

6. ANEXOS

6.1. CUESTIONARIOS

CUESTIONARIO 1

Buenos días/tardes, como tuviste la oportunidad de ser una de las personas que vivieron la experiencia la semana pasada, me gustaría que me ayudaras a través de esta encuesta a realizar mi trabajo de fin de grado. La encuesta es totalmente anónima y se utilizará con fines meramente académicos. Tu colaboración será de gran ayuda. Gracias de antemano.

1. ¿Qué te pareció la experiencia?

- Me gustó mucho
- No me gustó nada
- Indiferente

2. ¿Crees que te acordarás de la experiencia vivida cada vez que comas palomitas?

- Sí, seguro
- Probablemente
- Para nada
- Ya no me acordaba

3. ¿Comentaste algo sobre la experiencia?

- Sí, comenté y/o postee algo (pasa a la pregunta 4)
- No, no lo comenté (pasa a la pregunta 5)

4. ¿Con quién y/o donde comentaste sobre las palomitas?

- Postee en Facebook
- Postee en Twitter
- Postee en Instagram
- Lo comenté con mis amigos
- Lo comenté con mi familia

5. En una escala de 1 a 5, siendo 1 "Nada" y 5 "Mucho" ¿Te gustaron las palomitas?

O 1 O 2 O 3 O 4 O 5

6. ¿Sueles comer palomitas?

- Sí
- No (pasa a la pregunta 9)

7. En una escala de 1 a 5, siendo 1 nunca y 5 todos los días ¿Con qué frecuencia sueles consumir palomitas?

O 1 O 2 O 3 O 4 O 5

8. ¿En qué momento las consumes? (Respuesta múltiple)

- Viendo una película
- En una reunión con amigos
- Como snack en el día a día
- En ocasiones especiales

9. La semana pasada, tuviste la oportunidad de probar y conocer distintos sabores, ¿qué sabores recuerdas haber probado? (Respuesta múltiple) Palomitas con sabor a:

- Frutos del bosque
- Queso Azul
- Manzana
- Aceituna negra
- Doble chocolate

10. ¿Qué sabor fue el que te más te gustó?

- Frutos del bosque
- Queso Azul
- Manzana
- Aceituna negra
- Doble chocolate

11. ¿Y el que te gustó menos?

- Frutos del bosque
- Queso Azul
- Manzana
- Aceituna negra
- Doble chocolate

12. ¿Qué otros sabores te gustaría probar?

13. ¿Comprarias estas palomitas?

- Sí
- No
- Quizás

14. ¿Dónde te resultaría más cómodo y útil comprarlas? (Respuesta múltiple)

- Tienda online
- Ferias y mercadillos
- Tiendas especializadas o gourmet
- Bares
- Tienda de golosinas
- Máquinas expendedoras

15. ¿Recuerdas el nombre de la marca?

16. ¿Conocías o habías oído hablar de la marca

- Sí (pasa a la pregunta 17)
- No (pasa a la pregunta 18)

17. ¿Dónde conociste o escuchaste hablar sobre la marca?

- Por mis amigos
- Por mi familia
- En puntos de venta
- En redes sociales
- En revista o periódicos

18. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por ellas?

19. Sexo

- Hombre
- Mujer

20. Edad

Tu colaboración ha sido de gran ayuda. Muchas gracias por participar, que tengas un buen día.

CUESTIONARIO 2

Buenos días/tardes, soy una estudiante de la Universidad de Zaragoza y estoy realizando un estudio cuyo objetivo es saber el conocimiento que tiene usted de la marca de la que le voy a hablar a continuación. La marca se llama Pop It y realiza palomitas gourmet de diferentes sabores como sabor manzana, canela, toffee, mandarina, café o cookies. La encuesta es totalmente anónima y se utilizará con fines meramente académicos. Su colaboración será de gran ayuda. Gracias de antemano.

- ¿Comentarías o postearías algo sobre estas palomitas? (Respuesta múltiple)
 - Sí, postearé en Facebook
 - Sí, postearé en Twitter
 - Sí, postearé en Instagram
 - Sí, lo comentaré con mis amigos
 - Sí, lo comentaré con mi familia
 - No comentaré ni postearé nada sobre las palomitas
- En una escala de 1 a 5, siendo 1 "Nada" y 5 "Mucho" ¿Te gustaron las palomitas?
 - 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
- ¿Sueles comer palomitas?
 - Sí
 - No (pasa a la pregunta 6)
- En una escala de 1 a 5, siendo 1 nunca y 5 todos los días ¿Con que frecuencia sueles consumir palomitas?
 - 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
- ¿En qué momento las consumes? (Respuesta múltiple)
 - Viendo una película
 - En una reunión con amigos
 - Como snack en el día a día
 - En ocasiones especiales
- Ha tenido la oportunidad de probar 4 sabores, ¿qué sabor le ha gustado más?
 - Frutos del bosque
 - Queso azul
 - Aceituna negra
 - Doble chocolate
- ¿Y el que menos?
 - Frutos del bosque
 - Queso azul
 - Manzana
 - Aceituna negra
 - Doble chocolate

8. ¿Qué otros sabores le gustaría probar?

