

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta

Encuesta sobre gustos y preferencias en la decisión de compra de televisores en Bogotá

Estimado/a participante esta encuesta hace parte del estudio **“Gustos y preferencias determinantes en la decisión de compra de televisores en tiendas físicas y en plataformas de e-commerce en hombres y mujeres entre 23 y 60 años de la ciudad de Bogotá”**, cuyo objetivo es analizar los factores que influyen en la elección de los consumidores al momento de adquirir un televisor.

Tu participación es completamente **voluntaria, anónima** y los datos recolectados serán utilizados únicamente con fines académicos. Te pedimos responder con sinceridad cada una de las preguntas; no existen respuestas correctas o incorrectas. Agradecemos tu tiempo y colaboración en el desarrollo de esta investigación.

Sección 1: Datos de identificación

1. Edad

2. Sexo

Masculino

Femenino

3. Nivel educativo

2

Bachillerato

Técnico/Tecnológico

Universitario

Posgrado

Sección 2: Variables sociodemográficas

4.Estado civil

Soltero(a)

Casado(a)

Unión libre

Divoricado(a)

Viudo(a)

5.Ocupación principal

Estudiante

Empleado/a

Independiente

Hogar

3

6.Estrato socioeconómico

2

3

4

5

6

7.Rango de ingresos mensuales del hogar (en salarios mínimos mensuales legales vigentes – SMMLV, para 2025 SMMLV = COP \$1.423.500)

Menos de 1 SMMLV

Entre 1 y 3 SMMLV

Entre 3 y 5 SMMLV

Entre 3 y 8 SMMLV

Más de 8 SMMLV

8. Canala de comunicación que más utiliza para informarse o conocer ofertas de productos

Periódico o revista

Correo electrónico

4

Mensaje de texto

Redes sociales

Volantes

Google

Sección 3: Equipamiento del hogar

9.¿Cuántos televisores tiene en su hogar?

Ninguno

1 televisior

2 televisores

3 televisores

4 o más televisores

10.¿Qué tipo de televisor posee?

LCD/LED: Televisores de pantalla plana con retroiluminación LED (los más comunes).

Full HD: Televisor con resolución de 1920 x 1080 píxeles, que ofrece una imagen más nítida que los modelos HD.

4K UHD: Televisores con resolución ultra alta (cuatro veces más que Full HD).

8K: Televisores con resolución superior al 4K, con mayor detalle y nitidez.

QLED: Televisores con tecnología de puntos cuánticos que ofrecen colores más vivos.

OLED: Televisores con píxeles que se iluminan de forma independiente, con negros más profundos.

No sé qué tipo de televisor tengo

11.¿Qué función de su televisor considera más importante?

Acceso a streaming (Netflix, Prime, etc.)

Resolución 4K/8K

Conectividad con dispositivos móviles

Tamaño de pantalla

Sonido envolvente

Asistente virtual integrado

Sección 4: Gustos y preferencias

12.¿Con qué frecuencia compra electrodomésticos como televisores?

Cada año

Cada dos años

Cada tres años

Cada cuatro año

Más de 5 años

13.¿Qué motiva su decisión de compra principalmente?

Funcionalidad (imagen, sonido, conectividad)

Estatus social (marca, prestigio)

Experiencia familiar (tiempo de ocio y entretenimiento)

Promociones y descuentos

14.En una escala del 1 al 5 donde 1 es **nada importante**, 2 es **algo importante**, 3 es **a veces importante**, 4 es **muy importante** y 5 es **totalmente importante**, ¿qué tan importante es para usted cada uno de los siguientes atributos al comprar un televisor? to answer. Likert.

15. ¿En qué situación utiliza más su televisor?

Ver películas o series

Jugar videojuegos

Seguir eventos deportivos

Reuniones o planes familiares

Escuchar música o usar apps de streaming

Como segunda pantalla mientras realiza otras actividades

16. ¿Qué fuente de información influye más en su decisión al comprar un televisor?

Recomendación de familiares/amigos

Publicidad en redes sociales

Opiniones en internet (reseñas, foros)

Experiencia en tienda física

Promociones en línea

17. ¿Qué marca de televisor considera de mayor preferencia?

Samsung

LG

TCL

Kalley

Hisense

Challenger

18. ¿Qué atributo asocia con su marca preferida?

Innovación tecnológica

Prestigio y reconocimiento

Precio accesible

Calidad/durabilidad

Diseño y estilo

Servicio postventa

19. En una escala de 1 a 5 donde 1 es **confío muy poco**, 2 es **confío poco**, 3 es **confío moderadamente**, 4 es **confío bastante** y 5 es **confío mucho**, ¿qué tanto confía en estas marcas para la compra de un televisor? to answer. Likert.

20. Si encontrara la misma referencia de televisor en **dos marcas diferentes**, ¿qué factor sería decisivo para su elección?

Precio

Promoción/Descuento

Recomendación de amigos/familia

Opiniones en internet

Garantía y servicio

Sección 5: Decisión de compra

21.¿Dónde prefiere adquirir un televisor?

Hipermercados

Distribuidores autorizados mayoristas

Distribuidores autorizados minoristas

Feria del hogar

Plataforma digital (e-commerce)

Indistinto

22.Solo si en la pregunta 21 seleccionó un canal físico para comprar un televisor ¿Por qué elige la tienda física (hipermercados, distribuidores) para comprar un televisor? Single choice.

Asesoría personalizada

Ver el producto antes de comprar

Garantías claras

Promociones en almacén

23.Solo si en la pregunta 21 seleccionó “Plataforma de e-commerce”¿Por qué elige plataforma digital (e-commerce) para comprar un televisor?Single choice.

