



RETRATO DE 2 FAMILIAS
UNA ENCUESTA NACIONAL REALIZADA POR
IBEROMETRICA PARA ANUNCIANTES DE
SELECCIONES DEL READER'S DIGEST

Copia del texto.
Solo faltan las
paginas que contienen
graficos que reflejan
las tablas

MARZO - ABRIL 1960

Este informe contiene los resultados de un estudio del mercado español de bienes durables y de consumo, realizado durante los meses de Marzo y Abril de 1960, por encargo de Selecciones del Reader's Digest.

El trabajo, tal vez el más ambicioso realizado hasta la fecha en España, tuvo por finalidad el recoger la mayor cantidad posible de datos sobre posesión de bienes durables y compra de bienes de consumo.

La recogida de datos para este estudio se hizo mediante entrevistas personales realizadas por 67 entrevistadores, a una muestra de 2030 familias elegidas aleatoriamente, de modo que fuesen representativas de toda la población española, con dos únicas excepciones: las islas Canarias, por su especial régimen aduanero, y la población que habita en viviendas diseminadas, porque su escasa importancia económica no justificaba el encarecimiento que supondría su consideración en nuestro estudio. Del número total de entrevistas (2.030) resultaron positivas 1697, es decir, el 84%.

En cuanto se refiere a entrevistas realizadas entre lectores de Selecciones, su número fue de 500, cifra calculada suficiente para darnos idea exacta del universo de lectores.

Hay que tener en cuenta que la persona que contestó a las preguntas no fue en la mayoría de los casos, el cabeza de familia y que la edad de la citada persona fue la siguiente:

	DE 15 A	DE 25 A	DE 35 A	DE 45 A	DE 55 A	MÁS DE	NO ESPE- CIFICAN	TOTAL
ESPAÑA LECTORES DE SELECCIONES	<u>24</u> 15	<u>34</u> 23	<u>44</u> 21	<u>54</u> 19	<u>64</u> 15	<u>64</u> 5	<u>2</u>	<u>100</u>
	10	24	29	23	11	3	—	100

Las entrevistas se llevaron a cabo entre el 3 de marzo y el 27 de abril de 1960.

Para conseguir la representatividad de la muestra, se tomaron 52 entidades de población, seleccionadas con probabilidad proporcional al número de viviendas de las mismas, pasando por ~~distintos~~ las divisiones de provincias, partidos judiciales y municipios, antes de llegar a la entidad de población. Las 52 entidades de población quedaron repartidas del siguiente modo:

HABITANTES	ENTIDADES DE DE POBLACION
MENOS DE 2.000	26
DE 2000 a 10.000	13
DE 10.000 a 50.000	6
DE 50.000 a 100.000	2
DE 100.000 a 1.000.000	3
MÁS DE 1.000.000	2
TOTAL	<u>52</u>

Las entrevistas se realizaron con un cuestionario preparado por IBEROMETRICA, aunque en líneas generales se ajustaba al cuestionario que Reader's Digest ha utilizado en otros países. Este cuestionario fue probado mediante unas entrevistas piloto para verificar la fácil comprensión de las preguntas.

El cuestionario comprende partes referentes a:

Características económico-sociales.

Características del hogar.

Poseción de bienes durables.

Compras realizadas en un periodo de un mes.

Compras realizadas en un periodo de seis meses.

Viajes.

Consumo de bebidas alcohólicas.

Datos sobre revistas.

Salvo en la parte de "Datos diversos" en todas las demás, dado el número de artículos incluidos, para hacer menos monótona la entrevista y poder alterar el orden de los artículos, para hacer menos monótona la entrevista y poder alterar el orden de los artículos, se han utilizado tarjetas de diversos colores, ~~en que a la persona entrevistada~~ ~~en~~ en las que figuraba impreso el nombre de un artículo; el paquete de tarjetas se entregaba a la persona entrevistada para que a la vista de ellas indicase lo que la familia posee o había comprado, y el entrevistador no interrogaba más que sobre aquello que la persona entrevistada no había citado, por si había existido omisión. En una encuesta de esta magnitud no le es posible al entrevistador comprobar físicamente la posesión de los productos que el entrevistado dice poseer. Otras encuestas han demostrado que el porcentaje de inexactitudes, en cuanto se refiere a bienes durables, es despreciable. En bienes de consumo las diferencias son pequeñas. La exageración de esos casos se da en favor de las marcas de mayor prestigio.

