

**ALMC**

**marcas**

**SELECCION**

ESTUDIO SOBRE EL CONSUMO, EL OCIO Y LOS MEDIOS

**Avance 2003**

AIMC

marcas

# Estudio sobre el consumo, el ocio y los medios



Avance **2003**

© AIMC  
AIMC - ASOCIACION PARA LA INVESTIGACION DE MEDIOS DE COMUNICACION  
Capitán Haya, 61  
(entrada por Pedro Moreno, s/n)  
28020 Madrid  
Tel. 91 570 11 74 - Fax 91 570 20 49  
E-mail: [aimc@aimc.es](mailto:aimc@aimc.es)  
<http://www.aimc.es>

Depósito Legal: M-41377-2003  
Imprime SERSA  
C/ Hermanos Pinzón, 4  
28036 Madrid  
Tel. 91 563 41 48 - Fax: 91 562 59 22  
E-mail: [sersa@sersarep.com](mailto:sersa@sersarep.com)

# ÍNDICE

- PRESENTACIÓN.....	3
- FICHA TÉCNICA .....	4
- INTERPRETACIÓN DE LOS INDICADORES.....	6
- RESULTADOS .....	9
- Sección 9.- Los medios de comunicación.....	9
- Sección 1.- La alimentación y las bebidas en su hogar.....	39
- Sección 2.- Los productos y artículos para el hogar y la decoración.....	65
- Sección 11.- El comercio y sus compras.....	81
- Sección 7.- Lo que usted consume personalmente .....	93
- Sección 12.- Servicios financieros, seguros y el automóvil .....	121
- Sección 3.- Ropa, calzado y juguetes infantiles y artículos para puericultura.....	139
- Sección 10.- Viajes, vacaciones, deporte y tiempo libre .....	147
- Sección 6.- Ropa y calzado. Sección para mujeres .....	165
- Sección 5.- Ropa y calzado. Sección para hombres .....	177
- Sección 13.- Aseo, belleza y salud.....	189
- Sección 8.- Los equipamientos personales y de la casa .....	219
- Sección 4.- Un día en su vida (Empleo del tiempo) .....	241
- Sección 14.- Empleo, estudios y otras opiniones.....	249
- Sección 15.- Características sociodemográficas.....	259

## NOTA:

El cuestionario, y por lo tanto el informe, está organizado en secciones, (clasificación de primer nivel) y cada sección incluye un conjunto de categorías (clasificación de segundo nivel). La numeración de las secciones no corresponde necesariamente al orden en el que aparecen en el cuestionario ni al orden en este informe (que respeta el del cuestionario). La numeración de las categorías que se incluyen dentro de cada sección es estrictamente secuencial.

## PRESENTACIÓN

- El estudio AIMC-Marcas se enmarca dentro de la categoría de estudios "media-producto", de amplio uso en prácticamente todos los países desarrollados y que cuenta en España con los antecedentes del SIMM que, realizado por TNS, comenzó su andadura en 1992 y del TGI, promovido por BMRB, que nace en 1969 en Inglaterra y llega a España en 1999.
- Este tipo de estudios trata de combinar en una base de datos "single source" la información sobre la exposición de la población a los medios de comunicación, sus consumos para una larga lista de productos y marcas, sus estilos de vida y sus actitudes ante el consumo, los propios medios y la sociedad. Su utilización como instrumento de segmentación y análisis, definición de targets muy precisos, etc, a los efectos de optimizar las estrategias de la planificación publicitaria y la política comercial de los medios se hace más indispensable cada día.
- La muestra anual del estudio AIMC-Marcas es de 10.000 entrevistas y cubre la población de 14 años y más residente en Península, Baleares y Canarias.
- El informe que aquí se presenta corresponde al trabajo de campo realizado durante la primera mitad de 2003 y constituye un avance de los resultados anuales globales del estudio de 2003, que se distribuirá a comienzos de 2004. Este informe está confeccionado en base a 5.268 entrevistas y, excepcionalmente, se circunscribe a Península y Baleares, por lo que no incluye ni en muestra ni en Universos a la población canaria, que si se incluirá en el informe anual.
- Por encargo de AIMC y siguiendo las directrices del Grupo de Trabajo de AIMC- Marcas (constituido dentro de AIMC para el desarrollo y el control del proyecto), este estudio ha sido realizado por TNS en todas sus fases (construcción del cuestionario, diseño muestral, envío y recepción de cuestionarios, validación de la información, cálculo de los factores de expansión, configuración del editing en papel y en formato electrónico, etc).

## FICHA TÉCNICA

### UNIVERSO:

- Individuos de 14 y más años residentes en hogares del territorio peninsular e Islas Baleares. Se excluye por lo tanto Ceuta, Melilla y Canarias. Dicho universo asciende en miles de individuos a 33.308, de los cuales 16.537 corresponden a hombres y 17.271 a mujeres.
- Se distingue entre las personas que cumplen el rol de Amas/os de casa y los que cumplen otros roles. El universo en miles de individuos de Amas/os de casa es de 13.739.

### DISEÑO MUESTRAL:

- Afijación proporcional por zonas geográficas, hábitat, rol familiar, sexo, edad, clase social y tamaño de hogar.
- Tamaño muestral: 5.268 entrevistas útiles, una vez que se pasaron los filtros de validación a los 5.789 cuestionarios recibidos.
- Técnica de la entrevista: Postal con cuestionario autoadministrado.
- Fuentes para la captación de entrevistados:
  - Access-Panel de TNS.
  - Submuestra de EGM formada por aquellos entrevistados que manifestaron su disposición a colaborar en otros estudios.
- Fechas del trabajo de campo:
  - Envío del primer cuestionario: 9 de Junio.
  - Envío de la carta recordatoria: 12 de Agosto.
  - Recepción del último cuestionario admitido: 22 de Agosto.
- Cuestionarios:
  1. El contenido del cuestionario, definido por el Grupo de trabajo de AIMC- Marcas y en cierto modo tributario de los cuestionarios utilizados por el EGM, el SIMM y el TGI, se compone de las siguientes secciones en su versión más amplia, la destinada a Amas/os de casa:
    1. La alimentación y las bebidas en su hogar.
    2. Los productos y artículos para el hogar y la decoración.
    3. Ropa, calzado y juguetes infantiles y artículos para puericultura.
    4. Un día en su vida. Empleo del tiempo.
    5. Ropa y calzado - Sección para hombres.
    6. Ropa y calzado - Sección para mujeres.
    7. Lo que usted consume personalmente.
    8. Los equipamientos personales y de la casa.
    9. Los medios de comunicación.
    10. Viajes, vacaciones, deporte y tiempo libre.
    11. El comercio y sus compras.
    12. Servicios financieros, seguros y el automóvil.
    13. Aseo, belleza y salud.
    14. Empleo, estudios y otras opiniones.
    15. Características sociodemográficas.

2. Aquellas personas que poseen el rol de Amas/os de casa deben contestar a las secciones 1, de "La Alimentación y las bebidas en su hogar" y la 2, de "Los productos y artículos para el hogar y la decoración". La distinta extensión de los cuestionarios en función del rol que desempeñe el entrevistado y las dos rotaciones introducidas (distinto orden de las secciones) producen que haya cuatro versiones de cuestionario distintos, dos para Amas/os de casa y otras dos para el resto.
  3. Se incentivó con un regalo en especie a todos aquellos entrevistados que cumplieron correctamente el cuestionario.
- Equilibraje: Para el cálculo de los factores de expansión, se introdujeron en las matrices de equilibraje condiciones referidas a dos grupos de variables.
    - Información Sociodemográfica: edad, sexo, clase social, tamaño de hogar, etc.
    - Audiencia de medios según el EGM (total de cada soporte).
  - Lectura óptica, proceso y construcción de la base de datos: ODEC.
  - Contenido de la base de datos a disposición de los usuarios:
    - Toda la información del cuestionario.
    - Características sociodemográficas de los entrevistados.
    - Tipologías Mosaic.

#### OBSERVACIONES:

- La audiencia de "El Mundo" incorpora también la audiencia de "El Mundo La Crónica de León", "El Mundo El Día de Baleares", "El Mundo La Gaceta de Canarias", "El Mundo El Correo de Burgos" y "El Mundo Huelva Noticias".
- Igualmente, la Audiencia de "El Periódico" incluye la de "El Periódico de Aragón".
- Por otra parte la audiencia de "El Comercio" también incorpora la audiencia de "El Comercio-La Voz de Avilés".
- En el caso de los periódicos diarios que no se editan los siete días de la semana, la audiencia promedio diaria se calcula como media de la audiencia de los días en que se publica, es decir, se eliminan del cálculo las entrevistas del día (o días) en que no aparece el título en cuestión.

#### LOS DATOS INCLUIDOS EN ESTE INFORME:

- Para prácticamente todas las variables de los entrevistados que se han recogido, se proporciona el porcentaje de frecuencia obtenido o penetración. La base para el cálculo de estos porcentajes es siempre el total de nuestro universo excepto en el caso de las secciones:
  1. La alimentación y las bebidas en su hogar.
  2. Los productos y artículos para el hogar y la decoración.
  5. Ropa y calzado - Sección para hombres.
  6. Ropa y calzado - Sección para mujeres.
  13. Aseo, belleza y salud. Subsección para mujeres (categorías 60 a 73).
  13. Aseo, belleza y salud. Subsección para hombres (categorías 74 a 76).

En las secciones 1 y 2, la base es el total de Amas/os de Casa, mientras que en la sección 5 y en la subsección para hombres de la sección 13 es el total de hombres. En la sección 6 y en la subsección para mujeres de la sección 13, la base es el total de mujeres.

## INTERPRETACIÓN DE LOS INDICADORES:

- ¿Qué es audiencia para cada uno de los medios?:

### MEDIOS IMPRESOS:

La variable AIR (Average Issue Readership: lectores de un número medio) es la variable "estrella" en la investigación de medios escritos. Se obtiene a partir de la pregunta de lectura del último período.

1. Se considera como audiencia las declaraciones de lecturas referidas al intervalo de aparición de cada soporte, de esta manera:
  - *Diarios*: Se considera audiencia de un periódico/diario a los individuos que declaran haber leído u hojeado ese diario en el día de ayer, siendo ayer un día promedio.
  - *Suplementos de diarios*: audiencia de suplementos la constituyen los individuos que declaran haber leído u hojeado esa cabecera en los últimos 7 días.
  - *Revistas*: Se considera audiencia de una revista semanal, quincenal, mensual y revistas que salen con menos frecuencia o irregularmente a los individuos que declaran haber leído u hojeado esa revista en la última semana, en los últimos quince días, en el último mes respectivamente o en el último año respectivamente.
  - *Publicaciones universitarias*: La consideración de audiencia de las revistas universitarias varía en función de la periodicidad de las mismas, por lo tanto será la siguiente según el título.
    - *Eccus*: últimos quince días.
    - *Generación 21*: últimos quince días.
    - *La Gaceta Universitaria*: últimos siete días.
    - *Mediacampus*: último mes.
    - *Menos de 25*: últimos quince días.

### RADIO:

Se considera audiencia de radio a los individuos que declaran haber escuchado la radio en el día de ayer aunque sólo fuera unos minutos.

### TELEVISIÓN:

Se considera audiencia de televisión a los individuos que declaran haber visto la televisión en el día de ayer.

**INTERNET:**

Se considera audiencia de Internet a los individuos que hayan accedido a Internet en los últimos 30 días.

**CINE:**

Se considera audiencia en Cine a los individuos que han ido al cine en los últimos siete días.

