

Percepción de compra de celulares en el canal tradicional

Sector de San Andresito, Bogotá

María Alejandra Villalobos Corredor (Cod.01196070)

Edwin Hernán Casallas Garzón (Cod.01194021)

Cristhian Andrés Gómez González (Cod.01178070)

Cesar Augusto Medina Acero

Seminario de Investigación

Corporación Universitaria Unitec

Escuela de ciencias económicas y administrativas

Mercadeo y Publicidad

Bogotá, Colombia

Mayo 23 de 2023

## Contenido

Introducción.....	3
Resumen .....	5
Planteamiento del Problema .....	6
Justificación.....	8
Pregunta Problema.....	10
Objetivo General .....	11
Objetivos específicos .....	11
Marco Teórico .....	12
Estado del Arte .....	15
Tabla No 1. Estado del arte, venta de dispositivos móviles en San Andresito .....	15
Diseño Metodológico .....	17
Tabla No 2: Ficha técnica compradores de celulares en el canal tradicional (San Andresito).....	17
Conclusiones.....	35
Recomendaciones .....	37
Bibliografía.....	40

## Introducción

La percepción de compra puede ser muy relativa, varía según el producto y la necesidad del consumidor. Últimamente se ha visto que la tecnología es fundamental en la vida de las personas, y más después de la pandemia del COVID 19, donde el trabajo remoto y el confinamiento obligatorio, llevó a las personas a permanecer en sus casas. Por esa razón, la compra de dispositivos electrónicos como smartphones, computadores de escritorio, portátiles, tablets y demás dispositivos aumentaron en sus ventas.

En este proyecto de investigación nos enfocaremos y analizaremos en profundo la percepción de compra en este tipo de canales tradicionales como lo es San Andresito de la 38, nuestro objetivo es comprender aquellos factores que logran llegar a influir en la decisión de los consumidores en este contexto específico.

El principal problema que surge en este tipo de entornos es la falta de control y regulación en los mercados informales, esto puede conllevar a la venta y distribución de productos de dudosa procedencia, adulterados, falsificados o de procedencia desconocida, lo cual representa un gran riesgo para aquellos consumidores que quieren comprar u obtener un producto o en este caso un dispositivo de calidad y con garantía.

Los smartphones y computadores ahora son parte elemental en la vida de las personas. Es así, como encontrar un dispositivo que se ajuste al presupuesto, gustos y necesidades, se puede volver inalcanzable para muchos. Lo anterior, obliga a las personas a iniciar la búsqueda de dicho producto. Visitar los sitios donde venden tecnología es la principal alternativa. Este viaje comienza en: almacenes de cadena, tiendas de fabricante, distribuidores oficiales y centros comerciales, hasta visitar los sitios web de las marcas o incluso recurrir a las redes sociales. Sin embargo, existe el canal tradicional, mercados sectorizados poco formales donde se puede encontrar, gran variedad de marcas y productos a precios bajos. Para muchas personas, estos mercados ofrecen flexibilidad, y brindan opciones de compra como el llamado regateo, lo cual no existe en las tiendas modernas. Por eso el sector de San Andresito, puede ser la mejor opción

de muchas personas para comprar celulares, ya que les ofrece: precios más atractivos y la posibilidad de negociar el producto.

Por otra parte, la compra de smartphones en este tipo de mercados informales puede convertirse en un riesgo, pues la falta de regulación de los entes gubernamentales y el bajo control por parte de los fabricantes puede generar la venta de productos adulterados, falsificados y de procedencia desconocida. En contraste a lo anterior, las tiendas oficiales y almacenes de grandes superficies, son sinónimo de garantía.

En este trabajo, trataremos de analizar a fondo la percepción de compra en mercados tradicionales como el caso de San Andresito, situado en la ciudad de Bogotá, lugar donde la tecnología abarca un gran porcentaje de este canal.

Para abordar esta problemática nosotros realizaremos una metodología de investigación mixta, donde utilizaremos técnicas cuantitativas y cualitativas, lo primero que realizaremos es entrevistas y encuestas a aquellos consumidores que generalmente visitan y compran en este tipo de mercados como lo es San Andresito de la 38, esto con el fin de obtener información detallada sobre la percepción de compra de cada uno de ellos, y cuales son las razones principales para elegir este tipo de mercados, sus preocupaciones en cuanto a calidad, garantía y autenticidad.

Con base a los resultados que obtengamos se buscaran alternativas de solución que conlleven a mejorar la percepción de compra de celulares en San Andresito, dentro de estas alternativas se pueden llegar a incluir ciertas medidas de control y regulación por parte de los entes competentes y una mayor verificación de productos por parte de los fabricantes, también una mayor educación en la conciencia de los consumidores respecto a los riesgos que se presentan en los mercados informales. También observaremos ciertos factores que logran influenciar al consumidor que frecuenta este sector, se analizarán los posibles riesgos que pueden llegar a estar asociados con la compra de celulares en estos sitios.

## Resumen

El sector de San Andresito en Bogotá es muy conocido por su amplia variedad de marcas y artículos, van desde: ropa, licores, accesorios deportivos, juguetes y tecnología. Por eso, se ha vuelto un lugar muy popular y de mayor afluencia, por aquellos que buscan obtener costo – beneficio sobre el artículo que necesitan.

Esta percepción puede variar según: experiencia, estrato socioeconómico, nivel de educación y rango de edad. Se pueden sumar otros factores como la calidad, la seguridad de los productos, garantía y también la ubicación geográfica del sector.

En términos de costos, el mercado de San Andresito es reconocido por ofrecer precios significativamente bajos en comparación a una tienda moderna, en pocas palabras: quienes buscan ahorrar dinero, acuden a este mercado con el fin de tener un buen producto a un precio muy bajo.

## **Planteamiento del Problema**

El adquirir o comprar celulares en un canal tradicional o mercado informal como lo es San Andresito es una decisión o elección muy común para muchos ciudadanos o para aquellos consumidores de tecnología, sin embargo, es muy importante estudiar y analizar los diferentes factores que pueden llegar a influir en la decisión de compra en este contexto, también se deben analizar las posibles consecuencias y tipos de fraude presentes, la judicialización y los fines pertinentes relacionados con este tema.

Comprar un dispositivo móvil en Colombia es muy fácil, existen centros comerciales, almacenes de cadena, tiendas de fabricante, distribuidores oficiales que brindan la experiencia y garantía. Otra forma de comprar smartphones es a través de internet, los mismos puntos de contacto, pero formato virtual. Ofrecen experiencia, calidad y respaldo.

Sin embargo, existe un mercado desconocido para muchos, debido a la falta de visibilidad y publicidad en medios. Pero a la vez se convierte en el lugar más frecuentado por los conocedores del sector, y es el canal tradicional. Este se caracteriza por estar en sectores comerciales de una ciudad y distribuido en tiendas o locales comerciales de barrio.

Teniendo en cuenta lo anterior se explorarán los factores que influyen en las decisiones de compra de los consumidores de un mercado como lo es San Andresito, estos factores pueden ser la variedad de marcas, modelos disponibles, la reputación de los locales y sus vendedores, la autenticidad y calidad de los productos ofrecidos sin dejar de lado lo más importante como lo es la posibilidad del regateo y el precio que se vuelve fundamental. Mediante entrevistas y encuestas se recopilará la información que nos lleven a tener los datos que nos permitan comprender la importancia de cada factor y como se logran comparar entre si en la toma de decisiones de la compra.

Adicionalmente se tendrán en cuenta los tipos de fraude y las consecuencias presentes en un mercado informal, como lo es San Andresito, la falta de garantías, o prácticas fraudulentas que afectan a los consumidores, a la industria en general y que termina vulnerando los derechos

del consumidor. Los fines del tema se centrarán en la protección de los derechos a los consumidores logrando promover un mercado seguro y justo, e incentivar la confianza y transparencia en el canal tradicional de San Andresito, esto identificando los posibles factores de influencia en la decisión de compra, comprender las consecuencias y tipos de fraude, así como el análisis de los aspectos legales. Nuestra investigación tiene como objetivo mejorar en todos los aspectos la experiencia de compra y lograr la protección del consumidor en este entorno específico.

Para los fabricantes de celulares, el canal tradicional se convierte en la opción de tener mayor penetración en los mercados. También es considerado por los colombianos como el lugar donde encuentran de todo, se conglera gran variedad de marcas y referencias, hay productos nacionales y extranjeros a precios muy competitivos.

