



Encuestas sobre hábitos de renovación tecnológica: línea blanca

Metodología

- **Objetivo.** Identificar los hábitos de renovación y compra de nuevas tecnologías.
- **Población objetivo:** Personas mayores de 18 años que viven en el Distrito Federal y que hayan comprado en el periodo de referencia al menos uno de los artículos en estudio.
- **Periodo de levantamiento.** Del 18 al 20 de enero de 2012.
- **Muestra, esquema y técnica de selección:** Con 95% de confianza y $\pm 4\%$ de error, se aplicó un cuestionario estructurado de 144 preguntas a 663 personas en 17 puntos de afluencia en 13 delegaciones políticas del Distrito Federal elegidos aleatoriamente.

Los entrevistados se seleccionaron de manera sistemática y aleatoria.

Resultados

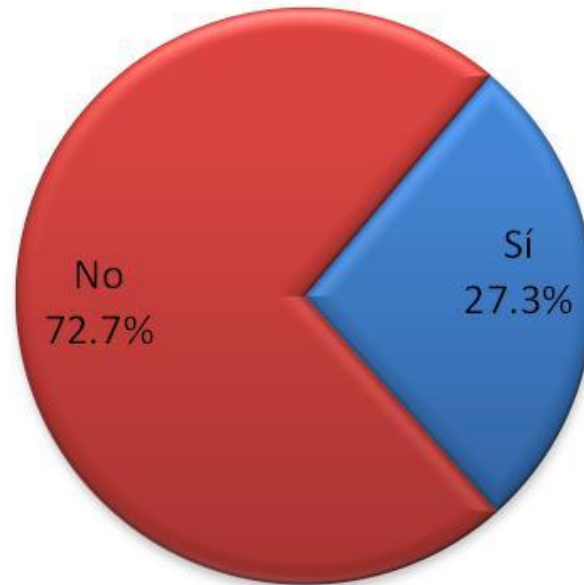
- De las personas entrevistadas, 27.3% compró algún artículo de línea blanca, siendo las lavadoras las más adquiridas.
- Los aparatos de línea blanca las adquirieron principalmente en mueblerías tradicionales y de cadena.
- Para elegir la compra del aparato de línea blanca la característica principal fue el diseño.
- Alrededor de 90% contestó que sólo compró aparatos que son duraderos y funcionales.
- Antes de efectuar sus compras, las personas mencionaron que sí compararon tanto las características de otras marcas y modelos como los precios entre diferentes tiendas o modelos.



Aparatos de línea blanca

Aparatos de línea blanca adquiridos de enero de 2009 a la fecha

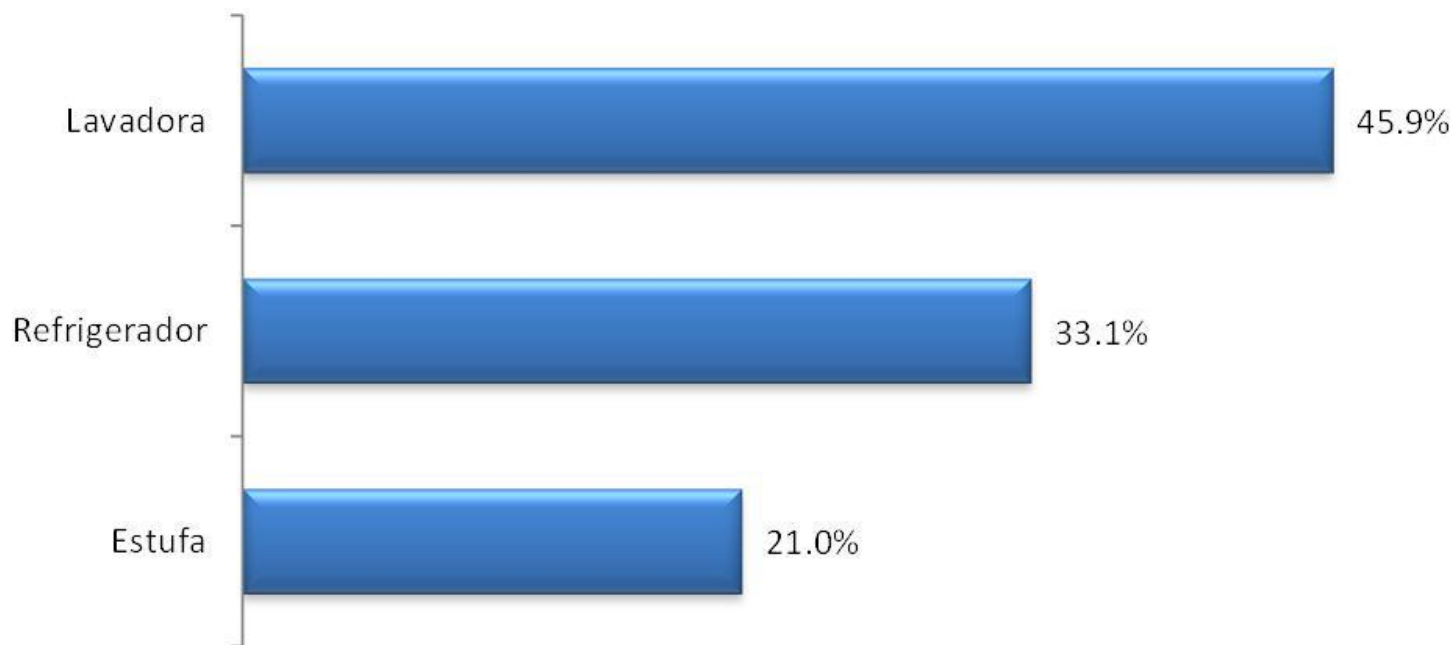
Personas que compraron algún aparato de línea blanca



