

Estudio sobre eficacia de la publicidad directa Para: Carben “Directo al Target”

E.500875

Madrid, 29 de noviembre de 2005



TNS Business Development & Marketing

Edif. Treviso - C/. Julián Camarillo, 42 , 3ª pl.
28037 - Madrid

España

Teléfono: +34 902 445 445

Fax: +34 91 432 87 01

Web: www.tns-global.com

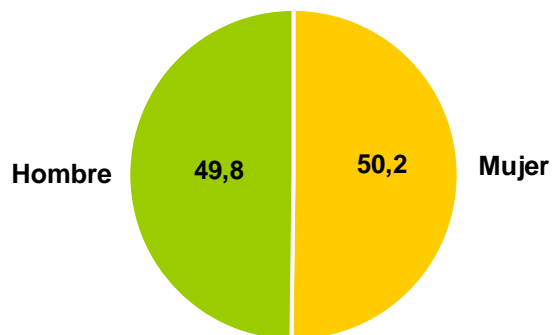
Metodología

Ficha Técnica

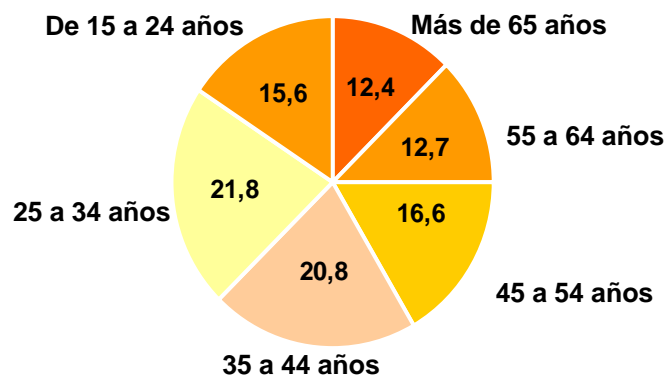
- **Universo:** individuos de 15 y más años residentes en hogares españoles equipados con teléfono.
- **Ámbito:** Península, Baleares y Canarias.
- **Diseño muestral:** polietápico, estratificado por zonas territoriales y con control de cuotas de sexo, edad y rol en el hogar para el individuo entrevistado.
- **Tamaño muestral:** 1003 entrevistas del target descrito
- **Error muestral:** el error asociado, con este tamaño muestral y en el caso de máxima indeterminación ($p=q=50\%$) con un nivel de confianza del 95,5% es de +/- 3,16%
- **Técnica:** Entrevista telefónica asistida por ordenador (sistema CATI) dentro del Phonebus® (ómnibus telefónico) de TNS.
- **Trabajo de campo:** del 14 al 21 de noviembre de 2.005.

Perfil de la muestra (1)

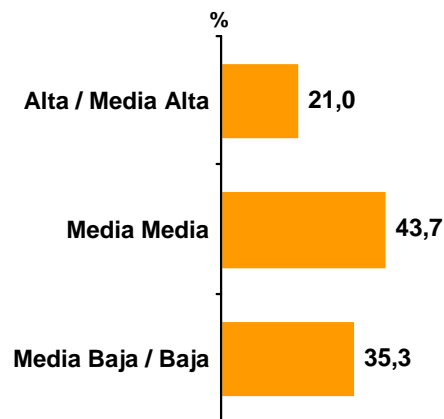
DISTRIBUCIÓN POR SEXO (%)



DISTRIBUCIÓN POR EDAD (%)



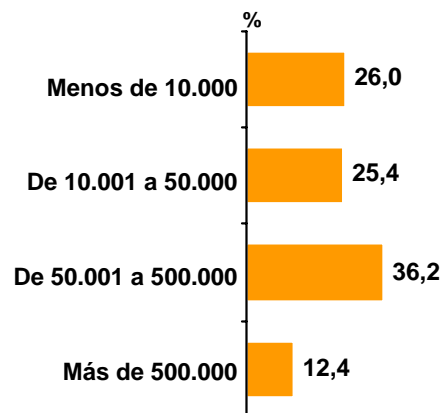
DISTRIBUCIÓN POR CLASE SOCIAL (%)



