

ANEXOS

ANEXO I. CUESTIONARIO.

Hola, buenos días/tardes. Soy Nerea Carrasco, una alumna de Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Zaragoza, y estoy elaborando una investigación sobre una nueva tendencia en publicidad para el desarrollo de mi Trabajo de Final de Grado. Para ello, necesito que me conteste a la breve encuesta que aparecerá a continuación. Todos los datos que aquí se recojan son completamente confidenciales y de uso exclusivamente académico. Sólo le llevará cinco minutos y, a mí, me será de gran ayuda. Gracias por adelantado.

PRIMERA PARTE:

1. ¿Ha oído hablar de la marca de moda Diesel?
 - Sí (saltar a segunda parte)
 - No (fin del cuestionario)



SEGUNDA PARTE:

2. ¿Cómo valoraría su actitud hacia la marca Diesel? Siendo 0 = Completamente negativa, 5= Indiferente y 10 = Completamente positiva.

<i>Completamente negativa</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>Completamente positiva</i>

3. ¿Cuántas veces ha comprado productos de esta marca en el último año?
 - Nunca
 - Entre 1 y 3 veces
 - Entre 4 y 6 veces
 - Más de 6 veces

4. La marca Diesel suele publicar sus anuncios en TV, revistas y redes sociales, ¿con qué frecuencia comenta con sus amigos la publicidad de esta marca? Siendo 1 = Nunca los comento y 7 = Siempre los comento.

<i>Nunca los comento</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>Siempre los comento</i>

TERCERA PARTE:

A continuación, se le va a mostrar una publicidad realizada por la marca Diesel, y tras su visualización, deberá responder a una serie breve de preguntas.

5. Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decirnos con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre el anuncio? Siendo 1 = No hablaría nunca con mis amigos sobre el anuncio y 7 = Hablaría del anuncio con total probabilidad.

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>

6. En su opinión, este anuncio le ha parecido... Señale una respuesta por cada adjetivo mostrado, teniendo en cuenta que 1 = Nada (adjetivo) y 7 = Muy (adjetivo).

	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>
<i>Desagradable</i>							
<i>Impactante</i>							
<i>Indecente</i>							

<i>Obsceno</i>						
<i>Ofensivo</i>						

7. De las siguientes emociones, señale en qué medida considera que el anuncio le ha transmitido cada una de ellas. Indique una respuesta por cada emoción, teniendo en cuenta que 1 = No he sentido esta emoción y 7 = He sentido esta emoción con mucha intensidad.

	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>
<i>Alegria</i>							
<i>Asco</i>							
<i>Ira</i>							
<i>Miedo</i>							
<i>Sorpresa</i>							
<i>Tristeza</i>							

8. Una vez visualizado el anuncio puede que su opinión hacia la marca Diesel se haya modificado, por ello, ¿cómo valoraría ahora su actitud hacia esta marca? Siendo 0 = Completamente negativa, 5 = Indiferente y 10 = Completamente positiva.

<i>Completamente negativa</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>Completamente positiva</i>

9. Señale su grado de acuerdo o desacuerdo con la siguiente afirmación: "Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca". Teniendo en cuenta que 1 = Completamente en desacuerdo y 7 = Completamente de acuerdo.

<i>Completamente en desacuerdo</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>Completamente de acuerdo</i>

CUARTA PARTE:

10. Género

- Hombre
- Mujer

11. Edad

- Menos de 18
- De 18 a 25
- De 26 a 35
- De 36 a 45
- De 46 a 55
- Más de 55

12. ¿Cuál es su situación laboral actual?

- Estudio
- Trabajo
- Estudio y trabajo
- Desempleado
- Pensionista
- Amo/a de casa

13. Indique su mayor nivel de estudios superados

- Sin estudios finalizados
- Estudios obligatorios
- Estudios secundarios (Bachiller, ciclos formativos...)

- Estudios universitarios
- Estudios post-universitarios (máster, doctorado...)

ANEXO II. LIBRO DE CÓDIGOS.

VARIABLES	CÓDIGOS
P_1 = ¿Ha oído hablar de la marca de moda Diesel?	0 = No 1 = Sí
P_2 = ¿Cómo valoraría su actitud hacia la marca Diesel?	Escala de 0 a 10, siendo: 0 = Completamente negativa 5 = Indiferente 10 = Completamente positiva
P_3 = ¿Cuántas veces ha comprado productos de esta marca en el último año?	0 = Nunca 1 = Entre 1 y 3 veces 2 = Entre 4 y 6 veces 3 = Más de 6 veces
P_4 = La marca Diesel suele publicar sus anuncios en TV, revistas y redes sociales, ¿con qué frecuencia comenta con sus amigos la publicidad de esta marca?	Escala de 1 a 7, siendo: 1 = Nunca los comento 7 = Siempre los comento
P_5 = Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decírnos con qué probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?	Escala de 1 a 7, siendo: 1 = No hablaría nunca con mis amigos sobre el anuncio 7 = Hablaría del anuncio con total probabilidad
P_6Desagradable = En su opinión, este anuncio le ha parecido...	Escala de 1 a 7, siendo: 1 = Nada desagradable 7 = Muy desagradable
P_6Impactante	Escala de 1 a 7, siendo: 1 = Nada impactante 7 = Muy impactante
P_6Indecente	Escala de 1 a 7, siendo: 1 = Nada indecente 7 = Muy indecente
P_6Obsceno	Escala de 1 a 7, siendo: 1 = Nada obsceno 7 = Muy obsceno
P_6Ofensivo	Escala de 1 a 7, siendo: 1 = Nada ofensivo 7 = Muy ofensivo
P_7Alegría = De las siguientes emociones, señale en qué medida considera que el anuncio le ha transmitido cada una de ellas	Escala de 1 a 7, siendo: 1 = No he sentido alegría 7 = He sentido alegría con mucha intensidad
P_7Asco	Escala de 1 a 7, siendo: 1 = No he sentido asco 7 = He sentido asco con mucha intensidad
P_7Ira	Escala de 1 a 7, siendo: 1 = No he sentido ira 7 = He sentido ira con mucha intensidad
P_7Miedo	Escala de 1 a 7, siendo: 1 = No he sentido miedo 7 = He sentido miedo con mucha intensidad
P_7Sorpresa	Escala de 1 a 7, siendo: 1 = No he sentido sorpresa

	7 = He sentido sorpresa con mucha intensidad
P_7Tristeza	Escala de 1 a 7, siendo: 1 = No he sentido tristeza 7 = He sentido tristeza con mucha intensidad
P_8 = ¿Cómo valoraría ahora su actitud hacia la marca Diesel?	Escala de 0 a 10, siendo: 0 = Completamente negativa 5 = Indiferente 10 = Completamente positiva
P_9 = Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca.	Escala de 1 a 7, siendo: 1 = Completamente en desacuerdo 7 = Completamente de acuerdo
P_10 = Género	1 = Hombre 2 = Mujer
P_11 = Edad	1 = Menos de 18 2 = De 18 a 35 3 = De 36 a 55 4 = Más de 55
P_12 = Situación laboral actual	1 = Amo/a de casa 2 = Desempleado 3 = Estudio 4 = Estudio y trabajo 5 = Trabajo 6 = Pensionista
P_13 = Nivel de estudios	1 = Sin estudios finalizados 2 = Estudios obligatorios 3 = Estudios secundarios (Bachiller, ciclos formativos...) 4 = Estudios universitarios 5 = Estudios post-universitarios (máster, doctorado...)

ANEXO III. IMÁGENES UTILIZADAS EN EL EXPERIMENTO.

Imagen tratamiento en el Escenario 1: Imágenes desagradables



Imagen tratamiento en el Escenario 2: Ofensa moral.

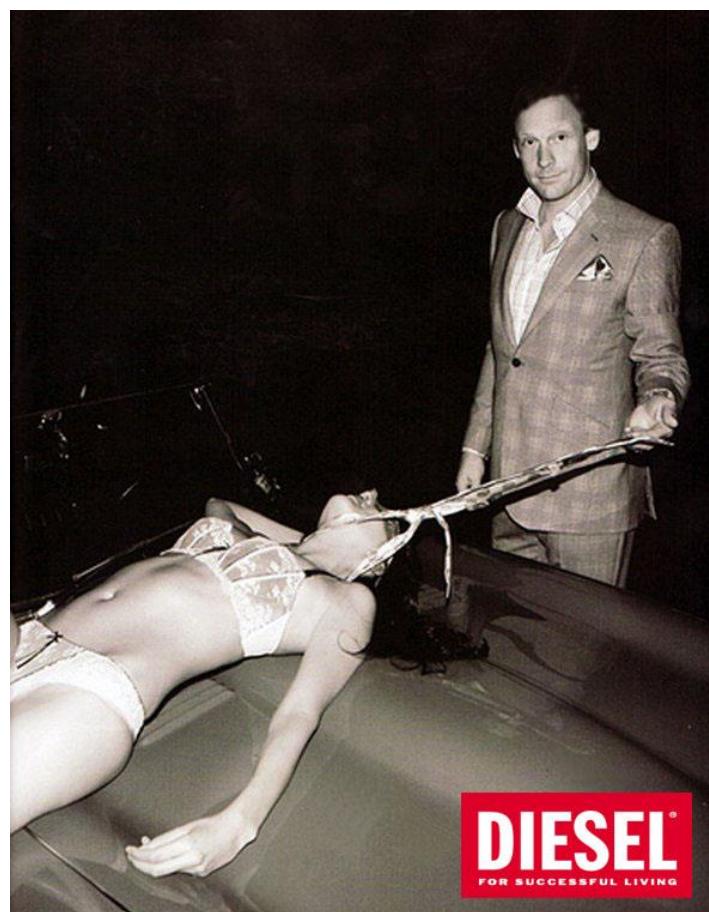


Imagen tratamiento en Escenario 3: Referencias sexuales



Imagen tratamiento en Escenario 4: Tabús religiosos



ANEXO IV. RESULTADOS SECUNDARIOS: DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA.

1. Tabla de las frecuencias de género de cada escenario o grupo experimental y total.

Género	Escenario				TOTAL MUESTRA
	Imágenes desagradables	Ofensa moral	Referencias sexuales	Tabús religiosos	
Hombre	50%	50%	50%	50%	50%
Mujer	50%	50%	50%	50%	50%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

2. Tabla de frecuencias de edad de cada escenario o grupo experimental y total.

Edad	Escenario				TOTAL MUESTRA
	Imágenes desagradables	Ofensa moral	Referencias sexuales	Tabús religiosos	
Menos de 18	25%	25%	25%	25%	25%
De 18 a 35	25%	25%	25%	25%	25%
De 36 a 55	25%	25%	25%	25%	25%
Más de 55	25%	25%	25%	25%	25%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

ANEXO V. RESULTADOS SECUNDARIOS DEL OBJETIVO 1.

1. Diferencia entre actitud pre y actitud post sobre toda la muestra

Estadísticos de muestras relacionadas

	Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media
Par 1	Actitud pre	5,81	128	1,910
	Actitud post	4,54	128	,229

Correlaciones de muestras relacionadas

	N	Correlación	Sig.
Par 1 Actitud pre y Actitud post	128	,581	,000

Sig. = 0,000 < 0,05 → Correlación significativa entre actitud pre y actitud post.

Prueba de muestras relacionadas

	Diferencias relacionadas					t	gl	Sig. (bilateral)			
	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	95% Intervalo de confianza para la diferencia							
				Inferior	Superior						
Par 1 Actitud pre – Actitud post	1,273	2,143	,189	,899	1,648	6,722	127	,000			

Sig. = 0,000 < 0,05 → Diferencia significativa entre la actitud pre y la actitud post.

2. Diferencia actitud pre – actitud post por escenario

Estadísticos de muestras relacionadas

Escenario	Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media
Imágenes desagradables Par 1	Actitud pre	5,56	32	1,777
	Actitud post	4,16	32	,404
Ofensa moral Par 1	Actitud pre	5,13	32	2,524
	Actitud post	3,00	32	,438
Referencias sexuales Par 1	Actitud pre	5,97	32	1,425
	Actitud post	4,78	32	,252
Tabús religiosos Par 1	Actitud pre	6,59	32	1,478
	Actitud post	6,22	32	,444

Correlaciones de muestras relacionadas

Escenario			N	Correlación	Sig.
Imágenes desagradables	Par 1	Actitud pre y Actitud post	32	,406	,021
Ofensa moral	Par 1	Actitud pre y Actitud post	32	,604	,000
Referencias sexuales	Par 1	Actitud pre y Actitud post	32	,638	,000
Tabús religiosos	Par 1	Actitud pre y Actitud post	32	,490	,004

Sig. = 0,021, 0,000, 0,000, 0,004 < 0,05 → Correlación significativa entre la actitud pre y la actitud post en todos los escenarios.

Prueba de muestras relacionadas

Escenario	Par	Diferencias relacionadas					t	gl	Sig. (bilateral)			
		Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	95% Intervalo de confianza para la diferencia							
					Inferior	Superior						
Imágenes desagradables	1	Actitud pre – Actitud post	1,406	2,256	,399	,593	2,219	3,527	31	,001		
Ofensa moral	1	Actitud pre – Actitud post	2,125	2,225	,393	1,323	2,927	5,402	31	,000		
Referencias sexuales	1	Actitud pre – Actitud post	1,188	1,942	,343	,487	1,888	3,460	31	,002		
Tabús religiosos	1	Actitud pre – Actitud post	,375	1,845	,326	-,290	1,040	1,150	31	,259		

Sig. = 0,001, 0,000, 0,002 < 0,05 → Diferencias significativas entre la actitud pre y la actitud post en los Escenarios 1, 2 y 3.

Sig. = 0,259 > 0,05 → Diferencia no significativa entre la actitud pre y la actitud post en el Escenario 4.

3. Diferencias entre la variación de la actitud por escenarios

Descriptivos

Variación de la actitud

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Imágenes desagradables	32	-1,41	2,256	,399	-2,22	-,59	-5	5
Ofensa moral	32	-2,13	2,225	,393	-2,93	-1,32	-8	1
Referencias sexuales	32	-1,19	1,942	,343	-1,89	-,49	-5	2
Tabúes religiosos	32	-,38	1,845	,326	-1,04	,29	-4	5
Total	128	-1,27	2,143	,189	-1,65	-,90	-8	5

ANOVA de un factor

Variación de la actitud

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	49,836	3	16,612	3,860	,011
Intra-grupos	533,594	124	4,303		
Total	583,430	127			

Sig. = 0,011 < 0,05 → Diferencias significativas en la variación de la actitud entre escenarios.

Prueba de homogeneidad de varianzas

Variación de la actitud

Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
,944	3	124	,422

Sig. = 0,422 > 0,05 → Suponemos varianzas iguales → Prueba post-hoc con DMS para ver diferencias entre grupos uno a uno.

Comparaciones múltiples

Variable dependiente: Variación de la actitud

DMS

(I) Escenario	(J) Escenario	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite inferior	Límite superior
Imágenes desagradables	Ofensa moral	,719	,519	,168	-,31	1,75
	Referencias sexuales	-,219	,519	,674	-1,25	,81
	Tabús religiosos	-1,031*	,519	,049	-2,06	,00
Ofensa moral	Imágenes desagradables	-,719	,519	,168	-1,75	,31
	Referencias sexuales	-,938	,519	,073	-1,96	,09
	Tabús religiosos	-1,750*	,519	,001	-2,78	-,72
Referencias sexuales	Imágenes desagradables	,219	,519	,674	-,81	1,25
	Ofensa moral	,938	,519	,073	-,09	1,96
	Tabús religiosos	-,813	,519	,120	-1,84	,21
Tabús religiosos	Imágenes desagradables	1,031*	,519	,049	,00	2,06
	Ofensa moral	1,750*	,519	,001	,72	2,78
	Referencias sexuales	,813	,519	,120	-,21	1,84

*. La diferencia de medias es significativa al nivel 0.05.

Existen diferencias significativas de la variación de la actitud entre el Escenario 4 y el Escenario 1; y, el Escenario 4 y el Escenario 2.

4. Diferencias en la variación de la actitud por género

- *Sobre toda la muestra*

Prueba de muestras independientes

Variación de la actitud	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
	F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
								Inferior	Superior
Se han asumido varianzas iguales	1,021	,314	,535	126	,594	,203	,380	-,549	,955
No se han asumido varianzas iguales			,535	124,680	,594	,203	,380	-,549	,955

Sig. Test de Levene = 0,314 > 0,05 → Se asumen varianzas iguales → Sig.

Asumiendo varianzas iguales = 0,594 > 0,05 → No existen diferencias significativas por género en la variación global de la actitud.

o *Comparando por escenarios*

Prueba de muestras independientes

Escenario	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	Prueba T para la igualdad de medias								
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
									Inferior	Superior
Imágenes desagradable s	Se han asumido varianza s iguales	,623	,43 6	,077	30	,939	,063	,811	-1,593	1,718
	No se actitud han asumido varianza s iguales				27,24 1	,939	,063	,811	-1,600	1,725
Ofensa moral n de la	Se han asumido varianza s iguales	,038	,84 7	1,11 7	30	,273	,875	,784	-,725	2,475
	No se actitud han asumido varianza s iguales			1,11 7	29,78 6	,273	,875	,784	-,726	2,476
Referencias sexuales	Se han asumido varianza s iguales	,262	,61 2	,908	30	,371	,625	,688	-,781	2,031
	No se actitud han asumido varianza s iguales			,908	29,98 8	,371	,625	,688	-,781	2,031

Tabús religiosos	Se han asumido varianza	2,90	,09	-	1,15	30	,257	-,750	,649	-2,075	,575
	Variación de la actitud				-	1,15	24,28	,259	-,750	,649	-2,088
	No se han asumido varianza				6	4					,588
	s iguales										

Sig. Test de Levene = 0,436, 0,847, 0,612, 0,099 > 0,05 → Se asumen varianzas iguales → Sig. Asumiendo varianzas iguales = 0,939, 0,273, 0,371, 0,257 > 0,05 → No existen diferencias significativas por género en la variación de la actitud de cada escenario.

5. Diferencias entre la variación de la actitud por edad

- *Sobre toda la muestra*

Descriptivos

Variación de la actitud

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Menos de 18	32	-,31	2,101	,371	-1,07	,45	-4	5
De 18 a 35	32	-1,34	2,073	,366	-2,09	-,60	-5	2
De 36 a 55	32	-1,31	1,655	,293	-1,91	-,72	-5	1
Más de 55	32	-2,13	2,379	,421	-2,98	-1,27	-8	1
Total	128	-1,27	2,143	,189	-1,65	-,90	-8	5

ANOVA de un factor

Variación de la actitud

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	52,961	3	17,654	4,127	,008
Intra-grupos	530,469	124	4,278		
Total	583,430	127			

Como Sig. = 0,008 < 0,05 → Existen diferencias significativas entre las variaciones de actitud según la edad.

Prueba de homogeneidad de varianzas

Variación de la actitud

Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
1,494	3	124	,219

Como Sig. = 0,219 > 0,05 → Se asumen varianzas iguales → Pruebas Post-hoc con DMS.

Comparaciones múltiples

Variable dependiente: Variación de la actitud

DMS

(I) Edad	(J) Edad	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite inferior	Límite superior
Menos de 18	De 18 a 35	1,031*	,517	,048	,01	2,05
	De 36 a 55	1,000	,517	,055	-,02	2,02
	Más de 55	1,813*	,517	,001	,79	2,84
De 18 a 35	Menos de 18	-1,031*	,517	,048	-2,05	-,01
	De 36 a 55	-,031	,517	,952	-1,05	,99
	Más de 55	,781	,517	,133	-,24	1,80
De 36 a 55	Menos de 18	-1,000	,517	,055	-2,02	,02
	De 18 a 35	,031	,517	,952	-,99	1,05
	Más de 55	,813	,517	,119	-,21	1,84
Más de 55	Menos de 18	-1,813*	,517	,001	-2,84	-,79
	De 18 a 35	-,781	,517	,133	-1,80	,24
	De 36 a 55	-,813	,517	,119	-1,84	,21

*. La diferencia de medias es significativa al nivel 0.05.