- Indicadores y conceptos:

1. Medios escritos:

- *Perfil*: distribución porcentual del total de lectores a través de diferentes categorías para una o varias variables. La suma de los datos para todas las categorías de una misma variable tiene que ser 100%, a excepción de los casos en los que las categorías no son disjuntas (hay intersecciones entre las mismas), como puede ser el caso del rol, en el que una misma persona puede ser Amo/a de Casa y Sustentador/a Principal a la vez. Es posible también que la suma no sea 100% si se producen diferencias debidas al redondeo o en el informe no aparecen todas las categorías para una misma variable. Se presenta en las páginas marcadas con %HORIZONTALES.
- *Penetración*: número de lectores expresado en lectores sobre el universo. Se presenta en las páginas marcadas con %VERTICALES.
- *Frecuencia de lectura*: cantidad de números diferentes de una determinada publicación que un lector de la misma suele leer en un intervalo de tiempo. Las bases serán distintas dependiendo del tipo de soporte y se puede ver las mismas en el cuestionario.
- *Lecturas*: se denomina "lectura" al contacto de un individuo con un soporte específico en un período de tiempo determinado. Por tanto, el número de "lecturas" será el número de distintos títulos que el lector puede haber leído en ese período.
- *Acumulación de lectores*: refleja el proceso de aumento de lectores cuando se amplía el período temporal de referencia. El mayor o menor incremento de lectores con el tiempo es función de la mayor o menor fidelidad al soporte. El análisis se extiende hasta un mes para los diarios y hasta seis meses para los suplementos y las revistas.
- *Análisis de duplicaciones*:
  - Por soportes: se distribuye el número de lectores de cada una de las cabeceras según el número de títulos diferentes leídos.
  - Por tipo: se clasifican los lectores según el número de títulos leídos y se procede a cruzar esta información con el tipo de publicación.

## 2. Radio:

- *Tipo de emisión:* de esta manera, se puede clasificar las emisiones en:
  - Generalista
  - Temática
    - a. Musical
    - b. Informativa
    - c. Otras
- *Audiencia acumulada:* se puede conocer la audiencia acumulada en el día de ayer o del último mes, tanto en absolutos como en porcentajes.
- *Perfil*
- *Penetración:* número de oyentes expresado en porcentaje sobre el universo.

## 3. Televisión:

- *Audiencia Acumulada:* se puede conocer el número de personas, en miles y en porcentaje, que ha visto la televisión en un período de tiempo. Siendo este período en el estudio el del día de ayer. Por otra parte, también se indica en tablas el dato de la audiencia acumulada de los canales de pago, tanto del día de ayer como del último año.
  - *Perfil*
  - *Penetración:* número de espectadores expresado en porcentaje sobre el universo.
- Los indicadores incluidos en este informe se refieren únicamente a penetración.

## SECCIÓN 9

# LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



## Los medios de comunicación

En este capítulo le pediremos que nos cuente sus hábitos personales de lectura de prensa escrita y de audiencia de radio, televisión y cine. También le preguntaremos por internet y sus preferencias y opiniones sobre los medios de comunicación.

### Nota

Es muy importante que las secciones de prensa escrita, radio, televisión y cine las cumplimente en un mismo día de la semana, día que va indicado en las instrucciones que acompañan a este cuestionario

### EL DÍA DE LA SEMANA EN EL QUE SE CUMPLIMENTAN LOS CAPÍTULO DE PRENSA ESCRITA, RADIO, TELEVISIÓN Y CINE

1

1 Antes de contestar esta sección dedicada a la prensa escrita, anote el día de la semana en el que está relleniéndola. Le agradeceremos que conteste este apartado y los de radio, Televisión y Cine en un mismo día.

Lunes - % 01  
 Martes - % 02  
 Miércoles - % 03  
 Jueves - % 04  
 Viernes - % 05  
 Sábado - % 06  
 Domingo - % 07

### SUS OPINIONES SOBRE INTERNET

2

1	Pensando en Internet, díganos qué opina de las frases siguientes (una respuesta por línea)	Totamente de acuerdo 01	Más bien de acuerdo 02	Más bien en desacuerdo 03	Totamente en desacuerdo 04	No he accedido nunca a Internet 05
01	Internet ahorra a la gente un montón de tiempo	23,1%	46,6%	10,8%	3,7%	
02	Internet va a cambiar el estilo de vida de las personas	21,3%	49,9%	11,7%	1,7%	
03	Comprar y pagar a través de Internet es seguro	2,0%	10,8%	50,0%	20,5%	
04	Internet es una herramienta imprescindible en el trabajo, en el estudio	21,0%	44,3%	14,5%	3,4%	
05	Suelo visitar una Web si la veo anunciada	1,3%	11,5%	17,3%	11,7%	46,5%
06	Yo uso más el correo electrónico (e-mail) que el teléfono	2,1%	4,7%	15,0%	19,6%	46,5%
07	Utilizaría Internet para conocer gente	3,8%	14,4%	26,5%	36,4%	
08	Yo nunca utilizaría Internet	7,6%	9,3%	26,7%	38,8%	
09	En el futuro compraré la música sólo a través de internet	0,9%	7,3%	27,8%	46,4%	

SUS PUNTOS DE VISTA

8

1 ¿Refleja cada una de las siguientes afirmaciones su modo de actuar o de pensar?

		Si 01	No 02
01	Generalmente me gusta la publicidad	35,4%	52,2%
02	La publicidad me ayuda a hacer las mejores compras	20,4%	65,8%
03	En la TV, me gusta ver partidos/carreras patrocinadas por las empresas	22,9%	63,2%
04	La publicidad sólo está dirigida a deseos sin sentido, necesidades superfluas	41,2%	44,2%
05	Mi pasatiempo favorito es ver la televisión	25,0%	63,2%

SUS OPINIONES SOBRE LOS PERIÓDICOS Y LAS REVISTAS DE INFORMACIÓN GENERAL

9

1 Pensando en periódicos y revistas de información general, cuando tengo que elegir entre la prensa que existe prefiero leer los periódicos / las revistas que... (Tres respuestas posibles...)

01	Los /las que tienen una ideología y unas opiniones similares a la mía	26,9%
02	Los / las que tienen un gusto y un estilo parecido al mío	29,6%
03	Los / las que son más importantes, tienen más prestigio	9,9%
04	Los / las que prefiere la mayoría de las personas	2,4%
05	Los / las que son más imparciales, objetivas y creíbles	49,0%
06	Los / las que mejor defienden los valores morales básicos y estables	16,5%
07	Los / las que están más a mi alcance, las que entiendo mejor	36,9%
08	Los / las que promueven valores de progreso, modernidad, cambio	15,0%
09	Los / las que son más entretenidas	41,9%

SUS OPINIONES SOBRE LA TELEVISIÓN

35

1 Pensando en la televisión, cuando tengo que elegir entre los distintos canales de televisión que existen, prefiero ver ... (Tres respuestas posibles)

01	Los que tienen una ideología y unas opiniones similares a la mía	19,7%
02	Los que tienen un gusto y un estilo parecido al mío	36,8%
03	Los más importantes, los que tienen más prestigio	8,5%
04	Los que prefiere la mayoría de las personas	2,4%
05	Los más imparciales, objetivos y creíbles	42,2%
06	Los que mejor defienden los valores morales básicos y estables	17,0%
07	Los que están más a mi alcance, los que entiendo mejor	24,0%
08	Los que promueven valores de progreso, modernidad, cambio	15,0%
09	Los más entretenidos	58,8%



SUS OPINIONES SOBRE LA RADIO

40

1 Pensando en la Radio, cuando tengo que elegir entre las distintas emisoras de radio que existen prefiero oír... (Tres respuestas posibles)

01	Las que tienen una ideología y unas opiniones similares a la mía	23,3%
02	Las que tienen un gusto y un estilo parecido al mío	38,4%
03	Las más importantes, las que tienen más prestigio	10,8%
04	Las que prefiere la mayoría de las personas	2,5%
05	Las más imparciales, objetivas y creíbles	42,7%
06	Las que mejor defienden los valores morales básicos y estables	15,9%
07	Las que están más a mi alcance, las que entiendo mejor	24,2%
08	Las que promueven valores de progreso, modernidad, cambio	13,4%
09	Las más entretenidas	59,5%

SUS PUNTOS DE VISTA

43

1 Por favor, díganos, hasta qué punto está usted de acuerdo con las siguientes frases señalando la casilla apropiada.		Total mente de acuerdo 01	Bastante de acuerdo 02	Ni acuerdo ni en des-acuerdo 03	Bastante en des-acuerdo 04	Totalmente en des-acuerdo 05	No aplicable 06
01	Me siento bombardeado/a por la publicidad	46,3%	34,4%	11,8%	1,5%	1,0%	1,0%
02	Los servicios de televisión interactiva me parecen una buena idea	4,1%	23,2%	46,0%	5,9%	3,0%	9,4%
03	Suelo comprar productos de empresas que patrocinan programas de televisión	0,8%	5,9%	33,2%	22,4%	21,3%	10,0%
04	Merece la pena tener los suplementos a color de los periódicos	7,4%	28,7%	35,0%	10,4%	6,5%	6,3%
05	Leo los periódicos diarios más como un entretenimiento que por las noticias	2,7%	12,5%	20,6%	27,5%	19,2%	11,3%
06	Confío en los periódicos para mantenerme informado	18,2%	35,7%	19,0%	6,4%	5,2%	9,4%
07	No puedo evitar comprar revistas	2,1%	8,6%	16,5%	19,4%	33,7%	13,7%
08	No cambiaría el periódico que leo	15,4%	19,5%	26,6%	6,6%	8,7%	17,9%

SUS PUNTOS DE VISTA

45

1 Por favor, díganos, hasta qué punto está usted de acuerdo con las siguientes frases señalando la casilla apropiada.		Total mente de acuerdo 01	Bastante de acuerdo 02	Ni acuerdo ni en des-acuerdo 03	Bastante en des-acuerdo 04	Totalmente en des-acuerdo 05	No aplicable 06
01	Leo las páginas de economía del periódico	7,0%	9,2%	22,7%	13,6%	18,8%	20,2%
02	No estoy interesado en la orientación política que pueda tener mi periódico	7,9%	15,6%	26,7%	15,8%	11,7%	13,4%
03	Las secciones extras de los periódicos los hacen más interesantes	5,0%	31,9%	32,9%	7,9%	3,3%	8,9%
04	Normalmente echo un vistazo a los periódicos gratuitos que recibo en mi casa	11,8%	39,9%	17,3%	5,5%	4,8%	11,2%
05	Rara vez reparo en los anuncios de los periódicos y revistas	8,9%	21,2%	33,9%	14,8%	4,8%	7,0%
06	Creo más en lo que dice el periódico local que en los periódicos nacionales	5,0%	13,9%	40,9%	13,2%	8,2%	8,8%
07	Cuando busco ofertas en las tiendas, siempre consulto primero el periódico local	2,3%	9,0%	23,4%	21,4%	19,0%	14,8%
08	El periódico local tiene un gran valor porque cubre las noticias locales	16,3%	41,6%	20,0%	3,3%	1,9%	7,7%
09	Siempre escucho la radio cuando voy en el coche	21,8%	22,0%	17,0%	7,9%	8,8%	13,4%

SUS OPINIONES SOBRE LA RADIO

47

1 ¿Y qué piensa de las siguientes frases?		Totalmente de acuerdo 01	Algo de acuerdo 02	Ni de acuerdo ni en des-acuerdo 03	Algo en desacuerdo 04	Totalmente en des-acuerdo 05
01	La radio me hace compañía	54,4%	19,0%	13,1%	2,6%	4,0%
02	Me gusta mover el dial de la radio y elegir aquello que más me interesa en cada momento	20,0%	24,1%	18,4%	12,2%	16,6%
03	Cuando escucho la radio me gusta un determinado locutor y no me importa la cadena o emisora en la que está	16,9%	16,8%	29,9%	12,6%	16,2%
04	Me gusta tener la radio encendida siempre, incluso cuando hay temas que no me interesan mucho	9,0%	14,5%	18,5%	22,5%	28,1%
05	Lo bueno de la radio es el contraste de opiniones que al final, te ayuda a formar tu propia opinión sobre los temas	19,8%	27,7%	30,4%	6,5%	7,5%
06	Escucho la radio para pasar el rato	16,9%	31,2%	21,5%	13,3%	8,6%
07	Siempre que pongo la radio lo que busco es escuchar música	20,9%	19,6%	18,2%	13,8%	19,5%
08	Las emisoras de radio deben ser imparciales y representar todas las opiniones	51,0%	21,8%	14,7%	2,1%	2,2%
09	La forma de pensar es muy importante a la hora de elegir una emisora	22,3%	26,0%	35,4%	4,6%	3,6%
10	La radio me ayuda a reflexionar	12,6%	27,0%	37,7%	6,5%	8,2%
11	La radio estimula la imaginación	17,9%	33,1%	29,9%	5,4%	6,0%
12	Tengo una cadena preferida, que escucho siempre aunque cambien los locutores de sus programas	32,6%	22,1%	22,2%	7,3%	8,1%
13	La radio es imprescindible en mi vida	11,1%	19,2%	27,6%	13,2%	20,8%
14	La radio es el medio que más despierta la emoción	9,3%	18,5%	39,3%	10,8%	13,7%
15	De la radio, mis preferidas son las emisoras musicales	24,7%	15,5%	19,5%	13,1%	19,3%

