

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta compra de vino online

Soy estudiante de la Universidad de Zaragoza y estoy realizando mi Trabajo de Fin de Grado sobre el comportamiento de compra online de vino. Para ello necesito su colaboración contestando a las siguientes preguntas.

Gracias por su colaboración.

1. ¿Qué tipo de vino consume con más frecuencia?
 - Tinto
 - Blanco
 - Rosado
 - Espumoso (Cava, Champagne)
 - Ninguno
2. Indique la importancia que tienen para usted los siguientes atributos a la hora de elegir un vino, desde 1 “Nada importante” hasta 7 “Muy importante”.

	1	2	3	4	5	6	7
Tipo de vino							
Denominación de origen							
Precio							
Tipo de crianza							
Marca/Bodega							
Cuerpo (consistencia)							
Aroma							
Sabor							
Año/Cosecha							
Premios							
Nombre y variedad							

3. ¿Con qué frecuencia se compra vino en su hogar?
 - Una vez a la semana
 - Una vez al mes
 - Nunca
4. Indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones, desde 1 “Totalmente en desacuerdo” hasta 7 “Totalmente de acuerdo”.

	1	2	3	4	5	6	7
Soy experto en vinos							
Me interesa el mundo del							

Comodidad							
Buenos precios							
Ahorro tiempo							
Variedad de productos							
Confianza en las webs							
Tienda física lejos							
Navegando encuentro algo interesante							
Solo se puede comprar online el vino que me gusta							
Entrega rápida							
Hay más ofertas							
Puedo comparar fácilmente precios							
Accedo a vinos poco conocidos							
Accedo a añadas antiguas							
Accedo a vinos de bodegas pequeñas							
Vinos de más calidad							
Obtengo información de otros consumidores							
Obtengo información de expertos							
Accedo a distintos formatos de botella							

(magnun)							
Conservación correcta de los vinos							

9. Indique su grado de acuerdo con las siguientes frases, desde 1 “Totalmente en desacuerdo” hasta 7 “Totalmente de acuerdo.”

	1	2	3	4	5	6	7
Normalmente, compro vino online en las webs de las bodegas							
Normalmente, compro vino online en las webs de supermercados/hipermercados							
Normalmente, compro vino online en las webs de tiendas especializadas							
Normalmente, compro vino online en las plataformas especializadas en vinos							
Me recomendaron la web en la que suelo comprar							
Descubrí la web en la que suelo comprar navegando por internet							
Compro siempre en la misma web							
Me da igual la página, busco mi vino favorito							
Normalmente, compro desde la tablet							
Normalmente, compro desde el ordenador							
Normalmente, compro desde el móvil							
Suelo pagar mediante Pay Pal							
Suelo pagar mediante tarjeta de crédito							
Suelo pagar mediante transferencia							
Suelo pagar en efectivo/contrareembolso							

→GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

10. Sexo

- Mujer
- Hombre

11. Edad

- 18-29 años
- 30-39 años

- 40-59 años
- 50-59 años
- Más de 60 años

12. Nivel de estudios

- Sin estudios
- Estudios primarios
- Estudios secundarios
- Estudios universitarios

Anexo 2: Tablas de contingencia sexo y edad con el tipo de vino.

Tabla 1. Tabla cruzada sexo y tipo de vino

			P10 Sexo		Total
			1,00 Mujer	2,00 Hombre	
P1 Tipo de vino	1,00 Tinto	Recuento	65	53	118
		Residuo estándar	-1,4	2,0	
		Residuo corregido	-3,9	3,9	
	2,00 Blanco	Recuento	48	9	57
		Residuo estándar	1,7	-2,4	
		Residuo corregido	3,5	-3,5	
	3,00 Rosado	Recuento	3	1	4
		Residuo estándar	,2	-,3	
		Residuo corregido	,4	-,4	
	4,00 Espumoso (Cava, Champagne)	Recuento	2	1	3
		Residuo estándar	,0	,0	
		Residuo corregido	,0	,0	
	5,00 Ninguno	Recuento	8	2	10
		Residuo estándar	,6	-,8	
		Residuo corregido	1,0	-1,0	
Total		Recuento	126	66	192

Tabla 2. Prueba chi-cuadrado para tipo de vino y sexo

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	15,613 ^a	4	,004
Razón de verosimilitud	16,692	4	,002
Asociación lineal por lineal	6,774	1	,009
N de casos válidos	192		

a. 5 casillas (50,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,03.

