

Anexos Trabajo Fin de Grado

El impacto del vídeo en Instagram: una
comparación entre formatos publicitarios en el
sector de la cosmética

Autor

Alicia Lizama Carceller

Director

Miguel Guinalíu Blasco

Facultad de Economía y Empresa

2017

ÍNDICE DE ANEXOS

| | |
|---|----|
| ANEXO I: CUESTIONARIO VÍDEO..... | 2 |
| ANEXO II: CUESTIONARIO GIF | 6 |
| ANEXO III: CUESTIONARIO IMAGEN..... | 11 |
| ANEXO IV: FRECUENCIAS Y CHI-CUADRADO USO DE INSTAGRAM..... | 17 |
| ANEXO V: MEDIAS Y ANOVA OPINIÓN DE LAS PUBLICACIONES SEGÚN TIPO DE FORMATO | 18 |
| ANEXO VI: ANOVA INFORMACIÓN DE PRODUCTO | 19 |
| ANEXO VII: RECUERDO DE PRODUCTO | 20 |
| ANEXO VIII: ANOVA VALORES DE MARCA | 21 |
| ANEXO IX: ANOVA INTERÉS POR SEPHORA SEGÚN FORMATO | 23 |
| ANEXO X: TABLA CRUZADA TRÁFICO WEB Y FORMATO DE PUBLICACIÓN | 23 |
| ANEXO XI: ANOVA BOCA-OÍDO SEGÚN FORMATO | 24 |
| ANEXO XII: ANOVA INTENCIÓN DE COMPRA SEGÚN FORMATO | 24 |

ANEXO I: CUESTIONARIO VÍDEO

Buenos días/tardes, mi nombre es Alicia Lizama y estoy realizando mi Trabajo Fin de Grado para graduarme en Marketing e Investigación de Mercados.

Por ello, le agradecería que colaborase realizando este cuestionario que tan solo le llevará unos minutos. Le ruego que conteste con sinceridad, ya que las respuestas son totalmente anónimas y los datos obtenidos se utilizarán con fin meramente académico.

Le agradezco de antemano su colaboración.

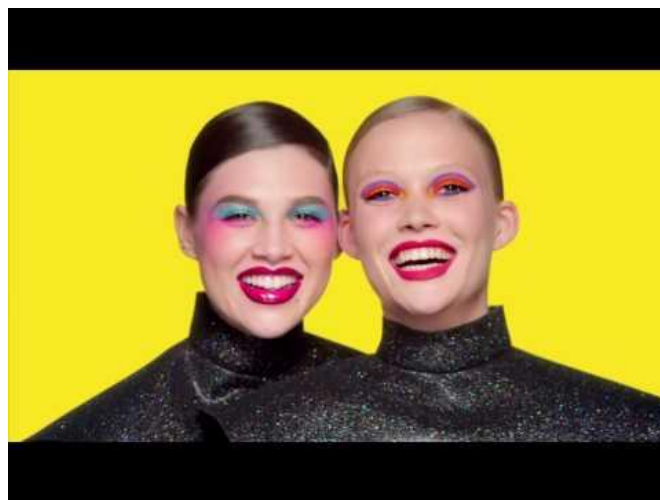
1. ¿Utiliza la Red Social Instagram?

- ☐ Sí
- ☐ No (pasar a pregunta 12)

2. ¿Conoce la tienda de cosmética Sephora?

- ☐ Sí
- ☐ No

A continuación, vea este vídeo con atención, tan solo dura 15 segundos. Puede reproducirlo cuantas veces desee.



3. Fijándose en el anterior vídeo, señale el grado de acuerdo que muestra con las siguientes afirmaciones (siendo 1 totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo).

(Marque una respuesta por afirmación)

| | | | | | | | |
|---|------------------------------------|---|---|---|---|---|---------------------------------|
| Este vídeo... | 1 (totalmente en desacuerdo) | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 (totalmente de acuerdo) |
| Me ha gustado | | | | | | | |
| Me ha divertido | | | | | | | |
| Me ha sorprendido | | | | | | | |
| Me ha entretenido | | | | | | | |
| Me ha interesado | | | | | | | |
| Me ha parecido original | | | | | | | |
| Es diferente a lo que estoy acostumbrada a ver | | | | | | | |

4. A continuación, marque en qué grado este vídeo le ha aportado información sobre los productos que aparecen en él (siendo 1 “no me ha aportado ninguna información” y 7 “me ha aportado toda la información posible”).

