

# SE ACABARON LOS ESTEREOTIPOS

Este es el comprador del Siglo XXI



Persona que compra y decide qué marcas y productos llenan la cesta de la compra

## Metodología IPSOS

Compuesto por 86,940 panelistas representativos de la sociedad española que han contestado a un cuestionario diseñado por IPSOS y validado por Publiespaña

### Estudio Cuantitativo

#### Muestra

De 2.000 individuos de 16 a 65 años representativos de la población española  
Cuestionario 25 minutos



La muestra con cuotas representativas de la población española  
Sexo - Edad - CCAA



Fechas de toma de información  
Del 17 al 24 de diciembre de 2018.

### Estudio Cualitativo

#### Muestra

Comunidad online de 5 días de duración  
80 participantes hombres y mujeres  
20-70 años 1419 posts



Fechas de toma de información  
Del 21 al 25 de Enero 2019.



Haz clic para acceder a la nota de prensa

## Bajo un mismo nombre, perfiles diferentes



**41%**

35-55 años  
Hijos < 10 años  
Trabaja jornada completa.  
Son más de Hiper y de compra por impulso  
Ticket medio 92€



**39%**

Media 42 años  
Hijos 10-19 años  
El 46% son el sustentador principal.  
Compra semanal, planificada y con lista  
Ticket medio 77€



**20%**

Mujer +55 años  
Hijos >20 años  
Activa, independiente y digital.  
Se deja sorprender por las marcas  
Ticket medio 79€

## RESPONSABLE DE COMPRA DEL HOGAR

### Un target más cualitativo

- 46** Años de media
- 52%** Es el sustentador principal
- 54%** Estudios universitarios
- 58%** Tiene hijos
- 71%** Trabaja
- 77%** I. Socio-económico A - C
- 66%** Tiene mascota

Son decisores finales de la compra, con acceso a múltiples fuentes de información, por lo que comparan más y compran mejor

### Adaptado a los nuevos tiempos

- 55%** Le gusta viajar
- 56%** Experiencias gastronómicas
- 97%** Usa alguna red social
- 33%** Cine, teatro, exposiciones
- 24%** Hace deporte
- 94%** Tiene un smartphone

Su vida está llena de actividades pero siempre tienen tiempo para ver la **Televisión**



### Disfruta viendo la Tele



**+18,5**

MILLONES DE RCH SON ALCANZADOS POR EL MEDIO TV



**98%**

COBERTURA



**5 h. 02 min.**

CONSUMO DIARIO

