

Influencia de la edad y el sexo en la preferencia  
por los regalos: materiales o afectivos.

**Un trabajo de investigación de:**

**Isa Latorre Díaz  
Javier de Haro**

A 10 de Enero de 2018



# Influencia de la edad y el sexo en la preferencia por los regalos: materiales o afectivos.

(Isabel María Latorre y Javier de Haro).

**Palabras clave:** regalos, edad, sexo, material, afectivo.

## Resumen.

El objeto de este estudio ha sido analizar la influencia de las variables edad y sexo sobre las preferencias que tenemos respecto a la naturaleza de los regalos: materiales o afectivos. Para ello han participado 106 personas clasificadas en 14 grupos y distribuidas según las variables analizadas, a quienes se les realizó un breve cuestionario. Tras codificar y clasificar las respuestas, se llevó a cabo el análisis de datos demostrando los resultados como las variables analizadas sí parecen influir en el tipo de regalos por los que se siente preferencia, hallándose interesantes diferencias entre hombres y mujeres así como también entre las diferentes edades.

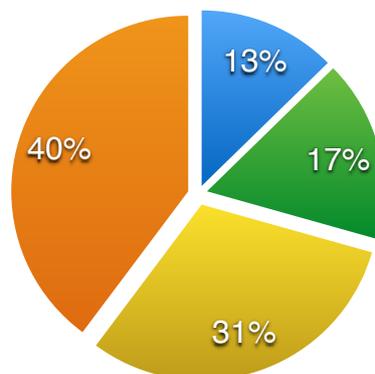
## Introducción.

Seguramente todos los que estamos leyendo este artículo hemos recibido o realizado regalos. Es una práctica extendida a nivel mundial y que, por regla general, ocurre con cierta periodicidad en nuestras vidas, especialmente en fechas como las que acabamos de vivir: las Navidades.

Efectivamente, la Navidad se asocia a muchas ideas, pero si preguntásemos a la gente, ideas como vacaciones, decoración, turroneo o villancicos serían muy frecuentes. Como también lo serían los regalos. Sin duda, uno de los principales protagonistas de las Navidades.

Regalos, decoración, comidas y otros tantos extras, obligan a que el presupuesto mensual de muchos hogares se dispare e, incluso, según algunos estudios, parece que en 2017 el consumo navideño será superior al de años anteriores. El “estudio de consumo navideño” realizado por Deloitte sobre el gasto que se producirá en las navidades de 2017, concluye que cada hogar se gastará aproximadamente 633 euros, un 3’3% más del gasto realizado en 2016. Ocupando un papel prioritario la partida económica destinada a la compra de regalos (más de un tercio del presupuesto navideño). Siendo la distribución la siguiente:

● Ocio ● Viajes ● Comida ● Regalos





El tema de los regalos es algo recurrente. Regalar se está convirtiendo en un arte y muchas veces viene acompañado de verdaderas preocupaciones a la hora de escoger qué regalar. Según el mismo estudio de consumo navideño, entre los regalos que más se realizan se encuentran en este orden:



Cuando nos centramos exclusivamente en los niños y niñas el ranking de los regalos más frecuentes se compone sobretodo de juguetes, ropa, videojuegos, aparatos electrónicos y libros. Sin embargo, es en esta relación entre los regalos y el ámbito infantil donde el tema adquiere cierta complejidad y controversia. Pediatras, psicólogos y otros educadores hacen referencia en sus teorías a los efectos negativos que puede provocar el exceso de regalos generando ingratitud o que no valoren lo que tienen.

Un ejemplo claro lo tenemos en lo que denominamos “niños hiperregalados”. Esta teoría refuerza la idea de que cuantos más regalos reciben los niños menor es el valor que les dan. Este fenómeno aparece especialmente en estas fechas navideñas y quien lo padece “sufre ante la avalancha de obsequios y regalos en un mismo día”, como advierte la Doctora Marisa Navarro (terapeuta y autora del libro “La medicina emocional”).

Como bien nos explica, estos niños tienen tantas cosas en las que poner su atención que son incapaces de concentrarse en ninguna e incluso puede provocar que pierdan la ilusión por ellas. Como consecuencia los niños valoran mucho menos lo que tienen y son más propensos a quejarse y a tener comportamientos apáticos.

En respuesta aparece la “Teoría de los 4 regalos” que básicamente defiende que hay que apostar por la calidad frente a la cantidad, que el equilibrio es muy importante en estas etapas del desarrollo para evitar las dificultades que antes mencionábamos, así como que, deberíamos hacer cuatro regalos siguiendo las siguientes pautas:

- 1º Algo que le sirva para vestir.
- 2º Algo que realmente deseen.
- 3º Algo que realmente necesiten.
- 4º Algo para leer y aprender.