Existen diferencias significativas entre los cambios de actitud de los menores de 18 y los de 18 a 35; entre los de los menores de 18 y los mayores de 55.

- *Por escenario*
 - Escenario 1

ANOVA de un factor^a

Variación de la actitud

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	33,094	3	11,031	2,478	,082
Intra-grupos	124,625	28	4,451		
Total	157,719	31			

a. Escenario = Imágenes desagradables

Sig. = 0,082 > 0,05 → No existen diferencias significativas por edad en la variación de la actitud en el Escenario 1.

▪ Escenario 2

Descriptivos^a

Variación de la actitud

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Menos de 18	8	-1,13	1,553	,549	-2,42	,17	-3	1
De 18 a 35	8	-1,75	1,909	,675	-3,35	-,15	-5	0
De 36 a 55	8	-1,38	1,685	,596	-2,78	,03	-4	0
Más de 55	8	-4,25	2,435	,861	-6,29	-2,21	-8	-1
Total	32	-2,13	2,225	,393	-2,93	-1,32	-8	1

a. Escenario = Ofensa moral

ANOVA de un factor^a

Variación de la actitud

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	49,750	3	16,583	4,476	,011
Intra-grupos	103,750	28	3,705		
Total	153,500	31			

a. Escenario = Ofensa moral

Sig. = 0,011 < 0,05 → Existen diferencias significativas por edad en la variación de la actitud en el Escenario 2.

Prueba de homogeneidad de varianzas^a

Variación de la actitud

Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
,828	3	28	,489

a. Escenario = Ofensa moral

Como Sig. = 0,489 > 0,05 → Asumimos varianzas iguales → Prueba post-hoc con DMS.

Comparaciones múltiples

Variable dependiente: Variación de la actitud

DMS

(I) Edad	(J) Edad	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite inferior	Límite superior
Menos de 18	De 18 a 35	,625	,962	,521	-1,35	2,60
	De 36 a 55	,250	,962	,797	-1,72	2,22
	Más de 55	3,125*	,962	,003	1,15	5,10
De 18 a 35	Menos de 18	-,625	,962	,521	-2,60	1,35
	De 36 a 55	-,375	,962	,700	-2,35	1,60
	Más de 55	2,500*	,962	,015	,53	4,47
De 36 a 55	Menos de 18	-,250	,962	,797	-2,22	1,72
	De 18 a 35	,375	,962	,700	-1,60	2,35
	Más de 55	2,875*	,962	,006	,90	4,85
Más de 55	Menos de 18	-3,125*	,962	,003	-5,10	-1,15
	De 18 a 35	-2,500*	,962	,015	-4,47	-,53
	De 36 a 55	-2,875*	,962	,006	-4,85	-,90

*. La diferencia de medias es significativa al nivel 0.05.

En el Escenario 2, existen diferencias significativas por edad en la variación de la actitud entre los mayores de 55 y el resto de rangos de edad.

■ Escenario 3

ANOVA de un factor^a

Variación de la actitud

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	,625	3	,208	,050	,985
Intra-grupos	116,250	28	4,152		
Total	116,875	31			

a. Escenario = Referencias sexuales

Sig. = 0,985 > 0,05 → No existen diferencias significativas por edad en la variación de la actitud en el Escenario 3.

■ Escenario 4

ANOVA de un factor^a

Variación de la actitud

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	18,250	3	6,083	1,952	,144
Intra-grupos	87,250	28	3,116		
Total	105,500	31			

a. Escenario = Tabús religiosos

Como Sig. = 0,144 > 0,05 → No existen diferencias significativas por edad en el escenario 4.

6. Diferencias entre la variación de la actitud por lealtad previa

○ *Sobre el total de la muestra*

Descriptivos

Variación de la actitud

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Nunca	94	-1,31	2,277	,235	-1,77	-,84	-8	5
Entre 1 y 3 veces	28	-1,29	1,802	,341	-1,98	-,59	-5	2
Entre 4 y 6 veces	5	-,80	1,643	,735	-2,84	1,24	-3	1
Más de 6 veces	1	,00	0	0
Total	128	-1,27	2,143	,189	-1,65	-,90	-8	5

ANOVA de un factor

Variación de la actitud

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	2,862	3	,954	,204	,894
Intra-grupos	580,567	124	4,682		
Total	583,430	127			

Como Sig. = 0,894 > 0,05 → No existen, en general, diferencias significativas en función de la lealtad previa en la variación de la actitud.

Dado que el grupo “Más de 6 veces” solo está formado por un único caso, se considera oportuno extraerlo del análisis para ver si afecta a la significatividad de las diferencias.

ANOVA de un factor

Variación de la actitud

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	1,228	2	,614	,131	,877
Intra-grupos	580,567	124	4,682		
Total	581,795	126			

Sig. = 0,877 > 0,05 → Definitivamente no existen diferencias significativas en la variación de la actitud en función de la lealtad previa.

- *Por escenario*

- Escenario 1

Descriptivos^a

Variación de la actitud

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Nunca	23	-1,48	2,410	,502	-2,52	-,44	-5	5
Entre 1 y 3 veces	8	-1,38	1,996	,706	-3,04	,29	-5	2
Entre 4 y 6 veces	1	,00	0	0
Total	32	-1,41	2,256	,399	-2,22	-,59	-5	5

a. Escenario = Imágenes desagradables

ANOVA de un factor^a

Variación de la actitud

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	2,105	2	1,052	,196	,823
Intra-grupos	155,614	29	5,366		
Total	157,719	31			

a. Escenario = Imágenes desagradables

Sig. = 0,823 > 0,05 → No existen diferencias significativas por lealtad previa en la variación de la actitud en el Escenario 1.

Como el grupo “entre 4 y 6 veces” está formado por un único caso, se va a extraer del análisis para comprobar si afecta a la significatividad de las diferencias de variación de actitud. Como la variable “lealtad previa” quedará con sólo dos categorías, el análisis se hará mediante una PRUEBA T PARA MUESTRAS INDEPENDIENTES.

Prueba de muestras independientes

Variación de la actitud	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
	F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
								Inferior	Superior
Variación de la actitud	Se han asumido varianzas iguales	1,235	,276	- ,109	29	,914	-,103	,951	-2,048 1,841
	No se han asumido varianzas iguales			- ,119	14,698	,907	-,103	,866	-1,953 1,746

Sig. Test de Levene = 0,276 > 0,05 → Se asumen varianzas iguales → Sig. Asumiendo varianzas iguales = 0,914 > 0,05 → Definitivamente no existen diferencias significativas por lealtad previa en la variación de la actitud en el Escenario 1.

■ Escenario 2

Descriptivos^a

Variación de la actitud

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Nunca	23	-2,26	2,397	,500	-3,30	-1,22	-8	0
Entre 1 y 3 veces	8	-2,00	1,773	,627	-3,48	-,52	-4	1
Más de 6 veces	1	,00	0	0
Total	32	-2,13	2,225	,393	-2,93	-1,32	-8	1

a. Escenario = Ofensa moral

ANOVA de un factor^a

Variación de la actitud

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	5,065	2	2,533	,495	,615
Intra-grupos	148,435	29	5,118		
Total	153,500	31			

a. Escenario = Ofensa moral

Sig. = 0,615 > 0,05 → No existen diferencias significativas por lealtad previa en la variación de las actitudes en el Escenario 2.

Como el grupo “más de 6 veces” está formado por un único caso, se va a extraer del análisis para comprobar si afecta a la significatividad de las diferencias de variación de actitud. Como la variable “lealtad previa” quedará con sólo dos categorías, el análisis se hará mediante una PRUEBA T PARA MUESTRAS INDEPENDIENTES.

Prueba de muestras independientes

	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias							
			F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia
										Inferior Superior
Variación de la actitud	Se han asumido varianzas iguales	1,716	,200	-,281	29	,781	-,261	,929	-2,160	1,638
	No se han asumido varianzas iguales			-,325	16,600	,749	-,261	,802	-1,955	1,434

Sig. Test de Levene = 0,200 > 0,05 → Se asumen varianzas iguales → Sig.

Asumiendo varianzas iguales = 0,781 > 0,05 → Definitivamente no existen diferencias significativas por lealtad previa en el Escenario 2.

■ Escenario 3

Descriptivos^a

Variación de la actitud

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Nunca	25	-1,24	2,047	,409	-2,08	-,40	-5	2
Entre 1 y 3 veces	6	-,83	1,722	,703	-2,64	,97	-3	2
Entre 4 y 6 veces	1	-2,00	-2	-2
Total	32	-1,19	1,942	,343	-1,89	-,49	-5	2

a. Escenario = Referencias sexuales

ANOVA de un factor^a

Variación de la actitud

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	1,482	2	,741	,186	,831
Intra-grupos	115,393	29	3,979		
Total	116,875	31			

a. Escenario = Referencias sexuales

Sig. = 0,831 > 0,05 → No existen diferencias significativas por lealtad previa en la variación de la actitud en el Escenario 3.

Como el grupo “entre 4 y 6 veces” está formado por un único caso, se va a extraer del análisis para comprobar si afecta a la significatividad de las diferencias de variación de actitud. Como la variable “lealtad previa” quedará con sólo dos categorías, el análisis se hará mediante una PRUEBA T PARA MUESTRAS INDEPENDIENTES.

Prueba de muestras independientes

	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	Prueba T para la igualdad de medias								
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
									Inferior	Superior
Variación de la actitud	Se han asumido varianzas iguales	1,284	,266	-,448	29	,657	-,407	,907	-2,261	1,448
	No se han asumido varianzas iguales			-,500	8,755	,630	-,407	,814	-2,255	1,442

Sig. Test de Levene = 0,266 > 0,05 → Asumimos varianzas iguales → Sig.

Asumiendo varianzas iguales = 0,657 > 0,05 → Definitivamente no existen diferencias significativas por lealtad previa en la variación de la actitud en el Escenario 3.

■ Escenario 4

Descriptivos^a

Variación de la actitud

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Nunca	23	-,26	1,912	,399	-1,09	,57	-4	5
Entre 1 y 3 veces	6	-,67	1,751	,715	-2,50	1,17	-4	1
Entre 4 y 6 veces	3	-,67	2,082	1,202	-5,84	4,50	-3	1
Total	32	-,38	1,845	,326	-1,04	,29	-4	5

a. Escenario = Tabús religiosos

ANOVA de un factor^a

Variación de la actitud

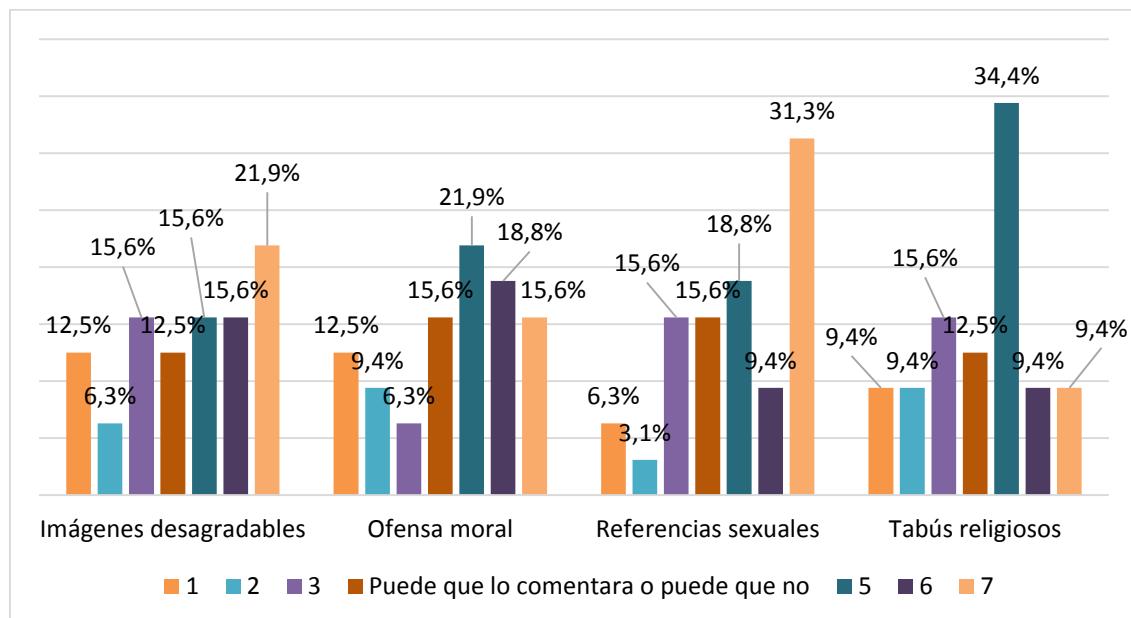
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	1,065	2	,533	,148	,863
Intra-grupos	104,435	29	3,601		
Total	105,500	31			

a. Escenario = Tabús religiosos

Sig. = 0,863 > 0,05 → No existen diferencias significativas en la variación de la actitud por lealtad previa en el Escenario 4.

ANEXO VI. RESULTADOS SECUNDARIOS DEL OBJETIVO 2.

1. Tabla completa de los porcentajes de respuestas a la pregunta “Respecto al anuncio anterior, ¿con que probabilidad hablaría sobre él con sus amigos?” por escenario.



2. Diferencias de intención de comentar en función del tipo de *shock*

Descriptivos

Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decirnos con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Imágenes desagradables	32	4,47	2,048	,362	3,73	5,21	1	7
Ofensa moral	32	4,44	1,966	,348	3,73	5,15	1	7
Referencias sexuales	32	4,91	1,873	,331	4,23	5,58	1	7
Tabús religiosos	32	4,19	1,731	,306	3,56	4,81	1	7
Total	128	4,50	1,903	,168	4,17	4,83	1	7

ANOVA de un factor

Con respecto al anuncio anterior, ¿podría deciros con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	8,563	3	2,854	,784	,505
Intra-grupos	451,438	124	3,641		
Total	460,000	127			

Sig. = 0,505 > 0,05 → No existen diferencias significativas por escenarios en la intención de comentar.

3. Diferencias en intención de comentar en función del género

- *Sobre total de la muestra*

Prueba de muestras independientes

	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	Prueba T para la igualdad de medias									
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia		
									Inferior	Superior	
Con respecto al anuncio anterior, ¿podría deciros con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?	Se han asumido varianzas iguales	,084	,772	-1,022	126	,309	-,344	,336	-1,009	,322	
Con que probabilidad han conversaría con sus amigos sobre él?	No se han asumido varianzas iguales			-1,022	125,990	,309	-,344	,336	-1,009	,322	

Sig. Test de Levene = 0,772 > 0,05 → Se asumen varianzas iguales → Sig. Asumiendo varianzas iguales = 0,309 > 0,05 → No existen diferencias significativas por género en la intención de comentar los anuncios.

- *Comparando por escenarios*

Prueba de muestras independientes

Escenario	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	Prueba T para la igualdad de medias								
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
			.						Inferior	Superior
Imágenes desagradables	Se han asumido varianzas iguales	,011	,918	-1,886	30	,069	-1,313	,696	-2,733	,108
	No se han asumido varianzas iguales			-1,886	29,976	,069	-1,313	,696	-2,734	,109
Ofensa moral	Se han asumido varianzas iguales	2,709	,110	-1,271	30	,214	-,875	,688	-2,281	,531

	No se han asumido o varianzas iguales			-1,27	28,48	3	,214	-,875	,688	-2,284	,534
	Se han asumido o varianzas iguales	,599	,445	,846	30	,404	,563	,665	-,796	1,921	
Referencias sexuales	Intención de comentar										
	No se han asumido o varianzas iguales			,846	29,437	,405	,563	,665	-,797	1,922	
Tabús religiosos	Intención de comentar										
	Se han asumido o varianzas iguales	5,954	,021	,403	30	,690	,250	,620	-1,017	1,517	
	No se han asumido o varianzas iguales			,403	24,962	,690	,250	,620	-1,028	1,528	

Sig. Test de Levene = 0,918, 0,110, 0,445 > 0,05 → Asumimos varianzas iguales

→ Sig. Asumiendo varianzas iguales = 0,069, 0,214, 0,404 > 0,05 → No existen diferencias significativas por género en la intención de comentar en los Escenarios 1, 2 y 3.

Escenario 4: Sig. Test de Levene = 0,021 < 0,05 → No se asumen varianzas iguales → Sig. No asumiendo varianzas iguales = 0,690 > 0,05 → No existen

diferencias significativas por género en la intención de comentar en el Escenario 4.

4. Diferencias en la intención de comentar en función de la edad

- *Sobre toda la muestra*

ANOVA de un factor

Con respecto al anuncio anterior, ¿podría deciros con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	10,188	3	3,396	,936	,425
Intra-grupos	449,813	124	3,628		
Total	460,000	127			

$\text{Sig.} = 0,425 > 0,05 \rightarrow$ No existen diferencias significativas por edad en la intención de comentar.

- *Por escenarios*

- Escenario 1

ANOVA de un factor^a

Con respecto al anuncio anterior, ¿podría deciros con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	4,844	3	1,615	,361	,781
Intra-grupos	125,125	28	4,469		
Total	129,969	31			

a. Escenario = Imágenes desagradables

$\text{Sig.} = 0,781 > 0,05 \rightarrow$ No existen diferencias significativas por edad en la intención de comentar en el Escenario 1.

- Escenario 2

ANOVA de un factor^a

Con respecto al anuncio anterior, ¿podría deciros con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	3,625	3	1,208	,291	,831
Intra-grupos	116,250	28	4,152		
Total	119,875	31			

a. Escenario = Ofensa moral

Sig. = 0,831 > 0,05 → No existen diferencias significativas por edad en la intención de comentar en el Escenario 2.

■ Escenario 3

ANOVA de un factor^a

Con respecto al anuncio anterior, ¿podría deciros con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	4,094	3	1,365	,365	,779
Intra-grupos	104,625	28	3,737		
Total	108,719	31			

a. Escenario = Referencias sexuales

Sig. = 0,779 > 0,05 → No existen diferencias significativas por edad en la intención de comentar en el Escenario 3.

■ Escenario 4

ANOVA de un factor^a

Con respecto al anuncio anterior, ¿podría deciros con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	13,375	3	4,458	1,570	,219
Intra-grupos	79,500	28	2,839		
Total	92,875	31			

a. Escenario = Tabús religiosos

Sig. = 0,219 > 0,05 → No existen diferencias significativas por edad en el Escenario 4.

5. Diferencias en intención de comentar en función de la lealtad previa

- *Sobre toda la muestra*

Descriptivos

Con respecto al anuncio anterior, ¿podría deciros con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Nunca	94	4,30	1,950	,201	3,90	4,70	1	7
Entre 1 y 3 veces	28	5,18	1,744	,330	4,50	5,85	1	7
Entre 4 y 6 veces	5	4,80	1,095	,490	3,44	6,16	3	6
Más de 6 veces	1	3,00	3	3
Total	128	4,50	1,903	,168	4,17	4,83	1	7

ANOVA de un factor

Con respecto al anuncio anterior, ¿podría deciros con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	19,433	3	6,478	1,823	,146
Intra-grupos	440,567	124	3,553		
Total	460,000	127			

Sig. = 0,146 > 0,05 → No existen diferencias significativas por lealtad previa en la intención de comentar.

No obstante, como el grupo “más de 6 veces” está formado por un único caso, vamos a extraerlo para volver a realizar el mismo análisis y ver si ese dato está afectando a la significatividad de las diferencias.

ANOVA de un factor

Con respecto al anuncio anterior, ¿podría deciros con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	17,166	2	8,583	2,416	,093
Intra-grupos	440,567	124	3,553		
Total	457,732	126			

$\text{Sig.} = 0,093 > 0,05 \rightarrow$ Definitivamente las diferencias por lealtad previa en la intención de comentar no son significativas.

- o *Por escenarios*

- Escenario 1

Descriptivos^a

Con respecto al anuncio anterior, ¿podría deciros con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Nunca	23	4,30	2,162	,451	3,37	5,24	1	7
Entre 1 y 3 veces	8	5,13	1,727	,611	3,68	6,57	3	7
Entre 4 y 6 veces	1	3,00	3	3
Total	32	4,47	2,048	,362	3,73	5,21	1	7

a. Escenario = Imágenes desagradables

ANOVA de un factor^a

Con respecto al anuncio anterior, ¿podría deciros con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	6,224	2	3,112	,729	,491
Intra-grupos	123,745	29	4,267		
Total	129,969	31			

a. Escenario = Imágenes desagradables

$\text{Sig.} = 0,491 > 0,05 \rightarrow$ No existen diferencias significativas en la intención de comentar en función de la lealtad previa en el Escenario 1.