En el grupo de "Bienes durables", la pregunta era: "Quisieramos saber si poseen ustedes alguno o varios de los siguientes aparatos."

En el grupo de "Consumibles", "Artículos de limpieza y productos de tocador" y "Vinos" se preguntaba por las compras realizadas en el mes anterior a la entrevista; se ha de tener en cuenta que estos meses son febrero y marzo, lo que influye en los porcentajes de los artículos de venta estacional.

En el grupo de "Prendas de vestir", se tomó un periodo de seis meses.

Una vez cumplimentados los cuestionarios se han revisado para corregir las contradicciones que pudiese haber, y la información obtenida fue trasladada mediante un código a fichas perforadas. Fueron necesarias tres fichas para cada cuestionario.

Mediante estas fichas perforadas, se han enumerado las respuestas a cada pregunta y estas respuestas han sido dadas en porcentajes.

Estos porcentajes expresan el tanto por ciento de familias que han dado respuestas afirmativas a la pregunta de si poseen o han comprado un determinado artículo, sin decirnos si se ha comprado más de una vez, o si poseen dos o más artículos de una misma clase, pues si bien en algunos bienes durables - en nevera eléctrica, por ejemplo - no es frecuente tener dos o más en una misma familia, si puede ocurrir en otros - como colchones de muelles -, donde es fácil que una misma familia posea más de uno.

Otro tanto ocurre en los bienes de consumo, donde los porcentajes indican el número de familias que han comprado, en el plazo citado, un determinado

artículo, no dando el número de compras, pues una familia ha podido comprar diez veces en el mes, y otra tan sólo una y ambas cuentan igual.

En general, dado que la mayoría de los productos estudiados, salvo algunas excepciones en cosméticos, licores y algún otro artículo, tienen una duración de consumo inferior a un mes, el porcentaje que damos puede considerarse que nos mide el número de familias consumidoras habituales de producto de que se trate.

En todo estudio por muestreo existe la posibilidad de que, debido a tomar una muestra y no la totalidad de los casos, los porcentajes calculados por aquella difieran de los porcentajes reales; esta diferencia es lo que llamamos error de muestreo; estos errores de muestreo dependen del tamaño de la muestra y de la frecuencia que se presente el dato a estudiar, siendo mayor cuanto más se aproxime esta frecuencia al 50%; damos a continuación los errores muestrales para distintos porcentajes:

FRECUENCIA EN %	ERROR MUESTRAL EN %
50	3
40-50	3
30-70	2
20-80	2
10-90	1
5-95	1
3-97	1

Es decir que, por ejemplo, según nuestros datos, el 59% de las familias españolas poseen máquina de coser; este 59% puede ser en realidad un 62% o bien

un 56% en el caso de coche, nosotros damos un 4% y la
tabla nos dice que este porcentaje puede ser un 5% o un
3%; tomando los datos del total de turismos en 31 de diciembre
de 1959, el porcentaje real sale 4%; si tomamos solo los
turismos de uso particular, el porcentaje real es 3%

Creemos que los parrafos anteriores pueden dar un criterio
para interpretar debidamente los resultados del presente estu-
dio, que no dudamos ha de ser muy util al empresario
español, pues recoge una cantidad de datos que desgracia-
damente no se hallan a su disposicion en las publica-
ciones estadísticas nacionales.

IBEROMETRICA, S.A.

S/N

↓ CARACTERÍSTICAS ECONOMICO-SOCIALES

A. EDAD DEL CABEZA DE FAMILIA

LECTORES DE SELECCIONES	A. EDAD DEL CABEZA DE FAMILIA						NO ESPECIFICAN	TOTAL
	DE 15 a 24	DE 25 a 34	DE 35 a 44	DE 45 a 54	DE 55 a 64	MÁS DE 64		
LECTORES DE SELECCIONES	-	9	29	27	20	8	6	99
ESPAÑA	-	12	21	26	21	14	6	100

Edad del cabeza de familia. A primera vista, puede parecer extraño que no figure ningún cabeza de familia cuya edad esté comprendida entre los quince y los veinticuatro años, cuando sabemos que, para España, el tanto por ciento aproximado que corresponde es de un 18%.

