



**Universidad**  
Zaragoza

## Trabajo Fin de Grado

2/2

Influencia del diseño de etiquetas de aceite  
de oliva en las expectativas del consumidor  
alemán y la predisposición a la compra

Anexos

Autor

Paola Fernández Pio

Director

Rubén Rebollar

Escuela de Ingeniería y Arquitectura de Zaragoza  
2012/2013

# Índice

|                                 |       |
|---------------------------------|-------|
| 1. Anexo A - Estudio de mercado | 3-5   |
| 2. Anexo B - Encuestas          | 6-16  |
| 3. Anexo C - Estadísticas       | 17-44 |

ANEXO A

Estudio de mercado

| Aceite                                                                            |                                                                                     | ¿Qué importa del envase? |                |          |                     |              |                     | ¿Qué importa de la etiqueta? |     |                              |                                                                                     |                       |                                |                                                                                                   |           |                        |                                  |                          |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------|----------|---------------------|--------------|---------------------|------------------------------|-----|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------------------------|----------------------------------|--------------------------|----|
| Envase                                                                            | Etiqueta                                                                            | Calidad                  | Capacidad (ml) | Material | Forma               | Color        | Color tapa Apertura | Tipo Aceite                  | BIO | Simbología                   | Tipo de ilustración                                                                 | Color                 | Logotipo Marca                 | Certificaciones                                                                                   | Origen    | Referencias saludables | Referencias ecológicas/orgánicas | Idioma                   | Nº |
|    |    | Diario                   | 5000 ml        | Hojalata | Rectangular         | Amarilla     | Verde Rosca         | Virgen Extra                 | No  | Árbol de Olivo de Olivo Rama |    | Amarilla Verde        | MAGOUA RASTONI Bellesi         | No                                                                                                | Grecia    | No                     | No                               | Alemán                   | 1  |
|    |    | Delicatessen             | 500 ml         | Vidrio   | Rectangular         | Verde        | Negro Rosca         | Virgen Extra                 | Si  | Hojas olivo                  |                                                                                     | Blanca Verde Dorada   | The Tradition of Crete         | Denominación origen Primer premio al mejor aceite de Oliva Virgen Extra en 2007 Producto nacional | Creta     | Si                     | Si                               | Inglés Alemán            | 2  |
|    |    | Delicatessen             | 500 ml         | Vidrio   | Rectangular         | Transparente | Corcho Marrón       | Virgen Extra                 | Si  | Árbol de Olivo               |    | Blanca Verde          | Olivar de Segura Oro de Génove | Calidad certificada Agricultura Ecológica                                                         | España    | No                     | No                               | Alemán Español           | 3  |
|    |    | Delicatessen             | 100 ml         | Vidrio   | Rectangular         | Transparente | Negro Rosca         | Oliva                        | Si  | Árbol de Olivo               |    | Blanca Gris Verde     | Argand'Or                      | Bio Producto artesanal Orgánico (USDA)                                                            | Marruecos | No                     | Si                               | Alemán                   | 4  |
|    |    | Diario                   | 750 ml         | Vidrio   | Rectangular Redonda | Transparente | Verde Rosca         | Virgen Extra                 | No  | Mujer                        |    | Verde Blanca          | La Española                    | No                                                                                                | España    | No                     | No                               | Alemán                   | 5  |
|    |    | Delicatessen             | 500 ml         | Vidrio   | Redonda             | Verde        | Negro Rosca         | Extra                        | Si  | Olivas                       |    | Blanca Verde Amarilla | Corvita                        | Calidad BIO Gurmet Zurich Aceite Bio No Italiano                                                  | Turquia   | Si                     | Si                               | Alemán                   | 6  |
|    |    | Diario                   | 500 ml         | Vidrio   | Redonda             | Negra        | Negro Rosca         | Virgen Extra                 | No  | Rama Olivo                   |    | Blanca Verde          | Casa Alarcón                   | Top 50 Test de Aceites de Oliva 2011                                                              | España    | No                     | No                               | Español                  | 7  |
|    |    | Delicatessen             | 500 ml         | Vidrio   | Rectangular Redonda | Negra        | Negro Rosca         | Virgen Extra                 | No  | Olivas                       |    | Negra Amarilla        | Accademia Olivar               | Denominación origen                                                                               | Italia    | No                     | No                               | Italiano Alemán          | 8  |
|    |    | Delicatessen             | 500 ml         | Vidrio   | Rectangular         | Transparente | Dorado Rosca        | Virgen Extra                 | No  | Rama Olivo                   |    | Blanca Verde          | Noguer                         | Ninguna                                                                                           | España    | Si                     | Si                               | Alemán Español           | 9  |
|    |    | Diario                   | 500 ml         | Vidrio   | Rectangular Ovalada | Negra        | Verde Rosca         | Virgen Extra                 | Si  | Rama Olivo                   |    | Verde Blanca          | Alnatur                        | Bio                                                                                               |           | No                     | No                               | Alemán                   | 10 |
|   |   | Diario                   | 500 ml         | Vidrio   | Rectangular         | Verde        | Negro Rosca         | Virgen Extra                 | Si  | Rama Olivo                   |   | Verde Blanca          | Alnatur                        | Bio                                                                                               |           | Si                     | Si                               | Alemán                   | 11 |
|  |  | Diario                   | 750 ml         | Vidrio   | Rectangular         | Verde        | Verde Rosca         | Virgen Extra                 | No  | Olivas                       |  | Blanca Verde          | Livio                          | Öko Test                                                                                          | Grecia    | No                     | Si                               | Alemán                   | 12 |
|  |  | Diario                   | 1000 ml        | Vidrio   | Redonda             | Transparente | Negro Rosca         | Virgen Extra                 | No  | Olivas                       |  | Blanca Verde          | Real                           | Ninguna                                                                                           |           | No                     | No                               | Alemán                   | 13 |
|  |  | Diario                   | 500 ml         | Vidrio   | Rectangular         | Transparente | Verde Rosca         | Virgen Extra                 | No  | Hombre                       |  | Verde                 | Bertoli                        | Ninguna                                                                                           | Italia    | No                     | No                               | Italiano Alemán          | 14 |
|  |  | Diario                   | 750 ml         | Vidrio   | Rectangular         | Verde        | Negro Rosca         | Virgen Extra                 | No  | Ensalada                     |  | Blanca Verde          | El Cultivador                  | Ninguna                                                                                           | Italia    | No                     | No                               | Español Francés Holandés | 15 |
|  |  | Diario                   | 500 ml         | Vidrio   | Heptagonal          | Transparente | Tape                | Extra                        | No  | Mujer                        |  | Blanca Verde          | Basso                          | Ninguna                                                                                           |           | No                     | No                               | Alemán                   | 16 |
|  |  | Delicatessen             | 500 ml         | Vidrio   | Rectangular         | Verde        | Negro Rosca         | Virgen Extra                 | No  | Otra                         |  | Blanca Verde          | Casa Gusta                     | Ninguna                                                                                           | Italia    | No                     | No                               | Inglés Italiano          | 17 |
|  |  | Delicatessen             | 250 ml         | Vidrio   | Rectangular         | Verde        | Tape                | Extra                        | No  | Árbol de Olivo               |  | Verde                 | A L'Olivier                    | Ninguna                                                                                           | Francia   | No                     | No                               | Francés                  | 18 |
|  |  | Diario                   | 1000 ml        | Vidrio   | Redonda             | Transparente | Dorado Rosca        | Virgen Extra                 | No  | Árbol de Olivo               |  | Amarilla              | Cadel Monte                    | Ninguna                                                                                           | Italia    | No                     | No                               | Italiano                 | 19 |
|  |  | Delicatessen             | 500 ml         | Vidrio   | Redonda             | Marrón       | Negro Rosca         | Virgen Extra                 | Si  | Rama Olivo                   |  | Blanca                | Escalibor                      | Ninguna                                                                                           | España    | Si                     | Si                               | Español                  | 20 |
|  |  | Delicatessen             | 500 ml         | Vidrio   | Redonda             | Marrón       | Dorado Rosca        | Virgen Extra                 | No  | Otro                         |  | Blanca                | Corzano e Palermo              | Ninguna                                                                                           | Italia    | No                     | No                               | Italiano                 | 21 |
|  |  | Diario                   | 500 ml         | Vidrio   | Redonda             | Verde        | Dorado Rosca        | Extra                        | Si  | Olivas                       |  | Amarilla Verde        | Morga                          | Bio                                                                                               | Italia    | Si                     | No                               | Alemán Italiano Francés  | 22 |
|  |  | Delicatessen             | 500 ml         | Hojalata | Rectangular         | Amarilla     | Tapón               | Virgen Extra                 | Si  | Árbol de Olivo               |  | Amarilla              | Alhema                         | Ninguna                                                                                           | España    | No                     | No                               | Español                  | 23 |

|                                                                                  |                                                                                   |              |         |        |                     |              |               |              |    |               |                                                                                    |                |                       |                                                  |         |    |    |                |    |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------|--------|---------------------|--------------|---------------|--------------|----|---------------|------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-----------------------|--------------------------------------------------|---------|----|----|----------------|----|
|    |    | Diario       | 500 ml  | Vidrio | Redonda             | Verde        | Dorado Rosca  | Extra        | No | Rama Olivo    |    | Amarilla       | Gaca                  | Denominación de origen                           | Grecia  | Si | Si | Griego Alemán  | 24 |
|   |   | Diario       | 500 ml  | Vidrio | Rectangular Redonda | Transparente | Rojo Rosca    | Virgen Extra | No | Mujer         |   | Roja           | Carbonell             | No                                               | España  | No | No | Español Alemán | 25 |
|   |   | Delicatessen | 500 ml  | Vidrio | Redonda             | Transparente | Corcho Marrón | Virgen Extra | No | Otro          |   | Blanca         | Can Det               | No                                               | España  | Si | Si | Español        | 26 |
|   |   | Diario       | 500 ml  | Vidrio | Redonda             | Verde        | Negro Rosca   | Extra        | No | Olvas         |   | Verde          | Vita                  | No                                               | España  | Si | No | Alemán         | 27 |
|   |   | Diario       | 500 ml  | Vidrio | Rectangular         | Verde        | Negro Rosca   | Extra        | Si | Rama de Olivo |   | Blanca Azul    | Rapunzel              | No                                               | Italia  | Si | Si | Alemán         | 28 |
|   |   | Diario       | 500 ml  | Vidrio | Redonda             | Verde        | Verde Rosca   | Virgen Extra | Si | Otro          |   | Amarilla Verde | Koronias              | Bio                                              | Grecia  | Si | Si | Alemán         | 29 |
|   |   | Delicatessen | 500 ml  | Vidrio | Rectangular         | Verde        | Negro Rosca   | Virgen Extra | Si | Hojas olivo   |   | Verde          | Rapunzel              | Bio<br>Ollo Award 2012                           | España  | Si | Si | Alemán Español | 30 |
|   |   | Delicatessen | 1000 ml | Vidrio | Redonda             | Transparente | Negro Rosca   | Extra        | No | Rama de Olivo |   | Dorada         | Jean - Mario Cornille | Bio                                              | Francia | No | No | Francés        | 31 |
|   |   | Delicatessen | 250 ml  | Vidrio | Redonda             | Marrón       | Dorado Rosca  | Virgen Extra | No | Olvas         |   | Blanca         | Jordan                | Premio del Año DLG<br>Slow Food Deutschland 2011 | Grecia  | No | No | Alemán         | 32 |
|  |  | Diario       | 750 ml  | Vidrio | Rectangular         | Verde        | Blanco Rosca  | Virgen Extra | No | Rama de Olivo |  | Blanca         | Jal                   | Ninguna                                          |         | Si | No | Alemán         | 33 |

# BOXED IN REQUESTS

—

## PASO 1

### Wahrnehmungsstudie zu Olivenöl Umfrage beenden

[Umfrage beenden](#)

Sehr geehrte Damen und Herren. Vielen Dank für ihre Teilnahme an dieser Umfrage. Die Informationen, die Sie hier angeben sind völlig anonym und werden in einer Studie verwendet, um die Wahrnehmung von Olivenöl-Verpackungen zu bewerten. Die Umfrage dauert etwas 5 Minuten und ist nur an volljährige Personen gerichtet.

1/19

5%

[Weiter](#)

## PASO 2

### Wahrnehmungsstudie zu Olivenöl Umfrage beenden

[Umfrage beenden](#)

Bitte beantworten Sie die folgenden Fragen, um Ihr Profil zu erstellen. Wir erinnern Sie daran, dass diese Fragen anonym sind und dass die Daten nur für die Profilerstellung verwendet werden.

#### 1. Alter:

#### 2. Geschlecht:

☐ Geschlecht: Männlich

☐ Weiblich

#### 3. Akademischer Hintergrund:

☐ Akademischer Hintergrund: Keine Bildung

☐ Schulabschluss

☐ Studium Absolviet/Student

#### 4. Jährliches Haushaltseinkommen (Netto):

☐ Weniger als 19.999 €

☐ Zwischen 20.000 € und 39.999 €

☐ Zwischen 40.000 € und 60.000 €

☐ Mehr als 60.000 €

☐ Weiß nicht / Keine Angaben

2/19

11%

[Zurück](#)[Weiter](#)

### PASO 3

#### Wahrnehmungsstudie zu Olivenöl Umfrage beenden

[Umfrage beenden](#)

##### 5. Welche Arten von Öl verwenden Sie? (Markieren Sie eine oder mehrere Optionen)

- ☐ Sonnenblumenöl
- ☐ Kürbis-Öl
- ☐ Andere Kernöle
- ☐ Ich koche ohne Öl
- ☐ Weiß nicht / Keine Angaben

3/19

16%

[Zurück](#)[Weiter](#)

### PASO 4

#### Wahrnehmungsstudie zu Olivenöl Umfrage beenden

[Umfrage beenden](#)

Nun zeigen wir Ihnen einige Flaschen Natives Olivenöl Extra. Wir bitten Sie, ihre Meinung zu einigen Aspekten ihrer Wahrnehmung abzugeben. Bitte bewerten sie ausschließlich das Aussehen von Flasche und Etikett.



