

## ► 5. HÁBITOS DE CONSUMO

---

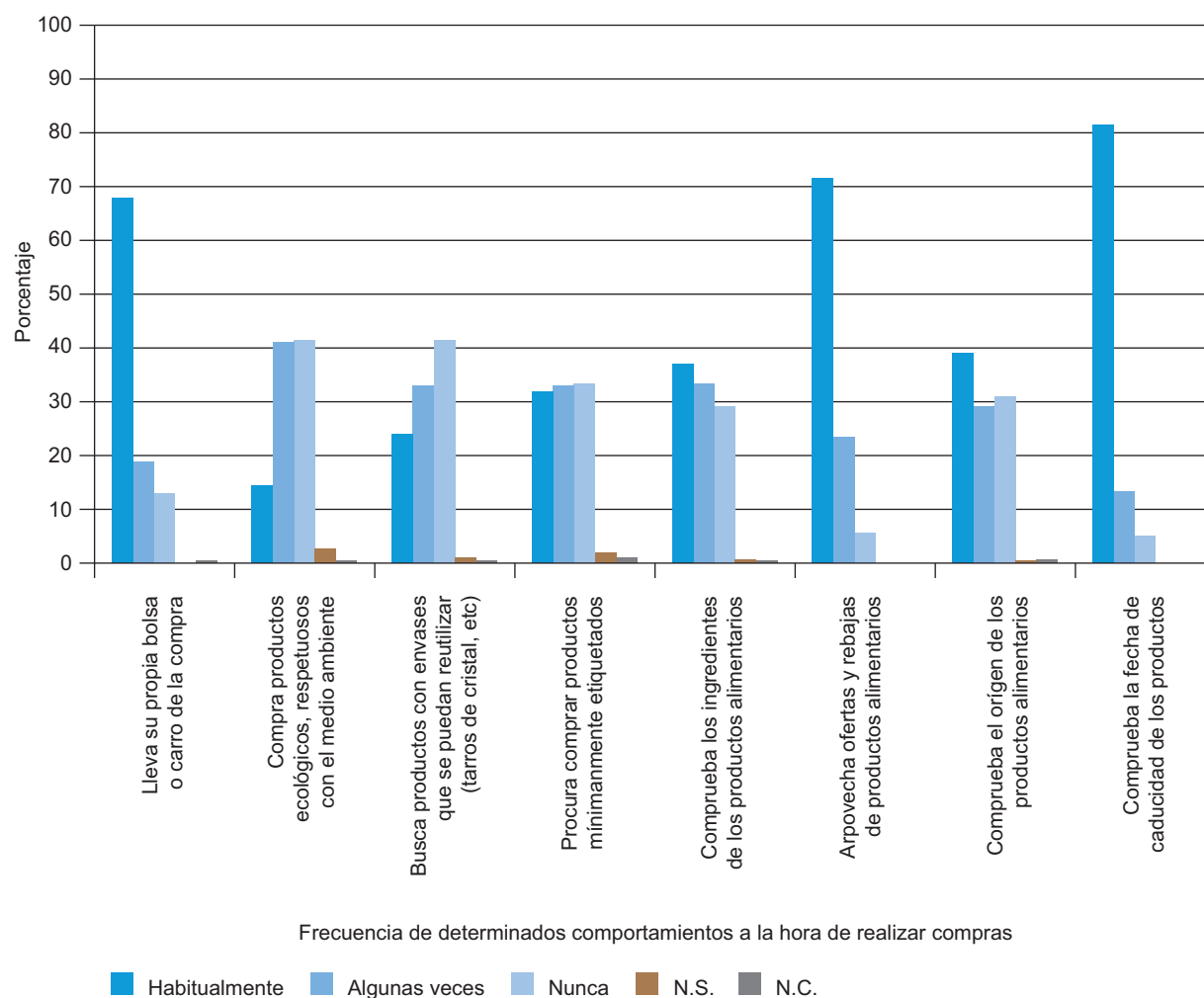


**Tabla MA1. Frecuencia de determinados comportamientos a la hora de realizar compras**  
**A la hora de hacer sus compras, ¿sigue usted los siguientes comportamientos: habitualmente, algunas veces o nunca?**

	Habitualmente	Algunas veces	Nunca	N.S.	N.C.	Total	(n)
Lleva su propia bolsa o carro de la compra	67,9	19,1	12,9	0,0	0,1	100	(2.014)
Compra productos ecológicos, respetuosos con el medio ambiente	14,6	41,2	41,6	2,4	0,3	100	(2.014)
Busca productos con envases que se puedan reutilizar (tarros de cristal, etc.)	24,1	33,2	41,4	1,2	0,1	100	(2.014)
Procura comprar productos mínimamente etiquetados	31,9	32,6	32,9	2,1	0,4	100	(2.014)
Comprueba los ingredientes de los productos alimentarios	36,8	33,6	29,2	0,2	0,1	100	(2.014)
Aprovecha ofertas y rebajas de productos alimentarios	71,3	23,3	5,4	0,0	0,0	100	(2.014)
Comprueba el origen de los productos alimentarios	39,3	29,4	30,9	0,1	0,2	100	(2.014)
Comprueba la fecha de caducidad de los productos	81,3	13,7	5,0	0,0	0,0	100	(2.014)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

Nota: Esta pregunta procede de un filtro, responden las personas que realizan personalmente siempre, casi siempre o algunas veces las compras de productos de alimentación, bebidas y productos de limpieza.



**Tabla MA2. Frecuencia de determinados comportamientos a la hora de realizar compras**  
**A la hora de hacer sus compras, ¿sigue usted los siguientes comportamientos: habitualmente, algunas veces o nunca?**

	HABITUALMENTE					
	Lleva su propia bolsa o carro de la compra		Compra productos ecológicos, respetuosos con el medio ambiente		Busca productos con envases que se puedan reutilizar (tarros de cristal, etc.)	
	%	(n)	%	(n)	%	(n)
<b>Total</b>	67,9	(1.365)	14,6	(293)	24,1	(485)
<b>Sexo</b>						
Hombre	62,3	(546)	13,7	(120)	22,5	(197)
Mujer	72,2	(821)	15,2	(173)	25,3	(288)
<b>Edad</b>						
Hasta 24 años	51,6	(63)	9,0	(11)	23,0	(28)
De 25 a 34	66,5	(232)	16,6	(58)	20,6	(72)
De 35 a 44	66,6	(305)	15,5	(71)	25,8	(118)
De 45 a 54	71,1	(286)	15,4	(62)	27,9	(112)
De 55 a 64	69,3	(201)	15,9	(46)	25,2	(73)
65 años o más	71,2	(280)	11,5	(45)	20,9	(82)
<b>Estado civil</b>						
Casado/a	71,5	(801)	13,9	(156)	25,1	(281)
Soltero/a	62,0	(370)	15,9	(95)	22,9	(137)
Viudo/a	69,0	(98)	11,3	(16)	19,0	(27)
Separado/a	61,8	(34)	21,8	(12)	18,2	(10)
Divorciado/a	65,3	(64)	13,3	(13)	30,6	(30)
<b>Educación</b>						
Primaria o menos	67,4	(312)	10,2	(47)	19,0	(88)
Secundaria inicial	67,4	(355)	12,1	(64)	24,3	(128)
FP de grado medio	77,8	(112)	16,0	(23)	27,8	(40)
Secundaria superior	65,6	(168)	18,8	(48)	29,7	(76)
FP de grado superior	67,5	(135)	11,0	(22)	18,5	(37)
Universidad	67,2	(283)	21,1	(89)	27,6	(116)
<b>Situación laboral</b>						
Ocupados/as	65,7	(549)	16,8	(140)	25,7	(215)
Parados/as	66,6	(341)	12,1	(62)	22,9	(117)
Jubilados/as o pensionistas	70,2	(315)	11,6	(52)	21,4	(96)
Estudiantes	61,8	(34)	20,0	(11)	27,3	(15)
Trabajo doméstico no remunerado	78,5	(128)	17,2	(28)	25,8	(42)
<b>Clase social</b>						
Clase alta/media-alta	68,9	(257)	19,6	(73)	28,2	(105)
Nuevas clases medias	69,4	(342)	15,4	(76)	24,7	(122)
Viejas clases medias	65,6	(147)	12,5	(28)	22,8	(51)
Obreros/as cualificados/as	65,2	(396)	12,4	(75)	21,7	(132)
Obreros/as no cualificados/as	71,8	(206)	12,5	(36)	22,0	(63)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

Nota: La tabla incluye la respuesta "Habitualmente". Además la pregunta original contiene las categorías de respuesta "Algunas veces", "Nunca", "No sabe" y "No contesta".

Nota: Esta pregunta procede de un filtro, responden las personas que realizan personalmente siempre, casi siempre o algunas veces las compras de productos de alimentación, bebidas y productos de limpieza.

**Tabla MA3. Frecuencia de determinados comportamientos a la hora de realizar compras**  
**A la hora de hacer sus compras, ¿sigue usted los siguientes comportamientos: habitualmente, algunas veces o nunca?**

	HABITUALMENTE					
	Procura comprar productos mínimamente empaquetados		Comprueba los ingredientes de los productos alimentarios		Aprovecha ofertas y rebajas de productos alimentarios	
	%	(n)	%	(n)	%	(n)
<b>Total</b>	31,9	(643)	36,8	(742)	71,3	(1.436)
<b>Sexo</b>						
Hombre	32,2	(282)	35,6	(312)	68,6	(602)
Mujer	31,8	(361)	37,8	(430)	73,4	(834)
<b>Edad</b>						
Hasta 24 años	26,2	(32)	26,2	(32)	74,6	(91)
De 25 a 34	29,2	(102)	39,0	(136)	74,5	(260)
De 35 a 44	37,8	(173)	41,7	(191)	72,9	(334)
De 45 a 54	34,3	(138)	37,6	(151)	72,1	(290)
De 55 a 64	35,9	(104)	36,9	(107)	70,0	(203)
65 años o más	23,9	(94)	31,8	(125)	65,6	(258)
<b>Estado civil</b>						
Casado/a	33,2	(372)	37,3	(418)	72,3	(810)
Soltero/a	32,2	(192)	36,9	(220)	71,4	(426)
Viudo/a	16,2	(23)	28,9	(41)	64,1	(91)
Separado/a	32,7	(18)	38,2	(21)	78,2	(43)
Divorciado/a	38,8	(38)	41,8	(41)	66,3	(65)
<b>Educación</b>						
Primaria o menos	21,2	(98)	28,1	(130)	72,8	(337)
Secundaria inicial	30,9	(163)	33,4	(176)	75,0	(395)
FP de grado medio	36,8	(53)	34,0	(49)	74,3	(107)
Secundaria superior	32,4	(83)	41,4	(106)	71,5	(183)
FP de grado superior	38,5	(77)	34,5	(69)	71,0	(142)
Universidad	40,1	(169)	50,1	(211)	64,1	(270)
<b>Situación laboral</b>						
Ocupados/as	36,9	(308)	39,8	(332)	68,1	(569)
Parados/as	30,9	(158)	37,5	(192)	80,1	(410)
Jubilados/as o pensionistas	25,8	(116)	33,6	(151)	65,9	(296)
Estudiantes	38,2	(21)	32,7	(18)	74,5	(41)
Trabajo doméstico no remunerado	24,5	(40)	30,1	(49)	73,6	(120)
<b>Clase social</b>						
Clase alta/media-alta	40,8	(152)	47,7	(178)	61,9	(231)
Nuevas clases medias	36,1	(178)	40,2	(198)	69,8	(344)
Viejas clases medias	26,3	(59)	32,1	(72)	67,0	(150)
Obreros/as cualificados/as	28,0	(170)	31,8	(193)	75,0	(455)
Obreros/as no cualificados/as	27,2	(78)	31,4	(90)	81,2	(233)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

Nota: La tabla incluye la respuesta "Habitualmente". Además la pregunta original contiene las categorías de respuesta "Algunas veces", "Nunca", "No sabe" y "No contesta".

Nota: Esta pregunta procede de un filtro, responden las personas que realizan personalmente siempre, casi siempre o algunas veces las compras de productos de alimentación, bebidas y productos de limpieza.

