

NUEVO RETRATO DE 2 FAMILIAS:

UNA ENCUESTA NACIONAL REALIZADA POR IBEROMETRICA
PARA LOS ANUNCIANTES DE:

SELECCIONES
DEL
READER'S DIGEST



DICIEMBRE 1964

INTRODUCCION

En el presente estudio, "Selecciones del Reader's Digest" continua en su linea de mantener siempre perfectamente informados a Anunciantes y Agencias sobre las características de la revista y de su publico lector.

Si a los datos y conclusiones que pueden obtener de este trabajo se añaden los contenidos en los diversos folletos que periodicamente edita este Departamento de Publicidad tanto Anunciantes como Agencias podran disponer de módulos que les permitan medir, "a priori" el valor de "Selecciones" como medio publicitario.

Este estudio, pues, tiene como primordial finalidad contestar a la última de las siguientes preguntas que, en su conjunto, tan vital importancia tiene para la eleccion del medio adecuado a cada campaña publicitaria.

¿A cuantos lectores llega? ¿A donde llega? ¿Como llega? ¿A quien llega?

En Diciembre de 1964 "Selecciones" puede contestar así a estas preguntas

¿A cuantos lectores llega? "Selecciones" garantiza una venta media papada de 200.000 ejemplares al mes. El indice de lectores por número es de 4,6. Su difusion media por ejemplar es, por tanto de 920.000 lectores.

¿A donde llega? — "Selecciones" cubre totalmente el mercado nacional y su mayor o menor densidad de circulacion esté en relacion directa con el nivel economico-social del sector a considerar.

¿Como llega? — El 82 por 100 de los compradores de Selecciones son suscriptores, es decir lectores asiduos que tienen plena confianza en la revista, que la leen en su hogar, sin sujecion a horario y deteniendose en cada número el tiempo que desean.

¿ a quien llepe? - Como dijimos, es el presente estudio quien se encarga de contestar a este compleja pregunta. Ahora bien, este trabajo no se limita a darnos datos sobre lo anteriormente expuesto, sino que nos muestra tambien:

- 1º Cual es la penetracion de "Selecciones" en los distintos sectores del mercado y en los diferentes estratos economico-sociales.
- 2º Datos comparativos sobre la familia suscriptora de "Selecciones" y la familia medie española.
- 3º Comparandolo con el anterior Retrato de Dos Familias, la elevacion del nivel ~~de~~ vida y variacion de costumbres de la familia española en estos ultimos cuatro años.

Las siguientes cifras son un ejemplo de cuanto decimos en el ultimo parrafo.

	ESPAÑA 1960 %	ESPAÑA 1964 %
POSESION DE SEGUROS O VALORES	38	68
POSESION DE TELEFONO	12	25
ASCENSOR	3	6
CALEFACCION	5	10
NEVERA ELECTRICA	4	16
TOCA DISCOS	3	11
COMPRAN PAPILLAS PARA NIÑOS	3	7
COMPRAN ACEITE ENVASADO	10	46
COMPRAN ALIMENTOS CONGELADOS	1	9
COMPRAN CREMA DE BELLEZA	7	17
COMPRAN PERFUMES	4	18
COMPRAN DESDORANTES.	3	15

Esto tanto por ciento no son sino una muestra mínima de algo que se refleja a través de todo el estudio: El cambio experimentado por la familia media española en estos últimos cuatro años. Así, ese aumento de casi el 79 por 100 en posesión de seguros, valores, etc. nos señala la confianza en la estabilidad y porvenir de la nación; en el aumento del 100 por 100 que corresponde a ascensor, teléfono, y calefacción, vemos las mejoras de las viviendas; los aumentos en neveras, tocadiscos etc., ~~no~~ solo dan idea de una mayor capacidad de compra, sino que marcan un índice de incremento en la vida, y, en fin, otros índices comparativos de compras nos revelan claramente que existe una mayor preocupación por la sanidad y la higiene.

Esperamos que los Anunciantes y las Agencias de España aprecien en su justo valor este esfuerzo que "Selecciones" realiza para tenerles en todo momento informados de las características de este medio básico de la publicidad española.

NOTA: Queremos destacar que en la presente encuesta se ha tomado como unidad la familia, no el individuo. Por tanto, el universo de "Selecciones" debe calcularse en 185.000 (familias en las que algún miembro es suscriptor) y el universo de España, en 7.000.000 (número aproximado de familias).

INDICE

1

CAPITULO I

CARACTERISTICAS ECONOMICO-SOCIALES

EDAD DEL CABEZA DE FAMILIA

NIVEL ECONOMICO SOCIAL

PROFESION DEL CABEZA DE FAMILIA

PERSONAS QUE VIVEN EN LA CASA MAYORES DE QUINCE AÑOS

EDAD DE LA PERSONA QUE COMPRA.

POSESION DE VALORES, SEGUROS, ETC.

CAPITULO II.

CARACTERISTICAS DEL HOGAR

MODALIDAD DEL CONTRATO

TELEFONO, ELECTRICIDAD, ETC.

CAPITULO III.

POSESION DE BIENES DURABLES

APARATOS ELECTRODOMESTICOS

MENAJE DE COCINA

EFFECTOS DEL HOGAR

APARATOS ELECTRONICOS

EFFECTOS DE USO PERSONAL

LOCOMOCION.

