

Estudio Instituto Sondea



1 de Junio de 2019

Índice

Bloque	Página
Conclusiones	<u>3</u>
Metodología	<u>6</u>
Datos Sociodemográficos	<u>9</u>
Análisis Estadístico y Segmentaciones	<u>13</u>

Conclusiones



BLOQUE 1 Recuerdo Publicitario:

- **El Spot 1 genera un mayor recuerdo espontáneo de marca que el Spot 2 tanto en Top of Mind como en suma total de menciones, ya que cuando los encuestados visualizan el Spot 1 dentro de un bloque de anuncios, más de 6 de cada 10 (62,07%) recuerda en espontáneo la marca**, mientras que este porcentaje desciende hasta el 52,55% de los encuestados que lo han visto en las mismas condiciones. Son los españoles de 35 a 44 años de edad, las personas con estudios superiores quienes en mayor proporción que el resto recuerdan en espontáneo la marca cuando se les muestra en el bloque de anuncios el Spot , sin embargo, **de los encuestados que vieron el Spot son las personas clase social media y los que tienen estudios medios y superiores quienes en mayor medida que el resto fueron capaces de recordar la marca.**
- **Son mayoría los españoles que afirman que no se plantean en este momento comprar la Marca 5 (61,27%) siendo de éstos un 11,16% los que afirman que sin embargo la recomendarían aunque no la comprasen ellos mismos.** Por el contrario son un 38,73% los españoles que afirman que sí la comprarían o ya la han comprado alguna vez (11,71%). Son españoles de 35 a 44 años los que en mayor medida que el resto de edades afirman que sí se plantean comprar la marca mencionada. Por otro lado son mayormente hombres y personas de clase media las que en mayor medida afirman que no la comprarían.
- El medio en el que los españoles recuerdan en general haber visto más anuncios de las marcas mencionadas es la TV siendo el medio que tiene un mayor recuerdo publicitario en todos los casos, **Si observamos la Marca 1 la TV tiene un recuerdo del 14,50%, seguida por los medios impresos, donde recuerdan haberla visto el 5,12% de los españoles.**
- **El atributo que más se relaciona con la marca 1 es que es Innovador (7,36%), seguido de Eficaz (5,77%). Estos dos atributos son los más nombrados para las Marcas 2, 3 y 4 mientras que es que es un producto de lujo para la marca 5.** Cabe destacar para todas las marcas un alto porcentaje de encuestados que responden que no saben o no contestan.

BLOQUE 2 Consumo en Vacaciones:

- Casi 8 de cada 10 españoles (78,12%) afirma haber salido el pasado verano de vacaciones, el medio de transporte que más utilizaron para desplazarse a su destino fue el coche, con más de 4 de cada 10 (41,70%) que optaron por este medio de transporte.
- Si preguntamos por la cantidad de elementos que los españoles metemos en nuestras maletas al irnos de vacaciones, vemos que en mayor número (16,78%) indican que su maleta llevan entre 21 y 25 elementos, teniendo en cuenta ropa, zapatos, productos de higiene, etc... Cabe destacar que el 5,20% de los ciudadanos incluye menos de 10 elementos en su maleta al salir de vacaciones.
- Si tenemos en cuenta el tipo de viaje que harían los españoles según la edad, vemos que de media, viajarían con amigos a la edad de 20 años, mientras que a los 25 años lo harían solos o con su pareja. **Cabe destacar que los viajes en grupo los realizarían con la mayor edad, de media con 51 años y que a partir de los 64 años de media declaran que no viajarían.**



Ficha técnica & Metodología

MUESTRA:
Individuos de 18 a 65 años de edad residentes en España.

TIPO DE ENTREVISTA Y ERROR MUESTRAL:
Auto-administrada a través del correo electrónico. N= 1.013 (Error muestral máximo al 95% de confianza: +/- 3,1%).

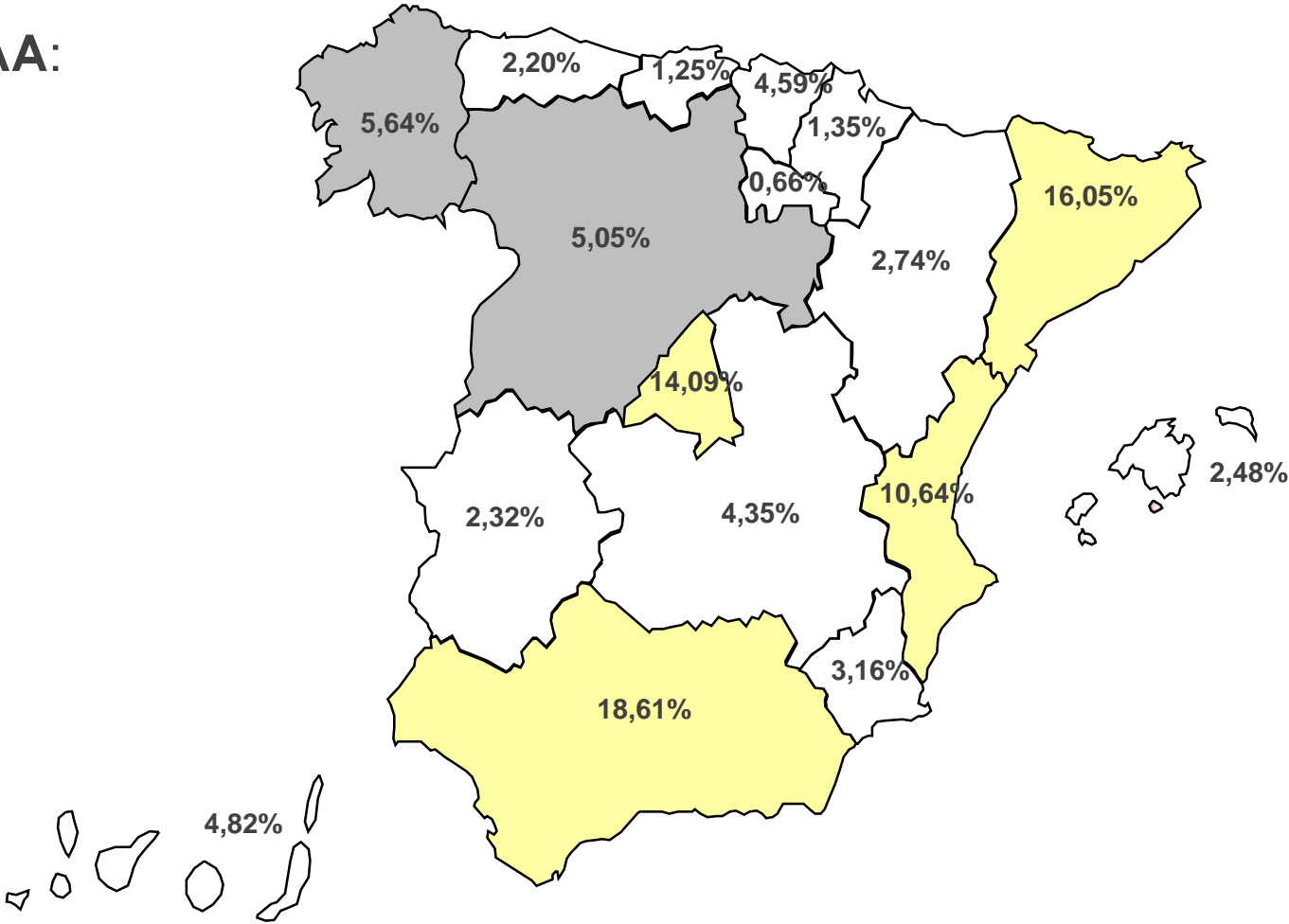
CAMPO:
Del día 21/05/2018 hasta el día 24/05/2018. En total 3 días.

MUESTRA TOTAL:
Se invitó a participar a 5.000 individuos de 18 a 65 años, pertenecientes al panel de Sondea, seleccionados de forma intencional y proporcional a las cuotas de población española (INE Padrón a 1 de enero de 2.018) en función del sexo, grupos de edad y Comunidad autónoma, obteniendo una respuesta final de 1.013 individuos. Lo que supone una tasa de respuesta de 20,3%.

OBJETIVO:
Determinar qué línea de comunicación descrita encaja mejor y es más adecuada para el Cliente así como sus hábitos de consumo.