Tabla 3. Tabla cruzada edad y tipo de vino

			P11 Edad					Total
			1,00 18-30	2,00 30-40	3,00 40-50	4,00 50-60	5,00 Más de 60	
P1 Tipo de vino	1,00 Tinto	Recuento	21	28	8	28	33	118
		Residuo estándar	-2,9	1,2	,0	1,2	1,3	
		Residuo corregido	-5,8	2,2	,0	2,2	2,3	
	2,00 Blanco	Recuento	36	6	3	4	8	57
		Residuo estándar	3,9	-1,4	-4	-2,0	-1,3	
		Residuo corregido	5,7	-1,9	-5	-2,7	-1,8	
	3,00 Rosado	Recuento	2	1	0	1	0	4
		Residuo estándar	,6	,3	-,5	,3	-,9	
		Residuo corregido	,7	,3	-,5	,3	-1,1	
	4,00 Espumoso (Cava, Champagne)	Recuento	0	1	0	0	2	3
		Residuo estándar	-1,0	,6	-,5	-,8	1,6	
		Residuo corregido	-1,2	,7	-,5	-,8	1,9	
	5,00 Ninguno	Recuento	5	0	2	3	0	10
		Residuo estándar	,9	-1,4	1,6	,8	-1,5	
		Residuo corregido	1,1	-1,6	1,7	,9	-1,7	
Total		Recuento	64	36	13	36	43	192

Tabla 4. Prueba chi-cuadrado para tipo de vino y edad

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	51,327 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	56,428	16	,000
Asociación lineal por lineal	7,300	1	,007
N de casos válidos	192		

a. 16 casillas (64,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,20.

Anexo 3: Comparación de medias entre sexo y edad y lista de atributos.

Tabla 5. Estadísticas de grupo para sexo y atributos

Estadísticas de grupo

	P10 Sexo	N	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
P2_1	1,00 Mujer	126	4,9683	1,95115	,17382
	2,00 Hombre	66	4,8939	1,71086	,21059
P2_2	1,00 Mujer	126	4,4762	1,91714	,17079
	2,00 Hombre	66	4,7576	1,74586	,21490
P2_3	1,00 Mujer	126	4,5952	1,86410	,16607
	2,00 Hombre	66	4,6364	1,68830	,20782
P2_4	1,00 Mujer	126	4,0079	1,95344	,17403
	2,00 Hombre	66	4,1970	1,59055	,19578
P2_5	1,00 Mujer	126	4,1905	1,83178	,16319
	2,00 Hombre	66	4,0152	1,52409	,18760
P2_6	1,00 Mujer	126	3,8651	1,93640	,17251
	2,00 Hombre	66	4,0152	1,58350	,19491
P2_7	1,00 Mujer	126	4,2619	2,02851	,18071
	2,00 Hombre	66	4,2273	1,66221	,20460
P2_8	1,00 Mujer	126	5,2619	2,07144	,18454
	2,00 Hombre	66	5,0303	1,69133	,20819
P2_9	1,00 Mujer	126	3,8810	1,93332	,17223
	2,00 Hombre	66	3,7727	1,68975	,20799
P2_10	1,00 Mujer	126	4,0317	1,82838	,16289
	2,00 Hombre	66	3,9697	1,62641	,20020
P2_11	1,00 Mujer	126	3,0873	1,99608	,17782
	2,00 Hombre	66	3,0909	1,48560	,18286

Tabla 6. Prueba T sexo y atributos

		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
P2_1	Se asumen varianzas iguales	1,613	,206	,261	190	,794	,07431	,28451	-4,8689	,63552
	No se asumen varianzas iguales			,272	148,012	,786	,07431	,27306	-4,6529	,61392
P2_2	Se asumen varianzas iguales	1,642	,202	-,995	190	,321	-,28139	,28267	-,83896	,27619
	No se asumen varianzas iguales			-1,025	143,313	,307	-,28139	,27450	-,82398	,26121
P2_3	Se asumen varianzas iguales	1,419	,235	-,150	190	,881	-,04113	,27440	-,58239	,50013
	No se asumen varianzas iguales			-,155	143,988	,877	-,04113	,26602	-,56693	,48468
P2_4	Se asumen varianzas iguales	3,846	,051	-,677	190	,499	-,18903	,27918	-,73973	,36167
	No se asumen varianzas iguales			-,722	157,246	,472	-,18903	,26195	-,70642	,32835
P2_5	Se asumen varianzas iguales	4,278	,040	,666	190	,506	,17532	,26328	-,34399	,69464
	No se asumen varianzas iguales			,705	154,564	,482	,17532	,24865	-,31586	,66651
P2_6	Se asumen varianzas iguales	3,998	,047	-,542	190	,589	-,15007	,27706	-,69657	,39643
	No se asumen varianzas iguales			-,577	156,712	,565	-,15007	,26029	-,66420	,36406
P2_7	Se asumen varianzas iguales	6,064	,015	,119	190	,905	,03463	,29039	-,53817	,60743
	No se asumen varianzas iguales			,127	156,459	,899	,03463	,27298	-,50458	,57384
P2_8	Se asumen varianzas iguales	7,920	,005	,782	190	,435	,23160	,29626	-,35278	,81598
	No se asumen varianzas iguales			,832	156,901	,406	,23160	,27820	-,31790	,78111
P2_9	Se asumen varianzas iguales	4,326	,039	,384	190	,701	,10823	,28165	-,44734	,66379
	No se asumen varianzas iguales			,401	148,416	,689	,10823	,27005	-,42541	,64186
P2_10	Se asumen varianzas iguales	3,454	,065	,232	190	,817	,06205	,26772	-,46603	,59013
	No se asumen varianzas iguales			,240	146,222	,810	,06205	,25809	-,44802	,57212
P2_11	Se asumen varianzas iguales	15,243	,000	-,013	190	,990	-,00361	,27920	-,55433	,54712
	No se asumen varianzas iguales			-,014	167,958	,989	-,00361	,25507	-,50716	,49995