Sin embargo, hay riesgos presentes en este canal de distribución, tanto para fabricantes y compradores, estos son: bajo control sobre la mercancía, garantía del producto, inseguridad en el sector y la ilegalidad o procedencia de los celulares. Son factores que generan desconfianza al momento de comprar allí.

## Justificación

En un mundo globalizado e hiperconectado, donde la mayoría de las comunicaciones se generan a través de un dispositivo tecnológico. Da como resultado, el auge de una nueva tendencia de mercado, donde los consumidores tienen una gran capacidad de decisión dentro del proceso de compra.

El consumidor colombiano se encuentra en un momento de transformación profunda, ahora está más informado, consulta, comprueba y compara, no permite ser seducido fácilmente, busca los mejores productos que le brinden calidad y precio. Que sea accesible y responda a sus necesidades.

La evolución digital es sorprendente, el crecimiento en la adquisición de tecnología móvil es del 127.9% y la conectividad a internet del 69.1%, la persona permanece conectada a sus dispositivos tecnológicos aproximadamente 14 horas diarias. Según el último estudio realizado por la empresa Branch (Branch, 2022). Lo anterior nos da a entender que una de las preferencias de compra de hoy, está ligada con los productos de tecnología, ya que es necesario mantenerse constantemente conectado con el mundo .

De acuerdo con la cantidad de personas que cuentan con conexión a internet, la compra de tecnología para estar conectados a la red se divide en: smartphones 97%, computadores portátiles 74%, tabletas 34%, TV 16%, consolas de videojuegos 29%, smart home 10%, relojes inteligentes 21% y dispositivos de realidad virtual 4% (Branch, 2022). Ahora bien, el cliente colombiano tiene la percepción de: la calidad del producto y su precio, lo que genera comparaciones entre las marcas. Así podrá saber, cuál es el más conveniente, este ítem obtiene un 82.1% de relevancia. Atributos como: la marca, calidad y funciones, entran a competir con un 81% en el interés del consumidor. Las promociones y descuentos ocupan un 68.8% ya que, con o sin ofertas estarían dispuestos a adquirir el producto. Resultados generados por la encuesta realizada por CESA (College of Higher Studies of Administration) (CESA, 2019).



Es de denotar, que la normativa colombiana, también ha incentivado el uso de tecnologías, en pro del desarrollo, es así como llega la ley 741 de 1993 que estipula los derechos y deberes de los operadores de telefonía celular, y clasifica el uso de los dispositivos y la conectividad como de primera necesidad para el colombiano (TIC, s.f.).

Ahora bien, y en contexto a lo que compete el presente trabajo, tenemos el decreto 1630 de 2011, expedido por el Ministerio de la TIC, en el cual se adoptan todas las medidas necesarias para la restricción de la venta de equipos hurtados. El decreto aplica para toda persona, jurídica, natural y PRSTM. El principal hecho que debe tener presente el comercializador, es que no tendrá oportunidad de vender sin la respectiva autorización brindada por el TIC, de no aparecer el SIIA se tomará como venta ilegal, y tendrá repercusiones graves. Todo dispositivo importado y/o vendido debe contar con su respectivo probatorio (Factura, contrato, etc.) adicional de la rigurosa revisión por parte de la DIAN comprobando que cada dispositivo tenga un identificativo IMEI que le permita estar de manera legal en el país. (ESPECTADOR, 2012)

Teniendo en cuenta lo anterior, el auge que representa la línea tecnológica en la economía es la clara percepción del consumidor, respecto a su decisión de compra para este mercado, lo que lo hace un punto de investigación fuerte, a fin de entender a mayor detalle, como piensa el consumidor, y como por medio de todas las habilidades desarrolladas en el transcurso de la carrera como mercadólogos y publicistas , podemos sumar a la percepción del cliente una experiencia única en mercados que no se toman tanto en cuenta como lo son los San Andresito de la ciudad de Bogotá.

Ahora bien, el interés detrás de la gran maquinaria que significa San Andresito es tomar parte de la cultura arraigada que trae este mercado, y mezclarlo con mecanismos de comunicación actual, a fin de crear un comercializador fuerte ante la competencia, que cumpla con la normativa legal impuesta, y que deje de ser visto con informalidad, para así llegar a competir con las grandes plataformas.



### Pregunta Problema

¿Cuáles son los factores que influyen en los consumidores para tomar la decisión de comprar celulares en San Andresito y cómo se comparan estos factores entre sí?

## **Objetivo General**

Analizar los diferentes factores que pueden influir al consumidor en la decisión de compra de smartphones en San Andresito.

## **Objetivos específicos**

- Análisis del consumo celulares dentro de los San Andresito en la ciudad de Bogotá a fin de contar con un punto de partida que permita identificar relevancias.
- Analizar el comportamiento del consumidor frente a los celulares, para definir su necesidad frente a los mismos.
- Conocer la percepción de los consumidores frente a los san Andresito, ampliando así el espectro en cuanto a pros y contras de este mercado
- Identificar factores que influyen al consumidor en estos locales comerciales, dando como resultado, mejoras y/o consejos para el comerciante de San Andresito

## Marco Teórico

El presente trabajo de investigación tiene como referencia la percepción de compra de celulares en el canal tradicional de San Andresito, específicamente en el contexto del mercado informal, con el fin de lograr entender este fenómeno es casi que necesario fundamental explorar las características y el concepto de mercado tradicional y las consecuencias del mercado informal en nuestro país.

**Canal Tradicional:** Se refiere a la forma de distribución y venta de productos, el canal tradicional se refiere a todas aquellas actividades económicas que se realizan al margen de la respectiva regulación del estado, en pocas palabras son aquellas que no están registradas, que no tributan formalmente, o que no están sujetas a la regulación gubernamental y no cumplen con las normas establecidas (DANE, 2021), la informalidad es un fenómeno presente en muchos países, incluyendo Colombia, son una realidad económica y social la cual ha sido objeto de diferentes estudios. Por ejemplo, López & Arévalo (2015) identificaron que los consumidores que compran en mercados informales buscan precios bajos y una amplia variedad de productos. La calidad percibida es un factor fundamental, Giraldo & Franco (2019) encontraron que la calidad percibida fue uno de los factores más importantes en la elección de un celular en estos espacios.

**Características del mercado informal de compra y venta de celulares:** son muchas las características del mercado informal, como la compra y venta de celulares es un claro ejemplo del mercado informal en Colombia, este mercado se compone de vendedores que no tienen un registro formal ante las autoridades y no cumplen con las regulaciones establecidas por el gobierno (Villegas, 2016) Este mercado puede estar compuesto por los bajos precios respecto a los mercados formales ya que no están sujetos a impuestos, adicional a esto la falta de control en cuanto a la venta y distribución de equipos robados. En cuanto a los vendedores que se encuentran en estos mercados surge otra característica fundamental, López & Arévalo (2015) encontraron que la confianza en los vendedores es importante para los consumidores ya que les permite tener información sobre los productos y establecer una relación de confianza con los

vendedores. Según una investigación realizada por Ronderos & Pinilla (2019) los consumidores que compran en estos mercados pueden ser personas de bajos recursos que buscan productos a precios accesibles.

**Perfil de los compradores en el mercado informal:** El acceso y uso de los teléfonos celulares en Colombia es amplio, incluyendo tanto áreas urbanas como rurales (UNICEF, 2017). Los compradores de este tipo de móviles en los mercados informales pueden ser aquellas personas que buscan una referencia o modelo específico a un precio más asequible, o aquellas personas que no pueden acceder a los canales de venta formales. Por otro lado, García, Camargo & Jaimes (2018) identificaron que los compradores en los mercados informales de Bogotá pueden tener diferentes edades, géneros, y niveles educativos. Asimismo, se ha encontrado que la experiencia previa de compra en estos mercados influye en el comportamiento de los consumidores. Según López & Arévalo (2015) los consumidores pueden ser personas de bajos recursos y que buscan productos a precios asequibles o que han comprado anteriormente en los mercados informales tienen una mayor confianza en los vendedores y pueden ser más propensos a repetir su experiencia de compra en estos espacios.

**Consecuencias económicas y sociales del mercado informal:** La informalidad laboral puede tener efectos negativos en la economía y la sociedad, como la falta de protección social y los riesgos para la salud y seguridad de los trabajadores informales (Arango & Vargas, 2008). La contraloría de Bogotá (2019) analiza aquellas consecuencias económicas y sociales de la informalidad y el subempleo en la sociedad, incluyendo la inestabilidad laboral y el acceso a servicios básicos.

