

Importancia del estilo y la apariencia de los productos tecnológicos en la decisión de compra

Estudio Global GfK



Agosto 2015

Estudio Global GfK: Importancia del estilo y la apariencia de los productos tecnológicos en la decisión de compra



1

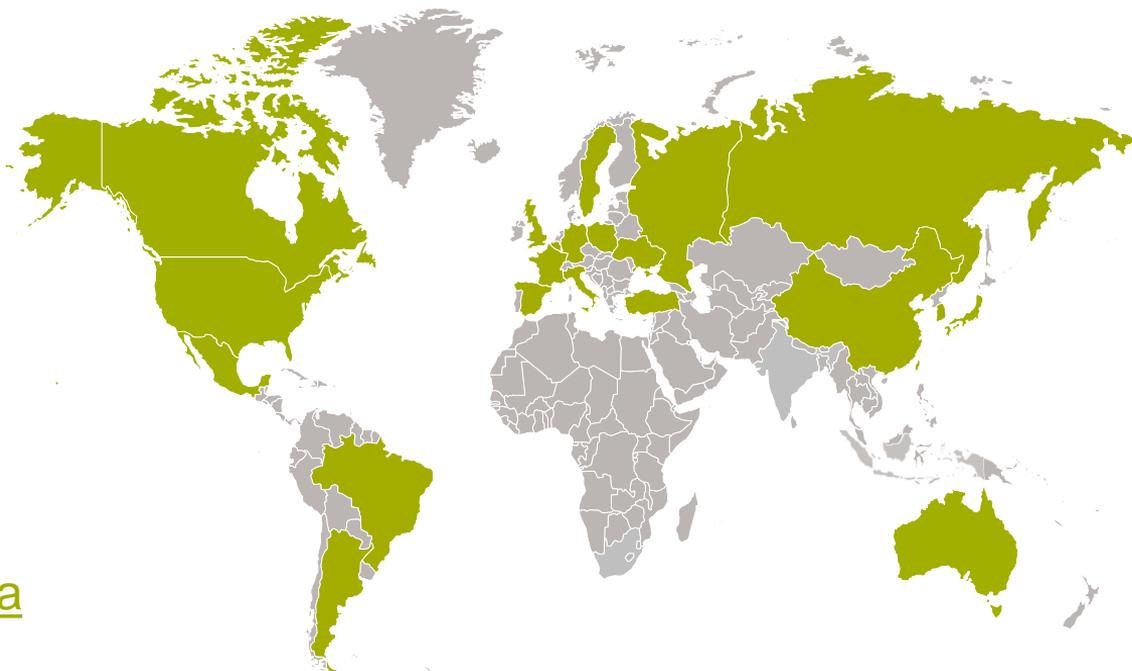
Metodología

2

Resultados globales

3

Resultados en España

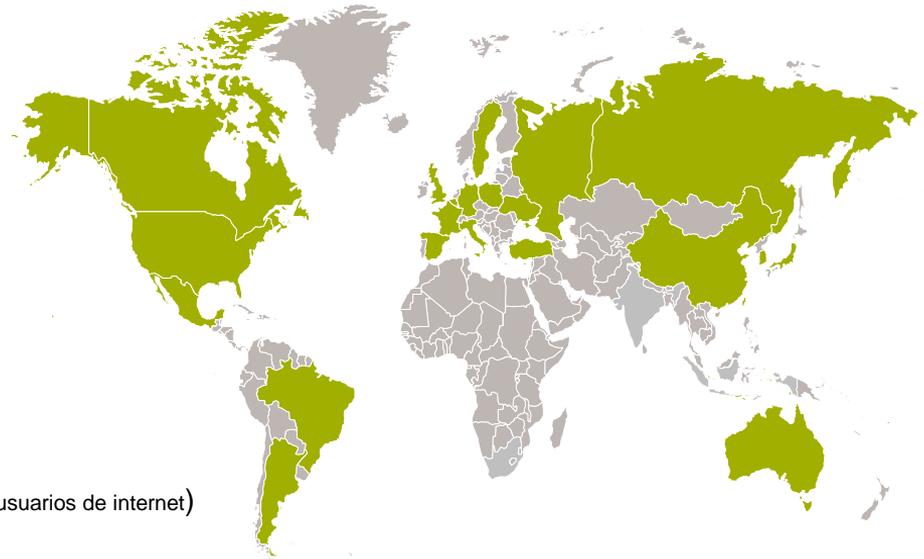


Metodología

Países estudiados, metodología y tamaño de la muestra.

GfK entrevistó a más de 26.000 personas, mayores de 15 años, en 22 países, durante el verano de 2014, mediante entrevistas online y personales. En los países donde se realizaron entrevistas online, los datos han sido ponderados para reflejar la composición demográfica de la población mayor de 15 años. En Ucrania, el estudio representa a las personas con más de 15 años, de más alto nivel, residenciadas en zonas urbanas y que accedieron a internet en los últimos 30 días.

Argentina (online/n=1004)	México (online/n=1001)
Australia (online/n=1004)	Polonia (online/n=1150)
Bélgica (online/n=1002)	Rusia (online/n=1501)
Brasil (online/n=1502)	Corea del Sur (online/n=1005)
Canadá (online/n=1005)	España (online/n=1502)
China (online/n=1502)	Suecia (online/n=1007)
Francia (online/n=1504)	Taiwán (online/n=1100)
Alemania (online/n=1500)	Turquía (online/n=804)
Hong Kong (online/n=1025)	Reino Unido (online/n=1505)
Italia (online/n=1503)	Ucrania (Presencial/n=678 sólo usuarios de internet)
Japón (online/n=1500)	EEUU (online/n=1505)



Pregunta

Aquí encontrará una afirmación sobre el uso de la tecnología y necesidades de información. ¿Hasta qué punto está usted de acuerdo con ella?. Por favor indique su respuesta usando una escala del 1 al 7, donde 1 significa que está totalmente en desacuerdo y 7 que está totalmente de acuerdo.

El estilo y la apariencia de un producto tecnológico, es muy importante para decidir cuál comprar.



Resultados Globales

Importancia del estilo y la apariencia de los productos tecnológicos en la decisión de compra. Total en 22 países.



