

Trabajo Fin de Grado

El fenómeno de las compras colectivas online
mediante cupones de descuento

Autor

Madalina Dumitru

Directora

Isabel Buil Carrasco

Facultad de Economía y Empresa/ Lorenzo Normante
2016/2017

ÍNDICE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta	3
Anexo 2: Ficha observación webs	7
Anexo 2.1: Ficha observación Groupon	8
Anexo 2.2: Ficha observación Groupalia	9
Anexo 2.3: Ficha observación Let's Bonus	10
Anexo 3: Ficha observación newsletters.....	11
Anexo 3.1: Tabla resultados finales observación newsletters	11
Anexo 3.2 Fichas Completas Groupon	12
Anexo 3.3 Fichas Completas Groupalia.....	17
Anexo 3.4: Fichas completas Let's Bonus.....	22
Anexo 4: Tabla cruzada categoría favorita con sexo.....	29
Anexo 5: Prueba t para muestras independientes, compradores vs no compradores	30

Anexo 1: Encuesta

Hola, soy una estudiante de la Universidad de Zaragoza y estoy finalizando mis estudios en el grado de Marketing e Investigación de Mercados. Estoy haciendo un estudio sobre la compra de cupones de descuentos en plataformas de compra colectiva como Groupon, Groupalia y Let'sBonus para mi Trabajo Fin de Grado. ¿Sería tan amable de contestar las siguientes preguntas? Completar la encuesta no le llevará más de 5 minutos. La encuesta es anónima y los resultados se utilizarán con fines meramente académicos. Muchas gracias por su colaboración.

P1. ¿Conoce alguna página web de compra colectiva basada en descuentos como Groupon, Groupalia, Le's Bonus, Offerum o Privalia?

- a) Sí b) No (Finalizar encuesta)

P2. ¿Ha comprado algún producto o servicio en estas webs? (RESPUESTA UNICA)

- a) Sí b) No (pasa a la pregunta 17)

P3. ¿Recuerda cuándo fue la última vez que compró? (RESPUESTA UNICA)

- a) En la última semana b) En el último mes c) En los últimos 3 meses d) En el último año e) Hace más de un año

P4. De entre las diferentes categorías de productos y servicios, ¿en cuál de ellas ha realizado alguna compra? Por favor seleccione todas las categorías que corresponda. (MULTIPLE ELECCIÓN)

- a) Cursos b) Gastronomía c) Hoteles d) Ocio e) Salud y belleza f) Shopping g) Viajes h) Otros

P5. ¿Cuál es la categoría en la que más compras ha realizado? (RESPUESTA UNICA)

- a) Cursos b) Gastronomía c) Hoteles d) Ocio e) Salud y belleza f) Shopping g) Viajes h) Otros

P6. ¿Desde qué tipo de dispositivo suele efectuar sus compras? (ELECCIÓN MULTIPLE)

- a) Ordenador de sobremesa b) Ordenador portátil c) Ordenador portátil d) Smart TV e) Smartphone f) Tablet g) Otro

P7. ¿Podría indicarme con qué frecuencia ha visitado estas webs en el último mes?

- a) A diario b) Varias veces a la semana c) Varias veces al mes d) Nunca

P8. ¿Está suscrito a alguno de los boletines informativos o newsletters de estas páginas web?

- a) Sí b) No (Pasa a la pregunta 11)

P9. ¿Sería tan amable de indicarme a cuál/es de ellas? (ELECCIÓN MULTIPLE)

- a) Groupalia b) Groupon c) Let's Bonus d) Offerum e) Privalia f) Otro

P10. A continuación aparecen una serie de afirmaciones relacionadas con los boletines informativos. ¿Podría indicar, en una escala de 1 a 5, cuál es su grado de acuerdo o desacuerdo con las mismas? (Siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo)

- a) Me parecen muy útiles para enterarme de las novedades y ofertas en mi ciudad
b) Se reciben demasiados al día
c) Estoy suscrito pero no los abro
d) Me parecen molestos
e) Suelo borrarlos
f) Los consulto para ver las ofertas en las diferentes categorías
g) Me parecen interesantes

P11. En su opinión, en una escala de 1 a 5, ¿qué importancia tienen los siguientes aspectos relacionados con las páginas web de descuento? (Siendo 1 nada importante y 5 muy importante)

- a) Facilidad de navegación por la página
- b) Variedad de productos y servicios ofrecidos
- c) Forma de pago
- d) Marcas y empresas anunciantes
- e) Ofertas del día
- f) Seguridad
- g) Información para contactar con anunciantes y/o responsable de las webs.

P12. Valore, por favor, en una escala de 1 a 5, la importancia que da a cada uno de los siguientes aspectos a la hora de escoger las ofertas. (Siendo 1 nada importante y 5 muy importante)

- a) Cercanía de la oferta a mi ubicación
- b) Las posibilidad de escoger entre varias opciones dentro de una misma oferta
- c) La empresa que ofrece el producto / servicio
- d) El número de usuarios que compran la oferta
- e) Las valoraciones de los demás usuarios
- f) La claridad de las condiciones que conllevan la compra del cupón
- g) El precio final tras el descuento

P13. ¿Para quién suele comprar los productos/servicios en estas páginas webs? (ELECCIÓN MULTIPLE)

- a) Para mí
- b) Para mí y para mi pareja y/o familia
- c) Para otros

P14. ¿Cuánto suele gastar al mes en estas páginas web?

- a) Menos de 25 euros
- b) Entre 25-50 euros
- c) Entre 50-75 euros
- d) Más de 75 euros

P15. ¿Cuál es la forma de pago más utilizada?