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| | | | | | | |

5. Si estuviese navegando por Instagram y este vídeo apareciese, ¿cómo reaccionaría?

(Marque todas aquellas acciones que realizaría)

- ☐ Le daría a “Me gusta”
- ☐ Publicaría un comentario positivo
- ☐ Publicaría un comentario negativo
- ☐ Lo compartiría a uno/a o varios/as amigos/as (ya sea a través de un comentario o a través de un mensaje privado)

- ☐ Lo guardaría en favoritos
 - ☐ Dejaría de seguir la cuenta de Sephora (en el supuesto caso de que se siguiese)
 - ☐ No haría nada
6. Marque los productos que recuerde que aparecían en el vídeo anterior (Puede marcar más de una respuesta)
- ☐ Barra de labios
 - ☐ Base de maquillaje
 - ☐ Brillo de labios
 - ☐ Colorete
 - ☐ Máscara de pestañas
 - ☐ Lápiz de ojos
 - ☐ Sombra de ojos
7. Pensando en el vídeo que ha visto anteriormente, indique el grado de acuerdo que muestra con las siguientes afirmaciones (siendo 1 “totalmente en desacuerdo” y 7 “totalmente de acuerdo”)

| Sephora me ha transmitido... | 1 (totalmente en desacuerdo) | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 (totalmente de acuerdo) |
|------------------------------|---------------------------------|---|---|---|---|---|------------------------------|
| Belleza | | | | | | | |
| Complicidad | | | | | | | |
| Confianza | | | | | | | |
| Diversión | | | | | | | |
| Emoción | | | | | | | |
| Experiencia | | | | | | | |
| Libertad | | | | | | | |
| Transparencia | | | | | | | |

8. Si junto al anterior vídeo apareciese un enlace a la página web de Sephora, ¿haría clic?

☐ Sí

☐ No

9. ¿Ha comprado alguna vez en Sephora? (Marque solo una respuesta)

☐ Sí, en los últimos tres meses

☐ Sí, hace más de tres meses

☐ No, nunca

10. Señale el grado de acuerdo que muestra con las siguientes afirmaciones (siendo 1 totalmente en desacuerdo y 10 totalmente de acuerdo).

(Marque una respuesta por afirmación)

| Tras ver este vídeo... | 1 (totalmente en desacuerdo) | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 (totalmente de acuerdo) |
|--|------------------------------------|---|---|---|---|---|---------------------------------|
| Siento mayor interés por la marca Sephora | | | | | | | |
| Siento mayor intención de comprar productos de marca Sephora | | | | | | | |
| Siento mayor intención de recomendar a mis amigos la marca Sephora | | | | | | | |

11. ¿Con qué frecuencia usa Instagram?

☐ Diariamente

- ☐ De 2 a 5 veces por semana
- ☐ Una vez a la semana
- ☐ Entre 1 y 3 veces al mes

12. Indique su nivel de estudios

- ☐ Sin estudios
- ☐ Estudios primarios
- ☐ Estudios secundarios de primer ciclo
- ☐ Estudios secundarios de segundo ciclo
- ☐ Estudios superiores

13. ¿En qué provincia reside?

14. Para finalizar, indique, por favor, el rango de edad en el que se encuentra:

- ☐ Entre 18 y 35 años
- ☐ Más de 36 años

¡Muchas gracias por tu colaboración!

ANEXO II: CUESTIONARIO GIF

Buenos días/tardes, mi nombre es Alicia Lizama y estoy realizando mi Trabajo Fin de Grado para graduarme en Marketing e Investigación de Mercados.

Por ello, le agradecería que colaborase realizando este cuestionario que tan solo le llevará unos minutos. Le ruego que conteste con sinceridad, ya que las respuestas son totalmente anónimas y los datos obtenidos se utilizarán con fin meramente académico.

Le agradezco de antemano su colaboración.

1. ¿Utiliza la Red Social Instagram?

- ☐ Sí
- ☐ No (pasar a pregunta 12)

2. ¿Conoce la tienda de cosmética Sephora?

- ☐ Sí

☐ No

A continuación, vea este GIF con atención. Puede reproducirlo cuantas veces desee. No tiene sonido.

GIF: <https://www.youtube.com/watch?v=H7vvFaEg20k>

3. Fijándose en el anterior GIF, señale el grado de acuerdo que muestra con las siguientes afirmaciones (siendo 1 totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo). (Marque una respuesta por afirmación).

| Este GIF... | 1 (totalmente en desacuerdo) | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 (totalmente de acuerdo) |
|--|------------------------------------|---|---|---|---|---|---------------------------------|
| Me ha gustado | | | | | | | |
| Me ha divertido | | | | | | | |
| Me ha sorprendido | | | | | | | |
| Me ha entretenido | | | | | | | |
| Me ha interesado | | | | | | | |
| Me parece original | | | | | | | |
| Es diferente a lo que estoy acostumbrada a ver | | | | | | | |

4. A continuación, marque en qué grado este GIF le ha aportado información sobre el producto que aparece en él (siendo 1 “no me ha aportado ninguna información” y 7 “me ha aportado toda la información posible”)