4/19

21%

[Zurück](#)[Weiter](#)

## PASO 5

### Wahrnehmungsstudie zu Olivenöl Umfrage beenden

Umfrage beenden



**6. Wie würden Sie den Preis für diese 0,75 Liter Flasche Natives Olivenöl Extra einsetzen?**

- ☐ Zwischen 3 und 5
- ☐ Mehr als € 5
- ☐ Weiß nicht / keine Antwort

**7. Wie würden sie die folgenden Eigenschaften dieses Öls auf einer Skala von 1 (stimme nicht zu) bis 7 (stimme voll zu) einschätzen?**

|                                    | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
|------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Handgemacht/Traditionell           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Okologisch / Natürlich (BIO)       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Gesund                             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mediterran                         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Speziell (von besonderer Qualität) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Vertrauenswürdig                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

5/19

26%

Zurück

Weiter

## PASO 6

### Wahrnehmungsstudie zu Olivenöl Umfrage beenden

Umfrage beenden



**8. Wie würden Sie den Preis für diese 0,75 Liter Flasche Natives Olivenöl Extra einsetzen?**

- ☐ Zwischen 3 und 5
- ☐ Mehr als € 5
- ☐ Weiß nicht / keine Antwort

**9. Wie würden sie die folgenden Eigenschaften dieses Öls auf einer Skala von 1 (stimme nicht zu) bis 7 (stimme voll zu) einschätzen?**

|                                    | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
|------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Handgemacht/Traditionell           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Okologisch / Natürlich (BIO)       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Gesund                             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mediterran                         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Speziell (von besonderer Qualität) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Vertrauenswürdig                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

6/19

32%

Zurück

Weiter

## PASO 7

### Wahrnehmungsstudie zu Olivenöl Umfrage beenden

Umfrage beenden



10. Wie würden Sie den Preis für diese 0,75 Liter Flasche Natives Olivenöl Extra einsetzen?

- ☐ Zwischen 3 und 5
- ☐ Mehr als € 5
- ☐ Weiß nicht / keine Antwort

11. Wie würden sie die folgenden Eigenschaften dieses Öls auf einer Skala von 1 (stimme nicht zu) bis 7 (stimme voll zu) einschätzen?

|                                    | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
|------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Handgemacht/Traditionell           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Okologisch / Natürlich (BIO)       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Gesund                             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mediterran                         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Speziell (von besonderer Qualität) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Vertrauenswürdig                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

7/19

37%

Zurück

Weiter

## PASO 8

### Wahrnehmungsstudie zu Olivenöl Umfrage beenden

Umfrage beenden



12. Wie würden Sie den Preis für diese 0,75 Liter Flasche Natives Olivenöl Extra einsetzen?

- ☐ Zwischen 3 und 5
- ☐ Mehr als € 5
- ☐ Weiß nicht / keine Antwort

13. Wie würden sie die folgenden Eigenschaften dieses Öls auf einer Skala von 1 (stimme nicht zu) bis 7 (stimme voll zu) einschätzen?

|                                    | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
|------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Handgemacht/Traditionell           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Okologisch / Natürlich (BIO)       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Gesund                             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mediterran                         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Speziell (von besonderer Qualität) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Vertrauenswürdig                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

8/19

42%

Zurück

Weiter

## PASO 9

### Wahrnehmungsstudie zu Olivenöl Umfrage beenden

Umfrage beenden



14. Wie würden Sie den Preis für diese 0,75 Liter Flasche Natives Olivenöl Extra einsetzen?

- ☐ Zwischen 3 und 5
- ☐ Mehr als € 5
- ☐ Weiß nicht / keine Antwort

15. Wie würden sie die folgenden Eigenschaften dieses Öls auf einer Skala von 1 (stimme nicht zu) bis 7 (stimme voll zu) einschätzen?

|                                    | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
|------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Handgemacht/Traditionell           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Okologisch / Natürlich (BIO)       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Gesund                             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mediterran                         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Speziell (von besonderer Qualität) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Vertrauenswürdig                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9/19

47%

Zurück

Weiter

## PASO 10

### Wahrnehmungsstudie zu Olivenöl Umfrage beenden

Umfrage beenden



16. Wie würden Sie den Preis für diese 0,75 Liter Flasche Natives Olivenöl Extra einsetzen?

- ☐ Zwischen 3 und 5
- ☐ Mehr als € 5
- ☐ Weiß nicht / keine Antwort

17. Wie würden sie die folgenden Eigenschaften dieses Öls auf einer Skala von 1 (stimme nicht zu) bis 7 (stimme voll zu) einschätzen?

|                                    | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
|------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Handgemacht/Traditionell           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Okologisch / Natürlich (BIO)       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Gesund                             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mediterran                         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Speziell (von besonderer Qualität) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Vertrauenswürdig                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

10/19

53%

Zurück

Weiter

## PASO 11

### Wahrnehmungsstudie zu Olivenöl Umfrage beenden

[Umfrage beenden](#)


18. Wie würden Sie den Preis für diese 0,75 Liter Flasche Natives Olivenöl Extra einsetzen?

- ☐ Zwischen 3 und 5
- ☐ Mehr als € 5
- ☐ Weiß nicht / keine Antwort

19. Wie würden sie die folgenden Eigenschaften dieses Öls auf einer Skala von 1 (stimme nicht zu) bis 7 (stimme voll zu) einschätzen?

|                                    | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
|------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Handgemacht/Traditionell           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Okologisch / Natürlich (BIO)       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Gesund                             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mediterran                         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Speziell (von besonderer Qualität) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Vertrauenswürdig                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

11/19

58%

[Zurück](#)
[Weiter](#)

## PASO 12

### Wahrnehmungsstudie zu Olivenöl Umfrage beenden

[Umfrage beenden](#)


20. Wie würden Sie den Preis für diese 0,75 Liter Flasche Natives Olivenöl Extra einsetzen?

- ☐ Zwischen 3 und 5
- ☐ Mehr als € 5
- ☐ Weiß nicht / keine Antwort

21. Wie würden sie die folgenden Eigenschaften dieses Öls auf einer Skala von 1 (stimme nicht zu) bis 7 (stimme voll zu) einschätzen?

|                                    | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
|------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Handgemacht/Traditionell           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Okologisch / Natürlich (BIO)       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Gesund                             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mediterran                         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Speziell (von besonderer Qualität) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Vertrauenswürdig                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

12/19

63%

[Zurück](#)
[Weiter](#)

## PASO 13

### Wahrnehmungsstudie zu Olivenöl Umfrage beenden

Umfrage beenden



22. Wie würden Sie den Preis für diese 0,75 Liter Flasche Natives Olivenöl Extra einsetzen?

- ☐ Zwischen 3 und 5
- ☐ Mehr als € 5
- ☐ Weiß nicht / keine Antwort

23. Wie würden sie die folgenden Eigenschaften dieses Öls auf einer Skala von 1 (stimme nicht zu) bis 7 (stimme voll zu) einschätzen?

|                                    | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
|------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Handgemacht/Traditionell           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Okologisch / Natürlich (BIO)       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Gesund                             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mediterran                         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Speziell (von besonderer Qualität) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Vertrauenswürdig                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

13/19

68%

Zurück

Weiter

## PASO 14

### Wahrnehmungsstudie zu Olivenöl Umfrage beenden

Umfrage beenden



24. Wie würden Sie den Preis für diese 0,75 Liter Flasche Natives Olivenöl Extra einsetzen?

- ☐ Zwischen 3 und 5
- ☐ Mehr als € 5
- ☐ Weiß nicht / keine Antwort

25. Wie würden sie die folgenden Eigenschaften dieses Öls auf einer Skala von 1 (stimme nicht zu) bis 7 (stimme voll zu) einschätzen?

|                                    | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
|------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Handgemacht/Traditionell           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Okologisch / Natürlich (BIO)       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Gesund                             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mediterran                         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Speziell (von besonderer Qualität) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Vertrauenswürdig                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

14/19

73%

Zurück

Weiter

## PASO 15

### Wahrnehmungsstudie zu Olivenöl Umfrage beenden

Umfrage beenden



26. Wie würden Sie den Preis für diese 0,75 Liter Flasche Natives Olivenöl Extra einsetzen?

- ☐ Zwischen 3 und 5
- ☐ Mehr als € 5
- ☐ Weiß nicht / keine Antwort

27. Wie würden sie die folgenden Eigenschaften dieses Öls auf einer Skala von 1 (stimme nicht zu) bis 7 (stimme voll zu) einschätzen?

|                                    | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
|------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Handgemacht/Traditionell           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Okologisch / Natürlich (BIO)       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Gesund                             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mediterran                         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Speziell (von besonderer Qualität) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Vertrauenswürdig                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

15/19

79%

Zurück

Weiter

## PASO 16

### Wahrnehmungsstudie zu Olivenöl Umfrage beenden

Umfrage beenden



28. Wie würden Sie den Preis für diese 0,75 Liter Flasche Natives Olivenöl Extra einsetzen?

- ☐ Zwischen 3 und 5
- ☐ Mehr als € 5
- ☐ Weiß nicht / keine Antwort

29. Wie würden sie die folgenden Eigenschaften dieses Öls auf einer Skala von 1 (stimme nicht zu) bis 7 (stimme voll zu) einschätzen?

|                                    | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
|------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Handgemacht/Traditionell           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Okologisch / Natürlich (BIO)       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Gesund                             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mediterran                         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Speziell (von besonderer Qualität) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Vertrauenswürdig                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

16/19

84%

Zurück

Weiter



30. Angenommen, alle diese Flaschen wären in Preis, Menge und Qualität gleich. Geben Sie bitte auf einer Skala von 1 (unter keinen Umständen) bis 7 (wäre durchaus bereit, zu kaufen ) in welchem Ausmaß sind Sie bereit wären, diese Wahre zu kaufen:

|   | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| A | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| B | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| C | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| D | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| E | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| F | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| G | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| H | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| I | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| J | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| K | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| L | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

## PASO 18

### Wahrnehmungsstudie zu Olivenöl Umfrage beenden

[Umfrage beenden](#)

31. Angenommen, Sie könnten einer dieser Flaschen als Geschenk behalten, welche würden Sie wählen:

- ☐ A
- ☐ B
- ☐ C
- ☐ D
- ☐ E
- ☐ F
- ☐ G
- ☐ H
- ☐ I
- ☐ J
- ☐ K
- ☐ L

18/19

95%

[Zurück](#)[Weiter](#)

## PASO 19

### Wahrnehmungsstudie zu Olivenöl Umfrage beenden

[Umfrage beenden](#)

Vielen Dank für die Zusammenarbeit mit uns.

Bitte, um die Umfrage zu beenden, drücken Sie die Schaltfläche Fertig.

19/19

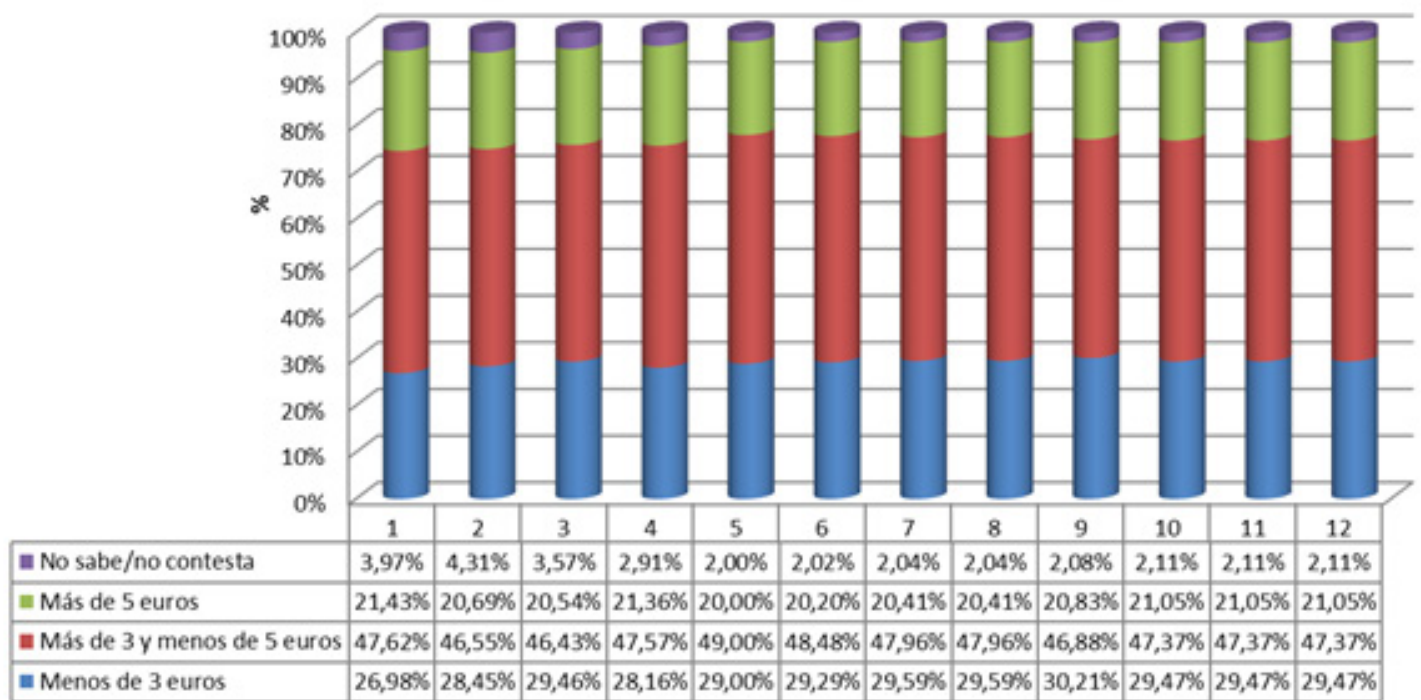
100%

[Zurück](#)[Weiter](#)

AN EXO

Estadísticas

# PRECIO. CUANTO ESTÁ DISPUESTO A PAGAR



## ITEMS

Si  $0.05 > 0.01 > p\text{-valor}$  = diferencias altamente significativas

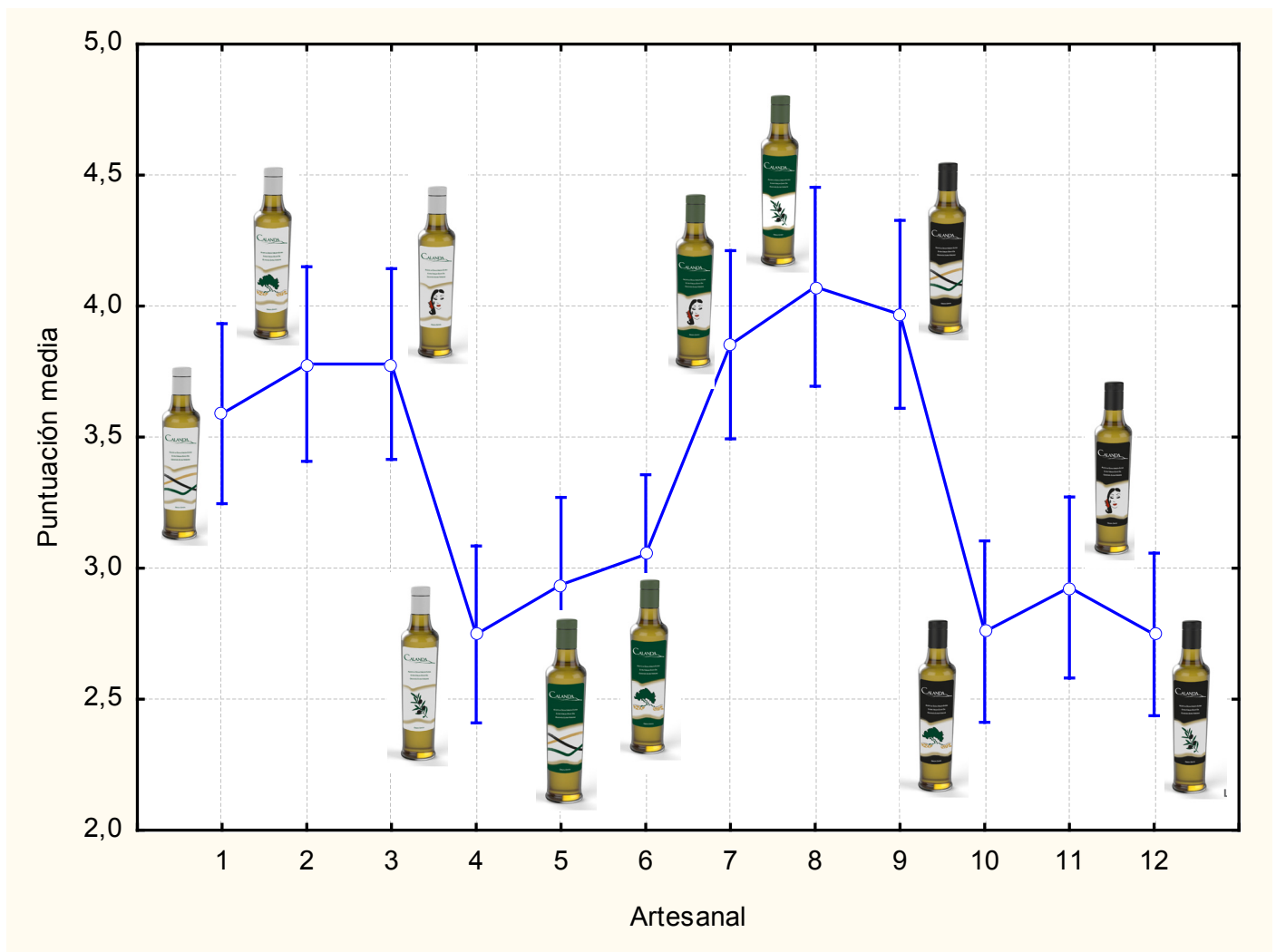
Si  $0.05 > p\text{-valor} > 0.01$  = diferencias significativas

Si  $p\text{-valor} > 0.05$  = diferencias no significativas

## Artesanal

|        | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p    |
|--------|----------|--------------------|----------|----------|------|
| Aceite | 12800,35 | 1                  | 12800,35 | 669,2749 | 0,00 |
| Error  | 1797,82  | 94                 | 19,13    |          |      |

Como podemos ver el valor de  $p = 0,00$  eso quiere decir que existen diferencias altamente significativas.