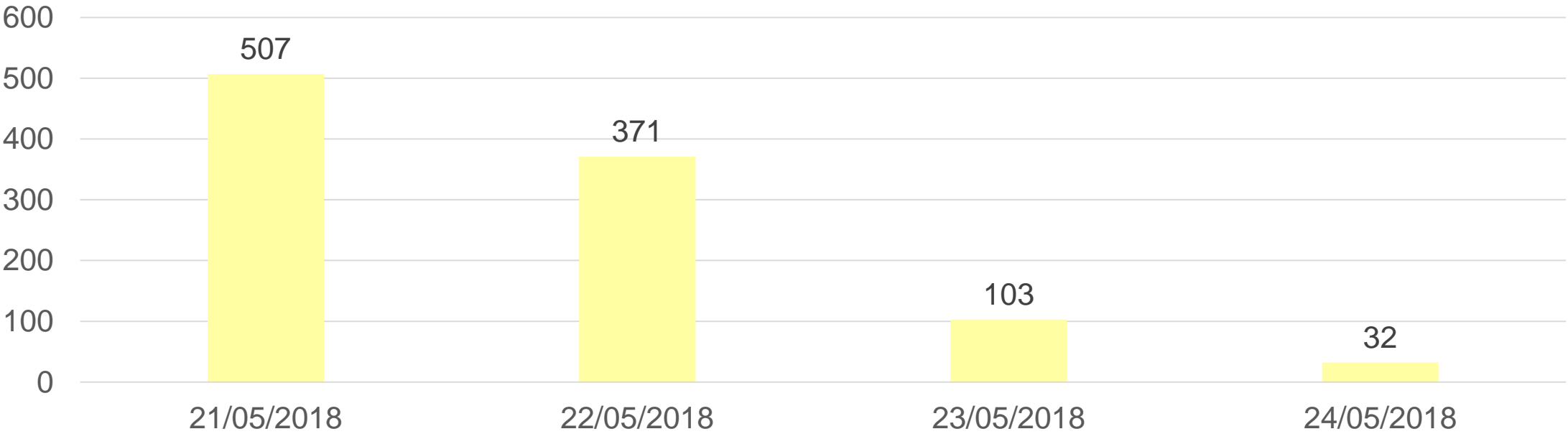
PERFIL SOCIO-DEMOGRÁFICO:		Edad:	
Sexo:		De 18 a 24 años	10,78%
Hombres		De 25 a 34 años	19,50%
Mujeres		De 35 a 44 años	26,45%
		De 45 a 54 años	24,24%
		De 55 a 65 años	19,03%

CCAA:



Respuestas por día

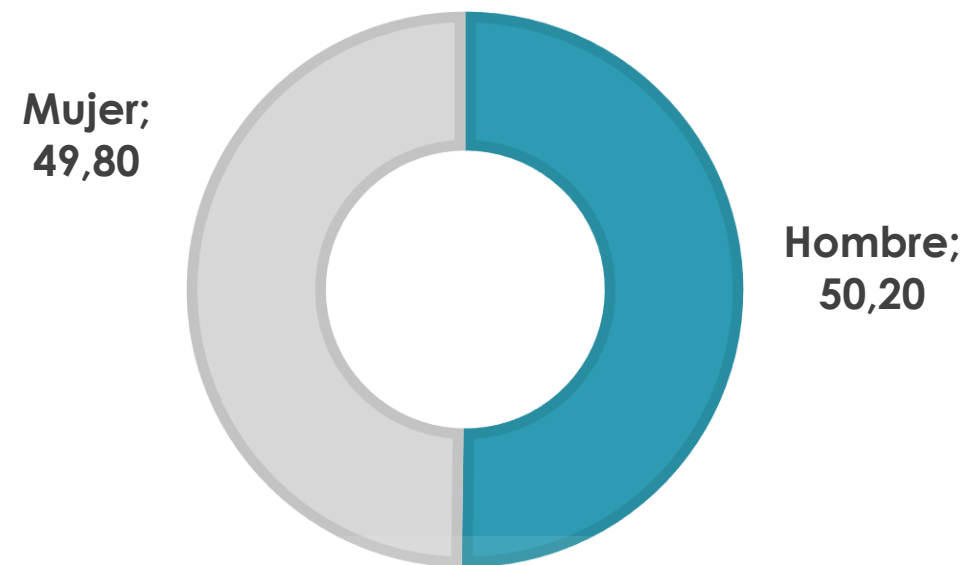
Envíos realizados:	5.000
Respuestas Válidas:	1.013
Tasa de respuesta:	20,3%