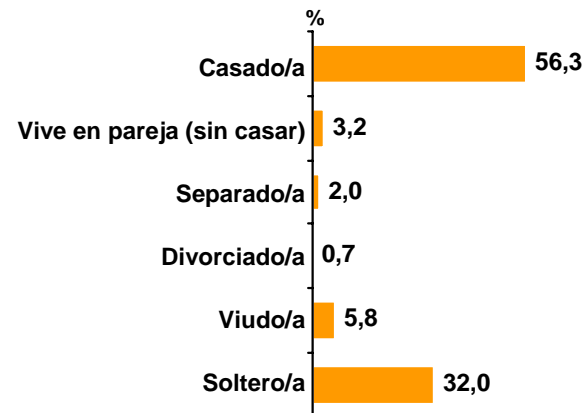
Base: 1003 entrevistas

Perfil de la muestra (2)

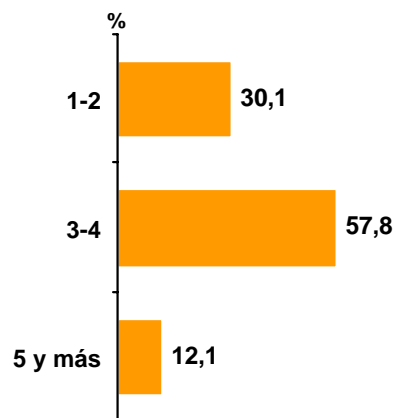
HABITAT (%)



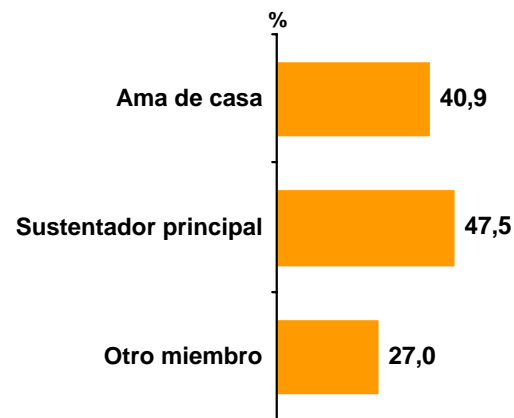
ESTADO CIVIL (%)



TAMAÑO DEL HOGAR (%)



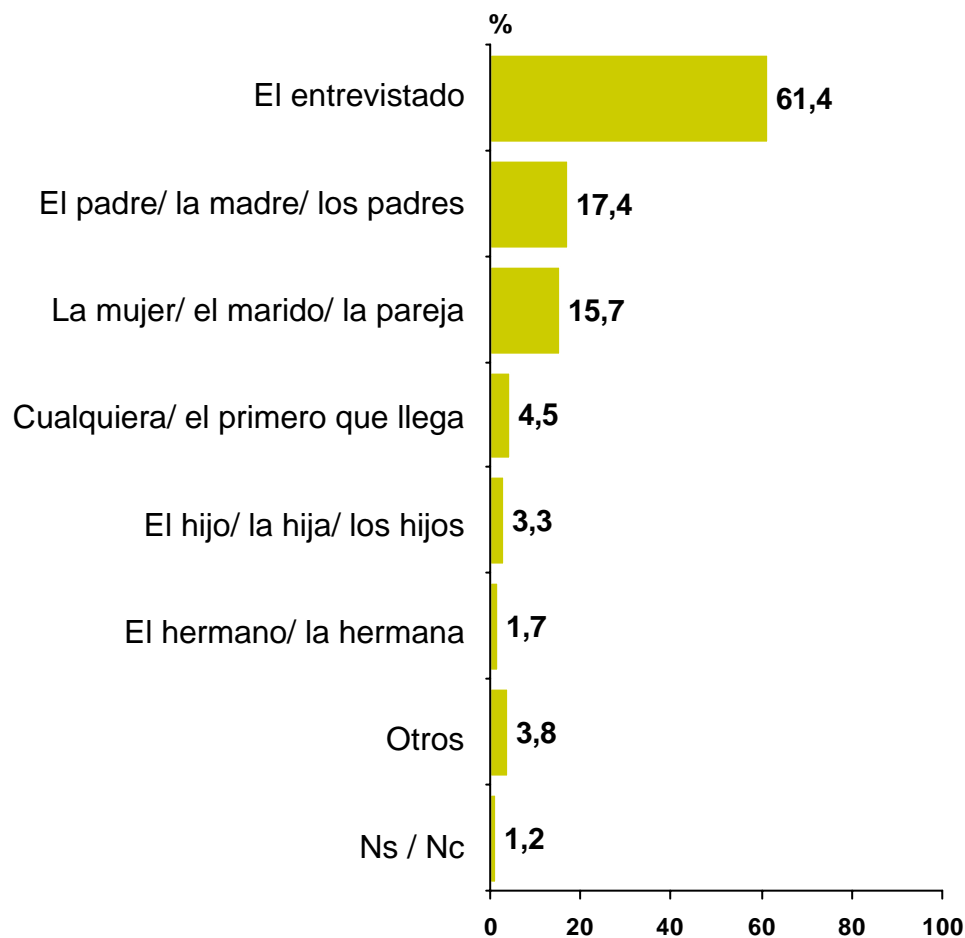
ROL (%)