**Smartphone de mayor relevancia en el mercado:** Esta industria es altamente competitiva y en Colombia no es la excepción, esta se encuentra liderada por empresas como Samsung, Huawei, Xiaomi y Apple. Según un informe de la consultoría IDC, en el tercer trimestre de 2020, Samsung se posicionó como líder del mercado con una participación del 28.5%, seguido por Huawei con el 18.7% y Xiaomi y Apple con el 13.4% y el 11.4% respectivamente (El Espectador, 2020).



**Tendencias de uso de Smartphones:** Según un estudio realizado por la empresa Cifras y Conceptos, en Colombia el 70% de la población tiene o utiliza un smartphone y su uso más frecuente es para navegar en internet, redes sociales, mensajería instantánea y correo electrónico (Portafolio, 2020). En nuestro país el precio es determinante y es un factor importante a tener en cuenta, según un estudio de la plataforma Linio el precio de los smartphones más vendidos en Colombia es \$1.035.000 pesos y el 70% de las ventas corresponden a dispositivos que no superan el \$1.000.000 (La República, 2021)

Generando un resumen, la compra y venta de celulares en el sector de San Andresito de la 38 es uno de los claros ejemplos de los mercados informales en Colombia, es importante validar, analizar y revisar algunos estudios previos que se hayan realizado para los mercados informales y en general, en particular si existe alguno realizado para San Andresito, esto permitirá construir sobre los conocimientos previos y contextualizar aún más la investigación.

## Estado del Arte

De acuerdo con la siguiente matriz, se podrá evidenciar las diferentes fuentes, que contribuyen al adecuado desarrollo de esta investigación, y que permiten un análisis crítico del estado actual de la misma.

**Tabla No 1. Estado del arte, venta de dispositivos móviles en San Andresito**

<b>Introducción</b>	<p>Los textos ubicados para este trabajo, dan la guía en tres ramas esenciales, comportamiento del consumidor bogotano post pandemia, consumo de equipos móviles y panorama general de ventas en el sector de San Andresito de San José. Con esto en mente se busca responder a la duda ¿Cuáles son los factores que influyen en la decisión de compra de los consumidores, a la hora de escoger a San Andresito de San José y no mercados formales, para adquirir smartphones?</p> <p>Es con lo anterior que se pretende Analizar los diferentes factores que pueden influir en el consumidor a la hora de decidir comprar smartphones en San Andresito San José. A fin de dar cumplimiento a este gran objetivo se propone:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Investigar las percepciones y opiniones que los consumidores, consideran relevantes del San Andresito.</li> <li>2. Identificar los diferentes factores de accesibilidad y comodidad del sector.</li> <li>3. Evidenciar los riesgos asociados en cuanto a la compra de tecnología en San Andresito.</li> </ol>
<b>Presentación General de Resultados</b>	<p>En total se encontraron 5 textos propicios a la investigación, los cuales serán agrupados conforme a las características relevantes de su data y aporte soportado. Lo anterior se dividirá en:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>A. Estado y hábitos de consumo del bogotano posterior a la pandemia del COVID 19</li> <li>B. Estadísticas de la situación digital y consumo móvil en Colombia</li> <li>C. Panorama general de empleabilidad y ventas en San Andresito De San José</li> </ol>
<b>Desarrollo</b>	<p>Los textos A, se caracterizan por dar un panorama más real de lo que es hoy en día el consumidor bogotano y lo mucho que impacto la pandemia en el mismo. Tenemos como resultado un consumidor más preocupado por cuanto dinero gasta, en que marcas invierte y mucho más confiado en la compra digital que física. El 54% de encuestados asegura que su forma de comprar cambia drásticamente, y que son seres más preocupado por su bienestar físico y paz mental. Ahora bien, la compra de tecnología no es algo que dejen de lado, pero ya no es algo tan primordial para los mismos. En algo que si coinciden es tener un buen celular para tomar fotos y capturar los momentos felices para recordarlos siempre. Esto informes nos permiten conocer cómo actúa hoy en día el consumidor, que es lo que le preocupa y como sería la forma adecuada de acercarse al mismo a la hora de buscar información relevante para el estudio.</p> <p>Los textos B, nos muestran por medio de estudios y estadísticas como es el panorama digital en Colombia, obteniendo como resultados, que la navegación promedio del colombiano en internet es de 11 horas y que el 94% de los mismos accede por medio de su celular, adicional que lo que más disfrutan ver son videos cortos 57%, tomar fotos 55% y revisar redes sociales con un 54% lo que nos da a entender que el actual consumidor, depende en gran manera de su dispositivo móvil ya que es la herramienta por la cual centraliza varios aspectos de su cotidianidad. Entre todos los documentos mencionados vale la pena resaltar, el articulo presentado por la revista La República, donde nos deja ver que el sector de San Andresito De San José se ha convertido en una de las cunas de empleabilidad más prosperas del país, donde los productos más fuertes a la venta son, ropa, tecnología (Resaltando los celulares) y juegos de video.</p>
<b>Conclusiones en Relación con la Investigación</b>	<p>Con base en la literatura encontrada, es posible establecer que para el estudio del tema actual es importante tener presente la posición del consumidor bogotano, que si bien tienen una buena percepción de lo que es el mercado tecnológico y no es reacio a comprar en un mercado como lo es San Andresito De San José, si existen algunas barreras que pueden poner en peligro el mercado, como lo es la compra digital. Más sin embargos por arraigos de cultura y seguridad en la compra, el mercado físico siempre será de preferencia. El boom en las tecnologías es algo que se puede aprovechar sin lugar a duda, el reconocimiento que está alcanzando un mercado como San Andresito De San José también, ahora bien el secreto está en determinar como hacer que el consumidor se sienta más en confianza en este ámbito.</p> <p>Las encuestas de opinión dentro del mismo, son una herramienta perfecta para determinar el grado de afinidad con la que cuentan los clientes en este mercado y que permitirá dar un panorama más claro.</p>

## Conclusiones

De la información obtenida a partir de los textos consultados se utilizarán los aspectos relacionados con hábitos de consumo post pandemia, la nueva visión holística del consumo digital en Colombia y la necesidad del consumidor actual de estar conectado a su dispositivo móvil para condensar en un solo lugar gran parte de sus transacciones que si bien antes eran físicas, ahora son completamente virtuales, adicional, relacionaremos todo lo anterior en un mercado en crecimiento como lo es San Andrés de San José, que presenta oportunidades gigantes en el mercado actual tecnológico y que su oferta de valor no está solamente en calidad, sino en el mejor manejo de precios. Ahora bien, la data respecto a este sector en específico no es muy grande por lo cual, nuestro proyecto pretende aportar por medio de encuestas una visión más aterrizada a la realidad, respecto a la percepción del consumidor actual en este lugar, su grado de confianza y comodidad con lo que ofrece este sector y sobre todo entender que es lo que le gusta y le disgusta del mismo, para presentarlo como una oportunidad de mejora a los mismos.

- Arenales, J (10 de diciembre del 2022). San Andrésitos generan un millón de empleos y proyectan aumentar ventas en 30%. <https://www.larepublica.co/especiales/san-andresitos/san-andresitos-generan-un-millon-de-empleos-y-proyectan-aumentar-ventas-en-30-3505865#:~:text=Comercio-,San%20Andresitos%20generan%20un%20mill%C3%B3n%20de,proyectan%20aumentar%20ventas%20en%2030%25&text=Las%20expectativas%20de%20diciembre%20est%C3%A1n,informal%20no%20es%20la%20excepci%C3%B3n>

## Bibliografía

- Deloitte, (2020). Estudio de Consumo Móvil Colombia 2020. Deloitte. <https://www2.deloitte.com/co/es/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/consumo-movil-en-colombia-2020.html>
- Jiménez, A. Acosta, W (2021). HÁBITOS DE CONSUMO QUE SE HAN GENERADO EN EL CONSUMIDOR BOGOTANO PRODUCTO DE LA PANDEMIA COVID-19. Digitik Área Andina. <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/3949/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=C on%20la%20pandemia%20del%20covid,que%20debido%20al%20confinamiento%20hubo>
- Medina, R (21 de junio del 2022) Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2021-2022. Branch. <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2021-2022/>
- Press, Releases (25 de noviembre de 2021). Después del COVID, éstas serán las tendencias del consume. BCG. <https://www.bcg.com/press/25november2021-post-covid-consumer-trends>

**Fuente:** Elaboración propia.

Con lo anterior, podemos entender que el consumidor colombiano, se encuentra en constante evolución conforme a su entorno, que es mucho más moderno y se mueve con completa tranquilidad por los entornos digitales. El contar con dispositivos tecnológicos que le permitan comunicarse, entretenerse y llevar el control de toda su vida desde una sola herramienta, es lo que más busca. El precio es un factor muy decisivo a la hora de generar una compra, confía en su opinión y conocimiento. No teme a los mercados informales, al contrario, le parecen un centro de compra idóneo para cubrir sus necesidades, con productos de alta calidad y precios razonables.