Tabla 7. Anova para edad y atributos

ANOVA						
		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
P2_1	Entre grupos	12,510	4	3,128	,894	,468
	Dentro de grupos	653,859	187	3,497		
	Total	666,370	191			
P2_2	Entre grupos	3,257	4	,814	,232	,920
	Dentro de grupos	657,722	187	3,517		
	Total	660,979	191			
P2_3	Entre grupos	17,253	4	4,313	1,339	,257
	Dentro de grupos	602,450	187	3,222		
	Total	619,703	191			
P2_4	Entre grupos	14,488	4	3,622	1,078	,369
	Dentro de grupos	628,492	187	3,361		
	Total	642,979	191			
P2_5	Entre grupos	7,693	4	1,923	,638	,636
	Dentro de grupos	564,052	187	3,016		
	Total	571,745	191			
P2_6	Entre grupos	21,767	4	5,442	1,666	,160
	Dentro de grupos	610,900	187	3,267		
	Total	632,667	191			
P2_7	Entre grupos	10,434	4	2,609	,714	,584
	Dentro de grupos	683,566	187	3,655		
	Total	694,000	191			
P2_8	Entre grupos	29,528	4	7,382	1,986	,098
	Dentro de grupos	695,091	187	3,717		
	Total	724,620	191			
P2_9	Entre grupos	12,869	4	3,217	,939	,442
	Dentro de grupos	640,444	187	3,425		
	Total	653,312	191			
P2_10	Entre grupos	2,570	4	,643	,205	,936
	Dentro de grupos	587,409	187	3,141		
	Total	589,979	191			
P2_11	Entre grupos	2,634	4	,658	,193	,942
	Dentro de grupos	638,861	187	3,416		
	Total	641,495	191			

Anexo 4: Comparación de media entre edad y sexo con perfil consumidor.

Tabla 8. Estadísticos sexo y perfil consumidor

Estadísticas de grupo					
	P10 Sexo	N	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
P4_1	1,00 Mujer	126	2,5238	1,51110	,13462
	2,00 Hombre	66	2,4545	1,24260	,15295
P4_2	1,00 Mujer	126	3,2778	1,90426	,16965
	2,00 Hombre	66	3,9242	1,72145	,21190
P4_3	1,00 Mujer	126	4,1905	2,05802	,18334
	2,00 Hombre	66	4,6970	1,73622	,21371
P4_4	1,00 Mujer	126	3,0952	1,71314	,15262
	2,00 Hombre	66	3,1061	1,60891	,19804
P4_5	1,00 Mujer	126	3,6032	2,01228	,17927
	2,00 Hombre	66	4,0000	1,98456	,24428
P4_6	1,00 Mujer	126	3,1270	1,98387	,17674
	2,00 Hombre	66	3,6818	2,03930	,25102
P4_7	1,00 Mujer	126	4,3333	2,06301	,18379
	2,00 Hombre	66	4,4697	1,82478	,22462

Tabla 9. Prueba T sexo y perfil consumidor

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
P4_1	Se asumen varianzas iguales	2,045	,154	,320	190	,749	,06926	,21652	-,35782	,49635
	No se asumen varianzas iguales			,340	156,023	,734	,06926	,20376	-,33322	,47174
P4_2	Se asumen varianzas iguales	1,128	,290	-2,308	190	,022	-,64646	,28016	-1,19908	-,09385
	No se asumen varianzas iguales			-2,382	144,220	,019	-,64646	,27144	-1,18298	-,10995
P4_3	Se asumen varianzas iguales	5,472	,020	-1,706	190	,090	-,50649	,29689	-1,09212	,07913
	No se asumen varianzas iguales			-1,799	152,836	,074	-,50649	,28158	-1,06279	,04980
P4_4	Se asumen varianzas iguales	,008	,930	-,042	190	,966	-,01082	,25500	-,51382	,49217
	No se asumen varianzas iguales			-,043	139,538	,966	-,01082	,25003	-,50515	,48351
P4_5	Se asumen varianzas iguales	,010	,921	-1,304	190	,194	-,39683	,30433	-,99712	,20347
	No se asumen varianzas iguales			-1,310	133,699	,193	-,39683	,30300	-,99612	,20247
P4_6	Se asumen varianzas iguales	,448	,504	-1,823	190	,070	-,55483	,30435	-1,15518	,04551
	No se asumen varianzas iguales			-1,807	128,940	,073	-,55483	,30700	-1,16224	,05257
P4_7	Se asumen varianzas iguales	1,632	,203	-,452	190	,652	-,13636	,30157	-,73123	,45850
	No se asumen varianzas iguales									