SUS OPINIONES SOBRE EL CINE

50

1	Pensando en el cine, díganos qué opina de las frases siguientes (una respuesta por línea)	⇒⇒	Totalmente de acuerdo	Más bien de acuerdo	Más bien en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
			01	02	03	04
01	Es posible que me saque una tarjeta de abonado para ir al cine		2,1%	6,8%	23,6%	58,9%
02	Para mí el cine es la ocasión de encontrarme con los amigos		2,7%	13,6%	28,2%	46,3%
03	Después de ir al cine, me gusta beber una cerveza o ir a un restaurante con los amigos		7,9%	26,0%	20,9%	35,7%
04	Elijo las películas en función de los actores y/o el director, cualquiera que sea la historia		4,6%	16,8%	31,1%	37,2%
05	Me gusta ver los anuncios de publicidad en el cine		2,8%	9,5%	26,7%	51,5%
06	Cuando me gusta una película, luego me compro su versión en vídeo o DVD		4,4%	11,8%	22,0%	51,9%
07	Cuando me gusta la música de una película, luego me compro su CD o cassette		2,6%	17,2%	22,7%	46,4%
08	Prefiero ver las películas en salas pequeñas		6,0%	25,9%	25,8%	31,8%
09	Escojo la película en función de las críticas		2,8%	20,6%	29,3%	37,0%
10	Me gusta ver las películas en versión original subtitulada		2,8%	7,3%	21,4%	58,3%

SUS PUNTOS DE VISTA

52

1	Por favor, díganos, hasta qué punto está usted de acuerdo con las siguientes frases señalando la casilla apropiada.	⇒⇒	Total mente de acuerdo	Bastante de acuerdo	Ni acuerdo ni en des-acuerdo	Bastante en des-acuerdo	Totalmente en des-acuerdo	No aplicable
			01	02	03	04	05	06
01	Prefiero ver los programas de TV cuando los emiten que en una grabación de vídeo		27,5%	28,0%	27,0%	4,8%	5,6%	4,0%
02	Encuentro interesante la publicidad en televisión es interesante y con frecuencia me proporciona un tema para hablar		1,9%	8,4%	26,9%	25,1%	27,2%	7,1%
03	Me molesta casi toda la publicidad de televisión		22,0%	25,6%	22,7%	14,9%	8,8%	2,7%
04	Creo que la mayoría de la publicidad que aparece en televisión es engañosa		15,3%	30,0%	32,0%	12,5%	5,3%	1,6%
05	La proliferación de canales está mermando la calidad de la televisión		13,3%	30,7%	33,9%	10,6%	5,7%	1,5%
06	Me gusta la idea de la televisión digital		10,0%	25,9%	41,0%	6,5%	4,7%	7,7%
07	Estoy deseando disponer de servicios de televisión como es la compra en casa		1,2%	4,3%	26,7%	22,0%	30,6%	10,6%
08	Soy adicto a la televisión		2,6%	8,0%	21,9%	18,9%	38,9%	6,1%
09	Escucho la radio principalmente para sentirme acompañada/o		11,9%	26,2%	24,1%	11,8%	13,8%	9,2%

SUS PUNTOS DE VISTA

55

1	Por favor, díganos, hasta qué punto está usted de acuerdo con las siguientes frases señalando la casilla apropiada.	⇒⇒	Total mente de acuerdo	Bastante de acuerdo	Ni acuerdo ni en des-acuerdo	Bastante en des-acuerdo	Totalmente en des-acuerdo	No aplicable
			01	02	03	04	05	06
01	Siempre pongo más atención a la radio cuando emiten las noticias		29,0%	25,5%	19,5%	5,5%	7,6%	8,8%
02	Prefiero la radio local porque cubre las noticias locales		15,2%	27,6%	29,9%	6,9%	6,5%	9,2%
03	Normalmente me fijo en los anuncios de la radio		1,1%	6,9%	31,8%	23,8%	20,1%	10,4%
04	Escucho la radio todos los días		35,7%	22,2%	9,9%	6,0%	11,1%	10,5%
05	De la publicidad espero que sea entretenida		8,0%	23,5%	31,3%	6,8%	11,5%	13,2%
06	Me gusta más ver películas en el cine que en la televisión		24,2%	15,3%	23,9%	11,1%	12,7%	7,7%
07	Normalmente me fijo en la publicidad que hay en los taxis		0,9%	2,9%	16,8%	18,7%	38,8%	16,5%
08	Con frecuencia me fijo en la publicidad que llevan los autobuses		1,6%	10,3%	21,1%	19,2%	31,0%	11,4%
09	Con frecuencia me fijo en la publicidad que hay en las paradas de autobús		1,6%	13,9%	24,8%	15,6%	27,3%	10,2%
10	Normalmente me percató de los anuncios publicitarios en vallas que hay a los lados de la carretera		2,4%	20,3%	26,4%	15,7%	21,5%	8,7%
11	Unos soportes de publicidad exterior bien diseñada pueden mejorar el paisaje urbano		3,5%	14,1%	25,9%	18,0%	27,3%	6,4%
12	Tengo intención de usar Internet en los próximos 12 meses		19,8%	10,2%	12,4%	4,3%	26,4%	22,0%
13	Voy al cine regularmente		8,0%	11,4%	13,8%	12,4%	29,5%	19,7%
14	Considero que la publicidad es una pérdida de tiempo		12,2%	15,9%	39,1%	14,3%	8,3%	4,9%
15	Cuando necesito información el primer sitio donde busco es en Internet		5,8%	8,0%	13,4%	9,5%	30,0%	27,8%
16	Siempre elijo que mi nombre no figure en listas de mailings		12,3%	11,6%	25,1%	4,0%	9,0%	31,7%

## SECCIÓN 1

# LA ALIMENTACIÓN Y LAS BEBIDAS EN SU HOGAR

Base: Total de Amas/os de casa



## La alimentación y las bebidas en su hogar

Ya sabemos que la comida no se prepara sola y que además hay que hacer la compra y organizar el frigorífico. Pues, adelante y cuéntenos lo que comen y beben en su casa.

Y, por favor, también aquí necesitamos conocer sus opiniones: ¿comer es un placer o sólo es una necesidad?, ¿comida moderna o tradicional? Cuéntenos, cuéntenos....

También hablaremos de los bebés. Nos interesa mucho todo lo que tiene que ver con ellos.

Por ejemplo: ¿cómo es su alimentación? ¿qué productos utilizan para su cuidado?

### LOS NUEVOS PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN

1

1 ¿Qué tipo de nuevos productos de alimentación le interesan más a usted? (Tres respuestas posibles)		
01	Los que ayudan a tener buen aspecto personal	15,6%
02	Los que dan energía	25,5%
03	Los que son para mantenerse en forma	15,5%
04	Los adelgazantes	6,2%
05	Los que son para mantener la línea	9,7%
06	Los que son buenos para la salud	91,3%
07	Los que me cuiden por dentro	41,2%
08	Los que tengan sabores nuevos	6,6%
09	Los que son para una alimentación vegetariana	1,5%
10	Los que provengan de la agricultura biológica	12,4%
11	Los que tengan sabor casero	61,4%

## SECCIÓN 2

# LOS PRODUCTOS Y ARTÍCULOS PARA EL HOGAR Y LA DECORACIÓN

Base: Total de Amas/os de casa



## Los productos y artículos para el hogar y la decoración

¿Cómo tenemos el armario de productos de limpieza? ¿es usted currante o soñadora? Díganos qué ha comprado y cuáles son sus preferencias. Le agradecemos que nos ayude a hacer un buen trabajo. Y ¡cuántas cosas hay para contar de nuestra casa!, ¿el interior de su hogar es clásico o moderno?, ¿cómo es su entorno cotidiano?.

### SUS OPINIONES SOBRE EL HOGAR

1

1 ¿Qué piensa usted de las siguientes frases? (Una sola respuesta por línea)		Totamente de acuerdo 01	Más bien de acuerdo 02	Más bien en desacuerdo 03	Totamente en desacuerdo 04
01	Espero siempre al último momento para hacer las tareas del hogar	3,3%	12,3%	45,1%	38,2%
02	Un hogar demasiado impecable es un hogar sin vida	6,7%	31,9%	37,2%	22,5%
03	Prefiero que haya un poco de polvo en mi hogar y tener tiempo libre	9,2%	39,2%	33,1%	17,1%
04	No quiero pasar mucho tiempo ocupándome de la limpieza	10,5%	49,0%	27,2%	12,0%

### SUS OPINIONES SOBRE LOS PRODUCTOS PARA EL HOGAR

2

1 ¿Qué piensa usted de las siguientes frases? (Una sola respuesta por línea)		Totamente de acuerdo 01	Más bien de acuerdo 02	Más bien en desacuerdo 03	Totamente en desacuerdo 04
01	Compro los productos de limpieza del hogar rápidamente y sin pensar mucho	8,7%	27,7%	49,9%	12,9%
02	Es importante que un producto limpiador sea además desinfectante	31,9%	60,2%	6,8%	0,4%
03	Para limpieza, prefiero 1 ó 2 productos multiuso / para todo	13,3%	49,1%	31,7%	5,0%
04	Me gustan los envases prácticos y fáciles de usar	41,4%	54,9%	2,4%	0,3%
05	Me gustan los productos que huelen bien	46,2%	49,4%	3,4%	0,2%
06	Todas las marcas son iguales	2,7%	18,8%	60,5%	16,3%
07	Aprovecho sobre todo las promociones	17,5%	40,5%	32,5%	7,9%
08	Compro siempre los mismos productos	15,9%	58,7%	21,6%	2,6%
09	Aunque uses productos modernos, hacer la limpieza es una carga	29,8%	52,4%	14,6%	2,0%
10	Me aseguro de que los productos que compro no sean peligrosos para la naturaleza	28,0%	52,6%	15,0%	1,6%
11	Los nuevos productos que van apareciendo hacen más rápida y fácil la limpieza	16,6%	59,5%	19,7%	1,5%
12	Busco, sobre todo, productos que duren y que cundan	23,0%	60,5%	12,5%	1,6%
13	En los productos de limpieza hay que vigilar que no dañen lo que se limpia	50,0%	45,7%	1,9%	0,8%
14	Busco productos de limpieza que no sean agresivos para mí, para mi piel	44,2%	47,7%	6,5%	0,3%
15	Se obtienen mejores resultados con productos especializados para cada uso	24,8%	46,7%	25,3%	1,8%

## SECCIÓN 11

### EL COMERCIO Y SUS COMPRAS



## El comercio y sus compras

Para algunos, lo de comprar es una carga, y para otros, un placer. ¿A dónde suele ir usted? ¿Cuáles son los pequeños detalles que hacen que un establecimiento le guste más que otro?