**Tabla MA4. Frecuencia de determinados comportamientos a la hora de realizar compras**  
**A la hora de hacer sus compras, ¿sigue usted los siguientes comportamientos: habitualmente, algunas veces o nunca?**

	HABITUALMENTE			
	Comprueba el origen de los productos alimentarios		Comprueba la fecha de caducidad de los productos	
	%	(n)	%	(n)
<b>Total</b>	39,3	(791)	81,3	(1.638)
<b>Sexo</b>				
Hombre	39,9	(350)	78,1	(685)
Mujer	38,8	(441)	83,8	(953)
<b>Edad</b>				
Hasta 24 años	20,5	(25)	76,2	(93)
De 25 a 34	37,2	(130)	81,1	(283)
De 35 a 44	41,7	(191)	85,4	(391)
De 45 a 54	43,5	(175)	83,6	(336)
De 55 a 64	45,9	(133)	82,8	(240)
65 años o más	34,9	(137)	75,1	(295)
<b>Estado civil</b>				
Casado/a	41,7	(467)	83,3	(933)
Soltero/a	35,0	(209)	78,7	(470)
Viudo/a	30,3	(43)	77,5	(110)
Separado/a	45,5	(25)	76,4	(42)
Divorciado/a	46,9	(46)	83,7	(82)
<b>Educación</b>				
Primaria o menos	30,9	(143)	75,8	(351)
Secundaria inicial	38,3	(202)	80,8	(426)
FP de grado medio	31,3	(45)	77,8	(112)
Secundaria superior	42,2	(108)	84,8	(217)
FP de grado superior	40,5	(81)	84,5	(169)
Universidad	50,1	(211)	85,7	(361)
<b>Situación laboral</b>				
Ocupados/as	41,9	(350)	83,0	(693)
Parados/as	39,3	(201)	82,4	(422)
Jubilados/as o pensionistas	37,4	(168)	77,7	(349)
Estudiantes	27,3	(15)	81,8	(45)
Trabajo doméstico no remunerado	35,0	(57)	79,1	(129)
<b>Clase social</b>				
Clase alta/media-alta	48,3	(180)	86,3	(322)
Nuevas clases medias	41,4	(204)	83,8	(413)
Viejas clases medias	35,3	(79)	72,3	(162)
Obreros/as cualificados/as	35,9	(218)	78,1	(474)
Obreros/as no cualificados/as	33,8	(97)	84,7	(243)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

Nota: La tabla incluye la respuesta "Habitualmente". Además la pregunta original contiene las categorías de respuesta "Algunas veces", "Nunca", "No sabe" y "No contesta".

Nota: Esta pregunta procede de un filtro, responden las personas que realizan personalmente siempre, casi siempre o algunas veces las compras de productos de alimentación, bebidas y productos de limpieza.

**Tabla MA5. Frecuencia de determinados comportamientos a la hora de realizar compras**  
**A la hora de hacer sus compras, ¿sigue usted los siguientes comportamientos: habitualmente, algunas veces o nunca?**

	HABITUALMENTE					
	Lleva su propia bolsa o carro de la compra		Compra productos ecológicos, respetuosos con el medio ambiente		Busca productos con envases que se puedan reutilizar (tarros de cristal, etc.)	
	%	(n)	%	(n)	%	(n)
<b>Total</b>	67,9	(1.365)	14,6	(293)	24,1	(485)
<b>Ideología</b>						
Izquierda 1-2	70,2	(113)	23,0	(37)	30,4	(49)
3-4	69,2	(364)	13,9	(73)	24,0	(126)
5	67,2	(301)	15,6	(70)	25,4	(114)
6	62,9	(95)	9,9	(15)	22,5	(34)
7-8	67,3	(115)	15,8	(27)	22,8	(39)
Derecha 9-10	83,9	(26)	16,1	(5)	25,8	(8)
N.S.	65,6	(166)	8,7	(22)	19,8	(50)
N.C.	68,5	(187)	16,1	(44)	23,8	(65)
<b>Recuerdo de voto</b>						
PP	61,7	(271)	12,1	(53)	20,5	(90)
PSOE	68,7	(283)	13,6	(56)	20,4	(84)
IU/ICV	74,1	(100)	15,6	(21)	34,1	(46)
UPyD	67,8	(40)	6,8	(4)	28,8	(17)
CiU	72,9	(35)	14,6	(7)	41,7	(20)
Otros partidos	71,3	(82)	20,0	(23)	27,8	(32)
No tenía edad	63,3	(19)	6,7	(2)	33,3	(10)
En blanco	62,3	(38)	21,3	(13)	31,1	(19)
No votó	65,8	(246)	15,2	(57)	23,3	(87)
No recuerda	67,8	(61)	15,6	(14)	20,0	(18)
N.C.	76,5	(192)	17,1	(43)	24,7	(62)
<b>Religión</b>						
Creyente practicante	75,3	(162)	14,0	(30)	26,0	(56)
Creyente no practicante	66,1	(821)	14,3	(178)	22,6	(281)
Ateo/a, no creyente	68,9	(344)	14,4	(72)	25,7	(128)
N.C.	69,0	(40)	22,4	(13)	34,5	(20)
<b>Hábitat</b>						
Pueblo o ciudad pequeña	64,4	(259)	12,2	(49)	24,1	(97)
Ciudad mediana	65,8	(518)	14,1	(111)	22,7	(179)
Ciudad grande	70,1	(422)	16,1	(97)	25,6	(154)
Gran núcleo urbano	75,3	(168)	16,1	(36)	24,7	(55)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

Nota: La tabla incluye la respuesta "Habitualmente". Además la pregunta original contiene las categorías de respuesta "Algunas veces", "Nunca", "No sabe" y "No contesta".

Nota: Esta pregunta procede de un filtro, responden las personas que realizan personalmente siempre, casi siempre o algunas veces las compras de productos de alimentación, bebidas y productos de limpieza.

**Tabla MA6. Frecuencia de determinados comportamientos a la hora de realizar compras**  
**A la hora de hacer sus compras, ¿sigue usted los siguientes comportamientos: habitualmente, algunas veces o nunca?**

	HABITUALMENTE					
	Procura comprar productos mínimamente empaquetados		Comprueba los ingredientes de los productos alimentarios		Aprovecha ofertas y rebajas de productos alimentarios	
	%	(n)	%	(n)	%	(n)
<b>Total</b>	31,9	(643)	36,8	(742)	71,3	(1.436)
<b>Ideología</b>						
Izquierda 1-2	42,2	(68)	47,2	(76)	68,3	(110)
3-4	33,7	(177)	33,5	(176)	72,2	(380)
5	31,9	(143)	40,0	(179)	72,5	(325)
6	37,7	(57)	35,8	(54)	66,9	(101)
7-8	29,8	(51)	31,0	(53)	65,5	(112)
Derecha 9-10	41,9	(13)	45,2	(14)	71,0	(22)
N.S.	17,4	(44)	30,8	(78)	71,9	(182)
N.C.	33,0	(90)	41,0	(112)	74,7	(204)
<b>Recuerdo de voto</b>						
PP	27,8	(122)	32,3	(142)	71,1	(312)
PSOE	29,4	(121)	32,0	(132)	73,5	(303)
IU/ICV	42,2	(57)	44,4	(60)	71,1	(96)
UPyD	39,0	(23)	45,8	(27)	74,6	(44)
CiU	41,7	(20)	37,5	(18)	62,5	(30)
Otros partidos	35,7	(41)	42,6	(49)	67,8	(78)
No tenía edad	33,3	(10)	30,0	(9)	73,3	(22)
En blanco	34,4	(21)	42,6	(26)	72,1	(44)
No votó	31,6	(118)	40,6	(152)	72,2	(270)
No recuerda	26,7	(24)	30,0	(27)	64,4	(58)
N.C.	34,3	(86)	39,8	(100)	71,3	(179)
<b>Religión</b>						
Creyente practicante	27,0	(58)	36,7	(79)	74,4	(160)
Creyente no practicante	30,8	(383)	33,1	(411)	72,3	(898)
Ateo/a, no creyente	35,3	(176)	44,3	(221)	67,9	(339)
N.C.	44,8	(26)	53,4	(31)	67,2	(39)
<b>Hábitat</b>						
Pueblo o ciudad pequeña	29,9	(120)	30,3	(122)	71,6	(288)
Ciudad mediana	30,1	(237)	36,8	(290)	70,5	(555)
Ciudad grande	35,0	(211)	39,2	(236)	73,8	(444)
Gran núcleo urbano	33,6	(75)	42,2	(94)	66,8	(149)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

Nota: La tabla incluye la respuesta "Habitualmente". Además la pregunta original contiene las categorías de respuesta "Algunas veces", "Nunca", "No sabe" y "No contesta".

Nota: Esta pregunta procede de un filtro, responden las personas que realizan personalmente siempre, casi siempre o algunas veces las compras de productos de alimentación, bebidas y productos de limpieza.



**Tabla MA7. Frecuencia de determinados comportamientos a la hora de realizar compras**  
**A la hora de hacer sus compras, ¿sigue usted los siguientes comportamientos: habitualmente, algunas veces o nunca?**

	HABITUALMENTE			
	Comprueba el origen de los productos alimentarios		Comprueba la fecha de caducidad de los productos	
	%	(n)	%	(n)
<b>Total</b>	39,3	(791)	81,3	(1.638)
<b>Ideología</b>				
Izquierda 1-2	49,7	(80)	87,6	(141)
3-4	36,1	(190)	80,2	(422)
5	40,6	(182)	83,5	(374)
6	41,7	(63)	80,8	(122)
7-8	38,6	(66)	78,4	(134)
Derecha 9-10	61,3	(19)	87,1	(27)
N.S.	30,8	(78)	78,3	(198)
N.C.	41,4	(113)	80,6	(220)
<b>Recuerdo de voto</b>				
PP	38,7	(170)	81,1	(356)
PSOE	35,9	(148)	82,3	(339)
IU/ICV	45,9	(62)	82,2	(111)
UPyD	59,3	(35)	89,8	(53)
CiU	35,4	(17)	72,9	(35)
Otros partidos	49,6	(57)	81,7	(94)
No tenía edad	16,7	(5)	66,7	(20)
En blanco	42,6	(26)	82,0	(50)
No votó	37,4	(140)	79,9	(299)
No recuerda	27,8	(25)	73,3	(66)
N.C.	42,2	(106)	85,7	(215)
<b>Religión</b>				
Creyente practicante	37,7	(81)	79,5	(171)
Creyente no practicante	36,7	(456)	80,7	(1.002)
Ateo/a, no creyente	44,1	(220)	83,4	(416)
N.C.	58,6	(34)	84,5	(49)
<b>Hábitat</b>				
Pueblo o ciudad pequeña	36,1	(145)	76,9	(309)
Ciudad mediana	38,6	(304)	80,1	(630)
Ciudad grande	41,9	(252)	85,4	(514)
Gran núcleo urbano	40,4	(90)	83,0	(185)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

Nota: La tabla incluye la respuesta "Habitualmente". Además la pregunta original contiene las categorías de respuesta "Algunas veces", "Nunca", "No sabe" y "No contesta".