9. ¿Comprarias estas palomitas?

- Sí
- No
- Quizás

10. ¿Dónde te resultaría más cómodo y útil comprarlas? (Respuesta múltiple)

- Tienda online
- Ferias y mercadillos
- Tiendas especializadas o gourmet
- Bares
- Tienda de golosinas
- Máquinas expendedoras

11. ¿Recuerdas el nombre de la marca?

12. ¿Conocías o habías oído hablar de la marca?

- Sí (pasa a la pregunta 13)
- No (pasa a la pregunta 14)

13. ¿Dónde conociste o escuchaste hablar sobre la marca?

- Por mis amigos
- Por mi familia
- En puntos de venta
- En redes sociales
- En revista o periódicos

14. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por ellas?

15. Sexo

- Hombre
- Mujer

16. Edad

Tu colaboración ha sido de gran ayuda. Muchas gracias por participar, que tengas un buen día.

6.2 LIBRO DE CÓDIGOS

CUESTIONARIO 1

Buenos días/tardes, como tuviste la oportunidad de ser una de las personas que vivieron la experiencia la semana pasada, me gustaría que me ayudaras a través de esta encuesta a realizar mi trabajo de fin de grado. La encuesta es totalmente anónima y se utilizará con fines meramente académicos. Tu colaboración será de gran ayuda. Gracias de antemano.

- P1** 1. ¿Qué te pareció la experiencia?
- 1 Me gustó mucho
0 No me gustó nada
2 Indiferente
- Se elegirá sólo una sola variable, de 0 a 2, en función de la frecuencia**
- P2** 2. ¿Crees que te acordarás de la experiencia vivida cada vez que comas palomitas?
- 1 Sí, seguro
2 Probablemente
3 Para nada
4 Ya no me acordaba
- Se elegirá sólo una sola variable, de 1 a 4, en función de la frecuencia**
- P3** 3. ¿Comentaste algo sobre la experiencia?
- 1 Sí, comenté y/o posteé algo (pasa a la pregunta 4)
0 No, no lo comenté (pasa a la pregunta 5)
- "Sí" corresponde a 1 y "No" corresponde a 0**
- P4** 4. ¿Con quién y/o donde comentaste sobre las palomitas?
- 1 Postee en Facebook
2 Postee en Twitter
3 Postee en Instagram
4 Lo comenté con mis amigos
5 Lo comenté con mi familia
- Se elegirá sólo una sola variable, de 1 a 5, en función de su opinión**
- P5** 5. En una escala de 1 a 5, siendo 1 "Nada" y 5 "Mucho" ¿Te gustaron las palomitas?
- 1 2 3 4 5
- Se elegirá sólo una sola variable, de 1 a 5, en función de su opinión**
- P6** 6. ¿Sueles comer palomitas?
- 1 Sí
0 No (pasa a la pregunta 9)
- "Sí" corresponde a 1 y "No" corresponde a 0**
- P7** 7. En una escala de 1 a 5, siendo 1 nunca y 5 todos los días ¿Con que frecuencia sueles consumir palomitas?
- 1 2 3 4 5
- Se elegirá sólo una sola variable, de 1 a 5, en función de su opinión**
- P8** 8. ¿En qué momento las consumes? (Respuesta múltiple)
- P8_1** Viendo una película
P8_2 En una reunión con amigos
P8_3 Como snack en el día a día
P8_4 En ocasiones especiales
- En cada variable, si ha sido nombrada corresponderá un "1", sino un "0"**
- P9** 9. La semana pasada, tuviste la oportunidad de probar y conocer distintos sabores, ¿qué sabores recuerdas haber probado? (Respuesta múltiple) Palomitas con sabor a:
- P9_1** Frutos del bosque **P9_1** Aceituna negra
P9_2 Queso Azul **P9_2** Doble chocolate
P9_3 Manzana
- En cada variable, si ha sido nombrada corresponderá un "1", sino un "0"**

- P10** 10. ¿Qué sabor fue el que te más te gustó?
- 1 Frutos del bosque **4** Aceituna negra
2 Queso Azul **5** Doble chocolate
3 Manzana

Se elegirá sólo una sola variable, de 1 a 5, en función de su opinión

- P11** 11. ¿Y el que el que menos?
- 1 Frutos del bosque **4** Aceituna negra
2 Queso Azul **5** Doble chocolate
3 Manzana

Se elegirá sólo una sola variable, de 1 a 5, en función de su opinión

- P12** 12. ¿Qué otros sabores te gustaría probar?
-

- P13** 13. ¿Compraría estas palomitas?