Diversos autores advierten que es muy difícil controlar la cantidad de regalos que reciben los niños y que por eso la clave está en educarles para que valoren lo que tienen, para que sean agradecidos y sobretodo buenas personas.

Otra interesante postura defiende que regalar experiencias positivas es a medio y largo plazo más positivo que regalar objetos materiales. En esta línea, encontramos diferentes investigaciones como la llevada a cabo por la revista científica *Journal of Consumer Research* donde explicaba cómo regalar experiencias tiene efectos muy positivos: mejorar la vinculación con los demás, a nivel afectivo son más significativas y producen efectos más duraderos (sobretodo al evocar dicha experiencia), pueden reforzar el autoestima de la persona y nos hacen más felices.

Sonja Lyubomirsky, psicóloga, realizó otro estudio donde trataba de averiguar qué factores eran los responsables de nuestra felicidad, concluyendo que el 40% de la misma viene dada por las actividades diarias que realizamos.

En 2003, Leav Bon Boven (Universidad de Colorado) y Thomas Gilovich (Universidad de Cornell) realizaron otro estudio donde valoraban el grado de felicidad de las personas según si recibían objetos o participaban en actividades concluyendo que da más felicidad hacer que tener.

Finalmente, Ryan Howell, profesor de psicología de la Universidad Estatal de San Francisco, especializado en el estudio de la relación entre felicidad y consumo, determinó que regalar experiencias aumenta la sensación de bienestar, aporta vitalidad y potencia el vínculo y la conexión social ya que entre otras cosas:

- Las personas somos sociales por naturaleza y regalar experiencias favorece la conexión con los demás.
- Nos arrepentimos menos de comprar experiencias que hacemos que de comprar objetos.
- Aumentan su valor a medida que pasa el tiempo (frecuentemente los objetos tienen un valor a corto plazo, mientras que las experiencias incluso a medio y largo plazo siguen generando satisfacción al revivirlas).
- Conforman nuestra identidad al ir construyendo nuestra historia personal con ellas.

En base a todas estas teorías e ideas podríamos clasificar los regalos en función de su naturaleza según sean materiales o experienciales (o afectivos). Los expertos defienden que la opción de regalar experiencias nos hace más felices, sin embargo, la realidad muestra como a la hora de hacer regalos, los materiales siguen siendo los más habituales.

El objeto de nuestro estudio consiste en determinar las preferencias de las personas por un tipo u otro de regalo en función de dos variables concretas: la edad y el sexo.



## **Estudio.**

Hemos realizado un estudio con el fin de analizar las preferencias en cuanto a dos tipos de regalos, afectivos y materiales, en relación con las variables dependientes edad y sexo.

Se ha realizado en un momento puntual seleccionado de forma deliberada: el periodo navideño. Esta decisión ha venido motivada por la consideración de que en esta época del año la sociedad está especialmente sensibilizada con el tema de los regalos.

## **Participantes.**

La muestra quedó formada por 105 personas, hombres y mujeres, de edades comprendidas entre los 7 y los 94 años. Los criterios de inclusión de la muestra fueron en un primer momento aleatorio, sin embargo, posteriormente a fin de distribuir en grupos equitativos la muestra y alcanzar un número mínimo necesario para realizar el análisis de datos y poder comparar los resultados entre grupos, se produjo una selección controlada de candidatos.

Toda la muestra se ha recogido en Murcia.

## **Materiales y procedimiento**

Para llevar a cabo el estudio hemos ideado un breve cuestionario con dos preguntas (una cerrada con opciones de respuesta y otra abierta). La primera cuestión era “Franja de edad”, teniendo que señalar su edad según el rango que le corresponda (0-9, 10-19, 20-29, 30-39, 40-49, 50-59 y más de 60). La segunda y última pregunta era la siguiente: “si sólo pudieras recibir un regalo ¿qué te gustaría que te regalaran?”.

En cuanto al procedimiento, el primer paso fue idear el cuestionario y las condiciones de aplicación. Éste consistía en la realización de las preguntas “franja de edad” y “si sólo pudieras recibir un regalo ¿qué te gustaría que te regalaran?” de forma oral anotado las respuestas y registrándolas en el ordenador posteriormente.

El segundo paso fue conseguir los datos para el análisis. Para ello, usando el cuestionario, se procedió de tres formas diferentes para obtener la muestra: a) salir a la calle a preguntar de forma aleatoria a las personas que se prestaran a colaborar, b) preguntar a personas de nuestro entorno particular y c) hacer la pregunta en una red social.

Las estrategias b y c se realizaron con el fin de equilibrar los grupos y alcanzar un número mínimo de respuestas para cada grupo.