## Diseño Metodológico

Con el fin de lograr obtener la mayor información posible para nuestra investigación realizamos una encuesta a 92 personas de diferentes localidades de la ciudad de Bogotá, se tuvieron en cuenta datos muy importantes que debían estar presentes en esta encuesta, como la edad, genero, nivel académico y demás información que nos llevaran a conocer la percepción de compra de los encuestados, aplicamos un total de 17 preguntas a través de un formulario creado en Google Forms, la información recolectada fue de total ayuda y comprensión para nuestra investigación, a continuación les presentamos la ficha técnica y el contenido de dicha encuesta con sus respectivos resultados y análisis.

### **Tabla No 2: Ficha técnica compradores de celulares en el canal tradicional (San Andresito)**

**Título:** Percepción de los compradores de celulares en el canal tradicional (San Andresito)

---

**Enfoque de investigación:** Cualitativo con enfoque fenomenológico.

---

**Nivel de investigación:** Descriptivo.

---

**Target:** 23 participantes | Hombres (19) Mujeres (4) | Edad 18 a 46 años | NSE 1, 2, 3, 4 | Ciudad Bogotá.

---

**Técnicas de recolección de datos:** Encuesta.

---

**Instrumento de recolección:** Google Forms.

---

**Procesamiento de datos:** Análisis de contenido.

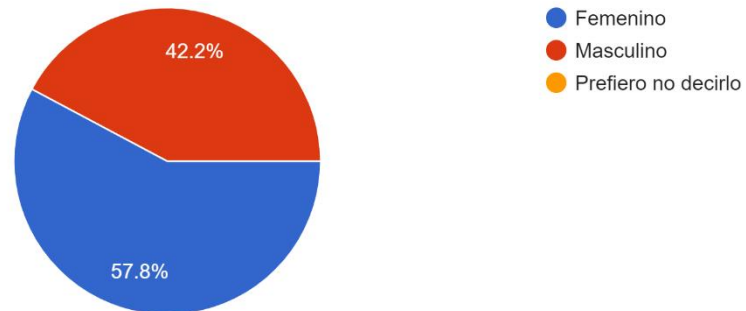
---

**Fuente:** Elaboración propia.

### Gráfica 1 Género

Selecciona tu género

90 respuestas



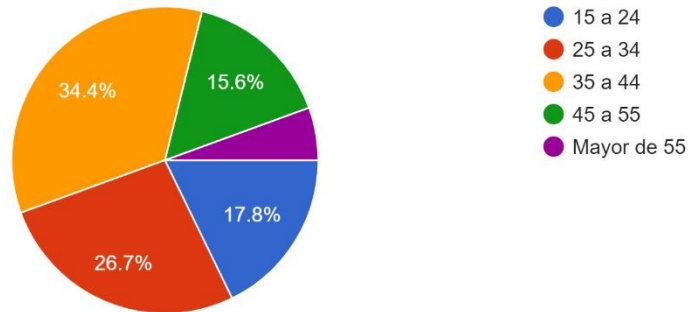
**Fuente:** Elaboración propia con base en los resultados del estudio Cuantitativo

Se puede evidenciar que las personas de sexo femenino tuvieron un mayor interés al solicitar el diligenciamiento de la encuesta, dándoles un porcentaje del 15.6% por encima de los hombres.

## Gráfica 2 Edad

Selecciona tu rango de edad

90 respuestas

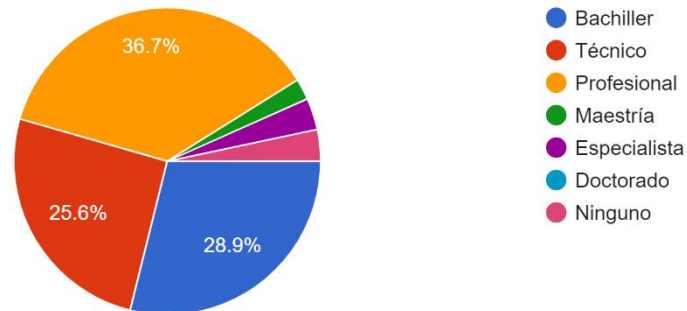


**Fuente:** Elaboración propia con base en los resultados del estudio Cuantitativo

Podemos observar que las personas entre los 35 y 44 años tuvieron un índice de participación del 34.4%, mientras que las personas mayores de 55 años fueron quienes menos participaron de dicha encuesta con un 5.5%, esto se puede transformar en que las personas mayores de dicha edad no generan tanta participación en compra de productos tecnológicos como si lo hacen las personas con menor edad.

### Gráfica 3 Nivel Académico

Nivel Académico  
90 respuestas



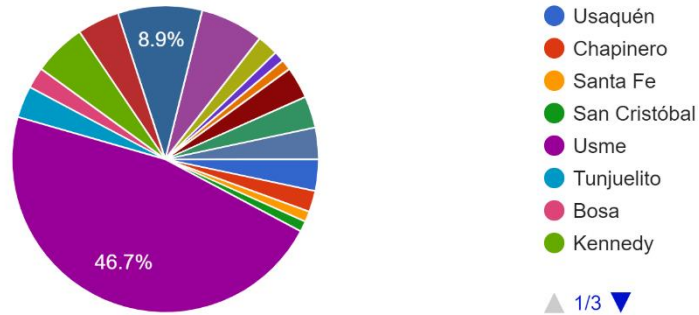
**Fuente:** Elaboración propia con base en los resultados del estudio Cuantitativo

En esta gráfica vemos como el nivel educativo se marca ampliamente a la hora de consumir este tipo de productos tecnológicos, donde su mayoría son personas profesionales, técnicas o bachilleres, y deja como resultado un pequeño porcentaje de aquellos que tienen estudios superiores como especializaciones o maestrías.

### Gráfica 4 Localidad

¿En qué localidad de Bogotá vives?

90 respuestas

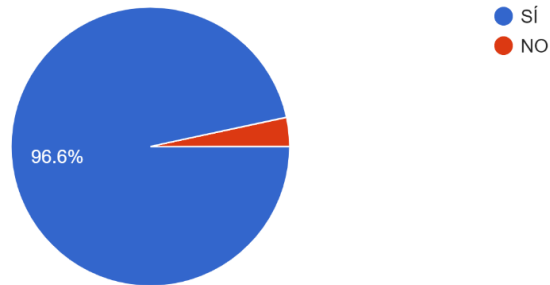


**Fuente:** Elaboración propia con base en los resultados del estudio Cuantitativo

Vemos que en esta gráfica el mayor porcentaje pertenece a una localidad en especial, lo cual marca una tendencia y nos da como resultado un mayor interés de esta población, el restante de localidades se divide de una manera más equilibrada lo cual genera una buena participación para los análisis de los otros resultados.

### Gráfica 5 ¿Conoces San Andresito?

1. ¿Conoces o has visitado el mercado informal de San Andresito de la 38?  
89 respuestas



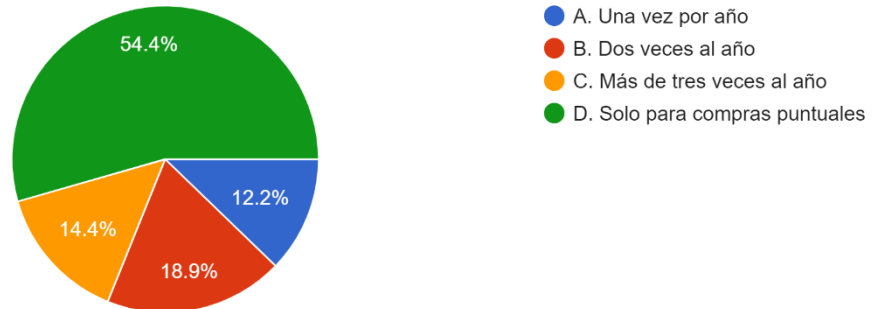
**Fuente:** Elaboración propia con base en los resultados del estudio Cuantitativo

Se puede evidenciar claramente que las personas encuestadas conocen un mercado informal como lo es San Andresito, este alto porcentaje nos da claridad en que los resultados de dicha encuesta serán acertados y que nos podrán dar sus opiniones respecto a la compra de celulares en este mercado informal.