LIBROS

CAPITULO IV

- COMPRAS REALIZADAS EN UN PERIODO DE UN MES
- CONSERVAS
- ALIMENTOS PREPARADOS
- BEBIDAS CARBONICAS
- INFUSIONES
- OTROS ALIMENTOS
- TURRON
- PRODUCTOS DE BELLEZA
- PRODUCTOS DE TOCADOR Y PERFUMERIA
- ARTICULOS DE LIMPIEZA
- PRODUCTOS PARA EL CABELLO
- PRODUCTOS FARMACEUTICOS
- PRODUCTOS DE HIGIENE

CAPITULO V

- COMPRAS REALIZADAS EN UN PERIODO DE SEIS MESES
- VESTIMENTA DE SEÑORA
- VESTIMENTA DE CABALLERO O NIÑO.

CAPITULO VI

- VIAJES
- FRECUENCIA CON QUE SE VIAJA
- VIAJES AL EXTRANJERO
- MOTIVO DEL VIAJE
- MEDIO DE TRANSPORTE
- UTILIZACION DE AGENCIA DE VIAJES

CAPITULO VII - CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS Y TABACO
 VINOS
 LICORES
 OTRAS BEBIDAS
 CIGARROS Puros

CAPITULO VIII - DATOS SOBRE "SELECCIONES"
 LECTURA
 SUSCRIPCION
 LECTURA DE UN EJEMPLAR
 PROMEDIO DE LECTURA
 PROMEDIO DE DURACION DE LECTURA
 LUGAR DE LECTURA
 UTILIZACION FINAL

CAPITULO IX - FAMILIA SUSCRIPTORA DE "SELECCIONES"
 EDADES
 SEXO
 EDUCACION

CAPITULO X - DATOS SOBRE TELEVISION
 AUDIENCIA
 HORAS DE AUDICION
 PROMEDIO DE TELESPECTADORES

METODOLOGIA

CAPITULO I

CARACTERISTICAS ECONOMICO-SOCIALES

EDAD DEL CABEZA DE FAMILIA

	SUSCRIPTORES DE "SELECCIONES" %	ESPAÑA %
DE 15 a 24 AÑOS	1	1
DE 25 a 34 AÑOS	12	13
DE 35 a 44 AÑOS	22	25
DE 45 a 54 AÑOS	32	25
MAS DE 55 AÑOS	30	33
NO ESPECIFICAN	3	3
TOTAL	<u>100</u>	<u>100</u>
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

TABLA 2-1
NIVEL ECONOMICO-SOCIAL

	SUSCRIPTORES DE "SELECCIONES" %	ESPAÑA %
ALTO	12	3
MEDIO SUPERIOR	25	9
MEDIO	43	32
MEDIO INFERIOR	14	30
BAJO	4	24
NO SE ESPECIFICO	2	2
TOTAL	100	100
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

TABLA NUM. 3-1

PROFESION DEL CABEZA DE FAMILIA

7

	SUSCRIPTORES DE "SELECCIONES" %	ESPAÑA %
PROFESIONALES, TECNICOS Y ASIMILADOS.	24	10
ADMINISTRADORES, GERENTES Y DIRECTORES.	9	3
EMPLEADOS DE OFICINA.	18	7
VENDEDORES.	15	14
AGRICULTORES, GANADEROS, PESCADORES, TRABAJADORES FORESTALES Y ASIMILADOS.	5	27
MINEROS Y ASIMILADOS.	1	3
TRABAJADORES DE LOS TRANSPORTES Y COMUNICACION.	4	5
ARTESANOS OCUPADOS EN LOS DIVERSOS PROCESOS DE LA PRODUCCION.	11	15
TRABAJADORES DE LOS SERVICIOS, DEPORTES Y DIVERSIONES.	3	4
MIEMBROS DE LAS FUERZAS ARMADAS.	2	2
OTRAS.	1	1
TRABAJOS EN EL HOGAR.	6	8
NO ESPECIFICAN.	—	—
	<u>99</u>	<u>99</u>
TOTAL	(456)	(1.898)
NUMERO DE CASAS		

NOTA: Esta clasificación se ha hecho según las denominaciones del censo nacional. Conviene tener en cuenta que se trata de la profesión del cabeza de familia y no de la que corresponde a la persona que se entrevistó.

TABLA NUM 4-1

PERSONAS QUE VIVEN EN LA CASA MAYORES DE 15 AÑOS



	SUSCRIPTORES DE "SELECCIONES" %	ESPAÑA %
1 PERSONA	2	3
2 PERSONAS	38	26
3 PERSONAS	26	39
4 PERSONAS	19	18
5 PERSONAS	10	7
6 PERSONAS	2	3
7 PERSONAS	1	1
8 PERSONAS	—	1
MAS DE 8 PERSONAS	1	1
TOTAL	<u>99</u>	<u>99</u>
NUMERO DE CAROS	(456)	(1.898)

TABLA NUM 5-1

EDAD DE LA PERSONA QUE COMPRA

	SUSCRIPTORES DE "SELECCIONES" %	ESPAÑA %
DE 15 a 24 AÑOS	5	7
DE 25 a 34 AÑOS	19	21
DE 35 a 44 AÑOS	29	26
DE 45 a 54 AÑOS	26	23
MAS DE 55 AÑOS	16	19
NO ESPECIFICAN	5	4
TOTAL	100	100
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

TABLA NUM 6-1

POSESION DE VALORES, SEGUROS, ETC

	SUSCRIPTORES DE SELECCIONES DL %	ESPAÑA %
LIBRETA DE AHORROS	67	42
SEGURO DE ACCIDENTES	35	27
SEGURO DE VIDA	28	13
SEGURO SOBRE LA PROPIEDAD	17	9
ACCIONES DE ALGUNA EMPRESA	14	3
PAPEL DEL ESTADO	2	1
NADA DE ESTO	21	42
TOTAL	184	137
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

Respuesta multiple.

Nota: En los epigrafes titulados "seguros" es muy posible que una gran parte de las respuestas afirmativas hayan provenido de considerar aquellos que dependen del Instituto Nacional de Prevision.