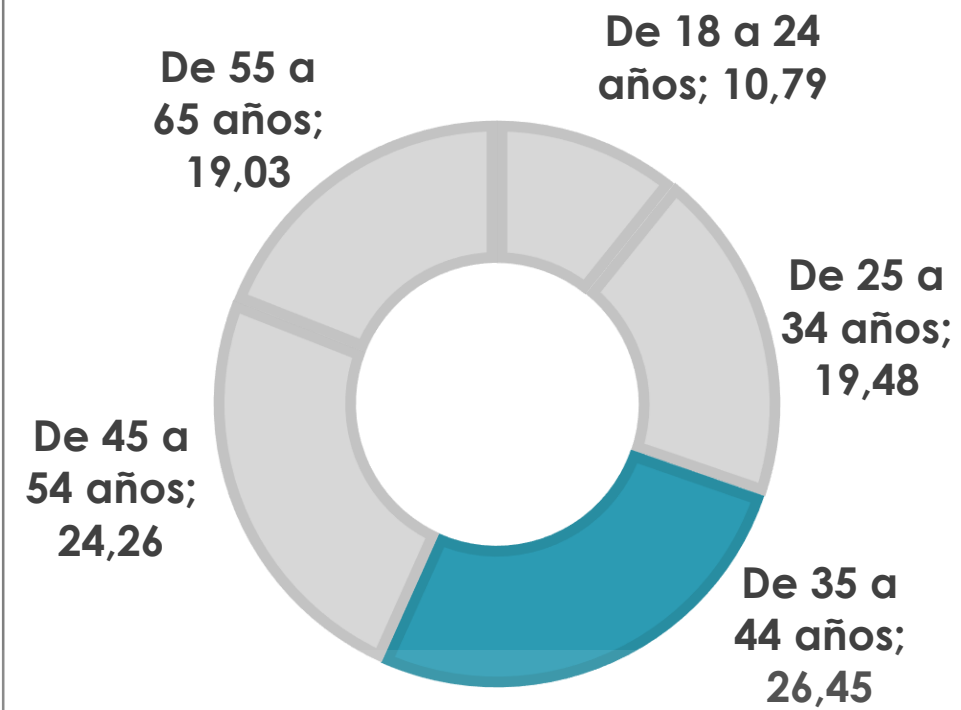
Datos Sociodemográficos



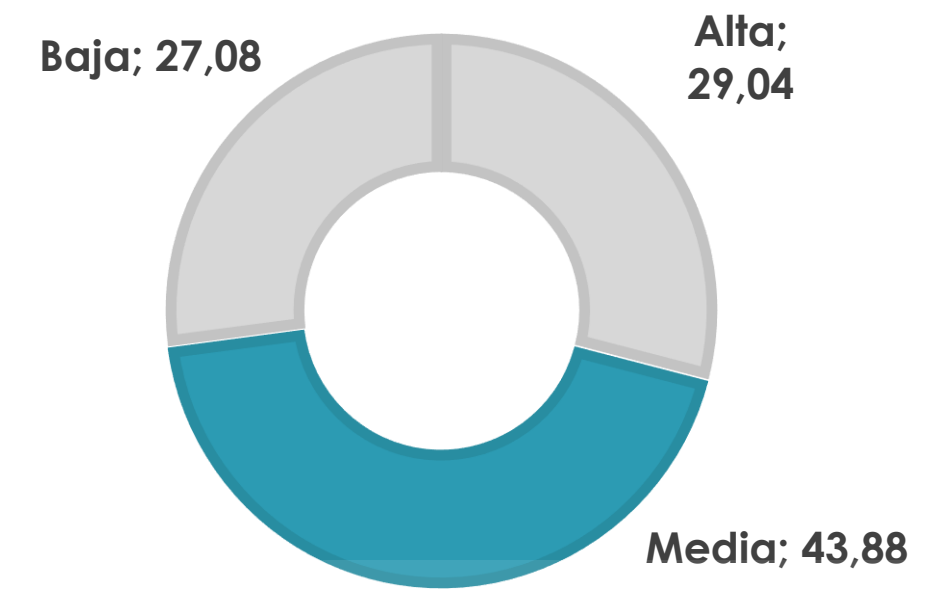
Sexo



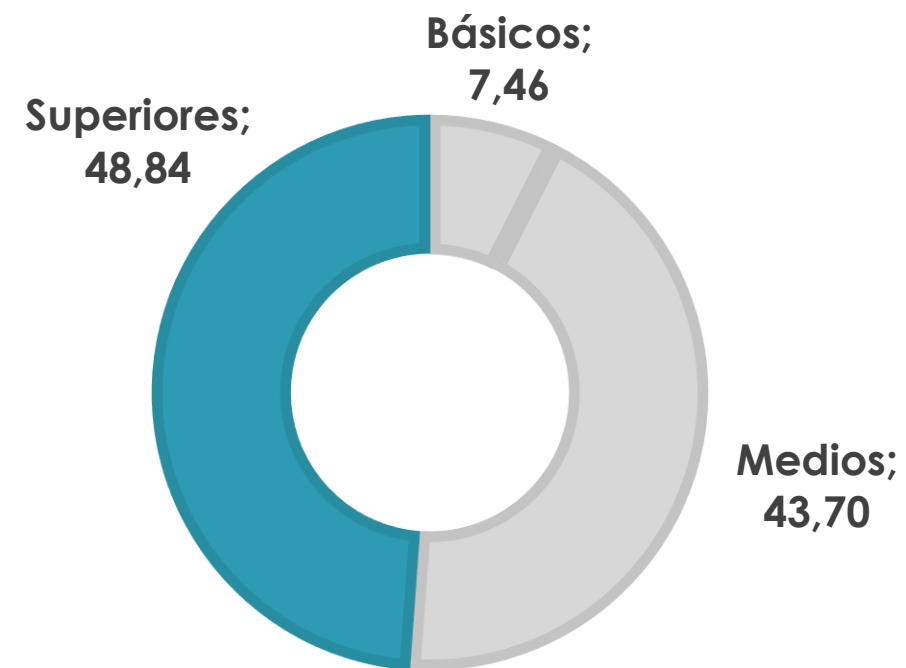
Edad



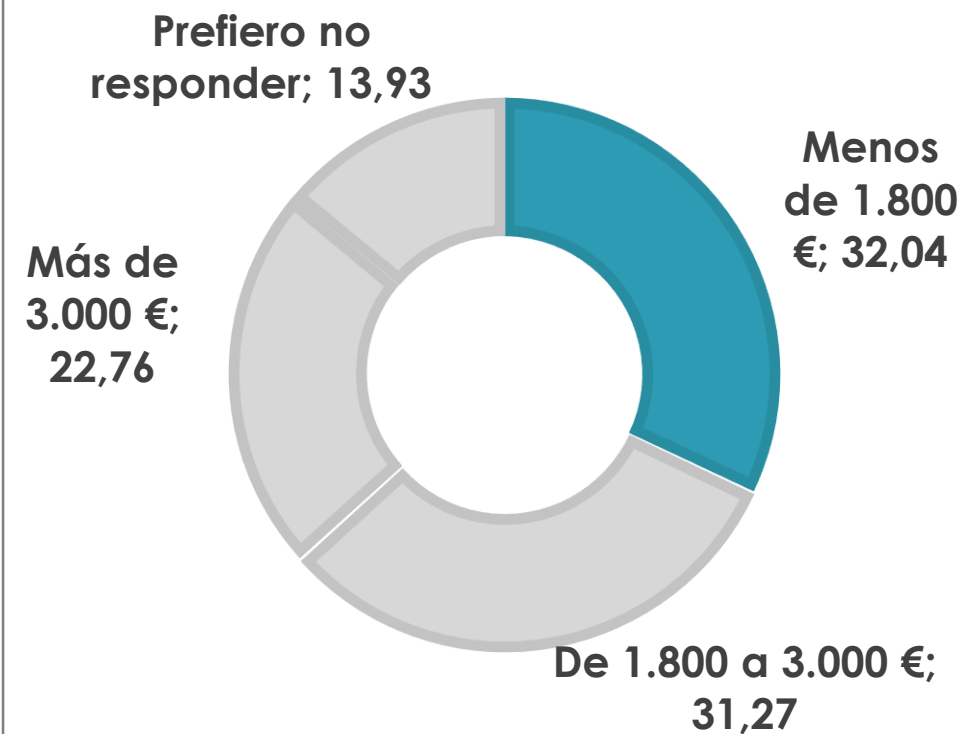
Clase Social