- a) Contra reembolso
- b) PayPal
- c) Tarjeta debito/crédito
- d) Otros

P16. ¿Por qué motivos compra en estas páginas webs? (ELECCIÓN MULTIPLE)

- a) Para probar nuevos productos/servicios
- b) Por comodidad
- c) Por el precio
- d) Por la variedad de productos/servicios
- e) Otro

P17. ¿Por qué razones no ha comprado en este tipo de páginas? Selecciona todos los que correspondan

- a) Las condiciones de las ofertas no son siempre claras
- b) Estas páginas webs no me llaman la atención
- c) Hay descuentos poco creíbles
- d) No he tenido la ocasión de comprar
- e) Prefiero comprar en persona, en lugar de a través de internet
- f) Otro

P18. A continuación aparecen una serie de afirmaciones. ¿Podría indicar, en una escala de 1 a 5, cuál es su grado de acuerdo o desacuerdo con las mismas? (Siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo)

- a) Cuando compro algo, me gusta comparar los precios antes de elegir
- b) Habitualmente mi presupuesto suele ser ajustado
- c) Me gusta comprar productos de calidad
- d) Me gusta ir de compras
- e) Me gusta probar nuevos productos
- f) Me gusta ir cambiando de marcas
- g) A veces compro cosas que no tenía en mente comprar
- h) Me gusta comprar productos en promoción

Anexo 2.1: Ficha observación Groupon

GROUPON							
CATEORIAS	%DESCUENTO	DURACIÓN OFERTA	DISEÑO WEB INICIO		VALORACIONES	UBICACIÓN OFERTA	Nº OPCIONES
Gastronomía Cosas que hacer Belleza Salud y Belleza Servicios personales Electrónica Mujer Casa Shopping Viajes	No (Precio inicial y precio final)	No Solo pone tiempo limitado	CATEGORIAS Barra vertical: categorías principales mencionadas Barra horizontal: Cerca de ti o Cupones para fidelizar.	OFERTAS DÍA No. Pero si hay categorías especiales como Cuesta de Enero o algún especial según la fecha	Sí Además de las valoraciones también hay comentarios de otros usuarios.	Sí, mediante un mapa de Google Maps, con la ubicación exacta.	1 2 3 +3 Más de 3 dependiendo del tipo de producto/servicio que se ofrezca.(Por ejemplo: en los servicios de peluquería si cuantas más cosas se desee hacer uno más opciones se plantean o en caso de los viajes, diferentes salidas, diferente duración etc;.)

Anexo 2.2: Ficha observación Groupalia

GROUPALIA							
CATEORIAS	%DESCUENTO	DURACIÓN OFERTA	DISEÑO WEB INICIO		VALORACIONES	UBICACIÓN OFERTA	Nº OPCIONES
Restaurantes Salud/Belleza Ocio Cursos Productos Hoteles Viajes Shopping	Sí (Precio inicial, porcentaje de descuento y precio final)	No (Solo aparece la validez del cupón pero no la validez de la oferta online)	CATEGORIAS Barra Horizontal las categorías presentadas anteriormente.	OFERTAS DÍA Sí Primera categoría en la barra horizontal.	Sí Además de valoraciones también están disponibles comentarios de otros usuarios.	Sí, mediante un mapa de Google Maps, con la ubicación exacta.	1 2 3 +3 Más de 3 dependiendo del tipo de producto/servicio que se ofrezca. (Por ejemplo: en los servicios de peluquería si cuantas más cosas se desee hacer uno más opciones se plantean o en caso de los viajes, diferentes salidas, diferente duración etc;.)

Anexo 2.3: Ficha observación Let's Bonus

LET'S BONUS							
CATEORIAS	%DESCUENTO	DURACIÓN OFERTA	DISEÑO WEB INICIO		VALORACIONES	UBICACIÓN OFERTA	Nº OPCIONES
Salud y belleza Ocio Viajes y Escapadas Productos Cursos Shopping	Sí (Precio inicial, porcentaje de descuento y precio final)	No (Solo aparece la validez del cupón pero no la validez de la oferta online)	CATEGORIAS Barra horizontal las categorías mencionadas anteriormente.	OFERTAS DÍA No, pero sí que ofrece alguna oferta puntual igual que Groupon en función de la estación o de celebraciones puntuales.	Sí Además de las valoraciones también se proporcionan comentarios de otros usuarios.	Sí, mediante un mapa de Google Maps, con la ubicación exacta.	1 2 3 +3 Más de 3 dependiendo del tipo de producto/servicio que se ofrezca. (Por ejemplo: en los servicios de peluquería si cuantas más cosas se desee hacer uno más opciones se plantean o en caso de los viajes, diferentes salidas, diferente duración etc;.)

Anexo 3: Ficha observación newsletters

DÍA OBSERVACIÓN	ELEMENTOS A OBSERVAR				
		Nº Recibidos/ día	Nº Ofertas	Categorías	Descuento MIN MAX
	LUNES				
	MARTES				
	MIERCOLES				
	JUEVES				
	VIERNES				
	SABADO				
DOMINGO					

Anexo 3.1: Tabla resultados finales observación newsletters

VARIABLES		GROUPON	GROUPALIA	LET'S BONUS
NUMERO DE CORREOS/DÍA	Total ofertas	86	63	95
	Media correos día	2,7	2,0	3,0
NUMERO DE OFERTAS	Total ofertas	1411	1284	1432
	Total ofertas por categoría			
	SALUD/BELLEZA	161	329	249
	CURSOS	51	130	247
	VIAJES	315	343	321
	GASTRONOMÍA	47	46	69
	SHOPPING	822	433	514
	Media ofertas día	20	21	20
DESCUENTO MIN-MAX	Minimo general	10%	17%	4%
	Maximo general	98%	98%/ 100%*	99%
CORREOS ESPECIALES	Total especiales recibidos	15	3	32(7 Cash Back, 8 Wondy By LB)

