
Evaluación de Conceptos, Información y Ubicación

Adhesivos para Televisores

Bogotá, D.C., - 16 de septiembre de 2014



Televisión Digital para Todos
Colombia



Grupo de Investigación
Psicología del Consumidor
(COLCIENCIAS A1)

Maestría en Psicología del
Consumidor

Konrad Lorenz
Fundación Universitaria

Investigadores:
Marithza Sandoval-Escobar
Aldo Hernández

Presentación

Entre 2015 y 2019 se realizará en Colombia un cambio paulatino de la televisión análoga a la Televisión Digital Terrestre (en adelante TDT) bajo el estándar DVB-T2 (Digital Video Broadcasting-Terrestrial). Esta apuesta implica, entre otras acciones, que los comerciantes informen al consumidor acerca de la compatibilidad de los equipos con la TDT; si un equipo no es compatible requerirá de un decodificador para poder acceder a la señal abierta de televisión; lo que conllevará a la compra de un artefacto adicional. Si bien es responsabilidad de los comerciantes exhibir esta información al consumidor para que tome una decisión de compra informada, la CRC está comprometida a que los adhesivos sean lo suficientemente evidentes e informativos.

En el marco de la Resolución 4337 de 2013, la Comisión de Regulación de las Comunicaciones (en adelante CRC), en alianza con el Grupo de Investigación de Psicología del Consumidor de la Konrad Lorenz Fundación Universitaria, se han propuesto evaluar las características de los adhesivos que deberán ser ubicados en los televisores; adhesivos cuyo propósito principal es informar al consumidor acerca de la compatibilidad o no del electrodoméstico con el estándar DVB-T2 para realizar la transmisión de televisión digital.

Acerca del Estudio

El propósito del estudio fue múltiple. Se propuso evaluar el concepto de cuatro modelos de adhesivos para televisores provistos por la CRC, su capacidad informativa y el lugar de ubicación con mayor visibilidad en un televisor. El equipo de investigación diseñó un estudio que permitiera alcanzar los objetivos en una situación de alto control con un sentido experimental.

Participantes

En el estudio participaron 30 personas, 18 mujeres y 12 hombres, con edades comprendidas entre los 18 y los 33 años, residentes de la ciudad de Bogotá, ubicados en estratos socioeconómicos del 1 al 6. El muestreo no probabilístico se realizó considerando que el nivel educativo mínimo de los participantes debía ser bachillerato finalizado y que al momento del estudio fueran económicamente activos. La participación en el estudio fue compensada económicamente.

Consideraciones Éticas

En correspondencia con la Ley 1090 de 2006, todos los participantes leyeron y firmaron de manera individual un consentimiento informado, en el cual se explicaba el objetivo del estudio, el incentivo económico a recibir por la participación y la nula posibilidad de riesgo durante la sesión.

Materiales e Instrumentos

El estudio requirió de un televisor de pantalla plana LCD de 42" de color negro, dos computadores portátiles y muebles necesarios para la acomodación de los participantes. Se utilizaron cuatro adhesivos provistos por la Comisión de Regulación de las Comunicaciones (ver figura 1), impresos en alta calidad, en tamaño original (25 centímetros de diámetro) y en

papel fotográfico (brillante). Adicionalmente se diseñó un instrumento de evaluación del concepto y valor informativo de los adhesivos. La Figura 1 describe los stickers utilizados.





<p>Adhesivo No. 1</p>		<p>Este televisor SI recibe la señal de televisión digital terrestre adoptada en Colombia.</p>
<p>Adhesivo No. 2</p>		<p>Este televisor NO recibe la señal de televisión digital terrestre adoptada en Colombia.</p>
<p>Adhesivo No. 3</p>		<p>Televisión digital abierta. Este televisor recibirá señal digital abierta en Bogotá y Medellín hasta abril de 2015. Este televisor funciona para: TV análoga, TV cable o satelital, videojuegos, DVD y similares. Después de esta fecha necesitará comprar un decodificador externo para recibir la señal.</p>
<p>Adhesivo No. 4</p>		<p>Televisión digital abierta. Este televisor no recibe señal de televisión digital abierta. Este televisor funciona para: TV análoga, TV cable o satelital, videojuegos, DVD y similares. Necesita comprar un decodificador externo para recibir la señal.</p>

Figura 1. Adhesivos evaluados en el estudio.