Total



33%

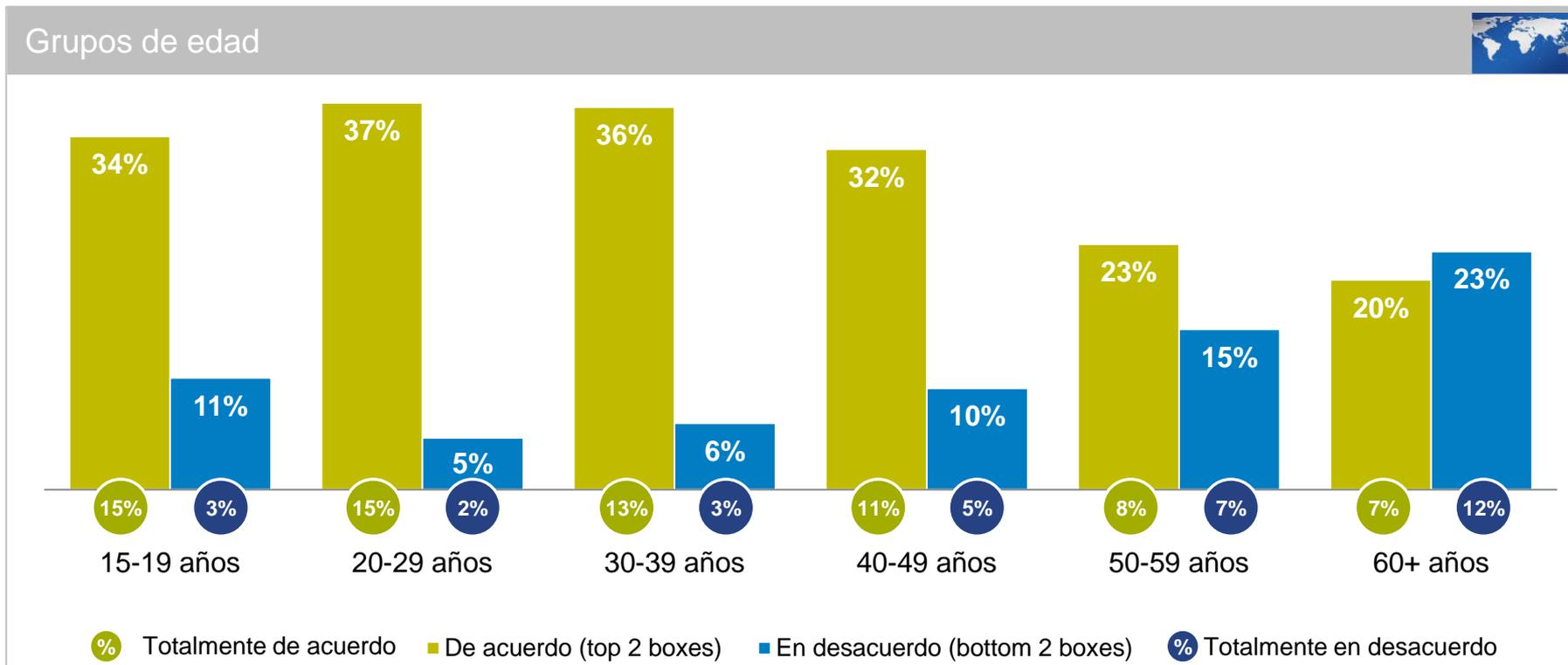
de los entrevistados está **de acuerdo** con que la apariencia y el estilo de un producto tecnológico, es muy importante para decidir cuál comprar. El **12% está completamente de acuerdo** con esta afirmación.

9%

de los entrevistados está **en desacuerdo** con que la apariencia y el estilo de un producto tecnológico, es muy importante para decidir cuál comprar. El **4% está en total desacuerdo** con esa afirmación.

