

Resultados del estudio

Nº1: Ciber Tienda



El estudio de mercado

Someta a un test la fiabilidad de vuestro proyecto

Agosto 2009

Resumen:

Pregunta 1/12.....	5
 ¿Hace cuánto tiempo te conectas a Internet?.....	5
¿Has efectuado una compra a través de Internet?.....	7
 Pregunta 3/12.....	9
Pregunta 4/12.....	12
 ¿Compras productos artesanales o regionales?.....	12
¿Con qué frecuencia?.....	14
 Pregunta 6/12.....	16
Pregunta 7/12.....	18
 ¿Estarías interesado en comprar productos regionales o artesanales por Internet?.....	18
Entre los productos presentes, ¿Cuáles comprarías por Internet?.....	20
 Pregunta 9/12.....	22
Pregunta 10/12.....	24
 Un modo de pago por Internet que certifique seguridad, ¿Te incitaría a realizar más a menudo estas compras?.....	24
Entre estos criterios, ¿Cuáles te parecen los más importantes en el ámbito de las compras en Internet?.....	26
 Pregunta 12/12.....	28
¿Cual es vuestro sexo?.....	30
 ¿Cual es vuestro año de nacimiento?.....	31
Pregunta 10/12.....	Error: Reference source not found
 Un modo de pago por Internet que certifique seguridad, ¿Te incitaría a realizar más a menudo estas compras?.....	Error: Reference source not found
Pregunta 11/12.....	Error: Reference source not found
 Entre estos criterios, ¿Cuáles te parecen los más importantes en el ámbito de las compras en Internet?.....	Error: Reference source not found
Pregunta 12/12.....	Error: Reference source not found
 ¿Cuál sería un plazo aceptable de entrega de un producto?.....	Error: Reference source not found
 <u>found</u>	
¿Cual es vuestro sexo?.....	Error: Reference source not found
¿Cual es vuestro año de nacimiento?.....	Error: Reference source not found
¿Cuales vuestro código postal de residencia?.....	Error: Reference source not found

Introducción

Objetivos del estudio

Estudio realizado dentro del ámbito de la creación de un sitio en Internet dedicado a productos de Artesanales y Regionales.

Metodología

El cuestionario ha sido auto-administrado en línea (en Internet) sobre el sitio Testdemercado (<http://www.testdemercado.es>), así como en el sitio Tuopinionvale (<http://www.tuopinionvale.es>), la administración del cuestionario se realizó en Agosto de 2009.

Informe

El informe presenta el conjunto de resultados del estudio a través de:

- **Análisis del plano:** Presenta los efectivos y los porcentajes en forma de tablas y graficas.
- **Análisis cruzado:** Analizan las correlaciones que pueden existir entre dos variables. El test de contingencia Khi^2 tiene como objetivo determinar la existencia de este vínculo de asociación. Indica, de manera objetiva, si una relación observada, es el reflejo de una realidad o del azar. Permite descubrir una asociación pero no da el sentido ni la intensidad de esta relación.
- **Comentarios**

Observaciones

Para la presentación de los resultados, clasificamos las categorías sociolaborales según los siguientes códigos:

CS+: agricultor, artesano, comerciante, empresario, profesión liberal, técnico/administrativo, trabajador independiente.

CS - : empleado, obrero

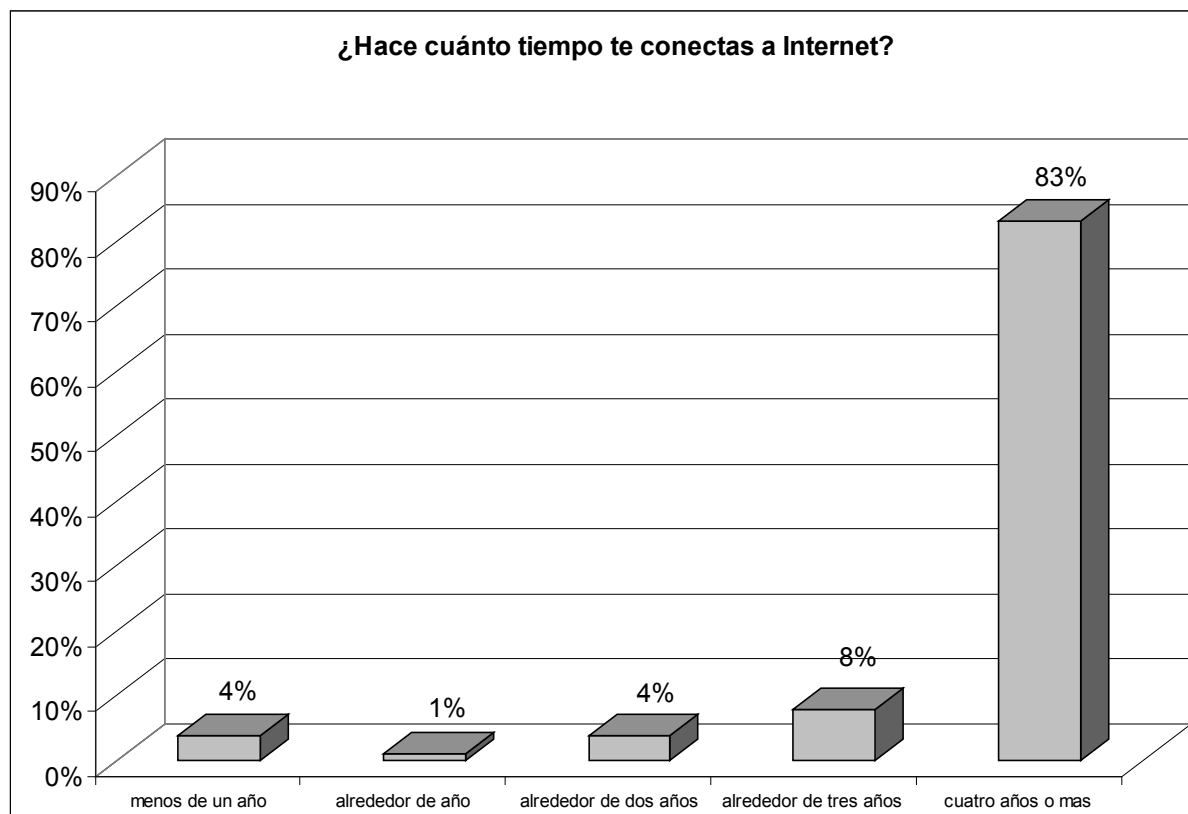
Inactivos: jubilado, pensionista, solicitante de empleo, ama de casa, estudiante, otro

Pregunta 1/12

¿Hace cuánto tiempo te conectas a Internet?

Presentación efectiva global

	Efectivos	Frecuencia
menos de un año	55	4%
alrededor de año	22	1%
alrededor de dos años	59	4%
alrededor de tres años	119	8%
cuatro años o mas	1257	83%
Total	1512	



Análisis de respuestas en función al sexo de los entrevistados

	Hombre	Mujer
menos de un año	4%	4%
alrededor de año		2%
alrededor de dos años	5%	4%
alrededor de tres años	9%	8%
cuatro años o mas	83%	83%
Total	100%	100%

Tabla: % Columnas. Khi2=5,51 ddl=4 p=0,238 (Poco significativo)

Análisis de respuestas en función de la edad de los entrevistados

	De 18 años a 29 años	De 30 años a 39 años	40 años +
menos de un año	3%	5%	4%
alrededor de año	2%	2%	1%
alrededor de dos años	3%	3%	7%
alrededor de tres años	7%	8%	9%
cuatro años o mas	85%	83%	80%
Total	100%	100%	100%

Tabla: % Columnas. Khi2=11,7 ddl=8 p=0,164 (Poco fiable. Valores teóricos inferiores 5: 1

Comentarios:

- Para la pregunta 1 podemos observar que el 83% de los entrevistados se conectan a Internet hace 4 años o más.