Variables del Estudio

Dos *variables independientes* se utilizaron en este estudio:

- (a) DISEÑO DE LOS ADHESIVOS: Se presentaron los cuatro diseños de los adhesivos (figura 1) provistos por la CRC.
- (b) UBICACIÓN DE LOS ADHESIVOS: se probó la ubicación de los adhesivos en las esquinas de un televisor para identificar cuál de ellas generaba mayores efectos.

Las *variables dependientes* medidas es en este estudio fueron:

- (a) INFORMACIÓN OBTENIDA DEL ADHESIVO: medida a través de la precisión en pruebas de recuerdo libre y de reconocimiento
- (b) RECONOCIMIENTO DEL CONCEPTO DE CADA ADHESIVO: entendida como la correspondencia entre el diseño de un adhesivo y la apreciación acerca de la situación de compra
- (c) PREFERENCIA POR LA UBICACIÓN DEL ADHESIVO EN EL TELEVISOR: preferencia expresada por los participantes respecto de la ubicación del sticker en el televisor.

Procedimiento

El estudio se realizó en las instalaciones de la Fundación Universitaria Konrad Lorenz, en un salón dotado con los materiales e instrumentos requeridos. El procedimiento se aplicó de manera individual a cada participante. En todos los casos el participante primero leyó y firmó el consentimiento informado antes de ingresar al salón. Posteriormente el auxiliar de investigación registraba los datos sociodemográficos.

El procedimiento se dividió en cuatro fases: (a) conocimiento previo sobre Televisión Digital para Todos (TDT), (b) evaluación del contenido informativo de los cuatro adhesivos, (c) reconocimiento del concepto de los adhesivos, y (d) evaluación de la preferencia de la ubicación de los adhesivos. La tabla 1 presenta de manera sinóptica el procedimiento.

Tabla 1. *Fases del estudio*

FASE	DESCRIPCIÓN	DURACIÓN
CONOCIMIENTO SOBRE TDT.	Evaluación del conocimiento de los participantes sobre TDT.	2 minutos
EVALUACIÓN DE CONTENIDO DE LOS ADHESIVOS.	Pruebas de reconocimiento y de recuerdo libre de la información contenida en cada uno de los adhesivos posterior a su presentación	10 minutos
RECONOCIMIENTO DEL CONCEPTO DE LOS ADHESIVOS	Escenario de compra simulado en que el participante debía seleccionar los adhesivos que fueran más correspondientes con la necesidad o no de comprar un decodificador.	5 minutos
EVALUACIÓN DE LA PREFERENCIA DE LA UBICACIÓN DE LOS ADHESIVOS	Identificación de la posición más sobresaliente de los adhesivos en un televisor .	5 minutos

Fase 1 - Conocimiento sobre TDT. Una vez en el salón, al participante se le preguntó si sabía que era la Televisión Digital Terrestre, la Televisión Digital Abierta o la Televisión Digital para Todos. A aquellos participantes que respondieron afirmativamente se les pidió que explicaran en qué consistía.

Fase 2 - Evaluación de contenido de los adhesivos. Al participante se le permitió tener acceso a los adhesivos, uno a la vez. Primero se presentó el adhesivo No. 1 que correspondía a la información textual “Este televisor SI recibe la señal de televisión digital terrestre adoptada en Colombia”, por 5 segundos, luego se retiró el adhesivo y se le preguntaba en qué consistía la información del adhesivo. Después de la respuesta emitida por el participante, se le

presentaba el mismo adhesivo en la pantalla del televisor por 3 segundos y posteriormente aparecía una pregunta con tres opciones:

Este TV:

- Recibe los canales nacionales de manera gratuita indefinidamente.
- Recibe los canales nacionales de manera gratuita hasta abril de 2015, después debo comprar un decodificador.
- No recibe los canales nacionales, debo comprar un decodificador.