Anexo 3.2 Fichas Completas Groupon

	ELEMENTOS A OBSERVAR					
		Nº Recibidos/ día	Nº Ofertas	Categorías	Descuento MIN MAX	
DÍA OBSERVACIÓN	LUNES					
	MARTES	3	1º :15 2º:21 3º	BELLEZA/SPA:4 SHOPPING:2 VIAJES/ESC:9 SHOPPING:21 CORREO ESPECIAL* (ULTIMO DIA 20%)	30% 12% 40% 28% 61%	91% 82% 56%
	MIERCOLES	5	1º: 18 2º:20 3º:20 4º:22 5º	BELLEZA/SPA:6 VIAJES:5 SHOPPING:4 GASTRO:3 SHOPPING:20 SHOPPING:20 VIAJES:22 ESPECIAL SHOPPING - 10%	25% 30% 21% 57% 30% 52% 99 %	91% 64% 88% 76% 88% 85% 49%
	JUEVES	3	1º 2º:20 3º:13	ESPECIAL AVANZA GRUPO 3 EUROS VIAJE ESPECIAL VIAJES BELLEZA/SPA:6 VIAJES:5 GASTRO:2	 30% 18% 45% 35%	60% 65% 89% 55% 78%
	VIERNES	3	1º:17 2º:20 3º	BELLEZA/SPA:7 CURSOS:3 VIAJES:2 GASTRO:3 SHOPPING:2 SHOPPING:20 ESPECIAL VIERNES 13	15% 28% 21% 46% 55% 55% -20%	89% 78% 55% 87% 69% 91%
	SABADO	1	20	SHOPPING:20	SHOPPING:20	
	DOMINGO	2	1º:20 2º:21	SHOPPING:20 SHOPPING:21	 46%	89% 93%

DÍA OBSERVACIÓN	ELEMENTOS A OBSERVAR					
		N° Recibidos/ día	N° Ofertas	Categorías	Descuento	
					MIN	MAX
LUNES	1	1º:21	BELLEZA/SPA:11	57%	96%	
			GASTRO:2	50%	63%	
MARTES	2	1º:20	BELLEZA/SPA:14	40%	96%	
			GASTRO:2	45%	65%	
MIERCOLES	1	1º:21	CURSOS:5	33%	98%	
			VIAJES:3	22%	46%	
MARTES	2	2º:21	SHIPPING:1	60%	95%	
			VIAJES:21	28%	59%	
JUEVES	2	1º:21	BELLEZA/SPA:11	40%	92%	
			GASTRO:2	50%	57%	
VIERNES	2	1º:21	CURSOS:4	80%	91%	
			SHIPPING:3	50%	60%	
JUEVES	2	2º:21	BELLEZA/SPA:11	50%	90%	
			GASTRO:3	50%	57%	
VIERNES	2	1º:21	CURSOS:3	81%	90%	
			SHIPPING:3	42%	71%	
SABADO	2	1º:21	VIAJES:1	22%		
			VIAJES:21	20%	60%	
VIERNES	2	1º:21	BELLEZA/SPA:12	50%	90%	
			GASTRO:1	34%		
DOMINGO	2	1º:21	CURSOS:3	57%	96%	
			SHIPPING:2	30%	35%	
SABADO	2	2º:21	VIAJES:3	43%	57%	
			SHIPPING:21	42%	84%	
DOMINGO	2	2º:21	BELLEZA/SPA:10	51%	90%	
			GASTRO:2	34%	50%	
DOMINGO	2	1º:21	CURSOS:9	30%	92%	
			VIAJES:21	30%	60%	
DOMINGO	2	1º:21	BELLEZA/SPA:8	48%	91%	
			GASTRO:3	50%	65%	
DOMINGO	2	2º:21	CURSOS:7	42%	88%	
			SHIPPING:4	35%	61%	
DOMINGO	2	2º:21	SHIPPING:21	40%	75%	

DÍA OBSERVACIÓN	ELEMENTOS A OBSERVAR					
		Nº Recibidos/ día	Nº Ofertas	Categorías	Descuento MIN MAX	
LUNES	3	1º:19	BELLEZA/SPA:5	21%	87%	
			CURSOS:4	15%	91%	
			VIAJES:5	34%	68%	
			GASTRO:1	31%		
			SHOPPING:4	41%	95%	
			2º:20	SHOPPING:20	28%	74%
			3º:23	VIAJES.23	11%	65%
MARTES	3	1º:20	BELLEZA/SPA:5	35%	92%	
			CURSOS:3	53%	89%	
			VIAJES:8	41%	59%	
			GASTRO:1		31%	
			SHOPPING:3	29%	79%	
			2º:20	SHOPPING:20	11%	68%
			3º:	DCT ESPECIAL EXTRA	20%	
MIERCOLES	3	1º:20	BELLEZA/SPA:6	47%	88%	
			CURSOS:2	56%	71%	
			VIAJES:6	16%	45%	
			GASTRO:2	69%	83%	
			SHOPPING:4	61%	92%	
			2º:20	SHOPPING:20	21%	74%
			3º:20	SHOPPING:20	24%	98%
JUEVES	3	1º:20	BELLEZA/SPA:7	33%	98%	
			CURSOS:0			
			VIAJES:8	23%	56%	
			GASTRO:1		44%	
			SHOPPING:4	35%	82%	
			2º:21	VIAJES:21	10%	68%
			3º:	ESPECIAL -10%		
				SHOPPING		
VIERNES	3	1º:20	BELLEZA/SPA:6	68%	89%	
			CURSOS:0			
			VIAJES:8	46%	56%	
			GASTRO:2	45%	61%	
			SHOPPING:4	14%	72%	
			2º:20	SHOPPING:20	32%	91%
			3º	ESPECIAL -10%DCT		
				VIAJES		
SABADO	1		SHOPPING:20	12%	84%	
DOMINGO	1	1º:20	SHOPPING:20	20%	67%	