Compró algún aparato de línea blanca

27.3%

Equipos de línea blanca comprados de enero de 2009 a la fecha
(porcentaje del total de entrevistados)



Compró algún aparato de línea blanca

27.3%

Principales razones por las que compró un aparato de línea blanca



Compró algún aparato de línea blanca

27.3%

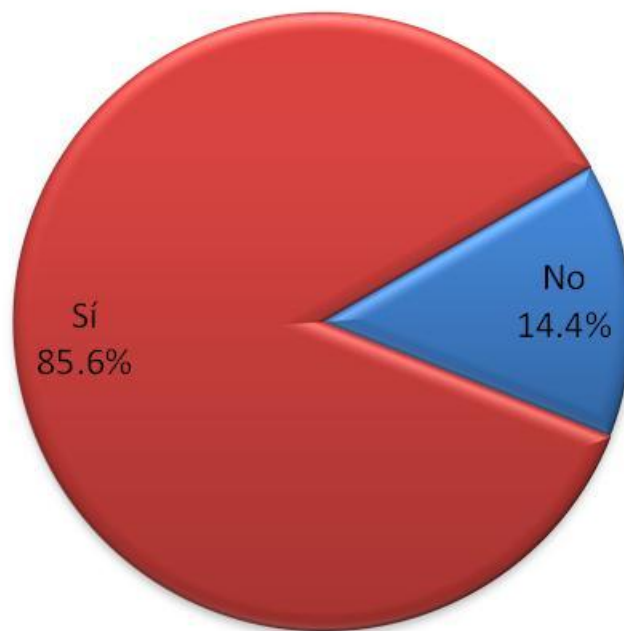
Características más importantes del equipo que tomaron en cuenta al momento de la compra (porcentaje del número de menciones, respuesta múltiple)



Compró algún aparato de línea blanca

27.3%

¿Comparó entre diferentes marcas y modelos antes de comprar?



Compró algún aparato de línea blanca

27.3%

¿Comparó entre diferentes marcas y modelos antes de comprar?



Compró algún aparato de línea blanca

27.3%

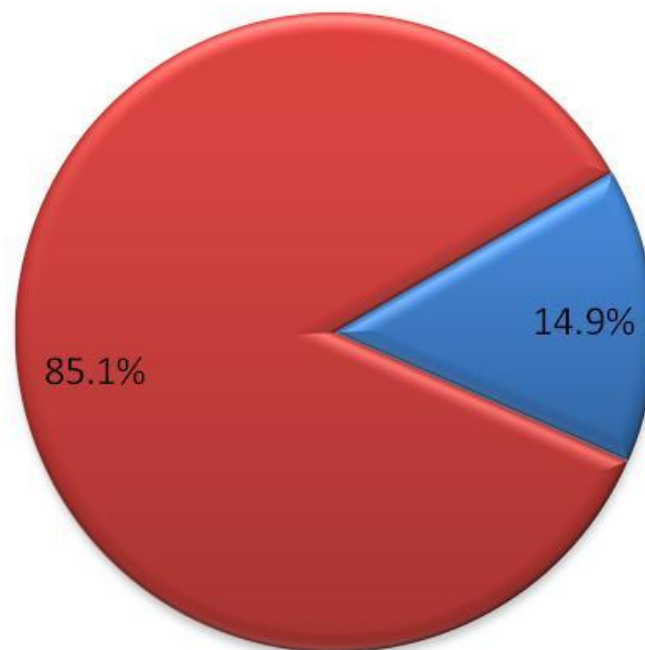
Tipo de tienda en la que compró el aparato de línea blanca