- 1 Sí
0 No
2 Quizás

"Sí" corresponde a 1, "No" corresponde a 0 y "Quizás" corresponde a 2

- P14** 14. ¿Dónde te resultaría más cómodo y útil comprarlas? (Respuesta múltiple)

- P14_1** Tienda online
P14_2 Ferias y mercadillos
P14_3 Tiendas especializadas o gourmet
P14_4 Bares
P14_5 Tienda de golosinas
P14_6 Máquinas expendedoras

En cada variable, si ha sido nombrada corresponderá un "1", sino un "0"

- P15** 15. ¿Recuerdas el nombre de la marca?
-

- P16** 16. ¿Conocías o habías oído hablar de la marca

- 1 Sí (pasa a la pregunta 17)
0 No (pasa a la pregunta 18)

"Sí" corresponde a 1 y "No" corresponde a 0

- P17** 17. ¿Dónde conociste o escuchaste hablar sobre la marca?

- P14_1** Por mis amigos
P14_2 Por mi familia
P14_3 En puntos de venta
P14_4 En redes sociales
P14_5 En revista o periódicos

En cada variable, si ha sido nombrada corresponderá un "1", sino un "0"

- P18** 18. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por ellas?
-

- P19** 19. Sexo

- 1 Hombre
2 Mujer

"Hombre" corresponde a 1 y "Mujer" corresponde a 2

- P20** 20. Edad
-

CUESTIONARIO 2

Buenos días/tardes, soy una estudiante de la Universidad de Zaragoza y estoy realizando un estudio cuyo objetivo es saber el conocimiento que tiene usted de la marca de la que le voy a hablar a continuación. La marca se llama Pop It y realiza palomitas gourmet de diferentes sabores como sabor manzana, canela, toffee, mandarina, café o cookies. La encuesta es totalmente anónima y se utilizará con fines meramente académicos. Su colaboración será de gran ayuda. Gracias de antemano.

- P1** 1. ¿Comentarías o postearías algo sobre estas palomitas? (Respuesta múltiple)
- 1** Sí, postearé en Facebook
 - 2** Sí, postearé en Twitter
 - 3** Sí, postearé en Instagram
 - 4** Sí, lo comentaré con mis amigos
 - 5** Sí, lo comentaré con mi familia
 - 6** No comentaré ni postearé nada sobre las palomitas
- P2** *Se elegirá sólo una sola variable, de 1 a 6, en función de la opinión*
- P2** 2. En una escala de 1 a 5, siendo 1 "Nada" y 5 "Mucho" ¿Te gustaron las palomitas?
- 1 2 3 4 5
- P3** *Se elegirá sólo una sola variable, de 1 a 5, en función de la opinión*
- P3** 3. ¿Sueles comer palomitas?
- 1** Sí
 - 0** No (pasa a la pregunta 6)
- "Sí" corresponde a 1 y "No" responderá a 0*
- P4** 4. En una escala de 1 a 5, siendo 1 nunca y 5 todos los días ¿Con que frecuencia sueles consumir palomitas?
- 1 2 3 4 5
- P5** 5. ¿En qué momento las consumes? (Respuesta múltiple)
- P5_1** Viendo una película
 - P5_2** En una reunión con amigos
 - P5_3** Como snack en el día a día
 - P5_4** En ocasiones especiales
- En cada variable, si ha sido nombrada responderá un "1", sino un "0"*
- P6** 6. Ha tenido la oportunidad de probar 4 sabores, ¿qué sabor le ha gustado más?
- | | | | |
|--|-------------------------------------|---|--|
| <input type="checkbox"/> Frutos del bosque | <input type="checkbox"/> Queso azul | <input type="checkbox"/> Aceituna negra | <input type="checkbox"/> Doble chocolate |
|--|-------------------------------------|---|--|
- Se elegirá sólo una sola variable, de 1 a 4, en función de la opinión*
- P7** 7. ¿Y el que menos?
- | | | | |
|--|-------------------------------------|---|--|
| <input type="checkbox"/> Frutos del bosque | <input type="checkbox"/> Queso azul | <input type="checkbox"/> Aceituna negra | <input type="checkbox"/> Doble chocolate |
|--|-------------------------------------|---|--|
- Se elegirá sólo una sola variable, de 1 a 5, en función de la opinión*