Base: 1003 entrevistas

Principales Resultados

Persona que recoge la correspondencia del hogar



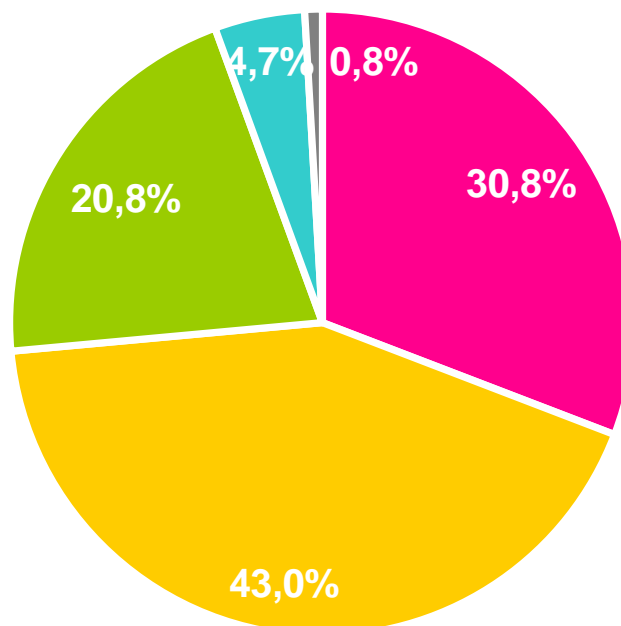
Se encargan más personalmente...

- Las mujeres
- De más de 35 años
- Amas de casa o sustentadores principales
- Que viven solos o en hogares pequeños

Base: 1003 entrevistas

Lectura de los folletos que recibe en el buzón

- Siempre lee casi todo
- A veces sí, a veces no
- Nunca o casi nunca lee
- No le llega
- NSNC



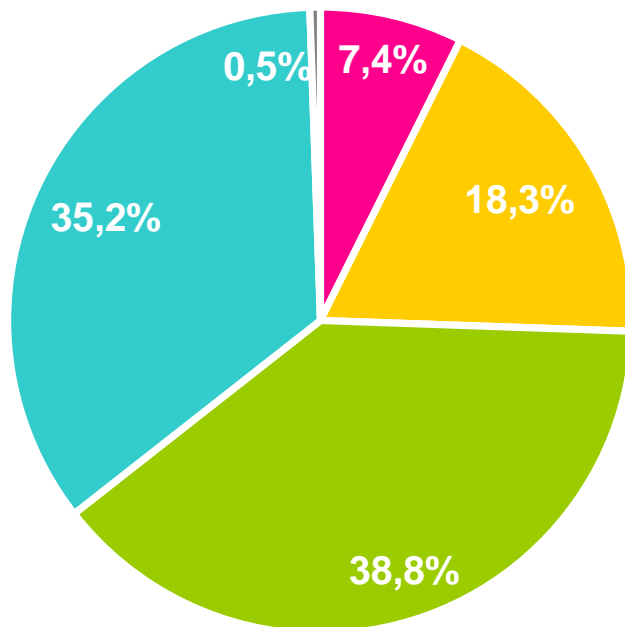
Leen más...

- Las mujeres
- De 25 a 34 años y mayores de 55 años
- Los que lo recogen personalmente
- Amas de casa y sustentadores principales

Base: 1003 entrevistas

Utilidad de los folletos para comprar/ contratar servicios

- Siempre o casi siempre
- Con bastante frecuencia
- Con poca frecuencia
- Nunca o casi nunca
- NSNC