11

CAPITULO II
CARACTERÍSTICAS DEL HOGAR

TABLA NOM- 1- II

MODALIDAD DE CONTRATO

PREGUNTA 19 ¿ LA CASA DE USTED ES DE SU PROPIEDAD O ALQUILADA ?

	SUSCRIPTORES DE "SELECCIONES" %	ESPAÑA %
CASA ALQUILADA	54	46
CASA PROPIA	41	51
NO ESPECIFICAN	5	3
TOTAL	100	100

NUMERO DE CASOS

(456)

(1.898)

NOTA: Quizá pueda parecer extraño a primera vista el hecho de que siendo superior el nivel económico y social de la Familia lectora de "Selecciones" al correspondiente a la Familia media española, el tanto por ciento de "Casa propia" sea de 51 para la última y de sólo 41 para la primera.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que es muy usual, en zonas suburbanas o agrícolas, la posesión de la casa, sin que esto indique, en ningún modo, un mayor índice de nivel económico-social.

TABLA NUM. 2-11

TIENEN TELEFONO ELECTRICIDAD. ETC.



PREGUNTA 25.

¿Tienen telefono, luz electrica, agua corriente, calefaccion, ascensor en la casa?

	SUSCRIPTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
TELEFONO	60	25
LUZ ELECTRICA	100	96
AGUA CORRIENTE	95	67
ASCENSOR	25	6
CALEFACCION	39	10
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

POSESION DE BIENES DURABLES

En este capitulo hay que considerar que en los tantos por ciento señalados no se ha diferenciado la pluralidad de posesiones.

Asi, en los tantos por ciento figurará igual la familia que tenga uno o más de los distintos aparatos y utensilios que se indican en los epigrafes.

TABLA NUM - I - III
 APARATOS ELECTRODOMESTICOS

14

PREGUNTA 12: ¿ ahora quisieramos saber si poseen ustedes alguno, o varios, de los siguientes articulos?
 (mostrando tarjetas blancas)

	SUSCRIPTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
NEVERA	50	16
LAVADORA	76	33
PLANCHA ELECTRICA	93	80
ASPIRADORA	26	6
ENCERADORA	5	2
MANTA ELECTRICA	17	7
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

TABLA NUM 2- III
MANAJE DE COCINA

15

PREGUNTA 12. ¿Ahora quisieramos saber si poseen ustedes alguno o varios de los siguientes articulos?
(Mosthando tarjetas blancas)

	SUSCRIPTORES DE "SELECCIONES" %	ESPAÑA %
COCINA DE GAS	57	33
COCINA ELECTRICA	26	7
BATIDORA ELECTRICA	45	14
TOSTADOR DE PAN	14	3
CAFETERA ELECTRICA	34	11
CALENTADOR DE AGUA ELECTRICO	40	9
CALENTADOR DE AGUA A GAS	21	5
BUTANO	43	25
OLLA A PRESION	58	27
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

TABLA NUM 3-III
EFECTOS DEL HOGAR

PREGUNTA 12. ¿ Ahora quisieramos saber si poseen ustedes alguno, o varios, de lo siguiente articulos?
(Mostrando tarjetas blancas)

	SUSCRIPTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
MAQUINA DE COSER	77	67
CALEFACCION ELECTRICA	20	4
MAQUINA DE ESCRIBIR	47	15
COLCHONES DE ESPUMA DE CAUCHO	23	5
COLCHONES DE MUELLE	42	18
RELOGES (NO DE PULSERA)	85	70
MUEBLE CAMA	32	14
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

APARATOS ELECTRICOS

PREGUNTA 12. ¿Ahora quisieramos saber si poseen ustedes alguno, o varios, de los siguientes articulos?
(Mostrando tarjetas blancas)

	SUSCRIPTORES DE "SELECCIONES" %	ESPAÑA %
TOCADISCOS	48	11
TELEVISION	43	13
NUMERO DECASOS	(456)	(1.898)

TABLA NUM 5- III
EFFECTOS DE USO PERSONAL

18

PREGUNTA 12. ¿Ahora quisieramos saber si poseen ustedes alguno, o varios de los siguientes articulos?
(mostrando tarjetas blancas)

	SUSCRIPTORES DE 'SELECCIONES' %	ESPAÑA %
TOMAVISTAS DE CINE	4	1
PROYECTOR DE CINE	4	1
CAMARA FOTOGRAFICA	52	12
RELOJ DE PULSERA	94	78
MARQUINA ELECTRICA DE AFEITAR	72	39
PLUMA ESTILOGRAFICA	87	48
PRISMATICOS	27	6
BOLIGRAFO	89	80
PROYECTOR DE VISTAS FIJAS	5	1
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

TABLA NUM 6-III
LOCOMOCION

PREGUNTA 12. ¿Ahora quisieramos saber si poseen ustedes alguno, o varios de los siguientes articulos?
(mostrando tarjetas blancas)

	SUSCRIPTORES DE "SELECCIONES" %	ESPAÑA %
MOTOR FUERA BORDA	1	—
COCHE	34	12
TRACTOR	3	3
MOTOCICLETA	12	12
SCOOTER	5	4
BICICLETA	17	16
CICLO-MOTOR	3	1
CAMION	3	2
	<hr/>	<hr/>
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

TABLA NUM 7-III
LIBROS

PREGUNTA 12 ¿ Ahora quisieramos saber si poseen alguno, o varios de lo siguientes articulos?
(mostrando tarjetas blancas)

	SUSCRIPTORES DE "SELECCIONES" %	ESPAÑA %
LIBROS INFANTILES	41	27
LIBROS PARA ADULTOS	88	41
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

CAPÍTULO IV

COMPRAS REALIZADAS EN UN PERIODO DE UN MES

A lo largo de todo este capítulo hay que considerar que la encuesta fue realizada en los meses de Febrero y Marzo de 1964. Como la pregunta se refiere a las compras, no a los consumos realizados en el periodo de un mes, es natural que aquellos productos de venta estacional tengan sus porcentajes aumentados o disminuidos según que fuese su época de mayor o menor venta. Conviene destacar que las preguntas no llevaban implícita la cuantía de la compra: así figurará lo mismo en las preguntas afirmativas aquella persona que, por ejemplo, compró una tableta pequeña de chocolate que la que compró 1 Kg o más.