1. Que el hecho de no figurar no quiere decir que no existe, sino el porcentaje obtenido en la muestra elegida ha sido menor que la unidad.
2. Que es caso muy frecuente en España, sobre todo en las grandes ciudades, el que los matrimonios en que el marido es menor de veinticinco años tengan su domicilio en ~~la casa paterna de los esposos~~ casa paterna. Por ello, al hacer la pregunta: "¿Qué edad tiene el cabeza de familia?" la respuesta habrá sido, en la mayoría de los casos, la edad del padre de aquel de los cónyuges en cuya casa vive el matrimonio.

3. Que la tabla de errores de muestreo nos dice que para casos de porcentaje cercanos a la unidad, como sin duda habia sido este caso, de error es tambien del orden de la unidad.

B. NIVEL ECONOMICO - SOCIAL

	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
ALTO	37	9
MEDIO	45	28
MEDIO INFERIOR	14	32
BAJO	3	29
NO ESPECIFICAN	1	2
TOTAL	100	100

Nivel economico social. Si reunimos en un mismo estrato los grupos representativos de más elevado nivel economico-social, es decir, Alto y Medio, tendremos que a él pertenecen:

- 82% de los lectores de selecciones
- 37% de las familias de España

C PROFESION DEL CABEZA DE FAMILIA



	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
PROFESIONALES	46	12
EMPLEADOS	18	10
VENDEDORES	8	6
AGRICULTORES	3	24
MINEROS, CANTEROS	—	2
CONDUCTORES	2	3
OBREROS, JORNALEROS	7	27
MILITARES	5	1
LABORES DOMESTICAS	4	10
OTRAS PROFESIONES	7	5
	<u>TOTAL=100</u>	<u>100</u>

Profesion del cabeza de familia. La clasificación de este apartado ha sido tomada de la clasificación censal y, como allí, los tres primeros grupos eran: Profesionales, técnicos y afines; Empleados administrativos de dirección y oficinas; Erabajadores dedicados a la venta. Estos tres grupos son considerados como los representativos de más alto nivel cultural, como media. A este estrato de nivel cultural más elevado pertenecen:

- 72% a los lectores de Selecciones
- 28% a las familias de España

D. PERSONAS QUE VIVEN EN LA CASA

5

	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
1 PERSONA	4	3
2 PERSONAS	12	16
3 PERSONAS	21	22
4 PERSONAS	19	23
5 PERSONAS	18	15
6 PERSONAS	10	10
7 PERSONAS	8	10
8 PERSONAS	9	—

E) PERSONAS MAYORES DE 15 AÑOS

6

	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
1 PERSONA	4	4
2 PERSONAS	28	32
3 PERSONAS	25	26
4 PERSONAS	17	20
5 PERSONAS	13	10
6 PERSONAS	7	5
7 PERSONAS	3	3
8 PERSONAS	4	—

F) EDAD DE LA PERSONA QUE COMPRA

7

	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
MENOS DE 15 AÑOS	—	1
DE 15 a 24 "	5	10
DE 25 a 34 "	19	23
DE 35 a 44 "	28	24
DE 45 a 54 "	22	20
DE 55 a 64 "	12	12
MAS DE 64 "	3	4
NO ESPECIFICAN	11	5

La pregunta que hizo el entrevistador fue: ¿Puede decirme la edad aproximada de la persona que compra la mayoría de las cosas para el consumo?

G.) POSESION DE VALORES, SEGUROS, ETC.

	LECTORES %	GENERAL %
LIBRETAS DE AHORRO	60	26
SEGURO DE ACCIDENTES	32	22
SEGURO DE VIDA	22	9
SEGURO SOBRE PROPIEDADES	18	2
ACCIONES DE EMPRESAS	8	1
PAPEL DE ESTADO	5	—
NINGUNO DE ESTOS CASOS	28	—
TOTAL	173	57 117*

Posesion de valores, seguros etc. Conviene tener presente, al considerar este apartado y refiriendonos especialmente a los epigrafs titulados "seguros" que es muy posible que una gran parte de las respuestas afirmativas hayan provenido de considerar como tales aquellos seguros que no deseaban tabularse, como son todos los que dependen del Instituto Nacional de Prevision.