### SUS PUNTOS DE VISTA


14

1 ¿Refleja cada una de las siguientes afirmaciones su modo de actuar o de pensar? ⇒⇒		Sí 01	No 02
01	A menudo compro cosas inútiles	13,3%	83,4%
02	Si me gusta algo lo compro sin tener en cuenta el precio	24,4%	72,0%
03	En nuestra casa, planeamos la compra semanal cuidadosamente	47,4%	48,7%
04	Habitualmente elijo los productos más baratos	35,5%	60,9%
05	Me gusta cambiar de marca	27,0%	69,4%
06	Con frecuencia compro por impulso cosas que no había pensado comprar	26,8%	69,2%
07	Sólo compro productos de confianza, aquellos que conozco	72,6%	23,6%
08	Si veo un producto nuevo en la tienda/supermercado, a menudo lo compro	20,8%	75,3%
09	Sólo compro productos de buena calidad para mi casa y para mi mismo	79,0%	17,4%
10	A menudo compro un producto porque me gusta su envase	6,6%	89,8%
11	Cuando compro ropa me preocupo más por el estilo y atractivo que por la calidad	28,3%	67,5%
12	Normalmente compro cosas en tiendas cercanas a mi casa	65,7%	30,5%
13	Me gusta comprar	53,9%	42,1%
14	Cuando hago la compra prefiero que me despachen a servirme yo mismo	33,1%	62,5%
15	Cuando compro, siempre compro mucho	16,2%	79,4%
16	Cuando hago la compra suelo comprobar la fecha de caducidad de los productos	81,5%	14,6%
17	A menudo utilizo el teléfono para encargar comida	5,2%	90,6%
18	Suelo comprar en las mejores tiendas	30,7%	64,8%
19	Sólo voy a tiendas con dependientes amables/educados	44,1%	51,5%
20	Me gusta mirar escaparates y mirar tiendas	57,5%	38,0%
21	La mayoría de las veces considero comprar productos baratos cuando compro productos de limpieza	34,5%	61,1%



## SUS OPINIONES SOBRE LOS LUGARES DE COMPRA

15

1 ¿Qué opina de las frases siguientes? (Una respuesta por línea) 		Totalmente de acuerdo 01	Más bien de acuerdo 02	Más bien en desacuerdo 03	Totalmente en desacuerdo 04
01	Me gusta estar informado/ a de las promociones, rebajas y ofertas a través de la publicidad	23,2%	50,6%	18,6%	5,2%
02	Paso el menor tiempo posible haciendo la compra	19,9%	49,1%	23,8%	4,0%
03	Me gusta comprar en lugares donde haya mucho para elegir y dejarme llevar por el impulso del momento	9,5%	26,6%	50,1%	10,4%
04	La oferta es tan grande que cada vez cuesta más decidirse	8,2%	42,1%	37,1%	8,6%
05	No me importa comprar en una tienda peor iluminada, desorganizada, de decoración sencilla y menos cuidada, si es más barato	8,5%	25,9%	45,7%	16,6%
06	Prefiero ir a tiendas especializadas más que a lugares donde hay de todo	6,5%	30,5%	52,5%	5,4%
07	Intento encontrar el modo de comprar más baratos los productos de las grandes marcas	20,9%	56,3%	16,8%	2,2%
08	Antes de comprar, busco una idea original. Me gusta ser diferente y sorprender a mis amistades	6,1%	30,6%	48,2%	11,9%
09	El futuro es tener cada vez más servicios a domicilio, sin tener que desplazarse	7,6%	32,4%	44,0%	12,4%
10	En los establecimientos comerciales busco ante todo el consejo y el servicio	9,5%	53,4%	29,4%	3,8%
11	Para mis compras importantes recorro a las facilidades de crédito de las tiendas	6,3%	25,4%	41,3%	22,6%
12	No me fío de los catálogos porque no puedo ver el producto al natural	26,1%	41,7%	23,0%	5,5%
13	No me gusta comprar en tiendas en las que no puedo encontrar las primeras marcas	7,4%	35,9%	45,2%	7,2%
14	Me gusta comprar en tiendas que ofrecen marcas desconocidas porque puedes descubrir oportunidades	5,7%	30,7%	50,2%	10,0%
15	Me gustaría comprar por teléfono y que me lo trajeran a casa	2,2%	9,5%	41,4%	43,0%
16	No me fío de las promociones	4,2%	28,7%	54,2%	8,3%
17	Me da igual pagar un poco más caro si los /las dependientes /as me atienden bien	4,1%	34,7%	47,0%	9,9%
18	Me da igual pagar un poco más caro si gano tiempo haciendo mis compras cerca de casa	6,7%	43,0%	37,9%	6,3%
19	Prefiero acudir a una gran superficie en donde se puede encontrar de todo y pagar una sola vez	18,1%	52,4%	23,8%	2,6%
20	Prefiero pagar al contado	40,2%	43,5%	11,3%	1,6%
21	Me gusta comprar por televisión porque puedo ver el producto como si estuviera en la tienda	0,9%	4,1%	37,3%	54,3%
22	Prefiero las tiendas en donde hay marcas diferentes, porque encuentro enseguida el producto que quiero	21,1%	65,0%	9,0%	1,4%
23	Pienso que las marcas de las propias cadenas ofrecen productos de peor calidad	3,2%	20,6%	57,1%	15,1%
24	Gracias al crédito puedo comprarme más cosas	3,7%	17,9%	41,8%	31,7%
25	Me gusta pasar el tiempo comparando entre marcas	2,2%	24,9%	47,6%	20,3%
26	Valoro el ambiente de las tiendas, su organización, limpieza, decoración, iluminación, música, etc.	21,9%	58,1%	13,7%	2,8%
27	Prefiero comprar por catálogo porque puedo comprar sin moverme de casa	1,5%	4,4%	34,2%	56,6%



SUS PUNTOS DE VISTA

1 Por favor, díganos, hasta qué punto está usted de acuerdo con las siguientes frases señalando la casilla apropiada.		Total mente de acuerdo	Bastante de acuerdo	Ni acuerdo ni en des-acuerdo	Bastante en des-acuerdo	Totalmente en des-acuerdo	No aplicable
		01	02	03	04	05	06
01	Merece la pena pagar un poco más por artículos de calidad	24,3%	50,3%	18,4%	2,3%	1,3%	0,4%
02	Compro productos elaborados en mi país siempre que puedo	16,8%	41,7%	31,7%	3,6%	1,6%	1,0%
03	Estaría dispuesto/a a pagar más por los productos que respetan el medio ambiente	16,2%	45,9%	28,5%	3,1%	1,9%	1,0%
04	Suelo comprar productos de empresas que patrocinan eventos	1,8%	8,0%	53,5%	18,4%	8,4%	6,1%
05	Suelo comprar productos de empresas que patrocinan deportes y equipos	1,3%	5,9%	49,0%	20,4%	10,9%	8,0%
06	Cuando hago la compra para mi hogar calculo hasta el último céntimo de euro	10,8%	26,4%	31,0%	19,1%	5,5%	3,4%
07	Cuando veo una marca nueva suelo comprarla para ver cómo es	1,5%	12,6%	33,5%	32,2%	12,3%	3,9%
08	Decido lo que quiero antes de hacer la compra semanal	16,6%	48,9%	18,6%	6,7%	2,1%	3,5%
09	Siempre busco los precios más bajos cuando voy de compras	8,1%	24,9%	36,5%	20,0%	5,1%	1,8%
10	Siempre utilizo los descuentos de los cupones	7,3%	26,0%	26,6%	21,1%	9,5%	5,7%
11	En conjunto pienso que las marcas bien conocidas son mejores que las marcas propias de la tienda	6,1%	25,6%	35,5%	20,0%	7,1%	1,9%
12	Me encanta hacer cualquier tipo de compra	6,6%	19,9%	29,2%	23,3%	13,4%	3,8%
13	Una vez que encuentro una marca que me gusta tiendo a serle fiel	14,6%	52,7%	20,5%	6,0%	1,2%	1,0%
14	Sólo compro en super que tienen alimentos frescos de buena calidad	17,2%	49,0%	20,6%	4,8%	1,5%	2,5%
15	Suelo participar en los concursos de los paquetes o etiquetas	2,4%	12,6%	24,7%	26,7%	20,8%	8,1%
16	A veces pido productos/servicios/información anunciados en prensa, revistas, radio o TV	1,2%	8,2%	22,0%	29,1%	24,7%	11,2%
17	A veces contesto al correo directo de empresas ofreciendo prod. o servicios	0,7%	5,0%	15,5%	27,1%	33,9%	13,2%
18	Merece la pena pagar un poco más por la comida biológica	5,8%	19,6%	41,5%	13,0%	9,8%	6,0%
19	Hacer la compra de productos de alimentación es aburrido	5,4%	16,5%	37,9%	22,9%	10,6%	2,8%
20	No permitiría que los niños influyeran en lo que compro	8,1%	20,6%	37,3%	16,2%	5,5%	7,1%
21	Siempre busco ofertas especiales	5,6%	30,0%	35,5%	17,2%	5,0%	2,6%
22	Soy un "cazador" de rebajas	3,1%	13,3%	28,7%	27,5%	17,2%	5,6%
23	Tengo la tentación de comprar productos que he visto anunciados	1,8%	9,9%	29,8%	31,5%	17,6%	5,0%
24	Los grandes fabricantes fabrican las marcas propias de la tienda	11,6%	34,3%	36,7%	6,5%	2,3%	3,1%
25	Siempre compro las marcas que prefieren mis hijos	2,2%	16,6%	35,2%	12,8%	6,8%	21,3%
26	Comprar a través de Internet me hace la vida más fácil	1,0%	2,7%	13,4%	15,2%	29,1%	33,4%
27	Estoy dispuesto a pagar más por los productos que hacen la vida más fácil	3,5%	27,8%	34,5%	14,1%	10,4%	5,5%
28	Compraría a través de Internet si hubiera una forma de pago segura	4,0%	12,2%	19,2%	14,6%	19,2%	25,3%
29	Pido consejo a la gente antes de comprar cosas nuevas	2,4%	22,1%	35,0%	19,2%	10,9%	5,5%
30	La gente viene a pedirme consejo antes de comprar cosas nuevas	1,5%	10,0%	33,1%	24,2%	14,7%	9,7%
31	Sólo compro productos de fabricantes con unos principios éticos afines a los míos	3,9%	14,1%	45,5%	11,3%	12,1%	8,7%

## SECCIÓN 7

LO QUE USTED CONSUME  
PERSONALMENTE



## Lo que usted consume personalmente

### SUS PUNTOS DE VISTA

82

1 Por favor, díganos, hasta qué punto está usted de acuerdo con las siguientes frases señalando la casilla apropiada.		Totalmente de acuerdo 01	Bastante de acuerdo 02	Ni de acuerdo ni en desacuerdo 03	Bastante en desacuerdo 04	Totalmente en desacuerdo 05	No aplicable 06
01	La gracia de beber está en emborracharse	0,9%	0,9%	4,4%	11,3%	69,2%	11,5%
02	Me gusta probar productos nuevos	2,4%	16,3%	33,7%	20,2%	19,8%	5,0%
03	Estaría perdido sin mi congelador	20,9%	35,3%	24,3%	8,6%	6,0%	2,7%
04	Rara vez nos sentamos todos juntos a la hora de comer en casa	4,3%	14,2%	12,3%	26,7%	33,4%	6,8%
05	Me gusta comer comida extranjera	2,0%	10,5%	21,0%	26,5%	31,2%	6,1%
06	Normalmente hacemos comidas familiares durante el fin de semana	19,3%	35,0%	21,1%	10,1%	5,1%	6,2%
07	Normalmente no pico entre comidas	15,8%	31,9%	22,9%	19,8%	6,0%	1,4%
08	No tengo tiempo para preparar alimentos y cocinar	5,4%	14,1%	22,8%	26,2%	23,4%	5,3%
09	Los alimentos congelados son tan buenos como los frescos	8,0%	28,4%	27,8%	19,4%	12,3%	1,5%
10	Me encanta la comida preparada para llevar	2,7%	7,4%	23,2%	30,6%	27,7%	5,1%
11	Soy muy goloso	11,1%	24,7%	19,7%	21,1%	17,9%	3,2%
12	Me gusta darme el capricho y tomar alimentos que no son buenos para la salud	4,3%	14,0%	24,8%	28,3%	21,4%	5,1%
13	Leo las etiquetas de los productos de alimentación para ver qué aditivos tienen	14,6%	28,3%	23,9%	18,6%	9,8%	2,5%
14	Me gusta probar recetas nuevas	11,1%	33,9%	33,2%	11,9%	5,6%	2,1%
15	Nunca compraría productos manipulados genéticamente	20,6%	21,9%	33,8%	10,2%	5,4%	4,8%
16	Compro productos de granja cuando puedo	15,6%	36,5%	25,5%	10,8%	3,8%	4,9%
17	La mayoría de las bebidas que tomo las preparo en casa	5,8%	12,5%	25,2%	28,6%	18,5%	6,0%
18	Me gusta probar nuevas bebidas	2,1%	12,2%	31,2%	30,6%	15,6%	5,1%
19	Me gusta salir por la noche	10,4%	20,9%	20,1%	19,9%	20,7%	4,8%
20	Merece la pena pagar un poco más por una buena cerveza	8,2%	27,7%	26,5%	11,0%	11,8%	11,9%
21	Estoy dispuesto a pagar más por el vino de buena calidad	9,8%	30,6%	22,8%	10,7%	11,9%	11,4%
22	Estoy dispuesto a pagar más por los alimentos que no contienen aditivos	16,1%	40,5%	28,7%	6,1%	4,2%	2,3%
23	Siempre pienso en las calorías que tiene lo que como	7,3%	16,9%	30,4%	21,9%	17,3%	2,4%
24	Creo que la comida rápida es una basura	19,1%	27,3%	32,1%	11,0%	5,8%	2,3%
25	Soy vegetariano	0,5%	2,4%	10,4%	15,4%	47,5%	21,1%
26	Debido a mi ritmo de vida, no me cuido tanto como debería	9,0%	27,0%	26,9%	19,1%	12,5%	3,2%

## SECCIÓN 12

SERVICIOS FINANCIEROS, SEGUROS  
Y EL AUTOMÓVIL



## Servicios financieros, seguros y el automóvil

¿Hormiga o cigarra? Nos gustaría saber cómo organizamos nuestros presupuestos, qué inversiones hacemos y qué seguros suscribimos. Ya tenemos que hablar en euros. ¿Nos olvidaremos pronto y fácilmente de las pesetas? ¿Tienen ustedes algún coche en su hogar?