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| | | | | | | |

5. Si estuviese navegando por Instagram y este GIF apareciese, ¿cómo reaccionaría? (Marque todas aquellas acciones que realizaría).
- ☐ Le daría a “Me gusta”
 - ☐ Publicaría un comentario positivo
 - ☐ Publicaría un comentario negativo
 - ☐ Lo compartiría a uno/a o varios/as amigos/as (ya sea a través de un comentario o a través de un mensaje privado)
 - ☐ Lo guardaría en favoritos
 - ☐ Dejaría de seguir la cuenta de Sephora
 - ☐ No haría nada
6. Marque el producto que aparecía en el GIF anterior (marque solamente una respuesta).
- ☐ Barra de labios
 - ☐ Base de maquillaje
 - ☐ Brillo de labios
 - ☐ Colorete
 - ☐ Máscara de pestañas
 - ☐ Lápiz de ojos
 - ☐ Sombra de ojos
7. Pensando en el GIF que ha visto anteriormente, indique el grado de acuerdo que muestra con las siguientes afirmaciones (siendo 1 “totalmente en desacuerdo” y 7 “totalmente de acuerdo”).

| Sephora me ha transmitido... | 1 (totalmente en desacuerdo) | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 (totalmente de acuerdo) |
|------------------------------|---------------------------------|---|---|---|---|---|------------------------------|
| Belleza | | | | | | | |
| Complicidad | | | | | | | |
| Confianza | | | | | | | |
| Diversión | | | | | | | |
| Emoción | | | | | | | |
| Experiencia | | | | | | | |
| Libertad | | | | | | | |
| Transparencia | | | | | | | |

8. Si junto al anterior GIF apareciese un enlace a la página web de Sephora, ¿haría clic?

☐ Sí

☐ No

9. ¿Ha comprado alguna vez en Sephora? (Marque solo una respuesta)

☐ Sí, en los últimos tres meses

☐ Sí, hace más de tres meses

☐ No, nunca

10. Señale el grado de acuerdo que muestra con las siguientes afirmaciones (siendo 1 totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo).

(Marque una respuesta por afirmación)

| Tras ver este GIF... | 1 (totalmente en desacuerdo) | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 (totalmente de acuerdo) |
|--|------------------------------------|---|---|---|---|---|---------------------------------|
| Siento mayor interés por la marca Sephora | | | | | | | |
| Siento mayor intención de comprar productos de marca Sephora | | | | | | | |
| Siento mayor intención de recomendar a mis amigos la marca Sephora | | | | | | | |

11. ¿Con qué frecuencia usa Instagram?

- ☐ Diariamente
- ☐ De 2 a 5 veces por semana
- ☐ Una vez a la semana
- ☐ Entre 1 y 3 veces al mes

12. Indique su nivel de estudios

- ☐ Sin estudios
- ☐ Estudios primarios
- ☐ Estudios secundarios de primer ciclo
- ☐ Estudios superiores

13. ¿En qué provincia reside?

14. Para finalizar, indique, por favor, el rango de edad en el que se encuentra:

- ☐ Entre 18 y 35 años
- ☐ Más de 36 años

¡Muchas gracias por su colaboración!

ANEXO III: CUESTIONARIO IMAGEN

Buenos días/tardes, mi nombre es Alicia Lizama y estoy realizando mi Trabajo Fin de Grado para graduarme en Marketing e Investigación de Mercados.

Por ello, le agradecería que colaborase realizando este cuestionario que tan solo le llevará unos minutos. Le ruego que conteste con sinceridad, ya que las respuestas son totalmente anónimas y los datos obtenidos se utilizarán con fin meramente académico.

Le agradezco de antemano su colaboración.

1. ¿Utiliza la Red Social Instagram?

- ☐ Sí
- ☐ No (pasar a pregunta 12)

2. ¿Conoce la tienda de cosmética Sephora?

- ☐ Sí
- ☐ No

A continuación, observe atentamente esta imagen.



3. Fijándose en la anterior imagen, señale el grado de acuerdo que muestra con las siguientes afirmaciones (siendo 1 totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo).

(Marque una respuesta por afirmación)

| Esta imagen... | 1 (totalmente en desacuerdo) | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 (totalmente de acuerdo) |
|---|------------------------------------|---|---|---|---|---|---------------------------------|
| Me ha gustado | | | | | | | |
| Me ha divertido | | | | | | | |
| Me ha sorprendido | | | | | | | |
| Me ha entretenido | | | | | | | |
| Me ha interesado | | | | | | | |
| Me ha parecido original | | | | | | | |
| Es diferente a lo que estoy acostumbrada a ver | | | | | | | |

4. A continuación, marque en qué grado esta imagen le ha aportado información sobre el producto que aparece en ella (siendo 1 “no me ha aportado ninguna información” y 7 “me ha aportado toda la información posible”).