Una vez obtenida la información, una parte importante fue la codificación de las respuestas y posterior registro. Para codificar las respuestas optamos por tres opciones: materiales, afectivos y mixtos.

El criterio para distribuir los datos relacionados con la codificación de los regalos se basó en la principal distinción entre afectivos y materiales. Aquellos que implican experiencias, compartir momentos o aspectos de carácter más emocional y/o social se codificaron como afectivos. Por



otro lado, aquellos que se fundamentaban en poseer un objeto para uso y disfrute mayoritariamente personal, más ligado a aspectos económicos que emocionales, se consideraron regalos materiales. Finalmente, la tercera categoría, regalos mixtos, englobaba a todos aquellos regalos que compartían elementos experienciales y afectivos pero que implican un coste económico (ir a un concierto o hacer un viaje romántico, entre otros).

Una vez introducidos los datos ya codificados, procedimos a realizar el análisis de los resultados mediante la comparación de las diferentes variables: relación entre regalos materiales o afectivos y mixtos según la edad, relación entre regalos materiales o afectivos y mixtos según el sexo y relación entre regalos materiales o afectivos y mixtos según la edad y el sexo.

## Resultados.

A la hora de interpretar los resultados obtenidos hemos comparado regalos materiales con los regalos afectivos y mixtos. Hemos optado por agrupar mixtos y afectivos en la categoría afectivos ya que ambos son regalos con implican una naturaleza más social y emotiva, mientras que los materiales son de carácter generalmente individual y económico.

En cuanto al grado de preferencia<sup>1</sup>, los hombres de 0-9 años y los de 10-19 años parecen ser los que mayor tendencia muestran por los regalos materiales. El 100% de los encuestados del primer grupo y el 85,71% del segundo grupo optaban por, si sólo pudieran elegir uno, regalos materiales.

Mientras que en los grupos de mujeres, a partir de los 30 años más del 80% de las mujeres han mostrado tener preferencia por los regalos de tipo afectivo. Siendo los grupos con un mayor índice los de mujeres de 30-39 años con un 90%, el de 50-59 con un 87,5% y el de 40-49 con un 85,72%.

En general, a tenor de la distribución gráfica<sup>2</sup> de los valores, podríamos decir que hay una clara preferencia por los regalos materiales en grupos de edades inferiores a los 30 años (tan sólo el grupo de mujeres de 0-9 años obtiene unos resultados equitativos en cuanto a sus preferencias). Sin embargo, a partir de los 30 años parece variar la tendencia y ser los regalos afectivos los más valorados (a excepción del grupo de hombres de 40-49 años que muestra valores ligeramente superiores en cuanto a preferencia por los regalos materiales). Las diferencias entre optar por regalos afectivos frente a los materiales a partir de los 30-39 años son mayores en el caso de las mujeres (diferencias que oscilan entre el 60% y el 80%). Mientras que en el caso de los hombres, a excepción del grupo ya comentado de 40-49 años donde varía la tendencia, las diferencias se sitúan en torno a porcentajes que oscilan entre el 35% y el 20%.

En cuanto a las diferencia según la variable sexo<sup>3</sup>, las mujeres encuestadas valoran más positivamente los regalos afectivos que los materiales (65,45% frente a un 34,54%). Sin embargo en el grupo de los hombre el resultado es inverso, obteniendo una preferencia hacia los regalos materiales inferior al 60%.

<sup>1</sup> Ver datos en anexo VI : "Tabla de distribución por edad y sexo comparando afectivos y mixtos con materiales (expresados en porcentajes)".

<sup>2</sup> Ver "Distribución gráfica" en anexo VI.

<sup>3</sup> Ver datos en anexo V: "Tabla de distribución por sexo comparando afectivos y mixtos con materiales (expresados en porcentajes)" y en "Distribución gráfica".



Si tomamos como referencia sólo la edad<sup>4</sup> podemos apreciar como el punto de inflexión que modifica las preferencias hacia los regalos afectivos tiene lugar entre los 30-39 años, siendo además este grupo quien mayor valoración hace con un 78,94%. Si bien es cierto que todos los grupos a partir de los 30-39 obtienen valores por encima del 61%.

Finalmente, los grupos de edades comprendidas entre los 0 y los 29 años han valorado más los regalos materiales con porcentajes que superan el 68%. La franja de edad que más valora este tipo de presentes es la de 10-19 años con un 75%, no obstante son valores muy próximos los del resto de grupos que han optado por este tipo de regalos (diferencias máximas aproximadas de un 6%).

## **Discusión.**

Parece evidente, a tenor de los resultados, que existe una relación entre la preferencia de las personas por los regalos de tipo material o afectivo y las variables edad y el sexo.