No obstante, como el grupo “entre 4 y 6 veces” está formado por un único caso, se va a extraer del análisis para comprobar si afecta a la significatividad de las diferencias de intención de comentar. Como la variable “lealtad previa” quedará con sólo dos categorías, el análisis se hará mediante una PRUEBA T PARA MUESTRAS INDEPENDIENTES.

Prueba de muestras independientes

	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	Prueba T para la igualdad de medias								
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
									Inferior	Superior
Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decirnos con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?	Se han asumido varianzas iguales	1,216	,279	-,968	29	,341	-,821	,848	-2,555	,913
	No se han asumido varianzas iguales			-1,081	15,272	,296	-,821	,759	-2,436	,795

Sig. Test de Levene = 0,279 > 0,05 → Asumimos varianzas iguales → Sig. Asumiendo varianzas iguales = 0,341 > 0,05 → Definitivamente no existen diferencias significativas por lealtad previa en la intención de comentar en el Escenario 1.

▪ Escenario 2

Descriptivos^a

Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decirnos con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Nunca	23	3,91	1,952	,407	3,07	4,76	1	7
Entre 1 y 3 veces	8	6,13	,835	,295	5,43	6,82	5	7
Más de 6 veces	1	3,00	3	3
Total	32	4,44	1,966	,348	3,73	5,15	1	7

a. Escenario = Ofensa moral

ANOVA de un factor^a

Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decirnos con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	31,174	2	15,587	5,096	,013
Intra-grupos	88,701	29	3,059		
Total	119,875	31			

a. Escenario = Ofensa moral

Sig. = 0,013 < 0,05 → Existen diferencias significativas por lealtad previa en la intención de comentar en el Escenario 2.

En un análisis ANOVA normal, ahora se debería de mirar la prueba de homogeneidad de la varianza y en función de su resultado realizar la comparación grupo a grupo, pero como la variable “lealtad previa” tiene una categoría (“más de 6 veces”) con un solo caso, el paquete IBM SPSS Statistics 20 no nos va a dejar hallar esta comparación. Por ello, vamos a extraer esta categoría de la variable “lealtad previa” y vamos a realizar una PRUEBA T DE MUESTRAS INDEPENDIENTES entre las dos categorías restantes (la categoría “más de 6 veces” no puede cruzarse porque no se puede calcular su varianza).

Prueba de muestras independientes

	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	Prueba T para la igualdad de medias								
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
									Inferior	Superior
Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decirnos con qué probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?	Se han asumido varianzas iguales	5,581	,025	-3,081	29	,004	-2,212	,718	-3,680	-,744
	No se han asumido varianzas iguales			-4,400	27,409	,000	-2,212	,503	-3,243	-1,181

Sig. Test de Levene = $0,025 < 0,05 \rightarrow$ No se asumen varianzas iguales \rightarrow Sig. No asumiendo varianzas iguales = $0,000 > 0,05 \rightarrow$ Existen diferencias significativas en la intención de comentar entre los que no han comprado nunca en el último año y los que han comprado entre 1 y 3 veces del Escenario 2.

▪ Escenario 3

Descriptivos^a

Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decirnos con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Nunca	25	4,72	2,052	,410	3,87	5,57	1	7
Entre 1 y 3 veces	6	5,67	,816	,333	4,81	6,52	5	7
Entre 4 y 6 veces	1	5,00	5	5
Total	32	4,91	1,873	,331	4,23	5,58	1	7

a. Escenario = Referencias sexuales

ANOVA de un factor^a

Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decirnos con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	4,345	2	2,173	,604	,554
Intra-grupos	104,373	29	3,599		
Total	108,719	31			

a. Escenario = Referencias sexuales

Sig. = 0,554 > 0,05 → No existen diferencias significativas por lealtad previa en la intención de comentar en el Escenario 3.

No obstante, como el grupo “entre 4 y 6 veces” está formado por un único caso, se va a extraer del análisis para comprobar si afecta a la significatividad de las diferencias de intención de comentar. Como la variable “lealtad previa” quedará con sólo dos categorías, el análisis se hará mediante una PRUEBA T PARA MUESTRAS INDEPENDIENTES.

Prueba de muestras independientes

	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	Prueba T para la igualdad de medias								
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
									Inferior	Superior
Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decirnos con qué probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?	Se han asumido varianzas iguales	8,138	,008	-1,098	29	,281	-,947	,862	-2,711	,817
	No se han asumido varianzas iguales			-1,791	21,400	,088	-,947	,529	-2,045	,152

Sig. Test de Levene = 0,008 < 0,05 → No asumimos varianzas iguales → Sig. No asumiendo varianzas iguales = 0,088 > 0,05 → Definitivamente no existen diferencias significativas por lealtad previa en la intención de comentar en el Escenario 3.

■ Escenario 4

Descriptivos^a

Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decirnos con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Nunca	23	4,22	1,622	,338	3,52	4,92	1	7
Entre 1 y 3 veces	6	3,50	2,345	,957	1,04	5,96	1	7
Entre 4 y 6 veces	3	5,33	,577	,333	3,90	6,77	5	6
Total	32	4,19	1,731	,306	3,56	4,81	1	7

a. Escenario = Tabús religiosos

ANOVA de un factor^a

Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decirnos con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	6,795	2	3,398	1,145	,332
Intra-grupos	86,080	29	2,968		
Total	92,875	31			

a. Escenario = Tabús religiosos

Sig. = 0,332 > 0,05 → No existen diferencias significativas por lealtad previa en la intención de comentar en el Escenario 4.

ANEXO VII. RESULTADOS SECUNDARIOS DEL OBJETIVO 3.

1. Diferencias en la intención de compra en función del shock

ANOVA de un factor

Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	21,648	3	7,216	2,620	,054
Intra-grupos	341,469	124	2,754		
Total	363,117	127			

Sig. = 0,054 < 0,1, muy cercana a 0,05 → Existen diferencias significativas en la intención de compra por el tipo de shock utilizado.

Prueba de homogeneidad de varianzas

Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca

Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
4,815	3	124	,003

Como Sig. = 0,003 < 0,05 → No asumimos varianzas iguales → Pruebas post-hoc con T2 de Tamhane.

Comparaciones múltiples

Variable dependiente: Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca

Tamhane

(I) Escenario	(J) Escenario	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite inferior	Límite superior
Imágenes desagradables	Ofensa moral	,688	,368	,341	-,32	1,69
	Referencias sexuales	,063	,422	1,000	-1,08	1,21
	Tabús religiosos	-,469	,464	,898	-1,73	,79
Ofensa moral	Imágenes desagradables	-,688	,368	,341	-1,69	,32
	Referencias sexuales	-,625	,359	,421	-1,60	,35
	Tabús religiosos	-1,156*	,408	,039	-2,27	-,04

Referencias sexuales	Imágenes desagradables	-,063	,422	1,000	-1,21	1,08
	Ofensa moral	,625	,359	,421	-,35	1,60
	Tabús religiosos	-,531	,457	,821	-1,77	,71
Tabús religiosos	Imágenes desagradables	,469	,464	,898	-,79	1,73
	Ofensa moral	1,156*	,408	,039	,04	2,27
	Referencias sexuales	,531	,457	,821	-,71	1,77

*. La diferencia de medias es significativa al nivel 0.05.

Según prueba post-hoc existen diferencias significativas en la intención de compra entre el Escenario 2 y el Escenario 4.

2. Diferencias en intención de compra en función del género

- Sobre toda la muestra*

Prueba de muestras independientes

	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	Prueba T para la igualdad de medias									
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia		
									Inferior	Superior	
Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca	Se han asumido varianzas iguales	2,743	,100	-,573	126	,567	-,172	,300	-,765	,421	
	No se han asumido varianzas iguales			-,573	124,143	,567	-,172	,300	-,765	,421	

Sig. Test de Levene = 0,100 > 0,05 → Asumimos varianzas iguales → Sig. Asumiendo varianzas iguales = 0,567 → No existen diferencias significativas por género en la intención de compra.

- *Comparación por escenario*

Prueba de muestras independientes

Escenario	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	Prueba T para la igualdad de medias								
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
			.						Inferior	Superior
Imágenes desagradables	Se han asumido varianzas iguales	4,094	,052	-1,467	30	,153	-,875	,596	-2,093	,343
	No se han asumido varianzas iguales			-1,467	23,817	,155	-,875	,596	-2,106	,356
Ofensa moral	Intención de compra									
	Se han asumido varianzas iguales	,067	,797	-,595	30	,556	-,250	,420	-1,108	,608

	No se han asumido o varianzas iguales				- ,595	29,89 6	,556	- ,250	,420	- 1,108	,608
Referencias sexuales	Se han asumido o varianzas iguales	3,66 1	,06 5	1,76 7	30	,087	1,000	,566	- ,156	2,156	
	Intención de compra	No se han asumido o varianzas iguales		1,76 7	23,60 8	,090	1,000	,566	- ,169	2,169	
Tabús religiosos	Se han asumido o varianzas iguales	7,84 9	,00 9	- ,797	30	,432	- ,563	,706	- 2,005	,880	
	Intención de compra ¹	No se han asumido o varianzas iguales		- ,797	28,02 0	,432	- ,563	,706	- 2,009	,884	

Sig. Test de Levene = 0,052, 0,797, 0,065 > 0,05 → Asumimos varianzas iguales
 → Sig. Asumiendo varianzas iguales = 0,153, 0,556, 0,087 > 0,05 → No existen diferencias significativas por género en la intención de compra de los Escenarios 1, 2 y 3.

¹ En esta tabla, “Intención de compra” hace referencia a la variable “Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca”.

Sig. Test de Levene = 0,009 < 0,05 → No asumimos varianzas iguales → Sig. No asumiendo varianzas iguales = 0,432 > 0,05 → No existen diferencias significativas por género en la intención de compra en el Escenario 4.

3. Diferencias en intención de compra en función de la edad

- *Sobre toda la muestra*

ANOVA de un factor

Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	4,398	3	1,466	,507	,678
Intra-grupos	358,719	124	2,893		
Total	363,117	127			

Sig. = 0,678 > 0,05 → No existen diferencias significativas por edad en la intención de compra.

- *Por escenarios*

- Escenario 1

ANOVA de un factor^a

Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	4,000	3	1,333	,427	,735
Intra-grupos	87,500	28	3,125		
Total	91,500	31			

a. Escenario = Imágenes desagradables

Sig. = 0,735 > 0,05 → No existen diferencias significativas por edad en la intención de compra en el Escenario 1.

■ Escenario 2

ANOVA de un factor^a

Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	2,375	3	,792	,547	,654
Intra-grupos	40,500	28	1,446		
Total	42,875	31			

a. Escenario = Ofensa moral

Sig. = 0,654 > 0,05 → No existen diferencias significativas por edad en la intención de compra en el Escenario 2.

■ Escenario 3

ANOVA de un factor^a

Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	3,625	3	1,208	,416	,743
Intra-grupos	81,250	28	2,902		
Total	84,875	31			

a. Escenario = Referencias sexuales

Sig. = 0,743 > 0,05 → No existen diferencias significativas por edad en la intención de compra en el Escenario 3.

■ Escenario 4

ANOVA de un factor^a

Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	6,094	3	2,031	,490	,692
Intra-grupos	116,125	28	4,147		
Total	122,219	31			

a. Escenario = Tabús religiosos

Sig. = 0,692 > 0,05 → No existen diferencias significativas por edad en la intención de compra en el Escenario 4.

4. Diferencias en intención de compra en función de la lealtad previa

- *Sobre toda la muestra*

ANOVA de un factor

Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	4,252	3	1,417	,490	,690
Intra-grupos	358,865	124	2,894		
Total	363,117	127			

Sig. = 0,690 > 0,05 → No existen diferencias significativas por lealtad previa.

- *Por escenario*

- Escenario 1

Descriptivos^a

Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Nunca	23	2,09	1,621	,338	1,39	2,79	1	7
Entre 1 y 3 veces	8	3,25	1,909	,675	1,65	4,85	1	7
Entre 4 y 6 veces	1	2,00	2	2
Total	32	2,38	1,718	,304	1,76	2,99	1	7

a. Escenario = Imágenes desagradables

ANOVA de un factor^a

Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	8,174	2	4,087	1,422	,257
Intra-grupos	83,326	29	2,873		
Total	91,500	31			

a. Escenario = Imágenes desagradables

Sig. = 0,257 > 0,05 → No existen diferencias significativas por lealtad previa en la intención de compra en el Escenario 1.

No obstante, como el grupo “entre 4 y 6 veces” está formado por un único caso, se va a extraer del análisis para comprobar si afecta a la significatividad de las diferencias de intención de compra. Como la variable “lealtad previa” quedará con sólo dos categorías, el análisis se hará mediante una PRUEBA T PARA MUESTRAS INDEPENDIENTES.

Prueba de muestras independientes

	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	Prueba T para la igualdad de medias								
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
									Inferior	Superior
Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca	Se han asumido varianzas iguales	,082	,777	-1,672	29	,105	-1,163	,696	-2,586	,260
	No se han asumido varianzas iguales			-1,541	10,739	,152	-1,163	,755	-2,829	,503

Sig. Test de Levene = $0,777 > 0,05$ → Asumimos varianzas iguales → Sig. Asumiendo varianzas iguales = $0,105 > 0,05$ → Definitivamente no existen diferencias significativas por lealtad previa en la intención de compra en el Escenario 1.

▪ Escenario 2

Descriptivos^a

Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Nunca	23	1,78	1,313	,274	1,21	2,35	1	5
Entre 1 y 3 veces	8	1,38	,744	,263	,75	2,00	1	3
Más de 6 veces	1	2,00	2	2
Total	32	1,69	1,176	,208	1,26	2,11	1	5

a. Escenario = Ofensa moral

ANOVA de un factor^a

Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	1,087	2	,543	,377	,689
Intra-grupos	41,788	29	1,441		
Total	42,875	31			

a. Escenario = Ofensa moral

Sig. = 0,689 > 0,05 → No existen diferencias significativas por lealtad previa en la intención de compra en el Escenario 2.

No obstante, como el grupo “más de 6 veces” está formado por un único caso, se va a extraer del análisis para comprobar si afecta a la significatividad de las diferencias de intención de compra. Como la variable “lealtad previa” quedará con sólo dos categorías, el análisis se hará mediante una PRUEBA T PARA MUESTRAS INDEPENDIENTES.

Prueba de muestras independientes

	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	Prueba T para la igualdad de medias								
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
									Inferior	Superior
Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca	Se han asumido varianzas iguales	2,364	,135	,827	29	,415	,408	,493	-,600	1,415
	No se han asumido varianzas iguales			1,074	22,116	,295	,408	,380	-,379	1,195

Sig. Test de Levene = 0,135 > 0,05 → Asumimos varianzas iguales → Sig. Asumiendo varianzas iguales = 0,415 > 0,05 → Definitivamente no existen diferencias significativas por lealtad previa en la intención de compra en el Escenario 2.

■ Escenario 3

Descriptivos^a

Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Nunca	25	2,28	1,768	,354	1,55	3,01	1	7
Entre 1 y 3 veces	6	2,50	1,378	,563	1,05	3,95	1	4
Entre 4 y 6 veces	1	2,00	2	2
Total	32	2,31	1,655	,293	1,72	2,91	1	7

a. Escenario = Referencias sexuales

ANOVA de un factor^a

Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	,335	2	,168	,057	,944
Intra-grupos	84,540	29	2,915		
Total	84,875	31			

a. Escenario = Referencias sexuales

Sig. = 0,944 > 0,05 → No existen diferencias significativas por lealtad previa en la intención de compra en el Escenario 3.

No obstante, como el grupo “entre 4 y 6 veces” está formado por un único caso, se va a extraer del análisis para comprobar si afecta a la significatividad de las diferencias de intención de compra. Como la variable “lealtad previa” quedará con sólo dos categorías, el análisis se hará mediante una PRUEBA T PARA MUESTRAS INDEPENDIENTES.

Prueba de muestras independientes

	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	Prueba T para la igualdad de medias								
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
									Inferior	Superior
Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca	Se han asumido varianzas iguales	,135	,716	-,283	29	,779	-,220	,776	-1,807	1,367
	No se han asumido varianzas iguales			-,331	9,423	,748	-,220	,665	-1,713	1,273

Sig. Test de Levene = $0,716 > 0,05$ → Asumimos varianzas iguales → Sig. Asumiendo varianzas iguales = $0,779 > 0,05$ → Definitivamente no existen diferencias significativas por lealtad previa en la intención de compra en el Escenario 3.

■ Escenario 4

Descriptivos^a

Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Nunca	23	2,91	1,905	,397	2,09	3,74	1	7
Entre 1 y 3 veces	6	2,00	2,000	,816	-,10	4,10	1	6
Entre 4 y 6 veces	3	4,00	2,646	1,528	-2,57	10,57	1	6
Total	32	2,84	1,986	,351	2,13	3,56	1	7

a. Escenario = Tabús religiosos

ANOVA de un factor^a

Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	8,393	2	4,196	1,069	,356
Intra-grupos	113,826	29	3,925		
Total	122,219	31			

a. Escenario = Tabús religiosos

Sig. = 0,356 > 0,05 → No existen diferencias significativas por lealtad previa en la intención de compra en el Escenario 4.

ANEXO VIII. RESULTADOS SECUNDARIOS DEL OBJETIVO 4.

1. Relación entre variación en la actitud, intención de comentar e intención de compra sobre toda la muestra

Estadísticos descriptivos

	Media	Desviación típica	N
Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decirnos con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?	4,50	1,903	128
Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca	2,30	1,691	128
Variación de la actitud	-1,27	2,143	128

Correlaciones

	Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decirnos con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?	Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca	Variación de la actitud
Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decirnos con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 ,258** ,003 128	,244** ,005 128 128
Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,258** ,003 128	1 ,453** ,000 128 128
Variación de la actitud	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	-,244** ,005 128	,453** ,000 128 128

**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Sig. = 0,003, 0,005, 0,000 < 0,05 → Relación significativa entre las tres variables.

Una vez sabemos que las tres variables están relacionadas, es necesario conocer el signo de esa relación por lo que se observa el coeficiente de correlación para conocer el sentido y la fuerza de la relación.

Así, se observa que: la relación entre la intención de comentar y la intención de compra ($r = 0,258$) es positiva o directa (si \uparrow (\downarrow) intención de comentar \leftrightarrow \uparrow (\downarrow) intención de compra) y que es una relación tirando a débil, ya que el coeficiente está más cercano al 0 que al 1; la relación entre la intención de comentar y la variación en la actitud hacia la marca ($r = -0,244$) es negativa o indirecta (si \uparrow (\downarrow)

la intención de comentar $\leftrightarrow \downarrow (\uparrow)$ la variación en la actitud²) y que es una relación débil, ya que el coeficiente está más cercano a 0 que a 1; la relación entre la variación de la actitud y la intención de compra ($r = 0,453$) es positiva o directa (si $\uparrow (\downarrow)$ variación de la actitud $\leftrightarrow \uparrow (\downarrow)$ intención de compra) y es una relación de fortaleza media porque el coeficiente ronda en torno al 0,5.

2. Relación entre variación en la actitud, intención de comentar e intención de compra por escenario

o Escenario 1

Estadísticos descriptivos ^a			
	Media	Desviación típica	N
Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decirnos con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?	4,47	2,048	32
Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca	2,38	1,718	32
Variación de la actitud	-1,41	2,256	32

a. Escenario = Imágenes desagradables

Correlaciones^a

² Nótese que, al ser una variable de signo negativo, una disminución supone que el valor se convierta en uno más negativo aún, es decir, supone que la diferencia entre la actitud pre y la actitud post aumenta.

	Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decirnos con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?	Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca	Variación de la actitud
Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decirnos con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 ,086 ,640 32	,086 ,640 32 ,113 32 -,286 ,532** 1 ,002 32
Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,086 ,640 32	,086 ,640 32 -,286 ,532** 1 ,002 32 -,286 ,532** 1 ,002 32
Variación de la actitud	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,113 32	,113 32 1 ,002 32

**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

a. Escenario = Imágenes desagradables

Sig. = 0,640, 0,133 > 0,05 → No existe correlación significativa entre la intención de compra y la intención de comentar, y entre la intención de comentar y la variación en la actitud hacia la marca en el Escenario 1.

Sig. = 0,002 < 0,05 → Existe correlación significativa entre la intención de compra y la variación de la actitud en Escenario 1.

La relación entre la intención de compra y la variación en la actitud ($r = 0,532$) es positiva o directa (si \uparrow (\downarrow) variación de la actitud³ \leftrightarrow \uparrow (\downarrow) intención de compra) y de fortaleza intermedia ya que su valor es levemente superior a 0,5.

○ *Escenario 2*

³ Hay que tener en cuenta que un aumento en la variación supone una reducción entre la actitud pre y la actitud post.

Correlaciones^a

	Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decírnos con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?	Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca	Variación de la actitud
Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decírnos con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 ,075 32	,075 ,683 32 -,341 ,056 32 ,120 ,512 32 1 ,120 ,512 32 32
Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,075 ,683 32	,075 ,683 32 -,341 ,056 32 ,120 ,512 32 1 ,120 ,512 32 32
Variación de la actitud	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N		

a. Escenario = Ofensa moral

Sig. = 0,683, 0,056, 0,512 > 0,05 → No existen correlaciones significativas entre la variación de la actitud, la intención de comentar y la intención de compra en el Escenario 2.

- *Escenario 3*

Estadísticos descriptivos^a

	Media	Desviación típica	N
Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decirnos con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?	4,91	1,873	32
Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca	2,31	1,655	32
Variación de la actitud	-1,19	1,942	32

a. Escenario = Referencias sexuales

Correlaciones^a

	Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decirnos con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?	Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca	Variación de la actitud
Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decirnos con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 ,332 ,063 32	,332 ,109 -289 ,020 32
Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,332 ,063 32	1 ,410* ,020 32
Variación de la actitud	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	-,289 ,109 32	,410* ,020 1 32

*. La correlación es significante al nivel 0,05 (bilateral).

a. Escenario = Referencias sexuales

Sig. 0,063, 0,109 > 0,05 → No existe correlación significativa entre la variación de la actitud y la intención de comentar, y la intención de comentar y la intención de compra en el Escenario 3.

Sig. = 0,020 < 0,05 → Existe correlación significativa entre la variación de la actitud y la intención de compra en el Escenario 3.

La relación entre la variación de la actitud y la intención de compra ($r = 0,410$) es positiva o directa (si \uparrow (\downarrow) variación de la actitud⁴ \leftrightarrow \uparrow (\downarrow) intención de compra) y de fortaleza intermedia ya que su coeficiente se acerca a 0,5.

○ *Escenario 4*

⁴ Hay que tener en cuenta que un aumento en la variación supone una reducción entre la actitud pre y la actitud post.

Estadísticos descriptivos^a

	Media	Desviación típica	N
Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decirnos con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?	4,19	1,731	32
Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca	2,84	1,986	32
Variación de la actitud	-,38	1,845	32

a. Escenario = Tabús religiosos

Correlaciones^a

		Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decirnos con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?	Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca	Variación de la actitud
Con respecto al anuncio anterior, ¿podría decirnos con que probabilidad conversaría con sus amigos sobre él?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	1 N	,591** ,000 32	-,008 ,967 32
Tras la visualización de este anuncio de Diesel tengo una mayor intención de compra de productos de esta marca	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	,591** ,000 N	1 32	,547** ,001 32
Variación de la actitud	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	-,008 ,967 N	,547** ,001 32	1 32

**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

a. Escenario = Tabús religiosos

Sig. = 0,967 > 0,05 → No existe correlación significativa entre la intención de comentar y la variación de la actitud en el Escenario 4.

Sig. = 0,001, 0,000 < 0,05 → Existe correlación significativa entre la variación de la actitud y la intención de compra y entre la intención de comentar y la intención de compra.

Mirando los coeficientes de correlaciones podemos observar que: la relación entre la intención de compra y la intención de comentar ($r = 0,591$) es positiva o directa (si \uparrow (\downarrow) intención de compra \leftrightarrow \uparrow (\downarrow) intención de comentar) y de fortaleza intermedia ya que su coeficiente tiene un valor cercano a 0,6; la relación entre la variación de la actitud y la intención de compra ($r = 0,547$) es positiva o directa (si \uparrow (\downarrow) variación de la actitud⁵ \leftrightarrow

⁵ Hay que tener en cuenta que un aumento en la variación supone una reducción entre la actitud pre y la actitud post.

↑ (↓) intención de compra) y de fortaleza intermedia pero un poco inferior a la de intención de compra con intención de comentar.

ANEXO IX. RESULTADOS SECUNDARIOS DEL OBJETIVO 5.

1. Diferencias en las opiniones en función del tipo de shock utilizado

		Descriptivos							
		N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
						Límite inferior	Límite superior		
Desagradable	Imágenes desagradables	32	3,72	2,345	,415	2,87	4,56	1	7
	Ofensa moral	32	4,44	2,109	,373	3,68	5,20	1	7
	Referencias sexuales	32	2,81	1,804	,319	2,16	3,46	1	7
	Tabús religiosos	32	1,91	1,594	,282	1,33	2,48	1	7
	Total	128	3,22	2,181	,193	2,84	3,60	1	7
Impactante	Imágenes desagradables	32	4,94	1,865	,330	4,26	5,61	1	7
	Ofensa moral	32	5,16	1,903	,336	4,47	5,84	1	7
	Referencias sexuales	32	4,84	1,868	,330	4,17	5,52	1	7
	Tabús religiosos	32	4,19	1,958	,346	3,48	4,89	1	7
	Total	128	4,78	1,911	,169	4,45	5,12	1	7
Indecente	Imágenes desagradables	32	2,94	2,047	,362	2,20	3,68	1	7
	Ofensa moral	32	4,09	2,038	,360	3,36	4,83	1	7
	Referencias sexuales	32	3,34	1,877	,332	2,67	4,02	1	7
	Tabús religiosos	32	2,16	1,668	,295	1,55	2,76	1	7
	Total	128	3,13	2,017	,178	2,78	3,49	1	7
Obsceno	Imágenes desagradables	32	2,13	1,755	,310	1,49	2,76	1	6
	Ofensa moral	32	3,91	1,890	,334	3,22	4,59	1	7
	Referencias sexuales	32	3,19	1,891	,334	2,51	3,87	1	7
	Tabús religiosos	32	1,84	1,347	,238	1,36	2,33	1	7
	Total	128	2,77	1,905	,168	2,43	3,10	1	7

Ofensivo	Imágenes desagradables	32	2,56	2,015	,356	1,84	3,29	1	6
	Ofensa moral	32	5,41	1,663	,294	4,81	6,01	1	7
	Referencias sexuales	32	3,19	2,206	,390	2,39	3,98	1	7
	Tabús religiosos	32	2,34	1,961	,347	1,64	3,05	1	7
	Total	128	3,38	2,297	,203	2,97	3,78	1	7

ANOVA de un factor

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Desagradable	Inter-grupos	115,938	3	38,646	9,821	,000
	Intra-grupos	487,938	124	3,935		
	Total	603,875	127			
Impactante	Inter-grupos	16,688	3	5,563	1,542	,207
	Intra-grupos	447,188	124	3,606		
	Total	463,875	127			
Indecente	Inter-grupos	62,711	3	20,904	5,709	,001
	Intra-grupos	454,031	124	3,662		
	Total	516,742	127			
Obsceno	Inter-grupos	87,656	3	29,219	9,705	,000
	Intra-grupos	373,312	124	3,011		
	Total	460,969	127			
Ofensivo	Inter-grupos	188,313	3	62,771	16,159	,000
	Intra-grupos	481,687	124	3,885		
	Total	670,000	127			

Sig. = 0,207 > 0,05 → No existen diferencias significativas por tipo de shock en la valoración del adjetivo “impactante”.

Sig. = 0,000, 0,001, 0,000, 0,000 < 0,05 → Existen diferencias significativas por tipo de shock en la valoración de los adjetivos “desagradable”, “indecente”, “obsceno” y “ofensivo”.

Prueba de homogeneidad de varianzas

	Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
Desagradable	5,134	3	124	,002
Impactante	,191	3	124	,903
Indecente	1,174	3	124	,323
Obsceno	2,682	3	124	,050
Ofensivo	1,693	3	124	,172

Sig. = 0,002, 0,050 < 0,05 → No asumimos varianzas iguales → Prueba post-hoc para “desagradable” y “obsceno” con T2 de Tamhane.

Sig. = 0,323, 0,172 > 0,05 → Asumimos varianzas iguales → Prueba post-hoc para “indecente” y “ofensivo” con DMS.

Comparaciones múltiples

Tamhane

Variable dependiente	(I) Escenario	(J) Escenario	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
						Límite inferior	Límite superior
Desagradable	Imágenes desagradables	Ofensa moral	-,719	,558	,742	-2,23	,80
		Referencias sexuales	,906	,523	,426	-,52	2,33
		Tabús religiosos	1,813*	,501	,004	,44	3,18
	Ofensa moral	Imágenes desagradables	,719	,558	,742	-,80	2,23
		Referencias sexuales	1,625*	,491	,009	,29	2,96
		Tabús religiosos	2,531*	,467	,000	1,26	3,80
	Referencias sexuales	Imágenes desagradables	-,906	,523	,426	-2,33	,52
		Ofensa moral	-1,625*	,491	,009	-2,96	-,29
		Tabús religiosos	,906	,425	,204	-,25	2,06
	Tabús religiosos	Imágenes desagradables	-1,813*	,501	,004	-3,18	-,44
		Ofensa moral	-2,531*	,467	,000	-3,80	-1,26
		Referencias sexuales	-,906	,425	,204	-2,06	,25

		Ofensa moral	-1,781*	,456	,001	-3,02	-,54
Obsceno	Imágenes desagradables	Referencias sexuales	-1,063	,456	,131	-2,30	,18
		Tabús religiosos	,281	,391	,979	-,78	1,35
		Imágenes desagradables	1,781*	,456	,001	,54	3,02
	Ofensa moral	Referencias sexuales	,719	,473	,576	-,57	2,00
		Tabús religiosos	2,063*	,410	,000	,94	3,18
		Imágenes desagradables	1,063	,456	,131	-,18	2,30
	Referencias sexuales	Ofensa moral	-,719	,473	,576	-2,00	,57
		Tabús religiosos	1,344*	,410	,011	,22	2,46
		Imágenes desagradables	-,281	,391	,979	-1,35	,78
	Tabús religiosos	Ofensa moral	-2,063*	,410	,000	-3,18	-,94
		Referencias sexuales	-1,344*	,410	,011	-2,46	-,22

*. La diferencia de medias es significativa al nivel 0.05.

En la valoración de “desagradable”, se observan diferencias significativas entre los escenarios: tabús religiosos e imágenes desagradables; tabús religiosos y ofensa moral; y, referencias sexuales y ofensa moral.

En la valoración de “obsceno”, se observan diferencias significativas entre los escenarios: imágenes desagradables y ofensa moral; ofensa moral y tabús religiosos; y, referencias sexuales y tabús religiosos.

Comparaciones múltiples

DMS

Variable dependiente	(I) Escenario	(J) Escenario	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
						Límite inferior	Límite superior
Indecente	Imágenes desagradables	Ofensa moral	-1,156*	,478	,017	-2,10	-,21
		Referencias sexuales	-,406	,478	,397	-1,35	,54
		Tabús religiosos	,781	,478	,105	-,17	1,73
	Ofensa moral	Imágenes desagradables	1,156*	,478	,017	,21	2,10
		Referencias sexuales	,750	,478	,119	-,20	1,70
		Tabús religiosos	1,938*	,478	,000	,99	2,88
	Referencias sexuales	Imágenes desagradables	,406	,478	,397	-,54	1,35
		Ofensa moral	-,750	,478	,119	-1,70	,20
		Tabús religiosos	1,188*	,478	,014	,24	2,13
	Tabús religiosos	Imágenes desagradables	-,781	,478	,105	-1,73	,17
		Ofensa moral	-1,938*	,478	,000	-2,88	-,99
		Referencias sexuales	-1,188*	,478	,014	-2,13	-,24
Ofensivo	Imágenes desagradables	Ofensa moral	-2,844*	,493	,000	-3,82	-1,87
		Referencias sexuales	-,625	,493	,207	-1,60	,35
		Tabús religiosos	,219	,493	,658	-,76	1,19
	Ofensa moral	Imágenes desagradables	2,844*	,493	,000	1,87	3,82
		Referencias sexuales	2,219*	,493	,000	1,24	3,19
		Tabús religiosos	3,063*	,493	,000	2,09	4,04
	Referencias sexuales	Imágenes desagradables	,625	,493	,207	-,35	1,60
		Ofensa moral	-2,219*	,493	,000	-3,19	-1,24
		Tabús religiosos	,844	,493	,089	-,13	1,82
	Tabús religiosos	Imágenes desagradables	-,219	,493	,658	-1,19	,76
		Ofensa moral	-3,063*	,493	,000	-4,04	-2,09

Referencias sexuales	-,844	,493	,089	-1,82	,13
----------------------	-------	------	------	-------	-----

*. La diferencia de medias es significativa al nivel 0.05.

En la valoración de los anuncios como “indecentes” se observan diferencias significativas entre imágenes desagradables y ofensa moral; entre ofensa moral y tabúes religiosos; y entre referencias sexuales y tabúes religiosos.

En la valoración de los anuncios como “ofensivos” existen diferencias significativas entre imágenes desagradables y ofensa moral; entre ofensa moral y referencias sexuales; y en ofensa moral y tabúes religiosos.

2. Diferencias en la valoración de los anuncios usados en cada escenario en función del género

o Escenario I

Prueba de muestras independientes^a

	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	Prueba T para la igualdad de medias									
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia		
									Inferior	Superior	
Desagradable	Se han asumido varianzas iguales	4,427	,044	,372	30	,713	,313	,841	-1,405	2,030	
	No se han asumido varianzas iguales			,372	28,254	,713	,313	,841	-1,409	2,034	

	Se han asumido varianza s iguales	,577	,45 4	- 1,14 3	30	,262	-,750	,656	-2,090	,590
Impactante	No se han asumido varianza s iguales			- 1,14 3	29,79 9	,262	-,750	,656	-2,091	,591
	Se han asumido varianza s iguales	,213	,64 8	,341	30	,736	,250	,734	-1,249	1,749
Indecente	No se han asumido varianza s iguales			,341	29,76 5	,736	,250	,734	-1,250	1,750
	Se han asumido varianza s iguales	,030	,86 5	,397	30	,694	,250	,629	-1,035	1,535
Obscenio	No se han asumido varianza s iguales			,397	29,73 3	,694	,250	,629	-1,035	1,535
	Se han asumido varianza s iguales	8,85 4	,00 6	-,520	30	,607	-,375	,721	-1,847	1,097
Ofensivo	No se han asumido varianza s iguales			-,520	27,04 3	,607	-,375	,721	-1,854	1,104

a. Escenario = Imágenes desagradables

Sig. Test de Levene = 0,454, 0,648, 0,865 > 0,05 → Asumimos varianzas iguales
 → Sig. Asumiendo varianzas iguales = 0,262, 0,736, 0,694 > 0,05 → No existen diferencias significativas por género en la valoración de “impactante”, “indecente” y “obsceno” en el Escenario 1.

Sig. Test de Levene = 0,044, 0,006 < 0,05 → No asumimos varianzas iguales →
 Sig. No asumiendo varianzas iguales = 0,713, 0,607 > 0,05 → No existen diferencias significativas por género en la valoración de “desagradable” y “ofensivo” en el Escenario 1.

- *Escenario 2*

Estadísticos de grupo^a

	Género	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
Desagradable	Hombre	16	3,81	1,834	,458
	Mujer	16	5,06	2,235	,559
Impactante	Hombre	16	4,81	1,682	,421
	Mujer	16	5,50	2,098	,524
Indecente	Hombre	16	3,63	1,928	,482
	Mujer	16	4,56	2,097	,524
Obsceno	Hombre	16	3,56	1,711	,428
	Mujer	16	4,25	2,049	,512
Ofensivo	Hombre	16	4,81	1,377	,344
	Mujer	16	6,00	1,751	,438

a. Escenario = Ofensa moral

Prueba de muestras independientes^a

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
									Inferior	Superior
Desagradable	Se han asumido varianzas iguales	,444	,510	-1,729	30	,094	-1,250	,723	-2,726	,226
	No se han asumido varianzas iguales			-1,729	28,897	,094	-1,250	,723	-2,728	,228
Impactante	Se han asumido varianzas iguales	1,226	,277	-1,023	30	,315	-,688	,672	-2,060	,685
	No se han asumido varianzas iguales			-1,023	28,647	,315	-,688	,672	-2,063	,688
Indecente	Se han asumido varianzas iguales	,314	,579	-1,317	30	,198	-,938	,712	-2,392	,517
	No se han asumido varianzas iguales			-1,317	29,791	,198	-,938	,712	-2,392	,517

	Se han asumido varianza s iguales	1,22 7	,27 7	- 1,03 0	30	,311	-,688	,668	-2,051	,676
Obsceno	No se han asumido varianza s iguales			- 1,03 0	29,07 6	,312	-,688	,668	-2,053	,678
	Se han asumido varianza s iguales	,211	,64 9	- 2,13 2	30	,041	-1,188	,557	-2,325	-,050
Ofensivo	No se han asumido varianza s iguales			- 2,13 2	28,41 8	,042	-1,188	,557	-2,328	-,047

a. Escenario = Ofensa moral

Sig. Test de Levene = 0,510, 0,277, 0,579, 0,277, 0,649 > 0,05 → Asumimos varianzas iguales.

Sig. Asumiendo varianzas iguales = 0,094, 0,315, 0,198, 0,311 > 0,05 → No existen diferencias significativas por género en la valoración de los adjetivos “desagradable”, “impactante”, “indecente” y “obsceno” en el Escenario 2.

Sig. Asumiendo varianzas iguales = 0,041 < 0,05 → Existen diferencias significativas por género en la valoración de “ofensivo” en el Escenario 2.

○ *Escenario 3*

Estadísticos de grupo^a

	Género	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
Desagradable	Hombre	16	2,31	1,740	,435
	Mujer	16	3,31	1,778	,445
Impactante	Hombre	16	5,31	1,778	,445
	Mujer	16	4,38	1,893	,473
Indecente	Hombre	16	2,69	1,621	,405
	Mujer	16	4,00	1,932	,483
Obsceno	Hombre	16	2,44	1,459	,365
	Mujer	16	3,94	2,016	,504
Ofensivo	Hombre	16	2,56	2,190	,547
	Mujer	16	3,81	2,105	,526

a. Escenario = Referencias sexuales

Prueba de muestras independientes^a

	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	Prueba T para la igualdad de medias									
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia		
									Inferior	Superior	
Desagradable	Se han asumido varianzas iguales	,051	,823	-1,608	30	,118	-1,000	,622	-2,270	,270	
	No se han asumido varianzas iguales			-1,608	29,986	,118	-1,000	,622	-2,270	,270	

	Se han asumido varianza s iguales	,005	,94 6	1,44 4	30	,159	,938	,649	-,389	2,264
Impactante	No se han asumido varianza s iguales			1,44 4	29,88 4	,159	,938	,649	-,389	2,264
Indecente	Se han asumido varianza s iguales	,265	,61 1	- 2,08 1	30	,046	-1,313	,631	-2,600	-,025
	No se han asumido varianza s iguales			- 2,08 1	29,12 3	,046	-1,313	,631	-2,602	-,023
Obsceno	Se han asumido varianza s iguales	2,40 2	,13 2	- 2,41 1	30	,022	-1,500	,622	-2,770	-,230
	No se han asumido varianza s iguales			- 2,41 1	27,33 5	,023	-1,500	,622	-2,776	-,224
Ofensivo	Se han asumido varianza s iguales	,087	,77 1	- 1,64 6	30	,110	-1,250	,759	-2,801	,301
	No se han asumido varianza s iguales			- 1,64 6	29,95 3	,110	-1,250	,759	-2,801	,301

a. Escenario = Referencias sexuales

Sig. Test de Levene = 0,823, 0,946, 0,611, 0,132, 0,771 > 0,05 → Asumimos varianzas iguales.