Tabla 10. Anova edad y perfil consumidor

ANOVA						
		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
P4_1	Entre grupos	2,773	4	,693	,338	,852
	Dentro de grupos	383,227	187	2,049		
	Total	386,000	191			
P4_2	Entre grupos	35,359	4	8,840	2,630	,036
	Dentro de grupos	628,641	187	3,362		
	Total	664,000	191			
P4_3	Entre grupos	28,449	4	7,112	1,878	,116
	Dentro de grupos	708,030	187	3,786		
	Total	736,479	191			
P4_4	Entre grupos	6,796	4	1,699	,601	,662
	Dentro de grupos	528,324	187	2,825		
	Total	535,120	191			
P4_5	Entre grupos	17,286	4	4,321	1,075	,370
	Dentro de grupos	751,693	187	4,020		
	Total	768,979	191			
P4_6	Entre grupos	22,001	4	5,500	1,365	,248
	Dentro de grupos	753,619	187	4,030		
	Total	775,620	191			
P4_7	Entre grupos	14,375	4	3,594	,914	,457
	Dentro de grupos	734,870	187	3,930		
	Total	749,245	191			

Anexo 5: Comparación media para sexo y edad con características tiendas físicas.

Tabla 11. Estadísticas de grupo sexo y características tiendas físicas.

Estadísticas de grupo

P10 Sexo	N	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
P7_1 1,00 Mujer	109	4,8899	2,16598	,20746
2,00 Hombre	41	4,4878	2,01398	,31453
P7_2 1,00 Mujer	109	4,3578	2,15820	,20672
2,00 Hombre	41	3,5610	1,88479	,29435
P7_3 1,00 Mujer	109	4,0459	2,15331	,20625
2,00 Hombre	41	3,5366	1,68964	,26388
P7_4 1,00 Mujer	109	4,3486	2,15328	,20625
2,00 Hombre	41	4,0244	1,96835	,30740
P7_5 1,00 Mujer	109	3,8532	1,95233	,18700
2,00 Hombre	41	3,8293	1,67186	,26110
P7_6 1,00 Mujer	109	3,4037	2,02813	,19426
2,00 Hombre	41	2,7561	1,88123	,29380
P7_7 1,00 Mujer	109	3,7982	2,00822	,19235
2,00 Hombre	41	3,1707	1,62638	,25400
P7_8 1,00 Mujer	109	4,4679	2,12816	,20384
2,00 Hombre	41	4,2927	1,87409	,29268
P7_9 1,00 Mujer	109	4,4771	2,16280	,20716
2,00 Hombre	41	4,2927	1,84721	,28849

Tabla 12. Prueba T sexo y características tiendas físicas.

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
P7_1 Se asumen varianzas iguales	,573	,450	1,032	148	,304	,40210	,38949	-,36758	1,17179
No se asumen varianzas iguales			1,067	76,980	,289	,40210	,37679	-,34818	1,15239
P7_2 Se asumen varianzas iguales	2,117	,148	2,083	148	,039	,79682	,38251	,04094	1,55270
No se asumen varianzas iguales			2,215	81,814	,030	,79682	,35969	,08126	1,51239
P7_3 Se asumen varianzas iguales	6,345	,013	1,364	148	,175	,50929	,37345	-,22870	1,24727
No se asumen varianzas iguales			1,521	91,196	,132	,50929	,33492	-,15597	1,17454
P7_4 Se asumen varianzas iguales	1,165	,282	,841	148	,402	,32423	,38563	-,43782	1,08629
No se asumen varianzas iguales			,876	78,245	,384	,32423	,37018	-,41271	1,06117
P7_5 Se asumen varianzas iguales	2,738	,100	,069	148	,945	,02394	,34455	-,65693	,70481
No se asumen varianzas iguales			,075	83,429	,941	,02394	,32116	-,61478	,66266
P7_6 Se asumen varianzas iguales	1,745	,189	1,777	148	,078	,64757	,36449	-,07270	1,36785
No se asumen varianzas iguales			1,839	77,158	,070	,64757	,35221	-,05375	1,34890
P7_7 Se asumen varianzas iguales	5,082	,026	1,791	148	,075	,62743	,35039	-,06498	1,31985
No se asumen varianzas iguales			1,969	88,282	,052	,62743	,31861	-,00572	1,26058
P7_8 Se asumen varianzas iguales	1,546	,216	,464	148	,644	,17521	,37788	-,57152	,92194
No se asumen varianzas iguales			,491	81,144	,625	,17521	,35667	-,53444	,88485
P7_9 Se asumen varianzas iguales	3,398	,067	,483	148	,630	,18438	,38148	-,56947	,93823
No se asumen varianzas iguales			,519	83,650	,605	,18438	,35516	-,52194	,89070