Compró algún aparato de línea blanca

27.3%

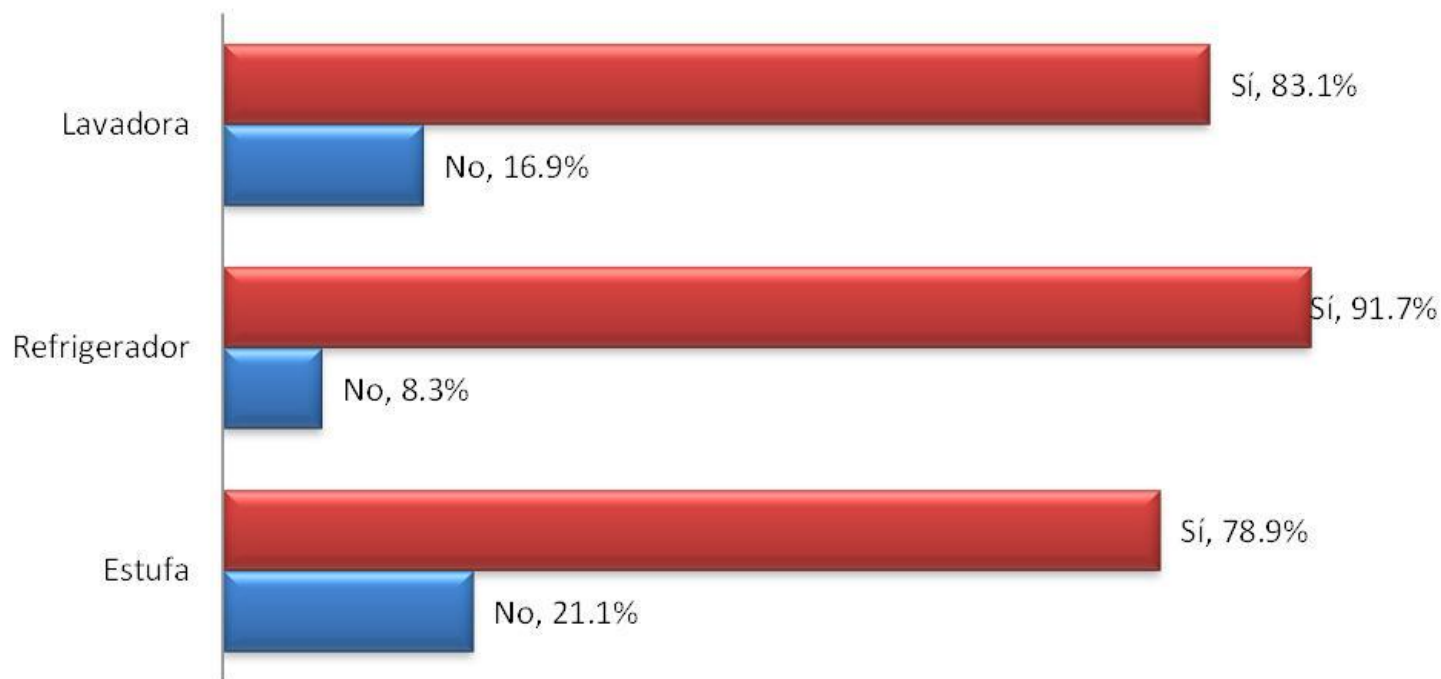
¿Comparó precios entre diferentes tiendas y/o modelos antes de comprar?