SUS OPINIONES SOBRE EL DINERO Y EL SISTEMA FINANCIERO

15

1 Díganos si está usted totalmente de acuerdo, más bien de acuerdo, más bien en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con las siguientes frases (una respuesta por línea).		Totamente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totamente en desacuerdo
		01	02	03	04
01	En mi cuenta bancaria siempre mantengo un "margen de seguridad" para evitar quedar en descubierto	45,6%	37,6%	6,4%	2,4%
02	Me gusta tener una persona de referencia en mi banco, porque conoce bien mi situación	22,3%	45,2%	19,3%	3,9%
03	No me importa ir viviendo a base de créditos	1,0%	5,8%	32,7%	51,3%
04	En cuestiones económicas vivo al día sin plantearme proyectos de futuro	3,8%	15,8%	39,2%	31,8%
05	Me preocupo por sacarle un rendimiento a mi capital y patrimonio	14,2%	52,4%	19,7%	4,0%
06	Me informo regularmente sobre las tendencias de la economía, el movimiento de la bolsa...	5,8%	21,3%	39,6%	23,2%
07	Hay que pensar en el porvenir, la vejez y ahorrar	24,2%	55,2%	9,6%	2,3%
08	En una época como la nuestra, hay que tener joyas y metales preciosos	1,7%	13,8%	53,6%	21,5%
09	Los objetos de arte son un buen medio de invertir y conservar el capital	4,4%	31,7%	41,5%	12,6%
10	Lo que cuenta es tener un patrimonio inmobiliario	14,1%	55,1%	17,0%	3,8%
11	Es conveniente trabajar con varios bancos para beneficiarse de las competencias entre ellos	5,8%	38,1%	38,3%	8,1%
12	El dinero está hecho para ser gastado	6,6%	47,3%	31,1%	5,4%
13	Me gustan los bancos con sucursales porque prefiero el trato directo	24,5%	58,2%	7,0%	1,2%
14	Estoy al día de todas las novedades en materia de productos financieros	1,7%	14,3%	51,9%	22,5%
15	Para invertir mi dinero lo mejor es utilizar los servicios de un agente de cambio y bolsa	2,0%	16,6%	50,0%	21,4%
16	Me gustan las tarjetas bancarias para comprar y pagar	6,8%	37,4%	26,4%	20,2%
17	Invertir es solo posible para la gente que tienen mucho dinero	22,1%	37,3%	25,9%	5,8%



SUS PUNTOS DE VISTA

17

1 Por favor, díganos, hasta qué punto está usted de acuerdo con las siguientes frases señalando la casilla apropiada.		Totamente de acuerdo	Bastante de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totamente en desacuerdo	No Aplicable
		01	02	03	04	05	06
01	Con una tarjeta de crédito puedo comprar el tipo de cosas que normalmente no podría permitirme	2,0%	8,5%	27,3%	22,8%	20,0%	13,0%
02	Dejo que alguna otra persona de mi hogar se ocupe de las transacciones financieras	7,7%	18,4%	20,8%	19,8%	19,2%	7,3%
03	No se me da bien ahorrar dinero	3,0%	12,8%	24,9%	29,7%	20,6%	2,5%
04	Utilizo mi tarjeta de crédito principalmente por cuestiones de trabajo	1,4%	5,3%	17,9%	20,4%	21,6%	25,6%
05	Tiendo a gastar dinero sin pensarlo	1,1%	5,6%	13,9%	31,7%	36,5%	4,5%
06	Con la tarjeta de crédito gasto más dinero que si no la tuviera	4,8%	11,1%	15,0%	19,2%	21,4%	20,4%
07	Si hay algo que quiero, ahorro para conseguirlo	18,5%	48,0%	19,3%	4,4%	1,7%	1,1%
08	No me gusta la idea de deber dinero	50,5%	30,5%	8,3%	1,8%	1,7%	1,2%
09	Soy muy bueno a la hora de administrar dinero (Se me da bien administrar dinero)	19,6%	40,9%	25,2%	5,0%	1,8%	1,0%
10	Me gusta pagar en efectivo todo lo que compro	29,7%	35,2%	19,7%	6,5%	1,2%	1,2%
11	La posesión de acciones y valores es una inversión demasiado arriesgada para mí	14,3%	27,1%	28,6%	10,1%	3,5%	9,1%
12	Suelo consultar a un asesor financiero profesional antes de tomar ninguna decisión de carácter financiero	5,2%	11,8%	23,4%	16,9%	13,0%	22,8%
13	Tengo más cuidado de lo que solía tener antes a la hora de gastar dinero	14,9%	39,0%	27,2%	5,8%	3,6%	2,4%
14	Es importante tener un buen seguro para todo	8,4%	36,3%	35,5%	5,0%	3,3%	3,8%
15	La seguridad financiera después del retiro es responsabilidad de cada uno de nosotros	13,8%	35,7%	28,2%	7,0%	4,0%	4,1%
16	Estoy más informado sobre los asuntos financieros de lo que solía estarlo	2,7%	17,8%	30,3%	19,3%	14,7%	7,9%
17	Supermercados/minoristas no deben involucrarse en las finanzas personales	9,7%	17,9%	45,1%	5,7%	3,5%	10,8%

SUS OPINIONES SOBRE EL AUTOMÓVIL

32

1 Díganos si está usted totalmente de acuerdo, más bien de acuerdo, más bien en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con las siguientes frases (una respuesta por línea)		Totalmente de acuerdo 01	De acuerdo 02	En desacuerdo 03	Totalmente en desacuerdo 04
01	Me encantaría tener varios coches para diferentes situaciones	11,2%	22,0%	32,7%	19,5%
02	Me mantengo fiel a la misma marca de coches	7,1%	23,3%	43,6%	9,2%
03	Elijo el coche en función de los modelos y no de la marca	4,8%	37,2%	34,9%	5,7%
04	Se deberían suprimir los coches en las ciudades	6,5%	23,2%	44,2%	9,5%
05	Para el mantenimiento habitual, yo no confío más que en un especialista de la marca de mi coche	10,2%	34,1%	31,6%	6,5%
06	Todas las marcas de carburante son igual de buenas	3,7%	36,3%	34,8%	7,4%
07	Es un buen negocio comprar coches de segunda mano / de ocasión en los concesionarios oficiales de los fabricantes	3,2%	28,8%	39,8%	10,7%
08	Leo la prensa automovilística antes de comprar un nuevo coche	4,6%	24,1%	31,3%	22,6%
09	Para mí el servicio que ofrecen las gasolineras es muy importante para elegir las	7,9%	46,3%	22,8%	5,7%

SUS PUNTOS DE VISTA

33

1 Por favor, díganos, hasta qué punto está usted de acuerdo con las siguientes frases señalando la casilla apropiada.		Totalmente de acuerdo 01	Bastante de acuerdo 02	Ni de acuerdo ni desacuerdo 03	Bastante en desacuerdo 04	Totalmente en desacuerdo 05	No Aplicable 06
01	Puedes conocer a una persona por su coche	2,9%	15,3%	33,5%	13,4%	16,0%	4,0%
02	Mi coche sólo está ahí para llevarme de un sitio a otro	12,7%	38,3%	15,4%	8,6%	2,4%	7,0%
03	Básicamente elegiría un coche en función de su aspecto	2,5%	15,6%	28,0%	25,1%	9,3%	4,1%
04	No me interesa lo que ocurre debajo del capó del coche	2,4%	4,7%	13,5%	30,2%	28,8%	4,8%

2 ¿Refleja cada una de las siguientes afirmaciones su modo de actuar o de pensar?		Sí, mucho 01	Bastante 02	Un poco 03	Nada en Absoluto 04
01	Disfruto conduciendo	17,1%	19,9%	18,8%	22,9%
02	Es fundamental que un coche también tenga una buena apariencia	10,9%	42,9%	22,4%	4,1%
03	Si pudiese, me encantaría arreglármelas sin el coche	13,4%	20,8%	26,5%	18,7%
04	Un coche debe expresar la personalidad de su dueño	3,8%	17,3%	31,8%	27,0%
05	Estoy interesado en la mecánica de los coches (motor, etc.)	5,9%	12,1%	25,3%	36,4%
06	Uso mi coche para ir al trabajo	19,8%	10,9%	8,8%	37,0%
07	Uso mi coche para hacer mi trabajo	5,4%	9,0%	10,4%	51,5%
08	Soy posesivo con mi coche	3,9%	11,2%	19,2%	43,0%
09	Para mí, mi coche es como mi segundo hogar	3,1%	8,2%	15,0%	51,3%
10	Hago pequeñas reparaciones en mi coche	3,8%	6,7%	17,2%	49,6%
11	Yo mismo lavo mi coche	18,6%	20,2%	15,5%	23,8%
12	No estoy interesado en el coche y hago todo lo posible por no tener nada que ver con él	3,9%	6,7%	20,2%	46,0%
13	El coche es fundamental para mí para aprovechar al máximo mi ocio	10,2%	22,1%	22,5%	22,6%
14	Siempre que puedo elegir entre el tren y el coche, elijo el tren	5,4%	13,5%	14,3%	44,8%
15	Me encanta el estilo enérgico y rápido de conducción	6,5%	17,0%	23,2%	31,0%
16	Me gustan los coches con un diseño original	8,3%	23,6%	27,1%	19,1%
17	El confort es lo que importa en un coche	17,3%	41,9%	14,6%	5,0%
18	Me gustan los coches innovadores	7,5%	24,9%	30,1%	15,4%
19	Mi coche debe estar equipado con todos los dispositivos de seguridad que sea posible	28,8%	28,2%	15,1%	6,7%



## SECCIÓN 3

ROPA, CALZADO Y JUGUETES  
INFANTILES Y ARTÍCULOS PARA  
PUERICULTURA



## Ropa, calzado y juguetes infantiles y artículos para puericultura

Le agradecemos que conteste este capítulo aunque no tenga hijos. Ahora le preguntamos por las compras que usted haya podido hacer para sus hijos, pero también las que haya hecho para sus nietos, sobrinos o los niños de los amigos. O sea, para toda la gente menuda de hasta 14 años. También nos gustaría conocer su opinión sobre la familia y los niños.