Tabla 13. Anova edad y características tiendas físicas

ANOVA						
		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
P7_1	Entre grupos	47,381	4	11,845	2,742	,031
	Dentro de grupos	626,359	145	4,320		
	Total	673,740	149			
P7_2	Entre grupos	14,578	4	3,644	,814	,518
	Dentro de grupos	649,482	145	4,479		
	Total	664,060	149			
P7_3	Entre grupos	24,858	4	6,215	1,507	,203
	Dentro de grupos	597,835	145	4,123		
	Total	622,693	149			
P7_4	Entre grupos	31,244	4	7,811	1,805	,131
	Dentro de grupos	627,616	145	4,328		
	Total	658,860	149			
P7_5	Entre grupos	50,632	4	12,658	3,882	,005
	Dentro de grupos	472,842	145	3,261		
	Total	523,473	149			
P7_6	Entre grupos	36,043	4	9,011	2,324	,059
	Dentro de grupos	562,251	145	3,878		
	Total	598,293	149			
P7_7	Entre grupos	9,183	4	2,296	,612	,655
	Dentro de grupos	543,910	145	3,751		
	Total	553,093	149			
P7_8	Entre grupos	14,731	4	3,683	,867	,485
	Dentro de grupos	615,809	145	4,247		
	Total	630,540	149			
P7_9	Entre grupos	8,742	4	2,186	,500	,736
	Dentro de grupos	633,951	145	4,372		
	Total	642,693	149			

Anexo 6: Comparación de medias de sexo y edad con características medio online.

Tabla 14. Estadísticas de grupo de sexo y características medio online

Estadísticas de grupo					
	Sexo	N	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
Comodidad	Mujer	17	5,4706	2,00367	,48596
	Hombre	25	4,7200	2,22711	,44542
Buenos precios	Mujer	17	4,9412	1,91933	,46551
	Hombre	25	4,6800	1,72530	,34506
Ahorro tiempo	Mujer	17	5,4706	1,66274	,40327
	Hombre	25	4,6800	2,26789	,45358
Variedad	Mujer	17	5,0588	2,04544	,49609
	Hombre	25	4,5200	2,20076	,44015
Confianza webs	Mujer	17	4,1176	1,79869	,43625
	Hombre	25	3,6400	1,65529	,33106
Tienda física lejos	Mujer	17	3,5294	2,37481	,57598
	Hombre	25	3,2800	1,72047	,34409
Navegar interesante	Mujer	17	3,7647	2,30568	,55921
	Hombre	25	4,1200	1,98578	,39716
Solo online vino	Mujer	17	3,4706	2,15400	,52242
	Hombre	25	3,2400	1,87705	,37541
Entrega rápida	Mujer	17	4,4118	2,23771	,54272
	Hombre	25	3,8000	1,87083	,37417
Más ofertas	Mujer	17	5,0000	1,93649	,46967
	Hombre	25	4,4000	2,06155	,41231
Comparar precios	Mujer	17	4,4118	2,31999	,56268
	Hombre	25	4,5200	1,98158	,39632
Vinos poco conocidos	Mujer	17	4,4706	2,21127	,53631
	Hombre	25	4,7200	1,86011	,37202
Añadas antiguas	Mujer	17	3,7647	2,30568	,55921
	Hombre	25	3,3600	1,82300	,36460
Vinos bodegas pequeñas	Mujer	17	4,7059	2,02376	,49083
	Hombre	25	4,2400	1,92094	,38419
Vinos más calidad	Mujer	17	3,1765	2,00734	,48685
	Hombre	25	3,8800	1,83303	,36661
Información consumidores	Mujer	17	4,2941	2,22948	,54073
	Hombre	25	3,6400	1,46856	,29371
Información expertos	Mujer	17	4,5882	2,18114	,52900
	Hombre	25	4,1600	1,81842	,36368
Distintos formatos botellas	Mujer	17	3,6471	2,39638	,58121
	Hombre	25	3,6000	1,82574	,36515
Conservación correcta	Mujer	17	4,1176	2,28808	,55494
	Hombre	25	3,5200	1,66132	,33226