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| | | | | | | |

5. Si estuviese navegando por Instagram y esta imagen apareciese, ¿cómo reaccionaría? (Marque todas aquellas acciones que realizaría)

- ☐ Le daría a “Me gusta”
- ☐ Publicaría un comentario positivo
- ☐ Publicaría un comentario negativo

- ☐ La compartiría a uno/a o varios/as amigos/as (ya sea a través de un comentario o a través de un mensaje privado)
 - ☐ La guardaría en favoritos
 - ☐ Dejaría de seguir la cuenta de Sephora (en el supuesto caso de que se siguiese)
 - ☐ No haría nada
6. Marque el producto que aparecía en la imagen anterior (Marque solo una respuesta)
- ☐ Barra de labios
 - ☐ Base de maquillaje
 - ☐ Brillo de labios
 - ☐ Colorete
 - ☐ Máscara de pestañas
 - ☐ Lápiz de ojos
 - ☐ Sombra de ojos
7. Pensando en la imagen que ha visto anteriormente, indique el grado de acuerdo que muestra con las siguientes afirmaciones (siendo 1 “totalmente en desacuerdo” y 7 “totalmente de acuerdo”)

| Sephora me ha transmitido... | 1 (totalmente en desacuerdo) | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 (totalmente de acuerdo) |
|------------------------------|---------------------------------|---|---|---|---|---|------------------------------|
| Belleza | | | | | | | |
| Complicidad | | | | | | | |
| Confianza | | | | | | | |
| Diversión | | | | | | | |
| Emoción | | | | | | | |
| Experiencia | | | | | | | |
| Libertad | | | | | | | |
| Transparencia | | | | | | | |

8. Si junto a las anteriores imágenes apareciese un enlace a la página web de Sephora, ¿haría clic?

☐ Sí

☐ No

9. ¿Ha comprado alguna vez en Sephora? (Marque solo una respuesta)

☐ Sí, en los últimos tres meses

☐ Sí, hace más de tres meses

☐ No, nunca

10. Señale el grado de acuerdo que muestra con las siguientes afirmaciones (siendo 1 totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo).

(Marque una respuesta por afirmación)

| Tras ver esta imagen... | 1 (totalmente en desacuerdo) | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 (totalmente de acuerdo) |
|--|---------------------------------|---|---|---|---|---|------------------------------|
| Siento mayor interés por la marca Sephora | | | | | | | |
| Siento mayor intención de comprar productos de marca Sephora | | | | | | | |
| Siento mayor intención de recomendar a mis amigos la marca Sephora | | | | | | | |

11. ¿Con qué frecuencia usa Instagram?

- ☐ Diariamente
- ☐ De 2 a 5 veces por semana
- ☐ Una vez a la semana
- ☐ Entre 1 y 3 veces al mes

12. Indique su nivel de estudios

- ☐ Sin estudios
- ☐ Estudios primarios
- ☐ Estudios secundarios de primer ciclo
- ☐ Estudios superiores

13. ¿En qué provincia reside?

14. Para finalizar, indique, por favor, el rango de edad en el que se encuentra:

☐ Entre 18 y 35 años

☐ Más de 36 años

¡Muchas gracias por su colaboración!

ANEXO IV: FRECUENCIAS Y CHI-CUADRADO USO DE INSTAGRAM

| ¿Utiliza Instagram? | | | | | |
|---------------------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | NO | 42 | 35,3 | 35,3 | 35,3 |
| | SI | 77 | 64,7 | 64,7 | 100,0 |
| | Total | 119 | 100,0 | 100,0 | |

| Pruebas de chi-cuadrado | | | | | |
|--|---------------------|----|--------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|
| | Valor | gl | Significación asintótica (bilateral) | Significación exacta (bilateral) | Significación exacta (unilateral) |
| Chi-cuadrado de Pearson | 21,824 ^a | 1 | ,000 | ,000 | ,000 |
| Corrección de continuidad ^b | 20,069 | 1 | ,000 | | |
| Razón de verosimilitud | 22,837 | 1 | ,000 | | |
| Prueba exacta de Fisher | | | | | |
| Asociación lineal por lineal | 21,641 | 1 | ,000 | | |
| N de casos válidos | 119 | | | | |

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 20,82.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Analizamos el uso de Instagram en relación a la edad realizando una prueba chi-cuadrado. La hipótesis nula es que no hay relación entre el uso de Instagram y la edad. El nivel de significación es 0, por lo que existen diferencias en el uso de Instagram respecto a la edad y se rechaza la hipótesis nula. Para analizarlas en profundidad nos fijamos en los residuos estandarizados corregidos.