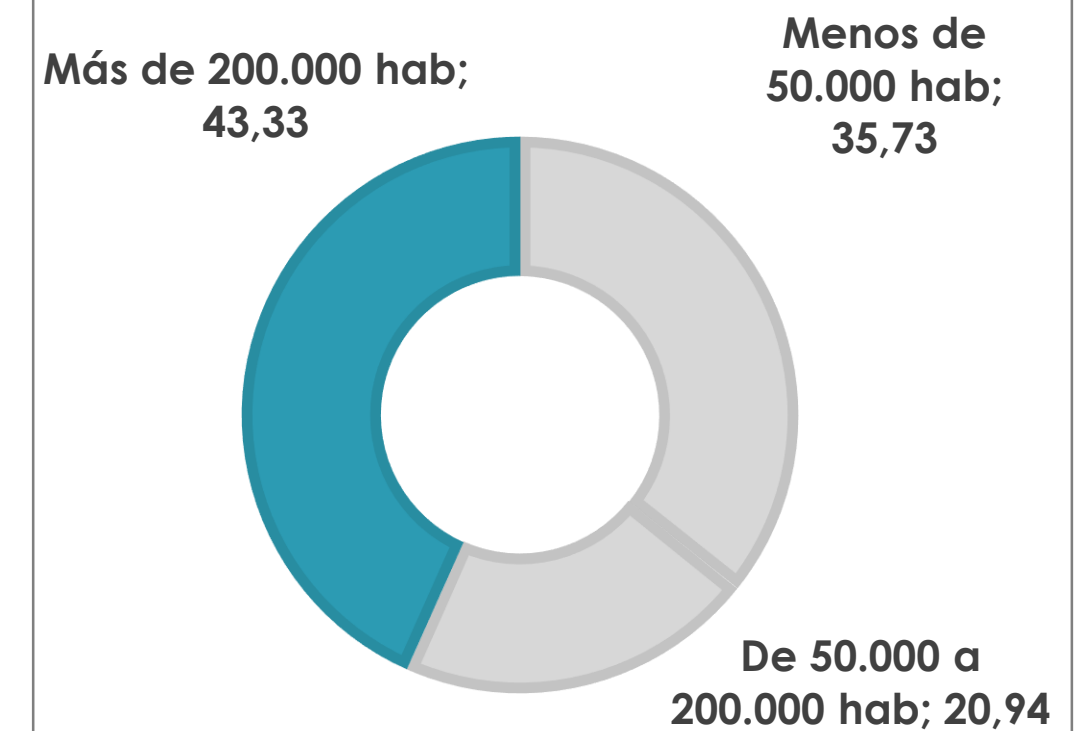
Nivel de Estudios



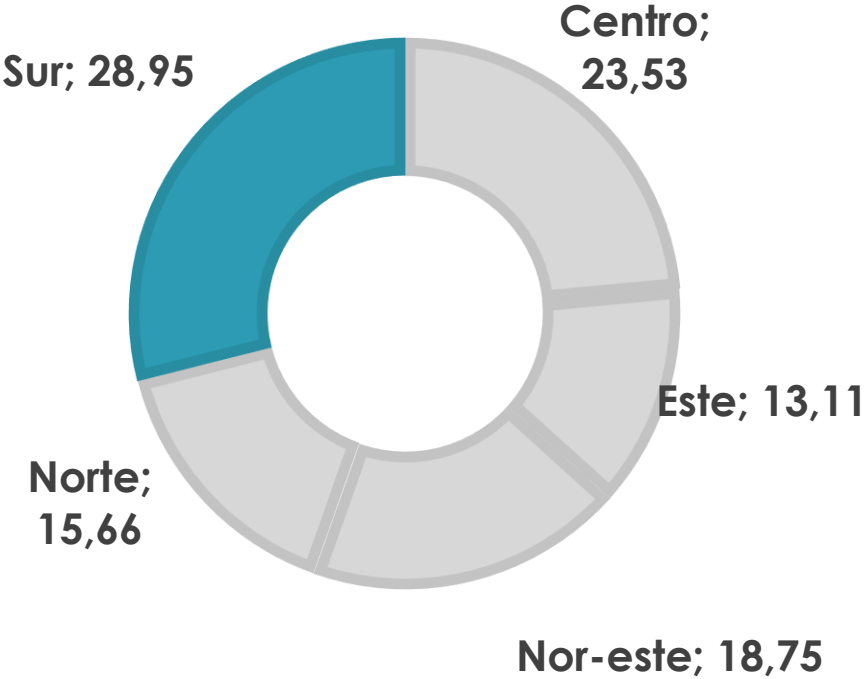
Ingresos Mensuales del Hogar



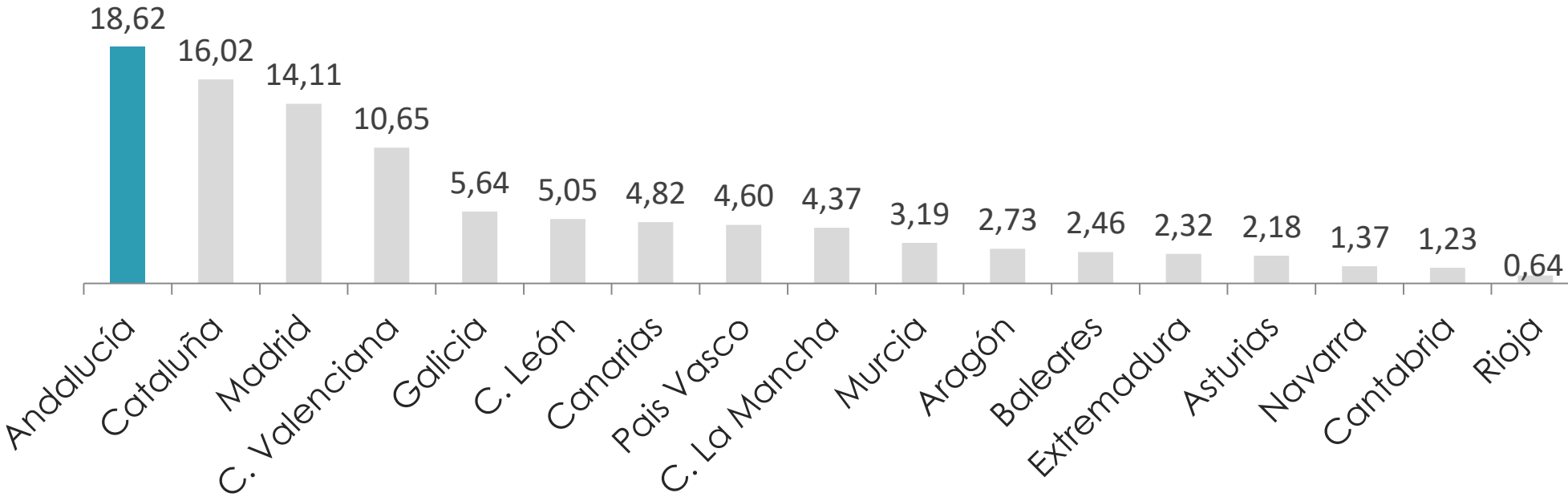
Tamaño del Municipio



Región



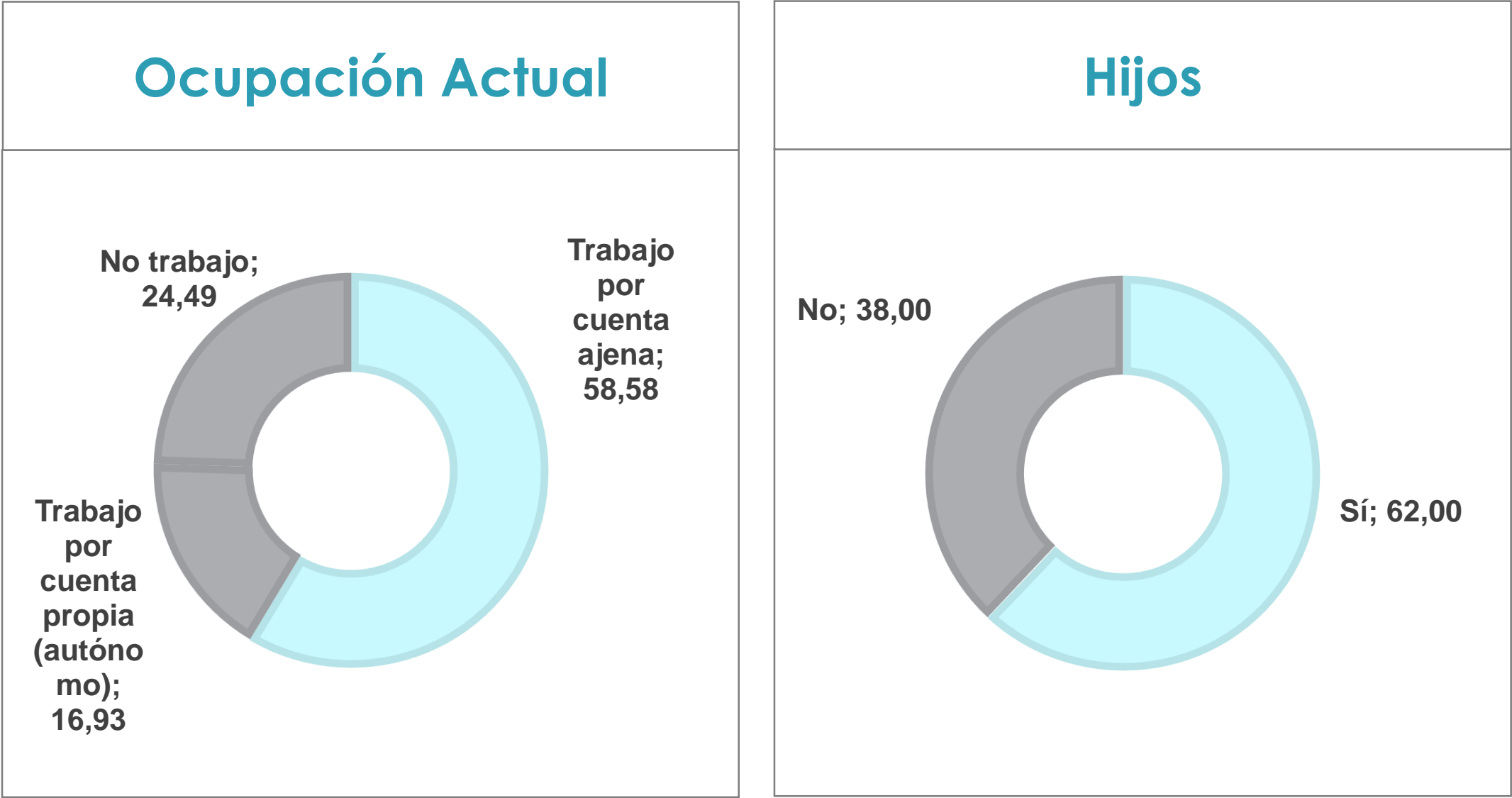
CC.AA.