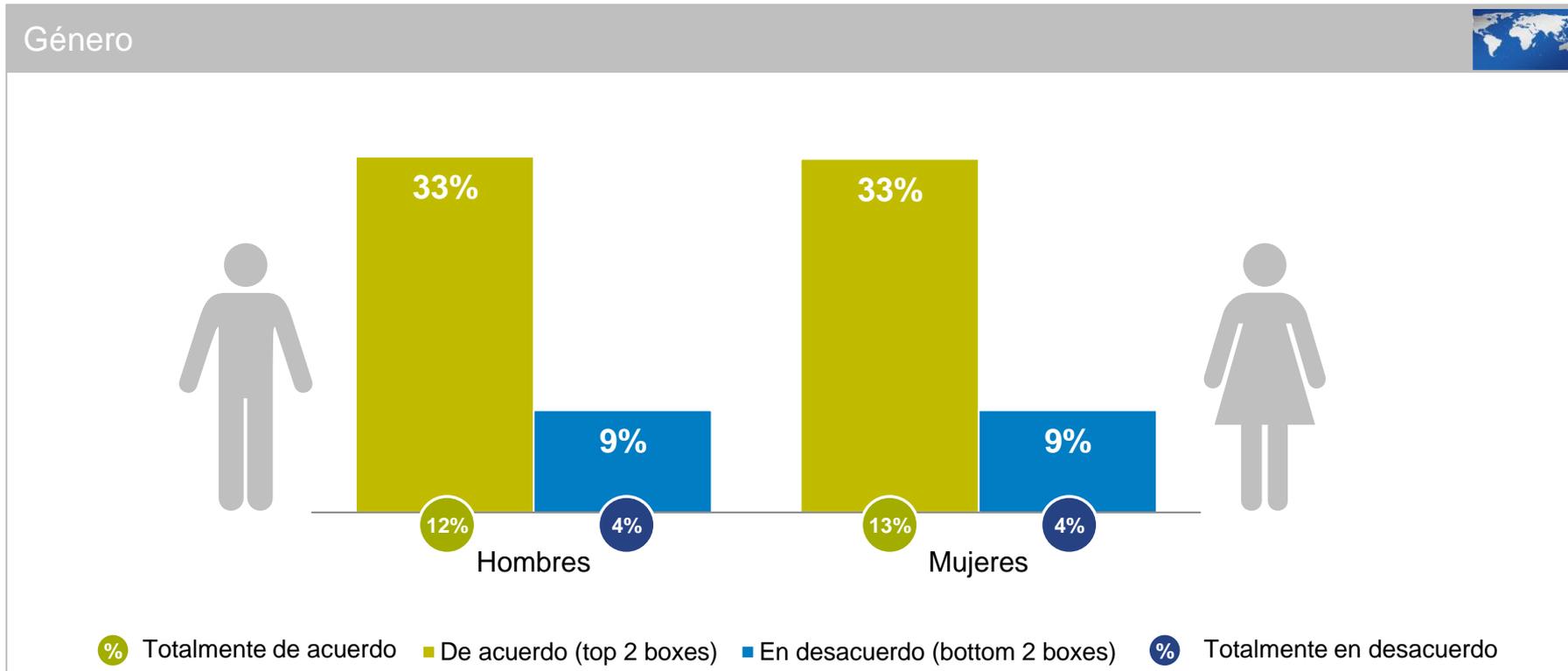
Fuente: Estudio GfK realizado entre más de 26.000 usuarios de internet, mayores de 15 años, en 22 países. Top 2 boxes, incluye las respuestas “de acuerdo y totalmente de acuerdo” mientras que bottom 2 boxes incluye a “en desacuerdo y totalmente en desacuerdo”, en una escala de 7 puntos. Se usan datos redondeados, sin decimales.

El estilo y la apariencia de un producto tecnológico, es muy importante para decidir cuál comprar. Total 22 países.