A continuación se verán los resultados de los encuestados en función de las variables: sexo, formación, ingresos y edad de los encuestados.

## Sexo

|             | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|-------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept   | 8638,152 | 1                  | 8638,152 | 452,3534 | 0,00     |
| Sexo        | 21,886   | 1                  | 21,886   | 1,1461   | 0,287142 |
| Error       | 1775,930 | 93                 | 19,096   |          |          |
| Aceite      | 181,579  | 11                 | 16,507   | 11,6627  | 0,00     |
| Aceite*Sexo | 21,424   | 11                 | 1,948    | 1,3761   | 0,178337 |
| Error       | 1447,939 | 1023               | 1,415    |          |          |

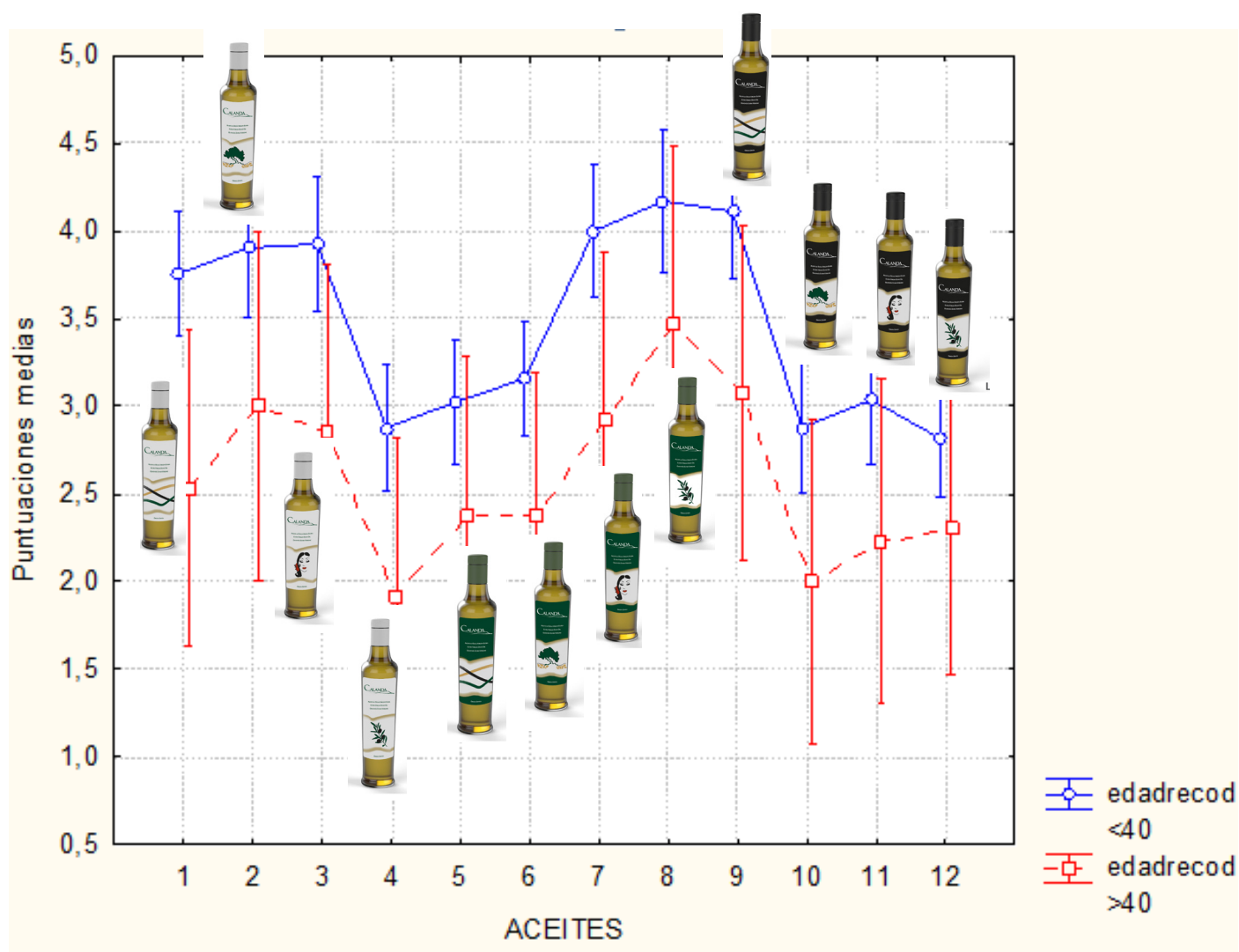
No significativo ni el factor ni la interacción

## Edad recodificado, menos de 40 y 40 mas años

Se han detectado diferencias entre las edades  $p\text{-valor}=0,018$  y obviamente entre los aceites como en todos los análisis con estas variables, por ello se ha hecho una recodificación de dichas edades.

|              | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|--------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept    | 4947,032 | 1                  | 4947,032 | 271,7325 | 0,00     |
| EdadRecodif. | 104,702  | 1                  | 104,702  | 5,7511   | 0,018475 |
| Error        | 1693,114 | 93                 | 18,206   |          |          |
| Aceite       | 122,703  | 11                 | 11,155   | 7,7938   | 0,00     |
| Aceite*edadr | 5,201    | 11                 | 0,473    | 0,3303   | 0,979215 |
| Error        | 1464,162 | 1023               | 1,431    |          |          |

Si analizamos el gráfico se observa como lo mayores de 40 años puntúan bastante menos que los más jóvenes. Sin embargo, el patrón de jóvenes y mayores de 40 se mantiene para los aceites por eso no hay interacción.



## Formación

|             | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|-------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept   | 666,564  | 1                  | 666,5636 | 35,97823 | 0,00     |
| Formación   | 93,345   | 2                  | 46,6724  | 2,51918  | 0,086068 |
| Error       | 1775,930 | 92                 | 18,5269  |          |          |
| Aceite      | 181,579  | 11                 | 0,9340   | 0,65484  | 0,781866 |
| Aceite*Form | 21,424   | 22                 | 1,1778   | 0,82577  | 0,695075 |
| Error       | 1447,939 | 1012               | 1,4263   |          |          |

No significativo ni el factor ni la interacción

## Ingresos

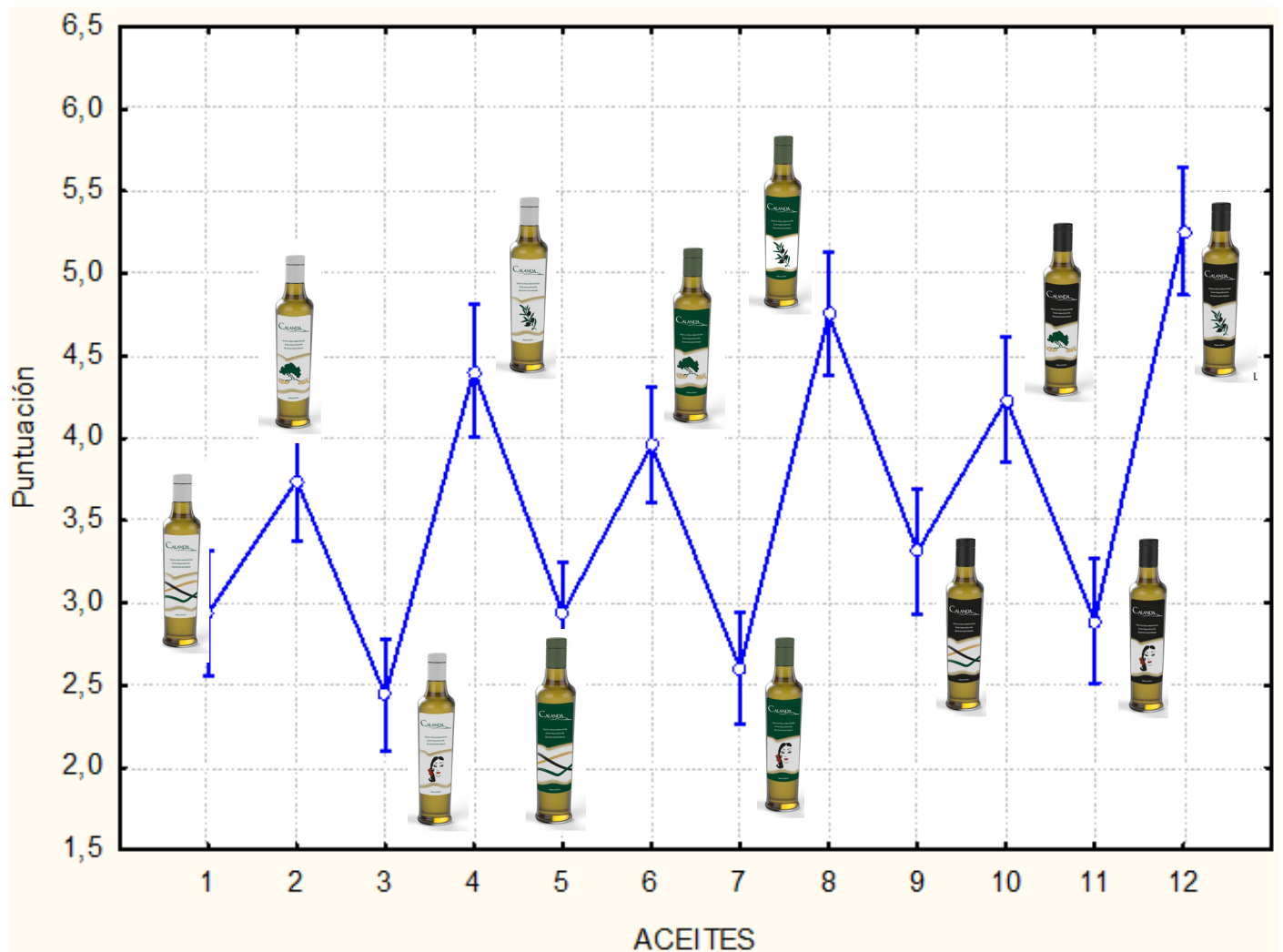
|               | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|---------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept     | 7990,172 | 1                  | 7990,172 | 402,8452 | 0,00     |
| Ingresos      | 12,724   | 4                  | 3,181    | 0,1604   | 0,957780 |
| Error         | 1785,091 | 90                 | 19,834   |          |          |
| Aceite        | 179,260  | 11                 | 16,296   | 11,4333  | 0,00     |
| Aceite*Ingres | 58,274   | 44                 | 1,324    | 0,9292   | 0,604991 |
| Error         | 1411,089 | 990                | 1,425    |          |          |

No significativo ni el factor ni la interacción

## Comprar

|        | SS      | Degr. of - Freedom | MS    | F       | p    |
|--------|---------|--------------------|-------|---------|------|
| Aceite | 844,85  | 11                 | 76,80 | 40,8819 | 0,00 |
| Error  | 1797,82 | 94                 | 1,88  |         |      |

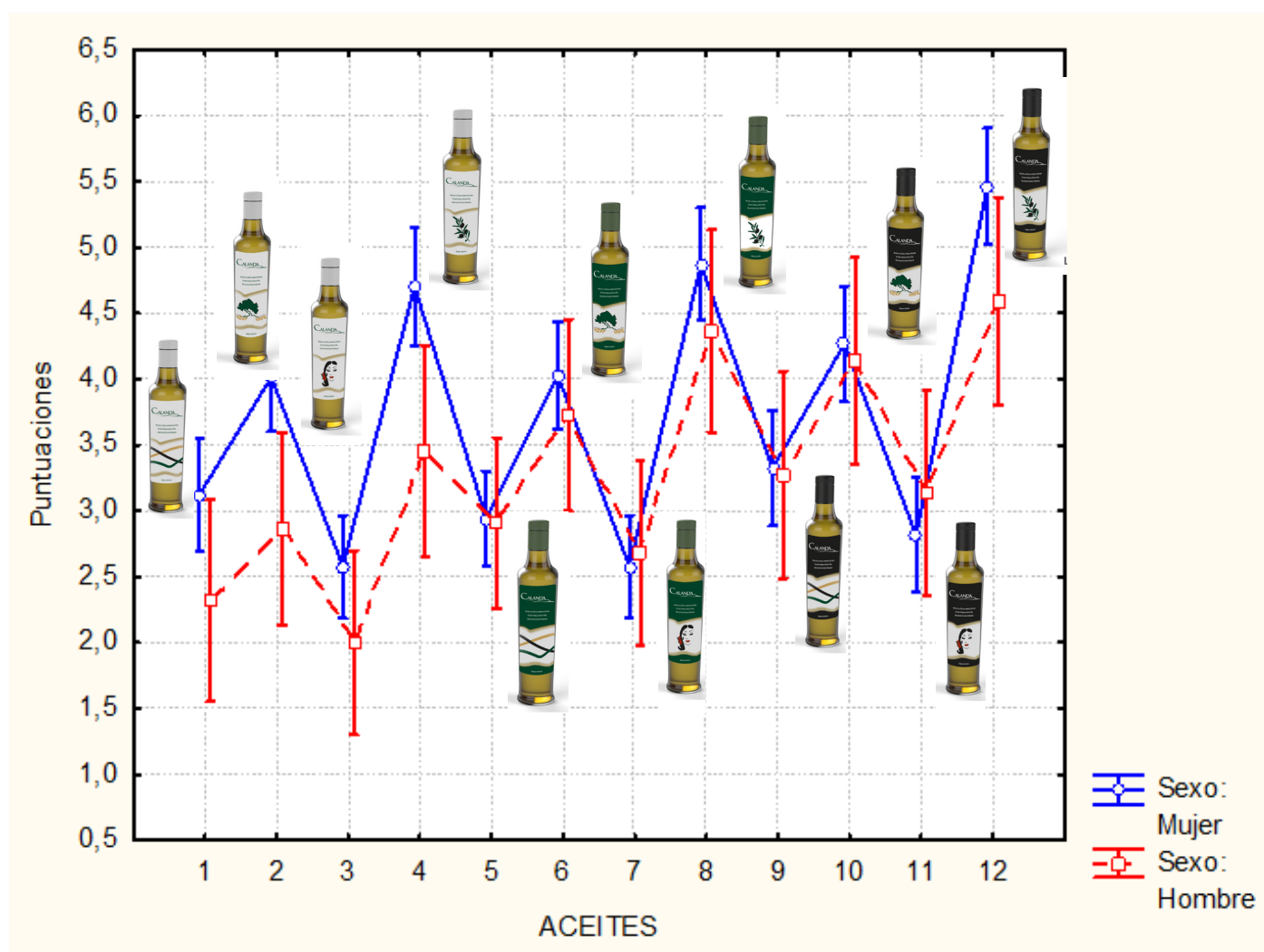
Como podemos ver el valor de  $p = 0,00$  eso quiere decir que existen diferencias altamente significativas.



