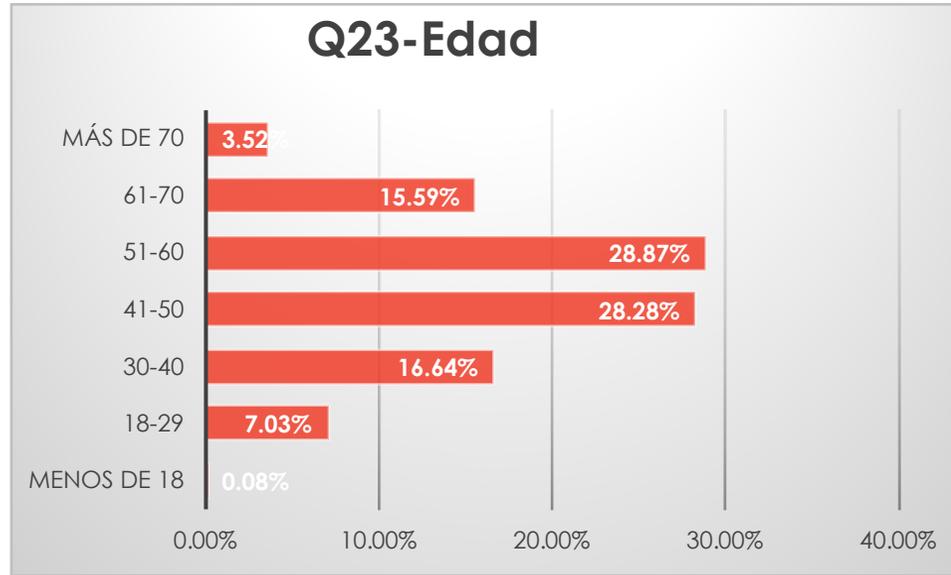


Información demográfica: el 59% son hombres; el 28% de la muestra tiene entre 41 to 50 años, seguido del segmento de edad entre 51 to 60 que representa el 29%; el 62,5% vive en áreas urbanas; el 65% declara que vive con sus ingresos actuales; el 42% trabaja en la administración o el sector servicios; la mitad de los hogares está integrado por 2 adultos sin hijos.

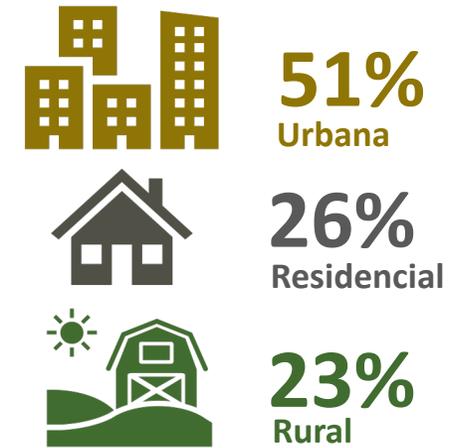
Q22. Género



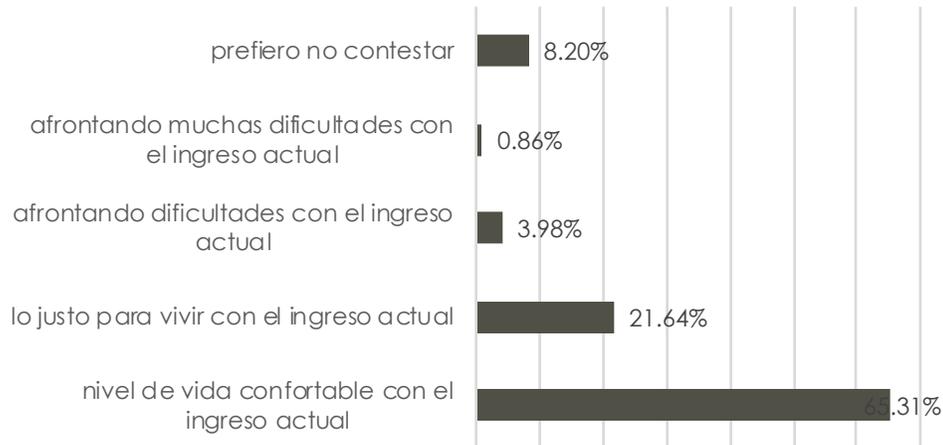
Q23-Edad



Q24. Lugar de residencia



Q25. Ingresos del hogar



Q26. Situación profesional



Q27,28- Número de hijos y adultos en el hogar