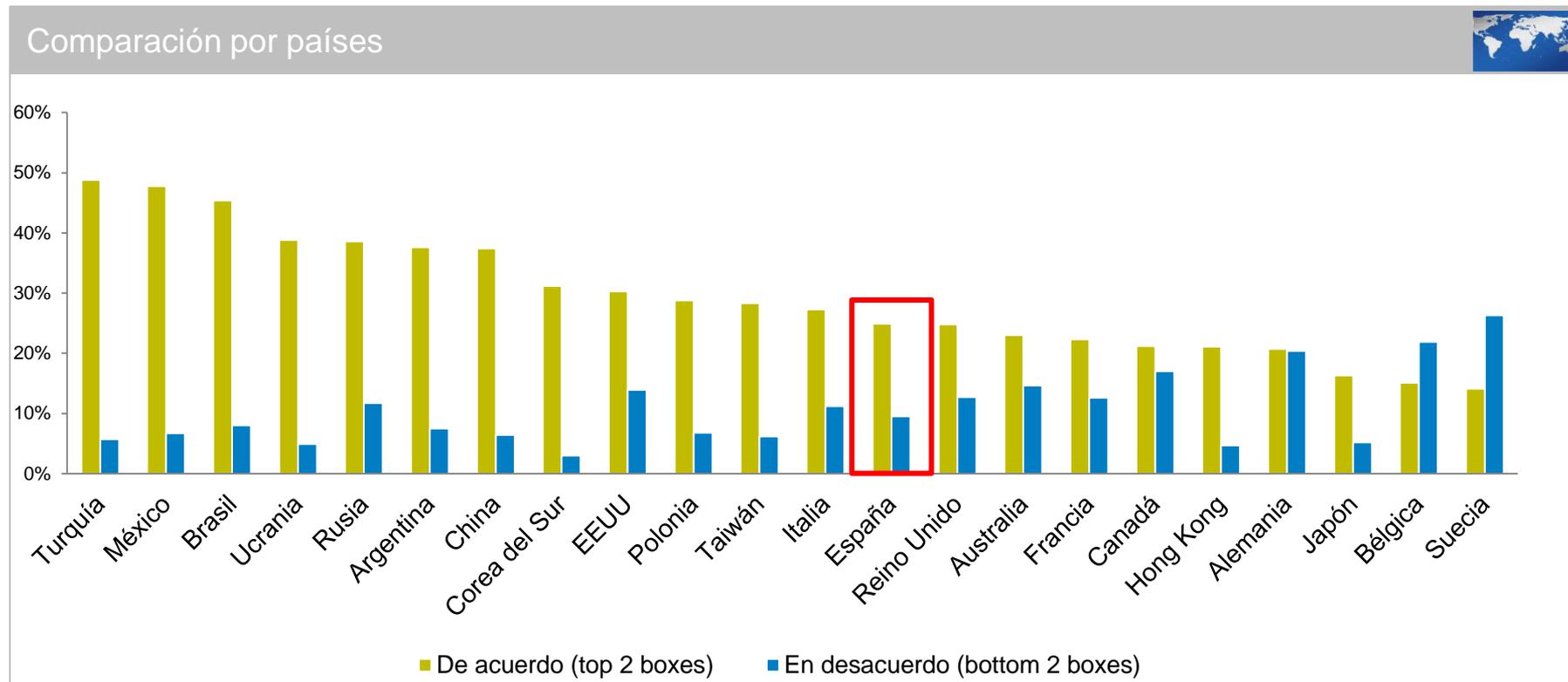
Fuente: Estudio GfK realizado entre más de 26.000 usuarios de internet, mayores de 15 años, en 22 países. Top 2 boxes, incluye las respuestas "de acuerdo y totalmente de acuerdo" mientras que bottom 2 boxes incluye a "en desacuerdo y totalmente en desacuerdo", en una escala de 7 puntos. Se usan datos redondeados, sin decimales.

El estilo y la apariencia de un producto tecnológico, es muy importante para decidir cuál comprar. Total 22 países.



Fuente: Estudio GfK realizado entre más de 26.000 usuarios de internet, mayores de 15 años, en 22 países. Top 2 boxes, incluye las respuestas "de acuerdo y totalmente de acuerdo" mientras que bottom 2 boxes incluye a "en desacuerdo y totalmente en desacuerdo", en una escala de 7 puntos. Se usan datos redondeados, sin decimales.

El estilo y la apariencia de un producto tecnológico, es muy importante para decidir cuál comprar. Resultados por países.



Fuente: Estudio GfK realizado entre más de 26.000 usuarios de internet, mayores de 15 años, en 22 países. Top 2 boxes, incluye las respuestas “de acuerdo y totalmente de acuerdo” mientras que bottom 2 boxes incluye a “en desacuerdo y totalmente en desacuerdo”, en una escala de 7 puntos. Se usan datos redondeados, sin decimales.

España



España: Importancia del estilo y la apariencia de los productos tecnológicos en la decisión de compra.



Total



25%

de los entrevistados está **de acuerdo** con que la apariencia y el estilo de un producto tecnológico, es muy importante para decidir cuál comprar. El **8% está completamente de acuerdo** con esta afirmación.