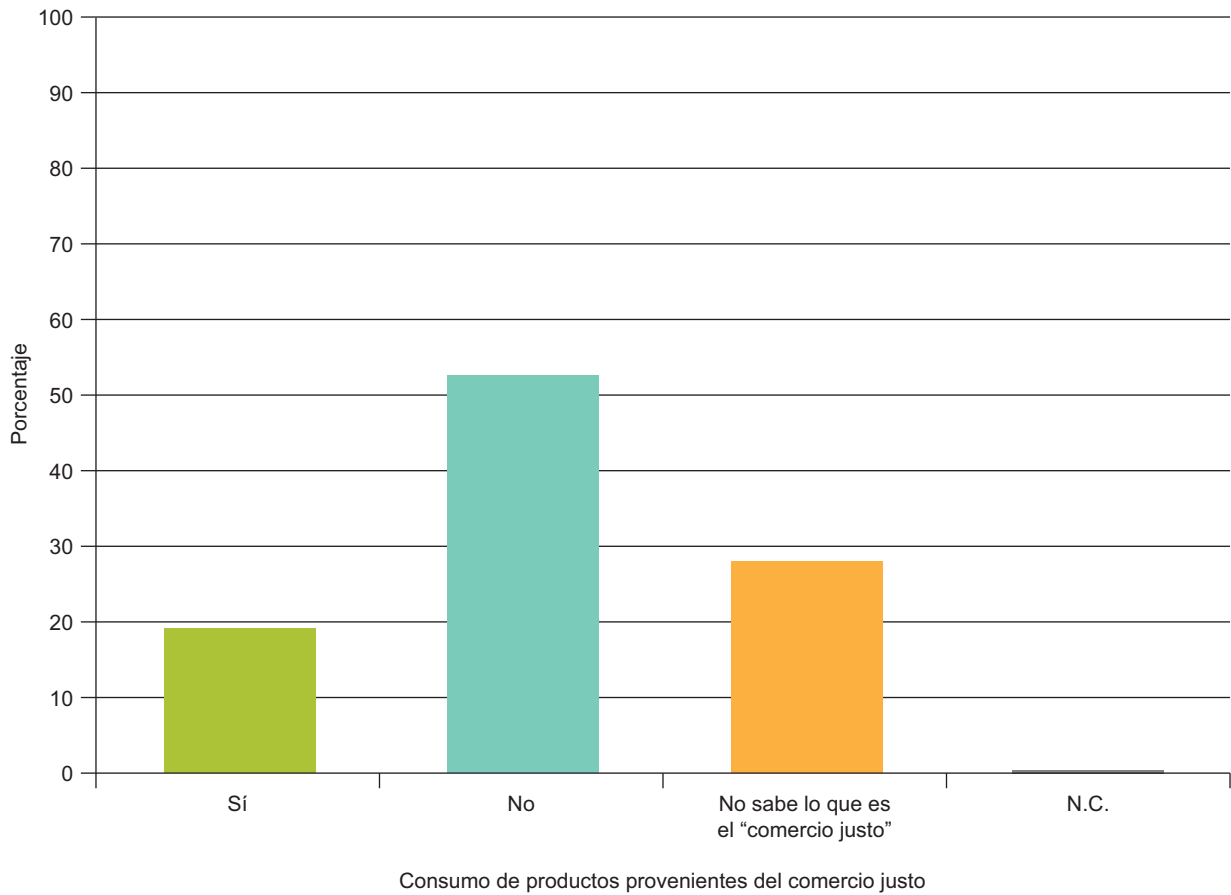
Nota: Esta pregunta procede de un filtro, responden las personas que realizan personalmente siempre, casi siempre o algunas veces las compras de productos de alimentación, bebidas y productos de limpieza.

**Tabla MA8. Consumo de productos provenientes del comercio justo**

Desde hace un tiempo, es posible encontrar en algunos supermercados, tiendas u ONGs, productos de “comercio justo” (café, chocolate, ropa, etc.). Durante los últimos 12 meses, ¿ha comprado usted alguna vez este tipo de productos?

Sí	No	No sabe lo que es el “comercio justo”	N.C.	Total	(n)
19,3	52,3	27,8	0,6	100	(2.471)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.



**Tabla MA9. Consumo de productos provenientes del comercio justo**

Desde hace un tiempo, es posible encontrar en algunos supermercados, tiendas u ONGs, productos de “comercio justo” (café, chocolate, ropa, etc.). Durante los últimos 12 meses, ¿ha comprado usted alguna vez este tipo de productos?

	Sí	No	No sabe lo que es el “comercio justo”	N.C.	Total	(n)
<b>Total</b>	19,3	52,3	27,8	0,6	100	(2.471)
<b>Sexo</b>						
Hombre	18,5	53,2	27,6	0,7	100	(1.212)
Mujer	20,2	51,4	28,0	0,5	100	(1.259)
<b>Edad</b>						
Hasta 24 años	18,0	59,0	23,0	0,0	100	(217)
De 25 a 34	26,4	51,8	21,6	0,2	100	(425)
De 35 a 44	25,0	53,5	21,4	0,2	100	(505)
De 45 a 54	20,1	53,2	25,6	1,1	100	(453)
De 55 a 64	20,0	52,1	27,1	0,9	100	(340)
65 años o más	7,9	48,2	42,9	0,9	100	(531)
<b>Estado civil</b>						
Casado/a	18,5	52,3	28,5	0,8	100	(1.332)
Soltero/a	22,6	52,5	24,9	0,0	100	(788)
Viudo/a	7,7	53,3	37,9	1,1	100	(182)
Separado/a	22,6	58,1	19,4	0,0	100	(62)
Divorciado/a	21,9	46,7	28,6	2,9	100	(105)
<b>Educación</b>						
Primaria o menos	7,7	46,0	44,9	1,4	100	(624)
Secundaria inicial	15,8	51,4	32,8	0,0	100	(634)
FP de grado medio	19,3	55,6	25,1	0,0	100	(171)
Secundaria superior	25,3	55,9	18,5	0,3	100	(324)
FP de grado superior	23,6	53,2	21,9	1,3	100	(237)
Universidad	33,3	57,4	8,8	0,4	100	(477)
<b>Situación laboral</b>						
Ocupados/as	25,2	55,3	19,0	0,6	100	(970)
Parados/as	19,8	51,1	28,6	0,5	100	(611)
Jubilados/as o pensionistas	11,2	49,3	38,6	0,8	100	(606)
Estudiantes	16,2	61,3	22,5	0,0	100	(111)
Trabajo doméstico no remunerado	15,7	44,8	39,0	0,6	100	(172)
<b>Clase social</b>						
Clase alta/media-alta	33,5	54,8	11,2	0,5	100	(427)
Nuevas clases medias	21,9	55,7	21,7	0,7	100	(571)
Viejas clases medias	16,4	53,5	29,8	0,3	100	(299)
Obreros/as cualificados/as	12,7	51,4	35,0	0,9	100	(788)
Obreros/as no cualificados/as	15,5	44,4	39,8	0,3	100	(349)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

**Tabla MA10. Consumo de productos provenientes del comercio justo**

Desde hace un tiempo, es posible encontrar en algunos supermercados, tiendas u ONGs, productos de “comercio justo” (café, chocolate, ropa, etc.). Durante los últimos 12 meses, ¿ha comprado usted alguna vez este tipo de productos?

	Sí	No	No sabe lo que es el “comercio justo”	N.C.	Total	(n)
<b>Total</b>	19,3	52,3	27,8	0,6	100	(2.471)
<b>Ideología</b>						
Izquierda 1-2	27,7	46,6	23,6	2,1	100	(191)
3-4	21,1	53,7	25,0	0,2	100	(635)
5	20,8	55,2	23,2	0,7	100	(542)
6	26,3	50,9	22,3	0,6	100	(175)
7-8	15,7	55,3	28,6	0,5	100	(217)
Derecha 9-10	19,5	58,5	22,0	0,0	100	(41)
N.S.	9,0	46,3	44,5	0,3	100	(335)
N.C.	17,9	52,2	29,0	0,9	100	(335)
<b>Recuerdo de voto</b>						
PP	16,0	51,7	31,7	0,6	100	(530)
PSOE	16,8	51,4	31,6	0,2	100	(488)
IU/ICV	32,9	42,9	23,0	1,2	100	(161)
UPyD	22,7	59,1	18,2	0,0	100	(66)
CiU	26,9	61,5	9,6	1,9	100	(52)
Otros partidos	25,4	64,6	10,0	0,0	100	(130)
No tenía edad	10,4	61,0	28,6	0,0	100	(77)
En blanco	25,0	47,1	27,9	0,0	100	(68)
No votó	16,1	53,4	29,4	1,0	100	(483)
No recuerda	19,1	51,8	28,2	0,9	100	(110)
N.C.	23,5	48,7	27,1	0,7	100	(306)
<b>Religión</b>						
Creyente practicante	17,0	49,4	33,2	0,4	100	(253)
Creyente no practicante	17,0	51,1	31,3	0,6	100	(1.527)
Ateo/a, no creyente	24,6	57,9	16,7	0,8	100	(617)
N.C.	31,1	40,5	28,4	0,0	100	(74)
<b>Hábitat</b>						
Pueblo o ciudad pequeña	15,4	50,6	33,2	0,8	100	(518)
Ciudad mediana	19,0	52,7	28,0	0,3	100	(960)
Ciudad grande	19,4	53,8	26,2	0,5	100	(741)
Gran núcleo urbano	28,6	49,6	20,2	1,6	100	(252)

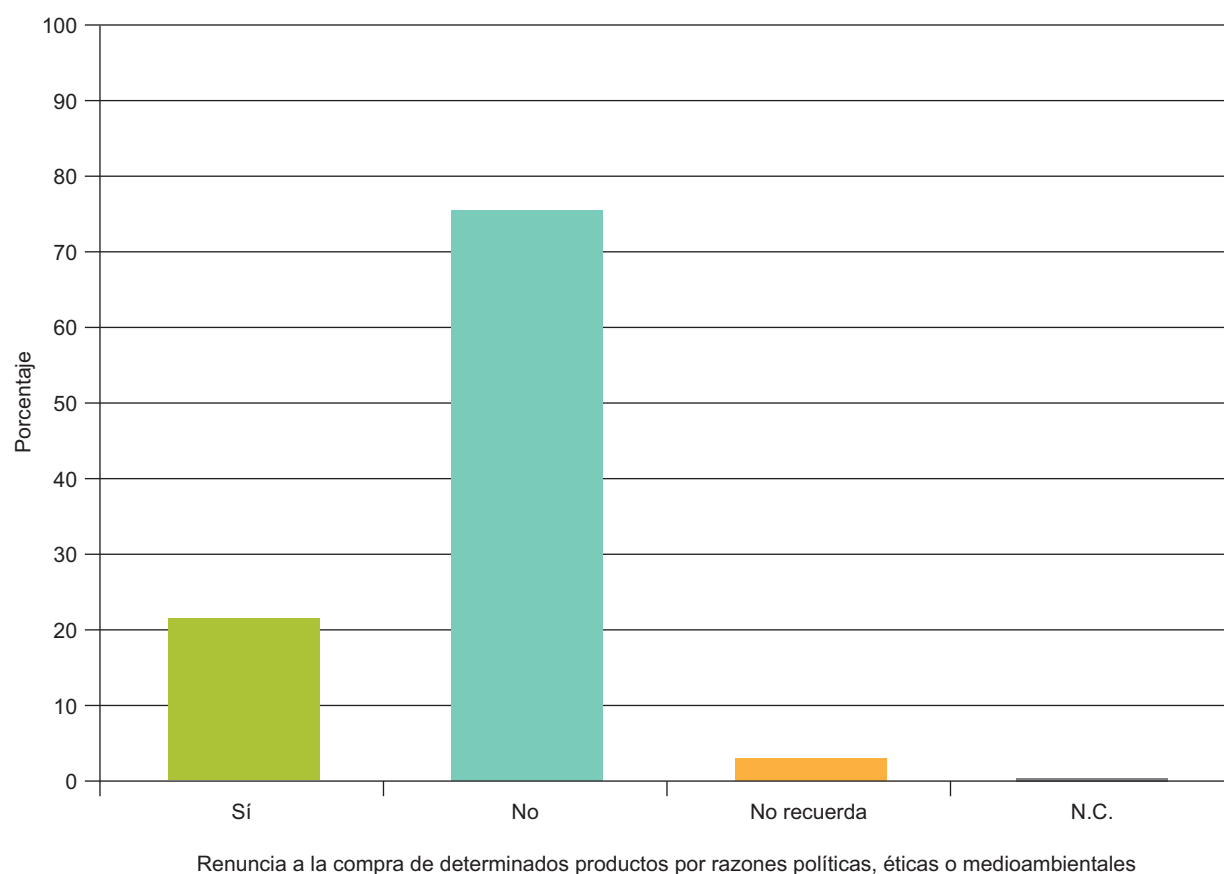
Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

**Tabla MA11. Renuncia a la compra de determinados productos por razones políticas, éticas o medioambientales**

Durante los últimos 12 meses, ¿ha dejado de comprar ciertos productos por razones políticas, éticas o para favorecer el medio ambiente?

Sí	No	No recuerda	N.C.	Total	(n)
21,3	75,2	2,8	0,6	100	(2.471)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.



**Tabla MA12. Renuncia a la compra de determinados productos por razones políticas, éticas o medioambientales**

Durante los últimos 12 meses, ¿ha dejado de comprar ciertos productos por razones políticas, éticas o para favorecer el medio ambiente?