Sig. Asumiendo varianzas iguales = 0,118, 0,159, 0,110 > 0,05 → No existen diferencias significativas por género en la valoración de “desagradable”, “impactante” y “ofensivo” en el Escenario 3.

Sig. Asumiendo varianzas iguales = 0,046, 0,022 < 0,05 → Existen diferencias significativas por género en la valoración de “indecente” y “obsceno” en el Escenario 3.

- *Escenario 4*

Prueba de muestras independientes^a

	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias								
			F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
										Inferior	Superior
Desagradable	Se han asumido varianzas iguales	8,285	,007	1,972		30	,058	1,063	,539	-,038	2,163
	No se han asumido varianzas iguales				1,972	23,072	,061	1,063	,539	-,052	2,177
Impactante	Se han asumido varianzas iguales	,315	,579	,000		30	1,000	,000	,704	-1,437	1,437

	No se han asumido varianzas iguales			,000	29,590	1,000	,000	,704	-1,438	1,438
Indecente	Se han asumido varianzas iguales	,623	,436	1,632	30	,113	,938	,574	-,236	2,111
	No se han asumido varianzas iguales			1,632	29,673	,113	,938	,574	-,236	2,111
Obsceno	Se han asumido varianzas iguales	4,276	,047	1,764	30	,088	,813	,461	-,128	1,753
	No se han asumido varianzas iguales			1,764	20,355	,093	,813	,461	-,147	1,772
Ofensivo	Se han asumido varianzas iguales	,023	,880	,991	30	,329	,688	,694	-,729	2,104
	No se han asumido varianzas iguales			,991	29,836	,330	,688	,694	-,729	2,104

a. Escenario = Tabús religiosos

Sig. Test de Levene = 0,007, 0,047 < 0,05 → No asumimos varianzas iguales →

Sig. No asumiendo varianzas iguales = 0,061, 0,093 > 0,05 → No existen diferencias significativas por género en la valoración de “desagradable” y “obsceno” en el Escenario 4.

Sig. Test de Levene = 0,579, 0,436, 0,880 > 0,05 → Asumimos varianzas iguales
 → Sig. Asumiendo varianzas iguales = 1,000, 0,113, 0,329 > 0,05 → No existen diferencias significativas por género en la valoración de “impactante”, “indecente” y “ofensivo” en el Escenario 4.

3. Diferencias en la valoración de los anuncios usados en cada escenario en función de la edad

- *Escenario 1*

ANOVA de un factor^a

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Desagradable	Inter-grupos	35,594	3	11,865	2,463	,083
	Intra-grupos	134,875	28	4,817		
	Total	170,469	31			
Impactante	Inter-grupos	19,375	3	6,458	2,043	,131
	Intra-grupos	88,500	28	3,161		
	Total	107,875	31			
Indecente	Inter-grupos	26,625	3	8,875	2,407	,088
	Intra-grupos	103,250	28	3,688		
	Total	129,875	31			
Obseceno	Inter-grupos	8,250	3	2,750	,883	,462
	Intra-grupos	87,250	28	3,116		
	Total	95,500	31			
Ofensivo	Inter-grupos	22,125	3	7,375	1,990	,138
	Intra-grupos	103,750	28	3,705		
	Total	125,875	31			

a. Escenario = Imágenes desagradables

Sig. = 0,083, 0,131, 0,088, 0,462, 0,138 > 0,05 → No existe relación significativa por edad en la valoración del anuncio como “desagradable”, “impactante”, “indecente”, “obsceno” y “ofensivo” en el Escenario 1.

○ *Escenario 2*

Descriptivos^a

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Desagradable	Menos de 18	8	3,38	2,066	,730	1,65	5,10	1 7
	De 18 a 35	8	4,13	2,031	,718	2,43	5,82	2 7
	De 36 a 55	8	4,38	2,387	,844	2,38	6,37	1 7
	Más de 55	8	5,88	1,356	,479	4,74	7,01	4 7
	Total	32	4,44	2,109	,373	3,68	5,20	1 7
Impactante	Menos de 18	8	5,25	1,753	,620	3,78	6,72	3 7
	De 18 a 35	8	5,75	1,389	,491	4,59	6,91	3 7
	De 36 a 55	8	4,00	2,449	,866	1,95	6,05	1 7
	Más de 55	8	5,63	1,685	,596	4,22	7,03	3 7
	Total	32	5,16	1,903	,336	4,47	5,84	1 7
Indecente	Menos de 18	8	3,88	1,642	,581	2,50	5,25	2 7
	De 18 a 35	8	4,13	1,885	,666	2,55	5,70	1 7
	De 36 a 55	8	2,50	1,927	,681	,89	4,11	1 7
	Más de 55	8	5,88	1,356	,479	4,74	7,01	3 7
	Total	32	4,09	2,038	,360	3,36	4,83	1 7
Obsceno	Menos de 18	8	4,38	1,847	,653	2,83	5,92	2 7
	De 18 a 35	8	5,50	1,195	,423	4,50	6,50	3 7
	De 36 a 55	8	2,00	1,069	,378	1,11	2,89	1 4
	Más de 55	8	3,75	1,581	,559	2,43	5,07	2 7

	Total	32	3,91	1,890	,334	3,22	4,59	1	7
Ofensivo	Menos de 18	8	5,00	1,852	,655	3,45	6,55	2	7
	De 18 a 35	8	5,38	1,408	,498	4,20	6,55	3	7
	De 36 a 55	8	4,88	2,167	,766	3,06	6,69	1	7
	Más de 55	8	6,38	,744	,263	5,75	7,00	5	7
	Total	32	5,41	1,663	,294	4,81	6,01	1	7

a. Escenario = Ofensa moral

ANOVA de un factor^a

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Desagradable	Inter-grupos	26,375	3	8,792	2,208	,109
	Intra-grupos	111,500	28	3,982		
	Total	137,875	31			
Impactante	Inter-grupos	15,344	3	5,115	1,478	,242
	Intra-grupos	96,875	28	3,460		
	Total	112,219	31			
Indecente	Inter-grupos	46,094	3	15,365	5,207	,006
	Intra-grupos	82,625	28	2,951		
	Total	128,719	31			
Obsceno	Inter-grupos	51,344	3	17,115	8,071	,000
	Intra-grupos	59,375	28	2,121		
	Total	110,719	31			
Ofensivo	Inter-grupos	11,094	3	3,698	1,387	,267
	Intra-grupos	74,625	28	2,665		
	Total	85,719	31			

a. Escenario = Ofensa moral

Sig. = 0,109, 0,242, 0,267 > 0,05 → No existe relación significativa por edad en la valoración de “desagradable”, “impactante” y “ofensivo” en el Escenario 2.

Sig. = 0,006, 0,000 < 0,05 → Existe relación significativa por edad en la valoración de “indecente” y “obsceno” en el Escenario 2.

Prueba de homogeneidad de varianzas^a

	Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
Desagradable	1,323	3	28	,287
Impactante	1,467	3	28	,245
Indecente	,235	3	28	,871
Obsceno	1,800	3	28	,170
Ofensivo	2,201	3	28	,110

a. Escenario = Ofensa moral

Sig. = 0,871, 0,170 > 0,05 → Asumimos varianzas iguales → Prueba post-hoc para “indecente” y “obsceno” con DMS.

Comparaciones múltiples

DMS

Variable dependiente	(I) Edad	(J) Edad	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
						Límite inferior	Límite superior
Indecente	Menos de 18	De 18 a 35	-,250	,859	,773	-2,01	1,51
		De 36 a 55	1,375	,859	,121	-,38	3,13
		Más de 55	-2,000*	,859	,027	-3,76	-,24
	De 18 a 35	Menos de 18	,250	,859	,773	-1,51	2,01
		De 36 a 55	1,625	,859	,069	-,13	3,38
		Más de 55	-1,750	,859	,051	-3,51	,01
	De 36 a 55	Menos de 18	-1,375	,859	,121	-3,13	,38
		De 18 a 35	-1,625	,859	,069	-3,38	,13
		Más de 55	-3,375*	,859	,001	-5,13	-1,62
	Más de 55	Menos de 18	2,000*	,859	,027	,24	3,76
		De 18 a 35	1,750	,859	,051	-,01	3,51
		De 36 a 55	3,375*	,859	,001	1,62	5,13
Obsceno	Menos de 18	De 18 a 35	-1,125	,728	,134	-2,62	,37

De 36 a 55	2,375*	,728	,003	,88	3,87
Más de 55	,625	,728	,398	-,87	2,12
Menos de 18	1,125	,728	,134	-,37	2,62
De 18 a 35	De 36 a 55	3,500*	,728	,000	2,01
Más de 55	1,750*	,728	,023	,26	3,24
Menos de 18	-2,375*	,728	,003	-3,87	-,88
De 36 a 55	De 18 a 35	-3,500*	,728	,000	-4,99
Más de 55	-1,750*	,728	,023	-3,24	-,26
Menos de 18	-,625	,728	,398	-2,12	,87
Más de 55	De 18 a 35	-1,750*	,728	,023	-3,24
De 36 a 55	1,750*	,728	,023	,26	3,24

*. La diferencia de medias es significativa al nivel 0.05.

En la valoración de “indecente”, se encuentran diferencias significativas en el Escenario 2 entre: menores de 18 y mayores de 55; y, personas entre 36 y 55 años y mayores de 55.

En la valoración de “obsceno”, se encuentran diferencias significativas en el Escenario 2 entre: menores de 18 y personas entre 36 y 55; personas entre 18 y 35 y personas entre 36 y 55; personas entre 18 y 35 y mayores de 55; y, personas entre 36 y 55 y mayores de 55.

- *Escenario 3*

ANOVA de un factor^a

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Desagradable	Inter-grupos	3,375	3	1,125	,323	,809
	Intra-grupos	97,500	28	3,482		
	Total	100,875	31			
Impactante	Inter-grupos	4,844	3	1,615	,437	,728
	Intra-grupos	103,375	28	3,692		
	Total	108,219	31			
Indecente	Inter-grupos	17,594	3	5,865	1,792	,172
	Intra-grupos	91,625	28	3,272		
	Total	109,219	31			
Obsceno	Inter-grupos	17,125	3	5,708	1,705	,189
	Intra-grupos	93,750	28	3,348		
	Total	110,875	31			
Ofensivo	Inter-grupos	16,375	3	5,458	1,136	,351
	Intra-grupos	134,500	28	4,804		
	Total	150,875	31			

a. Escenario = Referencias sexuales

Sig. = 0,809, 0,728, 0,172, 0,189, 0,351 > 0,05 → No existe relación significativa por edad en la valoración del anuncio como “desagradable”, “impactante”, “indecente”, “obsceno” y “ofensivo” en el Escenario 3.

○ *Escenario 4*

ANOVA de un factor^a

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Desagradable	Inter-grupos	7,594	3	2,531	,996	,409
	Intra-grupos	71,125	28	2,540		
	Total	78,719	31			
Impactante	Inter-grupos	9,375	3	3,125	,799	,505
	Intra-grupos	109,500	28	3,911		
	Total	118,875	31			
Indecente	Inter-grupos	8,594	3	2,865	1,033	,393
	Intra-grupos	77,625	28	2,772		
	Total	86,219	31			
Obsceno	Inter-grupos	3,844	3	1,281	,685	,569
	Intra-grupos	52,375	28	1,871		
	Total	56,219	31			
Ofensivo	Inter-grupos	5,844	3	1,948	,481	,698
	Intra-grupos	113,375	28	4,049		
	Total	119,219	31			

a. Escenario = Tabús religiosos

Sig. = 0,409, 0,505, 0,393, 0,569, 0,698 > 0,05 → No existe relación significativa por edad en la valoración del anuncio como “desagradable”, “impactante”, “indecente”, “obsceno” y “ofensivo” en el Escenario 4.

4. Diferencias en la valoración de los anuncios usados en cada escenario en función de la lealtad previa

- Escenario 1

Descriptivos^a

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo	
					Límite inferior	Límite superior			
Desagradable	Nunca	23	3,96	2,364	,493	2,93	4,98	1	7
	Entre 1 y 3 veces	8	3,13	2,475	,875	1,06	5,19	1	7
	Entre 4 y 6 veces	1	3,00	3	3
	Total	32	3,72	2,345	,415	2,87	4,56	1	7
Impactante	Nunca	23	4,87	1,938	,404	4,03	5,71	1	7
	Entre 1 y 3 veces	8	5,50	1,414	,500	4,32	6,68	3	7
	Entre 4 y 6 veces	1	2,00	2	2
	Total	32	4,94	1,865	,330	4,26	5,61	1	7
Indecente	Nunca	23	3,04	1,988	,415	2,18	3,90	1	7
	Entre 1 y 3 veces	8	2,75	2,435	,861	,71	4,79	1	7
	Entre 4 y 6 veces	1	2,00	2	2
	Total	32	2,94	2,047	,362	2,20	3,68	1	7
Obsceno	Nunca	23	1,87	1,486	,310	1,23	2,51	1	6
	Entre 1 y 3 veces	8	2,75	2,435	,861	,71	4,79	1	6
	Entre 4 y 6 veces	1	3,00	3	3
	Total	32	2,13	1,755	,310	1,49	2,76	1	6
Ofensivo	Nunca	23	2,70	2,077	,433	1,80	3,59	1	6
	Entre 1 y 3 veces	8	2,38	1,996	,706	,71	4,04	1	6
	Entre 4 y 6 veces	1	1,00	1	1
	Total	32	2,56	2,015	,356	1,84	3,29	1	6

a. Escenario = Imágenes desagradables

ANOVA de un factor^a

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.

Desagradable	Inter-grupos	4,637	2	2,319	,405	,670
	Intra-grupos	165,832	29	5,718		
	Total	170,469	31			
Impactante	Inter-grupos	11,266	2	5,633	1,691	,202
	Intra-grupos	96,609	29	3,331		
	Total	107,875	31			
Indecente	Inter-grupos	1,418	2	,709	,160	,853
	Intra-grupos	128,457	29	4,430		
	Total	129,875	31			
Obsceno	Inter-grupos	5,391	2	2,696	,868	,431
	Intra-grupos	90,109	29	3,107		
	Total	95,500	31			
Ofensivo	Inter-grupos	3,130	2	1,565	,370	,694
	Intra-grupos	122,745	29	4,233		
	Total	125,875	31			

a. Escenario = Imágenes desagradables

Sig. = 0,670, 0,202, 0,853, 0,431, 0,694 > 0,05 → No existen diferencias significativas por lealtad previa en la valoración de “desagradable”, “impactante”, “indecente”, “obsceno” y “ofensivo” en el Escenario 1.

No obstante, como el grupo “entre 4 y 6 veces” está formado por un único caso, se va a extraer del análisis para comprobar si afecta a la significatividad de las diferencias en la valoración de estos adjetivos. Como la variable “lealtad previa” quedará con sólo dos categorías, el análisis se hará mediante una PRUEBA T PARA MUESTRAS INDEPENDIENTES.

Prueba de muestras independientes^a

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
				t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
									Inferior	Superior
Desagradable	Se han asumido varianzas iguales	,062	,806	,847	29	,404	,832	,982	-1,176	2,839
	No se han asumido varianzas iguales			,828	11,771	,424	,832	1,004	-1,361	3,024
Impactante	Se han asumido varianzas iguales	,378	,543	-,842	29	,407	-,630	,749	-2,163	,902
	No se han asumido varianzas iguales			-,981	16,842	,341	-,630	,643	-1,988	,727
Indecente	Se han asumido varianzas iguales	,452	,507	,340	29	,737	,293	,864	-1,473	2,060
	No se han asumido varianzas iguales			,307	10,444	,765	,293	,955	-1,823	2,410

	Se han asumido varianza s iguales	8,58 7	,00 7	- 1,21 7	29	,233	-,880	,724	-2,360	,599
Obscenio	No se han asumido varianza s iguales			-,962	8,885	,361	-,880	,915	-2,954	1,193
	Se han asumido varianza s iguales	,470	,49 9	,380	29	,707	,321	,844	-1,406	2,048
Ofensivo	No se han asumido varianza s iguales			,387	12,69 3	,705	,321	,828	-1,472	2,113

a. Escenario = Imágenes desagradables

Sig. Test de Levene = 0,806, 0,543, 0,507, 0,499 > 0,05 → Asumimos varianzas iguales → Sig. Asumiendo varianzas iguales = 0,404 0,407, 0,737, 0,707 > 0,05 → Definitivamente no existen diferencias significativas por lealtad previa en la valoración de “desagradable”, “impactante”, “indecente” y “ofensivo” en el Escenario 1.

Sig. Test de Levene = 0,007 < 0,05 → No asumimos varianzas iguales → Sig. No asumiendo varianzas iguales = 0,361 > 0,05 → Definitivamente no existen diferencias significativas por lealtad previa en la valoración de “obsceno” en el Escenario 1.

○ *Escenario 2*

Descriptivos^a

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo	
					Límite inferior	Límite superior			
Desagradable	Nunca	23	4,35	2,248	,469	3,38	5,32	1	7
	Entre 1 y 3 veces	8	5,00	1,604	,567	3,66	6,34	3	7
	Más de 6 veces	1	2,00	2	2
	Total	32	4,44	2,109	,373	3,68	5,20	1	7
Impactante	Nunca	23	4,78	2,022	,422	3,91	5,66	1	7
	Entre 1 y 3 veces	8	6,38	,916	,324	5,61	7,14	5	7
	Más de 6 veces	1	4,00	4	4
	Total	32	5,16	1,903	,336	4,47	5,84	1	7
Indecente	Nunca	23	3,91	2,130	,444	2,99	4,83	1	7
	Entre 1 y 3 veces	8	4,88	1,642	,581	3,50	6,25	2	7
	Más de 6 veces	1	2,00	2	2
	Total	32	4,09	2,038	,360	3,36	4,83	1	7
Obsceno	Nunca	23	3,78	1,953	,407	2,94	4,63	1	7
	Entre 1 y 3 veces	8	4,50	1,690	,598	3,09	5,91	1	6
	Más de 6 veces	1	2,00	2	2
	Total	32	3,91	1,890	,334	3,22	4,59	1	7
Ofensivo	Nunca	23	5,39	1,644	,343	4,68	6,10	1	7
	Entre 1 y 3 veces	8	5,88	1,356	,479	4,74	7,01	4	7
	Más de 6 veces	1	2,00	2	2
	Total	32	5,41	1,663	,294	4,81	6,01	1	7

a. Escenario = Ofensa moral

ANOVA de un factor^a

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Desagradable	Inter-grupos	8,658	2	4,329	,972	,390
	Intra-grupos	129,217	29	4,456		
	Total	137,875	31			
Impactante	Inter-grupos	16,431	2	8,215	2,487	,101
	Intra-grupos	95,788	29	3,303		
	Total	112,219	31			
Indecente	Inter-grupos	10,018	2	5,009	1,224	,309
	Intra-grupos	118,701	29	4,093		
	Total	128,719	31			
Obsceno	Inter-grupos	6,806	2	3,403	,950	,399
	Intra-grupos	103,913	29	3,583		
	Total	110,719	31			
Ofensivo	Inter-grupos	13,365	2	6,683	2,679	,086
	Intra-grupos	72,353	29	2,495		
	Total	85,719	31			

a. Escenario = Ofensa moral

Sig. = 0,390, 0,101, 0,309, 0,399, 0,086 > 0,05 → No existen diferencias significativas por lealtad previa en la valoración de “desagradable”, “impactante”, “indecente”, “obsceno” y “ofensivo” en el Escenario 2.

No obstante, como el grupo “más de 6 veces” está formado por un único caso, se va a extraer del análisis para comprobar si afecta a la significatividad de las diferencias en la valoración de estos adjetivos. Como la variable “lealtad previa” quedará con sólo dos categorías, el análisis se hará mediante una PRUEBA T PARA MUESTRAS INDEPENDIENTES.