Compró algún aparato de línea blanca

27.3%

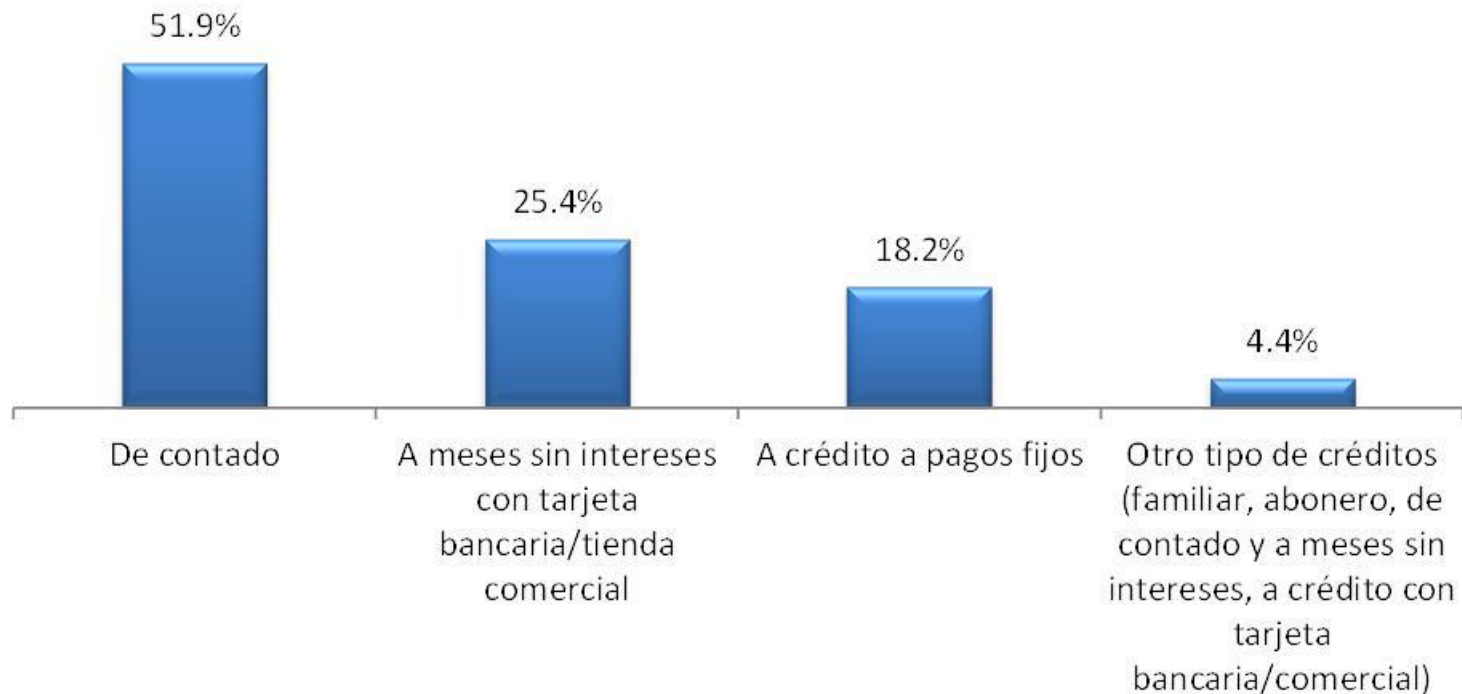
¿Comparó precios entre diferentes tiendas y/o modelos antes de comprar?