	Sí	No	No recuerda	N.C.	Total	(n)
<b>Total</b>	21,3	75,2	2,8	0,6	100	(2.471)
<b>Sexo</b>						
Hombre	21,6	75,0	2,6	0,7	100	(1.212)
Mujer	21,0	75,5	3,0	0,5	100	(1.259)
<b>Edad</b>						
Hasta 24 años	18,0	80,6	1,4	0,0	100	(217)
De 25 a 34	28,2	68,0	3,5	0,2	100	(425)
De 35 a 44	25,9	71,5	2,6	0,0	100	(505)
De 45 a 54	21,2	75,3	2,9	0,7	100	(453)
De 55 a 64	25,3	71,5	2,6	0,6	100	(340)
65 años o más	10,4	84,7	3,2	1,7	100	(531)
<b>Estado civil</b>						
Casado/a	20,0	76,2	3,3	0,5	100	(1.332)
Soltero/a	25,4	72,2	2,0	0,4	100	(788)
Viudo/a	8,8	85,7	3,3	2,2	100	(182)
Separado/a	29,0	66,1	4,8	0,0	100	(62)
Divorciado/a	23,8	74,3	1,0	1,0	100	(105)
<b>Educación</b>						
Primaria o menos	7,4	88,1	2,7	1,8	100	(624)
Secundaria inicial	17,4	78,9	3,8	0,0	100	(634)
FP de grado medio	23,4	73,7	2,3	0,6	100	(171)
Secundaria superior	28,7	67,9	2,8	0,6	100	(324)
FP de grado superior	25,7	71,3	2,5	0,4	100	(237)
Universidad	37,1	60,8	2,1	0,0	100	(477)
<b>Situación laboral</b>						
Ocupados/as	29,0	68,9	2,1	0,1	100	(970)
Parados/as	19,8	76,4	3,1	0,7	100	(611)
Jubilados/as o pensionistas	13,5	81,5	3,3	1,7	100	(606)
Estudiantes	20,7	77,5	1,8	0,0	100	(111)
Trabajo doméstico no remunerado	11,6	83,1	5,2	0,0	100	(172)
<b>Clase social</b>						
Clase alta/media-alta	35,8	62,8	1,4	0,0	100	(427)
Nuevas clases medias	25,9	69,9	3,3	0,9	100	(571)
Viejas clases medias	13,7	83,3	2,0	1,0	100	(299)
Obreros/as cualificados/as	15,4	81,0	2,9	0,8	100	(788)
Obreros/as no cualificados/as	16,0	79,4	4,3	0,3	100	(349)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

**Tabla MA13. Renuncia a la compra de determinados productos por razones políticas, éticas o medioambientales**

Durante los últimos 12 meses, ¿ha dejado de comprar ciertos productos por razones políticas, éticas o para favorecer el medio ambiente?

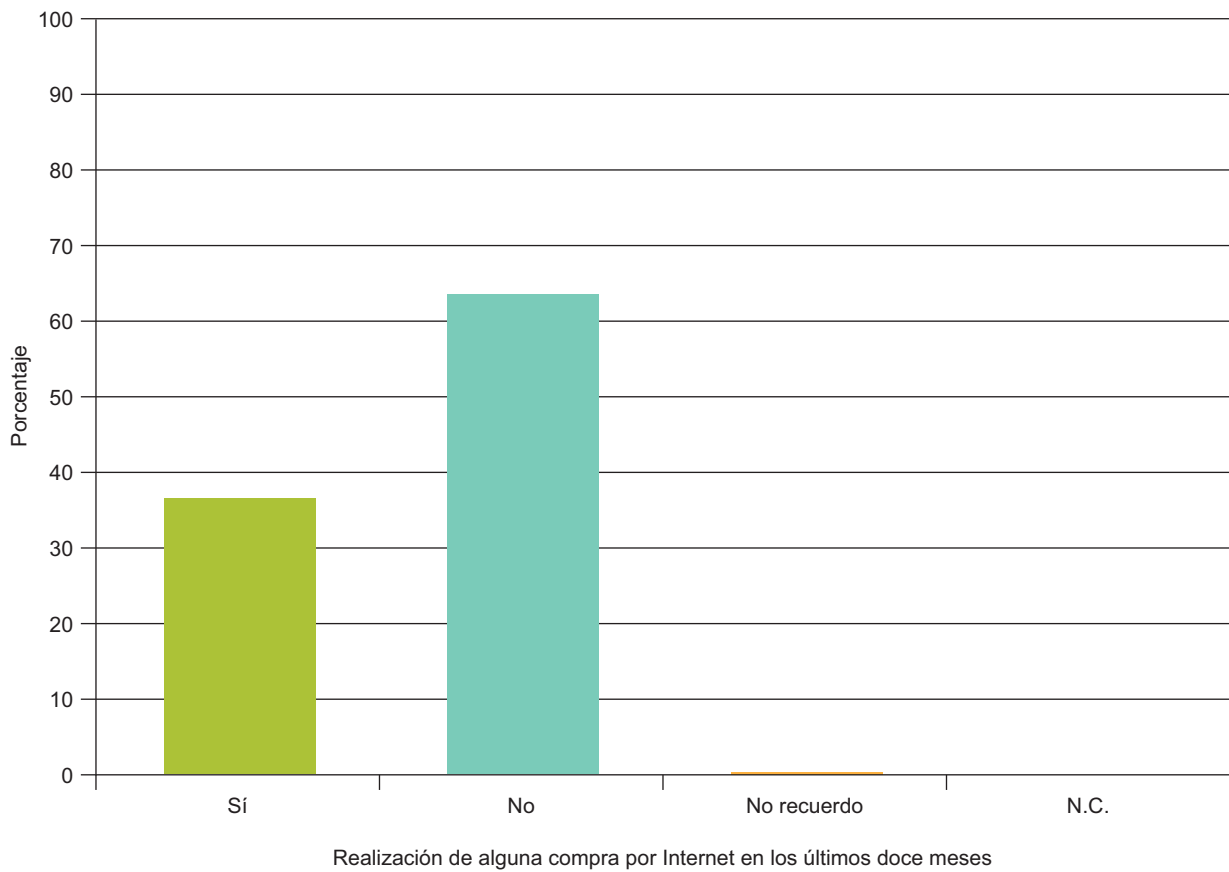
	Sí	No	No recuerda	N.C.	Total	(n)
<b>Total</b>	21,3	75,2	2,8	0,6	100	(2.471)
<b>Ideología</b>						
Izquierda 1-2	36,1	60,7	3,1	0,0	100	(191)
3-4	23,6	73,5	2,5	0,3	100	(635)
5	22,0	74,9	2,6	0,6	100	(542)
6	22,3	74,3	2,9	0,6	100	(175)
7-8	21,7	71,0	6,5	0,9	100	(217)
Derecha 9-10	17,1	80,5	0,0	2,4	100	(41)
N.S.	13,4	84,5	1,5	0,6	100	(335)
N.C.	15,2	80,6	3,0	1,2	100	(335)
<b>Recuerdo de voto</b>						
PP	19,8	74,7	4,7	0,8	100	(530)
PSOE	18,9	78,5	2,7	0,0	100	(488)
IU/ICV	37,9	58,4	3,7	0,0	100	(161)
UPyD	39,4	57,6	3,0	0,0	100	(66)
CiU	25,0	73,1	0,0	1,9	100	(52)
Otros partidos	33,8	63,8	1,5	0,8	100	(130)
No tenía edad	11,7	85,7	2,6	0,0	100	(77)
En blanco	30,9	67,6	0,0	1,5	100	(68)
No votó	17,0	80,1	2,1	0,8	100	(483)
No recuerda	12,7	83,6	1,8	1,8	100	(110)
N.C.	19,6	77,1	2,6	0,7	100	(306)
<b>Religión</b>						
Creyente practicante	16,2	81,0	2,4	0,4	100	(253)
Creyente no practicante	17,0	79,3	3,1	0,6	100	(1.527)
Ateo/a, no creyente	33,2	64,0	2,3	0,5	100	(617)
N.C.	29,7	64,9	2,7	2,7	100	(74)
<b>Hábitat</b>						
Pueblo o ciudad pequeña	15,6	79,7	3,5	1,2	100	(518)
Ciudad mediana	21,3	75,8	2,5	0,4	100	(960)
Ciudad grande	20,5	76,1	3,1	0,3	100	(741)
Gran núcleo urbano	35,7	61,1	2,0	1,2	100	(252)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

**Tabla MA14. Realización de alguna compra por Internet en los últimos doce meses**  
**En los últimos 12 meses, ¿ha realizado alguna compra por Internet o comercio electrónico?**

Sí	No	No recuerda	N.C.	Total	(n)
36,5	63,3	0,2	0,0	100	(2.471)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.





**Tabla MA15. Realización de alguna compra por Internet en los últimos doce meses**  
**En los últimos 12 meses, ¿ha realizado alguna compra por Internet o comercio electrónico?**

	Sí	No	No recuerda	N.C.	Total	(n)
<b>Total</b>	36,5	63,3	0,2	0,0	100	(2.471)
<b>Sexo</b>						
Hombre	40,8	59,0	0,2	0,0	100	(1.212)
Mujer	32,3	67,4	0,2	0,1	100	(1.259)
<b>Edad</b>						
Hasta 24 años	58,5	41,5	0,0	0,0	100	(217)
De 25 a 34	61,4	38,6	0,0	0,0	100	(425)
De 35 a 44	52,7	46,7	0,6	0,0	100	(505)
De 45 a 54	31,3	68,7	0,0	0,0	100	(453)
De 55 a 64	20,6	79,4	0,0	0,0	100	(340)
65 años o más	6,6	92,8	0,4	0,2	100	(531)
<b>Estado civil</b>						
Casado/a	32,8	67,0	0,2	0,0	100	(1.332)
Soltero/a	52,8	47,1	0,1	0,0	100	(788)
Viudo/a	4,4	95,1	0,0	0,5	100	(182)
Separado/a	25,8	74,2	0,0	0,0	100	(62)
Divorciado/a	21,0	78,1	1,0	0,0	100	(105)
<b>Educación</b>						
Primaria o menos	4,3	95,2	0,3	0,2	100	(624)
Secundaria inicial	25,2	74,6	0,2	0,0	100	(634)
FP de grado medio	38,6	60,2	1,2	0,0	100	(171)
Secundaria superior	56,5	43,5	0,0	0,0	100	(324)
FP de grado superior	60,3	39,7	0,0	0,0	100	(237)
Universidad	67,3	32,7	0,0	0,0	100	(477)
<b>Situación laboral</b>						
Ocupados/as	52,9	47,0	0,1	0,0	100	(970)
Parados/as	37,2	62,5	0,3	0,0	100	(611)
Jubilados/as o pensionistas	10,6	89,1	0,3	0,0	100	(606)
Estudiantes	64,9	35,1	0,0	0,0	100	(111)
Trabajo doméstico no remunerado	14,5	84,9	0,0	0,6	100	(172)
<b>Clase social</b>						
Clase alta/media-alta	65,1	34,7	0,2	0,0	100	(427)
Nuevas clases medias	48,0	51,8	0,2	0,0	100	(571)
Viejas clases medias	26,4	72,9	0,3	0,3	100	(299)
Obreros/as cualificados/as	23,2	76,5	0,3	0,0	100	(788)
Obreros/as no cualificados/as	19,8	80,2	0,0	0,0	100	(349)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

**Tabla MA16. Realización de alguna compra por Internet en los últimos doce meses**  
**En los últimos 12 meses, ¿ha realizado alguna compra por Internet o comercio electrónico?**

	Sí	No	No recuerda	N.C.	Total	(n)
<b>Total</b>	36,5	63,3	0,2	0,0	100	(2.471)
<b>Ideología</b>						
Izquierda 1-2	45,0	55,0	0,0	0,0	100	(191)
3-4	40,3	59,5	0,2	0,0	100	(635)
5	39,5	60,5	0,0	0,0	100	(542)
6	42,9	56,6	0,6	0,0	100	(175)
7-8	33,6	65,9	0,0	0,5	100	(217)
Derecha 9-10	29,3	70,7	0,0	0,0	100	(41)
N.S.	23,6	75,8	0,6	0,0	100	(335)
N.C.	31,6	68,1	0,3	0,0	100	(335)
<b>Recuerdo de voto</b>						
PP	30,4	69,2	0,2	0,2	100	(530)
PSOE	31,4	68,4	0,2	0,0	100	(488)
IU/ICV	46,6	53,4	0,0	0,0	100	(161)
UPyD	60,6	39,4	0,0	0,0	100	(66)
CiU	48,1	51,9	0,0	0,0	100	(52)
Otros partidos	57,7	42,3	0,0	0,0	100	(130)
No tenía edad	49,4	50,6	0,0	0,0	100	(77)
En blanco	54,4	45,6	0,0	0,0	100	(68)
No votó	35,0	64,6	0,4	0,0	100	(483)
No recuerda	34,5	65,5	0,0	0,0	100	(110)
N.C.	29,4	70,3	0,3	0,0	100	(306)
<b>Religión</b>						
Creyente practicante	16,6	83,0	0,4	0,0	100	(253)
Creyente no practicante	31,3	68,4	0,3	0,1	100	(1.527)
Ateo/a, no creyente	55,6	44,4	0,0	0,0	100	(617)
N.C.	51,4	48,6	0,0	0,0	100	(74)
<b>Hábitat</b>						
Pueblo o ciudad pequeña	32,0	67,8	0,0	0,2	100	(518)
Ciudad mediana	34,5	65,3	0,2	0,0	100	(960)
Ciudad grande	36,7	63,0	0,3	0,0	100	(741)
Gran núcleo urbano	52,4	47,2	0,4	0,0	100	(252)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