Análisis Estadístico & Segmentaciones

Pregunta 1 + 2: PREGUNTAS DE CLASIFICACIÓN: Actualmente: / Tienes hijos menores de 14 años:



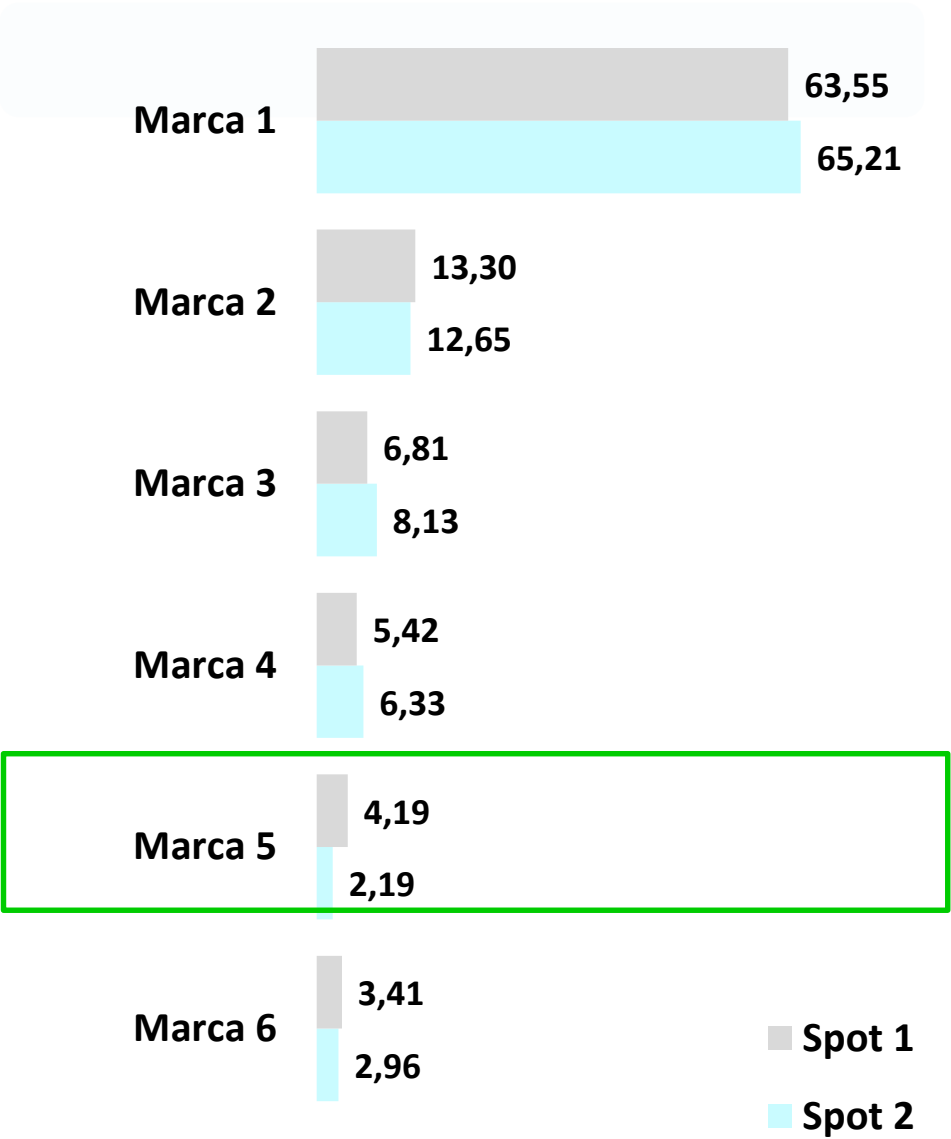
Bloque 1

Recuerdo Publicitario

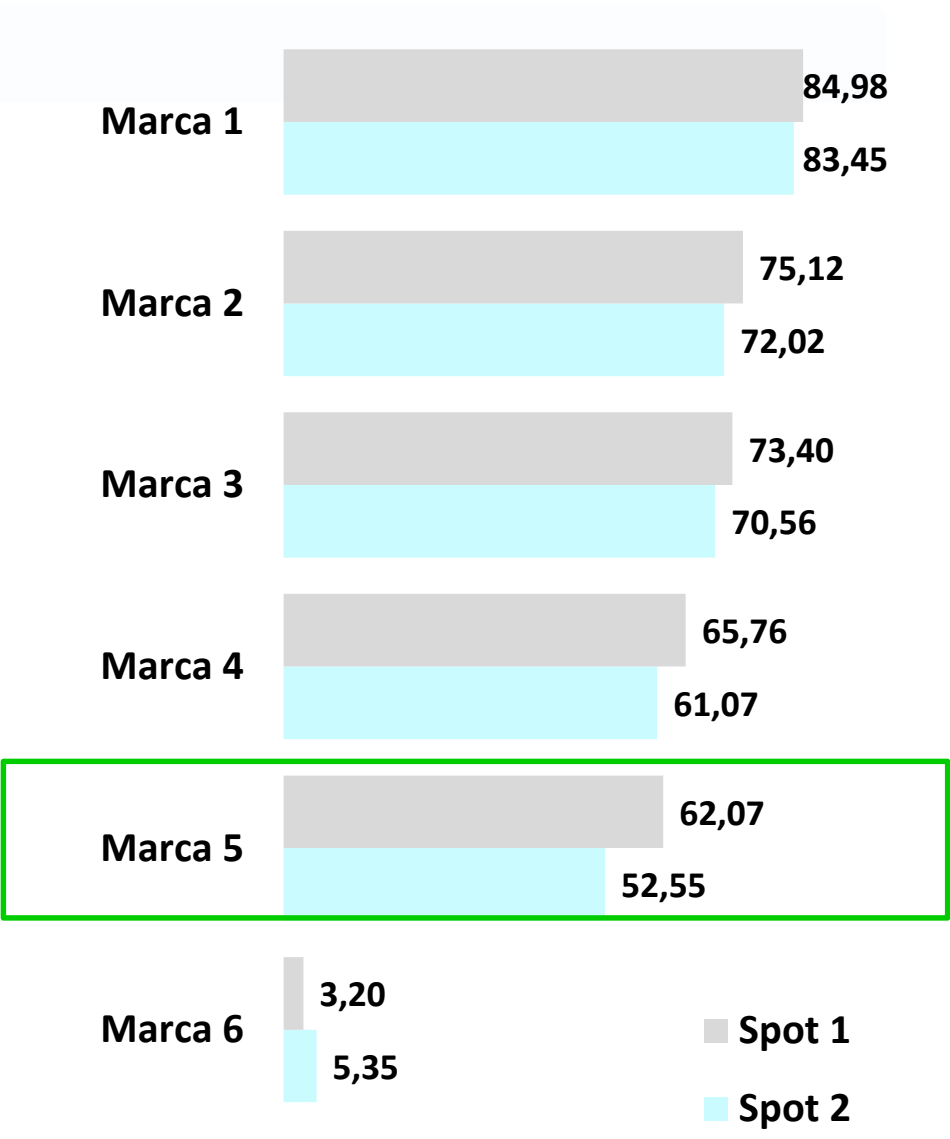


Pregunta 3: A continuación te mostramos un bloque publicitario, dinos por favor qué marcas que recuerdas que se anunciaban (en espontáneo)

Top of Mind (Primera Mención)



Suma de Menciones (Total Menciones)



El Spot 1 genera un mayor recuerdo espontáneo de marca que el Spot 2 tanto en top of mind como en suma total de menciones, ya que cuando los encuestados visualizan el Spot 1 dentro de un bloque de anuncios, más de 6 de cada 10 (62,07%) recuerda en espontáneo la marca, mientras que este porcentaje descende hasta el 52,55% de los encuestados que lo han visto en las mismas condiciones.

Pregunta 3: Marcas que recuerdas que se anunciaban (en espontáneo)

Suma de Menciones ‘Marca 5’