Hasta los 30 años, aumentando a medida que disminuimos la edad y especialmente los hombres, se valora más lo material. Mientras que, a partir de los 30 años, la tendencia varía y se valora más lo afectivo. La única excepción a esta tendencia la hemos encontrado en los hombres de 40 a 49 años han mostrado una preferencia similar por ambos tipos, sin embargo, el resto de grupos a partir de los 30, especialmente las mujeres, se han decantado por los regalos de carácter social y emocional.

Además de estas claras diferencias en cuanto a la edad, donde hemos visto que el punto de inflexión se situaría en los 30 años, en relación con el sexo también se aprecian diferencias. Las mujeres valoran más positivamente los regalos afectivos, mientras que en el caso de los hombres, también parece imponerse esa tendencia pero con una diferencia respecto a lo material mucho más estrecha.

Esta investigación no cuenta con elementos para poder extraer unas conclusiones generalizables o expresar unas relaciones significativas que puedan ser tomadas como referencia, sin embargo sí que sus resultados se pueden tomar como una mera orientación de la tendencia general.

De cara al futuro, una reformulación de este estudio debería tener en cuenta, entre otros, los siguientes aspectos para mejorar el grado de extrapolación de los resultados así como para aportar mayores índices de fiabilidad y validez al estudio:

1. Una muestra más numerosa y equilibrada.
2. Un muestreo aleatorio y sistemático para evitar la influencia de variables extrañas como el exceso de confianza con el investigador o la influencia de los demás sobre las respuestas aportadas al hacer el cuestionario en grupo.

---

<sup>4</sup> Ver datos en anexo IV: "Distribución por edades comparando afectivos y mixtos con materiales (expresado en porcentajes)" y en "Distribución gráfica".



3. Una definición más consistente de los tres tipos de regalos que se han tomado como referencia para obtener unos datos más fiables al descartar aquellas respuestas que no se correspondan con lo que se ha definido o se consideren irreales.
4. Un análisis estadístico llevado a cabo con programas especializados como el SPSS para darle más rigor al tratamientos de datos y su estudio.

Como afirmábamos anteriormente, regalar es una tarea muy difícil. Preocupaciones relacionadas con si gustará, si será útil, si responderá a sus expectativas o si ya lo tiene, son muy comunes.

Ante estas dudas, una muy buena opción será que nos planteemos regalar experiencias o momentos. No sólo por los estudios de expertos que enumeran los múltiples beneficios que tienen este tipo de presentes en las personas, sino también porque, como hemos podido comprobar con nuestra investigación, a partir de los 30 años y en especial si se trata de mujeres hay una alta preferencia por los regalos afectivos.

Y ¿qué pasa con los menores de 30 años? Especialmente los niños y adolescentes. Es completamente normal y previsible que antepongan lo material a lo afectivo en cuanto a regalos, pero ante la saturación de juguetes, juegos electrónicos y otros regalos materiales, ¿no sería más apropiado regalarles también momentos para compartir y disfrutar? En el equilibrio está la clave y la mayoría de las veces también la felicidad.



## **Anexos.**

**Anexo I.** Datos de la muestra.

**Anexo II.** Distribución según las variables objeto de estudio.

**Anexo III.** Distribución por edad y sexo (expresado en porcentajes).

**Anexo IV.** Distribución por edades comparando afectivos y mixtos con materiales (expresado en porcentajes) y distribución gráfica.

**Anexo V.** Distribución por sexos comparando afectivos y mixtos con materiales (expresados en porcentajes) y distribución gráfica.

**Anexo VI.** Distribución por edad y sexo comparando afectivos y mixtos con materiales (expresados en porcentajes) y distribución gráfica.



## Anexo I. Datos de la muestra.

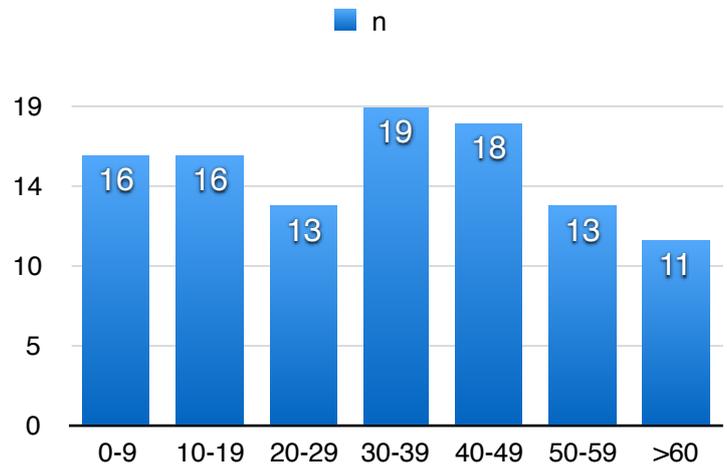
Distribución según sexo y edad.