* Los porcentajes suman más de 100 porque algunas personas han manifestado poseer más de uno de los valores, seguros o cuentas.

II

CARACTERISTICAS
DEL
HOGAR



RECIBIDO
1954

RECIBIDO
1954

C) OBRAS REALIZADAS EN UN PERIODO DE 12 MESES.

10



	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
REALIZARON OBRAS	15	8
NO " " "	85	92
TOTAL	100	100

D) MUEBLES COMPRADOS EN LOS PRIMEROS TRES MESES DE 1960

	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
DORMITORIOS	7	3
COCINA	4	1
SALA DE ESTAR	4	2
COMEDOR	1	—
NO HAN COMPRADO	87	94
TOTAL	103	100

* El porcentaje suma más de 100 porque algunas personas han manifestado haber comprado varios de los muebles indicados

E) CULTIVAN FLORES

	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
SI CULTIVAN	48	36
NO CULTIVAN	52	64
TOTAL	100	100

F) COMPRAN SEMILLAS O TUESTOS

	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
COMPRAN TUESTOS	34	21
COMPRAN SEMILLAS	11	10
REGALADAS	2	3
NO ESPECIFICAN	53	66
TOTAL	100	100

III

POSESION DE BIENES DURABLES

A) APARATOS ELECTRODOMESTICOS

	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
NEVERA	31	4
LAVADORA	56	19
PLANCHA	86	66
ASPIRADORA	22	2
VENTILADOR	10	1
ENCERADORA	4	1
MANTA	8	1

B) MENAJE DE COCINA

13

	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
COCINA GAS	29	7
COCINA ELECTRICA	20	3
HORNO O PARRILLA ELECTRICA	5	1
SARTEN ELECTRICA	3	—
CAFETERA ELECTRICA	20	5
BATIADORA ELECTRICA	28	4
TOSTADOR DE PAN ELECTRICO	6	1
OLLA A PRESION	5	11

Al considerar el epigrafe "cocina de gas" debemos tener muy en cuenta que la presente encuesta se realizó en los primeros meses de 1960 y que el de entonces a este parte el uso del butano ha extendido de forma considerable el empleo de cocinas de gas.

C) ~~de~~ EFECTOS DEL HOGAR

14

	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
MÁQUINA DE COSER	87	59
MÁQUINA DE ESCRIBIR	33	7
RELOJ, NO DE PULSERA	63	55
MUEBLE CAMA	20	9
COLCHON DE ESPUMA	6	1
COLCHON DE MUELLE	13	4

Queremos subrayar nuevamente que los tantos por cientos no indican necesariamente el volumen exacto de cada fabricado que existe en el mercado, sino únicamente una cifra aproximada que nos muestra la diferencia existente entre la posesión de bienes de la Familia española y la Familia lectora de selecciones.

Así, por ejemplo vemos que en el epígrafe "Máquina de coser" tenemos que un 59% de las familias españolas la posee. Si suponemos como exacta la cifra de 6.000.000 para el número de familias españolas, el número total de máquinas de coser en uso debería ser 3.540.000.

Ahora bien, según la tabla de errores de muestreo, sabemos que para porcentajes comprendidos entre 40 y 60 el error es de un 3% y que este 59% puede bien ser un 62% o un 56%. Vemos así que, debido al error de muestreo, y dejando aparte inexactitudes en contestación y otras posibles de tabulación, en el total de máquinas de coser señaladas puede haber un error de 180.000 máquinas por exceso o defecto.

Volvemos a repetir, por tanto, que los porcentajes no indican cifras absolutas en la mayoría de los casos y si relativas en cuanto se refiere a la comparación de posesión de bienes entre la Familia española y la Familia lectora de selecciones.