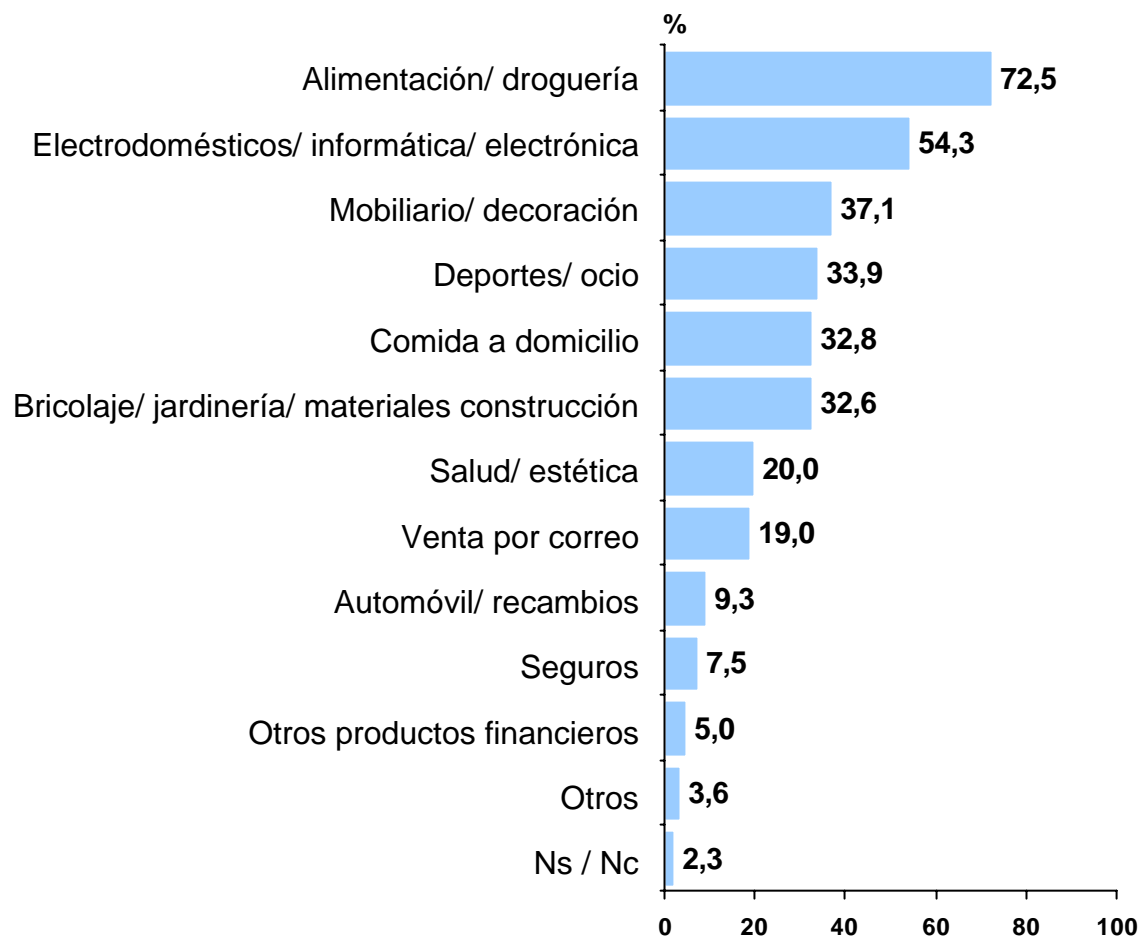


Más...

- Las mujeres
- De 35 a 44 años
- De clase media
- De hábitats urbanos no muy grandes (50-500 mil)
- Casados