EDAD	SEXO	n
0-9	H	6
0-9	M	10
10-19	H	7
10-19	M	9
20-29	H	7
20-29	M	6
30-39	H	9
30-39	M	10
40-49	H	11
40-49	M	7
50-59	H	5
50-59	M	8
> 60	H	6
> 60	M	5

N=106

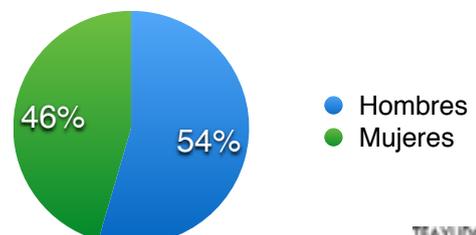
Distribución según edad.

EDAD	n
0-9	16
10-19	16
20-29	13
30-39	19
40-49	18
50-59	13
> 60	11



Distribución según sexo.

Sexo	n
Hombre	51
Mujer	55





## Anexo II. Distribución según las variables objeto de estudio.

- a) Edad: 0-9, 10-19, 20-29, 30-39, 40-49, 50-59 y más de 60.  
b) Sexo: Hombre o mujer.  
c) Tipo de regalo: afectivo, mixto o material.

EDAD	SEXO	Reg. Afec.	Reg. Mixto	Reg. Mat.	N
0-9	H	0	0	6	6
0-9	M	5	0	5	10
10-19	H	0	1	6	7
10-19	M	2	1	6	9
20-29	H	1	1	5	7
20-29	M	1	1	4	6
30-39	H	6	0	3	9
30-39	M	6	3	1	10
40-49	H	4	1	6	11
40-49	M	3	3	1	7
50-59	H	0	3	2	5
50-59	M	2	5	1	8
> 60	H	4	0	2	6
> 60	M	3	1	1	5
<b>Totales H</b>		<b>15</b>	<b>6</b>	<b>30</b>	<b>51</b>
<b>Totales M</b>		<b>22</b>	<b>14</b>	<b>19</b>	<b>55</b>
<b>Totales</b>		<b>37</b>	<b>20</b>	<b>49</b>	<b>106</b>
<b>%H</b>		<b>29,41%</b>	<b>11,76%</b>	<b>58,82%</b>	
<b>%M</b>		<b>40%</b>	<b>25,45%</b>	<b>34,54%</b>	
<b>%Totales</b>		<b>34,9%</b>	<b>18,86%</b>	<b>46,22%</b>	



### Anexo III. Distribución por edad y sexo (expresado en porcentajes).

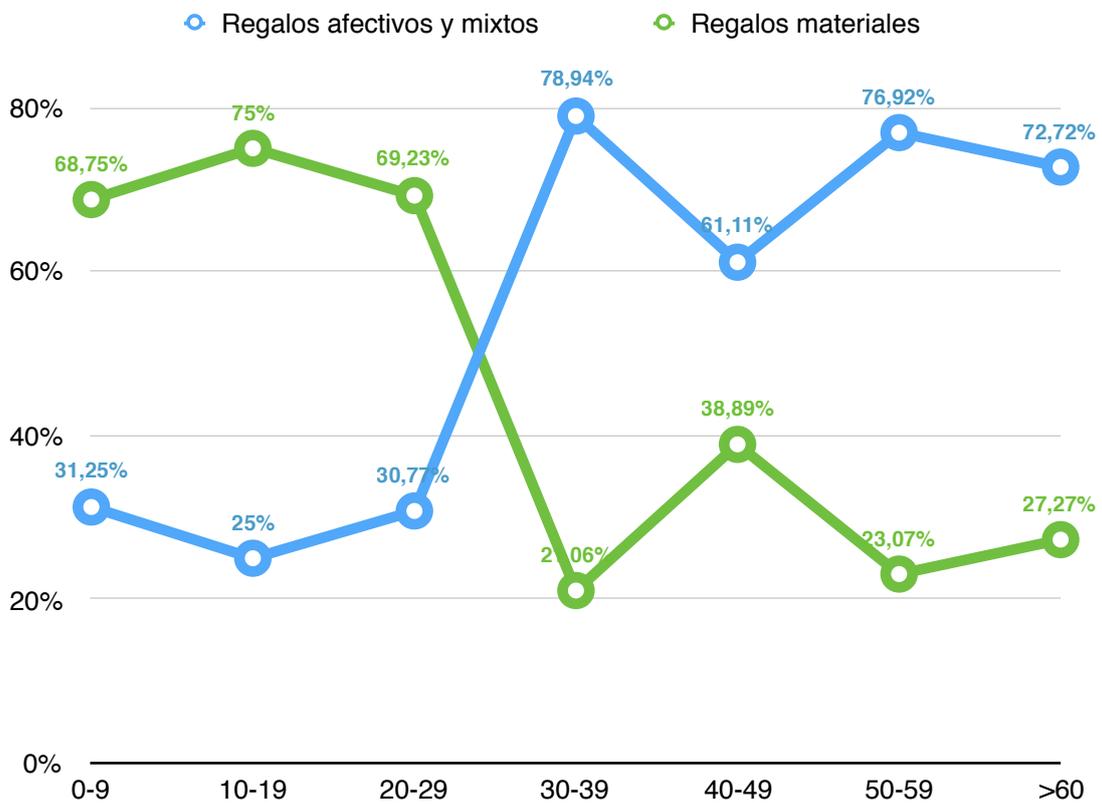
EDAD	SEXO	Reg. Afectivo	Reg. Mixto	Reg. Material
0-9	H	0%	0%	100%
0-9	M	50%	0%	50%
10-19	H	0%	14,28%	85,71%
10-19	M	22,22%	11,11%	77,77%
20-29	H	14,28%	14,28%	71,43%
20-29	M	16,66%	16,66%	66,66%
30-39	H	66,66%	0%	33,33%
30-39	M	60%	30%	10%
40-49	H	36,36%	9,09%	54,55%
40-49	M	42,85%	42,85%	14,28%
50-59	H	0%	60%	40%
50-59	M	25%	62,5%	12,5%
>60	H	66,67%	0%	33,33%
>60	M	60%	20%	20%