Tabla 15. Prueba T para sexo y características medio online

		Prueba de Levene de calidad de varianzas		pruebat 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
Comodidad	Se asumen varianzas iguales	,603	,442	1,115	40	,271	,75059	,67290	-6,0940	2,11057
	No se asumen varianzas iguales			1,139	36,841	,262	,75059	,65921	-5,8529	2,08647
Buenos precios	Se asumen varianzas iguales	,568	,455	,460	40	,648	,26118	,56755	-8,8589	1,40825
	No se asumen varianzas iguales			,451	31,977	,655	,26118	,57945	-9,1916	1,44151
Ahorro tiempo	Se asumen varianzas iguales	2,929	,095	1,228	40	,227	,79059	,64363	-5,1023	2,09141
	No se asumen varianzas iguales			1,303	39,715	,200	,79059	,60693	-4,3634	2,01751
Variedad	Se asumen varianzas iguales	,018	,894	,801	40	,428	,53882	,67273	-8,2081	1,89846
	No se asumen varianzas iguales			,812	36,165	,422	,53882	,66320	-8,0601	1,88365
Confianza webs	Se asumen varianzas iguales	,034	,855	,886	40	,381	,47765	,53885	-6,1140	1,56670
	No se asumen varianzas iguales			,872	32,540	,389	,47765	,54764	-6,3714	1,59243
Tienda física lejos	Se asumen varianzas iguales	4,617	,038	,395	40	,695	,24941	,63122	-1,02634	1,52516
	No se asumen varianzas iguales			,372	27,153	,713	,24941	,67093	-1,12686	1,62568
Navegar interesante	Se asumen varianzas iguales	1,008	,321	-,533	40	,597	-,35529	,66630	-1,70195	,99136
	No se asumen varianzas iguales			-,518	30,960	,608	-,35529	,68589	-1,75426	1,04367
Solo online vino	Se asumen varianzas iguales	1,068	,308	,368	40	,715	,23059	,62635	-1,03532	1,49649
	No se asumen varianzas iguales			,358	31,238	,722	,23059	,64332	-1,08106	1,54224
Entrega rápida	Se asumen varianzas iguales	2,979	,092	,961	40	,342	,61176	,63676	-6,7518	1,89871
	No se asumen varianzas iguales			,928	30,266	,361	,61176	,65920	-7,3401	1,95754
Más ofertas	Se asumen varianzas iguales	,223	,639	,948	40	,349	,60000	,63264	-6,7862	1,87862
	No se asumen varianzas iguales			,960	35,935	,343	,60000	,62497	-6,6758	1,86758
Comparar precios	Se asumen varianzas iguales	1,393	,245	-,162	40	,872	-,10824	,66752	-1,45735	1,24088
	No se asumen varianzas iguales			-,157	30,765	,876	-,10824	,68824	-1,51235	1,29588
Vinos poco conocidos	Se asumen varianzas iguales	1,305	,260	-,395	40	,695	-,24941	,63122	-1,52516	1,02634
	No se asumen varianzas iguales			-,382	30,408	,705	-,24941	,65271	-1,58167	1,08285
Añadas antiguas	Se asumen varianzas iguales	2,182	,147	,634	40	,530	,40471	,63812	-8,8499	1,69440
	No se asumen varianzas iguales			,606	29,001	,549	,40471	,66757	-9,6063	1,77004
Vinos bodegas pequeñas	Se asumen varianzas iguales	,041	,840	,755	40	,455	,46588	,61700	-7,8113	1,71289
	No se asumen varianzas iguales			,747	33,282	,460	,46588	,62331	-8,0185	1,73361
Vinos más calidad	Se asumen varianzas iguales	,047	,830	-,175	40	,247	-,70353	,59876	-1,91366	,50660
	No se asumen varianzas iguales			-,154	32,354	,257	-,70353	,60945	-1,94440	,53734
Información consumidores	Se asumen varianzas iguales	6,008	,019	1,149	40	,258	,65412	,56953	-4,9694	1,80518
	No se asumen varianzas iguales			1,063	25,362	,298	,65412	,61535	-6,1230	1,92054
Información expertos	Se asumen varianzas iguales	,849	,362	,691	40	,494	,42824	,61978	-8,2438	1,68085
	No se asumen varianzas iguales			,667	30,201	,510	,42824	,64196	-8,8245	1,73892
Distintos formatos botellas	Se asumen varianzas iguales	3,255	,079	,072	40	,943	,04706	,65165	-1,26998	1,36410
	No se asumen varianzas iguales			,069	28,195	,946	,04706	,68639	-1,35852	1,45263
Conservación correcta	Se asumen varianzas iguales	5,251	,027	,982	40	,332	,59765	,60877	-6,3272	1,82802
	No se asumen varianzas iguales			,924	27,198	,364	,59765	,64681	-7,2904	1,92433