El participante debía seleccionar verbalmente una de las opciones. La misma secuencia procedimental fue administrada para el adhesivo No. 2 *“Este televisor NO recibe la señal de televisión digital terrestre adoptada en Colombia”*, para adhesivo No. 3 *“Televisión digital abierta. Este televisor recibirá señal digital abierta en Bogotá y Medellín hasta abril de 2015. Este televisor funciona para: TV análoga, TV cable o satelital, videojuegos, DVD y similares. Después de esta fecha necesitará comprar un decodificador externo para recibir la señal, y finalmente para el adhesivo No. 4 “Televisión digital abierta. Este televisor no recibe señal de televisión digital abierta. Este televisor funciona para: TV análoga, TV cable o satelital, videojuegos, DVD y similares. Necesita comprar un decodificador externo para recibir la señal”*.

Fase 3 - Reconocimiento del concepto de los adhesivos. En esta fase se le mostraba al participante los cuatro adhesivos en diferente orden y se le proponía una situación simulada: *“Si usted va a comprar un TV que reciba la señal de los canales nacionales gratuitamente por tiempo indefinido ¿Cuál adhesivo debe tener el TV?”*, el auxiliar de investigación anotaba la respuesta. Independientemente de la respuesta dada por el participante, el auxiliar retiraba el adhesivo No. 1 (figura 1a), dejaba el resto sobre la mesa y situaba al participante en el siguiente contexto: *“Todas estas láminas le indican que usted debe comprar un decodificador para recibir la señal de los canales nacionales gratuitamente. Señale cuál lámina describe de manera más precisa esa información”*. El participante debía señalar una de los adhesivos y el auxiliar registraba la respuesta.

Fase 4 - Evaluación de la preferencia de la ubicación de los adhesivos. En esta fase final del estudio, se usaron dos adhesivos únicamente, el No. 1 (figura 1a) y el seleccionado por el participante como el mejor descriptor de la necesidad de comprar un decodificador (parte final de la fase 3). En un primer momento se usó el adhesivo No. 1 y se ubicó durante 3 segundos en las esquinas inferior izquierda, después en la superior derecha y luego en la inferior derecha (siempre en ese orden). Se indagó al participante sobre en cuál posición resultaba ser más evidente el adhesivo.

Con relación al otro adhesivo (el seleccionado por el participante en la parte final de la fase 3), se realizó el mismo procedimiento de ubicación e indagación. Para ambos adhesivos usados en esta fase se preguntó sobre la razón de la preferencia de la ubicación. A cada uno de los participantes se le invitó a que revisara la página web www.tdtparatodos.tv para que aprendieran o complementaran su conocimiento en torno a la TDT.

Resultados

La muestra fue conformada por 18 mujeres y 12 hombres que correspondieron respectivamente al 60 y al 40% respectivamente. Como se muestra en la figura 2, el 67% había terminado el bachillerato, mientras que el resto de participantes tenían títulos de educación superior, siendo los profesionales con una participación del 17% la mayoría de este segmento.