- Podemos observar que el porcentaje de los entrevistados (hombres y mujeres) con respecto al tiempo en que llevan conectándose a Internet es muy similar.

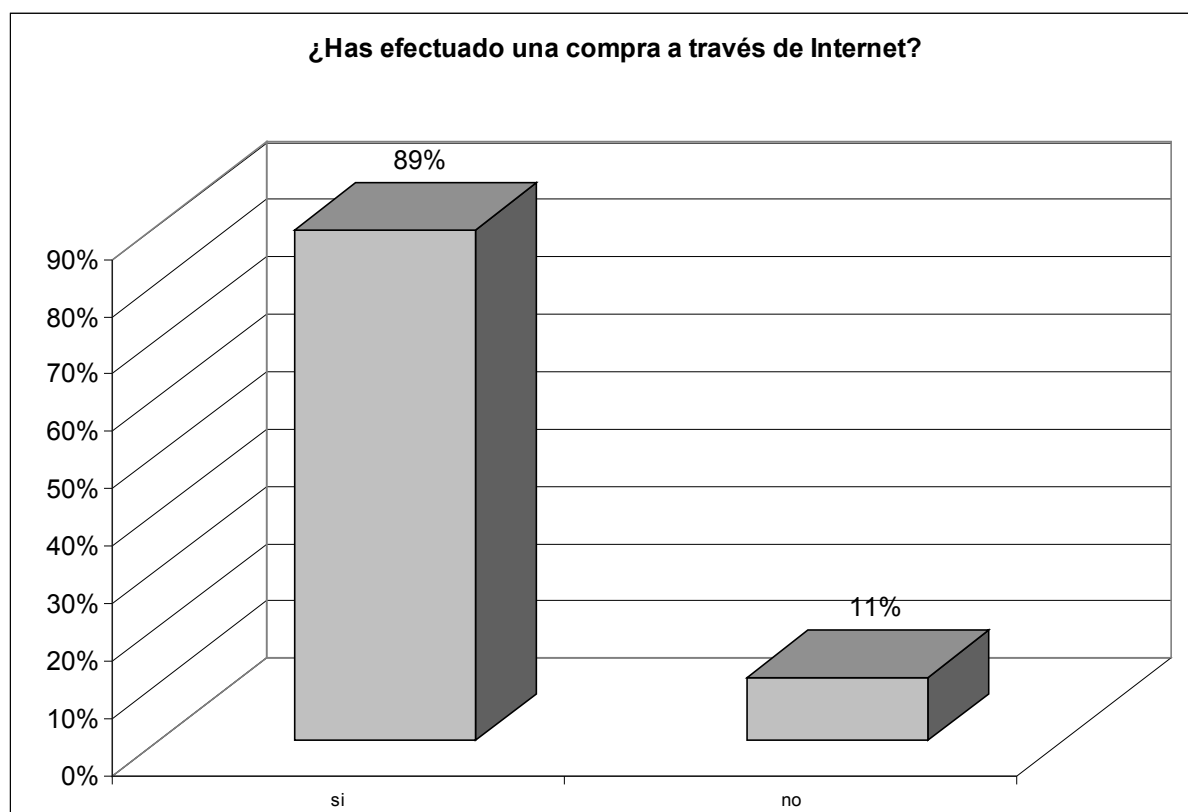
- Podemos observar que los porcentajes son muy similares sin embargo, observamos que los entrevistados entre (18 y 29 años), tienen el menor porcentaje con respecto al menor tiempo conectándose a Internet y el mayor con respecto al mayor tiempo conectando se a Internet.

Pregunta 2/12

¿Has efectuado una compra a través de Internet?

Presentación efectiva global

	Efectivos	Frecuencia
si	1350	89%
no	162	11%
Total	1512	



Análisis de respuestas en función al sexo de los entrevistados

	Hombre	Mujer
si	90%	89%
no	10%	11%
Total	100%	100%

Tabla: % Columnas. Khi2=0,532 ddl=1 p=0,473 (Poco significativo)

Análisis de respuestas en función de la edad de los entrevistados

	De 18 años a 29 años	De 30 años a 39 años	40 años +
si	88%	90%	89%
no	12%	10%	11%
Total	100%	100%	100%

Tabla: % Columnas. Khi2=1,59 ddl=2 p=0,454 (Poco significativo)

Comentarios:

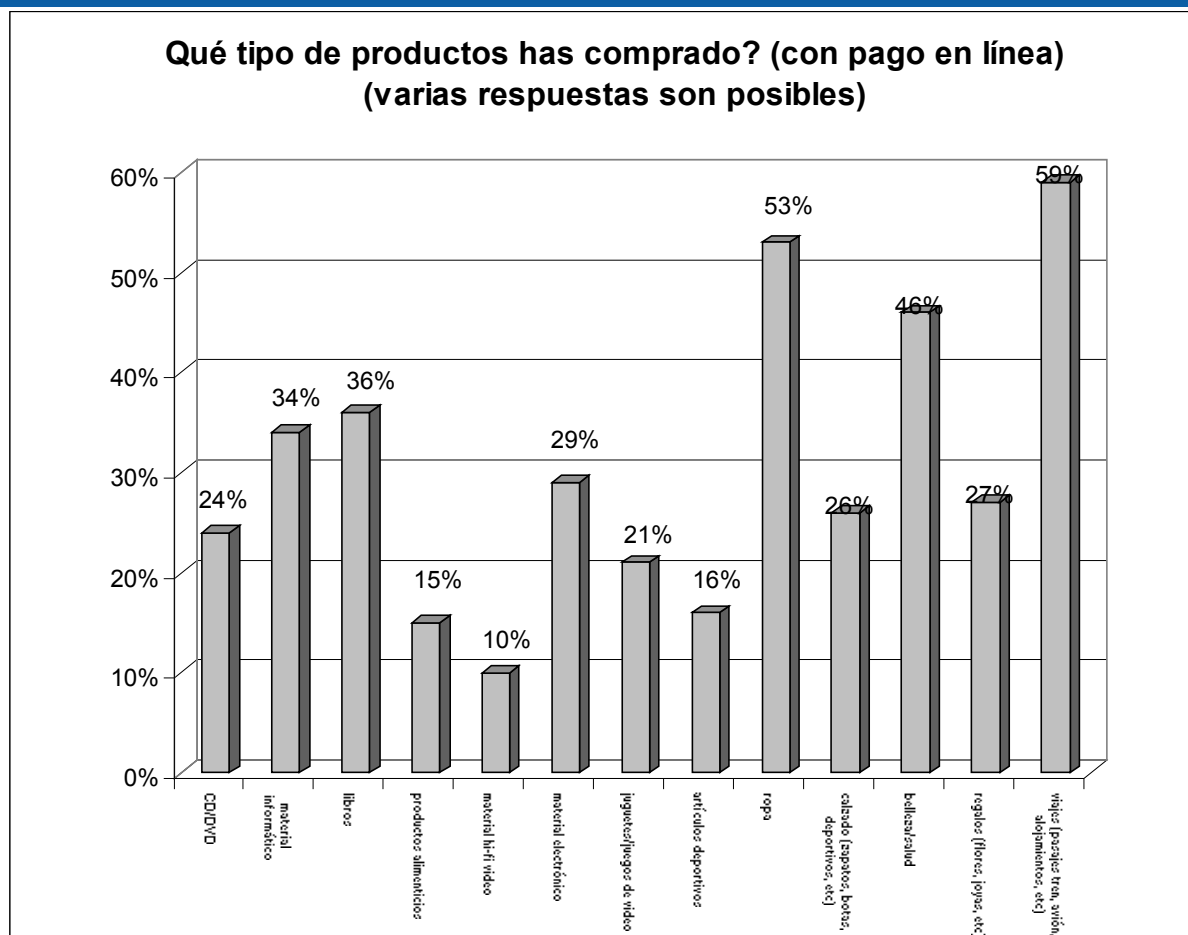
- Para la pregunta 2 podemos observar que la mayor parte de los entrevistados (89%) han realizado compras por Internet.
- Podemos observar que el resultado entre (hombre y mujeres) que han realizado compras por Internet es muy similar.
- Los resultados muestran que los entrevistados entre (30 y 39 años), tienen el mayor porcentaje de realizar compras por Internet, aun que los resultados son muy similares.