Compró algún aparato de línea blanca

27.3%

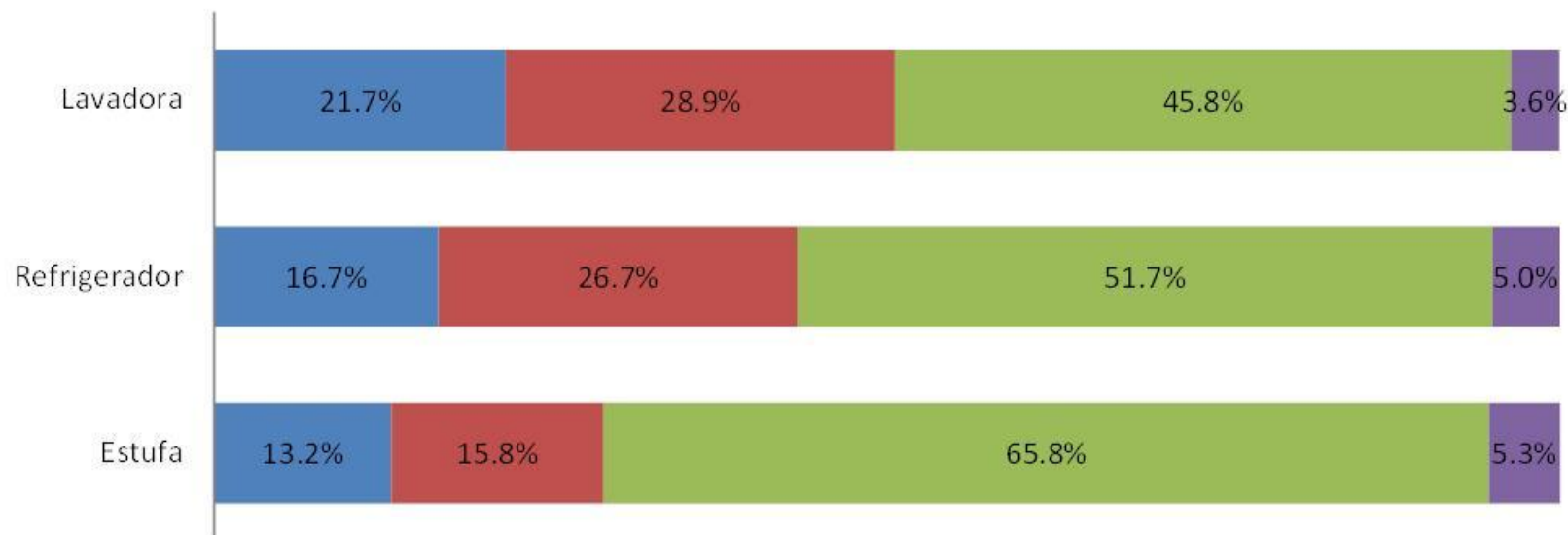
Formas de pago de la mayor parte del precio del aparato



Compró algún aparato de línea blanca

27.3%

Formas de pago de la mayor parte del precio del aparato

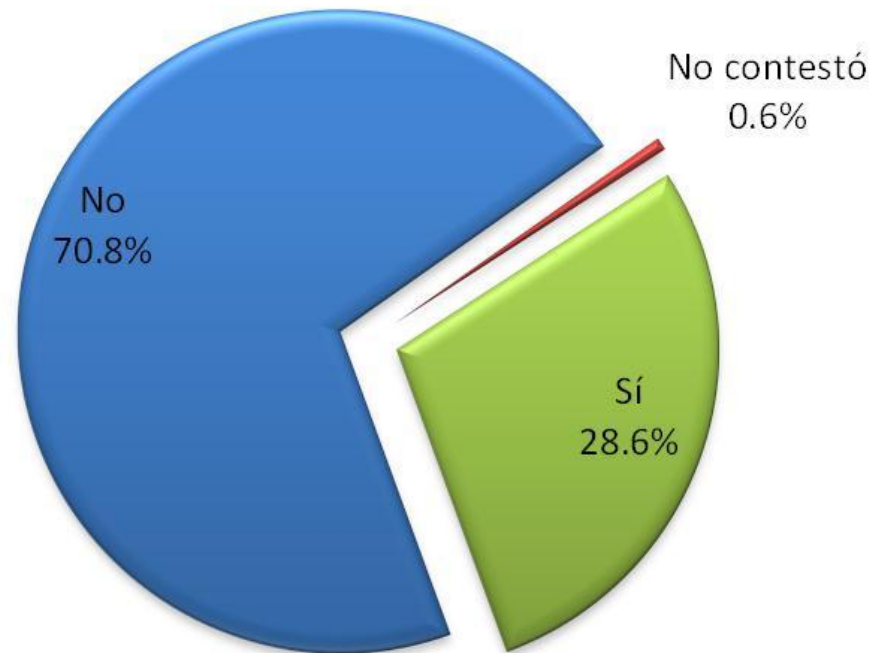


- A crédito a pagos fijos
- A meses sin intereses con tarjeta bancaria/tienda comercial
- De contado
- Otro tipo de créditos (familiar, abonero, de contado y a meses sin intereses, a crédito con tarjeta bancaria/comercial)

Compró algún aparato de línea blanca

27.3%

¿Esperó temporadas de oferta para comprar su aparato de línea blanca?