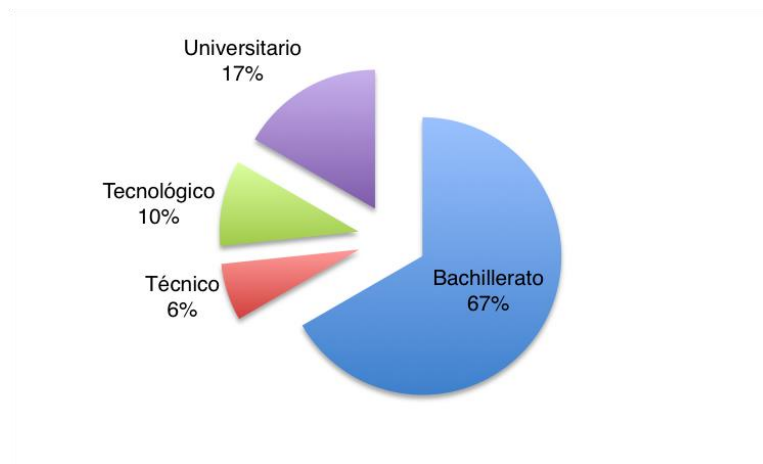


Figura 2. Distribución de la muestra por título académico

En cuanto al estrato socioeconómico, los participantes se distribuyeron entre los estratos 1 a 6, siendo los estratos 3, 2 y 4 en su orden lo de mayor frecuencia. En la figura 3 se puede apreciar la distribución de los participantes.

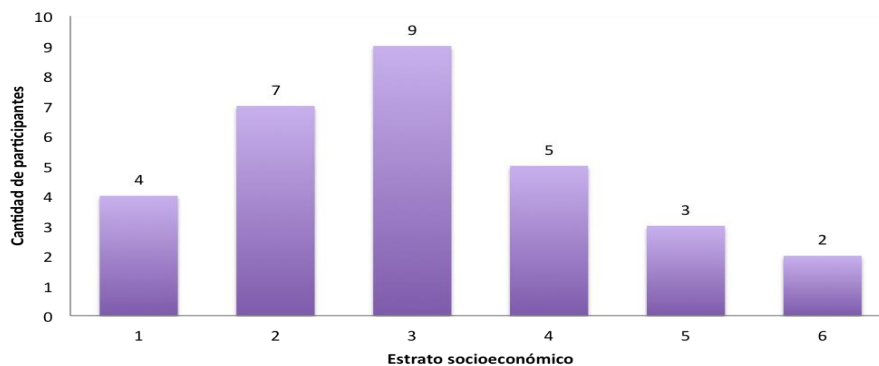


Figura 3. Distribución de los participantes en cuanto a estrato socioeconómico.

Conocimiento sobre TDT.

Solamente el 31% de las personas reportaron tener conocimiento sobre la TDT. Si bien a nivel estadístico no se encuentran diferencias significativas entre los géneros, en la apreciación visual (ver figura 4), los hombres aventajan a las mujeres en cerca de un 20% en el conocimiento sobre el tema.

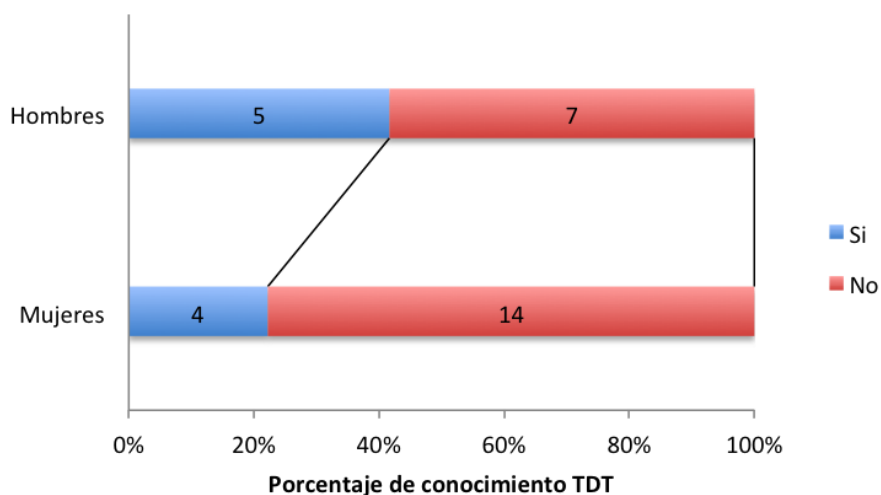


Figura 4. Declaración de conocimiento sobre TDT entre hombres y mujeres.