Pregunta 3/12

¿Qué tipo de productos has comprado? (con pago en línea)
(Varias respuestas son posibles)

Presentación efectiva global

	Efectivos	Frecuencia
CD/DVD	330	24%
material informático	457	34%
libros	487	36%
productos alimenticios	206	15%
material hi-fi video	131	10%
material electrónico	391	29%
juguetes/juegos de video	287	21%
artículos deportivos	218	16%
ropa	711	53%
calzado (zapatos, botas, deportivos, etc)	354	26%
belleza/salud	627	46%
regalos (flores, joyas, etc)	362	27%
viajes (pasajes tren, avión, alojamientos, etc)	795	59%
Total/entrevistados	1350	



Análisis de respuestas en función al sexo de los entrevistados

	Hombre	Mujer
CD/DVD	30%	22%
material informático	40%	31%
libros	38%	35%
productos alimenticios	17%	15%
material hi-fi video	13%	8%
material electrónico	34%	27%
juguetes/juegos de video	23%	21%
artículos deportivos	20%	15%
ropa	57%	51%
calzado (zapatos, botas, deportivos, etc)	30%	25%
belleza/salud	45%	47%
regalos (flores, joyas, etc)	32%	25%
viajes (pasajes tren, avión, alojamientos, etc)	61%	58%
Total	440%	380%

Tabla: % Columnas- Base de encuestados. $\chi^2=15,8$ ddl=12 p=0,2 (Poco significativo)

Análisis de respuestas en función de la edad de los entrevistados

	De 18 años a 29 años	De 30 años a 39 años	40 años +
CD/DVD	27%	22%	26%
material informático	34%	32%	42%
libros	38%	34%	38%
productos alimenticios	12%	17%	20%
material hi-fi video	9%	9%	14%
material electrónico	33%	25%	34%
juguetes/juegos de video	21%	20%	27%
artículos deportivos	17%	15%	18%
ropa	53%	53%	52%
calzado (zapatos, botas, deportivos, etc)	25%	27%	28%
belleza/salud	46%	47%	45%
regalos (flores, joyas, etc)	29%	24%	31%
viajes (pasajes tren, avión, alojamientos, etc)	61%	58%	56%
Total	402%	383%	431%

Tabla: % Columnas- Base de encuestados. $\chi^2=28,3$ $ddl=24$ $p=0,245$ (Poco significativo)

Comentarios:

- Para la pregunta 3 podemos observar que los artículos preferidos que los entrevistados compran por Internet son: viajes (pasajes tren, avión, alojamientos, etc.) (59%), ropa (53%) y productos de belleza y salud (46%).

- Podemos observar entre los entrevistados que los (hombres), realizan un mayor porcentaje de compras por Internet.

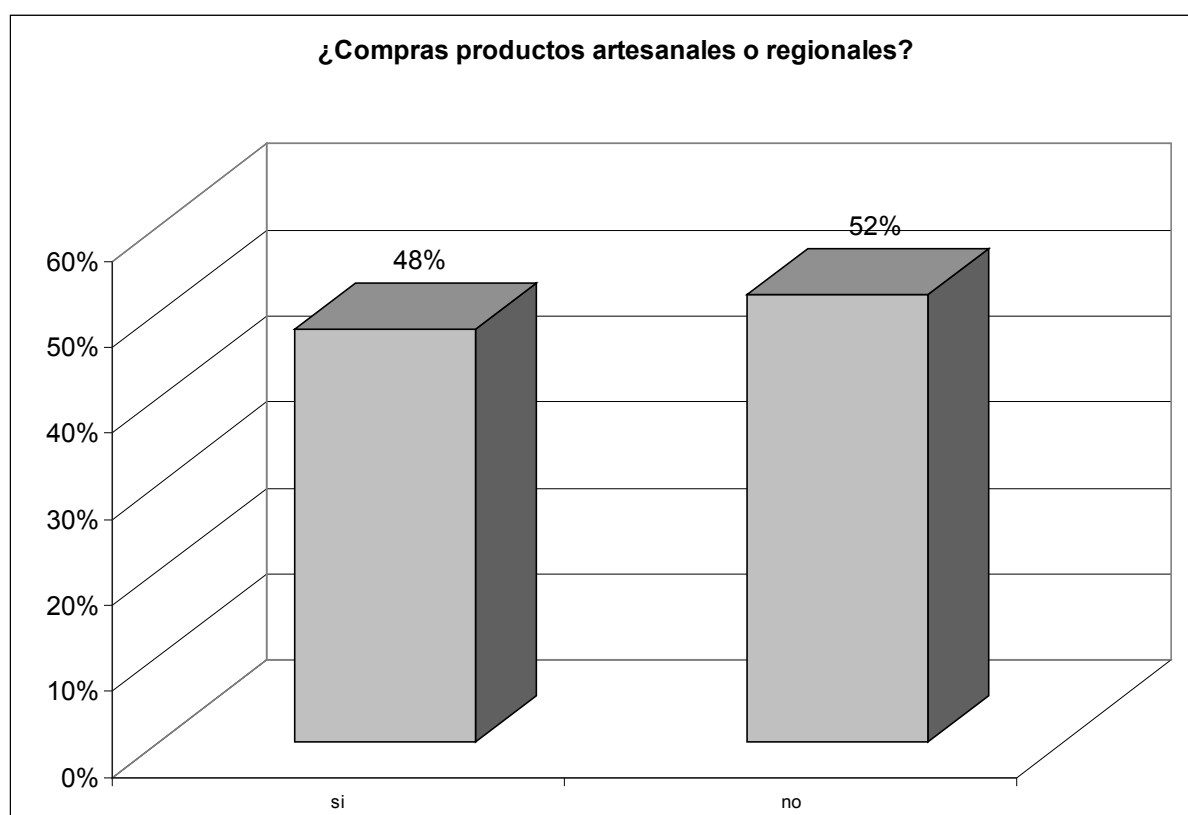
- Podemos observar que los resultados son muy similares, aunque los entrevistados mayores de 40 años tienen un porcentaje un poco más elevado de realizar compras por Internet.

Pregunta 4/12

¿Compras productos artesanales o regionales?

Presentación efectiva global

	Efectivos	Frecuencia
si	733	48%
no	779	52%
Total	1512	



Análisis de respuestas en función al sexo de los entrevistados

	Hombre	Mujer
si	44%	50%
no	56%	50%
Total	100%	100%

Tabla: % Columnas. Khi2=4,76 ddl=1 p=0,027 (Significativo)

Análisis de respuestas en función de la edad de los entrevistados

	De 18 años a 29 años	De 30 años a 39 años	40 años +
si	48%	48%	52%
no	52%	52%	48%
Total	100%	100%	100%

Tabla: % Columnas. Khi2=1,05 ddl=2 p=0,597 (Poco significativo)

Comentarios:

