

ANEXOS

1. Tabulación resultados encuestas

2 Sexo						
	Formulario 1	Formulario 2	Formulario 3	Formulario 4	Total	%
Femenino	51	52	61	2	166	54.61%
Masculino	49	47	39	3	138	45.39%
Total	100	99	100	5	304	

3 Edad (Años)						
	Formulario 1	Formulario 2	Formulario 3	Formulario 4	Total	%
16-18	6	3	3	1	13	4.28%
19-24	24	25	10	3	62	20.39%
25-30	12	4	18	1	35	11.51%
31-40	25	24	28	0	77	25.33%
41-50	21	25	31	0	77	25.33%
>50	12	18	10	0	40	13.16%
Total	100	99	100	5	304	

4 Ocupación						
	Formulario 1	Formulario 2	Formulario 3	Formulario 4	Total	%
Estudiante	23	28	13	4	68	20.73%
Empleado	59	54	69	1	183	55.79%
Independiente	17	17	18	0	52	15.85%
Desempleado	4	2	3	0	9	2.74%
Ama de casa	7	2	7	0	16	4.88%
Total	110	103	110	5	328	

5 Estado civil						
	Formulario 1	Formulario 2	Formulario 3	Formulario 4	Total	%
Soltero	44	44	34	4	126	41.45%
Casado	41	34	54	0	129	42.43%
Divorciado	6	14	5	0	25	8.22%
Viudo	1	1	0	0	2	0.66%
Unión libre	8	6	7	1	22	7.24%
Total	100	99	100	5	304	
6 Estrato						
	Formulario 1	Formulario 2	Formulario 3	Formulario 4	Total	%
2	8	2	5	1	16	5.26%
3	44	13	40	2	99	32.57%
4	20	29	28	1	78	25.66%
5	22	40	18	1	81	26.64%
6	6	15	9	0	30	9.87%
Total	100	99	100	5	304	
7 Número de hijos						
	Formulario 1	Formulario 2	Formulario 3	Formulario 4	Total	%
Ninguno	49	49	36	4	138	45.39%
1-2	44	38	51	1	134	44.08%
3-4	7	11	13	0	31	10.20%
5 o más	0	1	0	0	1	0.33%
Total	100	99	100	5	304	

8 Indique el grado importancia de los siguientes factores en su decisión de compra de bebidas no alcohólicas.

	Muy importante	Medianamente importante	Poco importante	Nada importante	Total	% Muy importante	% Medianamente importante	% Poco importante	% Nada importante
Sabor	226	75	1	1	303	74.59%	24.75%	0.33%	0.33%
Textura	81	139	67	15	302	26.82%	46.03%	22.19%	4.97%
Forma del envase	39	92	118	53	302	12.91%	30.46%	39.07%	17.55%
Diseño del envase	53	102	111	36	302	17.55%	33.77%	36.75%	11.92%
Precio	105	125	61	11	302	34.77%	41.39%	20.20%	3.64%
Color de la bebida	64	98	113	27	302	21.19%	32.45%	37.42%	8.94%
Ingredientes	71	84	108	39	302	23.51%	27.81%	35.76%	12.91%
Cantidad de líquido por envase	63	115	92	32	302	20.86%	38.08%	30.46%	10.60%
Marca	111	138	50	3	302	36.75%	45.70%	16.56%	0.99%
Total	813	968	721	217	2719	29.90%	35.60%	26.52%	7.98%

9 Indique su percepción sobre el nivel general de precios de los productos ofrecidos en el sector de bebidas no alcohólicas frente a la percepción de calidad que tiene de los mismos. Marque sólo una opción

	Formulario 1	Formulario 2	Formulario 3	Formulario 4	Total	%
Precios altos y alta satisfacción	14	10	12	2	38	12.58%
Precios altos y baja satisfacción	5	5	6	0	16	5.30%
Precios justos y alta satisfacción	66	79	58	2	205	67.88%
Precios altos y baja satisfacción	2	3	6	0	11	3.64%
Precios bajos y baja satisfacción	1	1	0	1	3	0.99%
Precios bajos y alta satisfacción	12	1	16	0	29	9.60%
Total	100	99	98	5	302	

10 ¿Cómo califica la disponibilidad de las bebidas que más consume en los lugares donde espera encontrarlas? Generalmente...									
	Formulario 1	Formulario 2	Formulario 3	Formulario 4	Total	%			
Se encuentran donde se espera	81	86	80	2	249	82.45%			
No se encuentran donde se espera	11	9	7	1	28	9.27%			
Se encuentra donde no se espera	8	4	11	2	25	8.28%			
Total	100	99	98	5	302				
11 En la mayoría de ocasiones, ¿en qué lugar compra las bebidas que consume? Marque sólo una opción									
	Formulario 1	Formulario 2	Formulario 3	Formulario 4	Total	%			
Almacenes cadena	45	59	38	3	145	48.01%			
Superetes	7	0	8	0	15	4.97%			
Tiendas barrio	31	26	30	1	88	29.14%			
Cafeterías	17	13	21	1	52	17.22%			
Distribuidores mayoristas	0	1	1	0	2	0.66%			
Total	100	99	98	5	302				
12 Indique el impacto que tiene en usted la publicidad presentada en cada uno de los siguientes medios publicitarios.									
	Alto impacto	Mediano impacto	Poco impacto	Ningún impacto	Total	% Alto impacto	% Mediano impacto	% Poco impacto	% Ningún impacto
Televisión	136	107	45	14	302	45.03%	35.43%	14.90%	4.64%
Radio	43	104	100	55	302	14.24%	34.44%	33.11%	18.21%
Medios impresos	48	107	93	54	302	15.89%	35.43%	30.79%	17.88%
Vallas publicitarias	54	111	97	40	302	17.88%	36.75%	32.12%	13.25%
Muestras gratis	135	106	48	10	299	45.15%	35.45%	16.05%	3.34%
Voz a voz	109	115	58	20	302	36.09%	38.08%	19.21%	6.62%
Total	525	650	441	193	1809				