DÍA OBSERVACIÓN	ELEMENTOS A OBSERVAR					
		Nº Recibidos/ día	Nº Ofertas	Categorías	Descuento	
					MIN	MAX
LUNES	4	1º:20	BELLEZA/SPA:6	76%	95%	
			CURSOS:1		98%	
			VIAJES:7	22%	62%	
			GASTRO:1		52%	
	2º:20	SHOPPING:4	10%	83%		
		SHOPPING:20	24%	98%		
		3º:20	VIAJES:20	26%	56%	
		4º	ESPECIAL			
MARTES	3	1º:20	BELLEZA/SPA:5	45%	89%	
			CURSOS:3	71%	95%	
			VIAJES:6	36%	54%	
			GASTRO:1		51%	
			SHOPPING:5	18%	91%	
2º:20	SHOPPING:20	32%	87%			
3º	ESPECIAL -15%DCT					
MIERCOLES	2	1º:20	SHOPPING:20	14%	85%	
		2º:21	SHOPPING:21	22%	64%	
JUEVES	2	1º:20	BELLEZA/SPA:10	45%	95%	
			CURSOS:3	71%	99%	
			VIAJES:1		52%	
			GASTRO:1		51%	
2º:21	SHOPPING:5	18%	84%			
	VIAJES:21	35%	64%			
VIERNES	3	1º:18	BELLEZA/SPA:8	32%	92%	
			CURSOS:3	45%	86%	
			VIAJES:1		52%	
			GASTRO:1		51%	
			SHOPPING:5	35%	72%	
2º:20	SHOPPING:20	10%	85%			
3º:20	ESPECIAL BELLEZA/SPA:10	30%	92%			
SABADO	2	1º:20	SHOPPING:20	15%	92%	
		2º	ESPECIAL DCT			
DOMINGO	2	1º:20	SHOPPING:20	15%	98%	
		2º:20	SHOPPING:20	45%	62%	

DÍA OBSERVACIÓN	ELEMENTOS A OBSERVAR					
		Nº Recibidos/ día	Nº Ofertas	Categorías	Descuento	
					MIN	MAX
LUNES	3	1º:17	BELLEZA/SPA:7 CURSOS:3 VIAJES:2 GASTRO:2 SHOPPING:3	30% 45% 50% 51% 45%	95% 86% 52% 63% 62%	
		2º:20	SHOPPING:20	31%	93%	
		3º:17	VIAJES:17	34%	55%	
MARTES	4	1º:19	BELLEZA/SPA:8 CURSOS:3 VIAJES:2 GASTRO:2 SHOPPING:3	33% 45% 50% 51% 45%	95% 86% 52% 63% 62%	
		2º:21	SHOPPING:21	30%	93%	
		3º:16	SHOPPING:16	46%	84%	
		4º	ESPECIAL -20% DCT			
MIERCOLES	3	1º:18	BELLEZA/SPA:7 CURSOS:4 VIAJES:2 GASTRO:2 SHOPPING:3	28% 40% 50% 45% 45%	95% 86% 52% 63% 62%	
		2º:20	SHOPPING:20	22%	95%	
		3º:21	SHOPPING:21	30%	92%	
JUEVES	2	1º:21	BELLEZA/SPA:9 CURSOS:0 VIAJES:7 GASTRO:1 SHOPPING:4	46% 55% 45%	94% 74% 26% 94%	
		2º:21	VIAJES:21	18%	62%	
VIERNES	2	1º:21	BELLEZA/SPA:12 VIAJES:6 GASTRO:1 SHOPPING:2	34% 55% 45%	91% 84% 26% 90%	
		2º:20	SHOPPING:20	20%	97%	
SABADO						
DOMINGO						

Anexo 3.3 Fichas Completas Groupalia

DÍA OBSERVACIÓN	ELEMENTOS A OBSERVAR					
		Nº Recibidos/ día	Nº Ofertas	Categorías	MIN	DESCUENTO MAX
	LUNES					
	MARTES	2	1º :22	BELLEZA/SPA:11 CURSOS:3 VIAJES/ESC:8	28% 83% 39%	83% 92% 51%
			2º:21	VIAJES:21	28%	60%
	MIERCOLES	2	1º:22	BELLEZA:12 CURSOS:6 VIAJES:4	51% 32% 34%	91% 99% 65%
			2º:21	SHOPPING:21	18%	90%
	JUEVES	2	1º:21	BELLESA/SPA:8 SHOPPING:4 CURSOS:7 GASTRO:2	70% 40% 67% 45%	91% 72% 91% 67%
			2º:21	VIAJES:21	28%	55%
	VIERNES	2	1º:21	BELLEZA/SPA:7 SHOPPING:8 CURSOS:6	55% 53% 73%	93% 78% 90%
		2º:21	SHOPPING:21	32%	82%	
SABADO	1	1º: 21	BELLEZA/SPA:9 GASTRO:3 CURSOS:4 SHOPPING:3 VIAJES:2	51% 49% 77% 51% 20%	98% 55% 94% 88% 63%	
DOMINGO	2	1º:21	BELLEZA/SPA:11 GASTRO:2 CURSOS:5 VIAJES:3	50% 45% 68% 20%	90% 79% 94% 52%	
		2º:21	SHOPPING:21	40%	89%	