### Anexo IV. Distribución por edades comparando afectivos y mixtos con materiales (expresado en porcentajes).

EDAD	Regalos afectivos y mixtos	Regalos materiales
0-9	31,25%	68,75%
10-19	25%	75%
20-29	30,77%	69,23%
30-39	78,94%	21,06%
40-49	61,11%	38,89%
50-59	76,92%	23,07%
>60	72,72%	27,27%

Distribución gráfica.

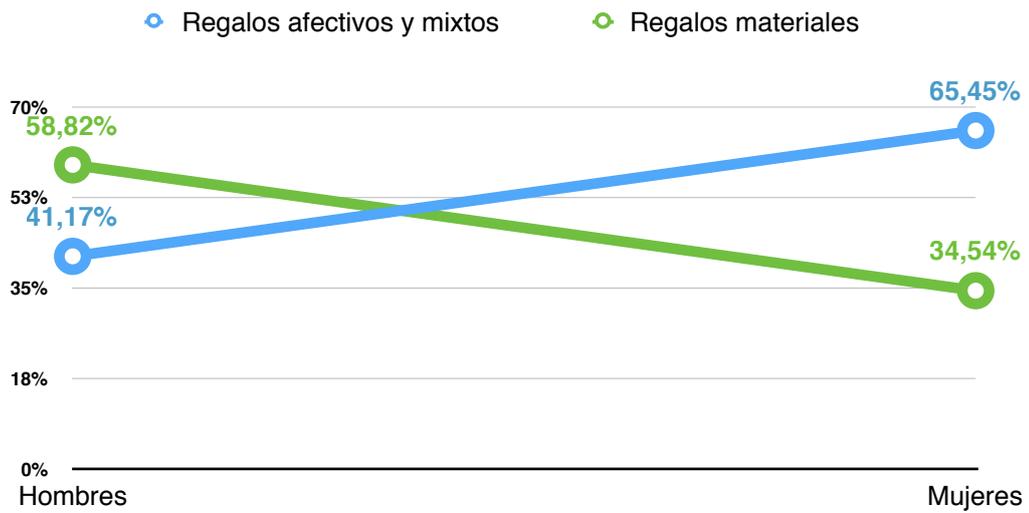




### Anexo V. Distribución por sexos comparando afectivos y mixtos con materiales (expresados en porcentajes).

SEXO	Regalos afectivos y mixtos	Regalos materiales
H	41,17%	58,82%
M	65,45%	34,54%

Distribución gráfica.