## Género

|             | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|-------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept   | 9916,558 | 1                  | 9916,558 | 573,5691 | 0,00     |
| Género      | 38,780   | 1                  | 38,780   | 2,2430   | 0,13767  |
| Error       | 1573,318 | 91                 | 17,289   |          |          |
| Aceite      | 539,636  | 11                 | 49,058   | 26,4868  | 0,00     |
| Aceite*Sexo | 47,220   | 11                 | 4,293    | 2,3177   | 0,008271 |
| Error       | 1854,015 | 1001               | 1,852    |          |          |

Se ha detectado diferencias en la interacción es decir que hay diferencias entre géneros dependiendo del tipo de botella que se este valorando. Exploramos el gráfico



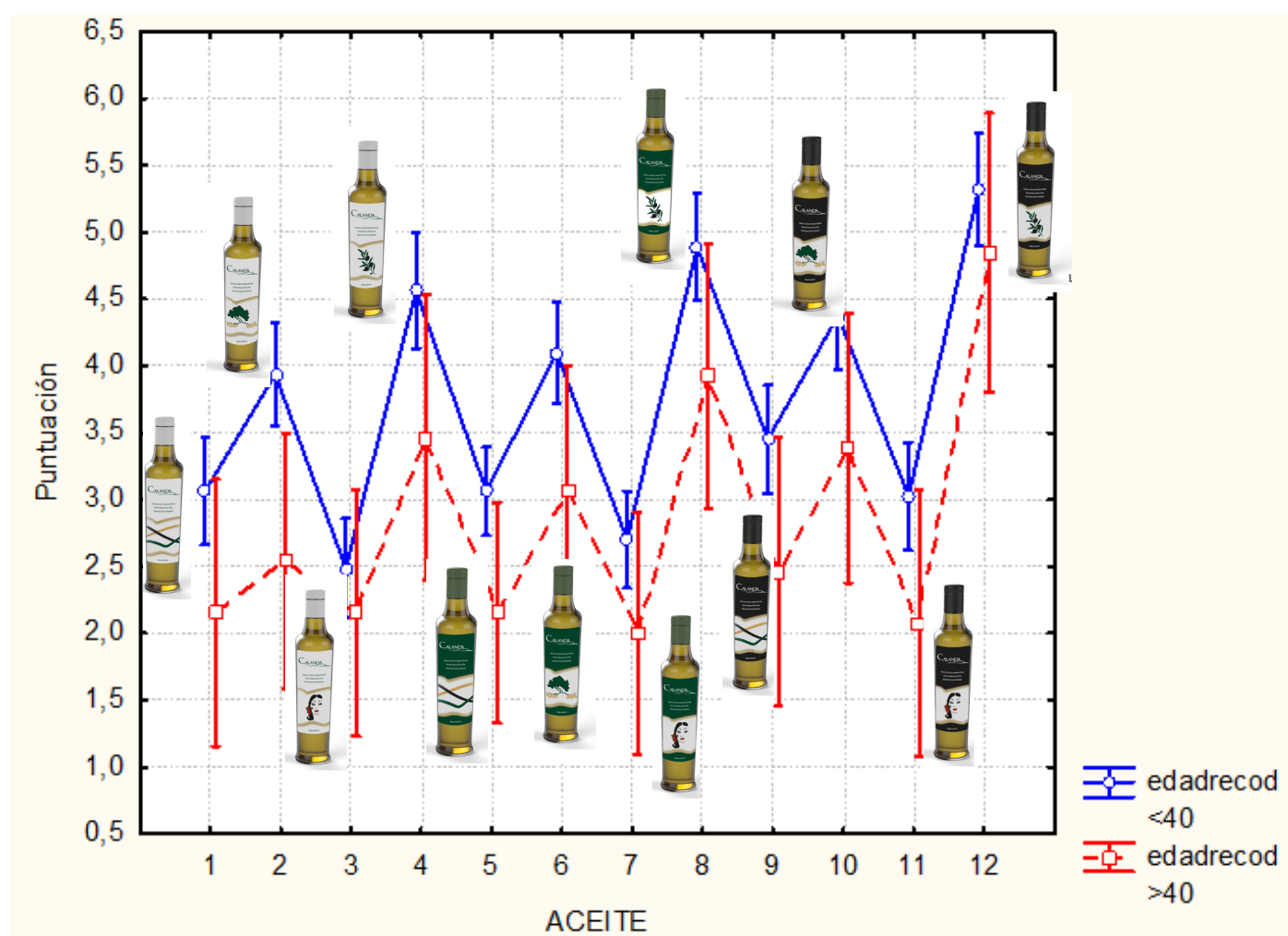
Se puede observar como en las cuatro primeras botellas hay una valoración mayor de las mujeres que los hombres sin embargo en la otras las puntuaciones son bastante más parecidas incluso en la botella 11 puntúan por debajo que los hombres.

## Edad

|             | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|-------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept   | 5846,323 | 1                  | 5846,323 | 353,6110 | 0,00     |
| Edad        | 104,577  | 1                  | 104,577  | 6,5067   | 0,012417 |
| Error       | 1504,521 | 91                 | 16,533   |          |          |
| Aceite      | 395,358  | 11                 | 35,942   | 19,0201  | 0,00     |
| Aceite*Edad | 9,674    | 11                 | 0,879    | 0,4654   | 0,92756  |
| Error       | 1891,561 | 1001               | 1,890    |          |          |

Se ha detectado resultados significativos para la edad.

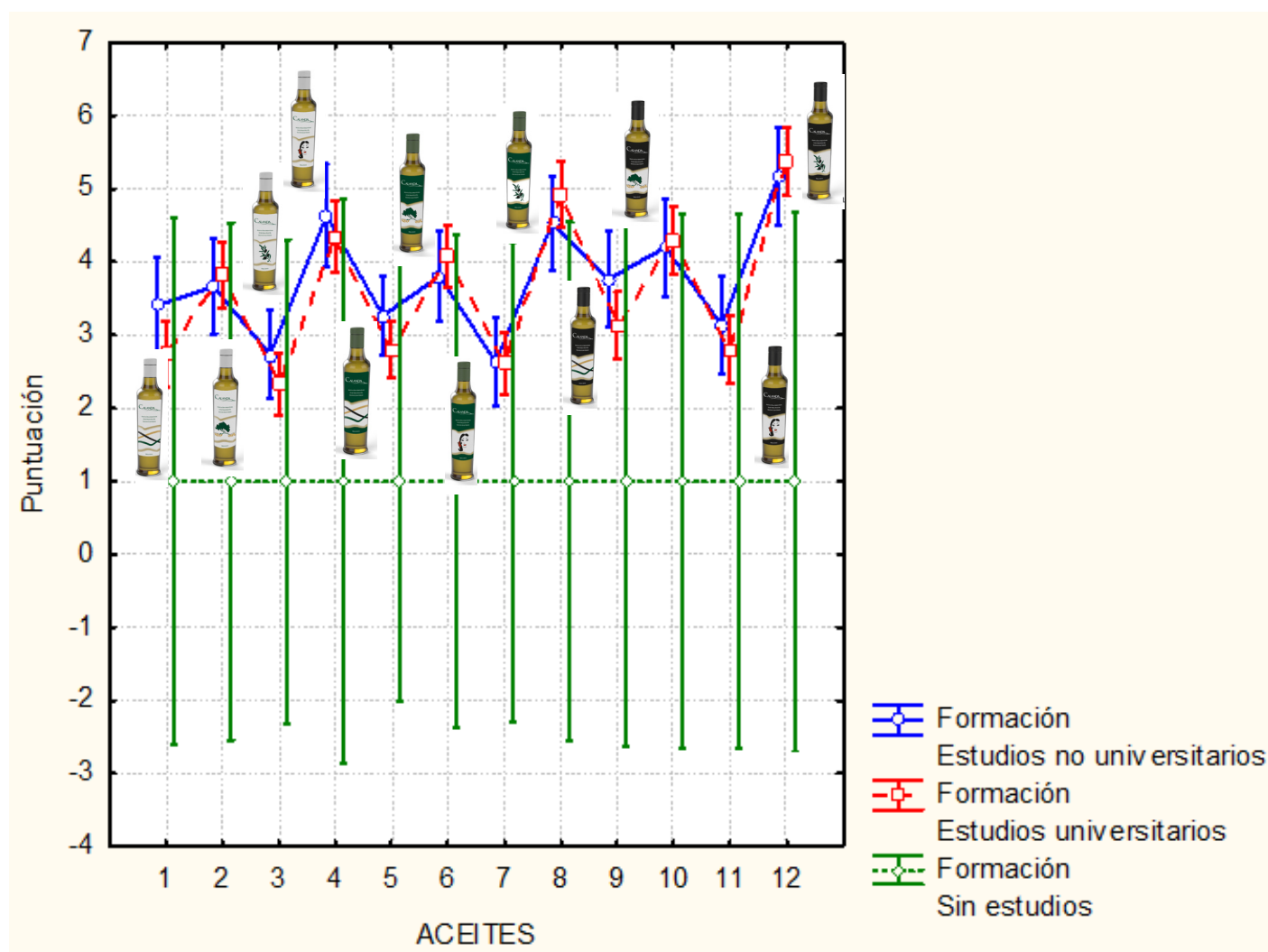
Como vemos en el gráfico a continuación, las puntuaciones son menores en el grupo de edades mayores de 40, como suele pasar en todos los ítems.



## Formación

|              | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|--------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept    | 797,357  | 1                  | 797,3566 | 47,08746 | 0,00     |
| Formación    | 88,081   | 2                  | 44,0407  | 2,60080  | 0,079785 |
| Error        | 1524,017 | 90                 | 16,9335  |          |          |
| Aceite       | 32,281   | 11                 | 2,9347   | 1,56022  | 0,105170 |
| Aceite*forma | 39,120   | 22                 | 1,7782   | 0,94537  | 0,533762 |
| Error        | 1862,115 | 990                | 1,8809   |          |          |

No significativo, aunque el p-valor del factor formación es casi significativo (P-VALOR=0,08)



Si representamos las medias para los grupos de formación, vemos que en el grupo de formación sin estudios existe sólo un individuo y por tanto, si dicho valor es eliminado, el valor que se obtiene es un valor no significativo ( $p\text{-valor}=0,6$ ), esto quiere decir que no existe ninguna relación entre la puntuación y la formación de los encuestados.

## Ingresos

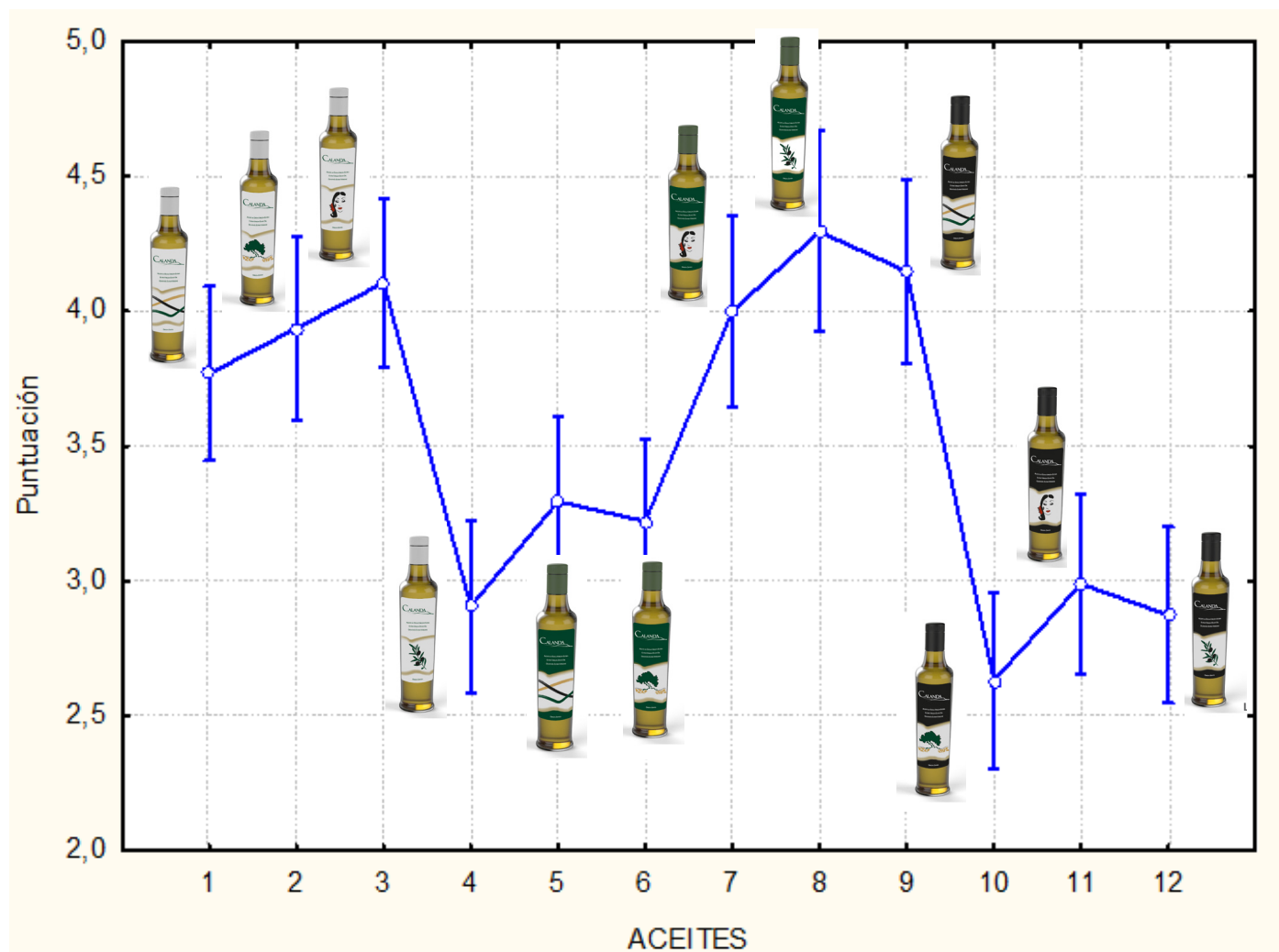
|              | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|--------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept    | 8020,999 | 1                  | 8020,999 | 453,0009 | 0,00     |
| Ingresos     | 53,938   | 4                  | 13,485   | 0,7616   | 0,553073 |
| Error        | 1558,160 | 88                 | 17,706   |          |          |
| Aceite       | 499,759  | 11                 | 45,433   | 24,0753  | 0,00     |
| Aceite*forma | 74,515   | 44                 | 1,694    | 0,8974   | 0,663215 |
| Error        | 1826,720 | 968                | 1,887    |          |          |

No es significativo el factor ingresos, ni la interacción.