DÍA OBSERVACIÓN	ELEMENTOS A OBSERVAR					
		N° Recibidos/ día	N° Ofertas	Categorías	Descuento	
					MIN	MAX
LUNES	1	1º:21	BELLEZA/SPA:11	57%	96%	
			GASTRO:2	50%	63%	
MARTES	2	1º:20	BELLEZA/SPA:14	40%	96%	
			GASTRO:2	45%	65%	
MIERCOLES	1	1º:21	CURSOS:5	33%	98%	
			VIAJES:3	22%	46%	
MARTES	2	2º:21	SHOPPING:1	60%	95%	
			VIAJES:21	28%	59%	
JUEVES	2	1º:21	BELLEZA/SPA:11	40%	92%	
			GASTRO:2	50%	57%	
VIERNES	2	1º:21	CURSOS:4	80%	91%	
			SHOPPING:3	50%	60%	
JUEVES	2	2º:21	SHOPPING:3	50%	60%	
			VIAJES:1	22%	90%	
VIERNES	2	1º:21	BELLEZA/SPA:11	50%	90%	
			GASTRO:3	50%	57%	
SABADO	2	1º:21	CURSOS:3	81%	90%	
			SHOPPING:3	42%	71%	
VIERNES	2	2º:21	VIAJES:1	22%	90%	
			VIAJES:21	20%	60%	
VIERNES	2	1º:21	BELLEZA/SPA:12	50%	90%	
			GASTRO:1	34%	96%	
DOMINGO	2	1º:21	CURSOS:3	57%	96%	
			SHOPPING:2	30%	35%	
SABADO	2	2º:21	VIAJES:3	43%	57%	
			SHOPPING:21	42%	84%	
DOMINGO	2	1º:21	BELLEZA/SPA:10	51%	90%	
			GASTRO:2	34%	50%	
DOMINGO	2	2º:21	CURSOS:9	30%	92%	
			VIAJES:21	30%	60%	
DOMINGO	2	1º:21	BELLEZA/SPA:8	48%	91%	
			GASTRO:3	50%	65%	
DOMINGO	2	2º:21	CURSOS:7	42%	88%	
			SHOPPING:4	35%	61%	
DOMINGO	2	2º:21	SHOPPING:21	40%	75%	

DÍA OBSERVACIÓN	ELEMENTOS A OBSERVAR					
		N° Recibidos/ día	N° Ofertas	Categorías	Descuento	
					MIN	MAX
LUNES	2	1º:21	BELLEZA/SPA:11	40%	92%	
			CURSOS:4	61%	98%	
MARTES	2	1º:21	BELLEZA/SPA:9	35%	87%	
			CURSOS:3	83%	97%	
MIERCOLES	2	1º	ESPECIAL			
			2º:21	BELLEZA/SPA:13	50%	90%
JUEVES	4	1º:21	SHOPPING:21	41%	89%	
			2º:21	BELLEZA/SPA:11	44%	90%
VIERNES	2	1º:21	CURSOS:1	100%(CURSO ONLINE)		
			2º:21	VIAJES:3	30%	56%
SABADO	2	1º:21	GASTRO:2	34%	45%	
			2º:21	SHOPPING:4	30%	62%
DOMINGO	1	1º:21	SHOPPING:4	30%	62%	
			2º:21	VIAJES:21	30%	56%
			ESPECIAL			
VIERNES	2	1º:21	BELLEZA/SPA:11	43%	98%	
			CURSOS:2	91%	97%	
SABADO	2	1º:21	VIAJES:4	43%	51%	
			2º:21	GASTRO:2	51%	79%
DOMINGO	1	1º:21	SHOPPING:2	62%	77%	
			2º:21	SHOPPING:21	31%	80%
SABADO	2	1º:21	BELLEZA/SPA:5	51%	90%	
			2º:21	CURSOS:5	62%	96%
DOMINGO	1	1º:21	VIAJES:6	33%	56%	
			2º:21	GASTRO:1	55%	
DOMINGO	1	1º:21	SHOPPING:4	35%	89%	
			2º:21	VIAJES:21	20%	57%
DOMINGO	1	1º:21	BELLEZA/SPA:13	51%	92%	
			2º:21	CURSOS:5	67%	89%
DOMINGO	1	1º:21	VIAJES:2	32%	56%	
			2º:21	GASTRO:1	50%	

DÍA OBSERVACIÓN	ELEMENTOS A OBSERVAR					
		N° Recibidos/ día	N° Ofertas	Categorías	Descuento	
					MIN	MAX
LUNES	2	1º:21	BELLEZA/SPA:16	29%	92%	
			CURSOS:3	92%	97%	
		2º:21	VIAJES:0			
			GASTRO:0			
		1º:21	SHOPPING:2	59%	80%	
			SHOPPING:21	34%	70%	
MARTES	2	1º:21	BELLEZA/SPA:12	29%	87%	
			CURSOS:3	92%	97%	
		2º:21	VIAJES:1	50%		
			GASTRO:2	40%	45%	
		1º:21	SHOPPING:3	78%	80%	
			VIAJES:21	18%	59%	
MIERCOLES	2	1º:21	BELLEZA/SPA:13	50%	88%	
			CURSOS:2	80%	95%	
		2º:21	VIAJES:0			
			GASTRO:2	51%	67%	
		1º:21	SHOPPING:4	52%	86%	
			SHOPPING:21	17%	89%	
JUEVES	2	1º:21	BELLEZA/SPA:8	43%	90%	
			CURSOS:4	77%	95%	
		2º:21	VIAJES:5	33%	55%	
			GASTRO:1	42%		
		1º:21	SHOPPING:3	30%	78%	
			VIAJES:21	33%	60%	
VIERNES	2	1º:21	BELLEZA/SPA:11	51%	92%	
			CURSOS:4	62%	91%	
		2º:21	VIAJES:0			
			GASTRO:2	34%	50%	
		1º:21	SHOPPING:4	33%	89%	
			SHOPPING:21	30%	89%	
SABADO	2	1º:21	BELLEZA/SPA:15	46%	92%	
			CURSOS:2	95%	96%	
		2º:21	VIAJES:3	24%	55%	
			GASTRO:1	34%		
		1º:21	SHOPPING:0			
			VIAJES:21	20%	78%	
DOMINGO	2	1º:21	BELLEZA/SPA:15	46%	92%	
			CURSOS:3	92%	96%	
		2º:21	VIAJES:2	24%	38%	
			SHOPPING:1	76%		
		1º:21	SHOPPING:21	30%	76%	