Tabla cruzada ¿Utiliza Instagram?*Edad

| | | | Edad | | Total |
|---------------------|----|-------------------|--------------------|----------------|--------|
| | | | Entre 18 y 35 años | Más de 36 años | |
| ¿Utiliza Instagram? | NO | Recuento | 9 | 33 | 42 |
| | | % dentro de Edad | 15,0% | 55,9% | 35,3% |
| | | Residuo corregido | -4,7 | 4,7 | |
| | SI | Recuento | 51 | 26 | 77 |
| | | % dentro de Edad | 85,0% | 44,1% | 64,7% |
| | | Residuo corregido | 4,7 | -4,7 | |
| Total | | Recuento | 60 | 59 | 119 |
| | | % dentro de Edad | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

ANEXO V: MEDIAS Y ANOVA OPINIÓN DE LAS PUBLICACIONES SEGÚN TIPO DE FORMATO

Informe

| Escenario | | Me ha gustado | Me ha divertido | Me ha sorprendido | Me ha entretenido | Me ha interesado | Me ha parecido original | Es diferente a lo que estoy acostumbrado a ver |
|-----------|---------------------|---------------|-----------------|-------------------|-------------------|------------------|-------------------------|--|
| Video | Media | 4,58 | 4,35 | 3,88 | 4,38 | 3,81 | 4,77 | 4,38 |
| | N | 26 | 26 | 26 | 26 | 26 | 26 | 26 |
| | Desviación estándar | 2,003 | 1,742 | 2,046 | 1,961 | 1,877 | 1,966 | 2,002 |
| GIF | Media | 4,42 | 3,96 | 4,42 | 3,88 | 3,27 | 5,08 | 4,88 |
| | N | 26 | 26 | 26 | 26 | 26 | 26 | 26 |
| | Desviación estándar | 1,528 | 1,637 | 1,362 | 1,336 | 1,511 | 1,719 | 1,774 |
| Imagen | Media | 3,92 | 3,96 | 3,76 | 3,68 | 3,44 | 4,56 | 4,64 |
| | N | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| | Desviación estándar | 1,412 | 1,457 | 1,589 | 1,249 | 1,325 | 1,446 | 1,524 |
| Total | Media | 4,31 | 4,09 | 4,03 | 3,99 | 3,51 | 4,81 | 4,64 |
| | N | 77 | 77 | 77 | 77 | 77 | 77 | 77 |
| | Desviación estándar | 1,672 | 1,607 | 1,693 | 1,560 | 1,586 | 1,717 | 1,769 |

Realizamos un ANOVA con las medias de las reacciones a cada tipo de publicación. La hipótesis nula es que no existen diferencias entre las medias de las reacciones según el tipo de formato. Vemos que ninguna de las significaciones es menor de 0,05, por lo que no hay diferencias significativas entre las medias y se acepta la hipótesis nula.

ANOVA

| | | Suma de cuadrados | gl | Media cuadrática | F | Sig. |
|--|------------------|-------------------|----|------------------|-------|------|
| Me ha gustado | Entre grupos | 5,987 | 2 | 2,994 | 1,073 | ,347 |
| | Dentro de grupos | 206,532 | 74 | 2,791 | | |
| | Total | 212,519 | 76 | | | |
| Me ha divertido | Entre grupos | 2,557 | 2 | 1,279 | ,488 | ,616 |
| | Dentro de grupos | 193,806 | 74 | 2,619 | | |
| | Total | 196,364 | 76 | | | |
| Me ha sorprendido | Entre grupos | 6,388 | 2 | 3,194 | 1,117 | ,333 |
| | Dentro de grupos | 211,560 | 74 | 2,859 | | |
| | Total | 217,948 | 76 | | | |
| Me ha entretenido | Entre grupos | 6,739 | 2 | 3,370 | 1,399 | ,253 |
| | Dentro de grupos | 178,248 | 74 | 2,409 | | |
| | Total | 184,987 | 76 | | | |
| Me ha interesado | Entre grupos | 3,933 | 2 | 1,966 | ,777 | ,464 |
| | Dentro de grupos | 187,314 | 74 | 2,531 | | |
| | Total | 191,247 | 76 | | | |
| Me ha parecido original | Entre grupos | 3,456 | 2 | 1,728 | ,580 | ,563 |
| | Dentro de grupos | 220,622 | 74 | 2,981 | | |
| | Total | 224,078 | 76 | | | |
| Es diferente a lo que estoy acostumbrada a ver | Entre grupos | 3,250 | 2 | 1,625 | ,513 | ,601 |
| | Dentro de grupos | 234,568 | 74 | 3,170 | | |
| | Total | 237,818 | 76 | | | |

ANEXO VI: ANOVA INFORMACIÓN DE PRODUCTO

ANOVA

Información productos

| | Suma de cuadrados | gl | Media cuadrática | F | Sig. |
|------------------|-------------------|----|------------------|-------|------|
| Entre grupos | 15,488 | 2 | 7,744 | 3,749 | ,028 |
| Dentro de grupos | 152,875 | 74 | 2,066 | | |
| Total | 168,364 | 76 | | | |

La hipótesis nula será que la cantidad de información del producto proporcionada por los distintos formatos es la misma. El nivel de significación es menor que 0,05, por lo que se rechaza la hipótesis nula y hay diferencias entre la cantidad de información del producto proporcionada por los diferentes formatos. Así, se comprueba la homogeneidad de la varianza.