10%

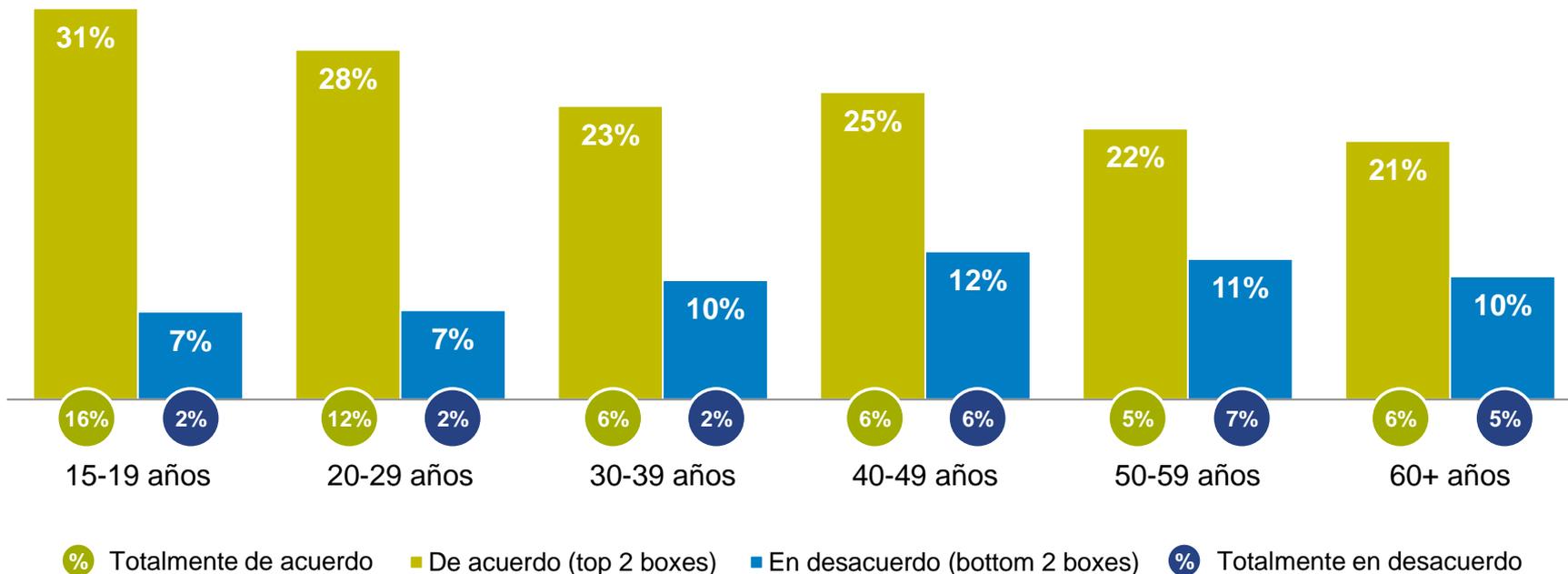
de los entrevistados está **en desacuerdo** con que la apariencia y el estilo de un producto tecnológico, es muy importante para decidir cuál comprar. El **4% está en total desacuerdo** con esa afirmación.

Fuente: Estudio GfK realizado entre más de 26.000 usuarios de internet, mayores de 15 años, en 22 países. Top 2 boxes, incluye las respuestas “de acuerdo y totalmente de acuerdo” mientras que bottom 2 boxes incluye a “en desacuerdo y totalmente en desacuerdo”, en una escala de 7 puntos. Se usan datos redondeados, sin decimales.

España: El estilo y la apariencia de un producto tecnológico, es muy importante para decidir cuál comprar.