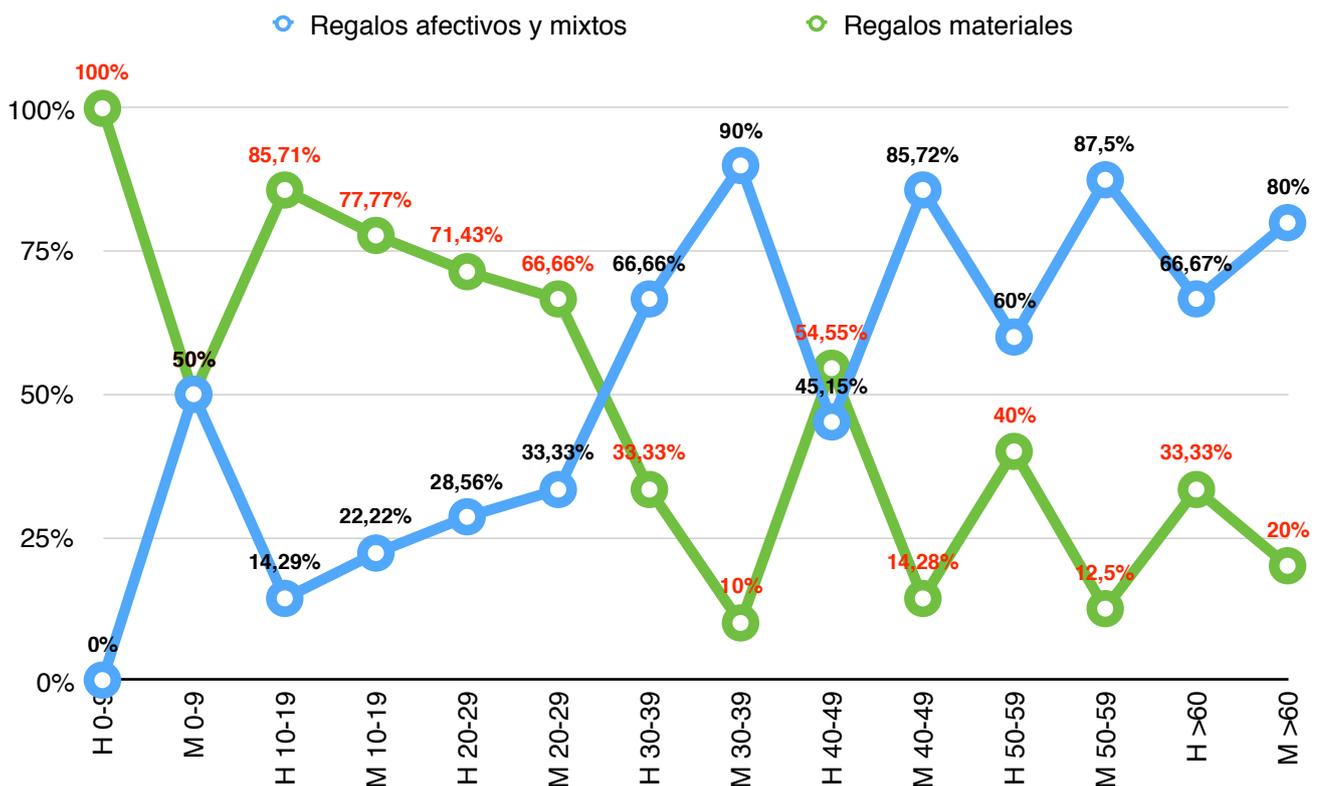




**Anexo VI. Distribución por edad y sexo comparando afectivos y mixtos con materiales (expresados en porcentajes).**

EDAD	SEXO	Regalos afectivos y mixtos	Regalos materiales
0-9	H	0%	100%
0-9	M	50%	50%
10-19	H	14,29%	85,71%
10-19	M	22,22%	77,77%
20-29	H	28,56%	71,43%
20-29	M	33,33%	66,66%
30-39	H	66,66%	33,33%
30-39	M	90%	10%
40-49	H	45,15%	54,55%
40-49	M	85,72%	14,28%
50-59	H	60%	40%
50-59	M	87,5%	12,5%
>60	H	66,67%	33,33%
>60	M	80%	20%

Distribución gráfica.





## Anexo VI. Listado de respuestas y codificación de las mismas.

Nº	Edad	Sexo	Regalo	Código
1	20-29	H	Piragüa	3
2	50-59	H	Botella de vino	3
3	50-59	M	Viaje con la familia	2
4	30-39	M	Viaje sola a Dublín	2
5	20-29	M	Coche	3
6	20-29	M	Dinero	3
7	20-29	M	Cómic	3
8	20-29	M	Viaje con la familia	2
9	50-59	M	Viaje con la pareja	2
10	30-39	M	Contratar a una persona para que le ayude con los niños	2
11	30-39	H	Una casa	3
12	30-39	M	Un viaje para compartir	2
13	30-39	H	Un trabajo	1
14	0-9	H	Cosas de Star Wars	3
15	10-19	H	Máscara de Star Wars	3
16	20-29	H	Pala de pádel	3
17	20-29	H	Pala de pádel	3
18	30-39	H	Coche	3
19	30-39	M	Cita Romántica	1
20	30-39	H	Un día haciendo cosas que le gusten	1
21	40-49	H	Ebook para leer	3
22	40-49	M	Viaje a Paris con su marido	2
23	40-49	M	Viaje con mi pareja	2
24	50-59	M	Un día para mi	1
25	50-59	H	Viaje familiar	2
26	>60	M	pendientes	3
27	0-9	H	Hoverboard	3
28	0-9	M	Iphone 8 rosa	3
29	0-9	M	Otro perro	1
30	0-9	M	Paz en el mundo	1