### Gráfica 6 Frecuencia

¿Con qué frecuencia acudes a mercados como San Andresito ?

90 respuestas

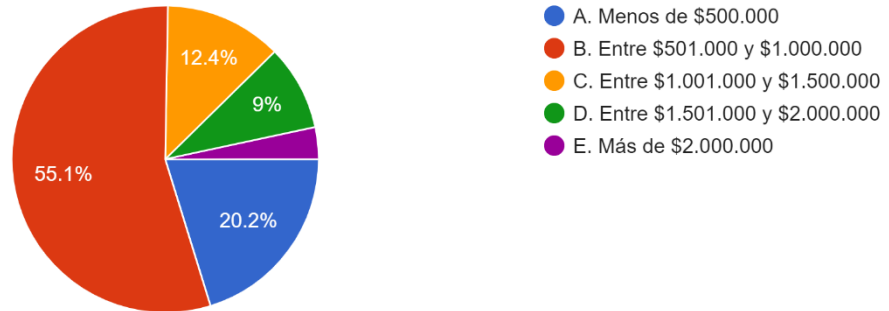


**Fuente:** Elaboración propia con base en los resultados del estudio Cuantitativo

El 54.4% acude a este tipo de mercados solo para compras puntuales, como lo es en este caso la compra de celulares vemos que son compras que se dan una vez por año, el restante podríamos interpretar que acude a este mercado para compras en las diferentes épocas que generalmente se marcan a lo largo del año.

### Gráfica 7 ¿Cuánto dinero gastarías?

¿Cuánto dinero gastarías en promedio para adquirir un celular en San Andresito de la 38?  
89 respuestas



**Fuente:** Elaboración propia con base en los resultados del estudio Cuantitativo

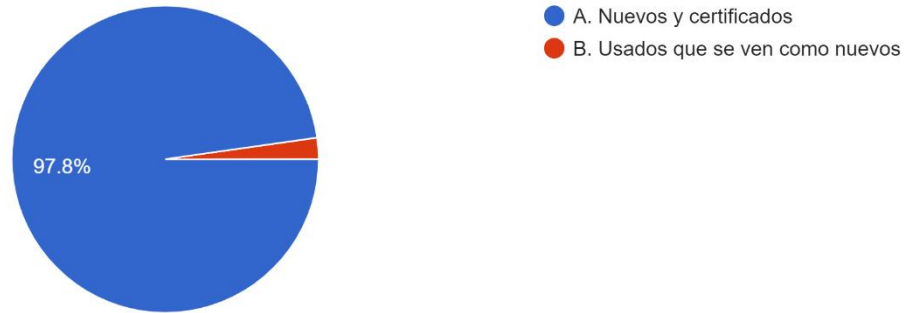
Podemos observar que se marcan claramente dos rangos de precios, donde un alto porcentaje de personas encuestadas compran celulares que no sobrepasan el millón de pesos, esto nos da una claridad en cuanto al tipo de celulares que la se adquieren en este tipo de mercados informales, donde el precio juega un papel definitivo.



### Gráfica 8 Preferencias

¿Prefieres comprar celulares nuevos o usados?

89 respuestas



**Fuente:** Elaboración propia con base en los resultados del estudio Cuantitativo

Evidenciamos que las personas no correrían el riesgo de invertir su dinero en productos de segunda

### Gráfica 9 Factores

¿Qué factores te pueden motivar para comprar en San Andresito?

80 respuestas

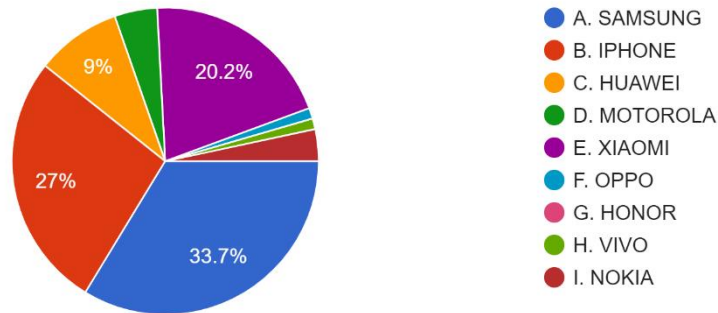
Economía
Precio
El precio
Precio
Economía
Economía
El precio
La economía
la economía de los artículos

**Fuente:** Elaboración propia con base en los resultados del estudio Cuantitativo

En esta pregunta los usuarios, fueron muy repetitivos en un factor relevante y de común acuerdo que justifica el motivo por el cual compran en San Andresito, el mismo se trata de la flexibilidad de precios que maneja este sector del mercado, lo que nos da a entender, que es accesible y cómodo para el bolsillo de muchos y que precios bajos, es una línea destacable a tener en cuenta para este sector.

### Gráfica 10 Marca Preferida

¿Cuál es tu marca preferida de celular?  
89 respuestas



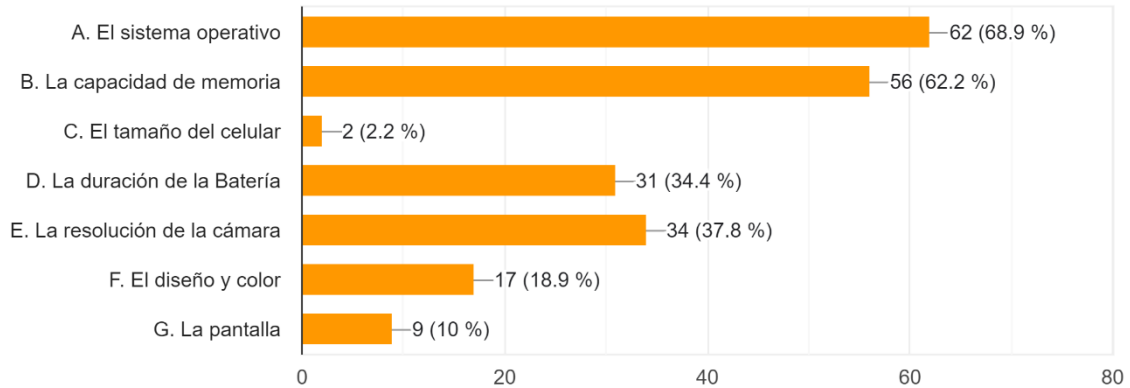
**Fuente:** Elaboración propia con base en los resultados del estudio Cuantitativo

En el mercado actual, existen muchas marcas de celulares para escoger, pero la preferencia del cliente de San Andresito está en Samsung con 33.7%, iPhone con 27% y Xiaomi con 20,2% marcas que de por sí, son reconocidas y de tradición en el mercado. Causan el sentido de confiabilidad que busca el cliente y sobre todo el alivio de llevarse un equipo de tecnología de punta, que tiene prestigio y buenas críticas.

### Gráfica 11 Características

¿Cuáles son las características más importantes que tienes en cuenta a la hora de comprar un celular?

90 respuestas



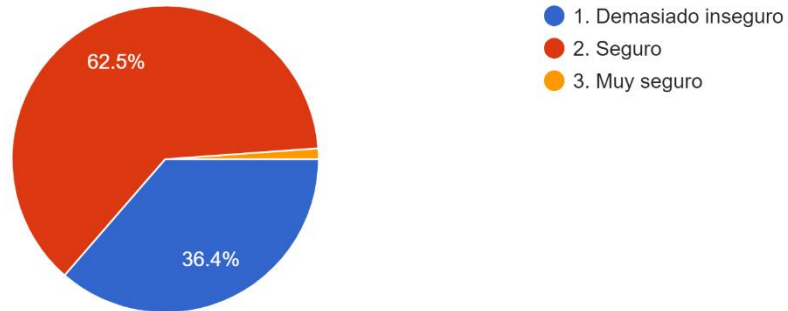
**Fuente:** Elaboración propia con base en los resultados del estudio Cuantitativo

Se puede evidenciar que los consumidores encuestados buscan calidad en tecnología, con un 68.9% de respuestas guiadas al sistema operativo, buen almacenamiento con un 62,2% y excelente cámara para guardar recuerdos con 37.8%. Lo anterior nos da a entender, que contamos con clientes mucho más informados y claros con sus preferencias, no van a permitir que se les engañe y saben características muy técnicas de los dispositivos.

### Gráfica 12 Seguridad

¿Qué tan seguro te parece San Andresito?