Comparación de precios

Variedad de productos

Comodidad del domicilio

Reseñas de otros usuarios

24.Solo si en la pregunta 21 seleccionó un canal físico para comprar un televisor ¿Cuál de los siguientes motivos podrían llevarlo(a) a cambiar de una tienda física a un canal virtual para comprar su próximo televisor?Single choice.

Precios más bajos

Garantía extendida

Promociones exclusivas

Seguridad en el pago

Entregas rápidas

25.Solo si en la pregunta 21 seleccionó “Plataforma de e-commerce”¿Cuál de los siguientes motivos podrían llevarlo(a) a cambiar de un canal virtual a una tienda física para comprar su próximo televisor?Single choice.

Precios más bajos

Obtener el producto de inmediato

Atención personalizada del vendedor

Comparar la calidad de la imagen y el tamaño

Seguridad en el pago

26. En una escala del 1 al 5 donde **1 es nada influyente, 2 es poco influyente, 3 es medianamente influyente, 4 es influyente y 5 es muy influyente**, ¿en qué medida la posibilidad de financiar el televisor a cuotas influye en su decisión de compra?

1

2

3

4

5

27. En una escala del 1 al 5 donde **1 es nada influyente, 2 es poco influyente, 3 es medianamente influyente, 4 es influyente y 5 es muy influyente**, ¿qué tanto influye la garantía extendida o los servicios posventa en su decisión de compra?

1

2

3

4

12

5

Sección 6: Nudges y factores conductuales

28. En una escala del 1 al 5 donde 1 es **muy en desacuerdo**, 2 es **en desacuerdo**, 3 es **ni de acuerdo ni en desacuerdo**, 4 es **de acuerdo** y 5 **muy de acuerdo**, ¿qué tan de acuerdo está con estas afirmaciones? to answer. Likert.

29. En una escala del 1 al 5 donde 1 es **nada probable**, 2 es **poco probable**, 3 es **medianamente probable**, 4 es **probable** y 5 **muy probable**, cuando piensa en la compra de un televisor, ¿qué tan probable es que ceda a promociones de temporada (por ejemplo: Black Friday, Cyberlunes, Día sin IVA)?

1

2

3

4

5

30. En una escala del 1 al 5 donde 1 es **nada influyente**, 2 es **poco influyente**, 3 es **medianamente influyente**, 4 es **influyente** y 5 es **muy influyente**, ¿qué tanto influye en su decisión de compra que un televisor aparezca como “producto destacado” en la página web?

1

13

2

3

4

5

31.En una escala del 1 al 5 donde **1 es nada influyente, 2 es poco influyente, 3 es medianamente influyente, 4 es influyente y 5 es muy influyente**, ¿qué tanto influye en su decisión de compra que un televisor sea recomendado por el vendedor en la tienda?

1

2

3

4

5

32.En una escala del 1 al 5 donde **1 es nada influyente, 2 es poco influyente, 3 es medianamente influyente, 4 es influyente y 5 es muy influyente**, ¿qué tanto influye en su decisión de compra que el televisor esté en **promoción por tiempo limitado**?

1

2

14

3

4

5

33. En una escala del 1 al 5 donde **1 es nada influyente, 2 es poco influyente, 3 es medianamente influyente, 4 es influyente y 5 es muy influyente**, ¿qué tanto influye en su decisión de compra ver que **otras personas han comprado** el mismo televisor?

1

2

3

4

5

34. En una escala del 1 al 5 donde **1 es nada influyente, 2 es poco influyente, 3 es medianamente influyente, 4 es influyente y 5 es muy influyente**, ¿qué tanto influye en su decisión de compra que el televisor tenga una etiqueta de **“más vendido”** ?

1

15

2

3

4

5

35.En una escala del 1 al 5 donde **1 es nada influyente, 2 es poco influyente, 3 es medianamente influyente, 4 es influyente y 5 es muy influyente**, ¿qué tanto influyen los **comentarios y calificaciones de otros usuarios** en su decisión de compra?

1

2

3

4

5

36.En una escala del 1 al 5 donde **1 es nada influyente, 2 es poco influyente, 3 es medianamente influyente, 4 es influyente y 5 es muy influyente**, ¿qué tanto influye en su decisión de compra que el televisor esté ubicado en una **posición visible o destacada** dentro del punto de venta?

16

1

2

3

4

5

37. En una escala del 1 al 5 donde **1 es nada influyente, 2 es poco influyente, 3 es medianamente influyente, 4 es influyente y 5 es muy influyente**, ¿qué tanto influye en su decisión de compra que el televisor venga con **obsequios adicionales** (como barra de sonido o instalación gratis)?

1

2

3

4

5

38. En una escala del 1 al 5 donde **1 es nada influyente, 2 es poco influyente, 3 es medianamente influyente, 4 es influyente y 5 es muy influyente**, ¿qué tanto influye en su

decisión de compra que el precio aparezca con **descuento resaltado o tachado** frente al original?

1

2

3

4

5

39. En una escala del 1 al 5 donde **1 es nada influyente, 2 es poco influyente, 3 es medianamente influyente, 4 es influyente y 5 es muy influyente**, ¿qué tanto influye en su decisión de compra que la página o tienda le **sugiera modelos similares** al que estaba buscando?

1

2

3

4

5

40. En una escala del 1 al 5 donde **1 es nada influyente, 2 es poco influyente, 3 es medianamente influyente, 4 es influyente y 5 es muy influyente**, ¿qué tanto influye

recibir **notificaciones o correos electrónicos con promociones personalizadas** sobre televisores en su decisión de compra?

1

2

3

4

5