Sin embargo, hubo un reconocimiento generalizado del logo-símbolo de la TDT aunque en términos de sus implicaciones respecto a la compatibilidad de los televisores el conocimiento en general fue bajo. Ninguna persona indicó en la respuesta abierta aspectos asociados con la compatibilidad de los televisores o la necesidad del uso de aparatos decodificadores de la señal. Las respuestas acertadas versaron sobre los protocolos de transmisión; respuestas que aunque correctas nunca estuvieron orientadas hacia sus implicaciones en el contexto de las características de los equipos.

Algunos comentarios hechos por los participantes en otros momentos del estudio indicaban que nunca habían visto o escuchado que se debía tener en cuenta el tipo de televisor para que funcionara sin más aparatos con la televisión abierta.

Evaluación de contenido de los adhesivos.

En esta fase del estudio los participantes fueron motivados en un primer momento a observar cada uno de los adhesivos y responder en qué consistía el mensaje de cada uno (**prueba de recuerdo libre**) y posteriormente se le administraba la siguiente pregunta: Este TV (a) recibe los canales nacionales de manera gratuita hasta abril de 2015, después debo comprar un decodificador, (b) no recibe los canales nacionales, debo comprar un decodificador y (c) no recibe los canales nacionales, debo comprar un decodificador (**prueba de reconocimiento**).

Como se mostró en la figura 1 se presentaron cuatro adhesivos para evaluación. Solamente uno de ellos (adhesivo No.1, figura 1a) señala que el televisor no tendrá ninguna limitación para recibir la señal de televisión digital terrestre en Colombia. Los otros tres adhesivos, en cambio, indican que el televisor servirá con señal abierta en las ciudades de Bogotá y Medellín hasta abril de 2015 (adhesivo No. 3, figura 1c) o que definitivamente se requiere de un decodificador adicional (adhesivos No. 2 y 4, figuras 1b y 1d). Es decir, que del conjunto de adhesivos evaluados, solamente uno señala la compatibilidad con la DVB-T2 mientras que

los otros siempre indican que por sí solo el televisor no va a funcionar con el estándar para TDT.

En este orden, cada uno de los adhesivos se evaluó en términos de su contenido informativo. Para el caso del adhesivo No. 1, algunas de las respuestas abiertas atípicas en la prueba de recuerdo libre fueron: “se necesita un televisor plasma para que funcione la TDT” y que “los televisores mejoran su capacidad con la TDT”, contenidos que no están ni explícitos ni implícitos en el diseño evaluado. Respecto a la prueba de reconocimiento, el 73% de los participantes (ver figura 5) respondieron de manera precisa a la información contenida a partir de una serie de opciones.



Figura 5. Precisión en la identificación del contenido informativo del adhesivo No. 1

Respecto a los adhesivos 2 a 4, aquellos que indican la limitación del TV para la recepción del estándar DVB-T2, el contenido informativo más claro resultó ser el del adhesivo No. 3 en la prueba de reconocimiento, el cual indica la utilidad del televisor sin decodificador hasta abril de 2015 en las ciudades de Bogotá y Medellín, el cual fue identificador por el 86,7% de los participantes.

Como se hace evidente en la figura 6, el adhesivo No. 2 tiene menor contenido informativo en contraste con los adhesivos 3 y 4. En los verbatimim asociados con las respuestas abiertas en la

prueba de recuerdo libre ante la exposición inicial, vale la pena mencionar algunos como: respecto al adhesivo No. 3 “es un TV que viene con el decodificador y soporta la señal”; hecho que implica que una persona puede comprender que el TV es compatible sin una re-exposición al adhesivo y, respecto al adhesivo No. 4, la apreciación de un participante fue “el TV no funciona, ni con decodificador”.