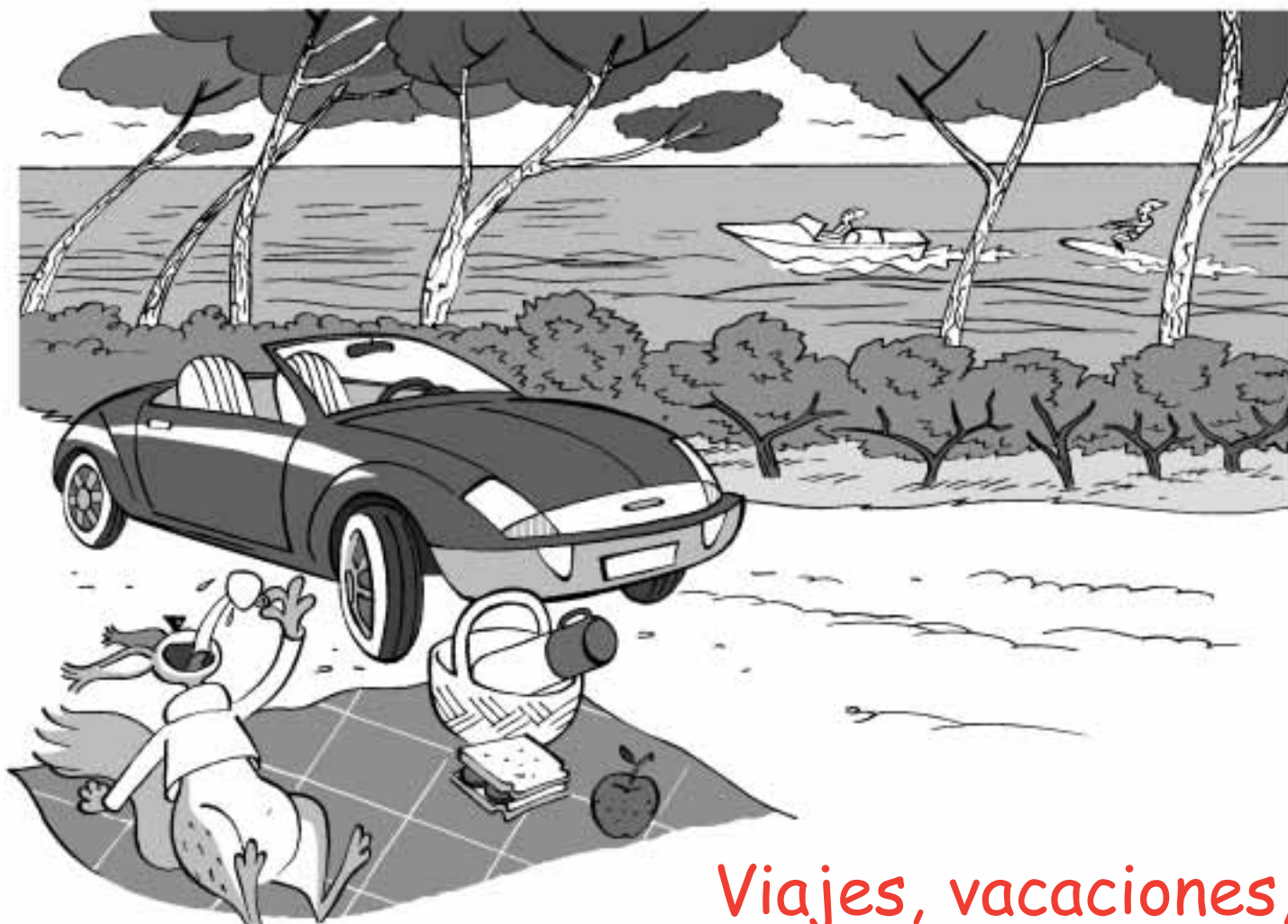
### SUS OPINIONES SOBRE LOS HIJOS Y LA FAMILIA

1

1 ¿Que piensa usted de las siguientes frases? (Una respuesta por línea)		Totamente de acuerdo	Más bien de acuerdo	Más bien en desacuerdo	Totamente en desacuerdo
		01	02	03	04
01	Es necesario para el equilibrio del niño que uno de los dos padres no trabaje	16,8%	38,0%	28,8%	9,5%
02	Es bueno consultar a los hijos para las compras que les conciernen (ropa, alimentos...)	13,4%	54,7%	22,3%	2,6%
03	En una pareja, ambos padres pueden tener una vida profesional activa y cuidar bien de sus hijos al mismo tiempo	23,9%	36,8%	29,3%	2,9%
04	Lo más importante en productos infantiles es que sean buenos para los niños y cómodos y prácticos para los padres	37,0%	52,5%	2,2%	1,0%
05	Es bueno que los niños aprendan cuanto antes a administrarse su pequeño presupuesto	29,4%	52,3%	9,6%	1,6%
06	Después del nacimiento de un hijo, la mujer tiene que cuidarse más aún para estar guapa	21,5%	50,9%	18,2%	2,2%
07	Controlo mucho la calidad de los productos de higiene de mis hijos	31,0%	49,4%	5,6%	1,3%
08	Procuro probar las novedades de productos que salen para niños	5,6%	31,5%	42,7%	7,1%
09	Entre la madre y el niño, lo más importante son los tres primeros años	27,3%	35,0%	23,0%	5,7%
10	Desde que tengo hijo(s), todo gira en torno a él(ellos)	28,3%	37,6%	10,9%	4,6%
11	No hay porqué descartar los productos preparados infantiles porque pueden ser tan buenos como los que se hacen en casa	11,5%	47,9%	28,1%	4,0%
12	Son más seguras las comidas del bebé cuando se preparan en casa	22,4%	44,5%	22,8%	1,7%
13	En productos para niños me gusta estar al día y conocer todos los que puedan simplificar la vida	9,9%	45,2%	25,8%	6,5%
14	Seguir la moda también es importante para los pequeños	9,0%	42,9%	31,3%	7,3%
15	No hay porqué renunciar a la maternidad por no estar casada o por no vivir en pareja	40,5%	32,5%	13,3%	5,5%

## SECCIÓN 10

VIAJES, VACACIONES, DEPORTE Y  
TIEMPO LIBRE



## Viajes, vacaciones, deporte y tiempo libre

Cierre los ojos, imagine... las vacaciones de sus sueños... ya llega el fin de semana... ¿Nos vamos al cine o vemos la tele? El tiempo libre es cada vez más importante para todos nosotros. ¿Cuáles son sus aficiones? ¿Y qué pasa con la vida sana y el deporte?

### SUS PUNTOS DE VISTA

47

1	Por favor, díganos, hasta qué punto está usted de acuerdo con las siguientes frases señalando la casilla apropiada.	⇒					
		Totalmente de acuerdo 01	Bastante de acuerdo 02	Ni de acuerdo ni en desacuerdo 03	Bastante en desacuerdo 04	Totalmente en desacuerdo 05	No aplicable 06
01	Me preocupo por temas del trabajo en mi tiempo de ocio	5,4%	21,7%	28,6%	15,1%	11,6%	10,2%
02	Realizo algún tipo de deporte o ejercicio al menos una vez a la semana	18,6%	20,5%	15,8%	13,7%	15,0%	8,9%
03	Los artículos de prensa me influyen sobre decisiones de vacaciones/viajes	1,2%	8,1%	33,0%	21,4%	19,1%	9,2%
04	Disfruto planificando las vacaciones	8,3%	31,5%	28,0%	8,6%	8,2%	7,4%
05	Prefiero vacaciones en el propio país antes que en el extranjero	20,1%	35,2%	22,9%	7,0%	3,2%	3,8%
06	Prefiero ir de vacaciones a sitios poco turísticos	9,5%	28,8%	34,4%	11,2%	3,3%	4,1%
07	Me gusta regresar a sitios familiares para las vacaciones	12,3%	28,7%	31,5%	10,6%	3,8%	4,2%
08	Nunca se me ocurriría irme de vacaciones organizadas	6,4%	14,9%	37,1%	20,4%	9,3%	3,6%
09	Cuando voy de vacaciones sólo quiero comer, beber y tomar el sol	4,2%	9,8%	28,0%	27,2%	17,7%	4,6%
10	Siempre intento ir a sitios diferentes en mis vacaciones	8,7%	28,8%	29,1%	12,8%	5,2%	6,4%
11	Me gusta la idea de viajar al extranjero	10,6%	23,8%	25,4%	16,3%	11,0%	4,6%
12	Me gusta ir de vacaciones a sitios donde organizan actividades	3,8%	18,1%	38,7%	16,9%	9,0%	4,3%
13	No me importa reservar mis vacaciones/vuelos con compañías que no conozco	3,0%	8,8%	28,4%	23,1%	16,1%	12,1%

## SECCIÓN 13

### ASEO, BELLEZA Y SALUD

Categorías 1 a 59.

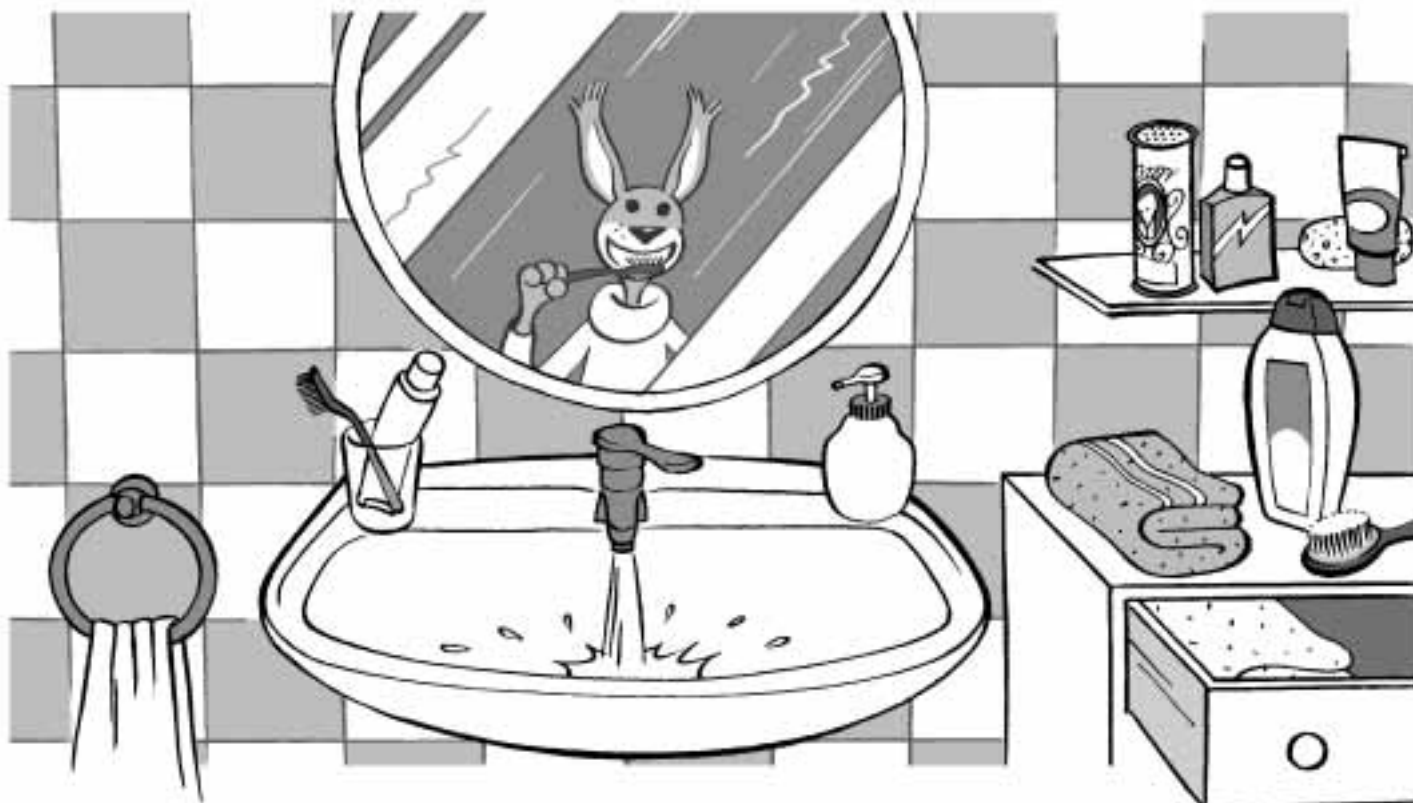
Base: Total Universo.