- P8** 8. ¿Qué otros sabores le gustaría probar?
- _____

- P9** 9. ¿Compraría estas palomitas?
- 1** Sí
 - 0** No
 - 2** Quizás

"Sí" corresponde a 1, "No" responderá a 0 y "Quizás" responderá a 2

- P10** 10. ¿Dónde te resultaría más cómodo y útil comprarlas? (Respuesta múltiple)
- P10_1** Tienda online
 - P10_2** Ferias y mercadillos
 - P10_3** Tiendas especializadas o gourmet
 - P10_4** Bares
 - P10_5** Tienda de golosinas
 - P10_6** Máquinas expendedoras

En cada variable, si ha sido nombrada responderá un "1", sino un "0"

- P11** 11. ¿Recuerdas el nombre de la marca?
- _____

- P12** 12. ¿Conocías o habías oído hablar de la marca?
- 1** Sí (pasa a la pregunta 13)
 - 0** No (pasa a la pregunta 14)

"Sí" corresponde a 1 y "No" responderá a 0

- P13** 13. ¿Dónde conociste o escuchaste hablar sobre la marca?
- P13_1** Por mis amigos
 - P13_2** Por mi familia
 - P13_3** En puntos de venta
 - P13_4** En redes sociales
 - P13_5** En revista o periódicos

En cada variable, si ha sido nombrada responderá un "1", sino un "0"

- P14** 14. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por ellas?
- _____

- P15** 15. Sexo
- 1** Hombre
 - 2** Mujer

"Hombre" corresponde a 1 y "Mujer" responderá a 2

- P16** 16. Edad
- _____

Tu colaboración ha sido de gran ayuda. Muchas gracias por participar, que tengas un buen día.

6.3 RESULTADOS

Anexo 6.3 1. Muestras según edad y sexo

Muestra del conjunto que experimentó la dinámica.

Sexo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido HOMBRE	13	48,1	48,1	48,1
MUJER	14	51,9	51,9	100,0
Total	27	100,0	100,0	

Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 19	9	33,3	33,3	33,3
20	8	29,6	29,6	63,0
21	5	18,5	18,5	81,5
22	2	7,4	7,4	88,9
24	2	7,4	7,4	96,3
25	1	3,7	3,7	100,0
Total	27	100,0	100,0	

Muestra del conjunto que simplemente probó las palomitas,

SEXO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido HOMBRE	18	36,0	36,0	36,0
MUJER	32	64,0	64,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

EDAD

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 18	5	10,0	10,0	10,0
19	3	6,0	6,0	16,0
20	6	12,0	12,0	28,0
21	9	18,0	18,0	46,0
22	8	16,0	16,0	62,0
23	10	20,0	20,0	82,0
24	6	12,0	12,0	94,0
25	3	6,0	6,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Anexo 6.3 2. Impresión sobre la experiencia llevada a cabo

Del total de personas que vivieron la experiencia, quisimos conocer sus impresiones sobre la experiencia llevada a cabo, si se acordarían al comer palomitas, o si les había gustado la acción.

¿Te acordarás de la experiencia cuando comas palomitas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Sí, seguro	11	40,7	40,7	40,7
Probablemente	13	48,1	48,1	88,9
Para nada	2	7,4	7,4	96,3
Ya no me acordaba	1	3,7	3,7	100,0
Total	27	100,0	100,0	

¿Qué te pareció la experiencia?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Me gustó mucho	21	77,8	77,8	77,8
	Indiferente	6	22,2	22,2	100,0
	Total	27	100,0	100,0	

Anexo 6.3 3. Influencia en el boca-oreja en los dos grupos

Lo que quiere medir si la muestra comentó sobre las palomitas a través de las redes o en su círculo más cercano, en los dos grupos.

Grupo que vivió la experiencia:

¿Comentaste o posteaste algo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	4	14,8	14,8	14,8
	SI	22	81,5	81,5	96,3
	2	1	3,7	3,7	100,0
	Total	27	100,0	100,0	

¿COMENTAR frecuencias

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
COMENTAR_CONJUNTO ^a	Lo comenté con mi familia	21	58,3%	95,5%
	Lo comenté con amigos	15	41,7%	68,2%
Total		36	100,0%	163,6%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

Grupo que no vivió la experiencia:

¿COMENTARÍAS O POSTEARÍAS ALGO?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI, EN FACEBOOK	2	4,0	4,0	4,0
	SI, EN INSTAGRAM	3	6,0	6,0	10,0
	SI, LO COMENTARE CON MIS AMIGOS	27	54,0	54,0	64,0
	SI, LO COMENTARE CON MI FAMILIA	14	28,0	28,0	92,0
	NO COMENTARE NI POSTEAR	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Anexo 6.3 4. Gusto general sobre las palomitas de ambos grupos

Grupo que experimentó la vivencia:

¿Te gustaron las palomitas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Un poco	3	11,1	11,1	11,1
	Indiferente	7	25,9	25,9	37,0
	Algo	11	40,7	40,7	77,8
	Mucho	6	22,2	22,2	100,0
	Total	27	100,0	100,0	

6.3.4.1 Comparación media muestral y poblacional

Dado que la pregunta sobre el si les gustó las palomitas era una escala de Likert de 1 a 5, siendo cinco la puntuación más alta y la cual representa que le gustó mucho. En este caso quisimos conocer si el gusto medio general es alto con un valor de 4, para ambas muestras.