88 respuestas



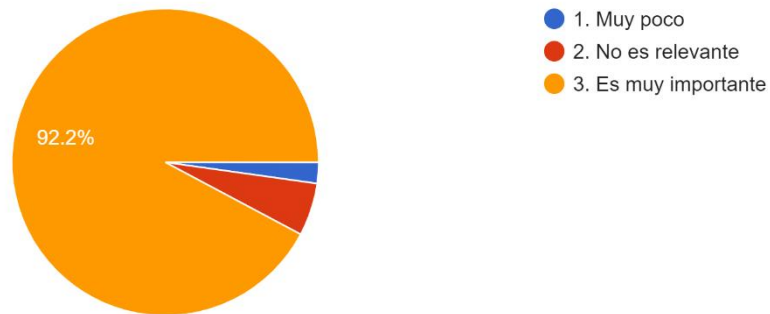
**Fuente:** Elaboración propia con base en los resultados del estudio Cuantitativo

Con esta pregunta podemos evidenciar, que el estigma sembrado sobre San Andresito, no es un consenso general que sesgue a toda la población, pues los usuarios en un 62.5% confían en el nivel de seguridad del sector para la compra de dispositivos móviles.

### Gráfica 13 Garantía

¿Si compras un celular en San Andresito, te preocuparía la garantía?

90 respuestas



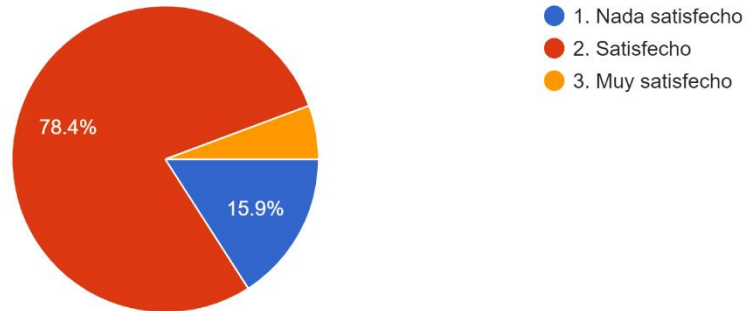
**Fuente:** Elaboración propia con base en los resultados del estudio Cuantitativo

Podemos evidenciar que para los clientes es muy relevante contar con una garantía que soporte la compra de sus productos, con un 92.2% de participación en esta respuesta. Con esto podemos evidenciar que, si bien el consumidor se siente cómodo al comprar en este mercado, prefiere asegurar su compra, y contar con un soporte que le permita refutar en caso de daño. Si bien las garantías que ofrece San Andresito no son de tanto tiempo, si es un tema a tener en cuenta para los vendedores a fin de mejorar sus ventas y puedan dar un plus en su servicio.

### Gráfica 14 Sensaciones

¿Cuál sería tu sensación después de comprar un celular en San Andresito?

88 respuestas



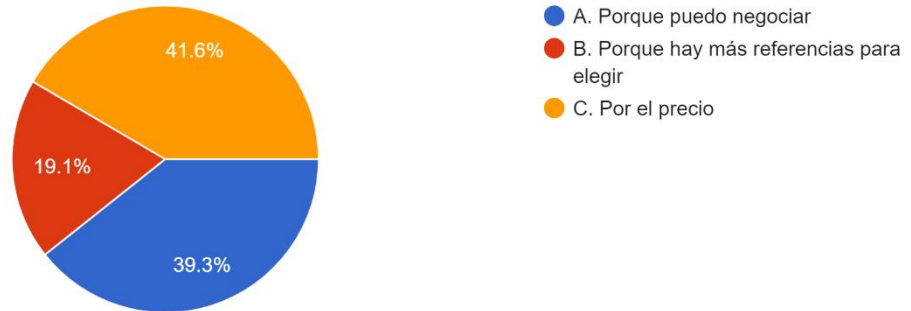
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del estudio Cuantitativo

Se puede evidenciar que un porcentaje de 78.4% se encuentra satisfecho con su decisión de compra en este mercado, lo cual nos da a entender que sus experiencias previas han sido positivas y satisfactorias. Ahora bien, el 15.9% restante es un nicho que se debe atacar directamente, a fin de enamorarlos de nuevo de San Andresito, y llevarlos a generar la compra de tecnología móvil.

### Gráfica 15 Preferencias

¿Por qué preferirías comprar un celular en San Andresito y no en un punto oficial?

89 respuestas



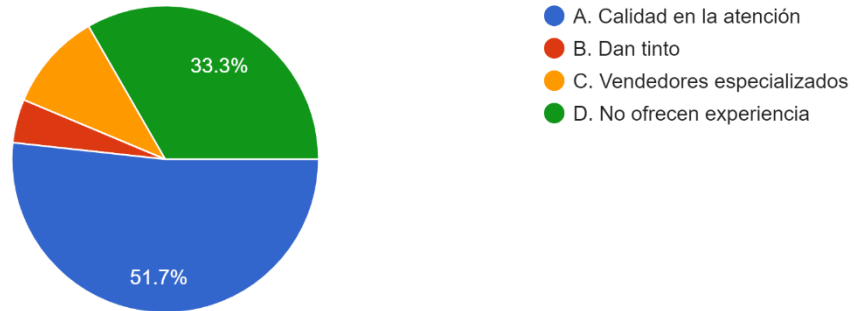
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del estudio Cuantitativo

Podemos notar que el factor monetario sigue siendo predominante en la decisión de compra de los usuarios con un 41.6% adicional de un factor de negociación relevante que da un porcentaje de participación del 39.3%. En conclusión, este mercado predomina incluso de los sitios oficiales, ya que permite al cliente generar ahorro en su compra.

### Gráfica 16 Experiencias

¿Por qué San Andresito podría ofrecer una mejor experiencia de compra de celulares?

87 respuestas



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del estudio Cuantitativo

Se puede evidenciar que el servicio al cliente y atención al detalle es un factor que impulsa a comprar al cliente de San Andresito con un 51.7% de participación, por lo tanto, que la combinación de precios accesibles y servicio al cliente da como resultado ventas exitosas en este mercado, que se ha convertido en reconocido y confiable para hacer este tipo de compras.



## Gráfica 17 Razones

¿Por qué San Andresito podría ofrecer una mejor experiencia de compra de celulares?

<p>¿Cuál son las razones por la que comprarías un celular en punto de venta oficial diferente a San Andresito?</p> <p>78 respuestas</p> <p>Seguridad</p> <p>Por el respaldo, garantía y que tengo la certeza de que es un producto original</p> <p>Seguridad y garantía</p> <p>Garantía del móvil, autenticidad.</p> <p>POR QUE SE PUEDE NEGOCIAR</p> <p>Por que se puede negociar . y puede dejar el de uno como parte de pago</p> <p>Puede dar más seguridad sobre el producto</p> <p>Garantía, servicio, confiabilidad,</p>	<p>Garantía</p> <p>Porque si se dañó me lo cambian por otro</p> <p>Asesoría</p> <p>por seguridad, garantía y respaldo</p> <p>Da igual lo importante es la legalidad</p> <p>Por la calidad</p> <p>La seguridad que no es robado no me gustaría ser parte de comprar cosas robadas cuando podría ser yo la víctima</p> <p>Buena atención</p> <p>No compraría</p>
<p>Que no atienden bien al cliente y sus precios</p> <p>Credito</p> <p>Previo</p> <p>Garantía y respaldo de la marca y empresa en caso de que algo falle en el equipo</p> <p>Me genera más seguridad el adquirir un celular en un punto oficial ya que también sería un lugar reconocido, recomendado que me daría garantía y me ofrecería algo con lo que esté satisfecha.</p> <p>Por el reconocimiento siento que dan más garantías a la hora de comprar un producto</p> <p>Hace poco iba a adquirir un nuevo equipo de mi referencia favorita pero en ningún punto oficial lo tenían, me decían que esa referencia ya no iba a llegar más a Colombia y cosas así. Fui a San Andresito y lo tenían completamente nuevo, seguro, en variedad de color y almacenamiento. En lo personal no creo volver a puntos oficiales.</p>	<p>Que no haya ningún tipo de probabilidad de que el celular fuese robado y por supuesto la calidad del producto.</p> <p>La seguridad de que son celulares certificados</p> <p>Por la garantía de la seguridad sobre los celulares</p> <p>Se sacan más económicos</p> <p>Por que me dan crédito.</p> <p>No hay razones, no compararía</p> <p>Precios</p> <p>Seguridad</p> <p>Porque hav promociones</p>
<p>por la procedencia de los articulos</p> <p>Garantía, seguridad y asesoría</p> <p>Por seguridad en la garantía y procedencia del equipo</p> <p>Promociones</p> <p>Precio</p> <p>Por la garantía</p> <p>Por la garantía certificada, calidad del celular ya que garantiza su originalidad.</p> <p>Garantía</p> <p>Sería por que se genera mayor confianza de estar comprando algo seguro de que es original y nuevo</p>	<p>Por seguridad y calidad</p> <p>Credibilidad del establecimiento y confiabilidad en el producto</p> <p>Garantía y calidad</p> <p>No es robado</p> <p>Garantía. Asesoría. Seguridad.</p> <p>Porque estoy comprando directamente con los representantes de cada operador y puedo recurrir a algún medio en caso de fraude, daño o cambio</p> <p>respaldo y confiabilidad</p> <p>Seguridad, garantía y respaldo de marca</p> <p>Atención</p>