Prueba de muestras independientes^a

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	Prueba T para la igualdad de medias								
			F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
										Inferior	Superior
Desagradable	Se han asumido varianzas iguales	3,561	,069	-,753	29	,458	-,652	,866	-2,424	1,120	
	No se han asumido varianzas iguales			-,886	17,276	,388	-,652	,736	-2,202	,898	
Impactante	Se han asumido varianzas iguales	7,567	,010	2,135	29	,041	-1,592	,746	-3,118	-,067	
	No se han asumido varianzas iguales			-,2,995	26,555	,006	-1,592	,532	-2,684	-,501	
Indecente	Se han asumido varianzas iguales	2,414	,131	1,158	29	,256	-,962	,830	-2,660	,736	
	No se han asumido varianzas iguales			-,1,316	15,863	,207	-,962	,731	-2,513	,589	

	Se han asumido varianza s iguales	1,09 1	,30 5	-,923	29	,363	-,717	,777	-2,306	,872
Obscenio	No se han asumido varianza s iguales			-,992	14,04 6	,338	-,717	,723	-2,268	,833
	Se han asumido varianza s iguales	,251	,62 0	-,746	29	,462	-,484	,648	-1,810	,842
Ofensivo	No se han asumido varianza s iguales			-,821	14,76 0	,425	-,484	,589	-1,742	,774

a. Escenario = Ofensa moral

Sig. Test de Levene = 0,069, 0,131, 0,305, 0,620 > 0,05 → Asumimos varianzas iguales → Sig. Asumiendo varianzas iguales = 0,458, 0,256, 0,363, 0,462 > 0,05 → Definitivamente no existen diferencias significativas por lealtad previa en la valoración de “desgradable”, “indecente”, “obsceno” y “ofensivo” en el Escenario 2.

Sig. Test de Levene = 0,010 < 0,05 → No asumimos varianzas iguales → Sig. No asumiendo varianzas iguales = 0,006 < 0,05 → Realmente sí que existen diferencias significativas por lealtad previa en la valoración de “impactante” en el Escenario 2.

○ *Escenario 3*

Descriptivos^a

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo	
					Límite inferior	Límite superior			
Desagradable	Nunca	25	3,00	1,871	,374	2,23	3,77	1	7
	Entre 1 y 3 veces	6	2,33	1,506	,615	,75	3,91	1	5
	Entre 4 y 6 veces	1	1,00	1	1
	Total	32	2,81	1,804	,319	2,16	3,46	1	7
Impactante	Nunca	25	4,68	1,909	,382	3,89	5,47	1	7
	Entre 1 y 3 veces	6	5,83	1,472	,601	4,29	7,38	4	7
	Entre 4 y 6 veces	1	3,00	3	3
	Total	32	4,84	1,868	,330	4,17	5,52	1	7
Indecente	Nunca	25	3,32	1,930	,386	2,52	4,12	1	7
	Entre 1 y 3 veces	6	3,33	1,966	,803	1,27	5,40	1	6
	Entre 4 y 6 veces	1	4,00	4	4
	Total	32	3,34	1,877	,332	2,67	4,02	1	7
Obsceno	Nunca	25	3,12	1,833	,367	2,36	3,88	1	7
	Entre 1 y 3 veces	6	3,00	2,098	,856	,80	5,20	1	6
	Entre 4 y 6 veces	1	6,00	6	6
	Total	32	3,19	1,891	,334	2,51	3,87	1	7
Ofensivo	Nunca	25	3,32	2,193	,439	2,41	4,23	1	7
	Entre 1 y 3 veces	6	3,00	2,449	1,000	,43	5,57	1	6
	Entre 4 y 6 veces	1	1,00	1	1
	Total	32	3,19	2,206	,390	2,39	3,98	1	7

a. Escenario = Referencias sexuales

ANOVA de un factor^a

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Desagradable	Inter-grupos	5,542	2	2,771	,843	,441
	Intra-grupos	95,333	29	3,287		
	Total	100,875	31			
Impactante	Inter-grupos	9,945	2	4,973	1,467	,247
	Intra-grupos	98,273	29	3,389		
	Total	108,219	31			
Indecente	Inter-grupos	,445	2	,223	,059	,942
	Intra-grupos	108,773	29	3,751		
	Total	109,219	31			
Obsceno	Inter-grupos	8,235	2	4,118	1,163	,327
	Intra-grupos	102,640	29	3,539		
	Total	110,875	31			
Ofensivo	Inter-grupos	5,435	2	2,717	,542	,587
	Intra-grupos	145,440	29	5,015		
	Total	150,875	31			

a. Escenario = Referencias sexuales

Sig. = 0,441, 0,247, 0,942, 0,327, 0,587 > 0,05 → No existen diferencias significativas por lealtad previa en la valoración de “desagradable”, “impactante”, “indecente”, “obsceno” y “ofensivo” en el Escenario 3.

No obstante, como el grupo “entre 4 y 6 veces” está formado por un único caso, se va a extraer del análisis para comprobar si afecta a la significatividad de las diferencias en la valoración de estos adjetivos. Como la variable “lealtad previa” quedará con sólo dos categorías, el análisis se hará mediante una PRUEBA T PARA MUESTRAS INDEPENDIENTES.

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	Prueba T para la igualdad de medias								
			F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferenci a de medias	Error típ. de la diferenci a	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
										Inferio r	Superio r
Desagradabl e	Se han asumido varianza s iguales	,42 1	,52 2	,809	29	,425	,667	,824	-1,019	2,352	
	No se han asumido varianza s iguales			,926	9,13 1	,378	,667	,720	-,958	2,291	
Impactante	Se han asumido varianza s iguales	,69 1	,41 3	- 1,37 8	29	,179	-1,153	,837	-2,865	,558	
	No se han asumido varianza s iguales			- 1,62 0	9,52 7	,138	-1,153	,712	-2,750	,444	
Indecente	Se han asumido varianza s iguales	,03 3	,85 8	-,015	29	,988	-,013	,880	-1,814	1,787	
	No se han asumido varianza s iguales			-,015	7,49 7	,988	-,013	,891	-2,092	2,065	

	Se han asumido varianza s iguales	,31 2	,58 1	,140	29	,889	,120	,855	-1,629	1,869
Obscenio	No se han asumido varianza s iguales			,129	6,95 2	,901	,120	,932	-2,086	2,326
	Se han asumido varianza s iguales	,06 2	,80 4	,314	29	,756	,320	1,018	-1,762	2,402
Ofensivo	No se han asumido varianza s iguales			,293	7,05 5	,778	,320	1,092	-2,258	2,898

a. Escenario = Referencias sexuales

Sig. Test de Levene = 0,522, 0,412, 0,858, 0,581, 0,804 > 0,05 → Asumimos varianzas iguales → Sig. Asumiendo varianzas iguales = 0,425, 0,179, 0,988, 0,889, 0,756 > 0,05 → Definitivamente no existen diferencias significativas por lealtad previa en la valoración de “desagradable”, “impactante”, “indecente”, “obsceno” y “ofensivo” en el Escenario 3.

○ *Escenario 4*

Descriptivos^a

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo	
					Límite inferior	Límite superior			
Desagradable	Nunca	23	1,87	1,576	,329	1,19	2,55	1	7
	Entre 1 y 3 veces	6	1,83	1,602	,654	,15	3,51	1	5
	Entre 4 y 6 veces	3	2,33	2,309	1,333	-3,40	8,07	1	5
	Total	32	1,91	1,594	,282	1,33	2,48	1	7
Impactante	Nunca	23	3,87	1,740	,363	3,12	4,62	1	7
	Entre 1 y 3 veces	6	4,50	2,588	1,057	1,78	7,22	1	7
	Entre 4 y 6 veces	3	6,00	1,732	1,000	1,70	10,30	4	7
	Total	32	4,19	1,958	,346	3,48	4,89	1	7
Indecente	Nunca	23	2,35	1,774	,370	1,58	3,11	1	7
	Entre 1 y 3 veces	6	1,33	,516	,211	,79	1,88	1	2
	Entre 4 y 6 veces	3	2,33	2,309	1,333	-3,40	8,07	1	5
	Total	32	2,16	1,668	,295	1,55	2,76	1	7
Obsceno	Nunca	23	1,87	1,359	,283	1,28	2,46	1	7
	Entre 1 y 3 veces	6	1,50	,837	,342	,62	2,38	1	3
	Entre 4 y 6 veces	3	2,33	2,309	1,333	-3,40	8,07	1	5
	Total	32	1,84	1,347	,238	1,36	2,33	1	7
Ofensivo	Nunca	23	2,65	2,014	,420	1,78	3,52	1	7
	Entre 1 y 3 veces	6	1,00	,000	,000	1,00	1,00	1	1
	Entre 4 y 6 veces	3	2,67	2,887	1,667	-4,50	9,84	1	6
	Total	32	2,34	1,961	,347	1,64	3,05	1	7

a. Escenario = Tabús religiosos

ANOVA de un factor^a

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Desagradable	Inter-grupos	,610	2	,305	,113	,893
	Intra-grupos	78,109	29	2,693		
	Total	78,719	31			
Impactante	Inter-grupos	12,766	2	6,383	1,745	,193
	Intra-grupos	106,109	29	3,659		
	Total	118,875	31			
Indecente	Inter-grupos	5,001	2	2,501	,893	,420
	Intra-grupos	81,217	29	2,801		
	Total	86,219	31			
Obsceno	Inter-grupos	1,443	2	,722	,382	,686
	Intra-grupos	54,775	29	1,889		
	Total	56,219	31			
Ofensivo	Inter-grupos	13,335	2	6,667	1,826	,179
	Intra-grupos	105,884	29	3,651		
	Total	119,219	31			

a. Escenario = Tabús religiosos

Sig. = 0,893, 0,193, 0,420, 0,686, 0,179 > 0,05 → No existen diferencias significativas por lealtad previa en la valoración de “desagradable”, “impactante”, “indecente”, “obsceno” y “ofensivo” en el Escenario 4.

ANEXO X. RESULTADOS SECUNDARIOS DEL OBJETIVO 6.

1. Diferencias en las emociones básicas sentidas en función del tipo de *shock*

		Descriptivos							
		N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
						Límite inferior	Límite superior		
Alegría	Imágenes desagradables	32	1,22	,751	,133	,95	1,49	1	5
	Ofensa moral	32	1,34	,827	,146	1,05	1,64	1	4
	Referencias sexuales	32	2,47	1,778	,314	1,83	3,11	1	7
	Tabús religiosos	32	2,34	1,619	,286	1,76	2,93	1	7
	Total	128	1,84	1,428	,126	1,59	2,09	1	7
Asco	Imágenes desagradables	32	2,69	1,958	,346	1,98	3,39	1	7
	Ofensa moral	32	3,38	2,075	,367	2,63	4,12	1	7
	Referencias sexuales	32	2,00	1,481	,262	1,47	2,53	1	6
	Tabús religiosos	32	1,56	1,216	,215	1,12	2,00	1	6
	Total	128	2,41	1,833	,162	2,09	2,73	1	7
Ira	Imágenes desagradables	32	1,88	1,581	,280	1,30	2,45	1	7
	Ofensa moral	32	3,47	2,328	,411	2,63	4,31	1	7
	Referencias sexuales	32	1,81	1,512	,267	1,27	2,36	1	7
	Tabús religiosos	32	1,56	1,390	,246	1,06	2,06	1	6
	Total	128	2,18	1,880	,166	1,85	2,51	1	7
Miedo	Imágenes desagradables	32	1,81	1,533	,271	1,26	2,37	1	7
	Ofensa moral	32	1,81	1,469	,260	1,28	2,34	1	7
	Referencias sexuales	32	1,13	,421	,074	,97	1,28	1	3
	Tabús religiosos	32	1,09	,390	,069	,95	1,23	1	3
	Total	128	1,46	1,143	,101	1,26	1,66	1	7

Sorpresa	Imágenes desagradables	32	4,41	2,046	,362	3,67	5,14	1	7
	Ofensa moral	32	4,13	2,181	,386	3,34	4,91	1	7
	Referencias sexuales	32	4,13	2,338	,413	3,28	4,97	1	7
	Tabús religiosos	32	4,59	2,014	,356	3,87	5,32	1	7
	Total	128	4,31	2,132	,188	3,94	4,69	1	7
Tristeza	Imágenes desagradables	32	2,13	1,809	,320	1,47	2,78	1	7
	Ofensa moral	32	3,28	2,174	,384	2,50	4,06	1	7
	Referencias sexuales	32	1,91	1,838	,325	1,24	2,57	1	7
	Tabús religiosos	32	1,53	1,164	,206	1,11	1,95	1	5
	Total	128	2,21	1,881	,166	1,88	2,54	1	7

ANOVA de un factor

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Alegría	Inter-grupos	41,000	3	13,667	7,778	,000
	Intra-grupos	217,875	124	1,757		
	Total	258,875	127			
Asco	Inter-grupos	60,625	3	20,208	6,842	,000
	Intra-grupos	366,250	124	2,954		
	Total	426,875	127			
Ira	Inter-grupos	72,648	3	24,216	7,982	,000
	Intra-grupos	376,219	124	3,034		
	Total	448,867	127			
Miedo	Inter-grupos	15,836	3	5,279	4,365	,006
	Intra-grupos	149,969	124	1,209		
	Total	165,805	127			
Sorpresa	Inter-grupos	5,063	3	1,688	,366	,778
	Intra-grupos	572,438	124	4,616		
	Total	577,500	127			
Tristeza	Inter-grupos	54,648	3	18,216	5,723	,001
	Intra-grupos	394,656	124	3,183		
	Total	449,305	127			

Sig. = 0,778 → No existen diferencias significativas por tipo de shock en la intensidad media con la que los encuestados han sentido “sorpresa”.

Sig. = 0,000, 0,000, 0,000, 0,006, 0,001 < 0,05 → Existen diferencias significativas por tipo de shock en la intensidad media con la que los encuestados han sentido “alegría”, “asco”, “ira”, “miedo” y “tristeza”.

Prueba de homogeneidad de varianzas

	Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
Alegría	19,701	3	124	,000
Asco	5,775	3	124	,001
Ira	8,576	3	124	,000
Miedo	13,425	3	124	,000
Sorpresa	1,248	3	124	,295
Tristeza	5,619	3	124	,001

Sig. = 0,000, 0,001, 0,000, 0,000, 0,001 < 0,05 → No asumimos varianzas iguales
→ Pruebas post-hoc para “alegría”, “asco”, “ira”, “miedo” y “tristeza” con T2 de Tamhane.

Comparaciones múltiples

Tamhane

Variable dependiente	(I) Escenario	(J) Escenario	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
						Límite inferior	Límite superior
Alegría	Imágenes desagradables	Ofensa moral	-,125	,197	,989	-,66	,41
		Referencias sexuales	-1,250*	,341	,004	-2,19	-,31
		Tabús religiosos	-1,125*	,315	,005	-1,99	-,26
	Ofensa moral	Imágenes desagradables	,125	,197	,989	-,41	,66
		Referencias sexuales	-1,125*	,347	,013	-2,08	-,17
		Tabús religiosos	-1,000*	,321	,019	-1,88	-,12
	Referencias sexuales	Imágenes desagradables	1,250*	,341	,004	,31	2,19
		Ofensa moral	1,125*	,347	,013	,17	2,08
		Tabús religiosos	,125	,425	1,000	-1,03	1,28
	Tabús religiosos	Imágenes desagradables	1,125*	,315	,005	,26	1,99
		Ofensa moral	1,000*	,321	,019	,12	1,88

		Referencias sexuales	-,125	,425	1,000	-1,28	1,03
		Ofensa moral	-,688	,504	,691	-2,06	,68
	Imágenes desagradables	Referencias sexuales	,688	,434	,531	-,49	1,87
		Tabús religiosos	1,125*	,408	,047	,01	2,24
		Imágenes desagradables	,688	,504	,691	-,68	2,06
Asco	Ofensa moral	Referencias sexuales	1,375*	,451	,021	,15	2,60
		Tabús religiosos	1,813*	,425	,001	,65	2,98
	Referencias sexuales	Imágenes desagradables	-,688	,434	,531	-1,87	,49
		Ofensa moral	-1,375*	,451	,021	-2,60	-,15
		Tabús religiosos	,438	,339	,741	-,48	1,36
		Imágenes desagradables	-1,125*	,408	,047	-2,24	-,01
	Tabús religiosos	Ofensa moral	-1,813*	,425	,001	-2,98	-,65
		Referencias sexuales	-,438	,339	,741	-1,36	,48
		Ofensa moral	-1,594*	,497	,014	-2,95	-,24
	Imágenes desagradables	Referencias sexuales	,063	,387	1,000	-,99	1,11
		Tabús religiosos	,313	,372	,955	-,70	1,32
		Imágenes desagradables	1,594*	,497	,014	,24	2,95
Ira	Ofensa moral	Referencias sexuales	1,656*	,491	,008	,32	3,00
		Tabús religiosos	1,906*	,479	,001	,59	3,22
	Referencias sexuales	Imágenes desagradables	-,063	,387	1,000	-1,11	,99
		Ofensa moral	-1,656*	,491	,008	-3,00	-,32
		Tabús religiosos	,250	,363	,983	-,74	1,24
		Imágenes desagradables	-,313	,372	,955	-1,32	,70
	Tabús religiosos	Ofensa moral	-1,906*	,479	,001	-3,22	-,59
		Referencias sexuales	-,250	,363	,983	-1,24	,74
		Ofensa moral	,000	,375	1,000	-1,02	1,02
Miedo	Imágenes desagradables	Referencias sexuales	,688	,281	,112	-,10	1,47
		Tabús religiosos	,719	,280	,084	-,06	1,50

	Imágenes desagradables	,000	,375	1,000	-1,02	1,02
Ofensa moral	Referencias sexuales	,688	,270	,089	-,06	1,44
	Tabús religiosos	,719	,269	,066	-,03	1,47
	Imágenes desagradables	-,688	,281	,112	-1,47	,10
Referencias sexuales	Ofensa moral	-,688	,270	,089	-1,44	,06
	Tabús religiosos	,031	,101	1,000	-,24	,31
	Imágenes desagradables	-,719	,280	,084	-1,50	,06
Tabús religiosos	Ofensa moral	-,719	,269	,066	-1,47	,03
	Referencias sexuales	-,031	,101	1,000	-,31	,24
	Ofensa moral	-1,156	,500	,137	-2,52	,20
Tristeza	Imágenes desagradables	,219	,456	,998	-1,02	1,46
	Tabús religiosos	,594	,380	,549	-,45	1,63
	Imágenes desagradables	1,156	,500	,137	-,20	2,52
Ofensa moral	Referencias sexuales	1,375*	,503	,048	,01	2,74
	Tabús religiosos	1,750*	,436	,001	,55	2,95
	Imágenes desagradables	-,219	,456	,998	-1,46	1,02
Referencias sexuales	Ofensa moral	-1,375*	,503	,048	-2,74	-,01
	Tabús religiosos	,375	,385	,913	-,68	1,43
	Imágenes desagradables	-,594	,380	,549	-1,63	,45
Tabús religiosos	Ofensa moral	-1,750*	,436	,001	-2,95	-,55
	Referencias sexuales	-,375	,385	,913	-1,43	,68

*. La diferencia de medias es significativa al nivel 0.05.

En la intensidad media de “alegría”, existen diferencias significativas entre: imágenes desagradables y referencias sexuales; imágenes desagradables y tabús religiosos; ofensa moral y referencias sexuales; y, entre ofensa moral y tabús religiosos.

En la intensidad media de “asco”, existen diferencias significativas entre: imágenes desagradables y tabús religiosos; ofensa moral y referencias sexuales; y, ofensa moral y tabús religiosos.

En la intensidad media de “ira”, existen diferencias significativas entre: imágenes desagradables y ofensa moral; ofensa moral y referencias sexuales; y, ofensa moral y tabús religiosos.

En la intensidad media de “miedo”, la prueba post-hoc con T2 de Tamhane no ha mostrado diferencias significativas grupo a grupo, lo que no implica que existan entre en conjunto.