(D) APARATOS ELECTRONICOS

15

	<u>LECTORES DE SELECCIONES</u> %	<u>ESPAÑA</u> %
TOCA DISCOS	29	3
RADIO	96	64
MAGNETÓFONO	2	—
TELEVISION	5	1

E) EFECTOS DE USO PERSONAL

16



	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
TOMAVISTAS DE CINE	2	—
PROYECTOR DE CINE	3	—
CAMARA FOTOGRAFICA	32	8
PRISMATICOS	14	3
AFEITADORA ELECTRICA	57	14
RELOJ	86	54
PLUMA ESTILOGRAFICA	75	27
GAFAS DE SOL	45	20

F) LOCOMOCION

17

	<u>LECTORES DE SELECCIONES</u> %	<u>ESPAÑA</u> %
AUTOMOVIL	22	4
MOTOCICLETA	9	7
SCOOTER	5	2

Queremos tener que hacer constar que las entrevistas se realizaron en los meses de marzo y abril de 1960; desde entonces hasta la fecha la posesión de vehículos automoviles ha aumentado de forma extraordinaria. Por tanto, las cifras aquí representadas no dan en absoluto de los tantos por ciento de posesión de aquéllos, aunque sí señalan la diferencia de posesión existente entre los dos grupos considerados: Lectores de Selecciones y Familia media Española.

IV COMPRAS REALIZADAS EN UN PERIODO DE UN MES 18

A lo largo de todo capítulo hay que considerar que la encuesta fue realizada en los meses de marzo y abril de 1960. Como la pregunta se refiere a compras — no consumos — realizadas en el periodo de un mes, es natural que aquellos productos de venta estacional como son los helados, zumos de frutas, refrescos, cremas horneadoras, remedios para resfriados, etc, tengan sus porcentajes relativos aumentados o disminuidos según que sea su época de mayor o menor venta.

A) CONSERVAS

	<u>LECTORES DE SELECCIONES</u> %	<u>ESPAÑA</u> %
FRUTAS	13	6
MERMELADAS	41	8
TOMATE	33	20
ESPARRAGOS	18	6
JUGOS DE FRUTA	5	1
ALCACHOFAS	11	5
GUISANTES	10	4
JUDIAS VERDES	2	—
SARDINAS	38	23
ATUN	33	17
ANCHOAS	19	7
MARISCOS	6	2

B) ALIMENTOS PREPARADOS

19

	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
SOPAS PRE PARADAS	17	9
CALDO EN CUBITOS O PASTILLAS	21	23
EXTRACTOS CONCENTRADOS	3	2
MAYONESA	11	2
LECHE CONDENSADA	39	26
LECHE EN POLVO	4	1
LECHE EMBOTELLADA	13	5
DESAYUNOS A BASE DE CACAO	11	7
PAPILLAS DE NIÑO	6	3

C) BEBIDAS CARBÓNICAS

	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
BEBIDAS CON COLA	18	3
REFRESCOS	6	1
AGUA MINERAL	21	7

D) TÉ O CAFÉ

	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
TE	14	2
CAFÉ SOLUBLE EN POLVO	38	14
CAFÉ SOLUBLE EN POLVO SIN CAFEINA	6	1

E) OTROS ALIMENTOS Y CONDIMENTOS

21

	<u>LECTORES DE SELECCIONES</u> %	<u>ESPAÑA</u> %
ALIMENTOS CONGELADOS	3	1
ACEITE ENVASADO	22	10
ACEITUNAS	31	19
CHOCOLATE	61	56
BOMBONES	10	3
GALLETAS O BIZCOCHOS	53	36
HELADOS	7	1
MANTEQUILLA	46	22
RUESO	59	38
MOSTAZA	10	1

F) PRODUCTOS DE BELLEZA

LECTORES DE SELECCIONES
%

ESPAÑA
%

CREMA DE BELLEZA
POLVOS
LAPIZ DE LABIOS
LOCION FACIAL
LACA DE UÑAS
MAQUILLAJE DE OJOS
MAQUILLAJE COMPACTO
PERFUMES
BRONCEADOR

En este apartado, como en otros muchos de este capítulo IV, debe tenerse en cuenta la duración de cada uno de los productos. Así, si es normal que cuchillas de afeitarse se compren, por lo menos, una vez al mes, no lo es, por ejemplo, que todos los meses se compren un frasco de "laca para uñas" cuya duración sobrepase con mucho este periodo de tiempo. También en este apartado, y en el epígrafe "Maquillaje compacto", es posible considerar cierta inexactitud en las ~~preguntas~~ respuestas, ya que hemos podido comprobar que la persona entrevistada no siempre sabía con certeza de que se trataba, confundiéndola a veces con "Crema o polvos de belleza".