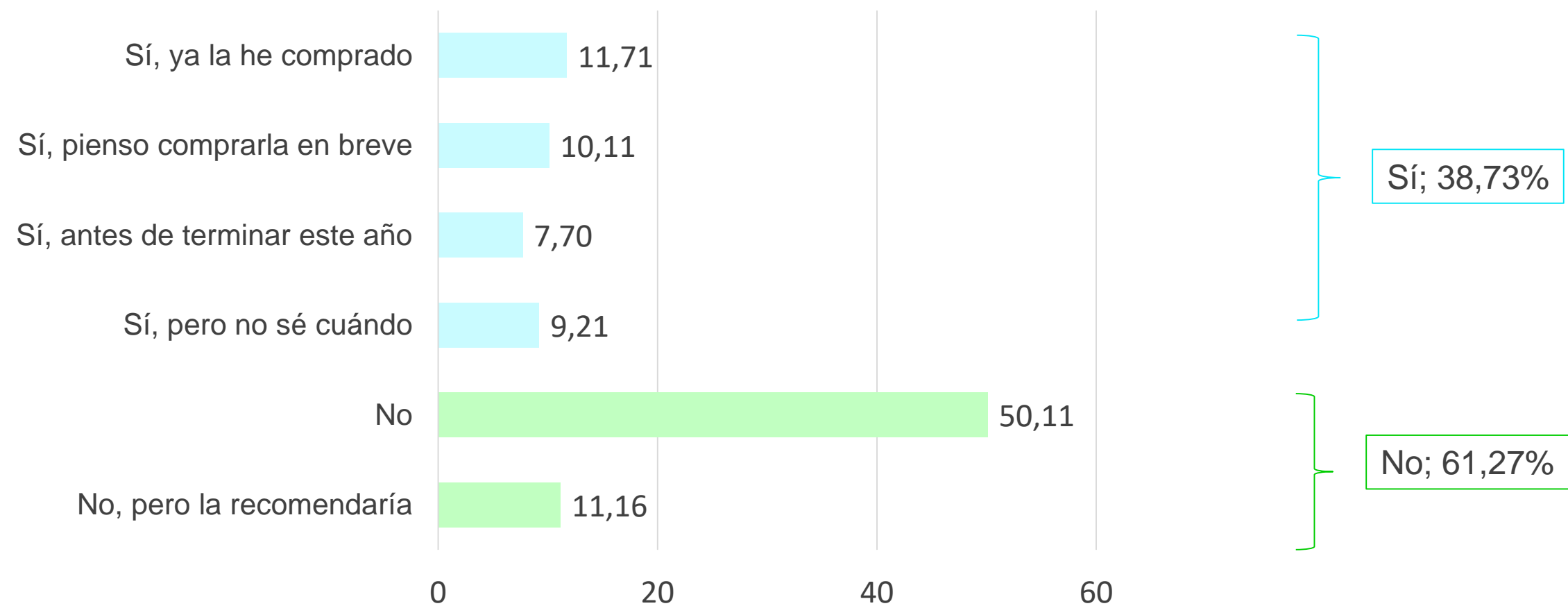
Total			Sí	No
			62,07	52,55
Sexo:	Hombre	(A)	62,25	56,80
	Mujer	(B)	61,88	48,29
Grupo de edad	De 25 a 34 años	(A)	51,00	47,57
	De 35 a 44 años	(B)	A 71,67	53,78
	De 45 a 55 años	(C)	56,79	58,54
Te consideras de clase social:	Alta	(A)	60,28	56,20
	Media	(B)	65,41	C 57,42
	Baja	(C)	59,43	42,02
Ingresos Mensuales Hogar:	Menos de 1.800 euros	(A)	61,26	48,23
	De 1.800 a 3.000 euros	(B)	68,22	60,98
	Más de 3.000 euros	(C)	61,54	55,04
	Prefiero no responder	(D)	51,61	45,76
Tamaño del Municipio:	Menos de 50.000 hab	(A)	64,14	53,42
	De 50.000 a 200.000 hab	(B)	63,33	54,78
	Más de 200.000 hab	(C)	61,11	55,72
Nivel de Estudios:	Básicos	(A)	45,24	29,41
	Medios	(B)	58,97	A 53,96
	Universitarios	(C)	A 67,79	A 55,43
Región	Centro	(A)	65,98	52,43
	Este	(B)	53,70	47,37
	Nor-este	(C)	71,21	65,00
	Norte	(D)	61,06	50,41
	Sur	(E)	56,22	49,59

Son los españoles de 35 a 44 años de edad, las personas con estudios superiores quienes en mayor proporción que el resto recuerdan en espontáneo la marca cuando se les muestra en el bloque de anuncios el Spot , sin embargo, de los encuestados que vieron el Spot son las personas clase social media y los que tienen estudios medios y superiores quienes en mayor medida que el resto fueron capaces de recordar la marca.

Prueba de significación estadística mediante t de Student, con un grado de significación del 95%. A, B, C, D, Indica diferencias significativamente estadísticas del grupo respecto a los grupos reseñados. Los resultados se basan en pruebas bilaterales con un nivel de significación 0.05. Para cada par significativo, la clave de la categoría con la proporción de fila menor aparece al lado de la categoría con mayor proporción de fila.

Pregunta 4: Después de haber visto el spot ¿Te planteas comprar la ‘Marca 5’ ?

Me planteo comprar esta ‘Marca 5’...



Son mayoría los españoles que afirman que no se plantean en este momento comprar la Marca 5 (61,27%) siendo de éstos un 11,16% los que afirman que sin embargo la recomendarían aunque no la comprasen ellos mismos. Por el contrario son un 38,73% los españoles que afirman que sí la comprarían o ya la han comprado alguna vez (11,71%).

Pregunta 4: Después de haber visto el spot ¿Te planteas comprar la ‘Marca 5’ ?

Suma de Menciones ‘Marca 5’

			Sí	No
Total			38,73	61,27
Sexo:	Hombre	(A)	38,84	B 66,23
	Mujer	(B)	38,61	56,30
Grupo de edad	De 25 a 34 años	(A)	31,82	55,46
	De 35 a 44 años	(B)	A 44,72	62,70
	De 45 a 55 años	(C)	35,44	68,25
Te consideras de clase social:	Alta	(A)	37,61	65,53
	Media	(B)	40,81	C 66,95
	Baja	(C)	37,08	48,99
Ingresos Mensuales Hogar:	Menos de 1.800 euros	(A)	38,22	56,23
	De 1.800 a 3.000 euros	(B)	42,57	71,10
	Más de 3.000 euros	(C)	38,40	64,17
	Prefiero no responder	(D)	32,20	53,35
Tamaño del Municipio:	Menos de 50.000 hab	(A)	40,02	62,28
	De 50.000 a 200.000 hab	(B)	39,52	63,87
	Más de 200.000 hab	(C)	38,13	64,97
Nivel de Estudios:	Básicos	(A)	28,23	34,29
	Medios	(B)	36,80	62,91
	Universitarios	(C)	42,30	64,63
Región	Centro	(A)	41,17	61,13
	Este	(B)	33,51	55,23
	Nor-este	(C)	44,43	75,79
	Norte	(D)	38,10	58,77
	Sur	(E)	35,08	57,82

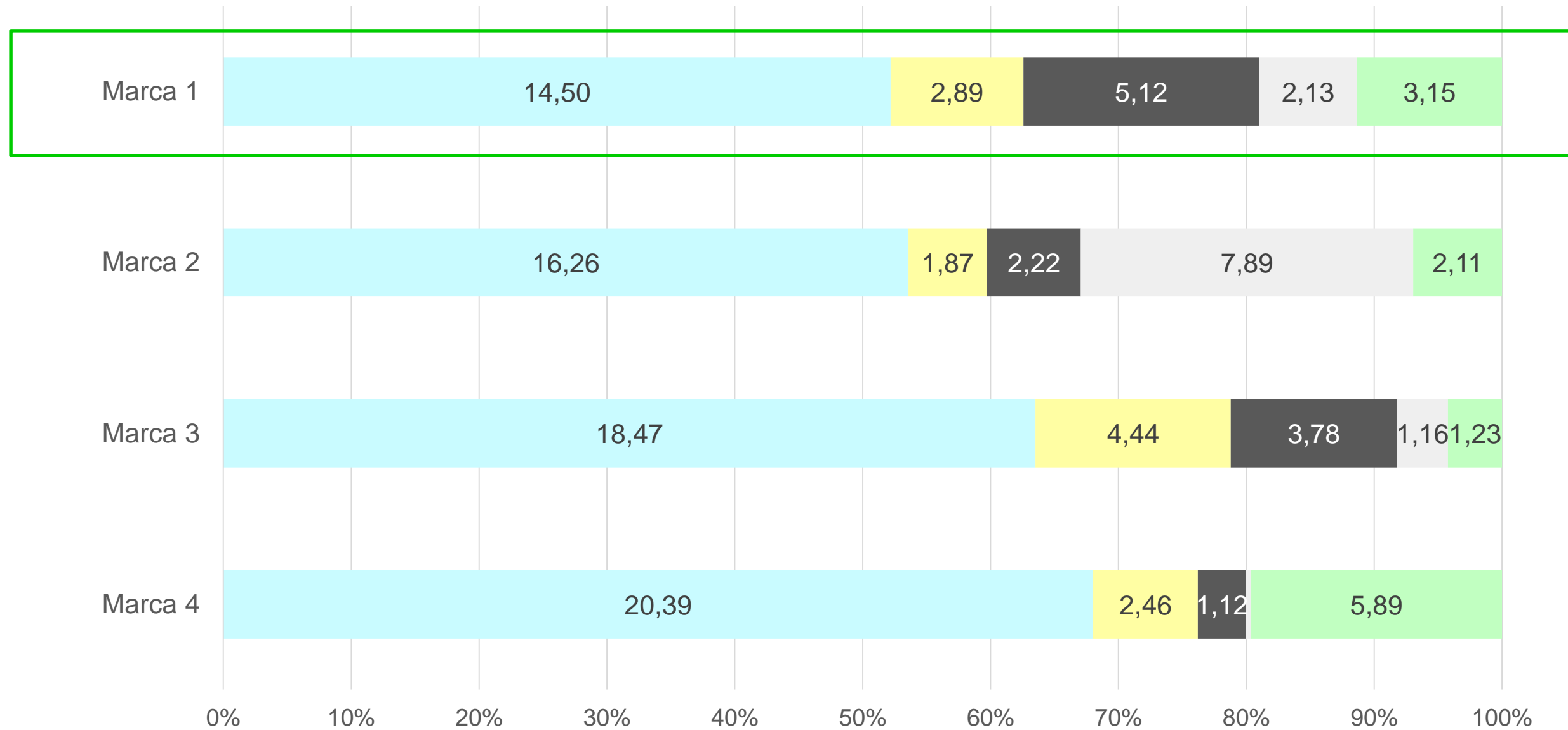
Son españoles de 35 a 44 años los que en mayor medida que el resto de edades afirman que sí se plantean comprar la marca mencionada. Por otro lado son mayormente hombres y personas de clase media las que en mayor medida afirman que no la comprarían.