Compró algún aparato de línea blanca

27.3%

¿Dónde buscó información sobre las características del aparato de línea blanca?

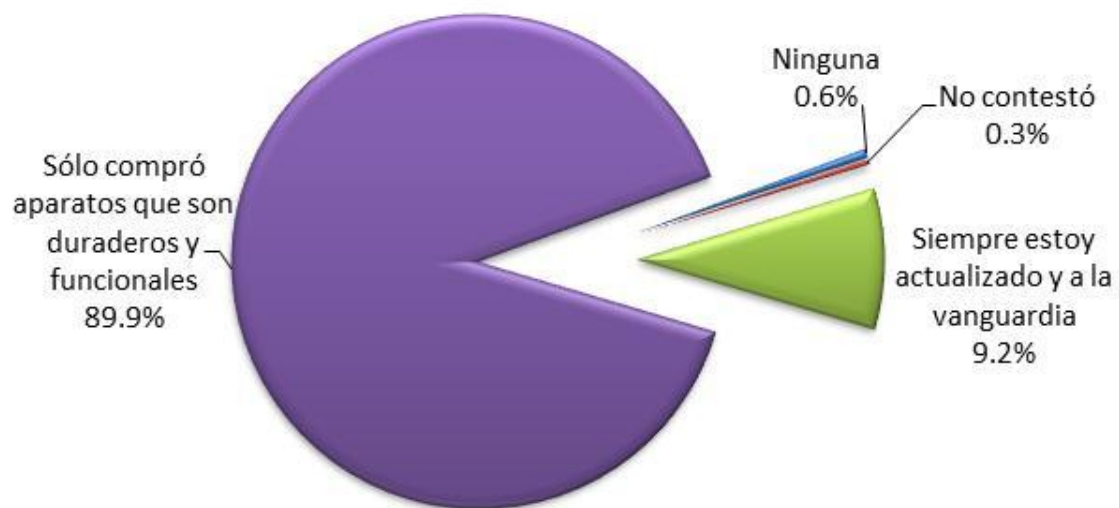
(porcentaje del número de menciones, respuesta multiple)



Compró algún aparato de línea blanca

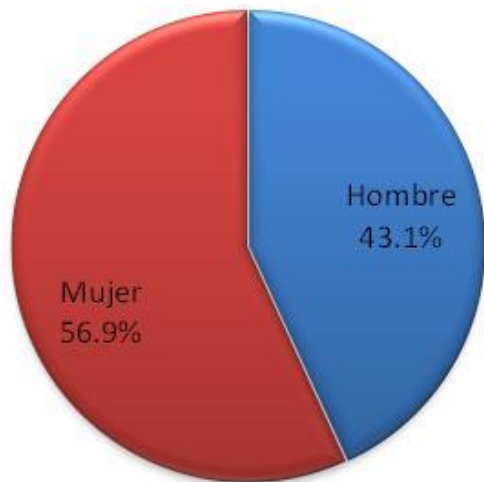
27.3%

Frase con la que se identifican las personas respecto a la compra de electrónicos y línea blanca