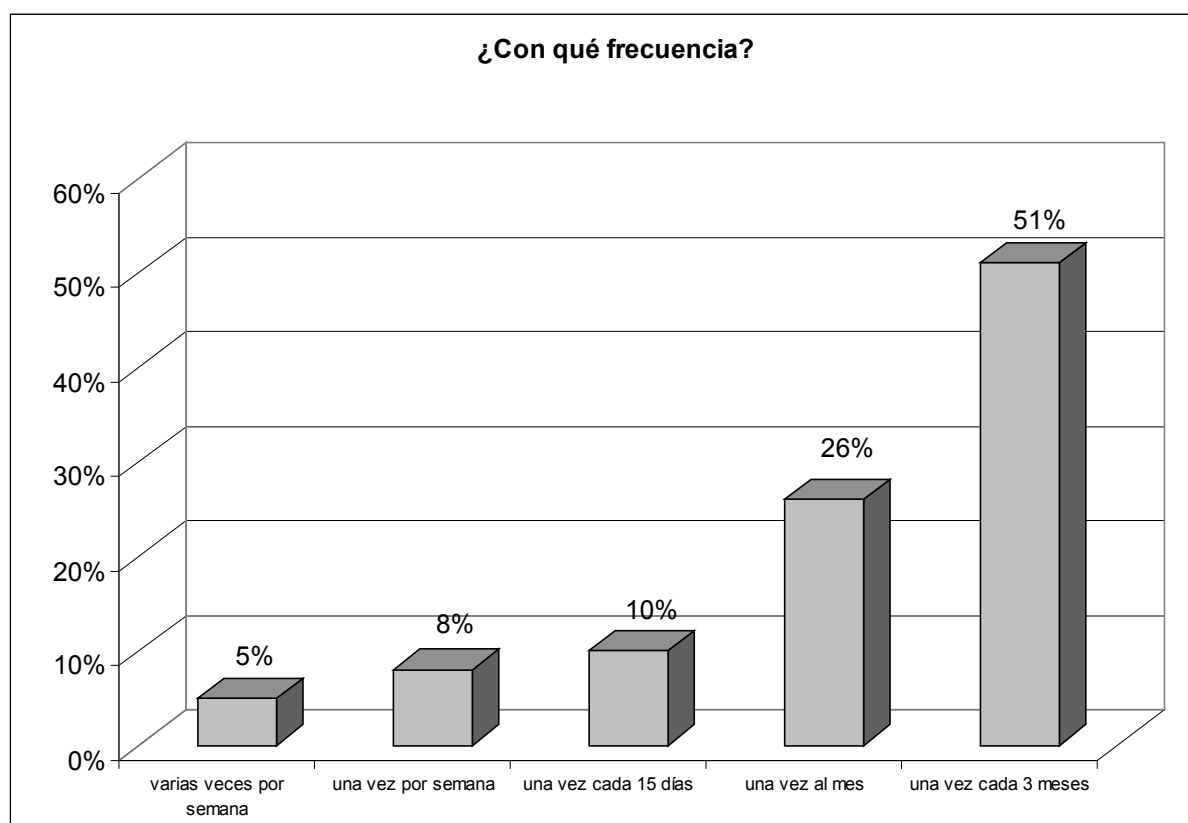
- Para la pregunta 4 podemos observar que un poco más de la mitad de los entrevistados (52%) no compran productos regionales o artesanales.
- Podemos observar que las mujeres tienen un porcentaje más elevado con respecto a este tipo de compras.
- Podemos observar que los entrevistados mayores de 40 años tienen un porcentaje más elevado con respecto a este tipo de compras.

Pregunta 5/12

¿Con qué frecuencia?

Presentación efectiva global

	Efectivos	Frecuencia
varias veces por semana	37	5%
una vez por semana	55	8%
una vez cada 15 días	75	10%
una vez al mes	192	26%
una vez cada 3 meses	374	51%
Total	733	



Análisis de respuestas en función al sexo de los entrevistados

	Hombre	Mujer
varias veces por semana	4%	5%
una vez por semana	6%	8%
una vez cada 15 días	13%	9%
una vez al mes	27%	26%
una vez cada 3 meses	49%	52%
Total	100%	100%

Tabla: % Columnas. $\chi^2=3,41$ ddl=4 p=0,493 (Poco significativo)

Análisis de respuestas en función de la edad de los entrevistados

	De 18 años a 29 años	De 30 años a 39 años	40 años +
varias veces por semana	6%	5%	2%
una vez por semana	6%	7%	12%
una vez cada 15 días	12%	8%	11%
una vez al mes	27%	24%	30%
una vez cada 3 meses	48%	55%	45%
Total	100%	100%	100%

Tabla: % Columnas. $\chi^2=11,2$ ddl=8 p=0,188 (Poco significativo)

Comentarios:

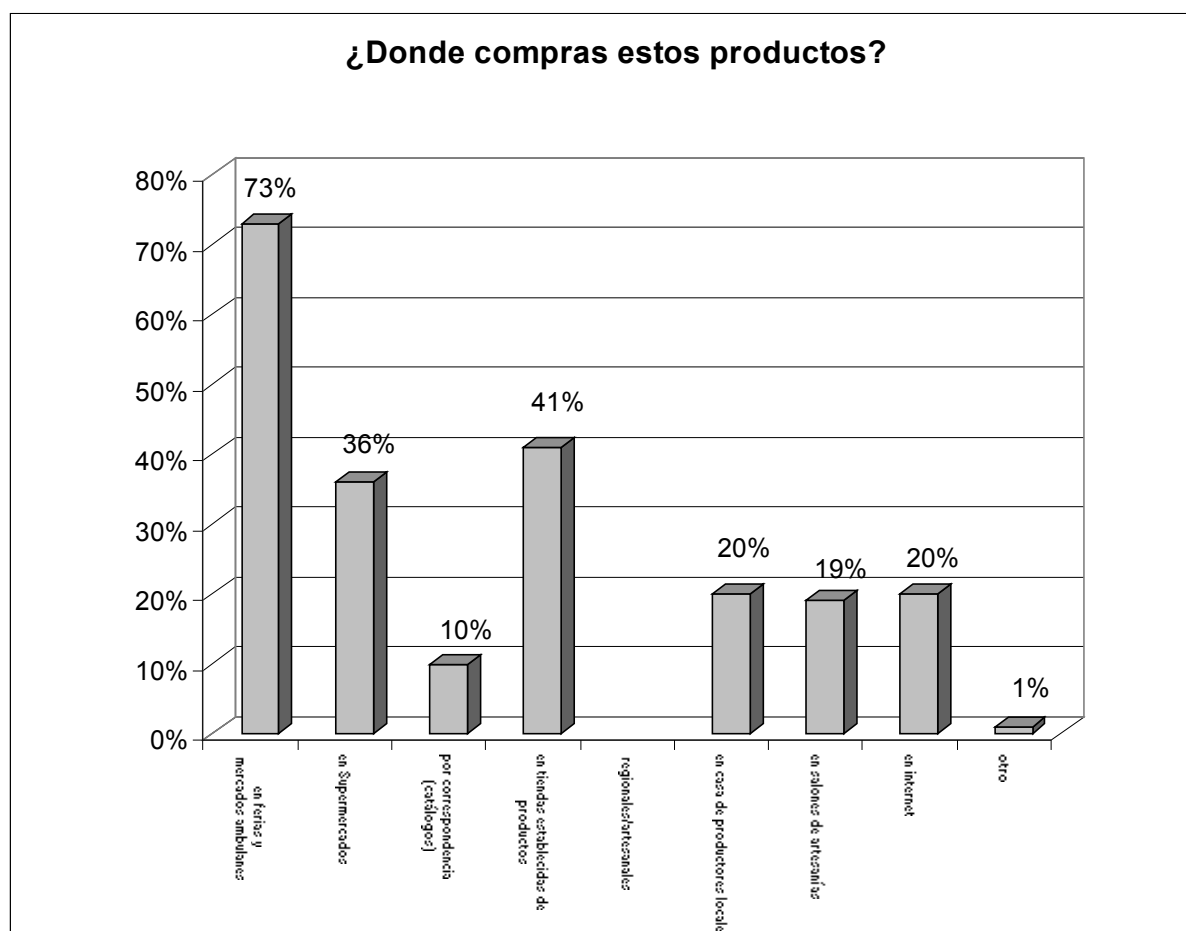
- Para la pregunta 5 podemos observar que la mayor parte de los entrevistados (51%), realizan este tipo de compras (una vez cada 3 meses).
- Podemos observar que los resultados entre los entrevistados (hombres y mujeres) son muy similares.
- Podemos observar que los resultados de los entrevistados (por edad) son muy parecidos y varía dependiendo de la frecuencia de compra.