Tabla 16. Anova edad y características medio online

ANOVA						
		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Comodidad	Entre grupos	20,878	4	5,219	1,149	,349
	Dentro de grupos	168,098	37	4,543		
	Total	188,976	41			
Buenos precios	Entre grupos	14,031	4	3,508	1,109	,367
	Dentro de grupos	117,041	37	3,163		
	Total	131,071	41			
Ahorro tiempo	Entre grupos	19,879	4	4,970	1,193	,330
	Dentro de grupos	154,121	37	4,165		
	Total	174,000	41			
Variedad	Entre grupos	37,502	4	9,375	2,334	,074
	Dentro de grupos	148,617	37	4,017		
	Total	186,119	41			
Confianza webs	Entre grupos	8,042	4	2,011	,665	,620
	Dentro de grupos	111,791	37	3,021		
	Total	119,833	41			
Tienda física lejos	Entre grupos	9,821	4	2,455	,597	,667
	Dentro de grupos	152,084	37	4,110		
	Total	161,905	41			
Navegar interesante	Entre grupos	24,654	4	6,163	1,459	,234
	Dentro de grupos	156,322	37	4,225		
	Total	180,976	41			
Solo online vino	Entre grupos	12,112	4	3,028	,761	,557
	Dentro de grupos	147,221	37	3,979		
	Total	159,333	41			
Entrega rápida	Entre grupos	17,321	4	4,330	1,064	,388
	Dentro de grupos	150,584	37	4,070		
	Total	167,905	41			
Más ofertas	Entre grupos	12,116	4	3,029	,730	,577
	Dentro de grupos	153,527	37	4,149		
	Total	165,643	41			
Comparar precios	Entre grupos	21,371	4	5,343	1,242	,310
	Dentro de grupos	159,105	37	4,300		
	Total	180,476	41			
Vinos poco conocidos	Entre grupos	19,599	4	4,900	1,274	,298
	Dentro de grupos	142,306	37	3,846		
	Total	161,905	41			
Añadas antiguas	Entre grupos	16,128	4	4,032	,992	,424
	Dentro de grupos	150,348	37	4,063		
	Total	166,476	41			
Vinos bodegas pequeñas	Entre grupos	15,440	4	3,860	1,014	,413
	Dentro de grupos	140,846	37	3,807		
	Total	156,286	41			
Vinos más calidad	Entre grupos	6,932	4	1,733	,448	,773
	Dentro de grupos	143,187	37	3,870		
	Total	150,119	41			
Información consumidores	Entre grupos	13,626	4	3,406	1,033	,403
	Dentro de grupos	121,993	37	3,297		
	Total	135,619	41			
Información expertos	Entre grupos	11,218	4	2,805	,710	,590
	Dentro de grupos	146,115	37	3,949		
	Total	157,333	41			
Distintos formatos botellas	Entre grupos	19,384	4	4,846	1,176	,337
	Dentro de grupos	152,521	37	4,122		
	Total	171,905	41			
Conservación correcta	Entre grupos	8,563	4	2,141	,546	,703
	Dentro de grupos	145,056	37	3,920		
	Total	153,619	41			

Anexo 7: Comparación de medias de sexo y edad con compra medio online.

Tabla 17. Estadísticas de grupo de sexo y compra medio online

Estadísticas de grupo					
	Sexo	N	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
Webs bodegas	Mujer	17	4,0000	2,26385	,54906
	Hombre	25	3,4000	2,17945	,43589
Webs super/hiper	Mujer	17	4,2353	2,10741	,51112
	Hombre	25	3,0000	1,84842	,36968
Webs tiendas especializadas	Mujer	17	4,1176	2,17607	,52778
	Hombre	25	4,3600	2,03879	,40776
Plataformas especializadas	Mujer	17	4,4118	2,47636	,60061
	Hombre	25	4,4800	1,96044	,39209
Me recomendaron la web	Mujer	17	3,4118	2,52633	,61273
	Hombre	25	3,4400	1,91659	,38332
La descubrí navegando	Mujer	17	3,8235	2,12824	,51617
	Hombre	25	3,4400	2,23756	,44751
Siempre misma web	Mujer	17	3,6471	2,26222	,54867
	Hombre	25	3,3600	1,95533	,39107
Solo busco mi vino	Mujer	17	4,7647	1,71499	,41595
	Hombre	25	3,9200	2,21585	,44317
Tablet	Mujer	17	3,8824	2,68985	,65238
	Hombre	25	3,2800	2,44131	,48826
Ordenador	Mujer	17	5,2941	2,05441	,49827
	Hombre	25	4,3200	1,97315	,39463
Móvil	Mujer	17	3,8824	2,52196	,61167
	Hombre	25	2,9200	2,39653	,47931
Pay Pal	Mujer	17	2,6471	2,17776	,52818
	Hombre	25	2,7200	2,09205	,41841
Tarjeta de crédito	Mujer	17	5,5294	2,21127	,53631
	Hombre	25	4,7200	2,17025	,43405
Transferencia	Mujer	17	2,2353	2,07754	,50388
	Hombre	25	1,9600	1,83666	,36733
Efectivo/contrareembolso	Mujer	17	2,2941	2,14373	,51993
	Hombre	25	1,3600	1,11355	,22271

Tabla 18. Prueba T de sexo y compra medio online

		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
Webs bodegas	Se asumen varianzas iguales	,200	,657	,862	40	,394	,60000	,69587	-.80641	2,00641
	No se asumen varianzas iguales			,856	33,620	,398	,60000	,70105	-.82530	2,02530
Webs super/hiper	Se asumen varianzas iguales	1,491	,229	2,009	40	,051	1,23529	,61494	-.00754	2,47812
	No se asumen varianzas iguales			1,958	31,392	,059	1,23529	,63080	-.05059	2,52117
Webs tiendas especializadas	Se asumen varianzas iguales	,158	,693	-,368	40	,715	-,24235	,65852	-1,57327	1,08857
	No se asumen varianzas iguales			-,363	32,970	,719	-,24235	,66694	-1,59931	1,11460
Plataformas especializadas	Se asumen varianzas iguales	2,397	,129	-,100	40	,921	-,06824	,68578	-1,45425	1,31778
	No se asumen varianzas iguales			-,095	29,029	,925	-,06824	,71726	-1,53513	1,39866
Me recomendaron la web	Se asumen varianzas iguales	4,794	,034	-,041	40	,967	-,02824	,68564	-1,41396	1,35749
	No se asumen varianzas iguales			-,039	28,105	,969	-,02824	,72275	-1,50847	1,45200
La descubrí navegando	Se asumen varianzas iguales	,222	,640	,556	40	,581	,38353	,68986	-1,01074	1,77779
	No se asumen varianzas iguales			,561	35,661	,578	,38353	,68316	-1,00243	1,76949
Siempre misma web	Se asumen varianzas iguales	,475	,495	,438	40	,664	,28706	,65498	-1,03671	1,61082
	No se asumen varianzas iguales			,426	31,045	,673	,28706	,67377	-1,08703	1,66115
Solo busco mi vino	Se asumen varianzas iguales	4,269	,045	1,323	40	,193	,84471	,63828	-,44530	2,13471
	No se asumen varianzas iguales			1,390	39,236	,172	,84471	,60779	-,38443	2,07384