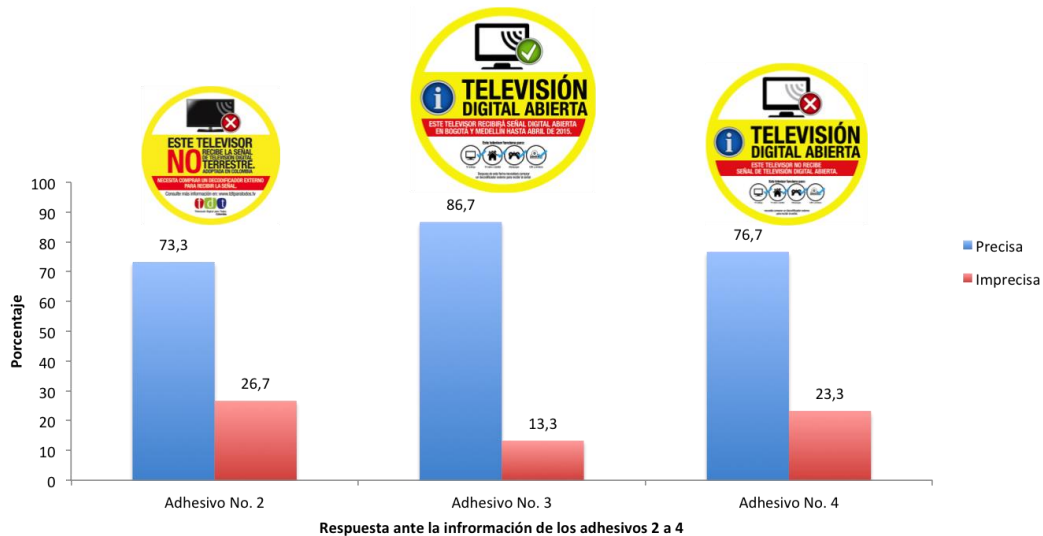


Figura 6. Precisión en la identificación del contenido informativo de los adhesivos 2, 3, y 4.

Reconocimiento del concepto de los adhesivos.

El concepto de los adhesivos se evaluó en el contexto de una situación simulada de compra. En primera instancia se le pidió a cada participante que seleccionara el adhesivo que debería exhibir aquel televisor que recibiera de manera indefinida la señal de TDT de forma gratuita sin necesidad de adquirir un decodificador. De acuerdo con lo mencionado anteriormente él único adhesivo cuyo concepto es coherente con la situación es el No. 1. En la figura 7 se evidencia una selección de este adhesivo por parte del 83,3% de los participantes. Vale la

pena resaltar que el 16,7% restante eligió el adhesivo No. 3 que señala la necesidad de comprar decodificador en Bogotá y Medellín en abril de 2015.

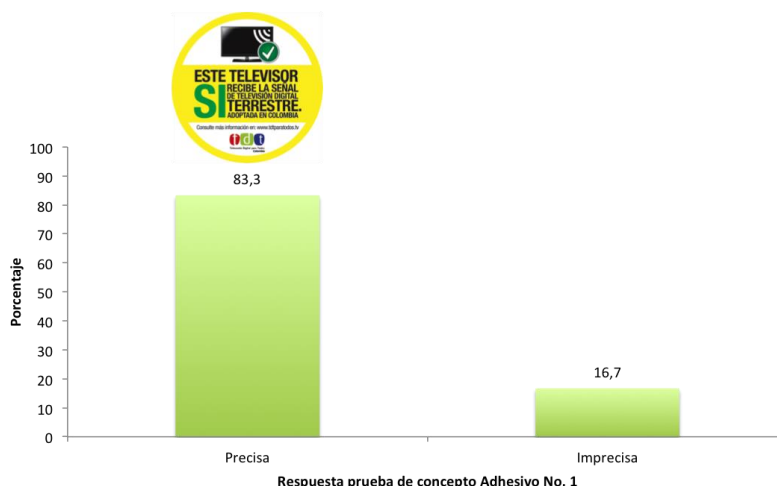


Figura 7. Prueba de concepto del adhesivo No.1.