Al tratarse de una variable métrica, llevamos a cabo una prueba t para una muestra, por tanto, se plantea una hipótesis:

H_0 : gusto medio de palomitas Pop It = 4

H_1 : gusto medio Pop It \neq 4

Para el conjunto que vivió la experiencia:

Estadísticas de muestra única

	N	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
¿Te gustaron las palomitas?	27	3,74	,944	,182

Prueba de muestra única

	Valor de prueba = 4					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
¿Te gustaron las palomitas?	-1,427	26	,166	-,259	-,63	,11

Si nos fijamos en la significación (sig=0,166) podemos comprobar esta es superior a 0,05, luego en este caso no rechazamos la hipótesis de igualdad entre la media muestral del grupo que vivió la experiencia (3,74) y la media poblacional (4), luego no existen diferencias significativas entre el gusto medio de esta muestra y el gusto medio (4) establecido.

Para el conjunto que no la vivió:

Estadísticas de muestra única

	N	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
¿TE GUSTARON LAS PALOMITAS?	50	3,92	,695	,098

Prueba de muestra única

	Valor de prueba = 4					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
¿TE GUSTARON LAS PALOMITAS?	-,814	49	,420	-,080	-,28	,12

Al igual que con el otro conjunto la significación en este conjunto es igualmente mayor a 0,05 (sig=0,420) luego en este caso no rechazamos la hipótesis de igualdad entre la media muestral del grupo que no vivió la experiencia (3,92) y la media poblacional (4), luego no existen diferencias significativas entre el gusto medio de esta muestra y el gusto medio (4) establecido.

Grupo que no vivió la experiencia:

¿TE GUSTARON LAS PALOMITAS?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	UN POCO	1	2,0	2,0	2,0
	INDIFERENTE	11	22,0	22,0	24,0
	BASTANTE	29	58,0	58,0	82,0
	MUCHO	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

6.3.4.2 Diferencia de gustos según el sexo

Se quiere saber si existen diferencias entre el gusto sobre las palomitas de los hombres y las mujeres tanto en el conjunto que vivió la experiencia como la que no la vivió:

Luego planteamos una hipótesis:

H_0 : El gusto de los hombres es igual al de las mujeres

Luego se lleva a cabo una prueba t para dos muestras independientes

Para el conglomerado que estuvo durante la acción:

Estadísticas de grupo					
	Sexo	N	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
¿Te gustaron las palomitas?	HOMBRE	13	3,54	1,050	,291
	MUJER	14	3,93	,829	,221

Prueba de muestras independientes										
		Prueba de Levene de calidad de varianzas		prueba t para la igualdad de medias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
									Inferior	Superior
¿Te gustaron las palomitas?	Se asumen varianzas iguales	1,262	,272	-1,076	25	,292	-,390	,363	-1,137	,357
	No se asumen varianzas iguales			-1,066	22,843	,297	-,390	,366	-1,147	,367

Se puede observar que la significación de Levene es mayor a 0,05: $sign=0,272 > 0,05$, luego las varianzas son iguales. Fijándonos en la otra significación, se puede ver como la significación es mayor a 0,05: $sign=0,292 > 0,05$, luego no se rechaza la hipótesis nula y no existen diferencias significativas en los grupos.

Luego, a pesar de que en la muestra el gusto por las palomitas es superior en las mujeres ($3,93 > 3,54$) se puede afirmar que estas diferencias no son estadísticamente significativas. Finalmente, no se puede concluir que a las mujeres les gustaran más las palomitas que a los hombres.

Para el grupo que no vivió la dinámica:

Prueba T

Estadísticas de grupo					
	SEXO	N	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
¿TE GUSTARON LAS PALOMITAS?	HOMBRE	18	3,78	,732	,173
	MUJER	32	4,00	,672	,119

Prueba de muestras independientes											
		Prueba de Levene de calidad de varianzas		prueba t para la igualdad de medias							
		F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Diferencia de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia		
										Inferior	Superior
¿TE GUSTARON LAS PALOMITAS?	Se asumen varianzas iguales	,529	,470	-1,087	48	,282	-,222	,204	-,633	,189	
	No se asumen varianzas iguales			-1,061	32,884	,297	-,222	,209	-,648	,204	

Se puede observar que la significación de Levéne es mayor a 0,05: $sign=0,470 > 0,05$, luego las varianzas son iguales. Fijándonos en la otra significación, se puede ver como la significación es mayor a 0,05: $sign=0,282 > 0,05$, luego no se rechaza la hipótesis nula y no existen diferencias significativas en los grupos.