DÍA OBSERVACIÓN	ELEMENTOS A OBSERVAR					
		Nº Recibidos/ día	Nº Ofertas	Categorías	Descuento MIN MAX	
	LUNES	2	1º:21	BELLEZA/SPA:8 CURSOS:9 VIAJES:2 GASTRO:1 SHOPPING:1	55% 62% 40% 79% 54%	87% 94% 43%
			2º:21	SHOPPING:21	17%	85%
	MARTES	2	1º:21	BELLEZA/SPA:9 CURSOS:3 VIAJES:5 GASTRO:1 SHOPPING:3	50% 83% 30% 50%	83% 95% 60% 73%
			2º:21	VIAJES:21	18%	63%
	MIERCOLES	2	1º:21	BELLEZA/SPA:9 CURSOS:4 VIAJES:4 GASTRO:1 SHOPPING:3	50% 83% 30% 55% 50%	90% 95% 59% 73%
			2º:21	SHOPPING:21	30%	83%
	JUEVES	2	1º:21	BELLEZA/SPA:13 CURSOS:2 VIAJES:3 GASTRO:1 SHOPPING:2	46% 89% 40% 65% 50%	92% 90% 51% 62%
			2º:21	VIAJES:21	32%	62%
VIERNES	2	1º:21	BELLEZA/SPA:13 CURSOS:3 VIAJES:0 GASTRO:2 SHOPPING:3	60% 71% 50% 62%	92% 97% 51% 77%	
		2º:21	SHOPPING:21	30%	71%	
SABADO						
DOMINGO						

55%

Anexo 3.4: Fichas completas Let's Bonus

	ELEMENTOS A OBSERVAR					
		Nº Recibidos/ día	Nº Ofertas	Categorías	Descuento MIN MAX	
DÍA OBSERVACIÓN	LUNES					
	MARTES	2	1º :17	BELLEZA/SPA:8 CURSOS:4 SHOPPING:3 GASTRO:2	40% 83% 66% 51%	87% 97% 78% 55%
			2º:17	ESP BELLEZA Y SALUD:1 EXTRA DE 20%	78%	97%
	MIERCOLES	2	1º:24 2º:4	SHOPPING:24 ESPECIAL WONDY BY LB8 e	30%	92% 48e
	JUEVES	2	1º:18	BELLEZA/SPA:7 GASTRO:3 CURSOS:4 SHOPPING:4	40% 50% 19% 10%	84% 55% 92% 18%
			2º:22	VIAJES:22	10%	80%
	VIERNES	3	1º:19	BELLEZA/SPA:8 GASTRO:2 CURSOS:5 SHOPPING:4	40% 47% 29% 18%	84% 68% 84% 33%
			2º:23 3º:	Shopping:23 ESPECIAL VIERNES 13	20%	91% -20%
	SABADO	3	1º:18	SHOPPING:5 BELLZA/SPA:6 GASTRO:3 CURSOS:4	10% 51% 51% 19%	86% 84% 55% 82%
			2º:23 3º:15	SHOPPING:16 BELLZA/SPA:5 GASTRO:1 CURSOS:1 CASHBack	35% 55% 63% 33% 1,5%(tecnologia) 27%(Shopping)	90% 73%
DOMINGO	3	1º:17	SHOPPING:2 BELLZA/SPA:10 GASTRO:3 CURSOS:2	42% 44% 37% 40%	78% 81% 53% 93%	
		2º:21 3º:8	VIAJES ESPECIAL WONDY BY LB40% EXTRA DCT.(COD:PORLACARA)	21% 40%	51%	

DÍA OBSERVACIÓN	ELEMENTOS A OBSERVAR					
		N° Recibidos/ día	N° Ofertas	Categorías	Descuento	
					MIN	MAX
DÍA OBSERVACIÓN	LUNES	2	1º:17	SHOPPING:2 BELLZA/SPA:9 GASTRO:3 CURSOS:3	18% 40% 49% 50%	66% 51% 51% 96%
			2º:15	CASHBack	3,08(viajes) 15,75(shopping)	
	MARTES	4	1º:17	SHOPPING:2 BELLZA/SPA:8 CURSOS:4 VIAJES:3	76% 40% 17% 18%	78% 89% 90% 36%
			2º:21	VIAJES:21	21%	85%
			3º:21	CURSOS:21	47%	99%
			4º	DCT EXCLUSIVO 20%		
	MIERCOLES	3	1º:17	BELLZA/SPA:7 CURSOS:2 VIAJES:5 SHOPPING:3 GASTRO:3	40% 19% 10% 42% 47%	70% 80% 39% 71% 55%
			2º:23	SHOPPING:23	19%	92%
			3º:8	ESPECIAL WONDY BY LB		
JUEVES	3	1º:17	BELLZA/SPA:9 CURSOS:4 VIAJES:2 GASTRO:2	27% 34% 45% 32%	98% 88% 64% 56%	
		2º:23	SHOPPING:23	12%	86%	
		3º:21	VIAJES:21	4%	85%	
VIERNES	3	1º:18	BELLZA/SPA:10 CURSOS:2 VIAJES:2 GASTRO:2 SHOPPING:2	40% 78% 42% 47% 31%	73% 95% 50% 50% 67%	
		2º:23	SHOPPING:23	25%	91%	
		3º:15	CHASH BACK	3.08%(destinos) 18%(moda)		
SABADO	2	1º:17	BELLZA/SPA:8 CURSOS:3 GASTRO:2 SHOPPING:4	35% 50% 51% 18%	98% 93% 53% 50%	
		2º:23	SHOPPING:23	19%	91%	
DOMINGO	1	1º:17	BELLZA/SPA:8 SHOPPING:9	17% 10%	84% 77%	