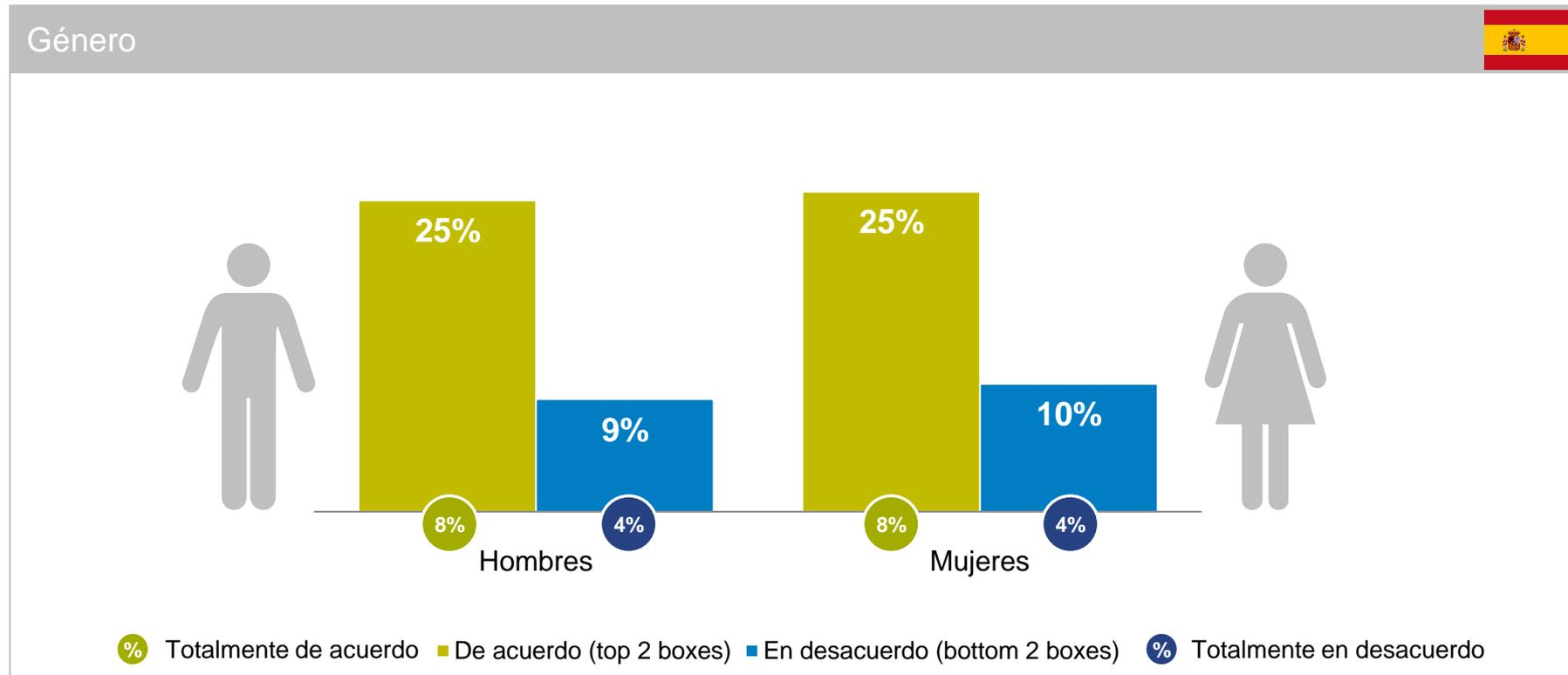


Grupos de edad



Fuente: Estudio GfK realizado entre más de 26.000 usuarios de internet, mayores de 15 años, en 22 países. Top 2 boxes, incluye las respuestas "de acuerdo y totalmente de acuerdo" mientras que bottom 2 boxes incluye a "en desacuerdo y totalmente en desacuerdo", en una escala de 7 puntos. Se usan datos redondeados, sin decimales.

España: El estilo y la apariencia de un producto tecnológico, es muy importante para decidir cuál comprar.



Fuente: Estudio GfK realizado entre más de 26.000 usuarios de internet, mayores de 15 años, en 22 países. Top 2 boxes, incluye las respuestas “de acuerdo y totalmente de acuerdo” mientras que bottom 2 boxes incluye a “en desacuerdo y totalmente en desacuerdo”, en una escala de 7 puntos. Se usan datos redondeados, sin decimales.

Para más información:
es@gfk.com