Prueba de homogeneidad de varianzas

Información productos

| Estadístico de Levene | gl1 | gl2 | Sig. |
|-----------------------|-----|-----|------|
| 1,538 | 2 | 74 | ,222 |

Las varianzas de los diferentes escenarios son iguales, por lo que realizamos la prueba DMS.

Descriptivos

Información productos

| | N | Media | Desviación estándar | Error estándar | 95% del intervalo de confianza para la media | | Mínimo | Máximo |
|--------|----|-------|---------------------|----------------|--|-----------------|--------|--------|
| | | | | | Límite inferior | Límite superior | | |
| Vídeo | 26 | 4,46 | 1,630 | ,320 | 3,80 | 5,12 | 1 | 7 |
| GIF | 26 | 3,88 | 1,532 | ,300 | 3,27 | 4,50 | 1 | 7 |
| Imagen | 25 | 3,36 | 1,075 | ,215 | 2,92 | 3,80 | 1 | 6 |
| Total | 77 | 3,91 | 1,488 | ,170 | 3,57 | 4,25 | 1 | 7 |

Comparaciones múltiples

Variable dependiente: Información productos

DMS

| (I) Escenario | (J) Escenario | Diferencia de medias (I-J) | Error estándar | Sig. | Intervalo de confianza al 95% | |
|---------------|---------------|----------------------------|----------------|------|-------------------------------|-----------------|
| | | | | | Límite inferior | Límite superior |
| Vídeo | GIF | ,577 | ,399 | ,152 | -,22 | 1,37 |
| | Imagen | 1,102 [*] | ,403 | ,008 | ,30 | 1,90 |
| GIF | Vídeo | -,577 | ,399 | ,152 | -1,37 | ,22 |
| | Imagen | ,525 | ,403 | ,197 | -,28 | 1,33 |
| Imagen | Vídeo | -1,102 [*] | ,403 | ,008 | -1,90 | -,30 |
| | GIF | -,525 | ,403 | ,197 | -1,33 | ,28 |

*. La diferencia de medias es significativa en el nivel 0.05.

ANEXO VII: RECUERDO DE PRODUCTO

| PRODUCTO | PORCENTAJE DE RECUERDO |
|---------------------|------------------------|
| BARRA DE LABIOS | 61,5% |
| BASE DE MAQUILLAJE | 7,7% |
| BRILLO DE LABIOS | 50% |
| COLORETE | 42,3% |
| MÁSCARA DE PESTAÑAS | 19,2% |
| LÁPIZ DE OJOS | 19,2% |
| SOMBRA DE OJOS | 88,5% |

ANEXO VIII: ANOVA VALORES DE MARCA

| ANOVA | | | | | | |
|---------------|------------------|----------------------|----|---------------------|--------|------|
| | | Suma de cuadrados | gl | Media cuadrática | F | Sig. |
| Belleza | Entre grupos | 21,849 | 2 | 10,925 | 3,430 | ,038 |
| | Dentro de grupos | 235,683 | 74 | 3,185 | | |
| | Total | 257,532 | 76 | | | |
| Complicidad | Entre grupos | 47,687 | 2 | 23,843 | 10,406 | ,000 |
| | Dentro de grupos | 169,560 | 74 | 2,291 | | |
| | Total | 217,247 | 76 | | | |
| Confianza | Entre grupos | 33,554 | 2 | 16,777 | 8,294 | ,001 |
| | Dentro de grupos | 149,692 | 74 | 2,023 | | |
| | Total | 183,247 | 76 | | | |
| Diversión | Entre grupos | 9,240 | 2 | 4,620 | 2,041 | ,137 |
| | Dentro de grupos | 167,462 | 74 | 2,263 | | |
| | Total | 176,701 | 76 | | | |
| Emoción | Entre grupos | 18,172 | 2 | 9,086 | 4,328 | ,017 |
| | Dentro de grupos | 155,360 | 74 | 2,099 | | |
| | Total | 173,532 | 76 | | | |
| Experiencia | Entre grupos | 11,098 | 2 | 5,549 | 2,191 | ,119 |
| | Dentro de grupos | 187,422 | 74 | 2,533 | | |
| | Total | 198,519 | 76 | | | |
| Libertad | Entre grupos | 64,495 | 2 | 32,247 | 13,639 | ,000 |
| | Dentro de grupos | 174,960 | 74 | 2,364 | | |
| | Total | 239,455 | 76 | | | |
| Transparencia | Entre grupos | 42,623 | 2 | 21,312 | 8,643 | ,000 |
| | Dentro de grupos | 182,468 | 74 | 2,466 | | |
| | Total | 225,091 | 76 | | | |