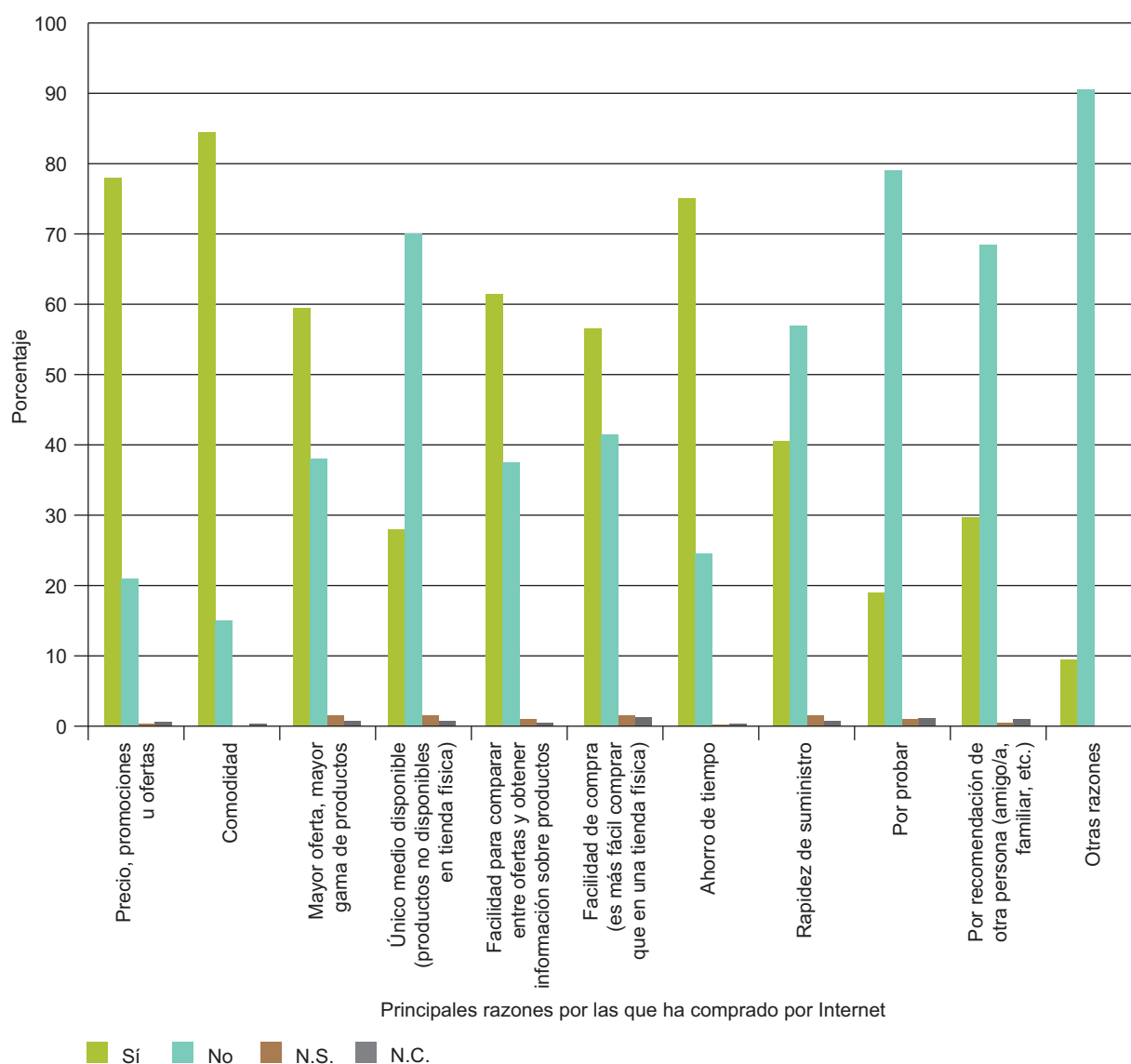
**Tabla MA17. Principales razones por las que ha comprado por Internet**

¿Cuáles son las principales razones por las que ha comprado productos o servicios a través de Internet en lugar de acudir a una tienda física?

	Si	No	N.S.	N.C.	Total	(n)
Precio, promociones u ofertas	78,0	21,2	0,2	0,6	100	(901)
Comodidad	84,6	15,1	0,0	0,3	100	(901)
Mayor oferta, mayor gama de productos	59,6	38,2	1,4	0,8	100	(901)
Único medio disponible (productos no disponibles en tienda física)	28,0	70,0	1,3	0,7	100	(901)
Facilidad para comparar entre ofertas y obtener información sobre productos	61,5	37,3	0,9	0,3	100	(901)
Facilidad de compra (es más fácil comprar que en una tienda física)	56,3	41,3	1,3	1,1	100	(901)
Ahorro de tiempo	75,0	24,3	0,2	0,4	100	(901)
Rapidez de suministro	40,5	57,2	1,6	0,8	100	(901)
Por probar	19,0	78,8	1,0	1,2	100	(901)
Por recomendación de otra persona (amigo/a, familiar, etc.)	29,7	68,6	0,6	1,1	100	(901)
Otras razones	9,5	90,5	0,0	0,0	100	(901)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

Nota: Esta pregunta procede de un filtro, solo responden aquellas personas que han realizado alguna compra por Internet en los últimos doce meses.



**Tabla MA18. Principales razones por las que ha comprado por Internet**

¿Cuáles son las principales razones por las que ha comprado productos o servicios a través de Internet en lugar de acudir a una tienda física?

	Sí							
	Precio, promociones u ofertas		Comodidad		Mayor oferta, mayor gama de productos		Único medio disponible (productos no disponibles en tienda física)	
	%	(n)	%	(n)	%	(n)	%	(n)
<b>Total</b>	78,0	(703)	84,6	(762)	59,6	(537)	28,0	(252)
<b>Sexo</b>								
Hombre	80,0	(395)	87,0	(430)	61,9	(306)	27,3	(135)
Mujer	75,7	(308)	81,6	(332)	56,8	(231)	28,7	(117)
<b>Edad</b>								
Hasta 24 años	80,3	(102)	83,5	(106)	71,7	(91)	37,0	(47)
De 25 a 34	81,2	(212)	84,7	(221)	62,5	(163)	23,8	(62)
De 35 a 44	77,8	(207)	86,1	(229)	57,5	(153)	28,9	(77)
De 45 a 54	76,1	(108)	83,1	(118)	55,6	(79)	29,6	(42)
De 55 a 64	77,1	(54)	87,1	(61)	55,7	(39)	24,3	(17)
65 años o más	57,1	(20)	77,1	(27)	34,3	(12)	20,0	(7)
<b>Estado civil</b>								
Casado/a	76,4	(334)	85,1	(372)	57,4	(251)	25,9	(113)
Soltero/a	81,5	(339)	84,1	(350)	63,9	(266)	31,0	(129)
Viudo/a	50,0	(4)	75,0	(6)	12,5	(1)	37,5	(3)
Separado/a	62,5	(10)	81,3	(13)	43,8	(7)	12,5	(2)
Divorciado/a	68,2	(15)	86,4	(19)	50,0	(11)	18,2	(4)
<b>Educación</b>								
Primaria o menos	66,7	(18)	85,2	(23)	44,4	(12)	18,5	(5)
Secundaria inicial	81,3	(130)	82,5	(132)	63,1	(101)	30,0	(48)
FP de grado medio	78,8	(52)	74,2	(49)	60,6	(40)	24,2	(16)
Secundaria superior	78,1	(143)	89,6	(164)	60,7	(111)	25,1	(46)
FP de grado superior	88,1	(126)	81,1	(116)	60,8	(87)	24,5	(35)
Universidad	72,6	(233)	86,3	(277)	57,9	(186)	31,8	(102)
<b>Situación laboral</b>								
Ocupados/as	76,8	(394)	84,6	(434)	57,5	(295)	25,5	(131)
Parados/as	83,3	(189)	85,0	(193)	61,7	(140)	32,2	(73)
Jubilados/as o pensionistas	71,9	(46)	84,4	(54)	54,7	(35)	28,1	(18)
Estudiantes	77,8	(56)	83,3	(60)	73,6	(53)	36,1	(26)
Trabajo doméstico no remunerado	72,0	(18)	84,0	(21)	56,0	(14)	16,0	(4)
<b>Clase social</b>								
Clase alta/media-alta	74,5	(207)	87,1	(242)	59,4	(165)	34,5	(96)
Nuevas clases medias	79,9	(219)	83,6	(229)	58,0	(159)	27,0	(74)
Viejas clases medias	74,7	(59)	81,0	(64)	54,4	(43)	15,2	(12)
Obreros/as cualificados/as	81,4	(149)	86,9	(159)	63,9	(117)	24,6	(45)
Obreros/as no cualificados/as	81,2	(56)	79,7	(55)	63,8	(44)	29,0	(20)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

Nota: Esta pregunta procede de un filtro, solo responden aquellas personas que han realizado alguna compra por Internet en los últimos doce meses.

Nota: La tabla incluye la respuesta "Sí". Además la pregunta original contiene las categorías de respuesta "No", "No sabe" y "No contesta".

**Tabla MA19. Principales razones por las que ha comprado por Internet**

¿Cuáles son las principales razones por las que ha comprado productos o servicios a través de Internet en lugar de acudir a una tienda física?

	Sí							
	Facilidad para comparar entre ofertas y obtener información sobre productos		Facilidad de compra (es más fácil comprar que en una tienda física)		Ahorro de tiempo		Rapidez de suministro	
	%	(n)	%	(n)	%	(n)	%	(n)
<b>Total</b>	61,5	(554)	56,3	(507)	75,0	(676)	40,5	(365)
<b>Sexo</b>								
Hombre	64,2	(317)	58,5	(289)	75,9	(375)	40,7	(201)
Mujer	58,2	(237)	53,6	(218)	74,0	(301)	40,3	(164)
<b>Edad</b>								
Hasta 24 años	59,1	(75)	60,6	(77)	73,2	(93)	37,8	(48)
De 25 a 34	61,3	(160)	55,2	(144)	75,1	(196)	37,2	(97)
De 35 a 44	65,4	(174)	53,4	(142)	77,8	(207)	42,1	(112)
De 45 a 54	61,3	(87)	58,5	(83)	76,8	(109)	42,3	(60)
De 55 a 64	57,1	(40)	55,7	(39)	64,3	(45)	40,0	(28)
65 años o más	51,4	(18)	62,9	(22)	74,3	(26)	57,1	(20)
<b>Estado civil</b>								
Casado/a	62,2	(272)	57,0	(249)	76,0	(332)	43,7	(191)
Soltero/a	62,7	(261)	57,0	(237)	75,7	(315)	38,2	(159)
Viudo/a	50,0	(4)	25,0	(2)	62,5	(5)	37,5	(3)
Separado/a	43,8	(7)	43,8	(7)	50,0	(8)	31,3	(5)
Divorciado/a	40,9	(9)	45,5	(10)	63,6	(14)	27,3	(6)
<b>Educación</b>								
Primaria o menos	37,0	(10)	44,4	(12)	59,3	(16)	37,0	(10)
Secundaria inicial	64,4	(103)	60,0	(96)	79,4	(127)	43,1	(69)
FP de grado medio	60,6	(40)	48,5	(32)	63,6	(42)	33,3	(22)
Secundaria superior	56,8	(104)	53,0	(97)	71,0	(130)	41,0	(75)
FP de grado superior	62,2	(89)	52,4	(75)	78,3	(112)	39,2	(56)
Universidad	64,5	(207)	60,4	(194)	77,3	(248)	41,1	(132)
<b>Situación laboral</b>								
Ocupados/as	60,8	(312)	55,0	(282)	75,2	(386)	38,0	(195)
Parados/as	66,1	(150)	58,6	(133)	76,7	(174)	43,2	(98)
Jubilados/as o pensionistas	60,9	(39)	64,1	(41)	73,4	(47)	48,4	(31)
Estudiantes	51,4	(37)	56,9	(41)	72,2	(52)	41,7	(30)
Trabajo doméstico no remunerado	64,0	(16)	40,0	(10)	68,0	(17)	44,0	(11)
<b>Clase social</b>								
Clase alta/media-alta	61,9	(172)	57,6	(160)	74,8	(208)	42,8	(119)
Nuevas clases medias	61,7	(169)	58,0	(159)	77,0	(211)	39,4	(108)
Viejas clases medias	63,3	(50)	58,2	(46)	70,9	(56)	41,8	(33)
Obreros/as cualificados/as	60,7	(111)	55,7	(102)	76,5	(140)	38,3	(70)
Obreros/as no cualificados/as	59,4	(41)	43,5	(30)	72,5	(50)	40,6	(28)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

Nota: Esta pregunta procede de un filtro, solo responden aquellas personas que han realizado alguna compra por Internet en los últimos doce meses.