Nunca he comprado un celular en san andresito y la verdad no creo que lo haga	Costo
Garantía, seguridad, asesoría	Seguridad, garantía y originalidad.
Crédito	Tranquilidad
Por referencia	Respaldo
Ninguna jamás compraría	Porque tengo más opciones
Por respaldo y garantía	Garantía del producto
La garantías	La seguridad
Porque es mas seguro	Por que da la garantía de adquirir un producto certificado con garantía y legal
Precio,garantía,calidad	Que tengan un plus por la compra del aparato. Un valor agregado exclusivo
Por el respaldo de la tienda oficial	
La garantía y financiamiento.	
No compraría en calle	
Por tarjetas	
Confiabilidad	
Respaldo y garantías	
Razones La verdad compraría en un punto de venta oficial solo por que aceptan tarjeta de crédito y no tengo la plata de contado de lo contrario no compraría los precios son caros de los celulares y también los accesorios y no le dan valor agregado al cliente solo este es el precio si le sirve bien o no ni modo	

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del estudio Cuantitativo

En este ítem podemos evidenciar los miedos que presenta el cliente de San Andresito, al no hacer compra en un sitio oficial de venta de celulares. La razón principal se debe al temor de que sea un dispositivo robado, y no cuente con respaldo y garantía, en cualquier caso, de daño del mismo. Este es un factor para tener muy en cuenta para los comerciantes del sector, pues trabajar en herramientas que permitan un mayor nivel de confiabilidad por parte del cliente le va a brindar un valor agregado que les permitirá ser líderes en el mercado.

[https://docs.google.com/forms/d/1PhhQh1MTL9IYLxcNiZmoFK5zbzvKKJL8WPbUr\\_2dqw0/edit](https://docs.google.com/forms/d/1PhhQh1MTL9IYLxcNiZmoFK5zbzvKKJL8WPbUr_2dqw0/edit)

## Conclusiones

1. Analizando el consumo de celulares dentro de San Andresito de la ciudad de Bogotá, obtenemos como resultado que, de acuerdo con la muestra tomada, para el consumidor, el mercado resulta ser atractivo para hacer compras de cualquier tipo, esto debido a que es frecuentado en la mayoría de los casos para adquirir productos que no encuentras en mercados modernos como el retail. Adicionalmente, el factor precio y negociación está en las mentes de los compradores que asisten a estos locales comerciales. Sin embargo y de forma paralela existe un temor al comprar tecnologías allí especialmente celulares, puesto que la dudosa procedencia, la garantía y la calidad llega a ser un punto de quiebre para no visitar dicho sector.
2. Es de resaltar, que la comunicación se ha convertido en una necesidad, el estar conectado es indispensable, incluso y según la normatividad colombiana, es un derecho que tiene todo ser humano, por eso el MINTIC a trabajado en conceder estos accesos incluso a las poblaciones más alejadas. Es con esto que podemos concluir, que los dispositivos móviles llegaron para quedarse, y contribuir al desarrollo del país.
3. Teniendo en cuenta que uno de nuestros objetivos era conocer la percepción del consumidor frente a este mercado, se hace preciso resaltar que la experiencia de compra para las personas que frecuentan ocasionalmente el San Andresito, ha sido buena, dejando una cercanía y asesoramiento por parte del personal que atiende los locales. Aunque este canal no ofrece la experiencia de pauta, publicidad y marketing, los compradores podrían visitar y tomar la decisión de comprar un celular allí por la recomendación de alguien que ya frecuentó el sector. Adicional, pudimos analizar que las marcas de celulares preferidas por la muestra de nuestra investigación son: Samsung con un 33.7%, iPhone con un 27% y Xiaomi con un

20% dejando atrás a marcas como Huawei, Motorola y otros. También determinamos que el uso de los celulares va por preferencias de allí que el 68.9% buscan un buen Sistema Operativo que soporte varias aplicaciones, el 62.2% almacenar lo que quieren en la memoria, un 37.8% necesitan mejor resolución para tomar fotos y videos, y un 34.4% que la batería dure más tiempo.

4. En consideración a los resultados de nuestra investigación cuantitativa y dando alcance a nuestro objetivo de reconocer factores que pueden mejorar, las personas si comprarían en San Andresito de la 38 de forma ocasional, no se arriesgan a comprar celulares de gama alta, ya que el presupuesto que invertirán es hasta el \$1.000.000. Se sentirán conformes durante y después de la compra debido a que pudieron negociar u obtener un producto a menor precio comparado con sitios oficiales o retail, pero con la inseguridad de que el celular, sea robado, no tenga garantía directa del fabricante o en el peor de los casos, no sea original. Es con lo anterior, que el comerciante de este mercado debe concentrar su esfuerzo, en demostrar que sus productos son legales y generar así campañas publicitarias en pro de obtener la confianza del consumidor, con productos de alta calidad, certificados y a un precio muy accesible.

## Recomendaciones

Si bien el sector de San Andresito de la 38 es poco explorado en términos de datos e información exacta, nuestra investigación expuso otro punto de vista sobre este canal de ventas, el cual hará parte de nuestras recomendaciones:

1. Para elevar la confianza en términos de compra segura y garantía, los posibles compradores pueden utilizar herramientas digitales como redes sociales e internet para conocer más sobre el establecimiento comercial.
2. Si bien, existe una intención de compra y el medio por el cual se enteraron del producto es por una amigo, familiar o conocido, es importante comparar el mismo con otros establecimientos oficiales, esto permitirá ganar confianza y adicional hacer un comparativo de precios.
3. Hacer del local comercial y el vendedor que lo atiende su aliado, para estos casos funciona escuchar las recomendaciones de personas que ya compraron allí, incluso su propia experiencia.
4. Observar que la publicidad, marketing o el mismo sector se siente poco fiable, no es sinónimo de encontrar un buen producto, la asesoría y atención de los vendedores será un factor determinante para realizar la compra.
5. Por su localización, el sector es industrial (rodeado de bodegas y fábricas) por lo que puede percibirse como inseguro. Sin embargo, la presencia de la policía e incluso la misma seguridad entre comerciantes, le permitirá hacer compras con tranquilidad. Cabe resaltar, siempre se debe estar pendiente de los objetos personales y no caminar por zonas solitarias.
6. Bajos precios no es igual que baja calidad, en la mayoría de los casos estos locales comerciales, venden celulares que traen de otros países, esto lo hacen para no pagar impuestos nacionales. En este caso ubique los distribuidores oficiales de los fabricantes, allí le darán la garantía y servicio sobre su producto como si lo comprara en una tienda o en los retailers



7. El control de la ventas y mercancía en este canal es casi nulo, por lo que exigir la factura de compra es una acción que le puede brindar seguridad al momento de adquirir un dispositivo.

### Carta Cesión de Derechos

Por intermedio del presente documento en mi calidad de autor o titular de los derechos de propiedad intelectual de la obra que adjunto, titulada Percepción de compra de celulares en el canal tradicional San Andresito, Bogotá, autorizo a la Corporación universitaria Unitec para que utilice en todas sus formas, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución (alquiler, préstamo público e importación) que me corresponden como creador o titular de la obra objeto del presente documento.

La presente autorización se da sin restricción de tiempo, ni territorio y de manera gratuita. Entiendo que puedo solicitar a la Corporación universitaria Unitec retirar mi obra en cualquier momento tanto de los repositorios como del catálogo si así lo decido.

La presente autorización se otorga de manera no exclusiva, y la misma no implica transferencia de mis derechos patrimoniales en favor de la Corporación universitaria Unitec, por lo que podré utilizar y explotar la obra de la manera que mejor considere. La presente autorización no implica la cesión de los derechos morales y la Corporación universitaria Unitec los reconocerá y velará por el respeto a los mismos.