Prueba de significación estadística mediante t de Student, con un grado de significación del 95%. A, B, C, D, Indica diferencias significativamente estadísticas del grupo respecto a los grupos reseñados. Los resultados se basan en pruebas bilaterales con un nivel de significación 0.05. Para cada par significativo, la clave de la categoría con la proporción de fila menor aparece al lado de la categoría con mayor proporción de fila.

Pregunta 5: ¿En qué medios recuerdas haber visto publicidad de las siguientes marcas?

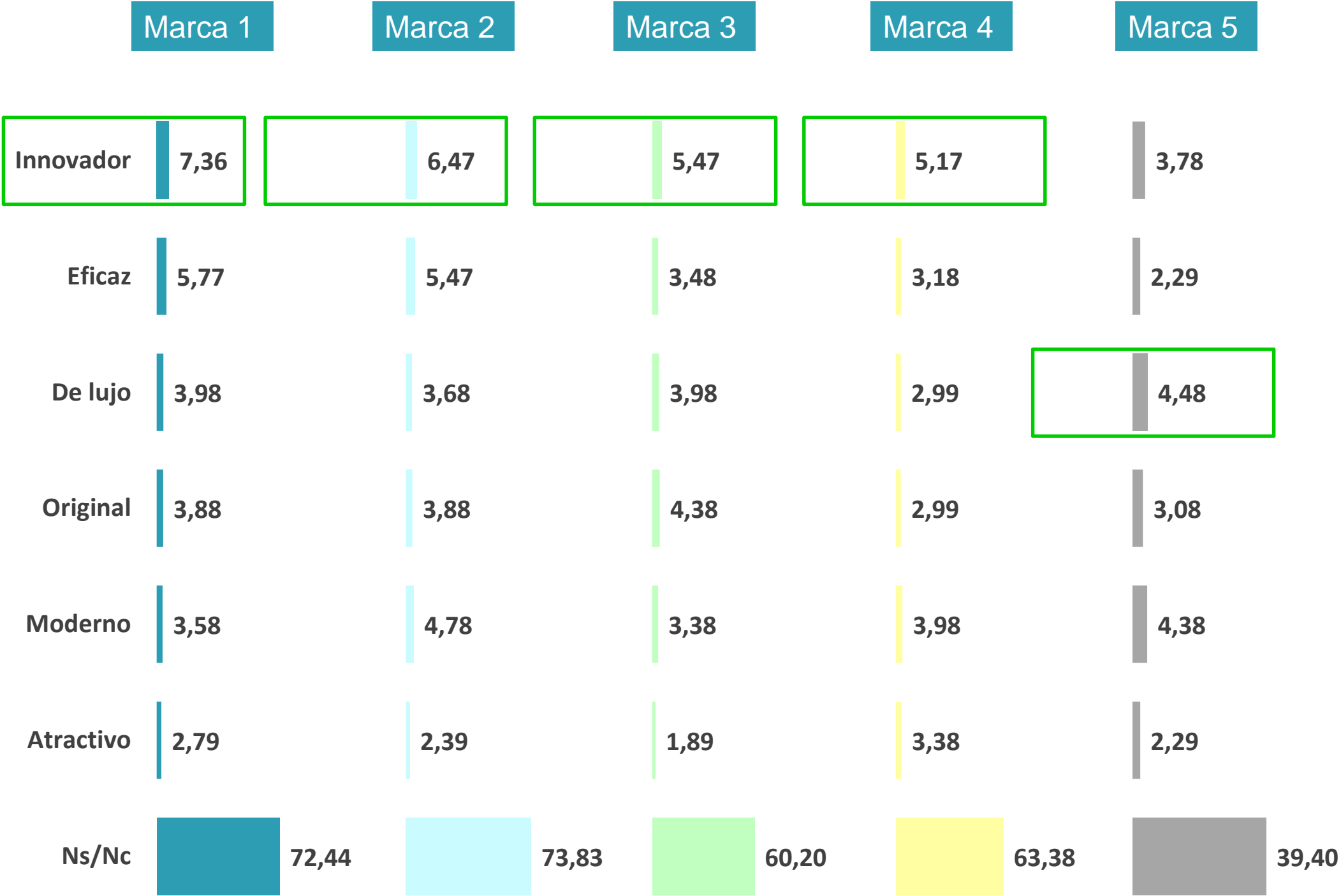
Recuerdo haber visto ...

■ Tv
■ Internet
■ Medios Impresos
■ Exterior
■ Otros



El medio en el que los españoles recuerdan en general haber visto más anuncios de las marcas mencionadas siendo la TV el medio que tiene un mayor recuerdo publicitario en todos los casos, Si observamos la Marca 1 la TV tiene un recuerdo del 14,50%, seguida por los medios impresos, donde recuerdan haberla visto el 5,12% de los españoles.

Pregunta 6: ¿Qué atributos relacionas con cada una de estas marcas?



El atributo que más se relaciona con la marca 1 es que es Innovador (7,36%), seguido de Eficaz (5,77%). Estos dos atributos son los más nombrados para las Marcas 2, 3 y 4 mientras que es que es un producto de lujo para la marca 5. Cabe destacar para todas las marcas un alto porcentaje de encuestados que responden que no saben o no contestan.