Luego, a pesar de que en la muestra el gusto por las palomitas es superior en las mujeres ($4 > 3,78$) se puede afirmar que estas diferencias no son estadísticamente significativas.

Finalmente, no se puede concluir que a las mujeres les gustaran más las palomitas, en general, que a los hombres.

6.3.4.3 ANOVA

Quisimos comprobar el gusto difería según el consumo o no para ambos grupos, al tratarse de una variable métrica y otra no métrica, llevamos a cabo un análisis de la varianza (Anova). Planteamos las hipótesis:

H₀: El gusto general sobre las palomitas es igual tanto para los que lo suelen consumir palomitas como los que no

H₁: El gusto general sobre las palomitas difiere según los que lo suelen consumir palomitas como los que no

Grupo que vivió la experiencia:

ANOVA					
¿Te gustaron las palomitas?					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	2,269	1	2,269	2,711	,112
Dentro de grupos	20,917	25	,837		
Total	23,185	26			

En este caso, nos fijamos en la significación (0,112) que es superior a 0,05, luego no rechazamos la hipótesis nula y se puede decir que no existen diferencias entre el gusto sobre las palomitas Pop It y el consumo de palomitas en general.

Grupo que no vivió la experiencia:

Para este grupo, podemos comprobar como la significación de la ANOVA es inferior a 0,05 ($\text{sig}=0,005 < 0,05$) luego rechazamos la hipótesis nula y establecemos que existen diferencias entre el gusto sobre las palomitas Pop It y el consumo de palomitas en general.

ANOVA

¿TE GUSTARON LAS PALOMITAS?

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	3,565	1	3,565	8,506	,005
Dentro de grupos	20,115	48	,419		
Total	23,680	49			

Al existir diferencias, tendremos que valorar si la varianza de los grupos es homogénea o no, para ello nos fijamos en el p-valor del estadístico de Levene, en este caso es 0,001, el cual es inferior a 0,05 y, por tanto, se asume que las varianzas son diferentes en el grupo de los que no suelen consumir palomitas y los que sí.

Prueba de homogeneidad de varianzas

¿TE GUSTARON LAS PALOMITAS?

Estadístico de Levene	df1	df2	Sig.
11,702	1	48	,001

Luego, al tratarse de varianzas diferentes se tendría que realizar la prueba de T2 de Tamhame que establecerá entre qué grupos existen diferencias y cuáles son estas diferencias, al tratarse únicamente se 2 grupos (los que suelen consumir y no) las diferencias se darán entre esos mismos grupos.

Anexo 6.3 5. Consumo de palomitas de ambos grupos

Grupo que vivió la experiencia:

¿Sueles comer palomitas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido NO	12	44,4	44,4	44,4
SI	15	55,6	55,6	100,0
Total	27	100,0	100,0	

¿Con qué frecuencia comes palomitas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	1	3,7	6,7	6,7
Una vez al mes	8	29,6	53,3	60,0
Una vez cada 15 días	6	22,2	40,0	100,0
Total	15	55,6	100,0	
Perdidos 888	12	44,4		
Total	27	100,0		

¿CUANDO_CONSUMO frecuencias

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
CONSUMO_CONJUNTO ^a	Cuando veo una película	13	68,4%	86,7%
	Con amigos	2	10,5%	13,3%
	Como snack	2	10,5%	13,3%
	Ocasiones especiales	2	10,5%	13,3%
Total		19	100,0%	126,7%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

Grupo que no vivió la experiencia

¿SUELES COMER PALOMITAS?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	19	38,0	38,0	38,0
	SI	31	62,0	62,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

¿CON QUE FRECUENCIA LAS CONSUMES?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Una vez al mes	13	26,0	41,9	41,9
	Una vez cada 15 días	14	28,0	45,2	87,1
	Una vez a la semana	3	6,0	9,7	96,8
	Todos los días	1	2,0	3,2	100,0
	Total	31	62,0	100,0	
Perdidos	888	19	38,0		
Total		50	100,0		

¿CONSUMO_CONJUNTO frecuencias

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
CONSUMO ^a	Las como viendo una película	27	58,7%	87,1%
	Las como en un reunión con amigos	12	26,1%	38,7%
	Las como en ocasiones especiales	7	15,2%	22,6%
Total		46	100,0%	148,4%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

Anexo 6.3 6. Sabores

6.3.6.1 Sabores que probaron el grupo con experiencia.

En esta pregunta del cuestionario se introdujo una variable de control que ningún alumno escogió.