G) PRODUCTOS DE TOCADOR Y PERFUMERIA

23

	<u>LECTORES DE SELECCIONES</u> <u>%</u>	<u>ESPAÑA</u> <u>%</u>
JABON DE TOCADOR	66	59
PASTA DENTIFRICA	73	49
AGUA DE COLONIA	57	39
LOCION PARA AFEITADO	23	6
CREMA O JABON DE AFEITAR	28	35
CUCHILLAS DE AFEITAR	32	46
POLVOS DE TALCO	30	22
DESODORANTES	13	3

H) ARTICULOS DE LIMPIEZA

24

	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
JABON CORRIENTE	68	79
JABON EN POLVO O ESCAMAS	71	41
JABON PARA PRENDAS DELICADAS	41	30
DETERGENTE LIQUIDO	36	22

En este apartado, los epígrafes "Jabon en polvo o escamas" y "Jabon para prendas delicadas" pueden tener sus porcentajes relativos aumentados o disminuidos en relacion de uno a otro, ya que su diferenciacion para la persona entrevistada no ha debido ser, en muchos casos, perfectamente clara, sobre todo si tenemos presente que aquella no ha sido necesariamente la usuaria de los citados productos.

Por lo que se refiere a "Detergente líquido" debemos considerar tambien que algunas de las preguntas contestadas afirmativamente han podido referirse al uso de lejia corriente, ya que comprobaciones posteriores nos han hecho ver que en muchos casos consideraban como detergente líquido este producto. Tambien puede tener influencia en este epígrafe el uso de productos quitamanchas.



i) PRODUCTOS PARA EL CABELLO

25

	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
CHAMPU	12	9
LOCION	5	1
FIJADOR O BRILLANTINA	13	12

j) PRODUCTOS FARMACEUTICOS

	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
REMEDIOS PARA RESFRIADOS	21	19
REMEDIOS PARA LA TOS	13	10
PURGANTES O LAXANTES	6	7
ANALGESICOS	56	43

Volvemos a señalar la influencia que en este apartado ha tenido la fecha de realización de la encuesta.

V COMPRAS REALIZADAS EN UN PERIODO DE SEIS MESES 26

A) VESTIMENTA DE SEÑORA

	<u>LECTORES DE SELECCIONES</u> %	<u>ESPAÑA</u> %
ZAPATOS	45	30
ABRIGOS	13	6
PIELES	2	—
IMPERMEABLES	6	3
VESTIDOS	28	16
FALDAS	11	4
JERSEYS	16	12
REBECAS	13	9
BLUSAS	13	6
MEDIAS	55	50
ROPA INTERIOR	23	25
BAÑADOR	10	2

Auevamente debemos de considerar aqui la influencia de las ventas estacionales, pues si un determinado periodo del año ha de ser optimo para la venta de pieles y abrigos, forzadamente ha de ser opuesto para la venta de bañadores.

B) VESTIMENTA DE CABALLERO O NIÑO

27

	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
	<hr/>	<hr/>
ZAPATOS	54	33
ABRIGO	14	3
IMPERMEABLES	13	3
TRAJE	33	11
JERSEYS O CHALECOS	25	14
CAMISAS	53	34
CALCETINES	48	41
ROPA INTERIOR	38	24

VI. VIAJES

A) VIAJES AL EXTRANJERO

	LECTORES DG SELECCIONES %	ESPAÑA %
VIAJARON	28	6
NO ESPECIFICAN	72	94
TOTAL	100	100

En todo este capítulo hay que considerar que todas las preguntas se refieren a viajes realizados por algún miembro de la familia y en un periodo de un año.

B) PAISES VISITADOS EN ESTOS VIAJES

	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
FRANCIA	65	62
ALEMANIA	7	16
PORTUGAL	9	13
ITALIA	13	12
GRAN BRETAÑA	5	6
SUIZA	10	4
MARRUECOS	5	1
NO ESPECIFICAN	12	18
TOTAL	126	132

* Los porcentajes suman más de 100 porque algunas personas visitaron más de un país.

En el apartado B) hemos considerado como unidad 100 el 28% y el 6% de las personas que viajaron. Pero como esta forma de desglosar puede dar lugar a errores, si no se tiene en cuenta que los ~~tomados~~ por ciento señalados hay que tomarlos de 28 y 6 respectivamente, hemos añadido esta nueva clasificación.