Tablet	Se asumen varianzas iguales	1,235	,273	,753	40	,456	,60235	,79962	-1,01375	2,21845
	No se asumen varianzas iguales			,739	32,208	,465	,60235	,81487	-1,05705	2,26176
Ordenador	Se asumen varianzas iguales	,021	,886	1,545	40	,130	,97412	,63063	-,30043	2,24866
	No se asumen varianzas iguales			1,533	33,564	,135	,97412	,63561	-,31822	2,26646
Móvil	Se asumen varianzas iguales	,548	,463	1,251	40	,218	,96235	,76939	-,59265	2,51735
	No se asumen varianzas iguales			1,238	33,309	,224	,96235	,77709	-,61809	2,54280
Pay Pal	Se asumen varianzas iguales	,214	,646	-,109	40	,914	-,07294	,66857	-1,42417	1,27829
	No se asumen varianzas iguales			-,108	33,569	,914	-,07294	,67383	-1,44298	1,29709
Tarjeta de crédito	Se asumen varianzas iguales	,003	,958	1,177	40	,246	,80941	,68743	-,57994	2,19876
	No se asumen varianzas iguales			1,173	34,078	,249	,80941	,68995	-,59262	2,21144
Transferencia	Se asumen varianzas iguales	1,047	,312	,452	40	,654	,27529	,60880	-,95513	1,50572
	No se asumen varianzas iguales			,441	31,579	,662	,27529	,62356	-,99552	1,54611
Efectivo/contrareembolso	Se asumen varianzas iguales	15,789	,000	1,849	40	,072	,93412	,50516	-,08685	1,95508
	No se asumen varianzas iguales			1,651	21,918	,113	,93412	,56562	-,23917	2,10740

Tabla 19. Anova edad y compra medio online

		ANOVA				
		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Webs bodegas	Entre grupos	13,145	4	3,286	,652	,629
	Dentro de grupos	186,498	37	5,040		
	Total	199,643	41			
Webs superhiper	Entre grupos	14,736	4	3,684	,887	,482
	Dentro de grupos	153,764	37	4,156		
	Total	168,500	41			
Webs tiendas especializadas	Entre grupos	58,230	4	14,557	4,569	,004
	Dentro de grupos	117,889	37	3,186		
	Total	176,119	41			
Plataformas especializadas	Entre grupos	61,584	4	15,396	4,422	,005
	Dentro de grupos	128,821	37	3,482		
	Total	190,405	41			
Me recomendaron la web	Entre grupos	22,102	4	5,525	1,216	,321
	Dentro de grupos	168,184	37	4,546		
	Total	190,286	41			
La descubrí navegando	Entre grupos	31,182	4	7,796	1,770	,156
	Dentro de grupos	162,937	37	4,404		
	Total	194,119	41			
Siempre misma web	Entre grupos	13,861	4	3,465	,798	,534
	Dentro de grupos	160,615	37	4,341		
	Total	174,476	41			
Solo busco mi vino	Entre grupos	27,229	4	6,807	1,738	,162
	Dentro de grupos	144,890	37	3,916		
	Total	172,119	41			
Tablet	Entre grupos	27,011	4	6,753	1,061	,389
	Dentro de grupos	235,465	37	6,364		
	Total	262,476	41			
Ordenador	Entre grupos	11,608	4	2,902	,675	,613
	Dentro de grupos	158,964	37	4,296		
	Total	170,571	41			
Móvil	Entre grupos	27,154	4	6,789	1,132	,356
	Dentro de grupos	221,822	37	5,995		
	Total	248,976	41			
Pay Pal	Entre grupos	19,205	4	4,801	1,098	,372
	Dentro de grupos	161,771	37	4,372		
	Total	180,976	41			
Tarjeta de crédito	Entre grupos	37,775	4	9,444	2,182	,090
	Dentro de grupos	160,130	37	4,328		
	Total	197,905	41			
Transferencia	Entre grupos	4,846	4	1,212	,307	,871
	Dentro de grupos	145,939	37	3,944		
	Total	150,786	41			
Efectivo/contrareembolso	Entre grupos	2,294	4	,573	,193	,940
	Dentro de grupos	109,825	37	2,968		
	Total	112,119	41			