Pregunta 6/12

¿Donde compras estos productos?
(Varias respuestas son posibles)

Presentación efectiva global

	Efectivos	Frecuencia
en ferias y mercados ambulantes	532	73%
en Supermercados	263	36%
por correspondencia (catálogos)	70	10%
en tiendas establecidas de productos regionales/artesanales	301	41%
en casa de productores locales	150	20%
en salones de artesanías	141	19%
en Internet	143	20%
otro	4	1%
Total/ entrevistados	733	



Análisis de respuestas en función al sexo de los entrevistados

	Hombre	Mujer
en ferias y mercados ambulantes	74%	72%
en Supermercados	36%	36%
por correspondencia (catálogos)	11%	9%
en tiendas establecidas de productos regionales/artesanales	40%	41%
en casa de productores locales	25%	19%
en salones de artesanías	19%	19%
en Internet	24%	18%
otro	1%	1%
Total	230%	215%

Tabla: % Columnas- Base de encuestados. Khi2=4,63 ddl=7 p=0,707 (Poco fiable. Valores teóricos inferiores 5: 2)

Análisis de respuestas en función de la edad de los entrevistados

	De 18 años a 29 años	De 30 años a 39 años	40 años +
en ferias y mercados ambulantes	75%	69%	80%
en Supermercados	35%	35%	40%
por correspondencia (catálogos)	11%	7%	16%
en tiendas establecidas de productos regionales/artesanales	42%	40%	43%
en casa de productores locales	19%	20%	25%
en salones de artesanías	19%	19%	21%
en Internet	21%	16%	28%
otro		1%	
Total	222%	206%	253%

Tabla: % Columnas- Base de encuestados. Khi2=10,5 ddl=14 p=0,725 (Poco fiable. Valores teóricos inferiores 5: 3)

Comentarios:

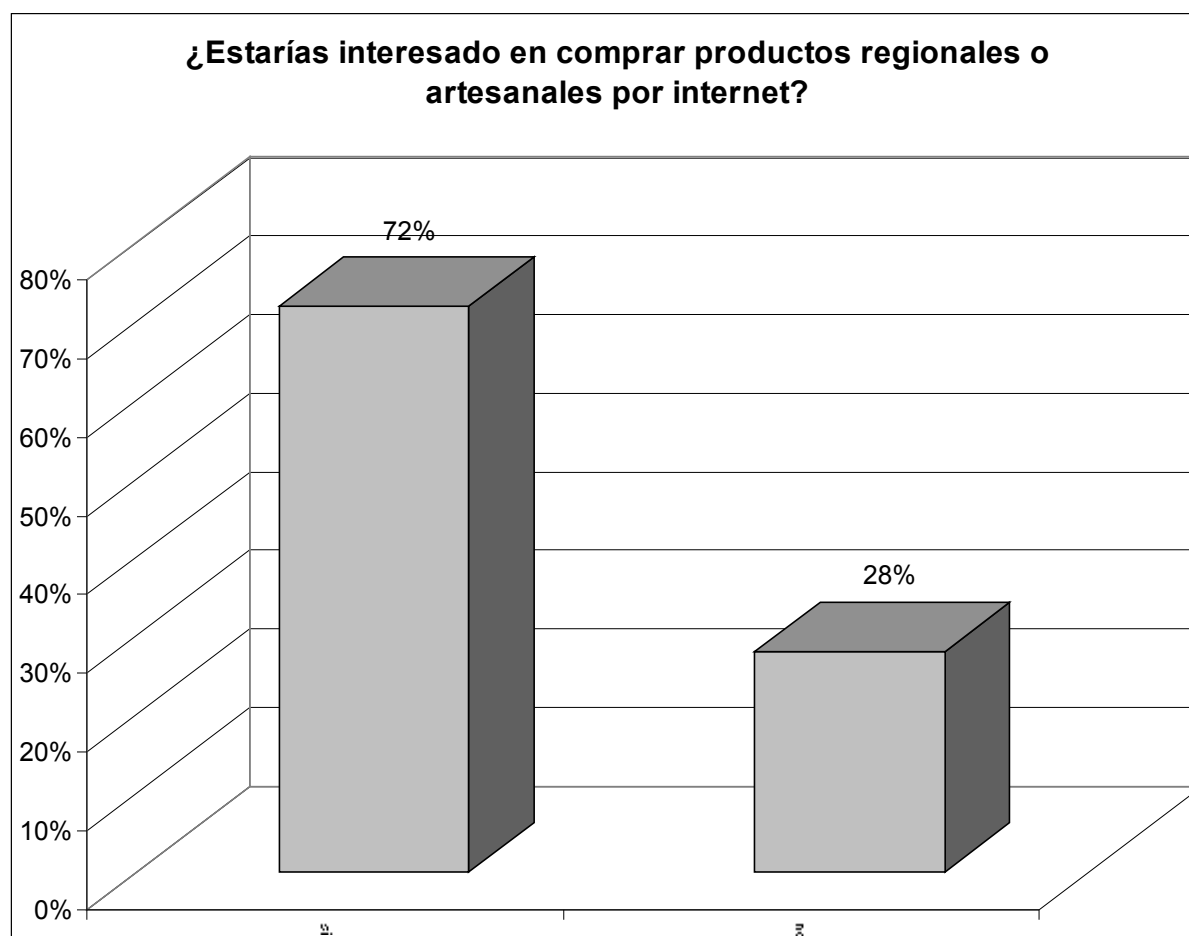
- Para la pregunta 6 podemos observar que el lugar con mayor porcentaje de compra de este tipo de productos es: ferias y mercados ambulante (73%), seguido de, tiendas establecidas de productos regionales/artesanales (41%) y supermercados (36%).
- Podemos observar entre los entrevistados (hombres y mujeres) que los resultados varían dependiendo del lugar de compra, y que es un poco más elevado el porcentaje de compra por parte de los hombres.
- Podemos observar que los resultados de los entrevistados (por edad) son muy parecidos y varía dependiendo el lugar de compra, pero es un poco más elevado y constante el porcentaje de compra de los entrevistados mayores de 40 años.

Pregunta 7/12

¿Estarías interesado en comprar productos regionales o artesanales por Internet?

Presentación efectiva global

	Efectivos	Frecuencia
si	1087	72%
no	425	28%
Total	1512	



Análisis de respuestas en función al sexo de los entrevistados

	Hombre	Mujer
si	74%	71%
no	26%	29%
Total	100%	100%

Tabla: % Columnas. Khi2=1,52 ddl=1 p=0,215 (Poco significativo)

Análisis de respuestas en función de la edad de los entrevistados

	De 18 años a 29 años	De 30 años a 39 años	40 años +
si	73%	73%	65%
no	27%	27%	35%
Total	100%	100%	100%

Tabla: % Columnas. Khi2=5,59 ddl=2 p=0,06 (Bastante significativo)

Comentarios:

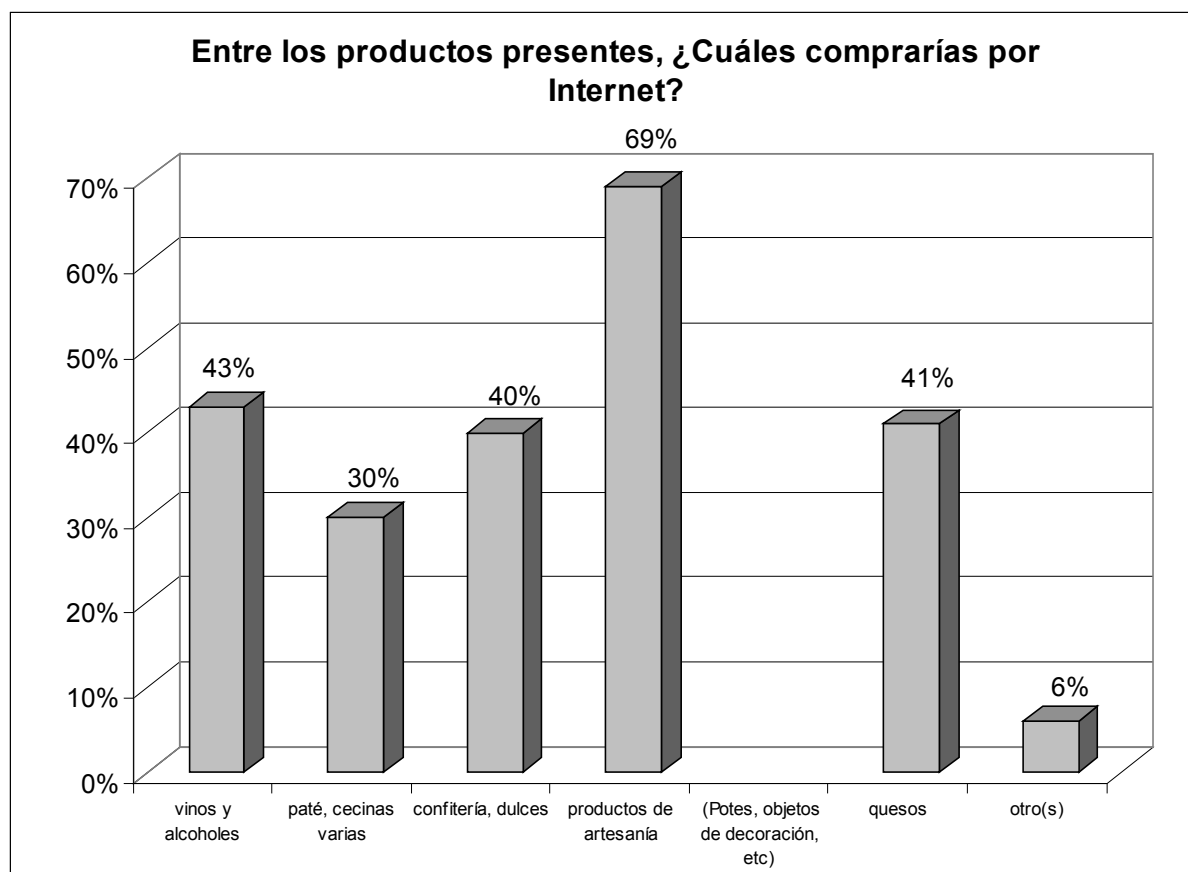
- Para la pregunta 7 podemos observar que la mayor parte de los entrevistados (72%), están interesados en realizar este tipo de compras por Internet.
- Podemos observar que la mayor parte de hombres (74%) como mujeres (71%), están interesados en realizar este tipo de compras por Internet.
- Podemos observar que los resultados son muy parecidos, y que el porcentaje de compra por Internet es un poco menor para los entrevistados mayores de 40años.

Pregunta 8/12

Entre los productos presentes, ¿Cuáles comprarías por Internet?
(Varias respuestas son posibles)

Presentación efectiva global

	Efectivos	Frecuencia
vinos y alcoholes	471	43%
paté, cecinas varias	327	30%
confitería, dulces	440	40%
productos de artesanía (Potes, objetos de decoración, etc)	751	69%
quesos	446	41%
otro(s)	60	6%
Total/ entrevistados	1087	



Análisis de respuestas en función al sexo de los entrevistados

	Hombre	Mujer
vinos y alcoholes	50%	41%
paté, cecinas varias	31%	30%
confitería, dulces	38%	41%
productos de artesanía (Potes, objetos de decoración, etc)	65%	71%
quesos	38%	42%
otro(s)	4%	6%
Total	227%	231%

Tabla: % Columnas- Base de encuestados. Khi2=8,32 ddl=5 p=0,138 (Poco significativo)

Análisis de respuestas en función de la edad de los entrevistados

	De 18 años a 29 años	De 30 años a 39 años	40 años +
vinos y alcoholes	37%	46%	54%
paté, cecinas varias	24%	34%	36%
confitería, dulces	40%	41%	39%
productos de artesanía (Potes, objetos de decoración, etc)	72%	66%	71%
quesos	33%	45%	53%
otro(s)	6%	5%	4%
Total	211%	238%	257%

Tabla: % Columnas- Base de encuestados. Khi2=21,1 ddl=10 p=0,021 (Significativo)

Comentarios:

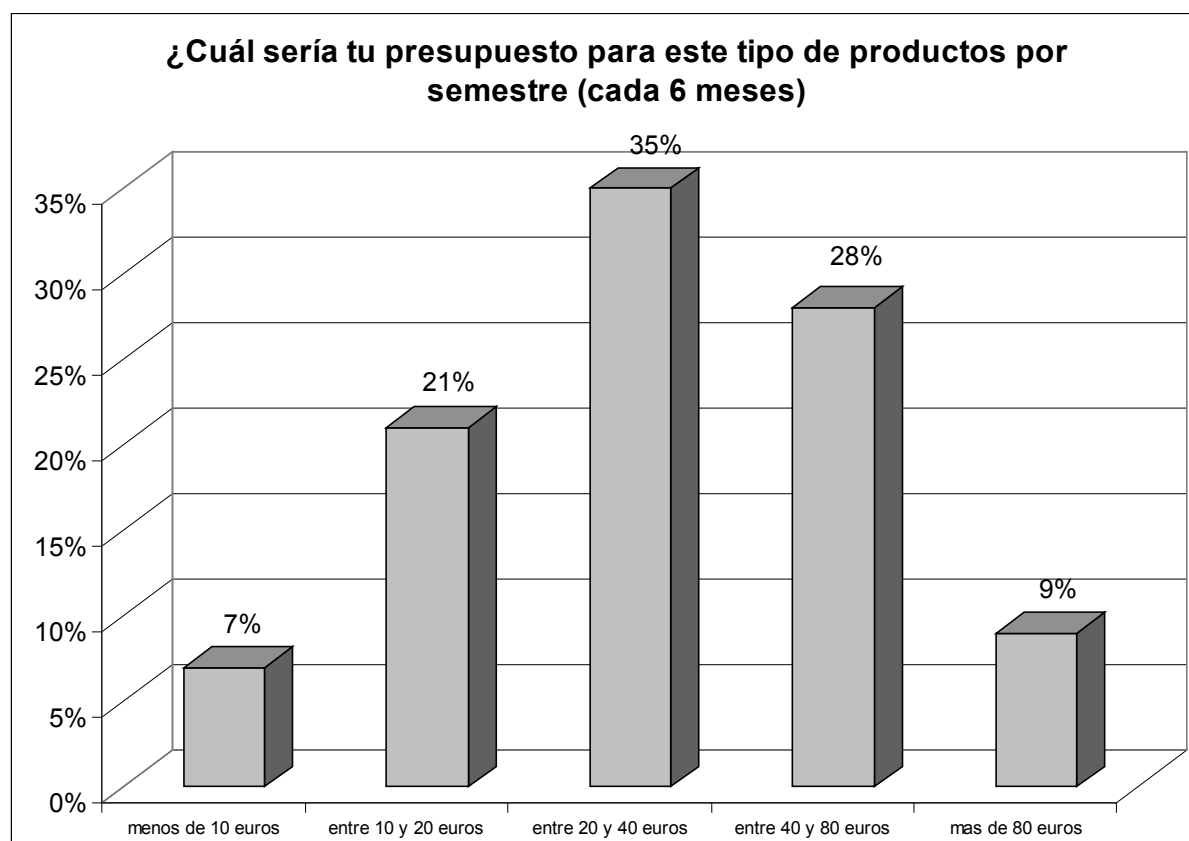
- Para la pregunta 8 podemos observar que los entrevistados están más interesados en comprar por Internet: productos de artesanía (potes, objetos de decoración) (69%).
- Podemos observar los resultados entre los entrevistados (hombres y mujeres) es muy similar y varia dependiendo del tipo de producto.
- Podemos observar que el resultado por (edad) de los entrevistados varía dependiendo del tipo de producto, pero los entrevistados mayores de 40 años tienen un porcentaje un poco mas elevado de compra.