En la intensidad media de “tristeza”, existen diferencias significativas entre: ofensa moral y referencias sexuales; y, ofensa moral y tabús religiosos.

2. Diferencias en las emociones básicas sentidas en cada tipo de shock en función del género

○ *Escenario I*

Prueba de muestras independientes^a

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
									Inferior	Superior
Alegría	Se han asumido varianzas iguales	5,523	,026	-1,185	30	,245	-,313	,264	-,851	,226
	No se han asumido varianzas iguales			-1,185	16,779	,252	-,313	,264	-,869	,244
Asco	Se han asumido varianzas iguales	,052	,822	-,356	30	,724	-,250	,702	-1,684	1,184
	No se han asumido varianzas iguales			-,356	29,285	,724	-,250	,702	-1,686	1,186
Ira	Se han asumido varianzas iguales	13,053	,001	-1,858	30	,073	-1,000	,538	-2,099	,099
	No se han asumido varianzas iguales			-1,858	18,707	,079	-1,000	,538	-2,128	,128

	Se han asumido varianza s iguales	2,991	,09 4	-,920	30	,365	-,500	,543	-1,610	,610
Miedo	No se han asumido varianza s iguales			-,920	19,76 6	,369	-,500	,543	-1,634	,634
	Se han asumido varianza s iguales	,004	,94 8	-,255	30	,800	-,188	,734	-1,687	1,312
Sorpresa	No se han asumido varianza s iguales			-,255	29,98 8	,800	-,188	,734	-1,687	1,312
	Se han asumido varianza s iguales	6,597	,01 5	- 1,60 2	30	,120	-1,000	,624	-2,275	,275
Tristeza	No se han asumido varianza s iguales			- 1,60 2	22,49 6	,123	-1,000	,624	-2,293	,293

a. Escenario = Imágenes desagradables

Sig. Test de Levene = 0,026, 0,001, 0,015 < 0,05 → No asumimos varianzas iguales → Sig. No asumiendo varianzas iguales = 0,252, 0,079, 0,123 > 0,05 → No existen diferencias significativas por género en la intensidad media de “alegría”, “ira” y “tristeza” en el Escenario 1.

Sig. Test de Levene = 0,822, 0,094, 0,948 > 0,05 → Asumimos varianzas iguales → Sig. Asumiendo varianzas iguales = 0,724, 0,365, 0,800 > 0,05 → No existen diferencias significativas por género en la intensidad media de “asco”, “miedo” y “sorpresa” en el Escenario 1.

o *Escenario 2*

Prueba de muestras independientes^a

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
									Inferior	Superior
Alegría	Se han asumido varianzas iguales	12,448	,001	1,528	30	,137	,438	,286	-,147	1,022
	No se han asumido varianzas iguales			1,528	17,899	,144	,438	,286	-,164	1,039
Asco	Se han asumido varianzas iguales	4,0613	,053	2,375	30	,024	-1,625	,684	-3,022	-,228
	No se han asumido varianzas iguales			2,375	27,137	,025	-1,625	,684	-3,029	-,221
Ira	Se han asumido varianzas iguales	4,9134	,034	1,810	30	,080	-1,438	,794	-3,060	,185
	No se han asumido varianzas iguales			1,810	28,272	,081	-1,438	,794	-3,064	,189
Miedo	Se han asumido varianzas iguales	4,4733	,043	1,213	30	,235	-,625	,515	-1,678	,428

	No se han asumido varianzas iguales			-1,21 3	25,22 1	,236	-,625	,515	-1,686	,436
Sorpresa	Se han asumido varianzas iguales	2,953	,09 6	,160	30	,874	,125	,784	-1,475	1,725
	No se han asumido varianzas iguales			,160	27,69 7	,874	,125	,784	-1,481	1,731
Tristeza	Se han asumido varianzas iguales	3,334	,07 8	-2,78 2	30	,009	-1,938	,697	-3,360	-,515
	No se han asumido varianzas iguales			-2,78 2	27,17 2	,010	-1,938	,697	-3,366	-,509

a. Escenario = Ofensa moral

Sig. Test de Levene = 0,001, 0,034, 0,043 < 0,05 → No se asumen varianzas iguales → Sig. No asumiendo varianzas iguales = 0,144, 0,081, 0,236 > 0,05 → No existen diferencias significativas por género en la intensidad media de “alegría”, “ira” y “miedo” en el Escenario 2.

Sig. Test de Levene = 0,053, 0,096, 0,078 > 0,05 → Asumimos varianzas iguales

Sig. Asumiendo varianzas iguales = 0,874 > 0,05 → No existen diferencias significativas por género en la intensidad media de “sorpresa” en el Escenario 2.

Sig. Asumiendo varianzas iguales = 0,024, 0,009 < 0,05 → Existen diferencias significativas por género en la intensidad media de “asco” y “tristeza” en el Escenario 2.

- *Escenario 3*

Prueba de muestras independientes^a

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias							
				F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia
											Inferior Superior
Alegría	Se han asumido varianzas iguales	,002	,961	,892	30	,379	,563	,631	-,725	1,850	
	No se han asumido varianzas iguales			,892	29,637	,380	,563	,631	-,726	1,851	
Asco	Se han asumido varianzas iguales	,462	,502	-,471	30	,641	-,250	,530	-1,333	,833	
	No se han asumido varianzas iguales			-,471	29,584	,641	-,250	,530	-1,334	,834	
Ira	Se han asumido varianzas iguales	7,831	,009	-1,685	30	,102	-,875	,519	-1,936	,186	
	No se han asumido varianzas iguales			-1,685	20,156	,107	-,875	,519	-1,958	,208	
Miedo	Se han asumido varianzas iguales	3,111	,088	,835	30	,410	,125	,150	-,181	,431	

	No se han asumido varianzas iguales			,835	21,067	,413	,125	,150	-,186	,436
Sorpresa	Se han asumido varianzas iguales	,066	,799	1,219	30	,232	1,000	,820	-,675	2,675
	No se han asumido varianzas iguales			1,219	29,959	,232	1,000	,820	-,675	2,675
	Se han asumido varianzas iguales	1,849	,184	-,862	30	,396	-,563	,653	-1,895	,770
Tristeza	No se han asumido varianzas iguales			-,862	27,518	,396	-,563	,653	-1,900	,775
	Se han asumido varianzas iguales									

a. Escenario = Referencias sexuales

Sig. Test de Levene = 0,961, 0,502, 0,088, 0,799, 0,184 > 0,05 → Asumimos varianzas iguales → Sig. Asumiendo varianzas iguales = 0,379, 0,641, 0,410, 0,232, 0,396 > 0,05 → No existen diferencias significativas por género en la intensidad media de “alegría”, “asco”, “miedo”, “sorpresa” y “tristeza” en el Escenario 3.

Sig. Test de Levene = 0,009 < 0,05 → No asumimos varianzas iguales → Sig. No asumiendo varianzas iguales = 0,107 > 0,05 → No existen diferencias significativas por género en la intensidad media de “ira” en el Escenario 3.

o *Escenario 4*

Prueba de muestras independientes^a

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	Prueba T para la igualdad de medias								
			F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
										Inferior	Superior
Alegría	Se han asumido varianzas iguales	,060	,807	-,107	30	,915	-,063	,582	-1,250	1,125	
	No se han asumido varianzas iguales			-,107	29,524	,915	-,063	,582	-1,251	1,126	
Asco	Se han asumido varianzas iguales	4,083	,052	1,169	30	,251	,500	,428	-,373	1,373	
	No se han asumido varianzas iguales			1,169	24,408	,254	,500	,428	-,382	1,382	
Ira	Se han asumido varianzas iguales	7,033	,013	1,285	30	,209	,625	,486	-,368	1,618	
	No se han asumido varianzas iguales			1,285	20,460	,213	,625	,486	-,388	1,638	
Miedo	Se han asumido varianzas iguales	9,518	,004	1,379	30	,178	,188	,136	-,090	,465	

	No se han asumido varianzas iguales			1,379	15,000	,188	,188	,136	-,102	,477
Sorpresa	Se han asumido varianzas iguales	,658	,424	-,608	30	,548	-,438	,719	-1,907	1,032
	No se han asumido varianzas iguales			-,608	29,468	,548	-,438	,719	-1,908	1,033
Tristeza	Se han asumido varianzas iguales	,389	,538	,450	30	,656	,188	,417	-,664	1,039
	No se han asumido varianzas iguales			,450	29,918	,656	,188	,417	-,664	1,039

a. Escenario = Tabús religiosos

Sig. Test de Levene = 0,807, 0,052, 0,424, 0,538 > 0,05 → Asumimos varianzas iguales → Sig. Asumiendo varianzas iguales = 0,915, 0,251, 0,548, 0,656 > 0,05 → No existen diferencias significativas por género en la intensidad media de “alegría”, “asco”, “sorpresa” y “tristeza” en el Escenario 4.

Sig. Test de Levene = 0,013, 0,004 < 0,05 → No asumimos varianzas iguales → Sig. No asumiendo varianzas iguales = 0,213, 0,188 > 0,05 → No existen diferencias significativas por género en la intensidad media de “ira” y “miedo” en el Escenario 4.

3. Diferencias en las emociones básicas sentidas en cada tipo de shock en función de la edad

○ *Escenario I*

ANOVA de un factor^a

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Alegría	Inter-grupos	1,844	3	,615	1,101	,365
	Intra-grupos	15,625	28	,558		
	Total	17,469	31			
Asco	Inter-grupos	20,125	3	6,708	1,902	,152
	Intra-grupos	98,750	28	3,527		
	Total	118,875	31			
Ira	Inter-grupos	6,500	3	2,167	,854	,476
	Intra-grupos	71,000	28	2,536		
	Total	77,500	31			
Miedo	Inter-grupos	12,375	3	4,125	1,909	,151
	Intra-grupos	60,500	28	2,161		
	Total	72,875	31			
Sorpresa	Inter-grupos	2,594	3	,865	,190	,902
	Intra-grupos	127,125	28	4,540		
	Total	129,719	31			
Tristeza	Inter-grupos	12,750	3	4,250	1,341	,281
	Intra-grupos	88,750	28	3,170		
	Total	101,500	31			

a. Escenario = Imágenes desagradables

Sig. = 0,365, 0,152, 0,476, 0,151, 0,902, 0,281 > 0,05 → No existen diferencias significativas por edad en la intensidad media de “alegría”, “asco”, “ira”, “miedo”, “sorpresa” y “tristeza en el Escenario 1.

o *Escenario 2*

ANOVA de un factor^a

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Alegría	Inter-grupos	1,844	3	,615	,888	,459
	Intra-grupos	19,375	28	,692		
	Total	21,219	31			
Asco	Inter-grupos	5,500	3	1,833	,401	,753
	Intra-grupos	128,000	28	4,571		
	Total	133,500	31			
Ira	Inter-grupos	14,094	3	4,698	,855	,476
	Intra-grupos	153,875	28	5,496		
	Total	167,969	31			
Miedo	Inter-grupos	11,125	3	3,708	1,862	,159
	Intra-grupos	55,750	28	1,991		
	Total	66,875	31			
Sorpresa	Inter-grupos	9,750	3	3,250	,661	,583
	Intra-grupos	137,750	28	4,920		
	Total	147,500	31			
Tristeza	Inter-grupos	12,094	3	4,031	,840	,483
	Intra-grupos	134,375	28	4,799		
	Total	146,469	31			

a. Escenario = Ofensa moral

Sig. = 0,459, 0,753, 0,476, 0,159, 0,583, 0,483 > 0,05 → No existen diferencias significativas por edad en la intensidad media de “alegría”, “asco”, “ira”, “miedo”, “sorpresa” y “tristeza” en el Escenario 2.

○ *Escenario 3*

Descriptivos^a

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo	
					Límite inferior	Límite superior			
Alegría	Menos de 18	8	1,75	1,035	,366	,88	2,62	1	3
	De 18 a 35	8	1,75	1,165	,412	,78	2,72	1	4
	De 36 a 55	8	4,00	2,330	,824	2,05	5,95	1	7
	Más de 55	8	2,38	1,506	,532	1,12	3,63	1	4
	Total	32	2,47	1,778	,314	1,83	3,11	1	7
Asco	Menos de 18	8	2,50	1,512	,535	1,24	3,76	1	5
	De 18 a 35	8	3,00	2,000	,707	1,33	4,67	1	6
	De 36 a 55	8	1,38	,744	,263	,75	2,00	1	3
	Más de 55	8	1,13	,354	,125	,83	1,42	1	2
	Total	32	2,00	1,481	,262	1,47	2,53	1	6
Ira	Menos de 18	8	1,50	,756	,267	,87	2,13	1	3
	De 18 a 35	8	2,50	2,138	,756	,71	4,29	1	7
	De 36 a 55	8	1,75	1,753	,620	,28	3,22	1	6
	Más de 55	8	1,50	1,069	,378	,61	2,39	1	4
	Total	32	1,81	1,512	,267	1,27	2,36	1	7
Miedo	Menos de 18	8	1,00	,000	,000	1,00	1,00	1	1
	De 18 a 35	8	1,00	,000	,000	1,00	1,00	1	1
	De 36 a 55	8	1,38	,744	,263	,75	2,00	1	3
	Más de 55	8	1,13	,354	,125	,83	1,42	1	2

	Total	32	1,13	,421	,074	,97	1,28	1	3
Sorpresa	Menos de 18	8	4,25	1,832	,648	2,72	5,78	2	7
	De 18 a 35	8	4,75	2,435	,861	2,71	6,79	1	7
	De 36 a 55	8	3,88	3,091	1,093	1,29	6,46	1	7
	Más de 55	8	3,63	2,134	,754	1,84	5,41	1	7
	Total	32	4,13	2,338	,413	3,28	4,97	1	7
Tristeza	Menos de 18	8	1,13	,354	,125	,83	1,42	1	2
	De 18 a 35	8	2,63	2,446	,865	,58	4,67	1	7
	De 36 a 55	8	2,50	2,507	,886	,40	4,60	1	7
	Más de 55	8	1,38	,744	,263	,75	2,00	1	3
	Total	32	1,91	1,838	,325	1,24	2,57	1	7

a. Escenario = Referencias sexuales

ANOVA de un factor^a

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Alegría	Inter-grupos	27,094	3	9,031	3,568	,027
	Intra-grupos	70,875	28	2,531		
	Total	97,969	31			
Asco	Inter-grupos	19,250	3	6,417	3,685	,024
	Intra-grupos	48,750	28	1,741		
	Total	68,000	31			
Ira	Inter-grupos	5,375	3	1,792	,766	,523
	Intra-grupos	65,500	28	2,339		
	Total	70,875	31			
Miedo	Inter-grupos	,750	3	,250	1,474	,243
	Intra-grupos	4,750	28	,170		
	Total	5,500	31			
Sorpresa	Inter-grupos	5,750	3	1,917	,328	,805
	Intra-grupos	163,750	28	5,848		
	Total	169,500	31			
Tristeza	Inter-grupos	14,094	3	4,698	1,451	,249
	Intra-grupos	90,625	28	3,237		
	Total	104,719	31			

a. Escenario = Referencias sexuales

Sig. = 0,523, 0,243, 0,805, 0,249 > 0,05 → No existen diferencias significativas por edad en la intensidad media de “ira”, “miedo”, “sorpresa” y “tristeza” en el Escenario 3.

Sig. = 0,027, 0,024 < 0,05 → Existen diferencias significativas por edad en la intensidad media de “alegría” y “asco” en el Escenario 4.

Prueba de homogeneidad de varianzas^a

	Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
Alegría	5,841	3	28	,003
Asco	11,955	3	28	,000
Ira	1,698	3	28	,190
Miedo	8,609	3	28	,000
Sorpresa	3,899	3	28	,019
Tristeza	7,419	3	28	,001

a. Escenario = Referencias sexuales

Sig. = 0,003, 0,000 < 0,05 → No asumimos varianzas iguales → Prueba post-hoc para “alegría” y “asco” con T2 de Tamhane.

Comparaciones múltiples

Tamhane

Variable dependiente	(I) Edad	(J) Edad	Diferencia de medias (I-J)	Error típico	Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
						Límite inferior	Límite superior
Alegría	Menos de 18	De 18 a 35	,000	,551	1,000	-1,69	1,69
		De 36 a 55	-2,250	,901	,179	-5,22	,72
		Más de 55	-,625	,646	,926	-2,64	1,39
	De 18 a 35	Menos de 18	,000	,551	1,000	-1,69	1,69
		De 36 a 55	-2,250	,921	,188	-5,24	,74
		Más de 55	-,625	,673	,937	-2,70	1,45

		Menos de 18	2,250	,901	,179	-,72	5,22
	De 36 a 55	De 18 a 35	2,250	,921	,188	-,74	5,24
		Más de 55	1,625	,981	,547	-1,46	4,71
		Menos de 18	,625	,646	,926	-1,39	2,64
	Más de 55	De 18 a 35	,625	,673	,937	-1,45	2,70
		De 36 a 55	-1,625	,981	,547	-4,71	1,46
		De 18 a 35	-,500	,886	,995	-3,24	2,24
	Menos de 18	De 36 a 55	1,125	,596	,423	-,81	3,06
		Más de 55	1,375	,549	,205	-,54	3,29
		Menos de 18	,500	,886	,995	-2,24	3,24
	De 18 a 35	De 36 a 55	1,625	,754	,310	-,91	4,16
		Más de 55	1,875	,718	,183	-,67	4,42
		Menos de 18	-1,125	,596	,423	-3,06	,81
	De 36 a 55	De 18 a 35	-1,625	,754	,310	-4,16	,91
		Más de 55	,250	,291	,958	-,70	1,20
		Menos de 18	-1,375	,549	,205	-3,29	,54
	Más de 55	De 18 a 35	-1,875	,718	,183	-4,42	,67
		De 36 a 55	-,250	,291	,958	-1,20	,70

En la intensidad media de “alegría” y “asco”, la prueba post-hoc con T2 de Tamhane no muestra diferencias significativas por edad de grupo a grupo en el Escenario 3.

○ *Escenario 4*

ANOVA de un factor^a

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Alegría	Inter-grupos	7,844	3	2,615	,998	,408
	Intra-grupos	73,375	28	2,621		
	Total	81,219	31			
Asco	Inter-grupos	1,375	3	,458	,288	,833
	Intra-grupos	44,500	28	1,589		
	Total	45,875	31			
Ira	Inter-grupos	2,125	3	,708	,343	,794
	Intra-grupos	57,750	28	2,063		
	Total	59,875	31			
Miedo	Inter-grupos	,344	3	,115	,733	,541
	Intra-grupos	4,375	28	,156		
	Total	4,719	31			
Sorpresa	Inter-grupos	7,844	3	2,615	,621	,607
	Intra-grupos	117,875	28	4,210		
	Total	125,719	31			
Tristeza	Inter-grupos	6,094	3	2,031	1,585	,215
	Intra-grupos	35,875	28	1,281		
	Total	41,969	31			

a. Escenario = Tabús religiosos

Sig. = 0,408, 0,833, 0,794, 0,541, 0,607, 0,215 > 0,05 → No existen diferencias significativas por edad en la intensidad media de “alegría”, “asco”, “ira”, “miedo”, “sorpresa” y “tristeza” en el Escenario 4.