## De Confianza

|        | SS      | Degr. of - Freedom | MS    | F       | p    |
|--------|---------|--------------------|-------|---------|------|
| Aceite | 361,79  | 11                 | 32,89 | 24,7352 | 0,00 |
| Error  | 1374,88 | 94                 | 1,33  |         |      |

Altamente significativos



## Género

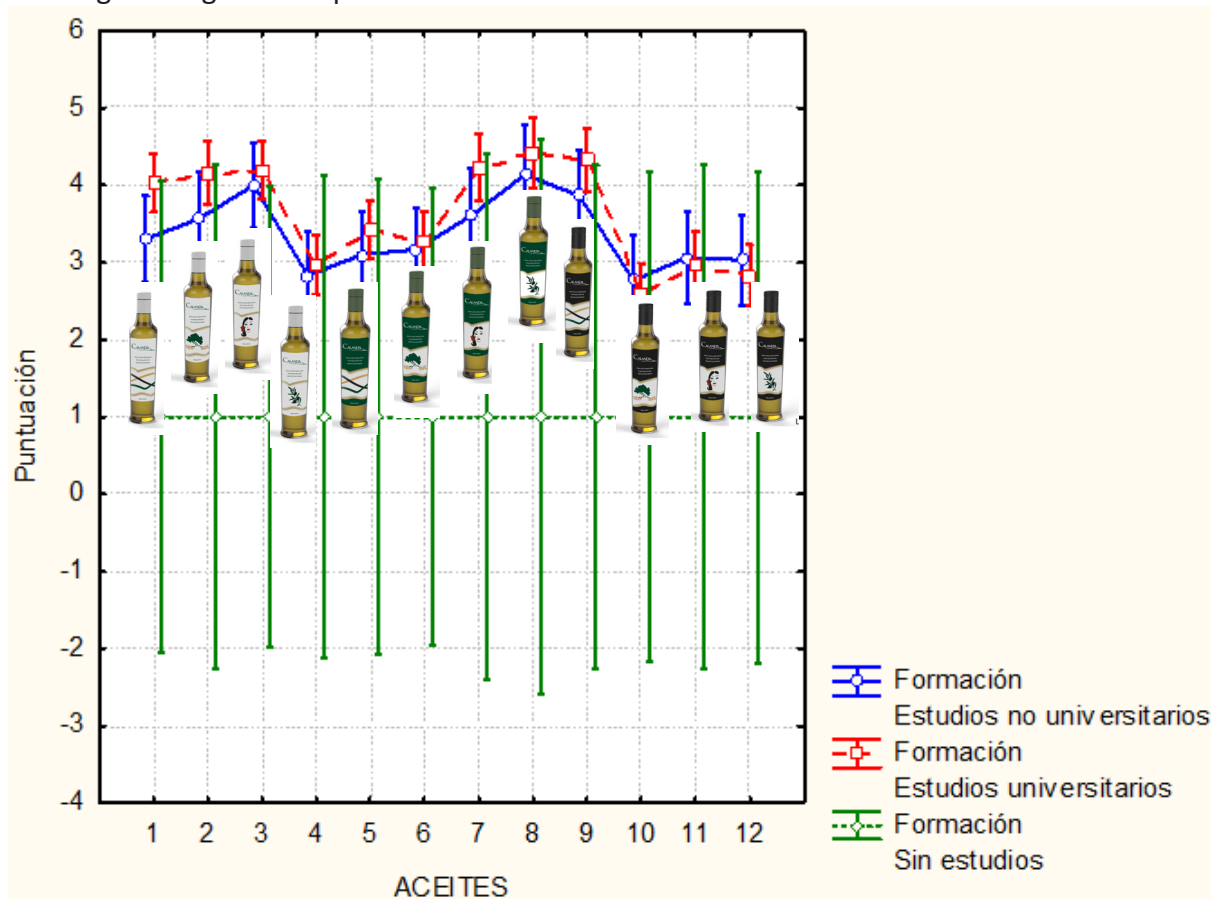
|             | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|-------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept   | 9574,709 | 1                  | 9574,709 | 559,1381 | 0,00     |
| Género      | 17,572   | 1                  | 17,572   | 1,0262   | 0,313690 |
| Error       | 1592,537 | 93                 | 17,124   |          |          |
| Aceite      | 230,963  | 11                 | 20,997   | 15,7810  | 0,00     |
| Aceite*Sexo | 13,784   | 11                 | 1,253    | 0,9418   | 0,498953 |
| Error       | 1361,097 | 1023               | 1,330    |          |          |

No se ha encontrado significación.

## Formación

|             | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|-------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept   | 730,424  | 1                  | 730,4241 | 44,27001 | 0,00     |
| Formación   | 92,173   | 2                  | 46,0866  | 2,79325  | 0,066422 |
| Error       | 1517,936 | 92                 | 16,4993  |          |          |
| Aceite      | 12,846   | 11                 | 1,1678   | 0,87603  | 0,563646 |
| Aceite*Form | 25,830   | 22                 | 1,1741   | 0,88074  | 0,621625 |
| Error       | 1349,051 | 1012               | 1,3331   |          |          |

No ha salido pero esta cercano al 0,05, pasa lo mismo que en el otro ítem que para una categoría sólo hay una respuesta, por lo tanto, esas diferencias cercanas a la significación son debidas a ese grupo con un individuo. En el siguiente gráfico se puede observar.

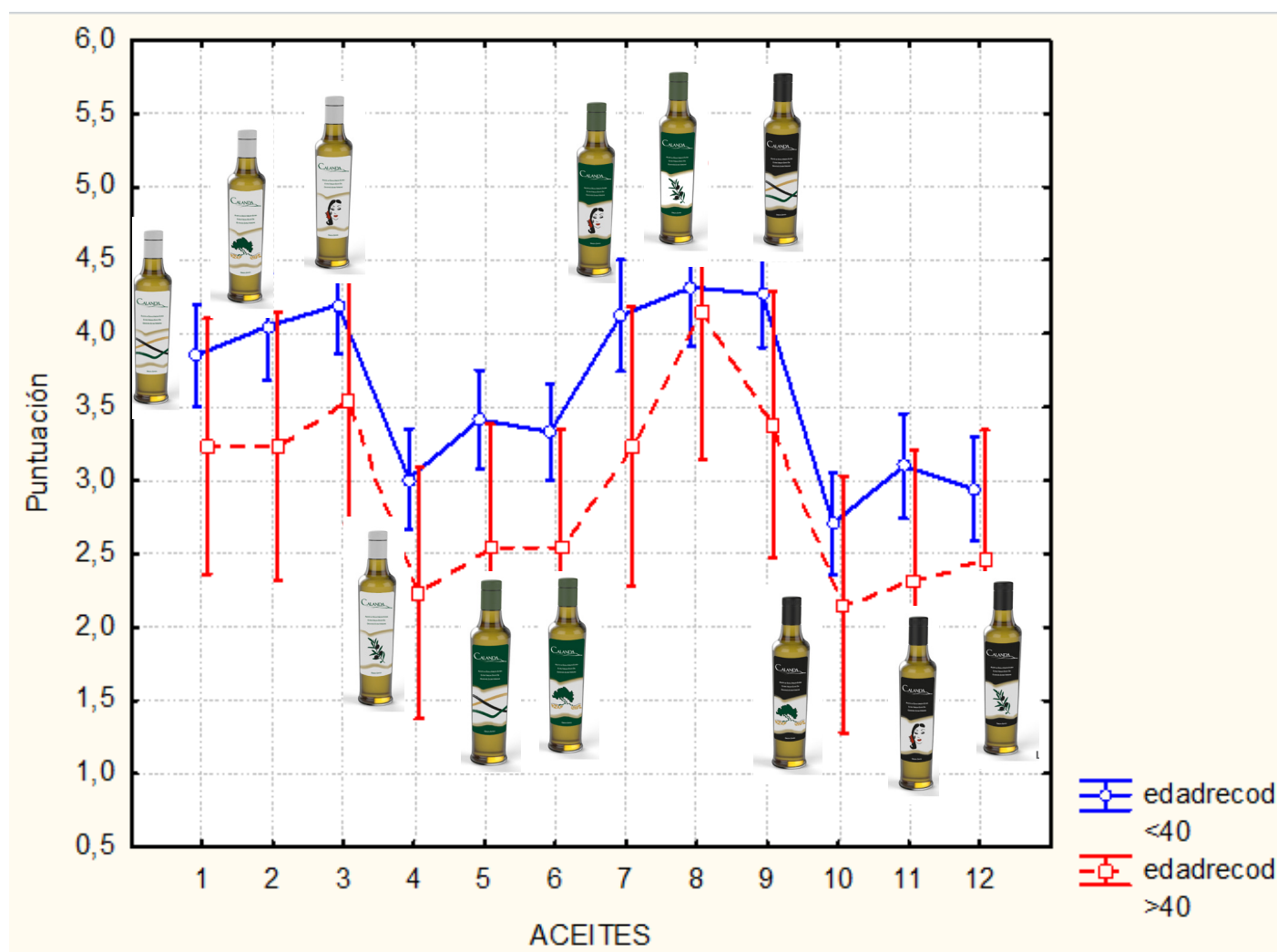


## Edad

|             | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|-------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept   | 5733,634 | 1                  | 5733,634 | 344,9941 | 0,00     |
| Edad        | 64,494   | 1                  | 64,494   | 3,8806   | 0,051822 |
| Error       | 1545,615 | 93                 | 16,620   |          |          |
| Aceite      | 177,025  | 11                 | 16,093   | 12,0238  | 0,00     |
| Aceite*Edad | 5,660    | 11                 | 0,515    | 0,3844   | 0,962417 |
| Error       | 1369,221 | 1023               | 1,338    |          |          |

Se ha detectado una diferencia entre las edades que no es significativa pero muy cercana.

En la gráfica a continuación podemos observar también como en general las puntuaciones son menores en los mayores que en los jóvenes como ya venimos viendo a lo largo del análisis de los items anteriores.



## Ingresos

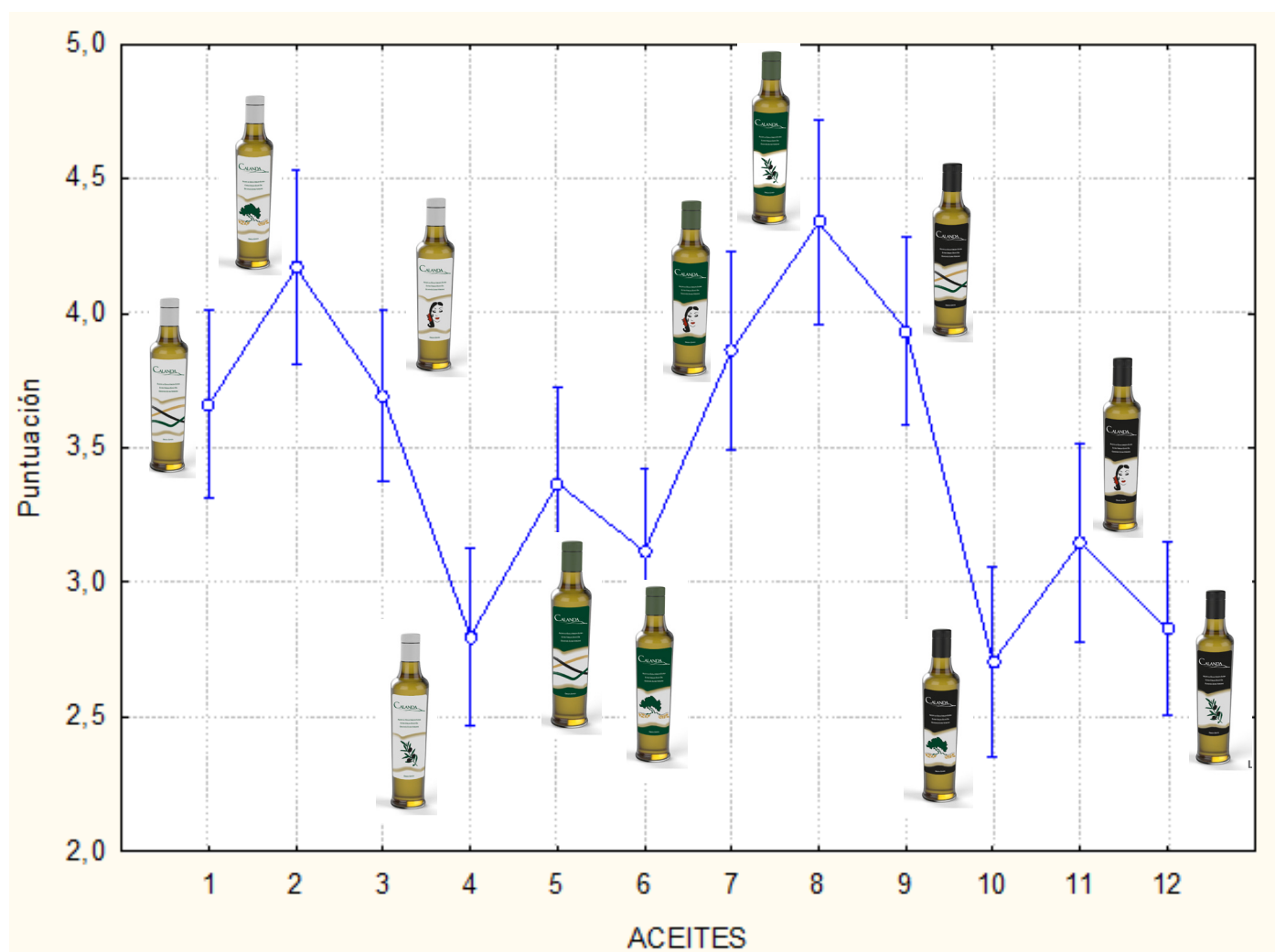
|                 | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|-----------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept       | 9032,928 | 1                  | 9032,928 | 521,7905 | 0,00     |
| Ingresos        | 52,082   | 4                  | 13,021   | 0,7521   | 0,559171 |
| Error           | 1558,027 | 90                 | 13,311   |          |          |
| Aceite          | 234,635  | 11                 | 21,330   | 15,7554  | 0,00     |
| Aceite*ingresos | 34,570   | 44                 | 0,786    | 0,5803   | 0,987272 |
| Error           | 1340,311 | 990                | 1,354    |          |          |

No ha sido significativo

## Distinguido

|        | SS      | Degr. of - Freedom | MS    | F       | p    |
|--------|---------|--------------------|-------|---------|------|
| Aceite | 321,42  | 11                 | 29,20 | 18,4487 | 0,00 |
| Error  | 1636,42 | 1034               | 1,58  |         |      |

Se han obtenido unos resultados significativos



## Sexo

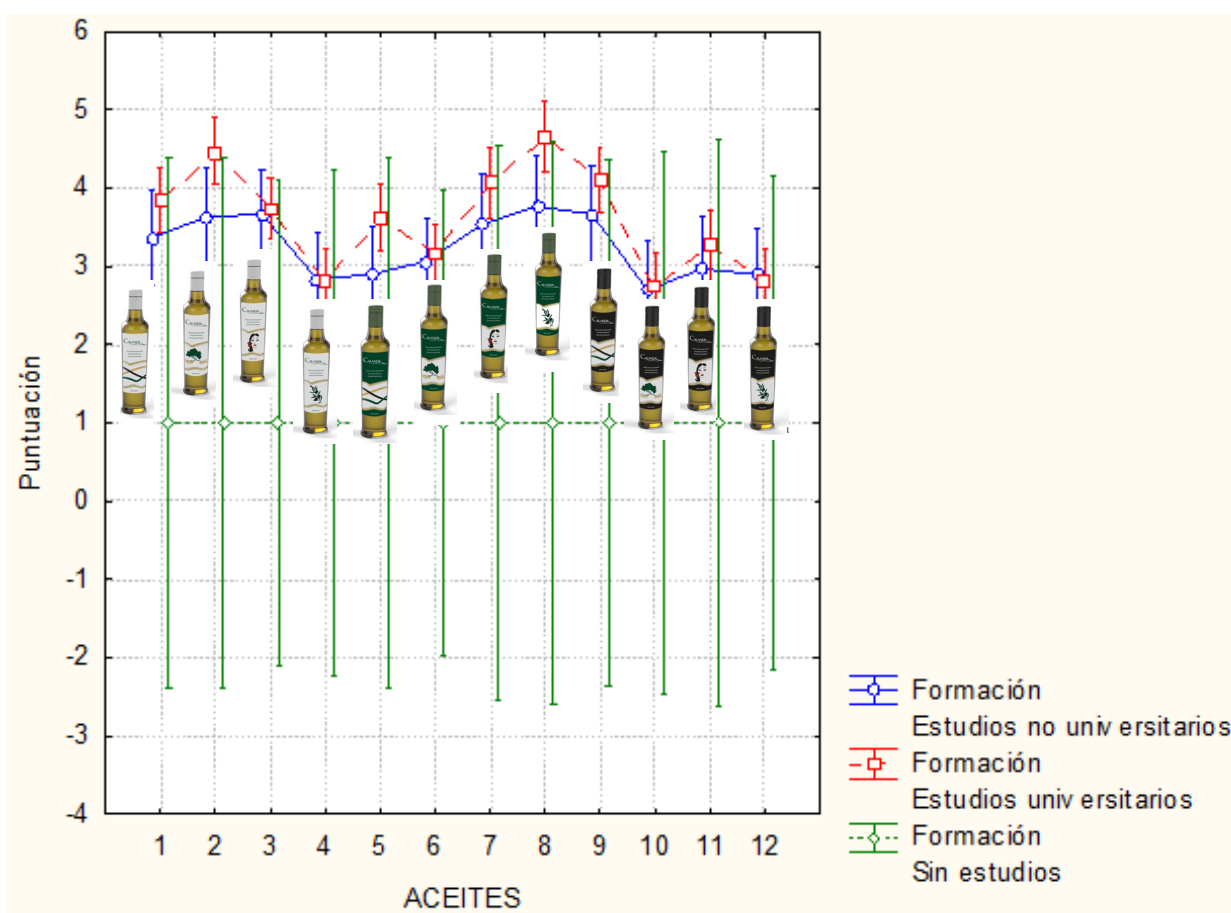
|             | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|-------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept   | 9530,502 | 1                  | 9530,502 | 540,0121 | 0,00     |
| Sexo        | 5,015    | 1                  | 5,015    | 0,2841   | 0,595276 |
| Error       | 1641,328 | 93                 | 17,649   |          |          |
| Aceite      | 212,957  | 11                 | 19,360   | 12,2476  | 0,00     |
| Aceite*sexo | 19,371   | 11                 | 1,761    | 1,1141   | 0,346211 |
| Error       | 1617,045 | 1023               | 1,581    |          |          |

No se han detectado diferencias significativas.