B	LECTORES DE SELECCIONES	ESPAÑA
FRANCIA	18	4
ALEMANIA	2	1
PORTUGAL	3	1
ITALIA	4	1
GRAN BRETAÑA	1	—
SUIZA	3	—
MARRUECOS	1	—
NO ESPECIFICAN	3	1
TOTAL	35	8

* Los totales suman más de 28 y 6, respectivamente porque algunas personas visitaron más de un país.

c) MOTIVO DE LOS VIAJES

	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
NEGOCIOS	16	11
TURISMO	51	51
AMBOS CASOS	6	1
OTRAS RAZONES	27	37
TOTAL	100	100

c)

	LECTORES DE SELECCIONES	ESPAÑA
NEGOCIOS	4	1
TURISMO	14	3
AMBOS CASOS	2	-
OTRAS RAZONES	8	2
TOTAL	28	6

Ver la nota correspondiente al apartado B)

D) MEDIOS DE TRANSPORTE EMPLEADOS



	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
TREN	23	43
AUTOCAR	19	19
BARCO	10	13
AVION	8	7
COCHE	38	18
MOTOCICLETA	3	—
OTROS MEDIOS	3	3
TOTAL	104	103

Los porcentajes suman más de 100 porque algunas personas utilizaron más de un medio de transporte

Ver la nota correspondiente al apartado B)

	LECTORES DE SELECCIONES	ESPAÑA
TREN	6	3
AUTOCAR	5	1
BARCO	3	1
AVION	2	—
COCHE	11	1
MOTOCICLETA	1	—
OTROS MEDIOS	1	—
TOTAL	29	6

El total para lectores de selecciones suma más de 28 porque algunas personas utilizaron más de un medio de transporte

E) LUGAR DONDE PASARON LAS VACACIONES LAS FAMILIAS QUE NO SALIERON DE ESPAÑA

	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
EN SU RESIDENCIA HABITUAL	47	84
EN LA PLAYA	23	6
EN LA MONTAÑA	18	4
NO ESPECIFICAN	12	6
TOTAL	100	100

La pregunta que corresponde a este apartado fue la siguiente: "¿ Pueden ustedes decirnos donde pasaron las vacaciones el año pasado?" Como es natural, la gran mayoría de las contestaciones deben referirse al periodo de verano, pero los tantos por ciento de 47 y 84 no pueden tomarse como indice de familias que no veranearon, sino, únicamente, de familias que no quisieron o no pudieron desplazarse para disfrutar de sus vacaciones. Teniendo esto en cuenta, el apartado nos da las siguientes cifras para familias que se desplazaron para pasar sus vacaciones:

Lectores de selecciones 53%
 España 16%

F) MEDIOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS EN SUS VACACIONES

	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
COCHE PROPIO	28	10
COCHE ALQUILADO	12	16
AVION	2	1
TREN	40	48
BARCO	1	1
AUTOCAR	17	21
EXCURSIONES COLECTIVAS	-	4
OTROS MEDIOS	4	2
TOTAL	100	100

Aplicado el mismo criterio que en el apartado B) tendremos:

F)

	LECTORES DE SELECCIONES	ESPAÑA
COCHE PROPIO	15	2
COCHE ALQUILADO	6	3
AVION	1	-
TREN	21	8
BARCO	1	-
AUTOCAR	9	3
EXCURSIONES COLECTIVAS	-	1
OTROS MEDIOS	2	-
TOTAL	55	16

El total para lectores de selecciones suma más de 53 porque algunas familias han utilizado más de un medio de transporte.

34

G) FAMILIAS QUE HAN UTILIZADO LOS SERVICIOS DE UNA AGENCIA DE VIAJES

	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
HAN UTILIZADO	11	3
NO HAN UTILIZADO	89	97
TOTAL	100	100

Este apartado nos muestra claramente el desconocimiento que la mayoría de los españoles tienen en cuanto a servicio, características y formas de trabajo de las Agencias de Viaje.

VII CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS

35

A) VINOS

	<u>LECTORES DE SELECCIONES</u> %	<u>ESPAÑA</u> %
JEREZ	10	3
MONTILLA - MORILES	2	1
MALAGA	4	2
OPORTO	1	—
RIOJA	2	1
OTROS VINOS DE MARCA	4	2
VINOS CORRIENTES	59	51

Las preguntas relativas a este capítulo se hicieron en la siguiente forma: ¿ Han consumido en casa algún licor, vino o cerveza en los últimos 30 días ?