TABLA NUM 7-IV
CONSERVAS

22

PREGUNTA 14 ¿ Podria usted decirme cual o cuáles de los siguientes productos han comprado ustedes en el ultimo mes para consumir en su casa? (enseñar tarjetas azules.)

	SUSCRIPTORES DE "SELECCIONES %	ESPAÑA %
FRUTAS	37	19
MERMELADAS	40	20
TOMATE	48	33
ESPARRAGOS	40	13
SARDINAS	50	35
OTROS PESCADOS EN CONSERVA	34	23
PIÑA	34	6
PLATOS PREPARADOS EN CONSERVA	14	4
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)



TABLA NUM. 2-IV
ALIMENTOS PREPARADOS

23

PREGUNTA 14. ¿Podría usted decirme cuál o cuáles de los siguientes productos han comprado ustedes en el último mes para consumir en su casa. (Enseñar tarjetas azules)

	<u>SUSCRIPTORES</u> <u>DE "SELECCIONES"</u> <u>%</u>	<u>ESPAÑA</u> <u>%</u>
SOPAS EN SOBRES	50	32
CALDO EN PASTILLAS	41	39
CUBITOS DE CALDO	19	20
CEREALES PREPARADOS	9	9
LECHE CONDENSADA	54	36
LECHE EN POLVO	7	6
LECHE ENBOTTELLADA	41	14
PAPILLAS PARA NIÑO	11	7
ALIMENTOS A BASE DE CACAO	34	15
MANONESA PREPARADA	27	7
EXTRACTOS CONCENTRADOS LIQUIDOS PARA SOPAS.	8	1
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

TABLA NUM 3- IV
 BEBIDAS CARBONICAS

24

PREGUNTA 14 ¿ Podria usted decirme cual o cuales de los siguientes productos han comprado ustedes en el ultimo mes para consumir en su casa? (Enseñar tarjetas azules)

	SUSCRIPTORES DE "SELECCIONES" %	ESPAÑA %
BEBIDAS CON COLA	31	15
BEBIDAS DE NARANJA Y LIMON	30	11
AGUA MINERAL	27	9
	<hr/>	<hr/>
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

TABLA NUM. 4- IV
INFUSIONES

25

PREGUNTA 14. ¿Podría usted decirme cuál o cuáles de los siguientes productos han comprado ustedes en el último mes para consumir en su casa? (enseñar tarjetas azules)

	SUSCRIPTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
CAFE SOLUBLE EN POLVO	30	10
CAFE EN POLVO SIN CAFEINA	16	5
CAFE EN GRANO	59	47
CAFE EN GRANO SIN CAFEINA	4	2
TE	24	12
SUCEDANEOS DE CAFE	11	22
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

TABLA NUM. 5-IV
OTROS ALIMENTOS

PREGUNTA 14. ¿ Podría usted decirme cuál o cuáles de los siguientes productos han comprado ustedes en el último mes para consumir en su casa?
(enseñar tarjetas azules)

	SUSCRIPTORES DE "SELECCIONES" %	ESPAÑA %
GALLETAS Y BIZCOCHOS	73	52
MARGARINA O MANTEQUILLA	67	37
QUESO	67	56
CHOCOLATE	66	62
JUGOS DE FRUTAS	15	3
ACEITE EN LATAS O BOTTELLAS	63	46
BOMBONES	29	6
ACEITUNAS	63	32
ALIMENTOS CONGELADOS	20	9
ALIMENTOS PREPARADOS PARA NIÑOS	5	2
HELADOS	4	2
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)
TURRON	90	65
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

NOTA: La pregunta que se hizo para el turron no fue referida al último mes; esta pregunta se hizo en la siguiente forma. ¿ Ha comprado turron en las pasadas Navidades?

TABLA NUM. 6-IV
 PRODUCTOS DE BELLEZA

PREGUNTA 15. Aquí hay una serie de productos que usted o alguien de su familia ha podido comprar en el último mes. ¿Podría usted decirme cual de ellos han comprado ustedes? (Enseñar tarjetas amarillas)

	SUSCRIPTORES DE "SELECCIONES" %	ESPAÑA %
CREMA DE BELLEZA	32	17
POLVOS	44	25
LAPIZ DE LABIOS	59	37
LOCION FACIAL	22	8
LACA DE UÑAS	46	22
MAQUILLAJE DE OJOS	24	14
MAQUILLAJE COMPACTO	21	8
PERFUMES	34	18
CREMA PARA EL BRONCEADO DEL SOL	4	1
	<hr/>	<hr/>
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

TABLA NUM. 7-IV
 PRODUCTOS DE TOCADOR

28

PREGUNTA 15. Aquí hay una serie de productos que usted o alguien de su familia ha podido comprar en el último mes. ¿Podría usted decirme cual de ellos han comprado ustedes? (enseñar tarjetas amarillas?)