13 Indique el grado de influencia que tienen los siguientes factores que hacen parte de las campañas publicitarias en su decisión de compra de nuevas bebidas no alcohólicas.

	Mucha influencia	Influencia media	Poca influencia	Ninguna influencia	Total	% Mucha influencia	% Influencia media	% Poca influencia	% Ninguna influencia
Medio de comunicación utilizado	94	120	65	24	303	31.02%	39.60%	21.45%	7.92%
Cantidad de avisos publicitarios	91	113	84	15	303	30.03%	37.29%	27.72%	4.95%
Originalidad de las promociones	138	112	47	6	303	45.54%	36.96%	15.51%	1.98%
Atractividad de las campañas	123	124	51	5	303	40.59%	40.92%	16.83%	1.65%
Total	446	469	247	50	1212				

14 Responda con qué periodicidad consume cada una de las siguientes bebidas

	2 o más veces al día	1 vez al día	4 veces por semana	2 veces a la semana	Nunca	Total	% 2 o más veces al día	% 1 vez al día	% 4 veces por semana	% 2 veces a la semana	% Nunca
Bebidas gaseosas	8	35	94	113	53	303	2.64%	11.55%	31.02%	37.29%	17.49%
Agua embotellada neutra	30	61	44	77	91	303	9.90%	20.13%	14.52%	25.41%	30.03%
Agua embotellada gasificada	0	13	35	70	185	303	0.00%	4.29%	11.55%	23.10%	61.06%
Agua embotellada saborizada	1	4	19	64	215	303	0.33%	1.32%	6.27%	21.12%	70.96%
Té listo para consumir	13	35	57	115	83	303	4.29%	11.55%	18.81%	37.95%	27.39%
Jugos procesados y empacados	12	43	66	125	56	302	3.97%	14.24%	21.85%	41.39%	18.54%
Total	64	191	315	564	683	1817					

15 De los productos que en la pregunta anterior indicó consumir con menor frecuencia, indique los motivos por los cuales su consumo es relativamente bajo. Marque las opciones que sean necesarias.

	Formulario 1	Formulario 2	Formulario 3	Formulario 4	Total	%
Salud	32	23	45	1	101	23.33%
Gusto	89	81	88	2	260	60.05%
Prejuicios	7	3	11	1	22	5.08%
Características propias	19	13	12	1	45	10.39%
Otro	0	2	3	0	5	1.15%
a. Otro: Sin especificar	-	2	1	-	3	
b. Otro: Sabor	-	-	1	-	1	
c. Otro: Precio o Agrado	-	-	1	-	1	
Total	147	122	159	5	433	

16 Indique el grado de importancia de los siguientes factores que afectan su consumo de productos ofrecidos en el sector de bebidas no alcohólicas.

	Muy importante	Medianamente impo	Poco importante	Nada importante	Total	% Muy importante	% Medianamente impo	% Poco importante	% Nada importante
Necesidades fisiológicas	185	83	24	10	302	61.26%	27.48%	7.95%	3.31%
Salud	130	109	57	6	302	43.05%	36.09%	18.87%	1.99%
Estética	59	98	115	30	302	19.54%	32.45%	38.08%	9.93%
Publicidad	17	87	151	47	302	5.63%	28.81%	50.00%	15.56%
Moda	20	46	116	120	302	6.62%	15.23%	38.41%	39.74%
Curiosidad	55	134	86	27	302	18.21%	44.37%	28.48%	8.94%
Total	466	557	549	240	1812				

17 ¿Ha incorporado en el último año productos nuevos del sector de bebidas a su canasta de consumo habitual?

	Formulario 1	Formulario 2	Formulario 3	Formulario 4	Total	%
Sí	61	49	66	5	181	59.93%
No	39	51	31	0	121	40.07%
Total	100	100	97	5	302	

18 ¿Cuántos lanzamientos recuerda que ha habido de productos del sector bebidas no alcohólicas en los últimos seis meses?

	Formulario 1	Formulario 2	Formulario 3	Formulario 4	Total	%
Ninguno	10	11	6	0	27	8.94%
1 ó 2	69	71	63	4	207	68.54%
3 ó más	21	18	28	1	68	22.52%
Total	100	100	97	5	302	