La hipótesis nula es que no existen diferencias entre las medias de los valores en función del tipo de formato. En el análisis encontramos diferencias significativas en los valores “belleza”, “complicidad”, “confianza”, “emoción”, “libertad” y “transparencia”, por lo que se rechaza la hipótesis nula para esos valores y se acepta para “diversión” y “experiencia”. Se realiza la prueba de homogeneidad de varianzas para esas variables y se obtiene que las varianzas de los diferentes grupos son iguales para todas las variables salvo “complicidad”. Por tanto, se realiza una prueba DMS para todas y una prueba T2 de Tamhame para “complicidad”.

Comparaciones múltiples

DMS

| Variable dependiente | (I) Escenario | (J) Escenario | Diferencia de medias (I-J) | Error estándar | Sig. | Intervalo de confianza al 95% | |
|----------------------|---------------|---------------|----------------------------|----------------|------|-------------------------------|-----------------|
| | | | | | | Límite inferior | Límite superior |
| Belleza | Vídeo | GIF | ,462 | ,495 | ,354 | -,52 | 1,45 |
| | | Imagen | 1,294* | ,500 | ,012 | ,30 | 2,29 |
| | GIF | Vídeo | -,462 | ,495 | ,354 | -1,45 | ,52 |
| | | Imagen | ,832 | ,500 | ,100 | -,16 | 1,83 |
| | Imagen | Vídeo | -1,294* | ,500 | ,012 | -2,29 | -,30 |
| | | GIF | -,832 | ,500 | ,100 | -1,83 | ,16 |
| Confianza | Vídeo | GIF | 1,077* | ,394 | ,008 | ,29 | 1,86 |
| | | Imagen | 1,585* | ,398 | ,000 | ,79 | 2,38 |
| | GIF | Vídeo | -1,077* | ,394 | ,008 | -1,86 | -,29 |
| | | Imagen | ,508 | ,398 | ,207 | -,29 | 1,30 |
| | Imagen | Vídeo | -1,585* | ,398 | ,000 | -2,38 | -,79 |
| | | GIF | -,508 | ,398 | ,207 | -1,30 | ,29 |
| Emoción | Vídeo | GIF | ,846* | ,402 | ,039 | ,05 | 1,65 |
| | | Imagen | 1,148* | ,406 | ,006 | ,34 | 1,96 |
| | GIF | Vídeo | -,846* | ,402 | ,039 | -1,65 | -,05 |
| | | Imagen | ,302 | ,406 | ,460 | -,51 | 1,11 |
| | Imagen | Vídeo | -1,148* | ,406 | ,006 | -1,96 | -,34 |
| | | GIF | -,302 | ,406 | ,460 | -1,11 | ,51 |
| Libertad | Vídeo | GIF | 1,692* | ,426 | ,000 | ,84 | 2,54 |
| | | Imagen | 2,117* | ,431 | ,000 | 1,26 | 2,98 |
| | GIF | Vídeo | -1,692* | ,426 | ,000 | -2,54 | -,84 |
| | | Imagen | ,425 | ,431 | ,327 | -,43 | 1,28 |
| | Imagen | Vídeo | -2,117* | ,431 | ,000 | -2,98 | -1,26 |
| | | GIF | -,425 | ,431 | ,327 | -1,28 | ,43 |
| Transparencia | Vídeo | GIF | 1,000* | ,436 | ,025 | ,13 | 1,87 |
| | | Imagen | 1,825* | ,440 | ,000 | ,95 | 2,70 |
| | GIF | Vídeo | -1,000* | ,436 | ,025 | -1,87 | -,13 |
| | | Imagen | ,825 | ,440 | ,065 | -,05 | 1,70 |
| | Imagen | Vídeo | -1,825* | ,440 | ,000 | -2,70 | -,95 |
| | | GIF | -,825 | ,440 | ,065 | -1,70 | ,05 |

*. La diferencia de medias es significativa en el nivel 0.05.