Nota: La tabla incluye la respuesta "Sí". Además la pregunta original contiene las categorías de respuesta "No", "No sabe" y "No contesta".

**Tabla MA20. Principales razones por las que ha comprado por Internet**

¿Cuáles son las principales razones por las que ha comprado productos o servicios a través de Internet en lugar de acudir a una tienda física?

	Sí					
	Por probar		Por recomendación de otra persona (amigo/a, familiar, etc.)		Otras razones	
	%	(n)	%	(n)	%	(n)
<b>Total</b>	19,0	(171)	29,7	(268)	9,5	(86)
<b>Sexo</b>						
Hombre	18,4	(91)	29,4	(145)	9,7	(48)
Mujer	19,7	(80)	30,2	(123)	9,3	(38)
<b>Edad</b>						
Hasta 24 años	26,0	(33)	40,2	(51)	7,9	(10)
De 25 a 34	17,6	(46)	27,6	(72)	8,8	(23)
De 35 a 44	19,9	(53)	28,6	(76)	9,8	(26)
De 45 a 54	16,9	(24)	28,2	(40)	8,5	(12)
De 55 a 64	14,3	(10)	24,3	(17)	7,1	(5)
65 años o más	14,3	(5)	34,3	(12)	28,6	(10)
<b>Estado civil</b>						
Casado/a	19,5	(85)	29,1	(127)	11,7	(51)
Soltero/a	18,8	(78)	31,0	(129)	7,9	(33)
Viudo/a	25,0	(2)	50,0	(4)	12,5	(1)
Separado/a	6,3	(1)	12,5	(2)	6,3	(1)
Divorciado/a	18,2	(4)	27,3	(6)	0,0	(0)
<b>Educación</b>						
Primaria o menos	22,2	(6)	33,3	(9)	22,2	(6)
Secundaria inicial	27,5	(44)	36,3	(58)	11,9	(19)
FP de grado medio	18,2	(12)	39,4	(26)	7,6	(5)
Secundaria superior	18,6	(34)	27,9	(51)	7,1	(13)
FP de grado superior	23,8	(34)	32,9	(47)	4,9	(7)
Universidad	12,8	(41)	24,0	(77)	11,2	(36)
<b>Situación laboral</b>						
Ocupados/as	17,7	(91)	26,7	(137)	8,0	(41)
Parados/as	22,0	(50)	30,8	(70)	11,5	(26)
Jubilados/as o pensionistas	17,2	(11)	39,1	(25)	17,2	(11)
Estudiantes	22,2	(16)	37,5	(27)	8,3	(6)
Trabajo doméstico no remunerado	12,0	(3)	36,0	(9)	8,0	(2)
<b>Clase social</b>						
Clase alta/media-alta	13,7	(38)	25,9	(72)	12,6	(35)
Nuevas clases medias	20,4	(56)	32,1	(88)	7,3	(20)
Viejas clases medias	15,2	(12)	27,8	(22)	11,4	(9)
Obreros/as cualificados/as	23,5	(43)	29,5	(54)	8,7	(16)
Obreros/as no cualificados/as	23,2	(16)	33,3	(23)	7,2	(5)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

Nota: Esta pregunta procede de un filtro, solo responden aquellas personas que han realizado alguna compra por Internet en los últimos doce meses.

Nota: La tabla incluye la respuesta "Sí". Además la pregunta original contiene las categorías de respuesta "No", "No sabe" y "No contesta".

**Tabla MA21. Principales razones por las que ha comprado por Internet**

¿Cuáles son las principales razones por las que ha comprado productos o servicios a través de Internet en lugar de acudir a una tienda física?

	Sí							
	Precio, promociones u ofertas		Comodidad		Mayor oferta, mayor gama de productos		Único medio disponible (productos no disponibles en tienda física)	
	%	(n)	%	(n)	%	(n)	%	(n)
<b>Total</b>	78,0	(703)	84,6	(762)	59,6	(537)	28,0	(252)
<b>Ideología</b>								
Izquierda 1-2	73,3	(63)	88,4	(76)	61,6	(53)	26,7	(23)
3-4	81,3	(208)	86,3	(221)	61,7	(158)	30,5	(78)
5	75,7	(162)	80,4	(172)	57,9	(124)	28,5	(61)
6	82,7	(62)	84,0	(63)	65,3	(49)	28,0	(21)
7-8	76,7	(56)	90,4	(66)	63,0	(46)	30,1	(22)
Derecha 9-10	58,3	(7)	100,0	(12)	33,3	(4)	25,0	(3)
N.S.	83,5	(66)	78,5	(62)	72,2	(57)	26,6	(21)
N.C.	74,5	(79)	84,9	(90)	43,4	(46)	21,7	(23)
<b>Recuerdo de voto</b>								
PP	75,2	(121)	85,7	(138)	61,5	(99)	28,6	(46)
PSOE	85,0	(130)	81,7	(125)	66,7	(102)	34,6	(53)
IU/ICV	66,7	(50)	86,7	(65)	60,0	(45)	28,0	(21)
UPyD	72,5	(29)	87,5	(35)	52,5	(21)	35,0	(14)
CiU	92,0	(23)	84,0	(21)	72,0	(18)	28,0	(7)
Otros partidos	84,0	(63)	77,3	(58)	54,7	(41)	18,7	(14)
No tenía edad	65,8	(25)	89,5	(34)	71,1	(27)	44,7	(17)
En blanco	89,2	(33)	91,9	(34)	59,5	(22)	24,3	(9)
No votó	77,5	(131)	86,4	(146)	53,3	(90)	23,7	(40)
No recuerda	78,9	(30)	86,8	(33)	55,3	(21)	15,8	(6)
N.C.	75,6	(68)	81,1	(73)	56,7	(51)	27,8	(25)
<b>Religión</b>								
Creyente practicante	59,5	(25)	71,4	(30)	59,5	(25)	38,1	(16)
Creyente no practicante	79,9	(382)	86,4	(413)	61,1	(292)	27,8	(133)
Ateo/a, no creyente	78,4	(269)	82,8	(284)	58,3	(200)	27,4	(94)
N.C.	71,1	(27)	92,1	(35)	52,6	(20)	23,7	(9)
<b>Hábitat</b>								
Pueblo o ciudad pequeña	80,1	(133)	86,7	(144)	54,2	(90)	26,5	(44)
Ciudad mediana	79,2	(262)	81,9	(271)	64,0	(212)	31,1	(103)
Ciudad grande	78,3	(213)	82,4	(224)	61,8	(168)	25,7	(70)
Gran núcleo urbano	72,0	(95)	93,2	(123)	50,8	(67)	26,5	(35)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

Nota: Esta pregunta procede de un filtro, solo responden aquellas personas que han realizado alguna compra por Internet en los últimos doce meses.

Nota: La tabla incluye la respuesta "Sí". Además la pregunta original contiene las categorías de respuesta "No", "No sabe" y "No contesta".

**Tabla MA22. Principales razones por las que ha comprado por Internet**

¿Cuáles son las principales razones por las que ha comprado productos o servicios a través de Internet en lugar de acudir a una tienda física?

	Sí							
	Facilidad para comparar entre ofertas y obtener información sobre productos		Facilidad de compra (es más fácil comprar que en una tienda física)		Ahorro de tiempo		Rapidez de suministro	
	%	(n)	%	(n)	%	(n)	%	(n)
<b>Total</b>	61,5	(554)	56,3	(507)	75,0	(676)	40,5	(365)
<b>Ideología</b>								
Izquierda 1-2	60,5	(52)	58,1	(50)	76,7	(66)	33,7	(29)
3-4	65,2	(167)	57,0	(146)	75,8	(194)	45,7	(117)
5	58,4	(125)	53,7	(115)	69,2	(148)	40,2	(86)
6	65,3	(49)	62,7	(47)	82,7	(62)	40,0	(30)
7-8	67,1	(49)	60,3	(44)	79,5	(58)	39,7	(29)
Derecha 9-10	41,7	(5)	66,7	(8)	66,7	(8)	41,7	(5)
N.S.	60,8	(48)	51,9	(41)	73,4	(58)	39,2	(31)
N.C.	55,7	(59)	52,8	(56)	77,4	(82)	35,8	(38)
<b>Recuerdo de voto</b>								
PP	65,2	(105)	52,8	(85)	73,9	(119)	36,0	(58)
PSOE	69,3	(106)	62,1	(95)	79,1	(121)	47,1	(72)
IU/ICV	57,3	(43)	53,3	(40)	69,3	(52)	41,3	(31)
UPyD	60,0	(24)	62,5	(25)	75,0	(30)	35,0	(14)
CiU	64,0	(16)	56,0	(14)	68,0	(17)	44,0	(11)
Otros partidos	62,7	(47)	53,3	(40)	74,7	(56)	42,7	(32)
No tenía edad	57,9	(22)	57,9	(22)	81,6	(31)	36,8	(14)
En blanco	54,1	(20)	54,1	(20)	81,1	(30)	43,2	(16)
No votó	59,8	(101)	55,6	(94)	75,1	(127)	38,5	(65)
No recuerda	55,3	(21)	55,3	(21)	81,6	(31)	50,0	(19)
N.C.	54,4	(49)	56,7	(51)	68,9	(62)	36,7	(33)
<b>Religión</b>								
Creyente practicante	52,4	(22)	64,3	(27)	76,2	(32)	38,1	(16)
Creyente no practicante	61,7	(295)	57,3	(274)	75,9	(363)	44,8	(214)
Ateo/a, no creyente	63,0	(216)	53,9	(185)	74,6	(256)	35,9	(123)
N.C.	55,3	(21)	55,3	(21)	65,8	(25)	31,6	(12)
<b>Hábitat</b>								
Pueblo o ciudad pequeña	65,1	(108)	51,2	(85)	75,3	(125)	38,6	(64)
Ciudad mediana	59,5	(197)	58,0	(192)	76,4	(253)	42,3	(140)
Ciudad grande	60,3	(164)	52,9	(144)	69,9	(190)	34,2	(93)
Gran núcleo urbano	64,4	(85)	65,2	(86)	81,8	(108)	51,5	(68)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

Nota: Esta pregunta procede de un filtro, solo responden aquellas personas que han realizado alguna compra por Internet en los últimos doce meses.

Nota: La tabla incluye la respuesta "Sí". Además la pregunta original contiene las categorías de respuesta "No", "No sabe" y "No contesta".



**Tabla MA23. Principales razones por las que ha comprado por Internet**

¿Cuáles son las principales razones por las que ha comprado productos o servicios a través de Internet en lugar de acudir a una tienda física?