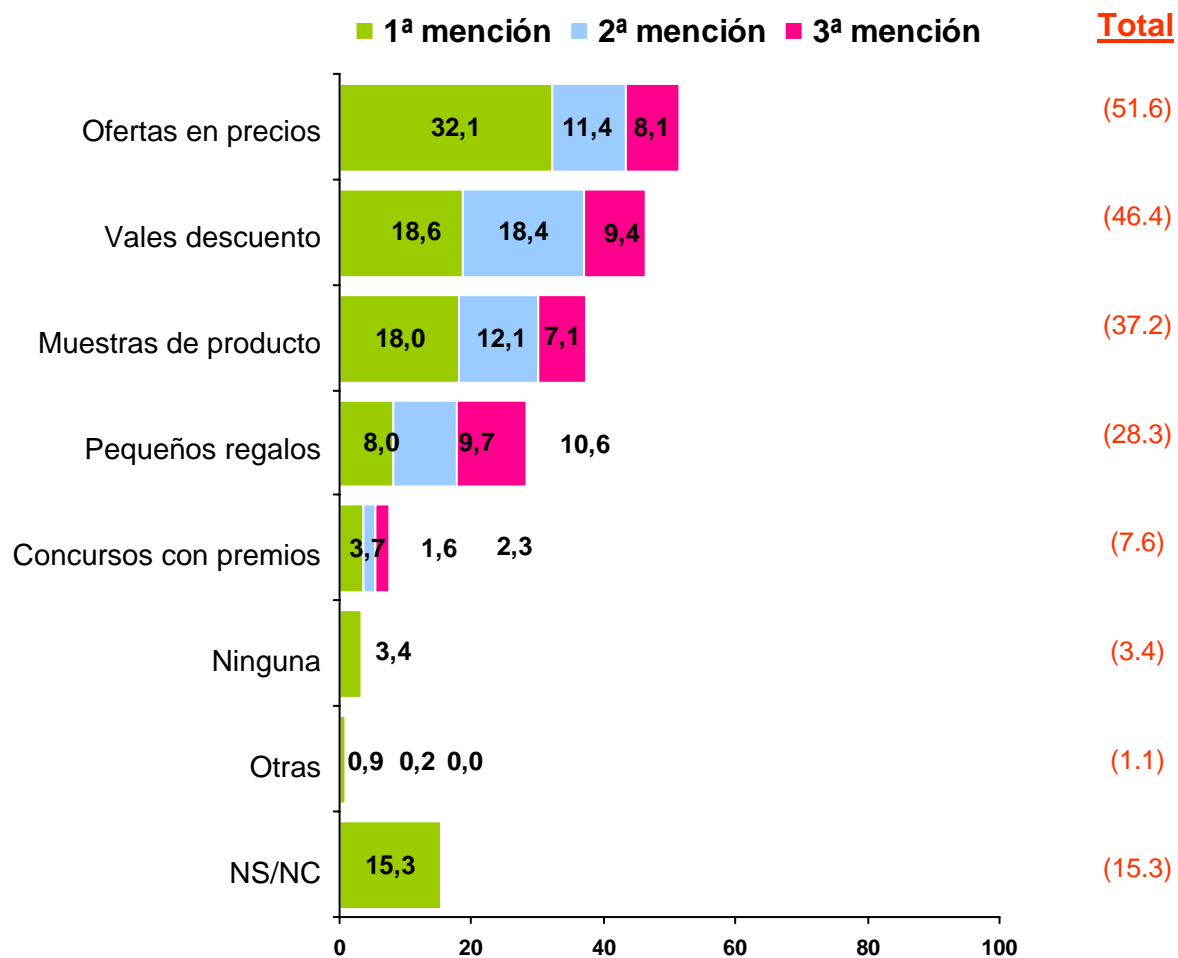
Base recibe folletos: 943 entrevistas

Tipo de productos o servicios contratados



Base usan folletos: 610 entrevistas

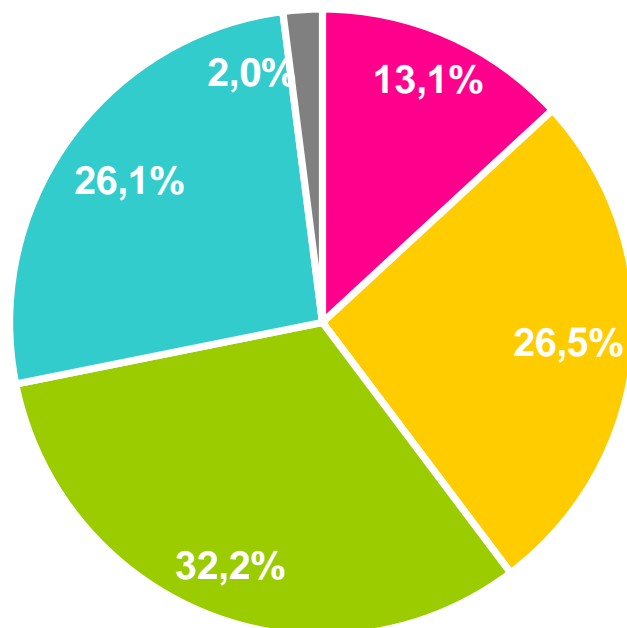
Ofertas que más interés despiertan



Base recibe folletos: 943 entrevistas

Utilidad de los vales descuento para comprar/ contratar servicios

- Siempre que los recibe
- A veces sí, a veces no
- Nunca o casi nunca
- Nunca ha recibido
- NSNC



Más...

- De 45 a 54 años
- De clase media-baja
- En Andalucía

Base recibe folletos: 943 entrevistas