¿SABORES_CONJUNTO frecuencias

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
SABORES:_CONJUNTO ^a	Sabor frutos del bosque	27	25,0%	100,0%
	Sabor frutos del queso azul	27	25,0%	100,0%
	Sabor frutos del aceituna negra	27	25,0%	100,0%
	Sabor frutos del doble chocolate	27	25,0%	100,0%
Total		108	100,0%	400,0%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

6.3.6.2 Sabores que más gustaron para ambos grupos.

Grupo que vivió la experiencia:

¿Qué sabor te gustó más?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	FRUTOS DEL BOSQUE	12	44,4	44,4	44,4
	QUESO AZUL	4	14,8	14,8	59,3
	ACEITUNA NEGRA	1	3,7	3,7	63,0
	DOBLE CHOCOLATE	10	37,0	37,0	100,0
	Total	27	100,0	100,0	

Grupo que no vivió la experiencia:

¿QUE SABORE LE HA GUSTADO MÁS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	FRUTOS DEL BOSQUE	13	26,0	26,0	26,0
	QUESO AZUL	15	30,0	30,0	56,0
	ACEITUNA NEGRA	1	2,0	2,0	58,0
	DOBLE CHOCOLATE	21	42,0	42,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

6.3.6.3 Sabores que menos gustaron para ambos grupos.

Grupo que vivió la experiencia:

¿Qué sabor te gustó menos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	FRUTOS DEL BOSQUE	2	7,4	7,4	7,4
	QUESO AZUL	8	29,6	29,6	37,0
	ACEITUNA NEGRA	16	59,3	59,3	96,3
	DOBLE CHOCOLATE	1	3,7	3,7	100,0
	Total	27	100,0	100,0	

Grupo que no vivió la experiencia:

¿QUE SABOR LE HA GUSTADO MENOS?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	FRUTOS DEL BOSQUE	2	4,0	4,0	4,0
	QUESO AZUL	18	36,0	36,0	40,0
	ACEITUNA NEGRA	27	54,0	54,0	94,0
	DOBLE CHOCOLATE	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

6.3.6.4 Sabores que les gustaría probar a ambos grupos.

Grupo que estuvo durante la dinámica:

¿Qué otros sabores te gustaría probar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ácido	1	3,7	4,2	4,2
	Algodón de azúcar	1	3,7	4,2	8,3
	Barbacoa	1	3,7	4,2	12,5
	Chocolate blanco	1	3,7	4,2	16,7
	Coca cola	1	3,7	4,2	20,8
	Fresa	1	3,7	4,2	25,0
	Fruta	1	3,7	4,2	29,2
	Jamón	1	3,7	4,2	33,3
	Ketchup	1	3,7	4,2	37,5
	Leche condensada	1	3,7	4,2	41,7
	Leche merengada	1	3,7	4,2	45,8
	Manzana	2	7,4	8,3	54,2
	Melón	1	3,7	4,2	58,3
	Nutella	1	3,7	4,2	62,5
	Peta Zetas	1	3,7	4,2	66,7
	Piña	2	7,4	8,3	75,0
	Pizza	3	11,1	12,5	87,5
	Pollo Frito	1	3,7	4,2	91,7
	Sandía	1	3,7	4,2	95,8
	Tortilla	1	3,7	4,2	100,0
	Total	24	88,9	100,0	
Perdidos	999	3	11,1		
Total		27	100,0		

Grupo que no estuvo durante la dinámica:

¿QUE SABOR LE GUSTARIA PROBAR?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ACIDO	1	2,0	2,0	2,0
AGUACATE	1	2,0	2,0	4,0
BARBACOA	1	2,0	2,0	6,0
CANELA	2	4,0	4,0	10,0
CERVEZA	1	2,0	2,0	12,0
CHORIZO	1	2,0	2,0	14,0
FRESA	3	6,0	6,0	20,0
FRUTA DE LA PAS	1	2,0	2,0	22,0
HAMBURGUESA	1	2,0	2,0	24,0
JAMON	4	8,0	8,0	32,0
JENGIBRE	1	2,0	2,0	34,0
LACASITOS	1	2,0	2,0	36,0
LECHE CON CHOCO	1	2,0	2,0	38,0
LIMA	1	2,0	2,0	40,0
LIMON	5	10,0	10,0	50,0
MANGO	3	6,0	6,0	56,0
MANZANA	2	4,0	4,0	60,0
MELON	1	2,0	2,0	62,0
MENTA	2	4,0	4,0	66,0
MOJITO	1	2,0	2,0	68,0
NARANJA	1	2,0	2,0	70,0
OREO	1	2,0	2,0	72,0
OTRO QUESO	1	2,0	2,0	74,0
PIÑA	3	6,0	6,0	80,0
PIZZA	5	10,0	10,0	90,0
QUESO CABRA	2	4,0	4,0	94,0
SANDIA	3	6,0	6,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Anexo 6.3 7. Predisposición a la compra del producto

