

ESTUDIO DE AUDIÉNCIA
"Hábitos de consumo en Cantabria"

FICHA TÉCNICA

Empresa que realiza el estudio	Información Técnica y Científica SL (Infortécnica)
Muestra	430 personas
Universo	Población mayor de 15 años de Cantabria.
Tipo de entrevista	Telefónica, aleatoria y de distribución proporcional a la extensión de la población, obteniendo una muestra proporcional y significativa de cada grupo de sexo y edad.
Fecha del sondeo	Marzo de 2005
Horario de las entrevistas	Entre las 18:00 y las 22:00 horas de los días laborales.
Datos de Infortécnica	C/ Lepanto 422 08025 Barcelona Tel: 934334243 Fax: 934334239 Más información en: Http://www.infortecnica.com

LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LA POBLACIÓN DE CANTABRIA CADA VEZ MÁS EUROPEOS

La población de Cantabria se deja influir de forma sólo moderada por la publicidad, según se desprende del estudio realizado en la Comunidad. Más de la mitad de la población, afirma haber seguido las recomendaciones publicitarias por lo menos de forma ocasional.

Las grandes superficies comerciales ya absorben un 48 por ciento de las preferencias de la población para efectuar las compras, sobretudo entre los más jóvenes. No obstante, la tienda de barrio sigue teniendo un peso específico importante no sólo entre los mayores, incluso entre los jóvenes; por la proximidad y el buen trato que ofrece.

Un 16 por ciento de la población afirma haber comprado algún producto a través de Internet, un porcentaje nada despreciable si lo comparamos con otros índices de otras comunidades españolas.

La mayor parte de la población de Cantabria considera que la economía de la Comunidad seguirá igual a la situación actual en los próximos dos años. No obstante, una de cada cuatro personas valora de forma poco optimista el futuro económico de Cantabria.

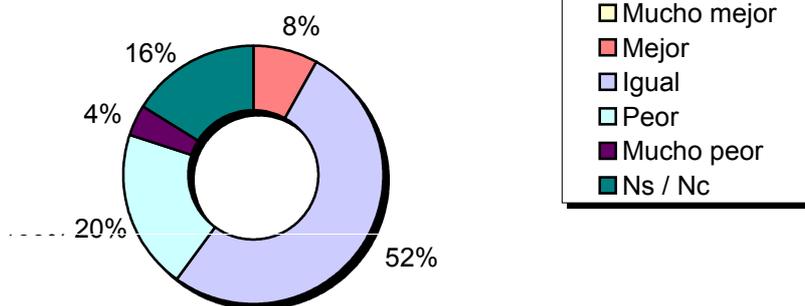
INFORTÉCNICA

REF:sonconsumo-cantabria01/p6/marzo05

Pregunta -¿Cómo evolucionará la economía de Cantabria en los próximos dos años?

Análisis general Muestra: población mayor de 15 años.

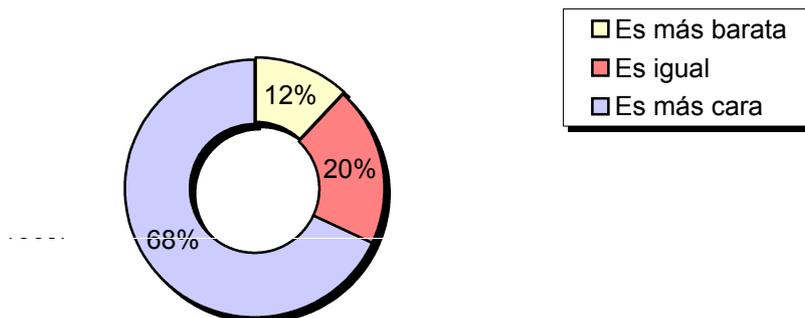
Resp / Grupo	Porcentaie	M. Error
Mucho mejor	<1%	-
Meior	8%	2,62%
Igual	52%	4,82%
Peor	20%	3,86%
Mucho peor	4%	1,89%
Ns / Nc	16%	3,54%



Pregunta - ¿Cómo cree que la cesta de la compra ha evolucionado con la presencia en el mercado de las grandes superficies?

Análisis general Muestra: población mayor de 15 años.

Resp / Grupo	Porcentaie	M. Error
Es más barata	12%	3,13%
Es igual	20%	3,86%
Es más cara	68%	4,50%



INFORTÉCNICA

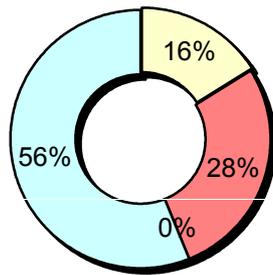
REF:sonconsumo-cantabria01/p6/marzo05

Pregunta - ¿Cómo selecciona los productos de la cesta de la compra?

Análisis general

Muestra: población mayor de 15 años.

Resp / Grupo	Porcentaie	M. Error
Compro los mas baratos	16%	3,54%
Compro los mas conocidos	28%	4,33%
Compro los más caros	<1%	-
Otras,calidad,calidad/precio	56%	4,79%



- Compro los mas baratos
- Compro los mas conocidos
- Compro los más caros
- Otras,calidad,calidad/precio

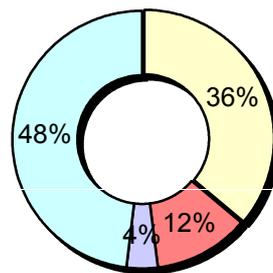
Otras respuestas han sido: los de mayor calidad o los que tienen la mejor relación calidad / precio...

Pregunta - ¿Dónde prefiere comprar?

Análisis general

Muestra: población mayor de 15 años.

Resp / Grupo	Porcentaie	M. Error
Tiendas de barrio	36%	4,63%
Cadenas de tiendas	12%	3,13%
Tiendas especializadas	4%	1,89%
Grandes superficies	48%	4,82%



- Tiendas de barrio
- Cadenas de tiendas
- Tiendas especializadas
- Grandes superficies

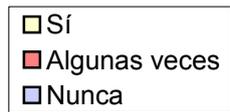
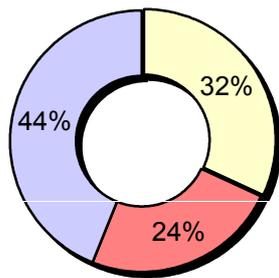
INFORTÉCNICA

REF:sonconsumo-cantabria01/p6/marzo05

Pregunta - ¿Le influye la publicidad a la hora de hacer las compras?

Análisis general Muestra: población mayor de 15 años.

Resp / Grupo	Porcentaie	M. Error
Sí	32%	4,50%
Algunas veces	24%	4,12%
Nunca	44%	4,79%



Pregunta - ¿Ha comprado alguna vez por internet?

Análisis general Muestra: población mayor de 15 años.

Resp / Grupo	Porcentaie	M. Error
Sí	16%	3,54%
No	84%	3,54%