	SUSCRIPTORES DE "SELECCIONES" %	ESPAÑA %
JABON DE TOCADOR	72	66
PASTA DENTIFICA	84	64
AGUA DE COLONIA	74	60
LOCION PARA ANTES O DESPUES DEL AFEITADO	51	36
CREMAS O JABON DE AFEITAR	30	32
CUCHILLAS DE AFEITAR	30	37
POLVOS DE TALCO	52	33
DESODORANTES	37	15
	<hr/>	<hr/>
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

TABLA NUM. 8-IV
ARTICULOS DE LIMPIEZA

29

PREGUNTA 15. Aquí hay una serie de productos que usted o alguien de su familia ha podido comprar en el último mes. ¿Podría usted decirme cual de ellos han comprado ustedes? (Enseñar tarjetas amarillas)

	SUSCRIPTORES DE "SELECCIONES" %	ESPAÑA %
JABON EN PASTILLA PARA LAVAR LA ROPA	70	74
DETERGENTE LIQUIDO	41	22
JABON Y DETERGENTE EN POLVO	78	67
JABON PARA PRENDAS DELICADAS	61	32
CREMAS PARA EL CALZADO	67	50
CERAS PARA MUEBLES	22	14
LIMPIA METALES	49	30
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

PRODUCTOS PARA EL CABELLO

PREGUNTA 15. Aquí hay una serie de productos que usted o alguien de su familia ha podido comprar en el último mes. ¿Podría usted decirme cuál de ellos han comprado ustedes? (enseñar tarjetas amarillas)

	SUSCRIPTORES DE "SELECCIONES" %	ESPAÑA %
SHAMPOO	55	27
LOCIONES PARA EL CABELLO	18	6
TINTES PARA EL CABELLO	4	4
FIJADOR, BRILLANTINA	18	19
PERMANENTE PARA HACER EN CASA	1	1
	<hr/>	<hr/>
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

PRODUCTOS FARMACEUTICOS

PREGUNTA 15. Aquí hay una serie de productos que usted o alguien de su familia ha podido comprar en el último mes. ¿Podría usted decirme cuál de ellos han comprado ustedes? (Enseñar tarjetas amarillas)

	SUSCRIPTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
REMEDIOS PARA EL DOLOR DE CABEZA	51	61
REMEDIOS PARA CONSTIPADO	52	43
REMEDIOS PARA LA TOS	38	30
PURGANTES O LAXANTES	13	8
PRODUCTOS PARA ADELGAZAR	4	1
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

TABLA NUM. 11-1V
 PRODUCTOS DE HIGIENE

32

PREGUNTA 15. Aquí hay una serie de productos que usted o alguien de su familia ha podido comprar en el último mes. ¿Podría usted decirme cual de ellos han comprado ustedes? (Enseñar tarjetas amarillas)

	SUSCRIPTORES DE "SELECCIONES" %	ESPAÑA %
PAPEL HIGIENICO	71	43
TOALLAS O SERVILETAS DE PAPEL	10	6
PRODUCTOS PARA LA HIGIENE DEL NIÑO	9	6
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

TABLA NUM. 1 - V
VESTIMENTA DE SEÑORA

PREGUNTA 17. Este lote de tarjetas se refiere a vestido. ¿Puede usted decirme que artículos de estos han comprado ustedes en los últimos seis meses? (Enseñar tarjetas usas).

	SUSCRIPTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
VESTIDOS	50	26
ABRIGOS	37	18
IMPERMEABLES	18	7
ROPA INTERIOR	65	39
MEDIAS	82	67
FALDAS	43	28
JERSEYS	53	28
REBECAS	23	15
PIELES	7	1
TRAJES DE BAÑO	4	1
JOYERIA Y BISOTERIA	26	10
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

VESTIMENTA DE CABALLERO O NIÑO

PREGUNTA 17. Este lote de tarjetas se refiere a vestido ¿ Puede usted decirme que artículos de éstos han comprado ustedes en los últimos seis meses? (Enseñar tarjetas rojas)

	SUSCRIPTORES DE "SELECCIONES" %	ESPAÑA %
CAMISAS	69	50
TRAJES CONFECCIONADOS	24	19
ABRIGOS	26	17
IMPERMEABLE	22	13
ROPA INTERIOR	64	44
CALCETINES	70	54
JERSEYS O CHALECOS DE PUNTO	43	24
	<hr/>	<hr/>
NUMERO DE CASAS	(456)	(1.898)

Todas las preguntas de este capítulo, excepto la correspondiente a Agencias de Viajes, son completamente distintas a las que se hicieron en el anterior Retato de Dos Familias; por tanto no son comparables los resultados.

TABLA NUM. 1-VI

FRECUENCIA CON QUE SE VIAJA

PREGUNTA 13A. ¿No gustaría saber ahora la frecuencia con que usted viaje fuera de su residencia habitual.

	SUSCRIPTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
NUNCA	4	7
MENOS DE UNA VEZ CADA DOS AÑOS	9	17
UNA VEZ CADA DOS AÑOS	5	6
UNA VEZ AL AÑO	25	17
DOS VECES AL AÑO	12	12
TRES VECES AL AÑO	7	7
CUATRO VECES AL AÑO	4	5
CINCO VECES AL AÑO	2	2
SEIS VECES AL AÑO	2	2
MAS DE SEIS VECES AL AÑO	27	22
NO ESPECIFICARON	2	3
TOTAL	99	100
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

TABLA NUM. 2-VI
 VIAJES AL EXTRANJERO

PREGUNTA 13B. La ultima vez que viajó usted, ¿ fue a otro punto de España o al extranjero?