Respecto a los adhesivos 2 a 4, en la situación de mayor correspondencia con la situación de requerir un decodificador para tener acceso a TDT, el 86,7% de los participantes indicaron el adhesivo No. 2 (figura 8)

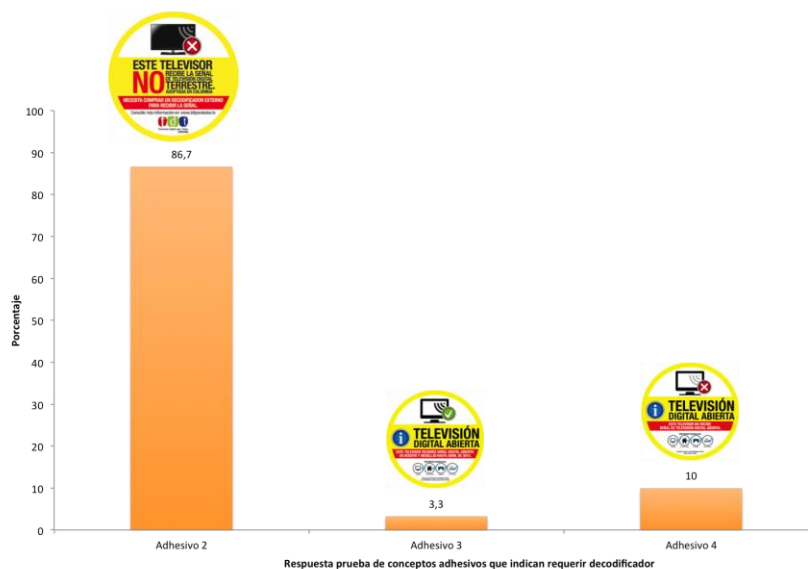


Figura 8. Prueba de concepto de adhesivos que advierten la compra de un decodificador.

Evaluación de la preferencia de la ubicación de los adhesivos

Se evaluaron independientemente el adhesivo No.1 (no requiere decodificador) y los otros adhesivos (2 a 4; requiere decodificador) en tres posiciones diferentes en un televisor de 42" negro. La figura 9 muestra la preferencia para ambos casos de ubicar el adhesivo en la esquina superior derecha.

No obstante, de acuerdo con la figura 9, se presenta una mayor tendencia (70%) por la posición del adhesivo No. 1 en contraste con solamente un 48% respecto a los adhesivos que informan requerir un decodificador.