La presente autorización se hace extensiva no sólo a las facultades y derechos de uso sobre la obra en formato o soporte material, sino también para formato electrónico, y en general para cualquier formato conocido o por conocer. Manifiesto que la obra objeto de la presente autorización es original y la realicé sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es de mi exclusiva autoría o tengo la titularidad sobre la misma. En caso de presentarse cualquier reclamación o por acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión asumiré toda la responsabilidad, y saldré en defensa de los derechos aquí autorizados para todos los efectos la Corporación universitaria Unitec actúa como un tercero de buena fe. La sesión otorgada se ajusta a lo que establece la ley 23 de 1982.

Para constancia de lo expresado anteriormente firmo, como aparece a continuación.



---

Edwin Casallas  
CC. 80.878.783



---

Alejandra Villalobos  
CC.



---

Cristhian Gómez  
CC. 1.033.702.328

## Bibliografía

- Arango, L. E., & Vargas, H. J. (2008). La informalidad en Colombia: un análisis de sus características, evolución y determinantes. *Revista de Economía del Rosario*, 11(2), 9-46
- Arenales, J (2022). San Andresito generan un millón de empleos y proyectan aumentar ventas en 30%. <https://www.larepublica.co/especiales/san-andresitos/san-andresitos-generan-un-millon-de-empleos-y-proyectan-aumentar-ventas-en-30-3505865#:~:text=Comercio-,San%20Andresitos%20generan%20un%20mill%C3%B3n%20de,proyectan%20aumentar%20ventas%20en%2030%25&text=Las%20expectativas%20de%20diciembre%20est%C3%A1n,informal%20no%20es%20la%20excepci%C3%B3n.>
- Asomóvil. (2021). *Google reveló que colombianos de bajos recursos cada vez acceden más a internet*. Asomóvil. <https://www.asomovil.org/google-revelo-que-colombianos-de-bajos-recursos-cada-vez-acceden-mas-a-internet/>
- Asomóvil. (2021). *Tiempo que destinan los colombianos en internet y las actividades que más realizan*. Asomóvil. <https://asomovil.org/tiempo-que-destinan-los-colombianos-en-internet-y-las-actividades-que-mas-realizan/>
- Asomóvil. (2015). *Uso de los smartphones en Colombia ya es mayor al 50% de la población, según Asomóvil* <https://www.asomovil.org/uso-de-los-smartphones-en-colombia-ya-es-mayor-al-50-de-la-poblacion-segun-asomovil/>
- CESA. (2019). El pulso detrás de las promociones en smartphones. *Cesa Edu*. <https://www.cesa.edu.co/news/el-pulso-detras-de-las-promociones-en-smartphones/>
- Contraloría de Bogotá. (2019). Informe de seguimiento a la gestión fiscal y resultados en el Distrito Capital: Informalidad laboral y subempleo. <https://www.contraloriabogota.gov.co/informe-de-seguimiento-a-la-gestion-fiscal-y-resultados-en-el-distrito-capital-informalidad-laboral-y-subempleo>



DANE. (2021). Informalidad en Colombia. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadísticas-por-tema/mercado-laboral/informalidad>.

Deloitte. (2020). Estudio de Consumo Móvil Colombia 2020. Deloitte. <https://www2.deloitte.com/co/es/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/consumo-movil-en-colombia-2020.html>

El Espectador. (2020). Samsung lidera mercado de smartphones en Colombia. <https://www.elespectador.com/noticias/tecnologia/samsung-lidera-mercado-de-smartphones-en-colombia-articulo-144450>

El Espectador. (2012). Reglamentan Venta De Celulares en Colombia. <https://www.elespectador.com/tecnologia/reglamentan-venta-de-celulares-en-colombia-article-328607/>

Euromonitor Internacional. (2022). Mobile Phones in Colombia. <https://www.euromonitor.com/mobile-phones-in-colombia/report>

Hubspot. (2020). *Todo lo que tiene que saber sobre el canal tradicional en Colombia y Latinoamérica*. Grupo BIT business analytics. <https://f.hubspotusercontent30.net/hubfs/3815039/Portafolio%20GBIT/Ebooks/Ebook%20Canal%20Tradicional2020.pdf>

García, C. M., Camargo, A. L. & Jaimes, A. M. (2018). Perfil del consumidor de los mercados informales en Bogotá. *Revista Científica General José María Córdoba*, 16(23), 209-222.

Giraldo, C. A., & Franco, D. A. (2019). Análisis de la percepción de calidad en la compra de tecnología en mercados informales de Colombia. *Revista Científica General José María Córdoba*, 17(24), 73-91.

Infobae. (2022). Usuarios de telefonía móvil en Colombia aumentaron un 10,9 %. *Infobae*. <https://www.infobae.com/america/tecno/2022/07/25/usuarios-de-telefonía-movil-en-colombia-aumentaron-un-109/>

- Jiménez, A. Acosta, W (2021). Hábitos de consumo que se han generado en el consumidor bogotano producto de la pandemia covid-19. Digitik Area Andina.  
<https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/3949/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Con%20la%20pandemia%20del%20covid,que%20debido%20al%20confinamiento%20hubo>
- Kemp, S. (2023). Digital 2023: Colombia. *Datareportal*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-colombia>
- La República. (2022), Colombia, en el top cinco de países en los que más tiempo se pasa en redes sociales. *La República*. <https://www.larepublica.co/internet-economy/colombia-en-el-top-cinco-de-paises-en-los-que-mas-tiempo-se-gasta-en-redes-sociales-3354259>
- La República. (2021). Smartphones: ¿Cuánto están dispuestos a pagar los colombianos por un teléfono? <https://www.larepublica.co/ocio/smartphones-cuanto-estan-dispuestos-a-pagar-los-colombianos-por-un-telefono-319300>.
- López, C. A., & Arévalo, M. A. (2015). Factores influyentes en la decisión de compra en los mercados informales de Bogotá, Colombia. *Revista Científica Visión de Futuro*, 19(1), 65-80.
- Loupen. (2021), La importancia de la tecnología en nuestra vida cotidiana. *LOPUEN*.  
<https://loupenlatam.com/es/blog/la-importancia-de-la-tecnologia-en-nuestra-vida-cotidiana/>
- Matwiejczyk, G. (2013). La Publicidad de Boca en Boca por Parte de Amigos y Familia en la que Más Confían los Consumidores en América Latina. *Nielsen*.  
<https://www.nielsen.com/es/news-center/2013/la-publicidad-de-boca-en-boca-por-parte-de-amigos-y-familia-en-la-que-mas-confian-los-consumidores-en-america-latina/>
- Medina, R. (2022). Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2021-2022. *Branch*.  
<https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2021-2022/>

PNUD Colombia. (2019). Informalidad empresarial en Colombia: caracterización, impacto y propuestas.

[http://www.co.undp.org/content/dam/colombia/docs/informalidad\\_Empresarial\\_caracterización\\_Impacto\\_y\\_Propuestas.pdf](http://www.co.undp.org/content/dam/colombia/docs/informalidad_Empresarial_caracterización_Impacto_y_Propuestas.pdf)

Portafolio. (2022). Comprar celulares a precios justos, en tiempos de alta inflación. *Portafolio*.

<https://www.portafolio.co/tendencias/comprar-celulares-a-precios-justos-en-tiempos-de-alta-inflacion-568586>

Portafolio. (2020). Smartphones: el dispositivo que mueve a Colombia.

<https://www.portafolio.co/negocios/empresas/smartphones-el-dispositivo-que-mueve-a-colombia-547320>

Press, Releases (2021). Después del COVID, éstas serán las tendencias del consume. BCG.

<https://www.bcg.com/press/25november2021-post-covid-consumer-trends>

Ronderos, P. A., & Pinilla E. F. (2019) Análisis de la dinámica de compra en el mercado informal de Bogotá: ¿Quiénes compran y por qué? Cuadernos de Administración, 35(64), 43-57.

UNICEF. (2017). TIC y desarrollo infantil en Colombia.

<https://www.unicef.org/colombia/sites/unicef.org.colombia/files/2018-02/TICyDesarrolloinfantilEnColombia.pdf>

Valora, Analitik. (2022). Los productos tecnológicos más comprados por los colombianos.

*Valora Analitik*. <https://www.valoraanalitik.com/2022/09/22/los-productos-tecnologicos-mas-comprados-en-colombia/>

Villegas, M. (2016). La venta informal de celulares en Colombia.

<https://www.elespectador.com/economia/la-venta-informal-de-celulares-en-colombia-articulo-632605>