VIAJÓ A:	SUSCRIPTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
FRANCIA	4	2
ITALIA	3	—
ALEMANIA	1	—
SUIZA	1	—
INGLATERRA	—	—
PORTUGAL	—	—
BELGICA	—	—
MARRUECOS	—	—
OTROS PAISES	1	—
DENTRO DE ESPAÑA	87	90
NO VIAJA NUNCA	4	7
<u>TOTAL</u>	<u>101</u>	<u>99</u>

NUMERO DE CASOS

(456)

(1.898)

TABLA NUM. 3-VI
MOTIVO DEL VIAJE

PREGUNTA 13c. Esa última vez, ¿cual fue el motivo del viaje?

	SUSCRIPTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
NEGOCIOS	14	15
TURISMO	50	31
NEGOCIOS Y TURISMO	9	6
OTRAS RAZONES	24	40
NUNCA VIAJA	4	7
TOTAL	101	99
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

TABLA NUM. 4 - VI
 MEDIOS DE TRANSPORTES

PREGUNTA. 13.D ¿ Que medios de transporte utilizo ?

	SUSCRIPTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
TREN	41	44
AUTOCAR	21	36
BARCO	3	3
AVION	5	1
COCHE PROPIO	30	9
COCHE ALQUILADO	6	6
MOTOCICLETA	2	2
SCOOTER	1	1
OTROS	2	4
NO VIAJA NUNCA	4	7
TOTAL	115	113
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

UTILIZACIÓN DE AGENCIAS DE VIAJE

PREGUNTA 13E. ¿Ha utilizado usted alguna vez para sus viajes los servicios de una agencia de viajes?

	SUSCRIPTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
SI	27	8
NO	70	85
NO VIAJA NUNCA	4	7
TOTAL	101	100
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS Y TABACOS

Atuevamente debemos destacar que a lo largo de todo este capitulo los tantos por ciento no corresponden a la idea de cantidad de consumo. Por tanto no es correcto comparar por ejemplo, los tantos por ciento correspondientes a Anis y Esñac y sacar la conclusion de que su relacion en volumen es de 26/40; tenfase en cuenta que una copa cuenta igual que una botella.

TABLA NUM. I-VII
VINOS

	SUSCRIPTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
JEREZ	22	6
MONTILLA-MORILES	7	3
MALAGA	9	3
OPORTO	5	1
RIOJA	13	3
OTROS VINOS DE CLASE	15	6
VINOS CORRIENTES DE MESA	67	63
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

LICORES

PREGUNTA 18 Este es el último lote de tarjetas y se refiere a licores.
 ¿ Han consumido en su casa algún licor o vino o cerveza en los últimos 30 días? (mostrar tarjetas verdes)

	SUSCRIPTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
ANIS	39	26
COÑAC	72	40
WHISKY	16	5
RON	14	3
GINEBRA	20	7
VODKA	4	1
OTROS LICORES	19	43
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)



TABLA NUM. 3-VII
OTRAS BEBIDAS Y TABACOS

42

PREGUNTA 18. Este es el ultimo ~~grupo~~ ^{lote} de tarjetas y se refiere a licres. ¿ Han consumido en su casa algun licor o vino o cerveza en los ultimos 30 dias? (mostrar tarjetas verdes.)

	SUSCRIPTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
CHAMPAGNE	35	7
VERMOUTH	23	8
OTROS APERITIVOS CON ALCOHOL	5	19
CERVEZA	56	33
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)

PREGUNTA 18.A. ¿ Usted o alguien de su familia ha comprado ^{cigarros} ↓ puros en los ultimos 30 dias? (mostrar tarjetas verdes)

	SUSCRIPTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
CIGARROS PUROS	27	11
NUMERO DE CASOS	(456)	(1.898)



TABLA NUM. 1-VIII
LECTURA

PREGUNTA 5. ¿ Ha leído usted algún ejemplar de "Selecciones" durante los cuatro últimos meses?

PREGUNTA 5A ¿ Cuantos números de esta revista ha leído

NUMERO DE EJEMPLARES

"SELECCIONES"

NUMERO DE CASOS (1.898)

PORCENTAJE DE LECTORES QUE
HAN LEIDO EJEMPLARES

<u>0</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>TOTAL</u>
85	6	4	2	4	101

TABLA NUM. 2-VIII

44

SUSCRIPCION

PREGUNTA 5 B. ¿ Esta usted o alguno de su caso suscrito a esta revista ?

	<u>% DE SUSCRIPTORES</u>	<u>% DE NO SUSCRIPTORES</u>	<u>TOTAL</u>
"SELECCIONES"	4	96	100
NUMERO DE CASOS (1.898)			

TABLA NUM. 3-VII

LECTURA DE ALGUN EJEMPLAR

PREGUNTA 5 C. Durante el ultimo mes ha leído algun ~~ejemplar~~ ^{numero} de este revista, aunque sea atrasado ?

	<u>% QUE HAN LEIDO ALGUN EJEMPLAR</u>		
	<u>SI</u>	<u>NO</u>	<u>TOTAL</u>
"SELECCIONES"	9	91	100
NUMERO DE CASOS (1.898)			

TABLA NUM. 4 - VIII
PROMEDIO DE LECTURA

PREGUNTA 6. De este revista que usted ha leído ¿Recuerde cuantas veces copio usted para leer este ultimo ejemplar que estuvo en sus manos?

Solamente a quienes al menos han leído algun ejemplar en el ultimo periodo.

SELECCIONES	<u>MEDIA ARITMETICA</u>	<u>MEDIA EN VECES</u>	<u>NOM. DE CASOS</u>
	4,0	3,5	(285

PROMEDIO DE DURACION DE LECTURA

PREGUNTA 7 ¿Cuanto tiempo empleó usted en leer completamente el ultimo ejemplar que llevó a sus manos?

Solamente a quienes han leído algun ejemplar en el ultimo periodo.