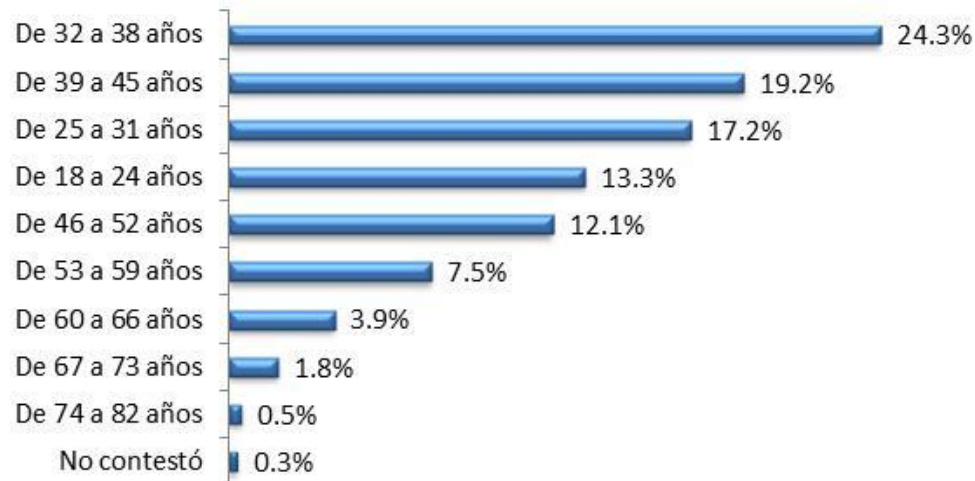


Datos generales

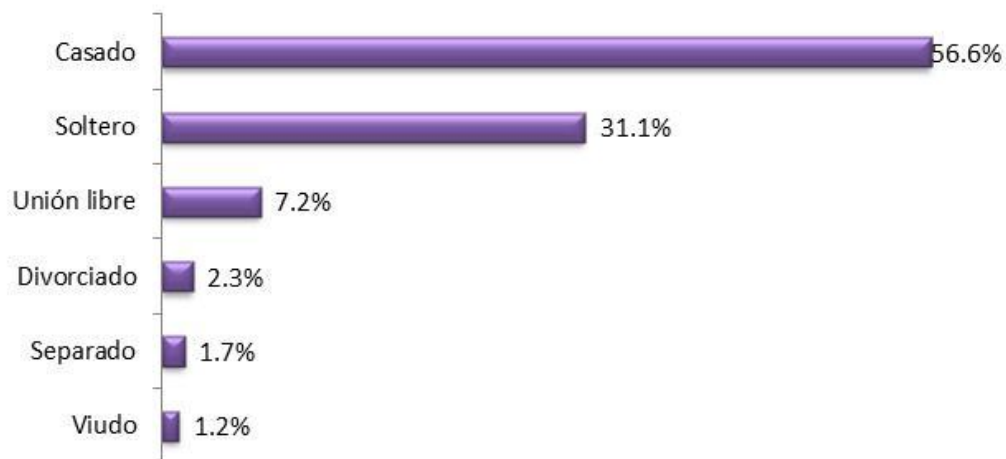
Género



Edad



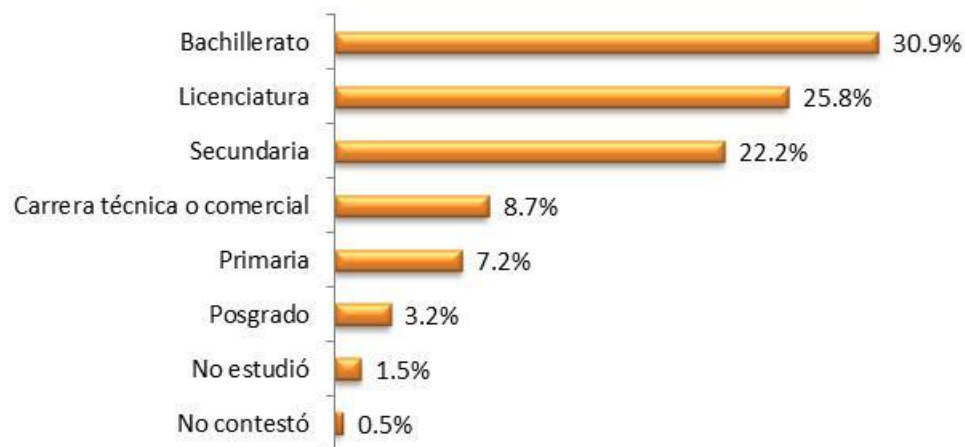
Estado civil



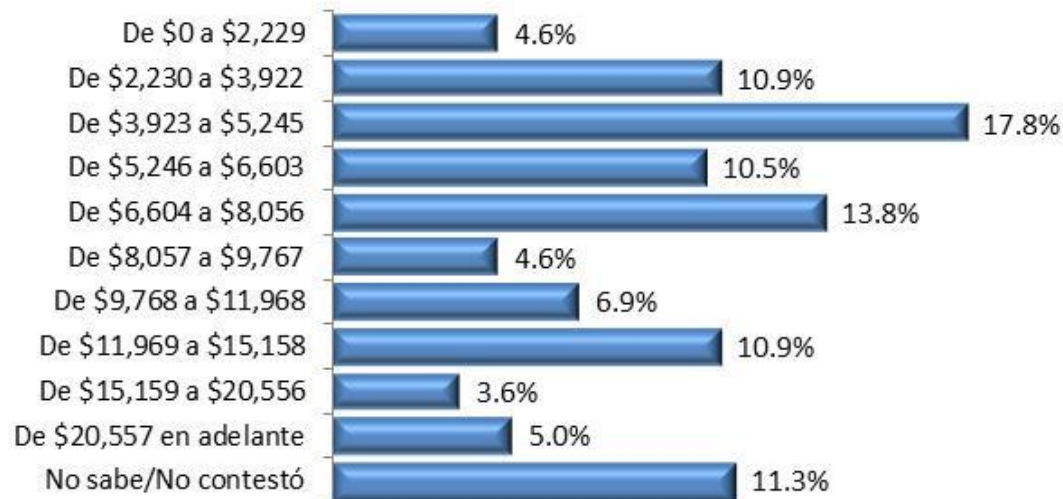
Ocupación