4. Diferencias en las emociones básicas sentidas en cada tipo de shock en función de la lealtad previa

- *Escenario I*

Descriptivos^a

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Alegría	Nunca	23	1,13	,344	,072	,98	1,28	1 2
	Entre 1 y 3 veces	8	1,50	1,414	,500	,32	2,68	1 5
	Entre 4 y 6 veces	1	1,00	1 1
	Total	32	1,22	,751	,133	,95	1,49	1 5
Asco	Nunca	23	2,48	1,880	,392	1,67	3,29	1 7
	Entre 1 y 3 veces	8	3,25	2,315	,818	1,31	5,19	1 7
	Entre 4 y 6 veces	1	3,00	3 3
	Total	32	2,69	1,958	,346	1,98	3,39	1 7
Ira	Nunca	23	1,78	1,445	,301	1,16	2,41	1 7
	Entre 1 y 3 veces	8	2,25	2,053	,726	,53	3,97	1 6
	Entre 4 y 6 veces	1	1,00	1 1
	Total	32	1,88	1,581	,280	1,30	2,45	1 7
Miedo	Nunca	23	1,48	,790	,165	1,14	1,82	1 3
	Entre 1 y 3 veces	8	2,88	2,588	,915	,71	5,04	1 7
	Entre 4 y 6 veces	1	1,00	1 1
	Total	32	1,81	1,533	,271	1,26	2,37	1 7
Sorpresa	Nunca	23	4,30	2,098	,438	3,40	5,21	1 7
	Entre 1 y 3 veces	8	4,63	2,134	,754	2,84	6,41	2 7
	Entre 4 y 6 veces	1	5,00	5 5
	Total	32	4,41	2,046	,362	3,67	5,14	1 7
Tristeza	Nunca	23	2,13	1,792	,374	1,36	2,91	1 7

Entre 1 y 3 veces	8	2,25	2,053	,726	,53	3,97	1	7
Entre 4 y 6 veces	1	1,00	1	1
Total	32	2,13	1,809	,320	1,47	2,78	1	7

a. Escenario = Imágenes desagradables

ANOVA de un factor^a

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Alegría	Inter-grupos	,860	2	,430	,751	,481
	Intra-grupos	16,609	29	,573		
	Total	17,469	31			
Asco	Inter-grupos	3,636	2	1,818	,457	,637
	Intra-grupos	115,239	29	3,974		
	Total	118,875	31			
Ira	Inter-grupos	2,087	2	1,043	,401	,673
	Intra-grupos	75,413	29	2,600		
	Total	77,500	31			
Miedo	Inter-grupos	12,261	2	6,130	2,933	,069
	Intra-grupos	60,614	29	2,090		
	Total	72,875	31			
Sorpresa	Inter-grupos	,974	2	,487	,110	,896
	Intra-grupos	128,745	29	4,439		
	Total	129,719	31			
Tristeza	Inter-grupos	1,391	2	,696	,202	,819
	Intra-grupos	100,109	29	3,452		
	Total	101,500	31			

a. Escenario = Imágenes desagradables

Sig. = 0,481, 0,637, 0,673, 0,069, 0,896, 0,819 > 0,05 → No existen diferencias significativas por lealtad previa en la intensidad media de “alegría”, “asco”, “ira”, “miedo”, “sorpresa” y “tristeza” en el Escenario 1.

No obstante, como el grupo “entre 4 y 6 veces” está formado por un único caso, se va a extraer del análisis para comprobar si afecta a la significatividad de las diferencias en la intensidad media de las emociones básicas. Como la variable “lealtad previa” quedará con sólo dos categorías, el análisis se hará mediante una PRUEBA T PARA MUESTRAS INDEPENDIENTES.

Prueba de muestras independientes

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
									Inferior	Superior
Alegría	Se han asumido varianzas iguales	7,775	,009	-1,190	29	,244	-,370	,311	-1,005	,266
	No se han asumido varianzas iguales			-,732	7,291	,487	-,370	,505	-1,554	,815
Asco	Se han asumido varianzas iguales	1,383	,249	-,943	29	,353	-,772	,818	-2,445	,902
	No se han asumido varianzas iguales			-,851	10,406	,414	-,772	,907	-2,783	1,239
Ira	Se han asumido varianzas iguales	2,072	,161	-,706	29	,486	-,467	,662	-1,821	,886
	No se han asumido varianzas iguales			-,595	9,529	,566	-,467	,786	-2,230	1,295
Miedo	Se han asumido varianzas iguales	20,487	,000	-2,354	29	,026	-1,397	,593	-2,610	-,183

	No se han asumido varianzas iguales		-	1,50 2	7,459	,174	-1,397	,930	-3,568	,774
Sorpresa	Se han asumido varianzas iguales	,034	,85 5	-,371	29	,714	-,321	,865	-2,089	1,448
	No se han asumido varianzas iguales			-,368	12,06 6	,719	-,321	,872	-2,220	1,578
	Se han asumido varianzas iguales	,002	,96 1	-,157	29	,877	-,120	,763	-1,679	1,440
Tristeza	No se han asumido varianzas iguales			-,146	10,95 5	,886	-,120	,816	-1,917	1,678
	Se han asumido varianzas iguales									

Sig. Test de Levene = 0,009, 0,000 < 0,05 → No asumimos varianzas iguales →

Sig. No asumiendo varianzas iguales = 0,487, 0,174 > 0,05 → Definitivamente no existen diferencias significativas por lealtad previa en la intensidad media de “alegría” y “miedo” en el Escenario 1.

Sig. Test de Levene = 0,249, 0,161, 0,855, 0,961 > 0,05 → Asumimos varianzas iguales → Sig. Asumiendo varianzas iguales = 0,353, 0,486, 0,714, 0,877 > 0,05 → Definitivamente no existen diferencias significativas por lealtad previa en la valoración de “asco”, “ira”, “sorpresa” y “tristeza” en el Escenario 1.

○ *Escenario 2*

Descriptivos^a

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Alegría	Nunca	23	1,30	,765	,159	,97	1,64	1 4
	Entre 1 y 3 veces	8	1,13	,354	,125	,83	1,42	1 2
	Más de 6 veces	1	4,00	4 4
	Total	32	1,34	,827	,146	1,05	1,64	1 4
Asco	Nunca	23	3,26	2,072	,432	2,36	4,16	1 7
	Entre 1 y 3 veces	8	3,75	2,315	,818	1,81	5,69	1 7
	Más de 6 veces	1	3,00	3 3
	Total	32	3,38	2,075	,367	2,63	4,12	1 7
Ira	Nunca	23	3,04	2,306	,481	2,05	4,04	1 7
	Entre 1 y 3 veces	8	4,38	2,200	,778	2,54	6,21	1 7
	Más de 6 veces	1	6,00	6 6
	Total	32	3,47	2,328	,411	2,63	4,31	1 7
Miedo	Nunca	23	1,70	1,490	,311	1,05	2,34	1 7
	Entre 1 y 3 veces	8	2,00	1,512	,535	,74	3,26	1 5
	Más de 6 veces	1	3,00	3 3
	Total	32	1,81	1,469	,260	1,28	2,34	1 7
Sorpresa	Nunca	23	3,57	2,171	,453	2,63	4,50	1 7
	Entre 1 y 3 veces	8	5,75	1,488	,526	4,51	6,99	3 7
	Más de 6 veces	1	4,00	4 4
	Total	32	4,13	2,181	,386	3,34	4,91	1 7
Tristeza	Nunca	23	3,61	2,330	,486	2,60	4,62	1 7
	Entre 1 y 3 veces	8	2,25	1,488	,526	1,01	3,49	1 5
	Más de 6 veces	1	4,00	4 4
	Total	32	3,28	2,174	,384	2,50	4,06	1 7

a. Escenario = Ofensa moral

ANOVA de un factor^a

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Alegría	Inter-grupos	7,474	2	3,737	7,885	,002
	Intra-grupos	13,745	29	,474		
	Total	21,219	31			
Asco	Inter-grupos	1,565	2	,783	,172	,843
	Intra-grupos	131,935	29	4,549		
	Total	133,500	31			
Ira	Inter-grupos	17,137	2	8,569	1,647	,210
	Intra-grupos	150,832	29	5,201		
	Total	167,969	31			
Miedo	Inter-grupos	2,005	2	1,003	,448	,643
	Intra-grupos	64,870	29	2,237		
	Total	66,875	31			
Sorpresa	Inter-grupos	28,348	2	14,174	3,450	,045
	Intra-grupos	119,152	29	4,109		
	Total	147,500	31			
Tristeza	Inter-grupos	11,490	2	5,745	1,234	,306
	Intra-grupos	134,978	29	4,654		
	Total	146,469	31			

a. Escenario = Ofensa moral

Sig. = 0,843, 0,210, 0,643, 0,306 > 0,05 → No existen diferencias significativas por lealtad previa en la intensidad media de “asco”, “ira”, “miedo” y “tristeza” en Escenario 2.

Sig. = 0,002, 0,045 < 0,05 → Existen diferencias significativas por lealtad previa en la intensidad media de “alegría” y “sorpresa” en el Escenario 2.

No obstante, como el grupo “más de 6 veces” está formado por un único caso, se va a extraer del análisis para comprobar si afecta a la significatividad de las diferencias en la intensidad media de las emociones básicas. Como la variable “lealtad previa” quedará con sólo dos categorías, el análisis se hará mediante una PRUEBA T PARA MUESTRAS INDEPENDIENTES.

Prueba de muestras independientes

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias								
				F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
											Inferior	Superior
Alegría	Se han asumido varianzas iguales	1,841	,185	,635		29		,531	,179	,283	-,399	,757
	No se han asumido varianzas iguales				,885	26,226		,384	,179	,203	-,237	,596
Asco	Se han asumido varianzas iguales	,445	,510	-,559		29		,581	-,489	,875	-2,280	1,301
	No se han asumido varianzas iguales				-,529	11,169		,607	-,489	,925	-2,522	1,544
Ira	Se han asumido varianzas iguales	,297	,590	-,1,422		29		,166	-1,332	,936	-3,246	,583
	No se han asumido varianzas iguales			-,1,456		12,778		,169	-1,332	,914	-3,310	,647
Miedo	Se han asumido varianzas iguales	,301	,587	-,496		29		,624	-,304	,614	-1,560	,951

	No se han asumido varianzas iguales			-,492	12,093	,631	-,304	,618	-1,650	1,042
Sorpresa	Se han asumido varianzas iguales	2,959	,096	-2,626	29	,014	-2,185	,832	-3,886	-,483
	No se han asumido varianzas iguales			-3,148	18,050	,006	-2,185	,694	-3,643	-,727
	Se han asumido varianzas iguales	7,602	,010	1,534	29	,136	1,359	,886	-,452	3,170
Tristeza	No se han asumido varianzas iguales			1,897	19,518	,073	1,359	,716	-,138	2,855
	Se han asumido varianzas iguales									

Sig. Test de Levene = $0,010 < 0,05 \rightarrow$ No asumimos varianzas iguales \rightarrow Sig. No asumiendo varianzas iguales = $0,073 > 0,05 \rightarrow$ Definitivamente no existen diferencias significativas por lealtad previa en la intensidad media de “tristeza” en el Escenario 2.

Sig. Test de Levene = $0,185, 0,510, 0,590, 0,587, 0,096 > 0,05 \rightarrow$ Asumimos varianzas iguales \rightarrow

Sig. Asumiendo varianzas iguales = $0,531, 0,581, 0,166, 0,624 > 0,05 \rightarrow$ Definitivamente no existen diferencias significativas por lealtad previa en la intensidad media de “alegría”, “asco”, “ira” y “miedo” en el Escenario 2.

Sig. Asumiendo varianzas iguales = $0,014 < 0,05 \rightarrow$ Existen diferencias significativas por lealtad previa en la intensidad media de “sorpresa” en el Escenario 2.

○ *Escenario 3*

Descriptivos^a

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo	
					Límite inferior	Límite superior			
Alegría	Nunca	25	2,44	1,873	,375	1,67	3,21	1	7
	Entre 1 y 3 veces	6	2,50	1,643	,671	,78	4,22	1	4
	Entre 4 y 6 veces	1	3,00	3	3
	Total	32	2,47	1,778	,314	1,83	3,11	1	7
Asco	Nunca	25	2,16	1,546	,309	1,52	2,80	1	6
	Entre 1 y 3 veces	6	1,50	1,225	,500	,21	2,79	1	4
	Entre 4 y 6 veces	1	1,00	1	1
	Total	32	2,00	1,481	,262	1,47	2,53	1	6
Ira	Nunca	25	1,96	1,645	,329	1,28	2,64	1	7
	Entre 1 y 3 veces	6	1,33	,816	,333	,48	2,19	1	3
	Entre 4 y 6 veces	1	1,00	1	1
	Total	32	1,81	1,512	,267	1,27	2,36	1	7
Miedo	Nunca	25	1,16	,473	,095	,96	1,36	1	3
	Entre 1 y 3 veces	6	1,00	,000	,000	1,00	1,00	1	1
	Entre 4 y 6 veces	1	1,00	1	1
	Total	32	1,13	,421	,074	,97	1,28	1	3
Sorpresa	Nunca	25	3,64	2,325	,465	2,68	4,60	1	7
	Entre 1 y 3 veces	6	5,83	1,602	,654	4,15	7,51	3	7
	Entre 4 y 6 veces	1	6,00	6	6
	Total	32	4,13	2,338	,413	3,28	4,97	1	7
Tristeza	Nunca	25	2,12	2,027	,405	1,28	2,96	1	7
	Entre 1 y 3 veces	6	1,17	,408	,167	,74	1,60	1	2

Entre 4 y 6 veces	1	1,00	1	1
Total	32	1,91	1,838	,325	1,24	2,57	1	7

a. Escenario = Referencias sexuales

ANOVA de un factor^a

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Alegría	Inter-grupos	,309	2	,154	,046	,955
	Intra-grupos	97,660	29	3,368		
	Total	97,969	31			
Asco	Inter-grupos	3,140	2	1,570	,702	,504
	Intra-grupos	64,860	29	2,237		
	Total	68,000	31			
Ira	Inter-grupos	2,582	2	1,291	,548	,584
	Intra-grupos	68,293	29	2,355		
	Total	70,875	31			
Miedo	Inter-grupos	,140	2	,070	,379	,688
	Intra-grupos	5,360	29	,185		
	Total	5,500	31			
Sorpresa	Inter-grupos	26,907	2	13,453	2,736	,082
	Intra-grupos	142,593	29	4,917		
	Total	169,500	31			
Tristeza	Inter-grupos	5,245	2	2,623	,765	,475
	Intra-grupos	99,473	29	3,430		
	Total	104,719	31			

a. Escenario = Referencias sexuales

Sig. = 0,955, 0,504, 0,584, 0,688, 0,082, 0,975 > 0,05 → No existen diferencias significativas por lealtad previa en la intensidad media de “alegría”, “asco”, “ira”, “miedo”, “sorpresa” y “tristeza” en el Escenario 3.

No obstante, como el grupo “entre 4 y 6 veces” está formado por un único caso, se va a extraer del análisis para comprobar si afecta a la significatividad de las diferencias en la intensidad media de las emociones básicas. Como la variable “lealtad previa” quedará con sólo dos categorías, el análisis se hará mediante una PRUEBA T PARA MUESTRAS INDEPENDIENTES.

Prueba de muestras independientes

	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas	Prueba T para la igualdad de medias								
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
									Inferior	Superior
Alegría	Se han asumido varianzas iguales	,029	,867	-,072	29	,943	-,060	,834	-1,766	1,646
	No se han asumido varianzas iguales			-,078	8,432	,940	-,060	,768	-1,816	1,696
Asco	Se han asumido varianzas iguales	1,194	,284	,971	29	,340	,660	,680	-,730	2,050
	No se han asumido varianzas iguales			1,123	9,273	,290	,660	,588	-,664	1,984
Ira	Se han asumido varianzas iguales	1,501	,230	,898	29	,376	,627	,698	-,800	2,053
	No se han asumido varianzas iguales			1,338	16,273	,199	,627	,468	-,365	1,618
Miedo	Se han asumido varianzas iguales	3,295	,080	,819	29	,420	,160	,195	-,240	,560

	No se han asumido varianzas iguales			1,693	24,000	,103	,160	,095	-,035	,355
Sorpresa	Se han asumido varianzas iguales	3,972	,056	-2,176	29	,038	-2,193	1,008	-4,255	-,132
	No se han asumido varianzas iguales			-2,733	10,761	,020	-2,193	,803	-3,964	-,422
Tristeza	Se han asumido varianzas iguales	4,463	,043	1,132	29	,267	,953	,842	-,769	2,675
	No se han asumido varianzas iguales			2,175	28,843	,038	,953	,438	,057	1,850

Sig. Test de Levene = 0,867, 0,284, 0,230, 0,080, 0,056 > 0,05 → Asumimos varianzas iguales →

Sig. Asumiendo varianzas iguales = 0,943, 0,340, 0,376, 0,420 > 0,05 → No existen diferencias significativas por lealtad previa en la intensidad media de “alegría”, “asco”, “ira” y “miedo” en el Escenario 3.

Sig. Asumiendo varianzas iguales = 0,038 < 0,05 → Existen diferencias significativas por lealtad previa en la intensidad de “sorpresa” en el Escenario 3.

Sig. Test de Levene = 0,043 < 0,05 → No asumimos varianzas iguales → Sig. No asumiendo varianzas iguales = 0,038 < 0,05 → Existen diferencias significativas por lealtad previa en la intensidad media de “tristeza” en el Escenario 3.

- *Escenario 4*

Descriptivos^a

	N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo	
					Límite inferior	Límite superior			
Alegría	Nunca	23	2,43	1,441	,300	1,81	3,06	1	5
	Entre 1 y 3 veces	6	1,67	1,211	,494	,40	2,94	1	4
	Entre 4 y 6 veces	3	3,00	3,464	2,000	-5,61	11,61	1	7
	Total	32	2,34	1,619	,286	1,76	2,93	1	7
Asco	Nunca	23	1,70	1,363	,284	1,11	2,29	1	6
	Entre 1 y 3 veces	6	1,00	,000	,000	1,00	1,00	1	1
	Entre 4 y 6 veces	3	1,67	1,155	,667	-1,20	4,54	1	3
	Total	32	1,56	1,216	,215	1,12	2,00	1	6
Ira	Nunca	23	1,65	1,526	,318	,99	2,31	1	6
	Entre 1 y 3 veces	6	1,00	,000	,000	1,00	1,00	1	1
	Entre 4 y 6 veces	3	2,00	1,732	1,000	-2,30	6,30	1	4
	Total	32	1,56	1,390	,246	1,06	2,06	1	6
Miedo	Nunca	23	1,13	,458	,095	,93	1,33	1	3
	Entre 1 y 3 veces	6	1,00	,000	,000	1,00	1,00	1	1
	Entre 4 y 6 veces	3	1,00	,000	,000	1,00	1,00	1	1
	Total	32	1,09	,390	,069	,95	1,23	1	3
Sorpresa	Nunca	23	4,43	1,903	,397	3,61	5,26	1	7
	Entre 1 y 3 veces	6	4,67	2,733	1,116	1,80	7,53	1	7
	Entre 4 y 6 veces	3	5,67	1,528	,882	1,87	9,46	4	7
	Total	32	4,59	2,014	,356	3,87	5,32	1	7
Tristeza	Nunca	23	1,61	1,234	,257	1,08	2,14	1	5
	Entre 1 y 3 veces	6	1,00	,000	,000	1,00	1,00	1	1
	Entre 4 y 6 veces	3	2,00	1,732	1,000	-2,30	6,30	1	4

Total	32	1,53	1,164	,206	1,11	1,95	1	5
-------	----	------	-------	------	------	------	---	---

a. Escenario = Tabús religiosos

ANOVA de un factor^a

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Alegría	Inter-grupos	4,233	2	2,117	,797	,460
	Intra-grupos	76,986	29	2,655		
	Total	81,219	31			
Asco	Inter-grupos	2,339	2	1,169	,779	,468
	Intra-grupos	43,536	29	1,501		
	Total	45,875	31			
Ira	Inter-grupos	2,658	2	1,329	,673	,518
	Intra-grupos	57,217	29	1,973		
	Total	59,875	31			
Miedo	Inter-grupos	,110	2	,055	,346	,710
	Intra-grupos	4,609	29	,159		
	Total	4,719	31			
Sorpresa	Inter-grupos	4,067	2	2,033	,485	,621
	Intra-grupos	121,652	29	4,195		
	Total	125,719	31			
Tristeza	Inter-grupos	2,490	2	1,245	,915	,412
	Intra-grupos	39,478	29	1,361		
	Total	41,969	31			

a. Escenario = Tabús religiosos

Sig. = 0,460, 0,468, 0,518, 0,710, 0,621, 0,412 > 0,05 → No existen diferencias significativas por lealtad previa en la intensidad media de “alegría”, “asco”, “ira”, “miedo”, “sorpresa” y “tristeza” en el Escenario 4.