	<u>MEDIA ARITMETICA</u>	<u>MEDIANA EN HORAS</u>	<u>NUM. DE CASOS</u>
SELECCIONES	5,1	4,6	(285)

LUGAR DE LECTURA

PREGUNTA 8. ¿ En que lugar acostumbre usted generalmente a leer esta revista?

Solamente a quienes han leído algun ejemplar en el ultimo periodo.

	<u>EN CASA</u>	<u>EN CASA DE UN AMIGO O FAMILIAR</u>	<u>EN VIAJES</u>	<u>EN SALAS DE ESPERA</u>	<u>NO SABE O EN OTROS LUGARES</u>	<u>TOTAL</u>	<u>NUMERO DE CASOS</u>
"SELECCIONES"	77	4	1	4	17	103	(285)

TABLA NUM. 7-VIII
UTILIZACION FINAL

48

PREGUNTA 9. ¿ Que hace usted usualmente con la revista despues de haberla leído ?

	<u>LA COLECCIONA</u>	<u>LA GUARDA ALGUN TIEMPO</u>	<u>LA TIRA</u>	<u>LA REGALA</u>	<u>LA VENDE</u>	<u>LA PRESTA A LOS AMIGOS O FAMILIARES</u>	<u>NO ESPECIFICO</u>	<u>TOTAL</u>	<u>NUMERO DE CASOS</u>
SELECCIONES	42	22	2	2	2	5	25	100	(285)

NOTA: Queremos llamar la atencion sobre el hecho que de los 100 casos que figuran en la table, 75 contestaron que sabian concretamente lo que hacen con la revista despues de haberla leído. De estos 75 casos 66 la coleccionan y la guardan por algun tiempo, lo que supone que en un 88 por 100 de los personas que saben lo que hacen con la revista, contestaron que la conservan.

CAPÍTULO IX
FAMILIA SUSCRIPTORA DE SELECCIONES

TABLA NUM. 1-IX

	EDADES	%
HASTA 2 AÑOS		2
DE 3 A 5 AÑOS		3
DE 6 A 10 "		5
DE 11 A 15 "		6
DE 16 A 20 "		11
DE 21 A 25 "		8
DE 26 A 35 "		15
DE 36 A 45 "		18
DE 46 A 55 "		17
DE 56 A 65 "		10
MAS DE 65 "		6
NO CONSTA		—
	TOTAL	101

NUMERO DE CASOS

(2.098) TOTAL DE PERSONAS DE LAS FAMILIAS INCLUIDAS EN LA MUESTRA

TABLA NUM. 2 - IX
SEXO Y EDUCACION

SEXO		<u>%</u>
HOMBRES		50
MUJERES		50
	TOTAL	<u>100</u>
NUMERO DE CASOS		(2.098)

EDUCACION		<u>%</u>
NIÑOS EN EOAD ESCOLAR		4
PRIMARIA		19
MEDIA		54
SUPERIOR		14
NO CON STA		8
	TOTAL	<u>99</u>
NUMERO DE CASOS		(2.098)

CAPITULO X

51

DATOS SOBRE TELEVISION

TABLA NUM. 1-X
AUDIENCIA

PREGUNTA 1. ¿ Me quiere usted decir donde suele ver la T.V. ?

	SUSCRIPTORES DE SELECCIONES %	ESPAÑA %
EN SU CASA	46	15
EN CASA DE UN AMIGO O FAMILIAR	23	17
EN EL BAR O CAFETERIA	11	25
EN OTROS LUGARES	3	3
EN NINGUN SITIO	20	41
TOTAL	<u>103</u> •	<u>101</u> •

NUMERO DE CASOS

• RESPUESTA MULTIPLE

TABLA NUM. 2-X
HORAS DE AUDICION

51

PREGUNTA 2. ¿A que horas acostumbra usted a verla?

Hecha solamente a quienes ven la television en su casa.

<u>HORAS DE AUDICION</u>	<u>SUSCRIPTORES DE SELECCIONES %</u>	<u>ESPAÑA %</u>
DE 2 A 4 DE LA TARDE	53	55
DE 4 A 5 " " "	24	25
DE 5 A 6 " " "	17	17
DE 6 A 7 " " "	20	20
DE 7 A 8 " " "	32	36
DE 8 A 9 DE LA NOCHE	47	52
DE 9 A 10 " " "	67	68
DE 10 A 11 " " "	84	78
DE 11 A 12 " " "	69	64
DE 12 AL FINAL	52	47
NUMERO DE CASOS	(209)	(284)

NUMERO MEDIO DE TELESPECTADORES

PREGUNTA 2. ¿ Cuantas personas la ven en cada una de las horas?
 Heche solamente a quienes ven la television en casa.

	SUSCRIPTORES DE SELECCIONES MEDIA POR TELEVISION	ESPAÑA MEDIA POR TELEVISION
DE 2 A 4 DE LA TARDE	1,8	1,6
DE 4 A 5 " " "	0,7	0,7
DE 5 A 6 " " "	0,7	0,6
DE 6 A 7 " " "	0,6	0,7
DE 7 A 8 " " "	1,1	1,0
DE 8 A 9 DE LA NOCHE	1,6	1,6
DE 9 A 10 " " "	2,4	2,2
DE 10 A 11 " " "	3,0	2,7
DE 11 A 12 " " "	2,5	2,2
DE 12 AL FINAL " "	2,0	1,7
	<hr/>	<hr/>
MEDIA	1,6	1,5
NUMERO DE CASOS	(209)	(284)

Este estudio contiene los resultados de una encuesta realizada por encargo de "Selecciones del Reader's Digest" para comparar el nivel económico-social, la posesión de bienes durables y compra de bienes de consumo de dos universos distintos:

Uno el formado por las familias españolas.