Categorías 60 a 73.

Base: Total de mujeres.

Categorías 74 a 76.

Base: Total de hombres.



## Aseo, belleza y salud (Cuestionario para mujeres y para hombres)

1 ¿Qué piensa usted de las siguientes frases? (Una respuesta por línea)

	⇒	Totalmente de acuerdo 01	De acuerdo 02	En desacuerdo 03	Totalmente en desacuerdo 04
01	Me gustaría poder comprar medicamentos en grandes superficies	4,1%	15,4%	44,0%	33,8%
02	Prefiero comprar medicamentos que ya conozco o de una marca conocida	13,2%	58,7%	18,5%	6,7%
03	Los nuevos medicamentos son más eficaces que los antiguos	7,4%	42,6%	39,8%	7,2%
04	Es normal que haya publicidad de medicamentos	5,2%	50,9%	30,2%	10,2%
05	Lo mejor es ir al médico aunque sea para algo leve	34,4%	43,2%	17,9%	2,0%
06	Prefiero cuidar yo solo mis pequeños problemas de salud	5,7%	33,4%	47,8%	10,4%
07	No voy a un especialista a menos que el médico de cabecera me lo aconseje	26,2%	52,8%	15,3%	3,1%
08	Confío plenamente en mi médico y sigo sus recomendaciones	31,0%	56,7%	8,6%	1,1%
09	Para los pequeños trastornos me dirijo en primer lugar al farmacéutico	7,4%	37,6%	44,4%	8,2%
10	Siempre acudo a especialistas para mis problemas de salud	12,3%	32,1%	46,0%	6,9%
11	Los cuidados de la salud, aunque sean pequeños, pueden amargar la existencia	16,4%	53,7%	23,4%	3,5%
12	Me preocupa el futuro cuando aparecen nuevas enfermedades	22,3%	55,7%	17,1%	2,3%
13	Conozco pequeños trucos que me ayudan a mejorar mi salud	6,3%	48,6%	37,8%	4,7%
14	Me intereso por la investigación médica y los nuevos tratamientos	13,0%	49,7%	29,5%	5,0%
15	El desarrollo de diagnósticos obligatorios (SIDA, cáncer...) me tranquiliza mucho	25,4%	58,3%	10,9%	2,4%

## SUS OPINIONES SOBRE LOS PRODUCTOS DE ASEO Y BELLEZA

58

1 ¿Qué piensa usted de las siguientes frases? (Una respuesta por línea)		Totalmente de acuerdo 01	Más bien de acuerdo 02	Más bien en desacuerdo 03	Totalmente en desacuerdo 04
01	Para tener buen aspecto hay que llevar una vida sana	53,9%	41,8%	1,5%	0,5%
02	Un hombre de hoy debe utilizar colonias o perfumes	26,0%	51,5%	17,1%	2,6%
03	Soy yo quien escojo mis productos de tratamiento, aseo o belleza	39,8%	39,4%	15,3%	2,7%
04	Me gusta dedicar tiempo a mi aseo y a mi aspecto personal	20,8%	50,8%	22,8%	2,5%
05	Confío más en lo que me diga el dependiente/a que en las marcas	8,8%	43,1%	40,1%	4,3%
06	Cuando un producto de una marca me gusta, compro otros productos de la misma marca	12,6%	55,6%	26,4%	2,8%
07	Sólo confío en la eficacia de un producto si ha sido elaborado a partir de descubrimientos científicos	5,0%	34,9%	50,3%	6,4%
08	Debe ser el ama de casa quien se encargue de las compras de productos de aseo e higiene para toda la familia	10,8%	29,7%	43,1%	13,3%
09	En estos productos me da igual la marca, utilizo la que hay en casa	8,3%	36,5%	44,4%	7,4%
10	Cada vez que pruebas un nuevo producto te estás jugando la piel	7,0%	27,5%	55,0%	6,3%
11	Se encuentran buenos productos en todo tipo de tiendas	8,0%	52,9%	31,0%	4,2%
12	Me gusta usar productos que sé que utiliza la mayoría de las personas	3,2%	28,0%	56,3%	8,3%
13	Me gusta utilizar productos de composición natural	18,7%	63,4%	12,3%	1,6%
14	Me gusta probar nuevos maquillajes	3,2%	15,8%	46,2%	27,8%
15	Es agradable pasar tiempo escogiendo, probando o comprando productos de belleza y aseo	6,1%	21,6%	44,2%	25,0%
16	Prefiero utilizar productos multiusos para dedicar el menor tiempo posible a mi aseo	6,1%	31,8%	49,5%	9,6%
17	En productos de aseo, higiene y belleza sigo las tendencias de la moda	1,8%	18,5%	56,6%	19,0%
18	Estoy al día en nuevos productos de belleza	2,8%	19,0%	51,4%	22,4%
19	En el futuro me gustaría tener más productos de uso específico para el cuidado de la piel	6,0%	37,2%	41,0%	12,7%
20	Si un producto me resulta verdaderamente deseable el precio me importa poco	7,5%	36,8%	42,7%	9,5%
21	Los descubrimientos científicos reemplazaran los beneficios de la naturaleza	5,1%	31,1%	47,5%	12,8%



## SECCIÓN 8

# LOS EQUIPAMIENTOS PERSONALES Y DE LA CASA



## Los equipamientos personales y de la casa

Aquí se lo preguntamos todo sobre el equipamiento que hay en su casa, incluido el que sirve para disfrutar del tiempo libre. ¡Ah!, y sus opiniones, que no pueden faltar.

### SUS OPINIONES SOBRE EL EQUIPAMIENTO PARA EL TIEMPO LIBRE, LOS ELECTRODOMÉSTICOS Y LA DECORACIÓN

1

1	¿Qué piensa usted de las siguientes frases? (Una respuesta por línea)	Totamente de acuerdo 01	De acuerdo 02	En desacuerdo 03	Totamente en desacuerdo 04
01	En aparatos electrónicos, intento comprar siempre las novedades	5,6%	34,9%	47,7%	9,8%
02	Soy fiel a una marca en particular	5,3%	26,4%	57,3%	8,7%
03	Suelo comprar marcas conocidas	13,3%	70,8%	11,9%	2,1%
04	Leo los artículos de prensa y comparo los modelos antes de elegir	7,4%	40,5%	39,9%	9,4%
05	Procuro estar siempre informado de las novedades en audio, vídeo, electrónica	5,0%	32,5%	46,5%	12,9%
06	Confío más en el vendedor que en las marcas	6,6%	40,5%	44,7%	5,2%
07	En electrodomésticos, antes de elegir, comparo todos los modelos y marcas que haya	16,1%	55,6%	20,9%	4,2%
08	En electrodomésticos, el servicio postventa es tan importante como el precio, si no lo es más	18,5%	57,4%	18,8%	2,1%
09	Me gusta tener muchos aparatos electrodomésticos en mi casa	4,2%	32,7%	53,3%	7,4%
10	Doy una gran importancia al equipamiento de mi cocina	12,0%	58,6%	24,2%	2,5%
11	Es necesario que todo el equipamiento de la cocina sea del mismo estilo, esté integrado, para que sea un espacio agradable	15,4%	55,0%	23,4%	3,8%
12	La utilización de robots domésticos y los pequeños electrodomésticos simplifica las tareas	13,2%	61,5%	19,7%	3,0%
13	Me gusta comprar todos los nuevos pequeños aparatos electrodomésticos que van apareciendo	2,4%	12,8%	65,6%	16,4%
14	Me encanta mezclar estilos, crear una decoración a mi gusto	9,1%	48,0%	35,1%	4,9%
15	Me gusta acumular objetos, souvenirs, recuerdos	4,5%	24,0%	50,6%	17,6%
16	Me gusta la decoración sobria, mínima, con pocos muebles y adornos	10,7%	46,8%	35,0%	3,6%
17	Cuando recibimos a gente en casa nos gusta crear un ambiente cálido, y la decoración ayuda a lograrlo	16,6%	63,5%	15,2%	1,5%



## SECCIÓN 14

EMPLEO, ESTUDIOS Y  
OTRAS OPINIONES



# Empleo, estudios y otras opiniones

Nos gustaría saber algunas cosas más...

## LA INNOVACIÓN Y LA ECOLOGÍA

1

1	¿Qué opina usted de las siguientes frases? (Una respuesta por línea)	Totamente de acuerdo 01	Más bien de acuerdo 02	Más bien en desacuerdo 03	Totamente en desacuerdo 04
01	La innovación es una mejora de cara al futuro	33,4%	56,6%	5,7%	0,3%
02	La innovación, normalmente, es una estafa y la mayor parte de las veces sólo sirve para hacernos reemplazar nuestro equipamiento	3,0%	20,3%	62,5%	9,7%
03	La innovación perturba y desestabiliza la sociedad	1,8%	18,1%	65,2%	10,2%
04	La innovación es una disculpa para subir el precio de las cosas	8,5%	43,8%	37,0%	5,6%
05	La innovación raramente va acompañada de progreso social	4,2%	29,2%	54,2%	6,7%
06	La Ecología se ha convertido en una necesidad para nuestra sociedad	37,1%	47,3%	9,1%	1,2%
07	Todo el mundo debería ser responsable de nuestro entorno	58,9%	33,7%	2,4%	0,4%
08	Estoy dispuesto a pagar algo más por un producto ecológico, verde, reciclable	20,0%	50,8%	20,9%	2,8%
09	Evito comprar productos nocivos y tóxicos para el entorno	30,5%	51,1%	11,0%	1,5%
10	En realidad, todos los productos son iguales y no hay nada de verdad en sus etiquetas ecológicas	3,2%	20,4%	59,9%	11,8%
11	Normalmente clasifico mi basura para que pueda ser reciclada	40,6%	36,0%	15,5%	3,0%
12	Se debería controlar más a las empresas e industrias	61,6%	30,6%	2,6%	0,6%
13	El desarrollo económico e industrial es lo más importante	14,3%	46,0%	31,8%	3,2%
14	Los productos ecológicos son sólo un modo de que las empresas ganen más	5,8%	28,9%	53,3%	6,8%
15	La Ecología es la filosofía de vida del mañana	26,9%	53,3%	14,0%	0,9%
16	La Ecología debería ser una asignatura en los colegios	37,6%	46,7%	9,5%	1,3%

## SU MODO DE PENSAR Y ACTUAR

5

1 ¿Refleja cada una de las siguientes afirmaciones su modo de actuar o de pensar? ⇨⇨		Sí 01	No 02
01	Suelo ir a tomar una copa por la noche (café, pub, bar)	15,6%	80,6%
02	A diario paso mucho tiempo libre con mis amigos	22,0%	74,0%
03	Mi pasatiempo favorito es estar con mi familia	79,1%	17,1%
04	Voy a bailar a menudo	10,2%	85,9%
05	Me ocupo de hacer las reparaciones en la casa (eléctricas, de fontanería)	28,8%	67,2%
06	Fabrico cosas (Bricolaje)	16,5%	79,0%
07	Me encanta todo lo nuevo	55,4%	39,9%
08	Soy ordenado/a	74,9%	21,5%
09	Soy un poco introvertido/a	44,9%	50,5%
10	La mayoría de las veces actúo por instinto, de un modo más emocional que racional	51,9%	43,5%
11	Se me da bien supervisar a otras personas	46,1%	49,3%
12	Siempre estoy ansioso	20,5%	74,9%
13	Lo que más quiero en este mundo es divertirme, disfrutar de los placeres de la vida	46,7%	49,4%
14	Me gusta correr riesgos	13,4%	83,0%
15	Lo que más quiero en esta vida es tener/criar niños	37,6%	56,5%
16	Voy a misa todos los domingos	19,2%	76,3%
17	Realmente me ocupo de que la casa esté limpia	59,2%	36,8%
18	El trabajo de la casa me da cierta satisfacción	44,9%	51,2%
19	Cuido de que los suelos estén impecables	40,5%	55,1%
20	Siempre pruebo nuevos productos de limpieza para el hogar	16,3%	79,2%
21	En casa tengo un montón de productos de limpieza	37,4%	58,4%
22	Sólo hago la limpieza los fines de semana	21,3%	73,9%
23	A menudo tengo amigos o familiares en casa	46,9%	48,7%
24	Mi casa está desordenada con frecuencia	16,8%	78,8%
25	Mi casa está llena de vida y color	80,9%	14,3%
26	Sólo compro las marcas más conocidas	26,6%	68,6%