Prueba de homogeneidad de varianzas

| | Estadístico de Levene | gl1 | gl2 | Sig. |
|---------------|-----------------------|-----|-----|------|
| Belleza | 1,175 | 2 | 74 | ,314 |
| Complicidad | 3,689 | 2 | 74 | ,030 |
| Confianza | 2,816 | 2 | 74 | ,066 |
| Emoción | 3,056 | 2 | 74 | ,053 |
| Libertad | 1,486 | 2 | 74 | ,233 |
| Transparencia | 1,356 | 2 | 74 | ,264 |

Comparaciones múltiples

Variable dependiente: Complicidad

Tamhane

| (I) Escenario | (J) Escenario | Diferencia de medias (I-J) | Error estándar | Sig. | Intervalo de confianza al 95% | |
|---------------|---------------|----------------------------|----------------|------|-------------------------------|-----------------|
| | | | | | Límite inferior | Límite superior |
| Vídeo | GIF | 1,462 [*] | ,456 | ,007 | ,33 | 2,59 |
| | Imagen | 1,817 [*] | ,436 | ,000 | ,73 | 2,90 |
| GIF | Vídeo | -1,462 [*] | ,456 | ,007 | -2,59 | -,33 |
| | Imagen | ,355 | ,364 | ,704 | -,54 | 1,26 |
| Imagen | Vídeo | -1,817 [*] | ,436 | ,000 | -2,90 | -,73 |
| | GIF | -,355 | ,364 | ,704 | -1,26 | ,54 |

*. La diferencia de medias es significativa en el nivel 0.05.

ANEXO IX: ANOVA INTERÉS POR SEPHORA SEGÚN FORMATO

El nivel de significación es mayor de 0,05, por lo que se acepta la hipótesis nula de la no existencia de relación entre el interés demostrado por la marca y el formato de publicación.

ANOVA

Siento mayor interés por Sephora

| | Suma de cuadrados | gl | Media cuadrática | F | Sig. |
|------------------|-------------------|----|------------------|------|------|
| Entre grupos | 4,349 | 2 | 2,174 | ,724 | ,488 |
| Dentro de grupos | 222,352 | 74 | 3,005 | | |
| Total | 226,701 | 76 | | | |

ANEXO X: TABLA CRUZADA TRÁFICO WEB Y FORMATO DE PUBLICACIÓN

Tabla cruzada Clic en enlace*Escenario

| | | | Escenario | | | Total |
|----------------|-------|-----------------------|-----------|--------|--------|--------|
| | | | Video | GIF | Imagen | |
| Clic en enlace | NO | Recuento | 9 | 20 | 19 | 48 |
| | | % dentro de Escenario | 34,6% | 76,9% | 76,0% | 62,3% |
| | | Residuo corregido | -3,6 | 1,9 | 1,7 | |
| | SI | Recuento | 17 | 6 | 6 | 29 |
| | | % dentro de Escenario | 65,4% | 23,1% | 24,0% | 37,7% |
| | | Residuo corregido | 3,6 | -1,9 | -1,7 | |
| | Total | Recuento | 26 | 26 | 25 | 77 |
| | | % dentro de Escenario | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Pruebas de chi-cuadrado

| | Valor | gl | Significación asintótica (bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|--|
| Chi-cuadrado de Pearson | 12,854 ^a | 2 | ,002 |
| Razón de verosimilitud | 12,821 | 2 | ,002 |
| Asociación lineal por lineal | 9,305 | 1 | ,002 |
| N de casos válidos | 77 | | |

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 9,42.

Se rechaza la hipótesis nula de que no existe relación entre el tipo de publicación y la predisposición a visitar un enlace que aparece en la misma. Por lo tanto, sí que existe relación entre las variables.

ANEXO XI: ANOVA BOCA-OÍDO SEGÚN FORMATO

La hipótesis nula es que la intención de realizar boca-oído es la misma tras ver los distintos tipos de publicación.

Aceptamos H_0 , ya que $p=0,696$. Por lo tanto, no existen diferencias en la intención de recomendar Sephora a amigos y familiares tras observar los distintos formatos de publicación.

ANOVA

Siento mayor intención de recomendar Sephora a mis amigos

| | Suma de cuadrados | gl | Media cuadrática | F | Sig. |
|------------------|----------------------|----|---------------------|------|------|
| Entre grupos | 1,954 | 2 | ,977 | ,364 | ,696 |
| Dentro de grupos | 198,409 | 74 | 2,681 | | |
| Total | 200,364 | 76 | | | |

ANEXO XII: ANOVA INTENCIÓN DE COMPRA SEGÚN FORMATO

La hipótesis nula es que la intención de compra que muestran las encuestadas tras ver los distintos tipos de formato es la misma.

El nivel de significación es mayor que 0,05, por lo que la diferencia entre tipos de formato no es significativa estadísticamente, y se acepta la hipótesis nula.

ANOVA

Siento mayor intención de comprar en Sephora

| | Suma de cuadrados | gl | Media cuadrática | F | Sig. |
|------------------|----------------------|----|---------------------|------|------|
| Entre grupos | 5,061 | 2 | 2,530 | ,935 | ,397 |
| Dentro de grupos | 200,186 | 74 | 2,705 | | |
| Total | 205,247 | 76 | | | |