Otro, el formado por las familias con algún miembro de la misma, suscriptor de "Selecciones".

Un estudio análogo se realizó en los meses de marzo-abril de 1960 el presente estudio se ha realizado entre la última semana de febrero y todo el mes de marzo de 1964.

La recolección de datos se ha realizado mediante entrevista personal a una muestra de 2.057 familias elegidas aleatoriamente, de modo que fuesen representativas de toda la población española, con las excepciones de las islas Canarias, por su régimen aduanero especial; y la población que habite en viviendas diseminadas, es decir, aquellas viviendas que distan más de 500 metros de cualquier otra vivienda o núcleos de viviendas. Del número total de entrevistas fueron utilizadas en la tabulación, 1.898.

En cuanto a las entrevistas realizadas entre suscriptores de "Selecciones" se realizaron 502, de las que se tabularon 456.

Para conseguir la representatividad de la muestra nacional, se utilizó el procedimiento siguiente:

1º se agruparon las provincias en nueve regiones geográficas-económicas.

↓

- 3º Dentro de cada provincia seleccionada, se tomaron partidos judiciales, con probabilidad proporcional al número de hogares de cada partido.
- 4º Dentro de cada partido seleccionados, se repitió el mismo procedimiento para los municipios.
- 5º Las ciudades de Madrid, Barcelona, Valencia y Sevilla, por su importancia, se incluyeron automáticamente en la muestra. Se obtuvo así un total de 72 municipios.

Cabana
 Barballo
 Arteijo
 Comuña
 Carreño
 Gijón
 Gredos
 Pravia
 Salvatierra
 Vitoria
 Berantevilla
 Elciego
 Irun
 San Sebastian
 Eibar
 Vergara
 Almedo
 Portillo
 Legume de Quero

Alula de Castro
 Calañas de Elro
 Calatorao
 San Mateo de Fallego
 Zaragoza
 Barcelona
 Arenys de Munt
 San Celoni
 Badalona
 San Adrian de Besós
 Lluch Mayor
 Palma
 Binisalena
 Pueblo (de)
 Castrillo de Don Juan
 Cevico Navero
 Alar del Rey
 Santibañez de la Peña
 Madrid.

Valledolid
 Alcazar de San Juan
 Argemasilla de Alba
 Puertollano
 San Lorenzo de Calahorra
 Valencia
 Almansa
 Montealegre del Castillo
 Roda (La)
 Villarobledo
 Ayamonte
 Isla Cristina
 Hinojos
 Rociana del Condado
 Arboledas
 Cañete
 Doña María Ocaña

Alcala de Henares
 Algete
 Aranjuez
 Colmenar de Oreja
 Calasparra
 Cehegin
 Cartagena
 Fuente-Alamo de Murcia
 Sevilla
 Ecija
 La Luisiana
 Estepa
 La Roda de Andalucía
 Belmez de la Moraleda
 Huelma
 Canena
 Sabiote.

Y un total ~~de~~ de 123 entidades de población.

Las entrevistas se realizaron con un cuestionario preparado por Ibero-
 métrica, y cuyas preguntas aparecen en el estudio. En todas las
 preguntas de compra o posesión, dado el número de artículos inclui-
 dos, para hacer menos monótona la entrevista y poder alterar el
 orden de los artículos, se utilizaron tarjetos de colores diversos, en las
 que figuraba impreso un artículo, y el paquete de los distintos
 artículos de cada pregunta se entregaba a la persona entrevistada,
 para que a la vista de los tarjetos contestase.

En una encuesta de este magnitud no es posible comprobar a ⁵⁶ través de otras preguntas los productos que el entrevistado dice poseer. En algunos bienes durables que dan prestigio, puede existir alguna respuesta incorrecte. Este es el caso que creemos ha ocurrido con la pregunta sobre coches, que un 12 por 100 ha contestado diciendo que tenía, aunque la realidad, según datos de la Jefatura Central de Tráfico es un 9 por 100. También es posible que muchas personas que tienen solicitado coche hayan contestado afirmativamente a la pregunta. Una vez cumplimentados los cuestionarios, se han revisado, para corregir las contradicciones que pudiese haber, y la información obtenida fue trasladada, mediante un código, o fichas perforadas.

En estas fichas perforadas se enumeraron las respuestas a cada pregunta y estas respuestas fueron dadas en porcentajes. Los porcentajes expresan el tanto por ciento de familias que han dado respuestas afirmativas a la pregunta de si poseen ~~un determinado artículo~~ 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 muelle - 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 de cada pregunta, un determinado artículo, no dando el número de compras, pues una familia ha podido comprar diez veces en el mes, y otra tan solo 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 habitualmente del producto de que se trate.

En todo estudio por muestreo existe la posibilidad de que, 57 debido a tomar una muestra y no la totalidad de los casos, los porcentajes calculados por aquella difieren de los porcentajes reales; esta diferencia es la que llamamos error de muestreo, el cual depende del tamaño de la muestra y de la frecuencia con que se presente el dato a estudiar, siendo mayor cuanto más se aproxime este frecuencia al 50 por 100; damos a continuación los errores muestrales para distintos ~~casos~~ porcentajes.

<u>FRECUENCIA EN %</u>	<u>ERROR MUESTRAL EN %</u>
50	3
40-60	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 13 por 100 de las familias españolas poseen televisión; este 13 por 100 puede ser, en realidad, un 14 por 100, o bien un 12 por 100; en el caso de coche, nosotros damos un 4 por 100 y la table nos dice que este porcentaje, puede ser un 5 por 100 o un 3 por 100.

Creemos que los parrafos anteriores pueden dar un criterio para interpretar debidamente los resultados del presente estudio.