## SUS PUNTOS DE VISTA

9

1 Por favor, díganos, hasta qué punto está usted de acuerdo con las siguientes frases señalando la casilla apropiada. ⇨⇨		Totalmente de acuerdo 01	Bastante de acuerdo 02	Ni de acuerdo ni en des-acuerdo 03	Bastante en des-acuerdo 04	Totalmente en des-acuerdo 05	No aplicable 06
01	Habría que permitir que los niños se expresen libremente	28,4%	43,3%	21,0%	3,3%	0,5%	0,9%
02	Es importante que mi familia piense que estoy teniendo éxito	7,2%	35,1%	46,4%	4,6%	2,2%	1,8%
03	Estoy totalmente satisfecho con mi nivel de vida	12,7%	45,1%	25,2%	11,4%	2,3%	0,6%
04	Intento estar al tanto de los avances tecnológicos	8,2%	35,4%	38,0%	11,5%	2,0%	2,2%
05	No me gustan las responsabilidades, prefiero que otra persona me diga qué hacer	3,0%	11,1%	31,8%	34,4%	15,5%	1,1%
06	Detesto todo tipo de tareas relacionadas con el hogar	5,7%	15,2%	36,0%	26,8%	11,6%	1,2%
07	En el trabajo, la seguridad es más importante que el dinero	21,1%	48,2%	21,7%	3,9%	0,7%	0,9%
08	Creo que los niños deberían comer lo que se les da	18,6%	50,2%	19,4%	5,5%	1,6%	1,5%
09	Me gusta entretener a la gente en casa	7,9%	36,2%	40,2%	9,1%	2,8%	0,9%
10	Mi familia es más importante para mí que mi carrera	32,3%	44,7%	15,0%	1,9%	0,3%	3,0%
11	Suelo hacer las cosas sin pensarlas	3,7%	14,7%	30,7%	34,5%	12,1%	1,1%
12	Me gusta disfrutar de la vida y no me preocupo por el futuro	3,6%	15,4%	24,3%	36,2%	16,1%	1,0%
13	Me gusta seguir una rutina bien organizada	8,5%	39,4%	31,6%	13,7%	2,4%	1,2%
14	Es importante resultar atractivo al sexo contrario	10,2%	34,3%	41,4%	6,3%	3,0%	1,5%
15	No puedo soportar el desorden	21,5%	38,9%	25,8%	7,8%	2,6%	0,8%

SUS PUNTOS DE VISTA (Continuación)

		Totalmente de acuerdo 01	Bastante de acuerdo 02	Ni acuerdo ni en desacuerdo 03	Bastante en desacuerdo 04	Totalmente en desacuerdo 05	No aplicable 06
16	Me gusta pasar el tiempo con mi familia	46,5%	37,3%	11,5%	2,6%	0,3%	0,4%
17	El trabajo que realizo lo considero más una carrera que un trabajo	5,7%	16,0%	36,8%	16,5%	6,6%	15,8%
18	Los hombres de verdad no lloran	2,9%	2,8%	24,3%	32,5%	33,3%	1,6%
19	Me gusta pasar gran parte de mi tiempo libre en casa	21,5%	39,9%	21,3%	11,9%	2,6%	0,2%
20	La gente me tiene que aceptar tal y como soy	38,3%	46,5%	10,8%	1,9%	0,1%	0,3%
21	Trabajo sólo por dinero	11,9%	22,9%	26,0%	18,0%	7,1%	11,5%
22	Intento ser todo lo amable que puedo	30,9%	55,0%	10,9%	1,1%	0,2%	0,2%
23	Me suelo sentir influenciado por las opiniones de otras personas	3,7%	20,2%	35,6%	27,2%	10,2%	0,8%
24	No me gusta mostrar mis verdaderos sentimientos	7,1%	28,0%	36,2%	20,1%	5,8%	0,8%
25	Tiendo a tomar decisiones rápidas, basadas en el instinto	6,5%	30,2%	25,9%	28,0%	6,9%	0,5%
26	Soy un perfeccionista	8,3%	26,6%	34,3%	21,3%	6,7%	1,0%
27	Quiero llegar a lo más alto en mi carrera	6,4%	21,3%	33,9%	17,8%	4,4%	13,8%
28	La música es una parte importante de mi vida	10,5%	23,8%	31,6%	18,8%	9,9%	3,0%
29	Soy un optimista	12,1%	36,2%	33,3%	13,1%	2,9%	0,6%
30	Me gusta escuchar nuevos grupos musicales	7,9%	23,2%	31,7%	21,0%	10,3%	3,8%
31	Mis amigos son más importantes para mí que mi familia	2,0%	4,3%	15,7%	34,8%	38,6%	2,2%
32	Puedo hacer muy poco para cambiar mi vida	5,8%	18,3%	33,6%	26,5%	11,7%	1,4%
33	Es más importante cumplir con tu deber en lugar de vivir sólo para disfrutar	16,0%	37,6%	31,1%	9,5%	2,6%	0,8%
34	Estoy muy contento/a con mi vida tal y como es	15,8%	44,1%	27,1%	8,8%	2,0%	0,1%
35	Me gusta arriesgarme	4,1%	13,6%	28,0%	37,5%	13,3%	1,2%
36	Me interesan las Artes	5,7%	17,9%	28,9%	26,1%	15,9%	3,3%
37	Me gustaría montar mi propio negocio un día	11,4%	21,2%	23,4%	20,3%	11,5%	9,3%
38	Los acontecimientos internacionales me interesan	6,8%	38,4%	28,7%	14,2%	5,8%	2,9%
39	Mi fe es muy importante para mí	16,0%	28,9%	25,9%	13,3%	10,8%	2,8%
40	Me interesan otras culturas y países	10,4%	37,1%	27,7%	13,8%	6,1%	2,5%
41	Prefiero pasar una noche tranquila en casa que salir fuera	26,9%	36,3%	20,7%	9,1%	4,2%	0,6%
42	Para mí es más importante cómo invierto mi tiempo que el dinero que gane	11,3%	35,7%	33,5%	10,1%	3,4%	3,5%
43	Estoy dispuesto/a a renunciar a pasar más tiempo con mi familia con tal de progresar	3,7%	14,8%	23,7%	30,5%	20,5%	4,0%
44	Hay que aprovechar las oportunidades que te ofrece la vida cuando se presentan	27,3%	55,2%	12,0%	1,3%	0,5%	0,6%
45	Hoy en día es importante ser capaz de compaginar varias tareas al mismo tiempo	14,8%	52,4%	23,6%	3,9%	1,3%	1,5%
46	Prefiero trabajar en equipo a trabajar sólo/a	12,7%	38,3%	28,3%	9,3%	3,8%	5,3%
47	Es importante para mí sentirme respetado por mis semejantes	25,8%	58,9%	11,0%	1,1%	0,4%	0,4%
48	Es importante seguir aprendiendo cosas nuevas a lo largo de tu vida	37,7%	52,3%	6,1%	0,9%	0,1%	0,3%
49	No me gusta juzgar a la gente por la manera que eligen de vivir su vida	24,4%	43,7%	22,2%	5,0%	1,7%	0,6%
50	Me considero una persona espiritual	8,6%	21,3%	36,0%	18,7%	10,7%	2,3%
51	Me gusta aprender sobre la naturaleza	18,1%	47,1%	24,0%	5,1%	1,7%	1,2%
52	Si a la primera no se tiene éxito hay que seguir intentándolo	26,4%	57,6%	11,1%	1,8%	0,6%	0,4%
53	Me considero una persona creativa	13,3%	38,4%	34,0%	8,5%	1,8%	1,1%
54	Es importante estar bien informado sobre las cosas	26,3%	58,5%	11,4%	0,7%	0,1%	0,4%
55	Me gusta tener un círculo de buenos amigos que me apoyen en los momentos difíciles	30,4%	49,0%	16,0%	1,5%	0,3%	0,6%
56	Me gusta tener control sobre las personas y los recursos	7,1%	19,6%	42,7%	20,0%	6,5%	1,5%
57	Estaría dispuesto/a a dedicar parte de mi tiempo a una causa justa	11,9%	44,9%	33,6%	3,9%	1,5%	1,1%
58	Pienso que deberíamos luchar por la igualdad de todos	27,6%	49,9%	16,6%	1,5%	1,4%	0,3%
59	Pienso que es importante tener una relación de pareja duradera	44,9%	41,2%	8,8%	0,7%	1,0%	0,9%
60	Me preocupa la violencia y el crimen	50,7%	39,0%	5,8%	0,9%	1,0%	0,3%
61	Tengo un espíritu aventurero	7,1%	21,0%	34,2%	23,1%	10,0%	2,1%
62	Persigo una vida de retos, novedades y cambios	4,2%	14,3%	37,0%	28,6%	9,5%	3,3%
63	Es importante respetar las costumbres y creencias tradicionales	18,7%	46,3%	25,8%	4,1%	1,4%	0,4%
64	Me resulta difícil decir que no a mis hijos	11,7%	26,3%	21,9%	9,1%	3,5%	23,0%
65	Tengo una visión práctica de la vida	15,1%	48,8%	27,3%	3,8%	0,7%	1,0%
66	Me preocupo mucho de mí mismo/a	9,3%	28,9%	42,1%	13,7%	2,5%	0,5%
67	Disfruto mucho cocinando	11,5%	22,1%	26,1%	19,3%	13,3%	4,6%
68	A veces me regalo a mí misma/o algo que no necesito	8,7%	20,5%	22,2%	27,4%	15,9%	2,5%
69	Disfruto pagando por una buena comida en un restaurante	7,4%	26,3%	25,7%	20,1%	12,5%	4,0%
70	El dinero es la mejor medida del éxito	7,0%	16,0%	31,6%	23,7%	16,3%	1,9%
71	Me gusta tener cosas de buena calidad	13,6%	51,5%	23,3%	6,4%	1,6%	0,7%
72	La preocupación sobre el medio ambiente es excesiva	4,6%	11,9%	30,3%	29,6%	19,9%	0,4%
73	La gente tiene la obligación de utilizar productos reciclados siempre que sea posible	18,8%	46,3%	24,8%	4,2%	1,9%	0,5%
74	Todo el mundo tiene el deber de reciclar	26,5%	45,5%	20,5%	2,9%	1,1%	0,6%
75	Me preocupa la polución y la congestión producida por los coches	28,0%	49,1%	15,9%	2,9%	0,8%	0,6%
76	Rara vez me doy cuenta de si un acontecimiento está patrocinado o no	9,6%	30,0%	36,2%	14,6%	4,4%	2,2%
77	El sitio de una mujer está en su casa	3,7%	6,4%	15,7%	25,4%	42,5%	2,6%
78	Se debería legalizar el Cannabis	6,4%	8,8%	28,7%	14,8%	27,4%	8,8%
79	La moneda única europea es algo bueno para mi país	14,9%	32,1%	34,6%	8,3%	5,9%	1,5%
80	La anticoncepción/contracepción es responsabilidad de la mujer	6,6%	10,5%	21,7%	24,4%	30,6%	3,4%
81	Es importante que una compañía actúe de manera ética	27,8%	45,3%	18,3%	2,0%	1,7%	1,6%
82	No hay suficientes horas en el día para hacer todo lo que desearía	24,1%	35,5%	24,0%	9,1%	4,0%	0,7%
83	Me gusta destacar entre la multitud	4,8%	8,6%	29,5%	26,9%	24,8%	2,5%



---

ASOCIACION PARA LA INVESTIGACION DE MEDIOS DE COMUNICACION

Capitán Haya, 61 (entrada por Pedro Moreno, s/n) - 28020 MADRID  
Tel. 91 570 11 74 - Fax 91 570 20 49

e.mail: [aimc@aimc.es](mailto:aimc@aimc.es) - <http://www.aimc.es>