31	0-9	M	Que no haya colegio	1
32	0-9	M	Todos los días sea navidad	1
33	0-9	M	Iphone 6	3
34	0-9	M	Playmobil	3
35	0-9	M	Patines	3
36	0-9	M	Muñecas	3
37	>60	M	Abraza de sus nietas	1
38	>60	H	Comidas familiares	1
39	30-39	M	Cocina	3
40	40-49	M	Joyas de oro	3
41	40-49	M	Cualquier cosa de su marido	1
42	20-29	M	Dinero	3
43	30-39	H	Familia unida	1
44	30-39	H	Reloj	3
45	40-49	M	Cena familiar	1
46	40-49	H	Caja vino jumilla	3
47	>60	H	Coche alta gama	3
48	>60	M	Cena romántica	1
49	50-59	M	Viaje a Andalucía	2
50	30-39	M	Un bebé	1
51	30-39	M	Poder dormir más por la mañana (que mi marido se encargue de los gemelos)	1
52	30-39	H	Un hijo	1
53	30-39	M	Un bebé	1
54	10-19	M	Iphone 7	3
55	10-19	M	Juguetes	3
56	0-9	H	Juguetes	3
57	0-9	H	Consola de videojuegos y juguetes	3
58	30-39	H	Salud	1
59	40-49	H	Un reloj	3
60	40-49	H	Felicidad: un finde haciendo cosas que me hagan muy feliz	1
61	30-39	M	Tiempo libre	1
62	40-49	H	Bolsa de golosinas	3



63	30-39	M	Mi marido	1
64	10-19	H	Ropa de fútbol	3
65	10-19	H	Una videoconsola	3
66	40-49	H	Un viaje con mi familia	2
67	10-19	M	Un Iphone	3
68	40-49	H	Erradicar el cáncer	1
69	0-9	M	Súper poderes	1
70	0-9	H	Nintendo Switch	3
71	>60	M	“que vengáis más a verme”	1
72	10-19	M	Teléfono nuevo	3
73	10-19	M	Una mascota	1
74	>60	H	Artículos de pesca	3
75	50-59	M	Cualquier detalle que signifique que han pensado en mi	2
76	40-49	M	Viaje en familia	2
77	40-49	H	Pala de pádel	3
78	20-29	H	Viaje para practicar deportes	2
79	>60	H	Que estemos todos juntos	1
80	>60	H	Alguien que sepa lo que necesitas cuando crees que no necesitas nada	1
81	>60	M	Viajar	2
82	40-49	H	Una fiesta con amigos y familiares	1
83	10-19	M	Paciencia	1
84	10-19	M	Piso en Madrid	3
85	40-49	M	Un finde romántico	1
86	40-49	H	Un niño	1
87	40-49	H	Una barquita pequeña	3
88	10-19	M	Libro de Rick Riordan	3
89	10-19	H	Juego de la Nintendo	3
90	10-19	M	Concierto de un grupo	3
91	20-29	H	Paz en el mundo	1
92	30-39	H	Tiempo libre	1
93	>60	H	Un nieto	1
94	50-59	M	Cualquier detalle bonito con una dedicatoria	1



95	50-59	H	Un reloj	3
96	50-59	H	Un viaje a EEUU con mi mujer	2
97	50-59	M	Cualquier joyita. Unos pendientes.	3
98	50-59	M	Una escapada romántica	2
99	10-19	H	Un mac portátil	3
100	20-29	H	Un coche nuevo	3
101	0-9	H	Nintendo Switch	3
102	10-19	H	Libro	3
103	10-19	H	Viaje a Londres	2
104	20-29	H	PS4	3
105	20-29	M	Libertad	1
106	50-59	H	Viaje romántico con mi mujer	2



**Nota de agradecimientos** (de Javier Berrio de Haro):

La mención más importante de todas es para mi compañera de trabajo, Isabel María, por su valentía, por haberse enfrentado a sus miedos y por haber aportado tanto a este humilde estudio. Vas a llegar a donde te propongas.

Y también quiero agradecer a todas esas 106 personas que nos han ayudado por su paciencia al verse abordados muchos de ellos en la calle y contestar a nuestra pregunta. . Esas respuestas, esos segundos, han sido un gran regalo y una gran aportación al estudio. ¡Muchísimas gracias!