DÍA OBSERVACIÓN	ELEMENTOS A OBSERVAR					
		Nº Recibidos/ día	Nº Ofertas	Categorías	Descuento	
					MIN	MAX
LUNES	3	1º:17 2º:23 3º:15	BELLEZA/SPA:6	43%	66%	
			CURSOS:3	57%	95%	
			VIAJES:1	41%		
			GASTRO:3	51%	55%	
			SHOPPING:4	19%	54%	
			SHOPPING:23	28%	77%	
CHASH BACK:15	5,25	22,5				
RECAMBIOS Y VIEJES						
MARTES	3	1º:17 2º:21 3º:19	BELLEZA/SPA:7	29%	84%	
			CURSOS:2	95%	97%	
			VIAJES:1	41%		
			GASTRO:3	50%	55%	
			SHOPPING:4	18%	78%	
			VIAJES:21	4%	85%	
ESPECIAL BELLEZA/SPA	41%	83%				
MIERCOLES	3	1º:17 2º:23 3º:8	BELLEZA/SPA:7	53%	91%	
			CURSOS:1	85%		
			VIAJES:2	41%	55%	
			GASTRO:2	47%	51%	
			SHOPPING:5	18%	77%	
			SHOPPING:23	21%	80%	
ESPECIAL WONDY BY LB						
JUEVES	5	1º 2º:17 3º:21 4º:15 5º	ESPECIAL-20% DCT			
			BELLEZA/SPA:7	41%	71%	
			CURSOS:1	92%		
			VIAJES:3	17%	45%	
			GASTRO:2	51%	55%	
			SHOPPING:5	17%	71%	
VIAJES:21	14%	55%				
CASH BACK	2.25 %	18%				
COMIDA						
VIAJES						
ESPECIAL HASTA -20% DCT						
VIERNES	2	1º:17 2º:23	BELLEZA/SPA:6	41%	70%	
			CURSOS:2	92%	93%	
			VIAJES:2	45%	62%	
			GASTRO:2	51%	55%	
			SHOPPING:5	10%	63%	
			SHOPPING:23	15%	90%	

	SABADO	3	1º:17 2º:23 3º:9	BELLEZA/SPA:7 CURSOS:1 VIAJES:1 GASTRO:2 SHOPPING:6 SHOPPING:23 LO MAS DE LB BELLEZA/SPA:8 SHOPPING:1	44% 95% 41% 51% 28% 19% 41% 62%	79% 55% 89% 90% 66%
	DOMINGO	3	1º:17 2º:21 3º:10	BELLEZA/SPA:7 VIAJES:1 GASTRO:2 SHOPPING:7 VIAJES:21 ESPECIAL SECC.EROTICO ESPECIAL WONDY BY LB	44% 45% 51% 28% 22% 40%	85% 55% 77% 62% 68%

DÍA OBSERVACIÓN	ELEMENTOS A OBSERVAR					
		Nº Recibidos/ día	Nº Ofertas	Categorías	Descuento MIN MAX	
	LUNES	3	1º:17 2º:23 3º	BELLEZA/SPA:9 CURSOS:1 VIAJES:1 GASTRO:3 SHOPPING:3 SHOPPING:23 ESPECIAL -20% DCT	17% 97% 18% 50% 18% 20%	80% 55% 77% 84%
	MARTES	3	1º:17 2º:21 3º:15	BELLEZA/SPA:9 CURSOS:1 VIAJES:2 GASTRO:2 SHOPPING:3 VIAJES:21 CASH BACK	40% 50% 41% 50% 12% 22% 3	80% 50% 55% 100% 80% 33,7
	MIERCOLES	3	1º:17 2º:23 3º	BELLEZA/SPA:10 CURSOS:1 VIAJES:3 GASTRO:1 SHOPPING:2 SHOPPING:23 ESPECIAL WONDY BT LB	44% 97% 18% 51% 42% 45%	99% 48% 77% 72%
	JUEVES	3	1º:17 2º:23 3º	BELLEZA/SPA:8 CURSOS:2 VIAJES:0 GASTRO:3 SHOPPING:4 VIAJES:23 ESPECIAL 6E REGALO	40% 50% 50% 18% 15%	79% 81% 55% 77% 76%
	VIERNES	3	1º:17 2º:23 3º	BELLEZA/SPA:8 CURSOS:2 VIAJES:3 GASTRO:0 SHOPPING:4 SHOPPING:23 ESPECIAL VIAJES	40% 50% 13% 33% 4%	74% 85% 50% 77% 84%
	SABADO	2	1º:17	BELLEZA/SPA:9 CURSOS:3 GASTRO:2 SHOPPING:3 SHOPPING:23	44% 50% 50% 18% 28%	74% 70% 51% 77% 92%

			2º:23	ESPECIAL VIAJES		
	DOMINGO	3	1º:17	BELLEZA/SPA:8	44%	80%
				CURSOS:2	48%	70%
				VIAJES:0		
				GASTRO:3	50%	55%
				SHOPPING:4	18%	77%
			2º:21	VIAJES:21	9%	65%
			3º:8	ESPECIAL EROTICA BY LB(PLATANO MELON)		