Bloque2

Consumo en Vacaciones

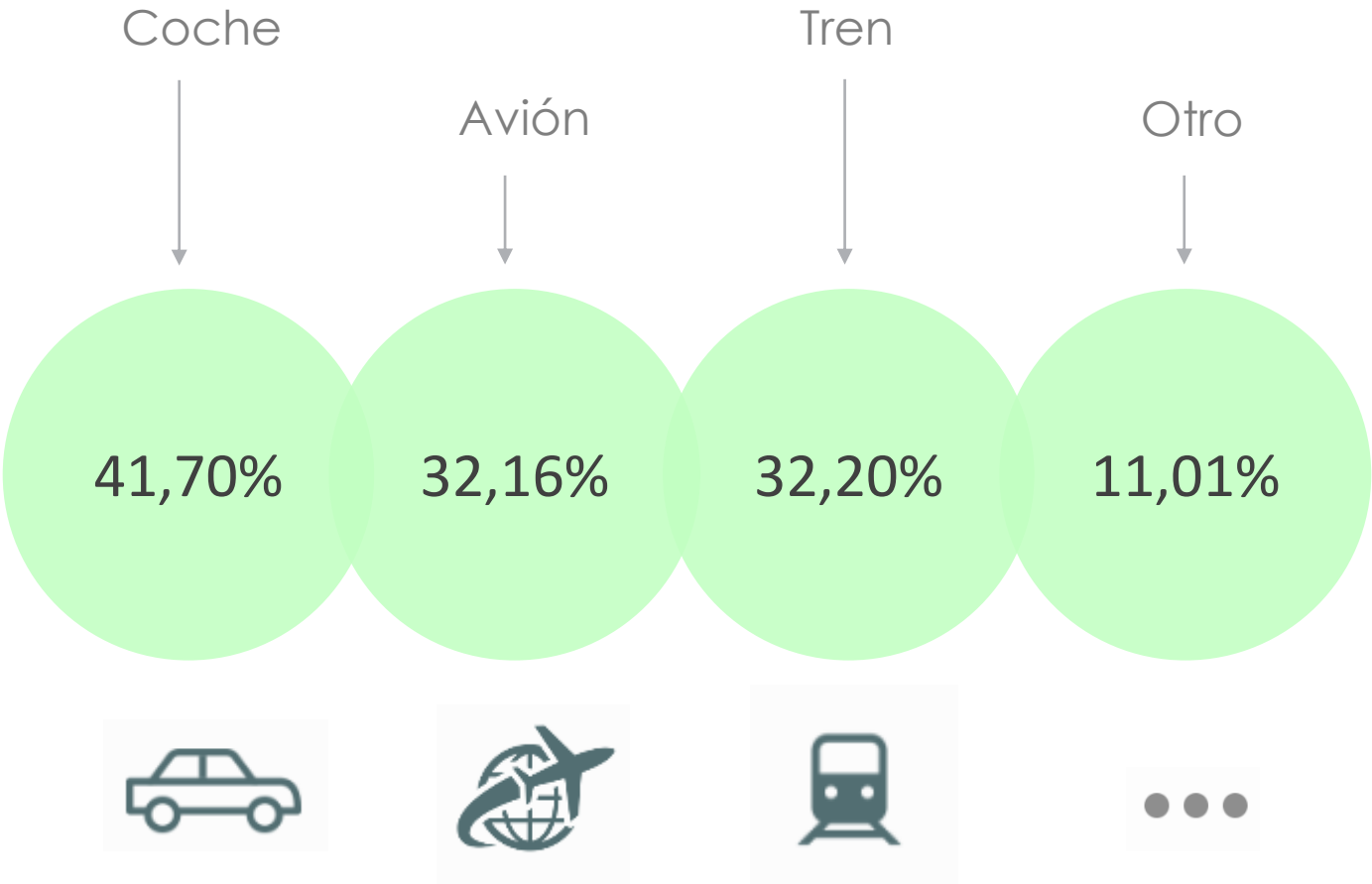


Pregunta 7: Durante el pasado verano, ¿Has salido de tu lugar de residencia para ir de vacaciones? / ¿Cuál fue el medio de transporte principal para ir a tu destino?

Salí de vacaciones el pasado verano



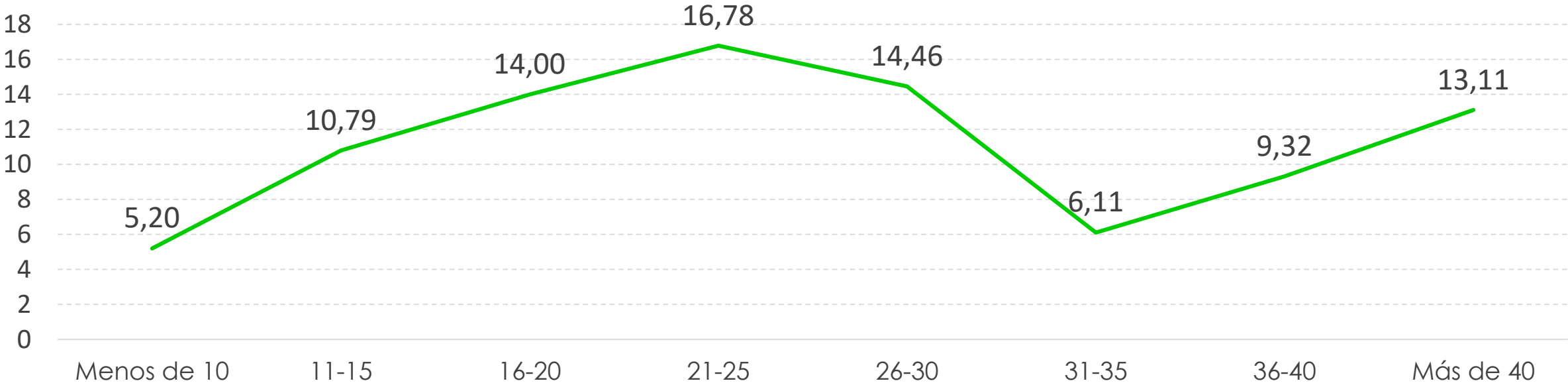
Viajé en ...



Casi 8 de cada 10 españoles (78,12%) afirma haber salido el pasado verano de vacaciones, el medio de transporte que más utilizaron para desplazarse a su destino fue el coche, con más de 4 de cada 10 (41,70%) que optaron por este medio de transporte.

Pregunta 8: Piensa por un momento, cuando sales a un viaje largo ¿cuántos elementos (entre ropa, zapatos, cosméticos e higiene, etc...) llevas aproximadamente en tu maleta?

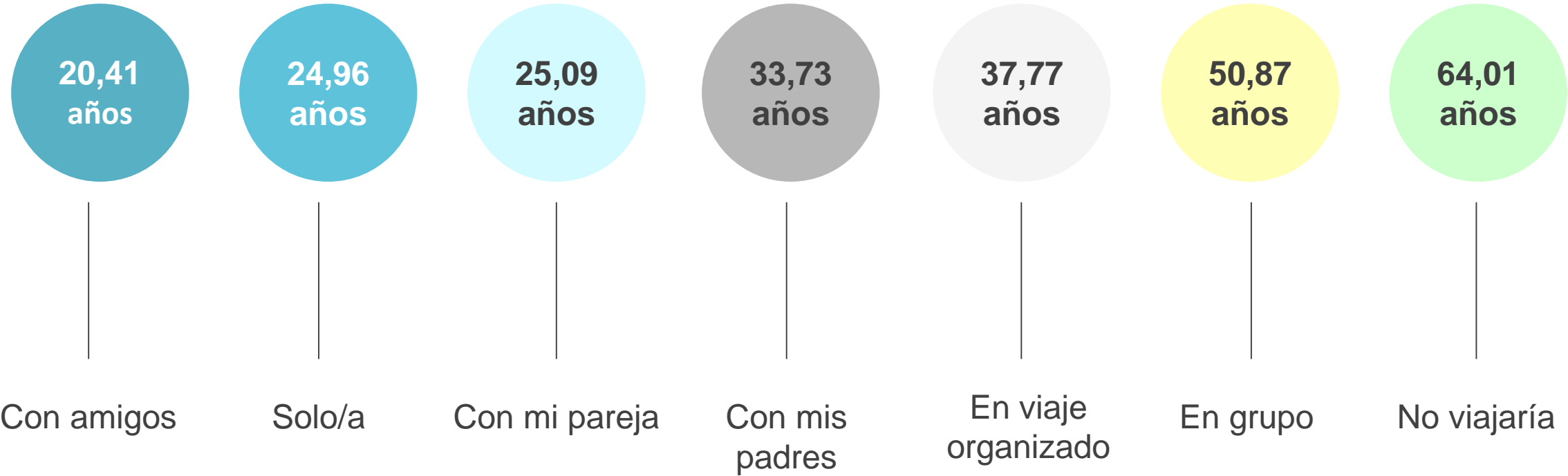
En mi maleta llevo ...



Si preguntamos por la cantidad de elementos que los españoles metemos en nuestras maletas al irnos de vacaciones, vemos que en mayor número (16,78%) indican que su maleta llevan entre 21 y 25 elementos, teniendo en cuenta ropa, zapatos, productos de higiene, etc... Cabe destacar que el 5,20% de los ciudadanos incluye menos de 10 elementos en su maleta al salir de vacaciones.

Pregunta 9: ¿A qué edad viajarías con...? Indica la edad para cada una de las opciones

Me voy de viaje con... (Media)



Si tenemos en cuenta el tipo de viaje que harían los españoles según la edad, vemos que de media, viajarían con amigos a la edad de 20 años, mientras que a los 25 años lo harían solos o con su pareja. Cabe destacar que los viajes en grupo los realizarían con la mayor edad, de media con 51 años y que a partir de los 64 años de media declaran que no viajarían.



Thank
you!

www.sondea.com
info@sondea.com