## Formación

|              | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|--------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept    | 706,875  | 1                  | 706,8755 | 42,21497 | 0,00     |
| Sexo         | 105,833  | 2                  | 52,9165  | 3,16020  | 0,047058 |
| Error        | 1540,509 | 92                 | 16,7447  |          |          |
| Aceite       | 10,943   | 11                 | 0,9948   | 0,62648  | 0,807248 |
| Aceite*form. | 29,391   | 22                 | 1,3359   | 0,84128  | 0,674651 |
| Error        | 1607,025 | 1012               | 1,5880   |          |          |

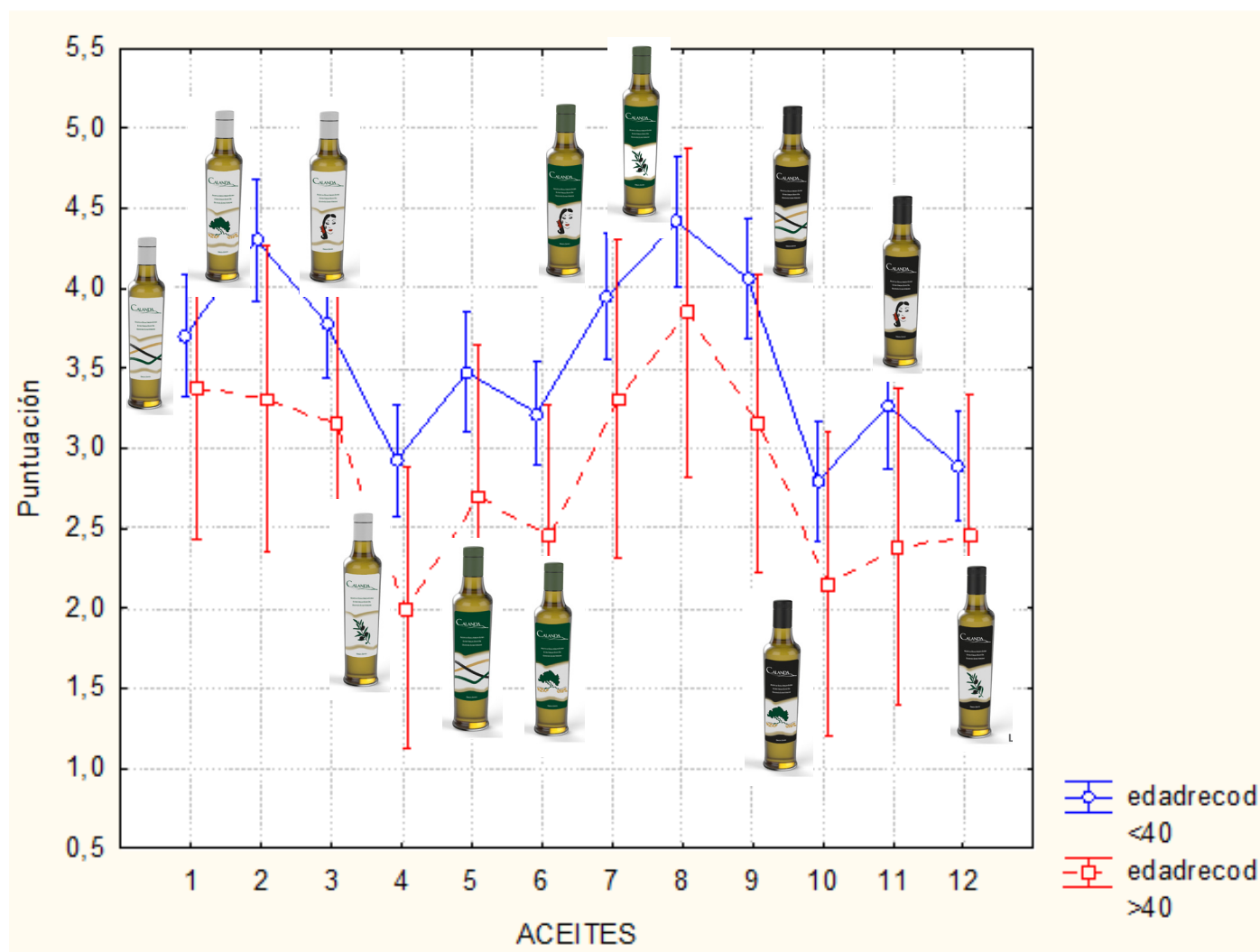
En este caso y como ya hemos visto en otros anteriormente, existe una relación significativa aunque bastante cercana a una significación nula. Esto se debe a que en el grupo “sinestudios” existe un único individuo.



## Edad

|             | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|-------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept   | 5558,599 | 1                  | 5558,599 | 327,3863 | 0,00     |
| Edad        | 67,322   | 1                  | 67,322   | 3,9651   | 0,049388 |
| Error       | 1579,020 | 93                 | 16,979   |          |          |
| Aceite      | 152,626  | 11                 | 13,875   | 8,7021   | 0,00     |
| Aceite*Edad | 5,293    | 11                 | 0,481    | 0,3018   | 0,985632 |
| Error       | 1631,123 | 1023               | 1,594    |          |          |

Se ha detectado una relación significativa, muy próxima a la no significación. Como en los casos anteriores, se han encontrado puntuaciones menores en los mayores de 40 años.



## Ingresos

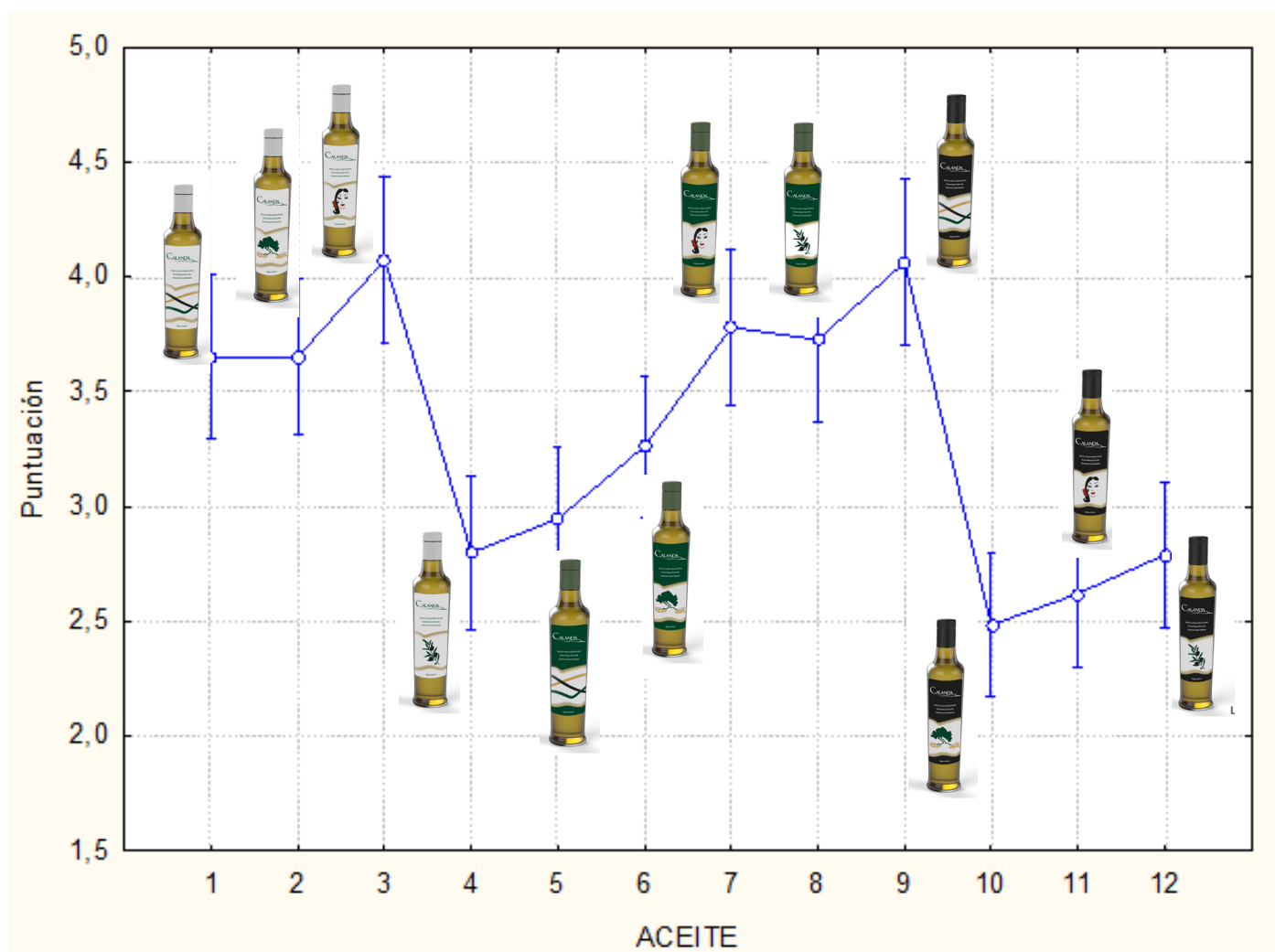
|               | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|---------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept     | 8796,319 | 1                  | 8796,319 | 494,8241 | 0,00     |
| Ingresos      | 46,443   | 4                  | 11,611   | 0,6531   | 0,626157 |
| Error         | 1599,899 | 90                 | 17,777   |          |          |
| Aceite        | 183,766  | 11                 | 16,706   | 10,3783  | 0,00     |
| Aceite*Ingres | 42,804   | 44                 | 0,973    | 0,6043   | 0,981024 |
| Error         | 1593,612 | 990                | 1,610    |          |          |

Se ha detectado una relación no significativa.

## Ecológico

|        | SS      | Degr. of - Freedom | MS    | F       | p    |
|--------|---------|--------------------|-------|---------|------|
| Aceite | 341,84  | 11                 | 31,08 | 20,7134 | 0,00 |
| Error  | 1551,32 | 1034               | 1,50  |         |      |

Se han obtenido unos resultados significativos



## Género

|             | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|-------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept   | 8619,479 | 1                  | 8619,479 | 539,2426 | 0,00     |
| Sexo        | 10,777   | 4                  | 10,777   | 0,6072   | 0,413680 |
| Error       | 1486,551 | 93                 | 15,984   |          |          |
| Aceite      | 240,044  | 11                 | 21,822   | 14,4660  | 0,00     |
| Aceite*sexo | 8,115    | 11                 | 0,738    | 0,4890   | 0,910897 |
| Error       | 1543,210 | 1023               | 1,509    |          |          |

Se ha detectado una relación no significativa.

## Formación

|              | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|--------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept    | 671,987  | 1                  | 671,9868 | 43,21454 | 0,00     |
| Formación    | 66,727   | 2                  | 33,3633  | 2,14555  | 0,122822 |
| Error        | 1430,601 | 92                 | 15,5500  |          |          |
| Aceite       | 12,122   | 11                 | 1,1020   | 0,73423  | 0,706105 |
| Aceite*form. | 32,445   | 22                 | 1,4748   | 0,98260  | 0,483957 |
| Error        | 1518,880 | 1012               | 1,5009   |          |          |

Se ha detectado una relación no significativa.

## Edad

|             | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|-------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept   | 5402,533 | 1                  | 5402,533 | 341,0672 | 0,00     |
| Edad        | 24,200   | 1                  | 24,200   | 1,5278   | 0,219559 |
| Edad        | 1473,128 | 93                 | 15,840   |          |          |
| Aceite      | 149,376  | 11                 | 13,580   | 9,0677   | 0,00     |
| Aceite*edad | 19,288   | 11                 | 1,753    | 1,1709   | 0,302883 |
| Error       | 1532,036 | 1023               | 1,498    |          |          |

Se ha detectado una relación no significativa.