Pregunta 9/12

¿Cuál sería tu presupuesto para este tipo de productos por semestre? (cada 6 meses)

Presentación efectiva global

	Efectivos	Frecuencia
menos de 10 euros	73	7%
entre 10 y 20 euros	230	21%
entre 20 y 40 euros	381	35%
entre 40 y 80 euros	306	28%
mas de 80 euros	97	9%
Total	1087	



Análisis de respuestas en función al sexo de los entrevistados

	Hombre	Mujer
menos de 10 euros	7%	6%
entre 10 y 20 euros	22%	21%
entre 20 y 40 euros	33%	36%
entre 40 y 80 euros	30%	28%
mas de 80 euros	9%	9%
Total	100%	100%

Tabla: % Columnas. Khi2=1,15 ddl=4 p=0,887 (Poco significativo)

Análisis de respuestas en función de la edad de los entrevistados

	De 18 años a 29 años	De 30 años a 39 años	40 años +
menos de 10 euros	8%	6%	4%
entre 10 y 20 euros	24%	20%	15%
entre 20 y 40 euros	35%	36%	30%
entre 40 y 80 euros	24%	29%	38%
mas de 80 euros	8%	8%	14%
Total	100%	100%	100%

Tabla: % Columnas. Khi2=19,1 ddl=8 p=0,014 (Muy significativo)

Comentarios:

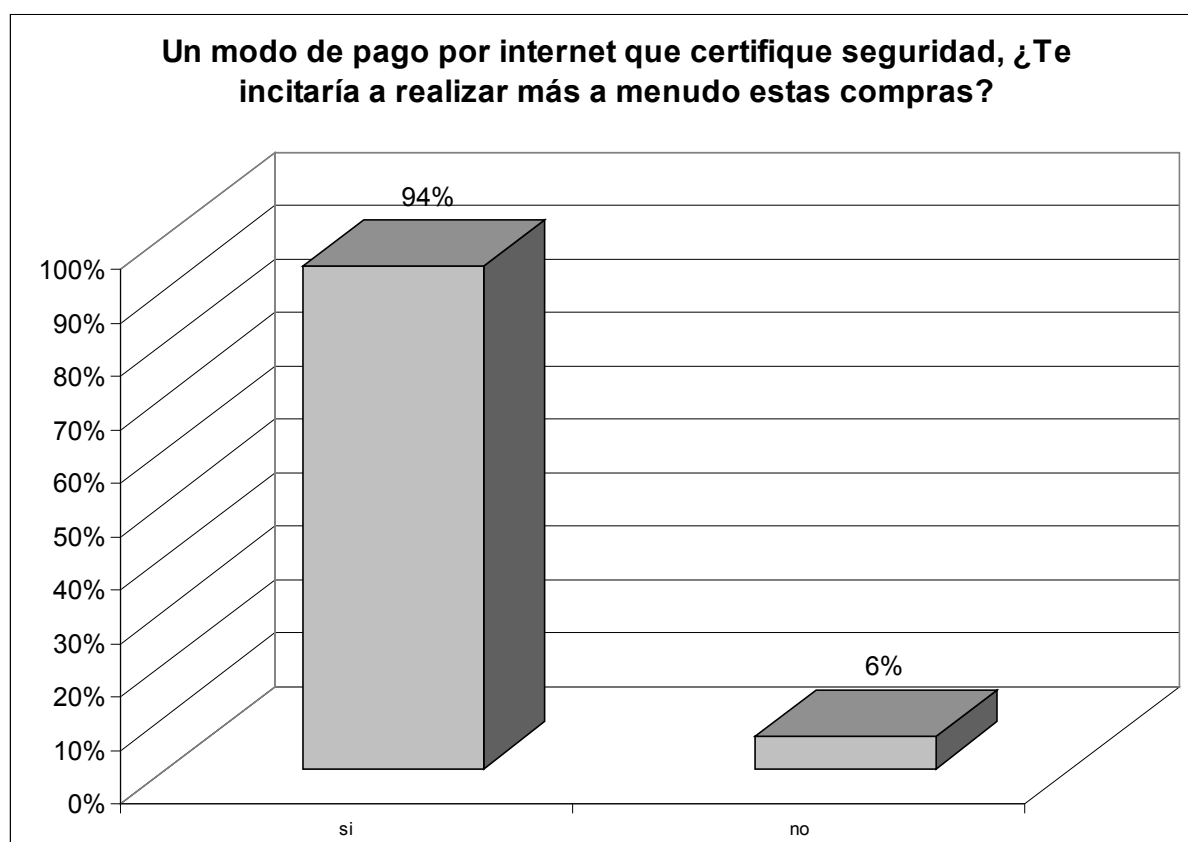
- Para la pregunta 9 podemos observar que el presupuesto (entre 20 y 40 euros), es el que tiene el porcentaje más elevado (35%).
- Podemos observar que los resultados del presupuesto que los entrevistados (hombres y mujeres) están dispuestos a gastar es muy similar.
- Podemos observar que los resultados del presupuesto que los entrevistados por (edad) están dispuestos a gastar es muy similar.

Pregunta 10/12

Un modo de pago por Internet que certifique seguridad, ¿Te incitaría a realizar más a menudo estas compras?

Presentación efectiva global

	Efectivos	Frecuencia
si	1020	94%
no	67	6%
Total	1087	



Análisis de respuestas en función al sexo de los entrevistados

	Hombre	Mujer
si	94%	94%
no	6%	6%
Total	100%	100%

Tabla: % Columnas. Khi2=0,001 ddl=1 p=0,979 (Poco significativo)

Análisis de respuestas en función de la edad de los entrevistados

	De 18 años a 29 años	De 30 años a 39 años	40 años +
si	93%	95%	93%
no	7%	5%	7%
Total	100%	100%	100%

Tabla: % Columnas. Khi2=0,923 ddl=2 p=0,636 (Poco significativo)

Comentarios:

- Para la pregunta 10 podemos observar que la gran mayoría de los entrevistados (94%), les da más confianza un modo de pago que certifique seguridad.
- Podemos observar que el porcentaje entre los entrevistados (hombres y mujeres) es el mismo (94%), por un modo de pago que certifique seguridad.
- Podemos observar que los resultados son muy similares.