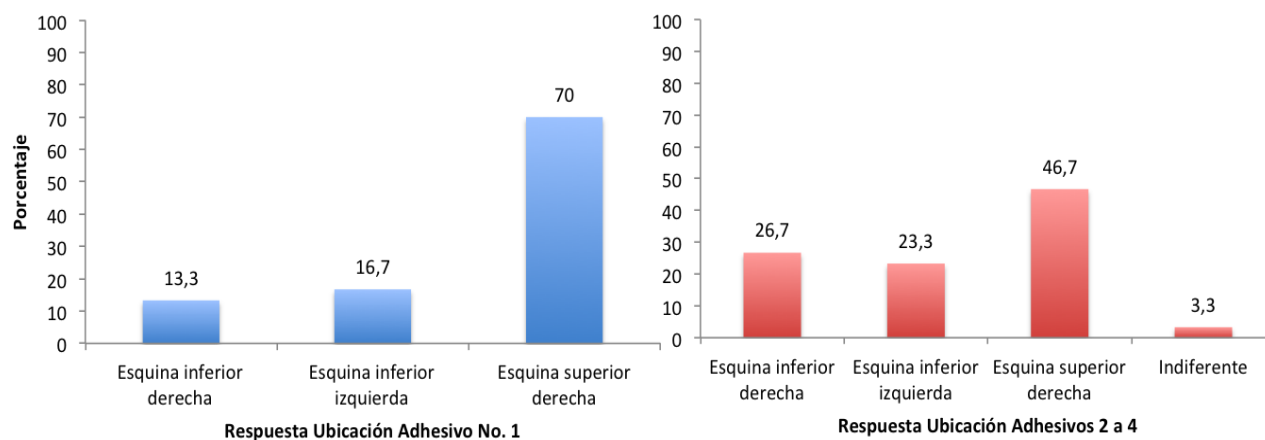


Figura 9. Preferencia en la ubicación del adhesivo No. 1 (barras azules) y 2 a 4 barras rojas.

Discusión y Recomendaciones

El presente estudio tuvo como objetivo evaluar diferentes características de los adhesivos para TDT que han de ubicarse en los televisores en los locales comerciales. La evaluación de la dimensión del *contenido informativo* indica que el adhesivo No. 1 presenta información específica sobre la capacidad del aparato para recibir la señal de la TDT, esta conclusión se respalda con los resultados de las pruebas de reconocimiento y de recuerdo libre, ambas de memoria, en la cual la situación general fue de correspondencia entre el reporte y la selección cerrada. No obstante, es preciso señalar el caso del Adhesivo No. 3 frente al cual el recuerdo

libre, en general, se respondió que indicaba la capacidad del TV para TDT, aunque en la prueba de reconocimiento hubo precisión respecto a que la capacidad o compatibilidad estaba limitada. La prueba de recuerdo libre requiere mayores recursos cognitivos en contraste con la prueba de reconocimiento, dado que la segunda tiene apoyo estimativo (por ejemplo las opciones de respuesta); el color verde del ícono del adhesivo No. 3 puede ser el responsable del sesgo de respuesta en la prueba de recuerdo libre.

Respecto a los adhesivos 1 y 3 se puede concluir que ambos exhiben claridad informativa evidente en la prueba de reconocimiento. Esto en un contexto natural implica que se requiere soporte al consumidor, por ejemplo a través de piezas publicitarias informativas acerca del “significado” de cada adhesivo; lo cual implica un apalancamiento con otra estrategia. En contraste, en la prueba de *correspondencia del concepto* con la situación de compra resulta ser el adhesivo No. 1 el más elusivo respecto a la capacidad del televisor para su funcionamiento con TDT. En este orden de ideas, se sugiere privilegiar el uso del adhesivo No.1 para informar sobre la compatibilidad del TV con el estándar DVB-T2.

El concepto del adhesivo No. 2 resultó ser más correspondiente con evidenciar la necesidad de comprar un decodificador. Si bien en las pruebas de información no fue el diseño con mejor valor informativo, resulta claro que en la situación de compra funciona mejor para informar al usuario de abstenerse de comprar un equipo no compatible con TDT. Si de prevenir la compra de un televisor no compatible con el estándar de televisión se trata, se recomienda el uso del adhesivo No. 2.

Respecto a la ubicación, la esquina superior derecha es la preferida para la ubicación de los adhesivos. Esto resultó claro en el caso del adhesivo No. 1 aunque no fue contundente en los otros adhesivos, la razón de esta dispersión puede radicar en que los adhesivos 2 a 4 contienen partes de color rojo que orientan con mayor eficacia la atención visual.

Finalmente, el estudio revela que el conocimiento sobre TDT es bajo; tal vez un refuerzo en las campañas informativas y las implicaciones para el consumidor sea necesario.

En síntesis...

La esquina superior derecha es la ubicación que genera mayor atención al consumidor.



El Adhesivo No 1 es el que mejor contenido y concepto tiene respecto a la compatibilidad del TV con la TDT.

El Adhesivo No. 2 es el que mejor señala al usuario que el TV necesita un decodificador para tener acceso a la TDT.