Grupo que vivió la experiencia:

¿Comprarias las palomitas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido NO	6	22,2	22,2	22,2
SI	11	40,7	40,7	63,0
QUIZAS	10	37,0	37,0	100,0
Total	27	100,0	100,0	

Grupo que no vivió la experiencia:

¿COMPRARÍA ESTAS PALOMITAS?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido NO	8	16,0	16,0	16,0
SI	26	52,0	52,0	68,0
QUIZAS	16	32,0	32,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

6.3.7.1 Establecimiento de compra preferido para adquisición del producto.

Los que vivieron la experiencia:

ESTABLECIMIENTO_PREFERIDO frecuencias

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
ESTABLECIMIENTO_CO NJUNTO ^a	Ferias y mercadillos	6	11,8%	22,2%
	Tiendas gourmet	8	15,7%	29,6%
	Bares	4	7,8%	14,8%
	Tienda golosinas	20	39,2%	74,1%
	Máquinas expendedoras	13	25,5%	48,1%
Total		51	100,0%	188,9%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

Grupo que no vivió la experiencia:

ESTABLECIMIENTOS_CONJUNTO frecuencias

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
ESTABLECIMIENTO ^a	COMPRARÍA EN FERIAS Y MERCADILLOS	13	13,1%	26,0%
	COMPRARÍA EN TIENDAS GOURMET	21	21,2%	42,0%
	COMPRARÍA EN BARES	8	8,1%	16,0%
	COMPRARÍA EN TIENDA DE GOLOSINAS	43	43,4%	86,0%
	COMPRARÍA EN MAQUINAS EXPENDEDORAS	14	14,1%	28,0%
Total		99	100,0%	198,0%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

Anexo 6.3 8. Recuerdo del nombre de la marca

Los que vivieron la experiencia:

¿Recuerdas nombre de marca?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	12	44,4	44,4	44,4
	POP	4	14,8	14,8	59,3
	POP IT	10	37,0	37,0	96,3
	POP PALOMITAS	1	3,7	3,7	100,0
Total		27	100,0	100,0	

Los que no vivieron la experiencia:

¿RECUERDA NOMBRE DE LA MARCA?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	37	74,0	74,0	74,0
	POP IT	13	26,0	26,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Anexo 6.3 9. Conocimiento de marca previo

Los que vivieron la experiencia:

¿Conocias marca?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	26	96,3	96,3	96,3
	SI	1	3,7	3,7	100,0
Total		27	100,0	100,0	

Los que no vivieron la experiencia:

¿CONOCIAS LA MARCA?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO	40	80,0	80,0	80,0
	SI	10	20,0	20,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

6.3.9.1 Medio donde conoció la marca

Los que vivieron la experiencia:

CONOCIMIENTO_MARCA frecuencias

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
CONOCIMIENTO_CONJUNTO ^a	Por redes sociales	1	100,0%	100,0%
Total		1	100,0%	100,0%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

Los que no vivieron la experiencia:

\$CONOCIMIENTO_CONJUNTO frecuencias

		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
MEDIO DE CONOCIMIENTO ^a	POR MIS AMIGOS	2	11,1%	20,0%
	EN PUNTOS DE VENTA	10	55,6%	100,0%
	EN REDES SOCIALES	6	33,3%	60,0%
Total		18	100,0%	180,0%

a. Grupo de dicotomía tabulado en el valor 1.

Anexo 6.3 10. Precio dispuesto a pagar

Los que vivieron la experiencia:

¿Cuanto pagarías?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 0,4	1	3,7	3,7	3,7
0,5	2	7,4	7,4	11,1
1	10	37,0	37,0	48,1
1,5	2	7,4	7,4	55,6
2	7	25,9	25,9	81,5
2,5	1	3,7	3,7	85,2
3	3	11,1	11,1	96,3
4	1	3,7	3,7	100,0
Total	27	100,0	100,0	

Los que no vivieron la experiencia:

¿CUANTO PAGARIA POR ELLAS?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 0,3	1	2,0	2,0	2,0
1	7	14,0	14,0	16,0
1,1	1	2,0	2,0	18,0
1,2	1	2,0	2,0	20,0
1,3	1	2,0	2,0	22,0
1,5	7	14,0	14,0	36,0
1,7	1	2,0	2,0	38,0
1,75	2	4,0	4,0	42,0
2	14	28,0	28,0	70,0
2,5	7	14,0	14,0	84,0
3	6	12,0	12,0	96,0
3,5	1	2,0	2,0	98,0
4	1	2,0	2,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