B) LICORES

36

	<u>LECTORES DE SELECCIONES</u> %	<u>ESPAÑA</u> %
ANIS	33	16
COÑAC	57	22
WHISKY	6	1
RON	3	1
GINEBRA	8	2
VODKA	1	1
OTROS LICORES	7	4

c) OTRAS BEBIDAS

37

	LECTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
CHAMPAGNE	18	5
VERMOUTH	9	2
CERVEZ	45	15

Volvemos a subrayar que la ~~cuesta~~ encuesta fue realizada en los primeros meses del año, lo que sin duda ha debido influir en las cifras correspondiente al consumo de cerveza.

VIII. DATOS SOBRE REVISTAS

A) TIEMPO MEDIO EMPLEADO PARA "LEER Y MIRAR" LA REVISTA

	<u>MINUTOS</u>
REVISTA A	30
REVISTA B	80
REVISTA C	59
REVISTA D	76
SELECCIONES	186

Tanto en este apartado como en el siguiente, en el que se hace referencia a varias revistas, hemos llamado a éstas A, B, C, D, aunque se trata de publicaciones ampliamente conocidas en España.

Hemos de señalar también que todas las respuestas de este capítulo corresponden a preguntas realizadas a lectores de selecciones.

B) ELECCIONES DE REVISTA

39

	<u>TANTO POR CIENTO</u>
REVISTA A	1
REVISTA B	4
REVISTA C	1
REVISTA D	—
SELECCIONES	42
TOTAL	<hr/> 48

La pregunta que se hizo a los entrevistados al enseñar un ejemplar de las diversas revistas, fue la siguiente: "¿Si tuviere que dejar de leer todas las revistas menos una, con cual se quedaria en primer lugar?" Las contestaciones que pudieramos considerar afirmativas, es decir, aquellas que señalaban con claridad una preferencia, fueron de un 48% mientras que el 52% restante pertenecia a contestaciones negativas o dubitativas.

El 48% afirmativo es el que hemos desglosado en este apartado.

c) REFERENCIA A LA REVISTA

	<u>TANTO POR CIENTO</u>
REVISTA A	7
REVISTA B	1
REVISTA C	5
REVISTA D	7
SELECCIONES	38
TOTAL	<u>57</u>

La pregunta correspondiente a este apartado fue la siguiente:

"¿ De que revista habla más con sus conocidos o amigos? " Aquí, igual que en el apartado anterior, solamente hemos desglosado las contestaciones que indicaban claramente que la persona comentaba sobre lo que leía, y que resultó ser de un 57%.

D) EDAD DEL SUSCRIPTOR

41

	<u>TANTO POR CIENTO</u>
DE 15 a 24	9
DE 25 a 34	17
DE 35 a 44	27
DE 45 a 54	20
DE 55 a 64	14
MÁS DE 64	1
NO SABE	12
TOTAL	<u>100</u>

Vemos aquí que el 78% de los suscriptores de selecciones están comprendidos entre la edad de veinticinco a sesenta y cuatro años, grupo que en el apartado F) del capítulo I arroja 81%. También si comparamos estos dos apartados veremos que existe un paralelismo perfecto entre los tantos por ciento de cada grupo con respecto a la edad de la persona que compra y a la edad del lector de selecciones.

E) VECES QUE COGÉ SELECCIONES PARA HOJEARLO O LEERLO ⁴²

	<u>TANTO POR CIENTO</u>
UNA VEZ	16
DOS VECES	6
TRES VECES	17
CUATRO VECES	16
CINCO O MAS VECES	45
TOTAL	<u>100</u>

Es importante destacar en este apartado el hecho de que el 45% de los lectores de selecciones copen cada ejemplar de la revista cinco o más veces para leerlo, hojearlo o leerlo de nuevo.

F) PREFERENCIA DE ANUNCIOS EN SELECCIONES



TANTO POR CIENTO

NEGRO	2
2 COLORES	16
4 COLORES	74
SIN ESPECIFICAR	8
	<hr/>
TOTAL	100

Esto muestra este apartado que el 92% de las personas que leen selecciones prestan especial atención a sus anuncios, preferentemente a los que aparecen en cuatro y dos colores.