## Ingreso

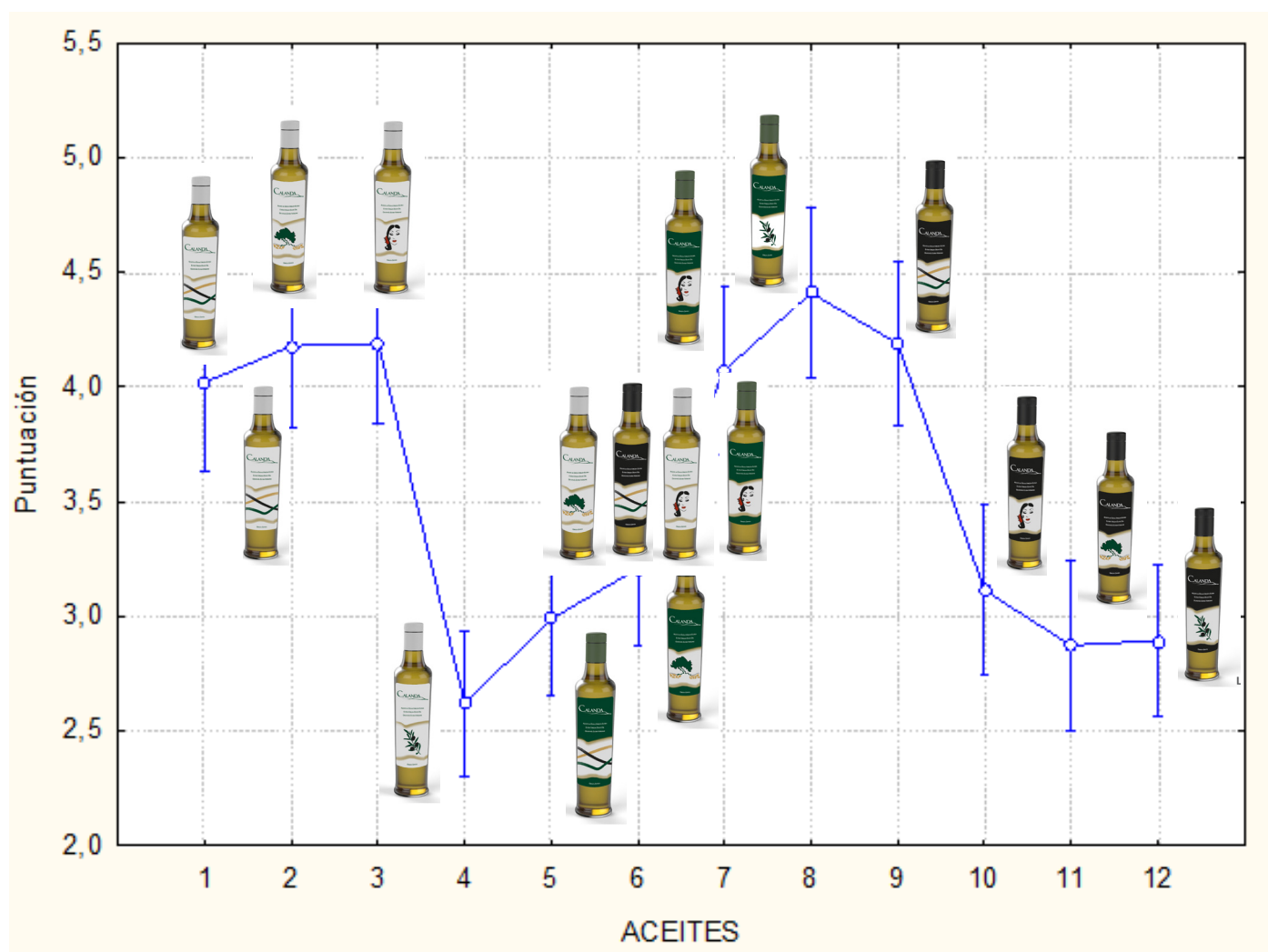
|              | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|--------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept    | 8028,155 | 1                  | 8028,155 | 494,6977 | 0,00     |
| Ingresos     | 36,771   | 4                  | 9,193    | 0,5665   | 0,687607 |
| Error        | 1460,557 | 90                 | 16,228   |          |          |
| Aceite       | 203,381  | 11                 | 18,489   | 12,2336  | 0,00     |
| Aceite*ingr. | 55,097   | 44                 | 1,252    | 0,8285   | 0,779724 |
| Error        | 1496,228 | 990                | 1,511    |          |          |

Se ha detectado una relación no significativa.

## Mediterránea

|        | SS      | Degr. of - Freedom | MS    | F       | p    |
|--------|---------|--------------------|-------|---------|------|
| Aceite | 457,46  | 11                 | 41,59 | 26,5449 | 0,00 |
| Error  | 1619,95 | 1034               | 1,57  |         |      |

Se han obtenido unos resultados significativos



## Género

|             | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|-------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept   | 9913,933 | 1                  | 9913,933 | 510,0583 | 0,00     |
| Sexo        | 13,281   | 1                  | 13,281   | 0,6833   | 0,410578 |
| Error       | 1807,628 | 93                 | 19,437   |          |          |
| Aceite      | 280,185  | 11                 | 25,471   | 16,3115  | 0,00     |
| Aceite*sexo | 22,480   | 11                 | 2,044    | 1,3087   | 0,213807 |
| Error       | 1597,475 | 1023               | 1,562    |          |          |

Se ha detectado una relación no significativa.

## Formación

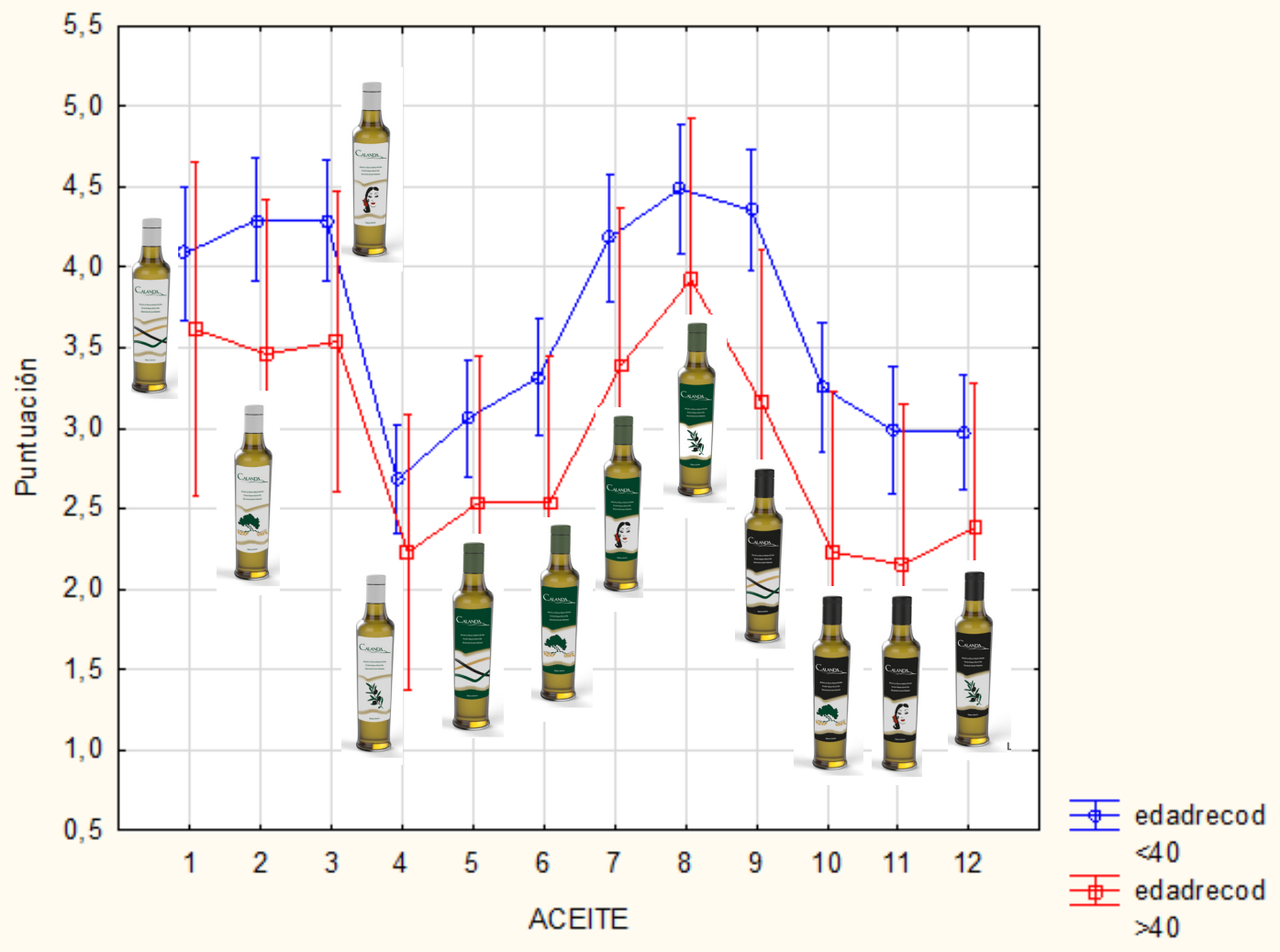
|             | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|-------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept   | 740,520  | 1                  | 740,5203 | 39,93455 | 0,00     |
| Formación   | 114,920  | 2                  | 57,4602  | 3,09870  | 0,049847 |
| Error       | 1705,988 | 92                 | 18,5434  |          |          |
| Aceite      | 16,641   | 11                 | 1,5128   | 0,95677  | 0,484600 |
| Aceite*form | 19,796   | 22                 | 0,8998   | 0,56907  | 0,944579 |
| Error       | 1600,159 | 1012               | 1,5812   |          |          |

Se ha detectado una relación significativa. Sin embargo, como pasa en casos anteriores, dicha significación es debida a que en el grupo de sin estudios existe sólo un individuo.

## Edad

|             | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|-------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept   | 5855,024 | 1                  | 58550,24 | 311,4843 | 0,00     |
| Edad        | 72,772   | 1                  | 72,772   | 3,8714   | 0,052094 |
| Error       | 1748,137 | 93                 | 18,797   |          |          |
| Aceite      | 206,468  | 11                 | 18,770   | 11,9002  | 0,00     |
| Aceite*edad | 6,405    | 11                 | 0,582    | 0,3691   | 0,967813 |
| Error       | 1613,550 | 1023               | 1,577    |          |          |

El resultado obtenido no es significativo pero está muy cerca. El resultado de p es p-valor=0,05209. Esto quiere decir, que la edad tiene casi relación con los resultados obtenidos y la forma de puntuar. Además como se puede en el gráfico, los mayores de 40 puntúan más bajo.



## Ingresos

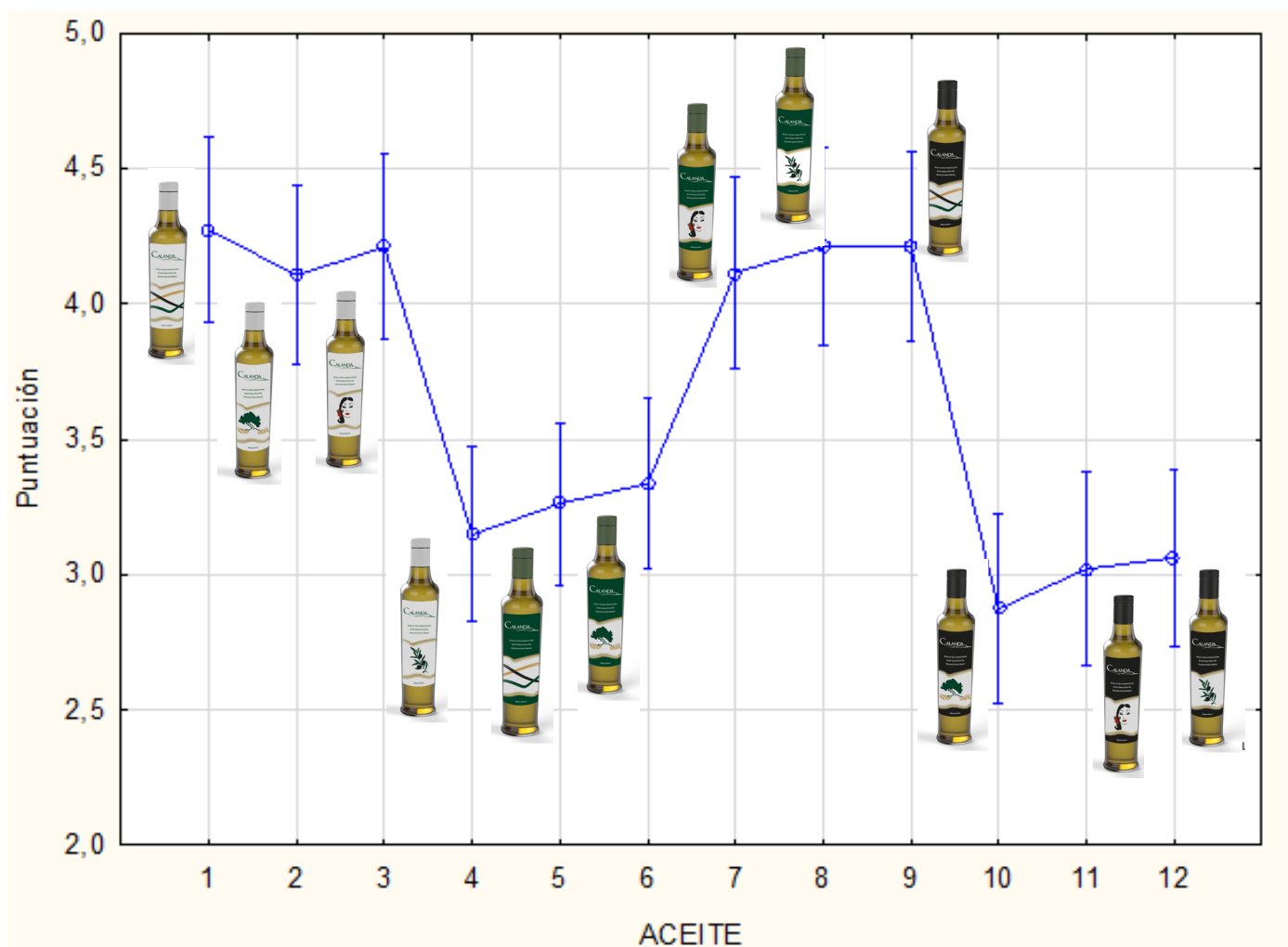
|               | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|---------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept     | 8908,537 | 1                  | 8908,537 | 451,3341 | 0,00     |
| Ingresos      | 44,468   | 4                  | 11,117   | 0,5632   | 0,689943 |
| Error         | 1776,441 | 90                 | 19,738   |          |          |
| Aceite        | 256,372  | 11                 | 23,307   | 14,8012  | 0,00     |
| Aceite*ingre. | 61,054   | 44                 | 1,388    | 0,8812   | 0,692144 |
| Error         | 1558,900 | 990                | 1,575    |          |          |

El resultado obtenido no es significativo.

## Saludable

|        | SS      | Degr. of - Freedom | MS    | F       | p    |
|--------|---------|--------------------|-------|---------|------|
| Aceite | 341,87  | 11                 | 31,08 | 24,3524 | 0,00 |
| Error  | 1319,63 | 1034               | 1,28  |         |      |

Se han obtenido unos resultados significativos.



## Género

|             | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|-------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept   | 10320,09 | 1                  | 10320,09 | 539,8245 | 0,00     |
| Sexo        | 21,02    | 1                  | 21,02    | 1,0993   | 0,297133 |
| Error       | 1777,93  | 93                 | 19,12    |          |          |
| Aceite      | 210,63   | 11                 | 19,15    | 14,9446  | 0,00     |
| Aceite*sexo | 8,86     | 11                 | 0,81     | 0,6287   | 0,805344 |
| Error       | 1310,77  | 1023               | 1,28     |          |          |

Se ha detectado una relación no significativa.