	Sí					
	Por probar		Por recomendación de otra persona (amigo/a, familiar, etc.)		Otras razones	
	%	(n)	%	(n)	%	(n)
<b>Total</b>	19,0	(171)	29,7	(268)	9,5	(86)
<b>Ideología</b>						
Izquierda 1-2	24,4	(21)	29,1	(25)	12,8	(11)
3-4	17,2	(44)	28,1	(72)	9,8	(25)
5	19,2	(41)	26,2	(56)	11,7	(25)
6	20,0	(15)	33,3	(25)	8,0	(6)
7-8	20,5	(15)	27,4	(20)	9,6	(7)
Derecha 9-10	8,3	(1)	25,0	(3)	16,7	(2)
N.S.	13,9	(11)	41,8	(33)	5,1	(4)
N.C.	21,7	(23)	32,1	(34)	5,7	(6)
<b>Recuerdo de voto</b>						
PP	18,6	(30)	28,0	(45)	12,4	(20)
PSOE	23,5	(36)	32,0	(49)	11,8	(18)
IU/ICV	12,0	(9)	22,7	(17)	8,0	(6)
UPyD	17,5	(7)	25,0	(10)	10,0	(4)
CiU	20,0	(5)	12,0	(3)	8,0	(2)
Otros partidos	13,3	(10)	30,7	(23)	13,3	(10)
No tenía edad	31,6	(12)	52,6	(20)	5,3	(2)
En blanco	21,6	(8)	43,2	(16)	8,1	(3)
No votó	19,5	(33)	27,2	(46)	8,3	(14)
No recuerda	26,3	(10)	36,8	(14)	5,3	(2)
N.C.	12,2	(11)	27,8	(25)	5,6	(5)
<b>Religión</b>						
Creyente practicante	14,3	(6)	23,8	(10)	9,5	(4)
Creyente no practicante	21,1	(101)	31,4	(150)	8,4	(40)
Ateo/a, no creyente	17,2	(59)	30,0	(103)	11,1	(38)
N.C.	13,2	(5)	13,2	(5)	10,5	(4)
<b>Hábitat</b>						
Pueblo o ciudad pequeña	22,3	(37)	30,7	(51)	16,3	(27)
Ciudad mediana	20,2	(67)	33,5	(111)	6,6	(22)
Ciudad grande	16,2	(44)	25,0	(68)	8,8	(24)
Gran núcleo urbano	17,4	(23)	28,8	(38)	9,8	(13)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

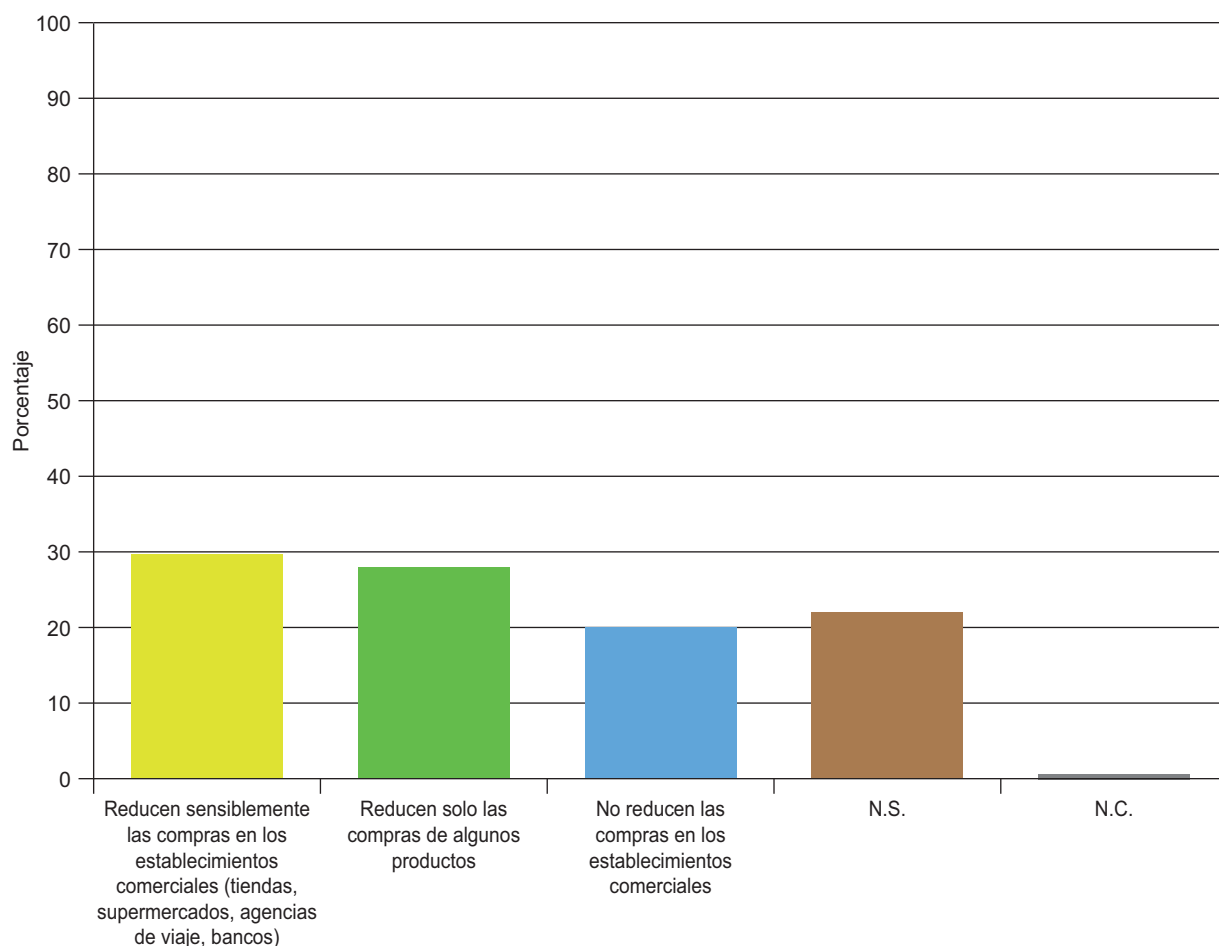
Nota: Esta pregunta procede de un filtro, solo responden aquellas personas que han realizado alguna compra por Internet en los últimos doce meses.

Nota: La tabla incluye la respuesta "Sí". Además la pregunta original contiene las categorías de respuesta "No", "No sabe" y "No contesta".

**Tabla MA24. Opinión sobre la reducción de las compras en establecimientos comerciales al comprar por Internet**  
**En su opinión ¿las compras por Internet...?**

Reducen sensiblemente las compras en los establecimientos comerciales (tiendas, supermercados, agencias de viaje, bancos)	Reducen solo las compras de algunos productos	No reducen las compras en los establecimientos comerciales	N.S.	N.C.	Total	(n)
29,8	28,2	20,0	21,7	0,4	100	(2.471)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.



Opinión sobre la reducción de las compras en establecimientos comerciales al comprar por Internet

**Tabla MA25. Opinión sobre la reducción de las compras en establecimientos comerciales al comprar por Internet**  
**En su opinión ¿las compras por Internet...?**

	Reducen sensiblemente las compras en los establecimientos comerciales (tiendas, supermercados, agencias de viaje, bancos)	Reducen solo las compras de algunos productos	No reducen las compras en los establecimientos comerciales	N.S.	N.C.	Total	(n)
<b>Total</b>	29,8	28,2	20,0	21,7	0,4	100	(2.471)
<b>Sexo</b>							
Hombre	31,4	30,5	19,6	18,2	0,2	100	(1.212)
Mujer	28,2	26,0	20,3	25,0	0,5	100	(1.259)
<b>Edad</b>							
Hasta 24 años	33,6	32,3	24,4	9,2	0,5	100	(217)
De 25 a 34	36,5	35,5	19,8	8,0	0,2	100	(425)
De 35 a 44	35,6	35,0	21,0	8,1	0,2	100	(505)
De 45 a 54	31,1	30,0	22,1	16,6	0,2	100	(453)
De 55 a 64	27,1	26,5	17,6	28,5	0,3	100	(340)
65 años o más	17,9	13,7	17,1	50,5	0,8	100	(531)
<b>Estado civil</b>							
Casado/a	29,7	26,0	20,7	23,3	0,3	100	(1.332)
Soltero/a	34,0	35,2	19,8	10,7	0,4	100	(788)
Viudo/a	17,6	14,3	9,3	58,2	0,5	100	(182)
Separado/a	24,2	19,4	33,9	22,6	0,0	100	(62)
Divorciado/a	23,8	33,3	21,9	20,0	1,0	100	(105)
<b>Educación</b>							
Primaria o menos	16,3	14,1	16,0	52,7	0,8	100	(624)
Secundaria inicial	29,3	26,5	24,6	19,1	0,5	100	(634)
FP de grado medio	37,4	35,1	22,2	5,3	0,0	100	(171)
Secundaria superior	34,6	35,2	19,8	10,2	0,3	100	(324)
FP de grado superior	37,6	35,9	19,4	7,2	0,0	100	(237)
Universidad	38,2	37,9	18,7	5,2	0,0	100	(477)
<b>Situación laboral</b>							
Ocupados/as	35,9	35,6	19,3	9,0	0,3	100	(970)
Parados/as	30,0	29,3	24,1	16,5	0,2	100	(611)
Jubilados/as o pensionistas	20,6	16,8	17,0	45,0	0,5	100	(606)
Estudiantes	39,6	31,5	20,7	8,1	0,0	100	(111)
Trabajo doméstico no remunerado	20,9	20,3	19,8	37,8	1,2	100	(172)
<b>Clase social</b>							
Clase alta/media-alta	35,1	38,9	18,7	7,0	0,2	100	(427)
Nuevas clases medias	34,0	31,2	20,7	14,0	0,2	100	(571)
Viejas clases medias	29,8	24,1	16,4	29,1	0,7	100	(299)
Obreros/as cualificados/as	26,3	24,1	20,7	28,4	0,5	100	(788)
Obreros/as no cualificados/as	24,1	22,9	22,6	30,1	0,3	100	(349)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

**Tabla MA26. Opinión sobre la reducción de las compras en establecimientos comerciales al comprar por Internet**  
**En su opinión ¿las compras por Internet...?**

	Reducen sensiblemente las compras en los establecimientos comerciales (tiendas, supermercados, agencias de viaje, bancos)	Reducen solo las compras de algunos productos	No reducen las compras en los establecimientos comerciales	N.S.	N.C.	Total	(n)
<b>Total</b>	29,8	28,2	20,0	21,7	0,4	100	(2.471)
<b>Ideología</b>							
Izquierda 1-2	32,5	34,0	20,4	12,6	0,5	100	(191)
3-4	31,0	30,7	20,6	17,3	0,3	100	(635)
5	28,0	33,2	20,5	18,3	0,0	100	(542)
6	35,4	29,1	19,4	16,0	0,0	100	(175)
7-8	30,0	25,3	22,1	22,1	0,5	100	(217)
Derecha 9-10	39,0	14,6	9,8	36,6	0,0	100	(41)
N.S.	25,4	21,5	18,5	34,3	0,3	100	(335)
N.C.	29,0	21,8	19,4	28,7	1,2	100	(335)
<b>Recuerdo de voto</b>							
PP	30,0	24,2	18,9	26,8	0,2	100	(530)
PSOE	27,5	26,8	20,1	25,0	0,6	100	(488)
IU/ICV	32,9	33,5	18,0	15,5	0,0	100	(161)
UPyD	36,4	43,9	15,2	4,5	0,0	100	(66)
CiU	26,9	42,3	26,9	3,8	0,0	100	(52)
Otros partidos	33,8	36,9	21,5	7,7	0,0	100	(130)
No tenía edad	35,1	32,5	23,4	9,1	0,0	100	(77)
En blanco	30,9	33,8	22,1	13,2	0,0	100	(68)
No votó	31,1	27,5	20,5	20,5	0,4	100	(483)
No recuerda	28,2	16,4	23,6	30,9	0,9	100	(110)
N.C.	25,8	28,1	18,6	26,8	0,7	100	(306)
<b>Religión</b>							
Creyente practicante	25,7	16,6	19,8	37,5	0,4	100	(253)
Creyente no practicante	28,6	26,5	21,0	23,5	0,4	100	(1.527)
Ateo/a, no creyente	34,4	35,7	18,3	11,5	0,2	100	(617)
N.C.	29,7	40,5	14,9	13,5	1,4	100	(74)
<b>Hábitat</b>							
Pueblo o ciudad pequeña	28,6	26,8	18,7	25,3	0,6	100	(518)
Ciudad mediana	30,0	28,3	21,6	19,8	0,3	100	(960)
Ciudad grande	29,6	27,7	20,0	22,4	0,4	100	(741)
Gran núcleo urbano	32,1	32,1	16,7	19,0	0,0	100	(252)