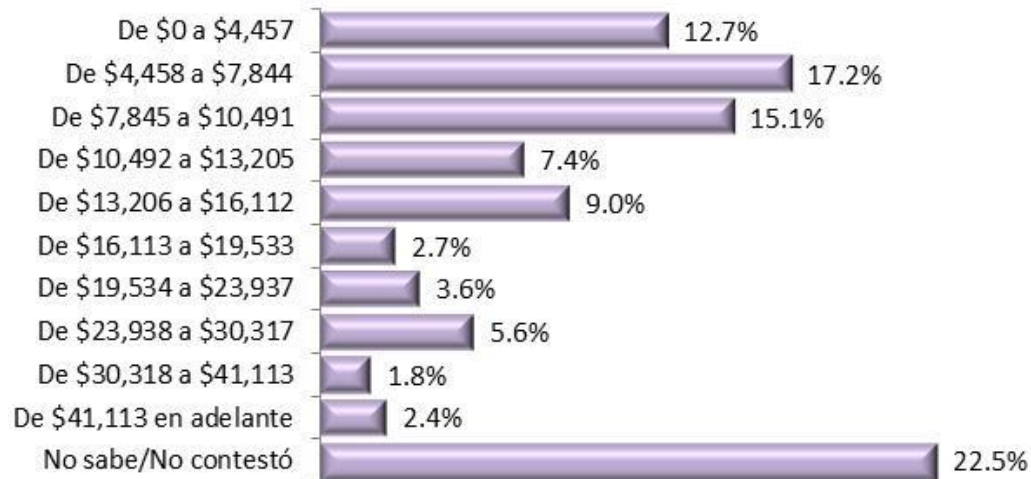
Último grado de estudios completo



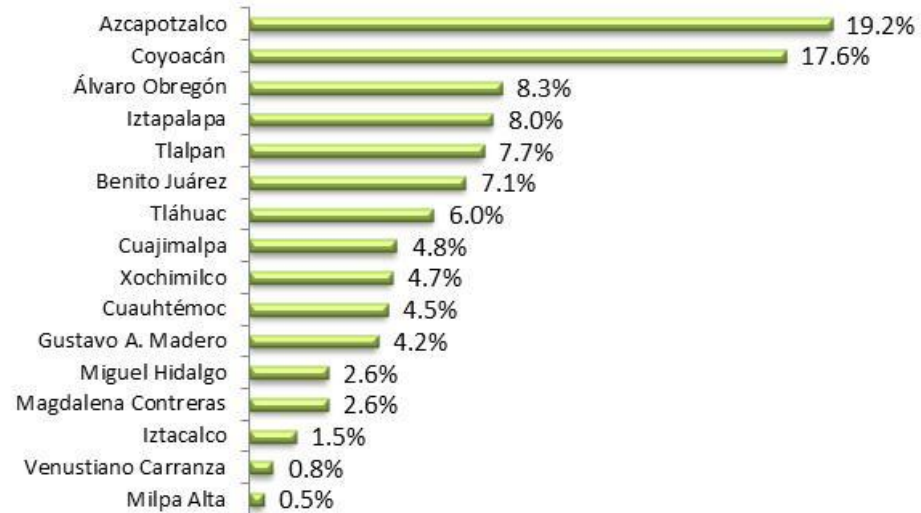
Ingreso mensual personal



Ingreso mensual familiar



Delegación



Si deseas más información da clic en [cuestionarios](#) y [respuestas](#)