## Formación

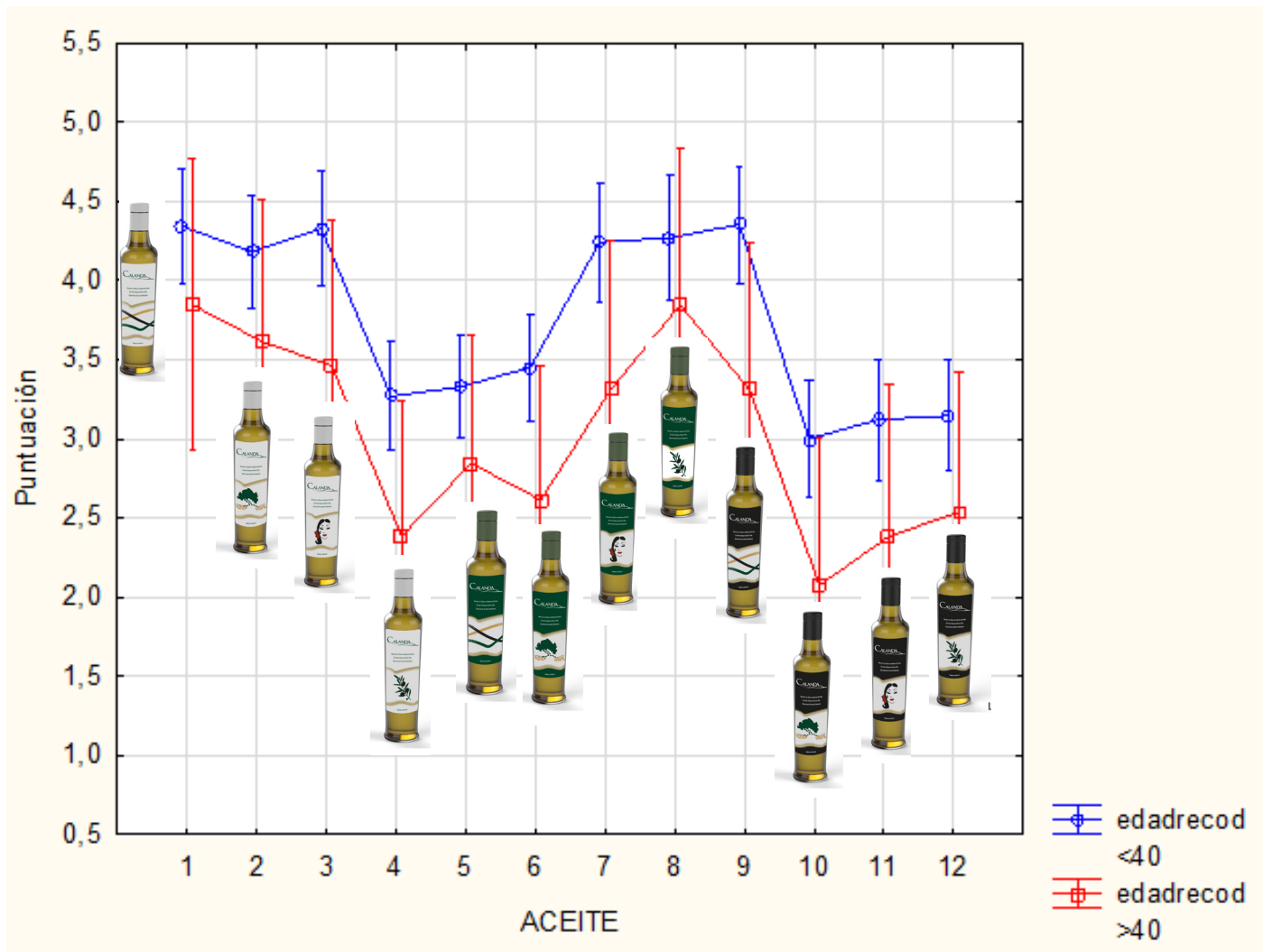
|             | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|-------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept   | 774,8989 | 1                  | 774,8982 | 42,40430 | 0,00     |
| Formación   | 117,730  | 2                  | 58,8648  | 3,22122  | 0,044448 |
| Error       | 1981,213 | 92                 | 18,2740  |          |          |
| Aceite      | 12,502   | 11                 | 1,1366   | 0,88266  | 0,557019 |
| Aceite*form | 16,524   | 22                 | 0,7511   | 0,58331  | 0,936513 |
| Error       | 1303,102 | 1012               | 1,2877   |          |          |

Como va pasando anteriormente, el grupo de sin estudios está formado por un solo individuo que distorsiona las significaciones.

## Edad

|             | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|-------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept   | 6175,677 | 1                  | 6175,677 | 332,6732 | 0,00     |
| Edad        | 72,509   | 1                  | 72,509   | 3,9059   | 0,051079 |
| Error       | 1726,433 | 93                 | 18,654   |          |          |
| Aceite      | 168,973  | 11                 | 15,361   | 11,9577  | 0,00     |
| Aceite*edad | 5,447    | 11                 | 0,495    | 0,3855   | 0,962029 |
| Error       | 1314,179 | 1023               | 1,285    |          |          |

El resultado obtenido no es significativo pero está muy cerca de serlo. Además como se puede ver en el gráfico, los mayores de 40 puntúan más bajo que lo menos de 40.



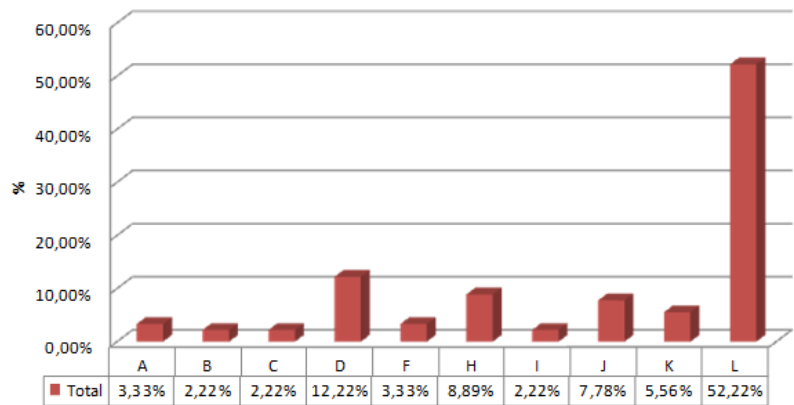
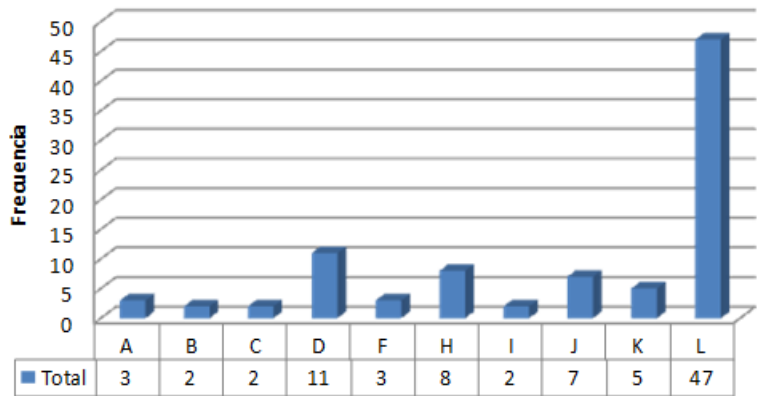
## Ingresos

|               | SS       | Degr. of - Freedom | MS       | F        | p        |
|---------------|----------|--------------------|----------|----------|----------|
| Intercept     | 9451,055 | 1                  | 9451,055 | 488,3688 | 0,00     |
| Ingresos      | 57,236   | 4                  | 14,309   | 0,7394   | 0,567561 |
| Error         | 1741,706 | 90                 | 19,352   |          |          |
| Aceite        | 227,399  | 11                 | 20,673   | 15,9714  | 0,00     |
| Aceite*ingre. | 38,212   | 44                 | 0,868    | 0,6709   | 0,951195 |
| Error         | 1281,415 | 990                | 1,294    |          |          |

El resultado obtenido no es significativo.

# REGALO

Como podemos ver en el siguiente gráfico, la botella tipo seleccionada, como preferida para regalo, ha sido la botella L. Es decir, etiqueta negra con la rama de olivo como imagen. “Etiqueta negra con la rama de olivo como imagen”. Dicha botella ha sido la seleccionada por mas del 47 % de los encuestados. Dándose además el condicionante de que dicha botella representa en gran medida las características desarrolladas en este estudio.

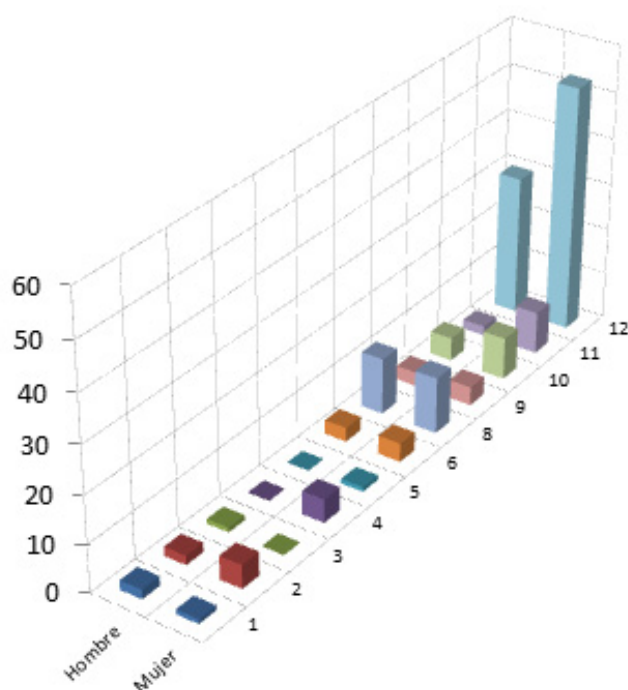


# RELACIÓN ELECCIÓN-VARIABLES

A continuación se va a mostrar dicha relación de la botella elegida con las variables sociodemográficas.

## Género

Con el género no se ha detectado asociación (p-valor=0,419)

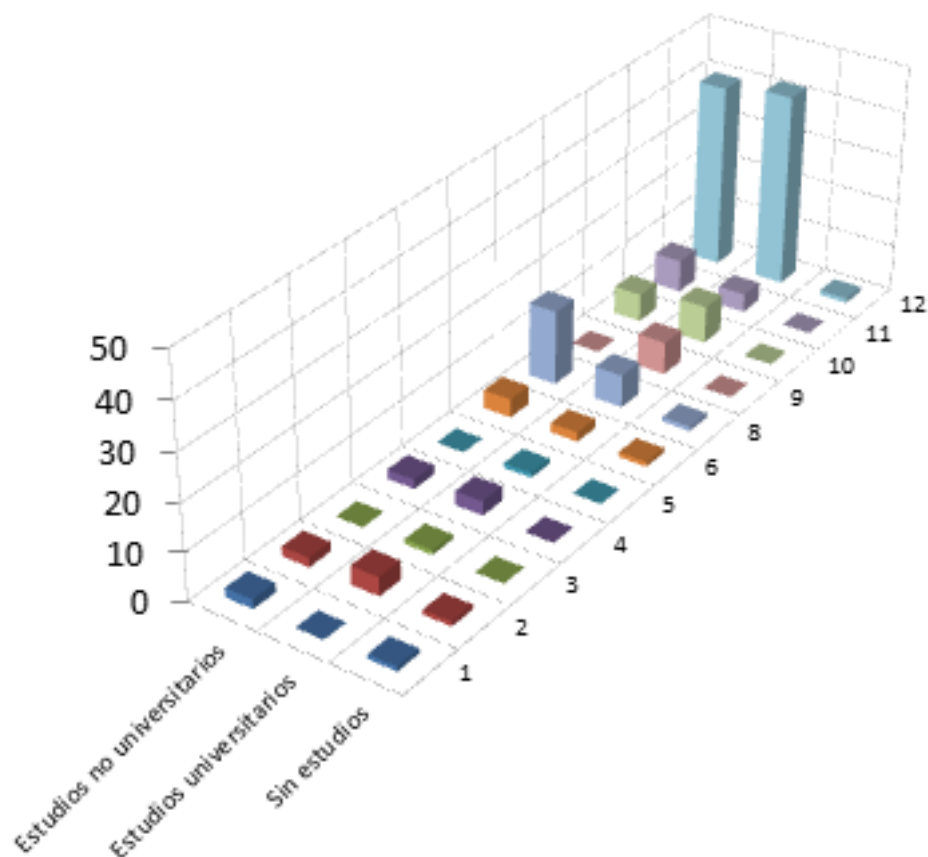


## Formación

En el caso de la formación se ha detectado asociación (p-valor=0,025) si bien el número de individuos sin estudios es muy pequeño.

Tabla de frecuencias:

|                            | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 8  | 9 | 10 | 11 | 12 |
|----------------------------|---|---|---|---|---|---|----|---|----|----|----|
| Estudios no universitarios | 2 | 2 | 0 | 2 | 0 | 4 | 16 | 0 | 6  | 7  | 40 |
| Estudios universitarios    | 0 | 4 | 1 | 3 | 1 | 2 | 7  | 7 | 8  | 4  | 42 |
| Sin estudios               | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1  | 0 | 0  | 0  | 1  |



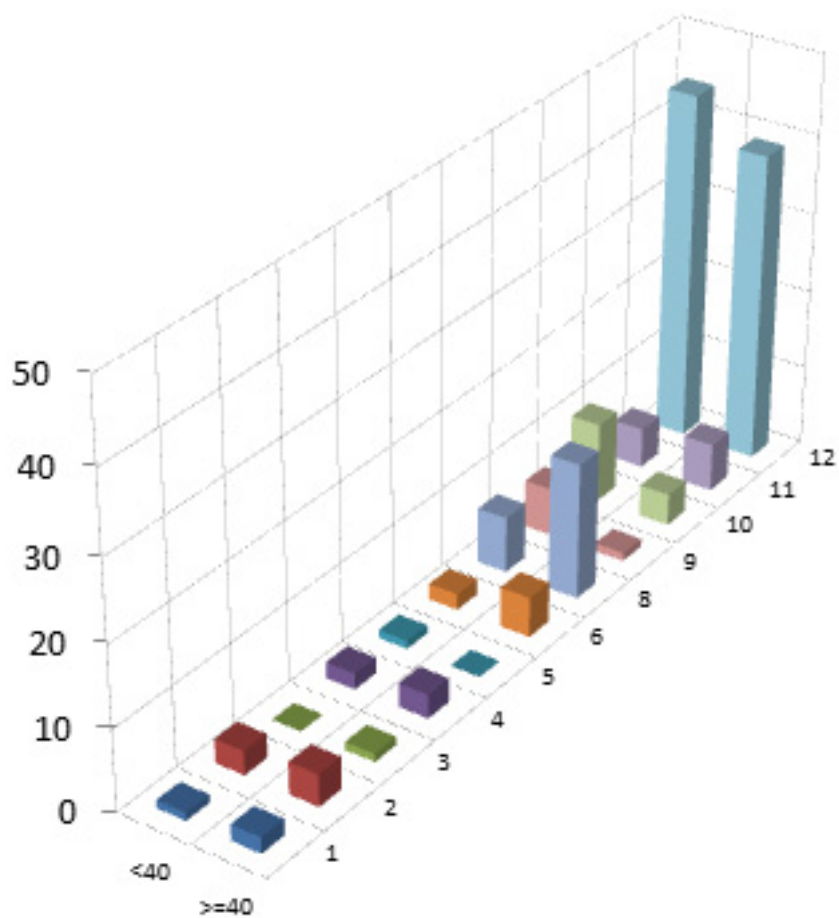
Si lo expresamos en porcentajes condicionados al tipo de formación, es decir, de todos los que tienen un tipo de estudios como son los porcentajes de los diferentes modelos de aceites se observa como el perfil que mas varía con respecto al medio (total) es el de los sin estudios. Aunque no tiene mucho valor debido al poco tamaño muestral de este grupo (5).

|                            | 1    | 2    | 3    | 4    | 5    | 6    | 8     | 9    | 10    | 11   | 12    | Total |
|----------------------------|------|------|------|------|------|------|-------|------|-------|------|-------|-------|
| Estudios no universitarios | 2,53 | 2,53 | 0    | 2,53 | 0    | 5,06 | 20,25 | 0    | 7,59  | 8,86 | 50,63 | 100   |
| Estudios universitarios    | 0    | 5,06 | 1,27 | 3,80 | 1,27 | 2,53 | 8,86  | 8,86 | 10,13 | 5,06 | 53,16 | 100   |
| Sin estudios               | 20   | 20   | 0    | 0    | 0    | 20   | 20    | 0    | 0     | 0    | 20    | 100   |
| Total                      | 1,84 | 4,29 | 0,61 | 3,07 | 0,61 | 4,29 | 14,72 | 4,29 | 8,59  | 6,75 | 50,92 | 100   |

Si eliminamos esta categoría no se encuentra significación de la asociación de las otras dos con el modelo de aceites ( $p\text{-valor}=0,07$ ).

## Edad

Con la edad tampoco existe una asociación (p-valor=0,145).



## Ingresos

Con los ingresos tampoco se ha detectado asociación (p-valor=0,716)