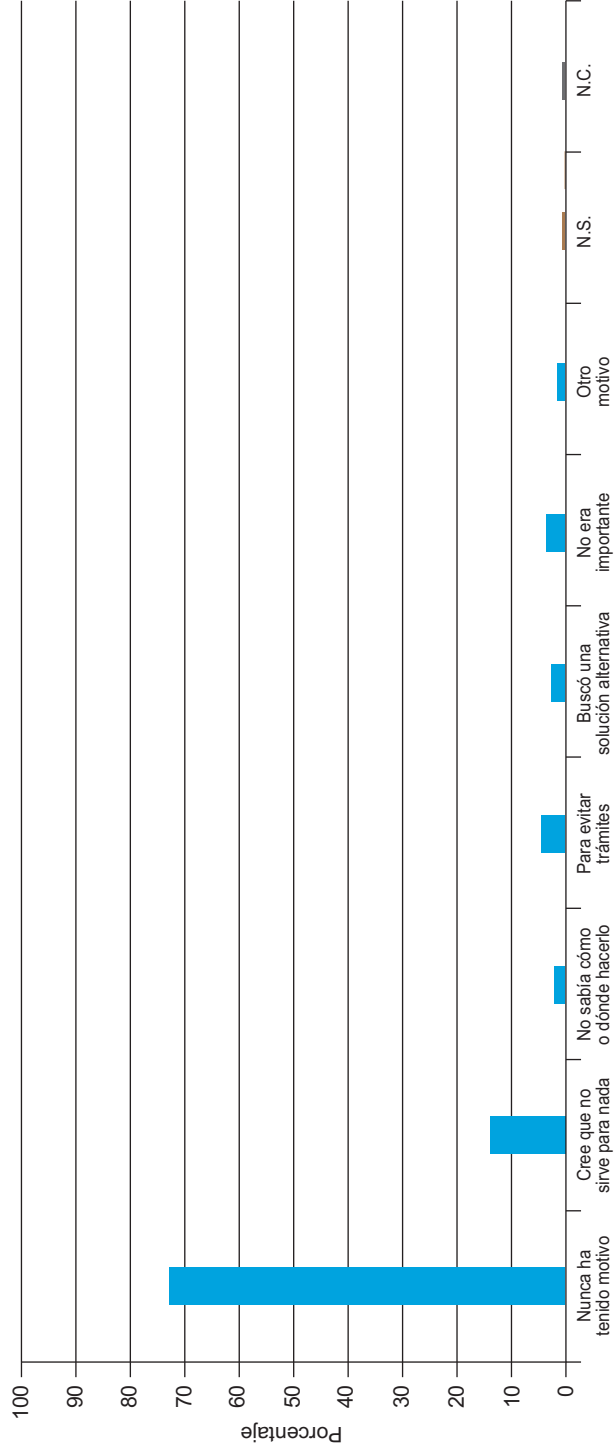
Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

**Tabla MA27. Motivo por el que nunca ha presentado una reclamación sobre un producto o servicio**  
**¿Por qué motivo no ha presentado nunca una reclamación?**

Nunca ha tenido motivo	Cree que no sirve para nada	No sabía cómo o dónde hacerlo	Para evitar trámites	Buscó una solución alternativa	No era importante	Otro motivo	N.S.	N.C.	Total
72,0	14,4	2,0	4,4	2,2	3,2	1,2	0,3	0,3	100 (1.524)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

Nota: Esta pregunta procede de un filtro, solo responden aquellas personas que no han presentado nunca ninguna reclamación.



Motivo por el que nunca ha presentado una reclamación sobre un producto o servicio

**Tabla MA28. Motivo por el que nunca ha presentado una reclamación sobre un producto o servicio  
¿Por qué motivo no ha presentado nunca una reclamación?**

	Nunca ha tenido motivo	Cree que no sirve para nada	No sabía cómo o dónde hacerlo	Para evitar trámites	Buscó una solución alternativa	No era importante	Otro motivo	N.S.	N.C.	Total	(n)
<b>Total</b>	72,0	14,4	2,0	4,4	2,2	3,2	1,2	0,3	0,3	100	(2.471)
<b>Sexo</b>											
Hombre	70,7	15,5	1,9	3,9	2,3	4,1	1,1	0,4	0,1	100	(737)
Mujer	73,2	13,5	2,0	4,8	2,0	2,4	1,3	0,3	0,5	100	(787)
<b>Edad</b>											
Hasta 24 años	81,0	8,3	1,2	3,0	3,6	1,8	0,6	0,0	0,6	100	(168)
De 25 a 34	71,5	13,6	0,8	6,6	1,2	3,3	1,7	0,8	0,4	100	(242)
De 35 a 44	67,4	18,4	1,9	6,5	1,9	1,9	1,1	0,8	0,0	100	(261)
De 45 a 54	68,9	15,5	2,7	4,5	3,4	4,2	0,8	0,0	0,0	100	(264)
De 55 a 64	71,1	16,2	1,5	4,4	2,9	2,9	1,0	0,0	0,0	100	(204)
65 años o más	74,0	13,2	2,9	2,1	1,0	4,2	1,6	0,3	0,8	100	(385)
<b>Estado civil</b>											
Casado/a	70,8	14,5	2,7	4,5	1,7	4,0	1,4	0,2	0,1	100	(801)
Soltero/a	74,5	13,7	1,0	4,2	2,8	2,0	1,0	0,4	0,6	100	(505)
Viudo/a	70,5	17,4	2,3	3,8	0,8	3,0	0,8	0,8	0,8	100	(132)
Separado/a	60,6	15,2	0,0	9,1	6,1	6,1	3,0	0,0	0,0	100	(33)
Divorciado/a	76,9	13,5	0,0	3,8	3,8	1,9	0,0	0,0	0,0	100	(52)
<b>Educación</b>											
Primaria o menos	74,7	14,3	3,0	1,9	1,1	3,2	1,3	0,2	0,4	100	(470)
Secundaria inicial	70,8	15,6	1,9	4,5	2,2	3,3	1,0	0,5	0,2	100	(418)
FP de grado medio	63,8	14,3	2,9	4,8	3,8	6,7	1,9	1,0	1,0	100	(105)
Secundaria superior	70,4	15,3	1,1	5,3	4,8	2,1	0,5	0,0	0,5	100	(189)
FP de grado superior	69,9	14,0	1,5	8,1	1,5	3,7	1,5	0,0	0,0	100	(136)
Universidad	75,5	11,8	0,5	6,4	2,0	2,0	1,5	0,5	0,0	100	(204)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

Nota: Esta pregunta procede de un filtro, solo responden aquellas personas que no han presentado nunca ninguna reclamación.

**Tabla MA29. Motivo por el que nunca ha presentado una reclamación sobre un producto o servicio  
¿Por qué motivo no ha presentado nunca una reclamación?**

	Nunca ha tenido motivo	Cree que no sirve para nada	No sabía cómo o dónde hacerlo	Para evitar trámites	Buscó una solución alternativa	No era importante	Otro motivo	N.S.	N.C.	Total	(n)
<b>Total</b>	72,0	14,4	2,0	4,4	2,2	3,2	1,2	0,3	0,3	100	(2.471)
<b>Situación laboral</b>											
Ocupados/as	70,9	14,4	1,3	6,3	2,5	2,7	1,3	0,4	0,2	100	(522)
Parados/as	70,1	17,3	2,1	4,0	1,6	3,5	0,8	0,5	0,0	100	(375)
Jubilados/as o pensionistas	70,0	15,9	2,6	2,6	1,6	4,7	1,6	0,2	0,7	100	(427)
Estudiantes	86,9	2,4	0,0	3,6	4,8	1,2	0,0	0,0	1,2	100	(84)
Trabajo doméstico no remunerado	79,3	8,6	3,4	4,3	2,6	0,9	0,9	0,0	0,0	100	(116)
<b>Clase social</b>											
Clase alta/media-alta	73,2	10,6	1,5	6,1	3,0	2,5	1,5	0,5	1,0	100	(198)
Nuevas clases medias	70,2	14,5	1,5	6,8	2,5	3,4	0,9	0,0	0,3	100	(325)
Viejas clases medias	70,7	14,9	2,1	4,3	2,1	3,2	2,1	0,5	0,0	100	(188)
Obreros/as cualificados/as	74,3	14,5	2,1	2,7	2,3	2,9	0,9	0,2	0,2	100	(560)
Obreros/as no cualificados/as	70,6	18,0	2,6	3,5	0,9	3,5	0,4	0,4	0,0	100	(228)
<b>Ideología</b>											
Izquierda 1-2	63,6	22,2	0,0	4,0	5,1	2,0	3,0	0,0	0,0	100	(99)
3-4	69,3	15,9	2,1	4,5	2,6	5,3	0,0	0,0	0,3	100	(378)
5	74,5	13,9	1,8	4,8	1,8	0,9	1,2	0,6	0,3	100	(330)
6	71,0	12,1	2,8	4,7	3,7	4,7	0,9	0,0	0,0	100	(107)
7-8	69,9	15,0	2,3	5,3	0,8	3,8	3,0	0,0	0,0	100	(133)
Derecha 9-10	61,3	16,1	0,0	9,7	0,0	3,2	6,5	3,2	0,0	100	(31)
N.S.	80,1	9,1	2,9	2,5	2,1	2,1	0,8	0,4	0,0	100	(241)
N.C.	70,7	15,6	1,5	4,4	1,0	3,9	1,0	0,5	1,5	100	(205)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

Nota: Esta pregunta procede de un filtro, solo responden aquellas personas que no han presentado nunca ninguna reclamación.

**Tabla MA30. Motivo por el que nunca ha presentado una reclamación sobre un producto o servicio  
¿Por qué motivo no ha presentado nunca una reclamación?**

	Nunca ha tenido motivo	Cree que no sirve para nada	No sabía cómo o dónde hacerlo	Para evitar trámites	Buscó una solución alternativa	No era importante	Otro motivo	N.S.	N.C.	Total	(n)
<b>Total</b>	72,0	14,4	2,0	4,4	2,2	3,2	1,2	0,3	0,3	100	(2.471)
<b>Recuerdo de voto</b>											
PP	71,5	15,6	1,8	4,0	0,9	3,1	2,8	0,3	0,0	100	(326)
PSOE	70,1	16,2	3,7	4,4	2,2	3,4	0,0	0,0	0,0	100	(321)
IU/ICV	71,8	14,1	1,2	3,5	3,5	3,5	1,2	0,0	1,2	100	(85)
UPyD	63,3	10,0	0,0	20,0	3,3	3,3	0,0	0,0	0,0	100	(30)
CiU	69,0	10,3	3,4	3,4	6,9	6,9	0,0	0,0	0,0	100	(29)
Otros partidos	64,8	16,9	2,8	7,0	1,4	5,6	1,4	0,0	0,0	100	(71)
No tenía edad	84,1	7,9	0,0	3,2	1,6	0,0	1,6	0,0	1,6	100	(63)
En blanco	71,0	16,1	0,0	6,5	0,0	3,2	0,0	0,0	3,2	100	(31)
No votó	73,6	11,8	2,0	4,4	2,4	3,0	1,7	1,0	0,0	100	(296)
No recuerda	77,5	15,0	0,0	2,5	3,8	1,3	0,0	0,0	0,0	100	(80)
N.C.	71,9	15,6	1,0	3,1	2,6	3,6	0,5	0,5	1,0	100	(192)
<b>Religión</b>											
Creyente practicante	77,6	12,4	1,8	2,9	1,8	1,8	1,2	0,0	0,6	100	(170)
Creyente no practicante	72,3	14,0	2,5	4,1	1,8	3,5	1,3	0,3	0,1	100	(997)
Ateo/a, no creyente	68,9	16,7	0,3	5,4	3,5	3,2	0,6	0,6	0,6	100	(312)
N.C.	64,4	15,6	2,2	8,9	2,2	2,2	2,2	0,0	2,2	100	(45)
<b>Hábitat</b>											
Pueblo o ciudad pequeña	73,4	11,6	1,7	3,4	1,4	5,4	2,0	0,8	0,3	100	(354)
Ciudad mediana	72,4	14,8	2,0	4,4	2,3	2,9	0,8	0,2	0,2	100	(613)
Ciudad grande	71,9	15,4	2,5	4,1	2,8	2,1	0,9	0,0	0,2	100	(434)
Gran núcleo urbano	65,9	17,1	0,8	8,1	1,6	2,4	1,6	0,8	1,6	100	(123)

Fuente: CIS, Barómetro de mayo 2014, estudio 3.024.

Nota: Esta pregunta procede de un filtro, solo responden aquellas personas que no han presentado nunca ninguna reclamación.