DÍA OBSERVACIÓN	ELEMENTOS A OBSERVAR					
		Nº Recibidos/ día	Nº Ofertas	Categorías	Descuento	
					MIN	MAX
LUNES	3	1º:17	BELLEZA/SPA:8 CURSOS:1 VIAJES:1 GASTRO:2 SHOPPING:5	41% 41% 41% 51%		90% 55%
		2º:23 3º:15	SHOPPING:23 CASH BACK BY LB	32% 3,08 E		96% 18,75 E
					(VUELING Y EDREAMS)	
MARTES	3	1º:17	BELLEZA/SPA:7 CURSOS:3 VIAJES:3 GASTRO:3 SHOPPING:2	44% 50% 20% 50% 18%		60% 95% 62% 55% 62%
		2º:21 3º:13	VIAJES:21 ESPECIAL SALUD/BELLEZA	13%		67% 82%
MIERCOLES	3	1º:17	BELLEZA/SPA:8 CURSOS:2 VIAJES:2 GASTRO:3 SHOPPING:2	44% 50% 49% 50% 77%		78% 95% 50% 55% 100%
		2º:23 3º	SHOPPING:23 ESPECIAL WONDY BY LB	32%		84%
JUEVES	4	1º:17	BELLEZA/SPA:7 CURSOS:2 VIAJES:3 GASTRO:2 SHOPPING:3	29% 50% 49% 50% 18%		90% 99% 62% 51% 33%
		2º:21 3º:15 4º	VIAJES:21 CASH BACK BY LB ESPECIAL -6E DCT	15% 4,50%(COMPRAS) 33,75E (RUMBO)		60%
VIERNES	2	1º:17	BELLEZA/SPA:8 CURSOS:1 VIAJES:2 GASTRO:2 SHOPPING:4	44% 92% 40% 50% 51%		81% 50% 51% 89%
		2º:23	SHOPPING:23	15%		90%
SABADO						
DOMINGO						

Anexo 4: Tabla cruzada categoría favorita con sexo

Tabla de contingencia Categoría en la que más compra * Sexo

			Sexo		Total
			Hombre	Mujer	
Categoría en la que más compra	Cursos	Recuento	2	2	4
		% dentro de Categoría en la que más compra	50,0%	50,0%	100,0%
		Residuos tipificados	,4	-,3	
		Residuos corregidos	,5	-,5	
	Gastronomía	Recuento	12	15	27
		% dentro de Categoría en la que más compra	44,4%	55,6%	100,0%
		Residuos tipificados	,5	-,4	
		Residuos corregidos	,8	-,8	
	Hoteles	Recuento	3	3	6
		% dentro de Categoría en la que más compra	50,0%	50,0%	100,0%
		Residuos tipificados	,5	-,4	
		Residuos corregidos	,6	-,6	
	Ocio	Recuento	9	8	17
		% dentro de Categoría en la que más compra	52,9%	47,1%	100,0%
		Residuos tipificados	1,0	-,8	
		Residuos corregidos	1,3	-,3	
	Salud y belleza	Recuento	5	25	30
		% dentro de Categoría en la que más compra	16,7%	83,3%	100,0%
		Residuos tipificados	-1,9	1,5	
		Residuos corregidos	-2,8	2,8	
	Shopping	Recuento	12	12	24
		% dentro de Categoría en la que más compra	50,0%	50,0%	100,0%
		Residuos tipificados	,9	-,7	
		Residuos corregidos	1,3	-,3	
Viajes	Recuento	0	6	6	
	% dentro de Categoría en la que más compra	0,0%	100,0%	100,0%	
	Residuos tipificados	-1,5	1,2		
	Residuos corregidos	-2,0	2,0		

		Recuento	1	0	1
Otros	% dentro de Categoría en la que más compra		100,0%	0,0%	100,0%
	Residuos tipificados		1,0	-,8	
	Residuos corregidos		1,3	-1,3	
	Recuento		44	71	115
Total	% dentro de Categoría en la que más compra		38,3%	61,7%	100,0%

Medidas simétricas

		Valor	Error típ. asint. ^a	T aproximada ^b	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coefficiente de contingencia	,342			,033
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,112	,094	1,194	,235 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,106	,095	1,137	,258 ^c
N de casos válidos		115			

a. Asumiendo la hipótesis alternativa.

b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

c. Basada en la aproximación normal.

Anexo 5: Prueba t para muestras independientes, compradores vs no compradores

Prueba de muestras independientes

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas					
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Difere
Cuando compro algo me gusta comparar precios antes de elegir	Se han asumido varianzas iguales	5,338	,022	2,209	179	,028	
	No se han asumido varianzas iguales			2,309	153,967	,022	
Habitualmente mi presupuesto suele ser ajustado	Se han asumido varianzas iguales	3,930	,049	-1,998	179	,047	
	No se han asumido varianzas iguales			-1,940	123,775	,055	
Me gusta comprar productos de calidad	Se han asumido varianzas iguales	1,097	,296	1,970	179	,050	
	No se han asumido varianzas iguales			1,995	140,709	,048	

	Se han asumido varianzas iguales	,014	,907	3,336	179	,001
Me gusta ir de compras	No se han asumido varianzas iguales			3,279	128,668	,001
	Se han asumido varianzas iguales	7,461	,007	-1,593	179	,113
Me gusta probar nuevos productos	No se han asumido varianzas iguales			-1,508	114,614	,134
	Se han asumido varianzas iguales	5,805	,017	-2,500	179	,013
Me gusta ir cambiando de marcas	No se han asumido varianzas iguales			-2,414	121,720	,017
	Se han asumido varianzas iguales	,088	,767	-,498	179	,619
A veces compro cosas que no tenía en mente comprar	No se han asumido varianzas iguales			-,498	136,081	,619
	Se han asumido varianzas iguales	,011	,918	-,150	179	,881
Me gusta comprar productos en promoción	No se han asumido varianzas iguales			-,148	130,792	,882