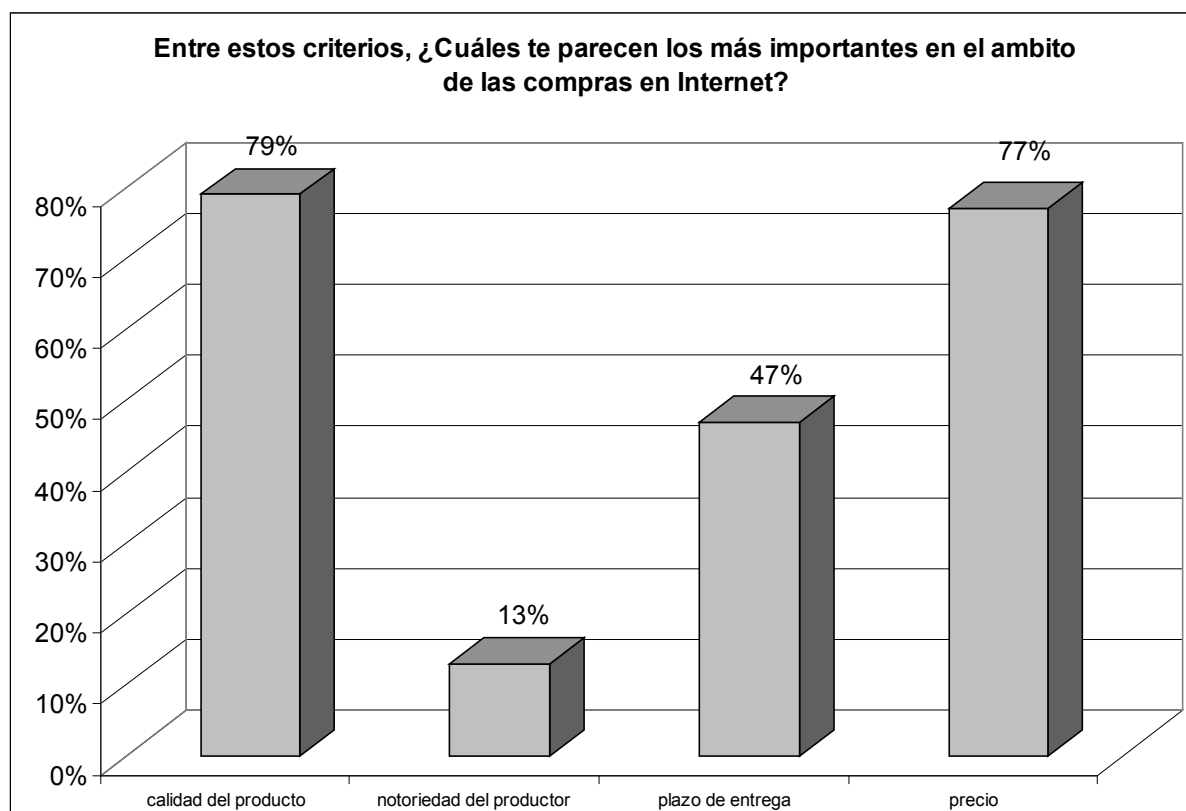
Pregunta 11/12

Entre estos criterios, ¿Cuáles te parecen los más importantes en el ámbito de las compras en Internet?

(Varias respuestas son posibles)

Presentación efectiva global

	Efectivos	Frecuencia
calidad del producto	1195	79%
notoriedad del productor	200	13%
plazo de entrega	716	47%
precio	1166	77%
Total/ entrevistados'	1512	



Análisis de respuestas en función al sexo de los entrevistados

	Hombre	Mujer
calidad del producto	83%	77%
notoriedad del productor	13%	13%
plazo de entrega	50%	46%
precio	77%	77%
Total	223%	214%

Tabla: % Columnas- Base de encuestados. Khi2=1,13 ddl=3 p=0,774 (Poco significativo)

Análisis de respuestas en función de la edad de los entrevistados

	De 18 años a 29 años	De 30 años a 39 años	40 años +
calidad del producto	80%	78%	79%
notoriedad del productor	15%	12%	15%
plazo de entrega	50%	46%	44%
precio	80%	75%	77%
Total	225%	211%	215%

Tabla: % Columnas- Base de encuestados. Khi2=3,01 ddl=6 p=0,81 (Poco significativo)

Comentarios:

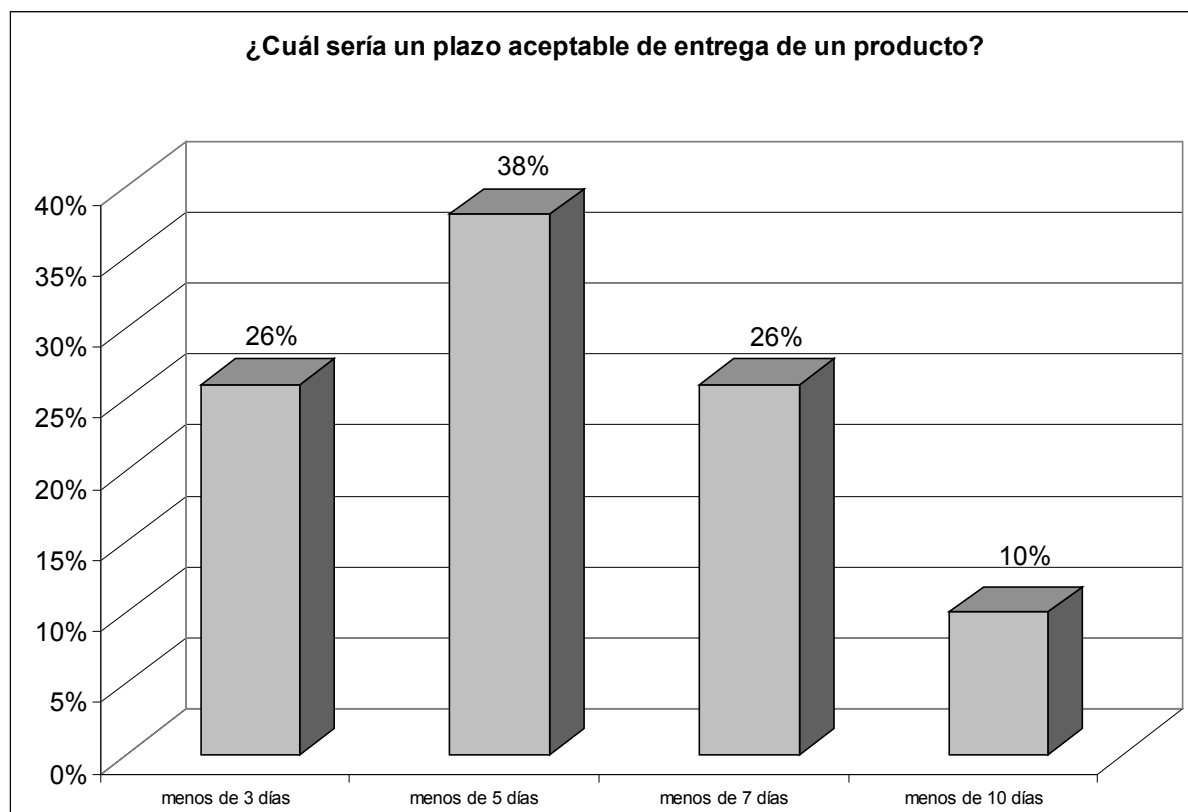
- Para la pregunta 11 podemos observar que los criterios más importantes para los entrevistados son: calidad del producto (79%) y precio (77%).
- Podemos observar que los resultados entre los entrevistados (hombres y mujeres), es muy similar.
- Podemos observar que los resultados son muy similares, aun que los entrevistados entre (18 y 29 años) tienen un mayor porcentaje.

Pregunta 12/12

¿Cuál sería un plazo aceptable de entrega de un producto?

Presentación efectiva global

	Efectivos	Frecuencia
menos de 3 días	391	26%
menos de 5 días	576	38%
menos de 7 días	398	26%
menos de 10 días	147	10%
Total	1512	



Análisis de respuestas en función al sexo de los entrevistados

	Hombre	Mujer
menos de 3 días	21%	28%
menos de 5 días	40%	37%
menos de 7 días	30%	25%
menos de 10 días	8%	10%
Total	100%	100%

Tabla: % Columnas. $\chi^2=10,3$ ddl=3 $p=0,016$ (Significativo)

Análisis de respuestas en función de la edad de los entrevistados

	De 18 años a 29 años	De 30 años a 39 años	40 años +
menos de 3 días	27%	25%	27%
menos de 5 días	37%	38%	42%
menos de 7 días	26%	27%	24%
menos de 10 días	10%	10%	7%
Total	100%	100%	100%

Tabla: % Columnas. $\chi^2=4,4$ ddl=6 $p=0,625$ (Poco significativo)

Comentarios:

- Para la pregunta 12 podemos observar que la mayor parte de los entrevistados (38%), creen que 5 días es un plazo aceptable para la entrega de un producto.

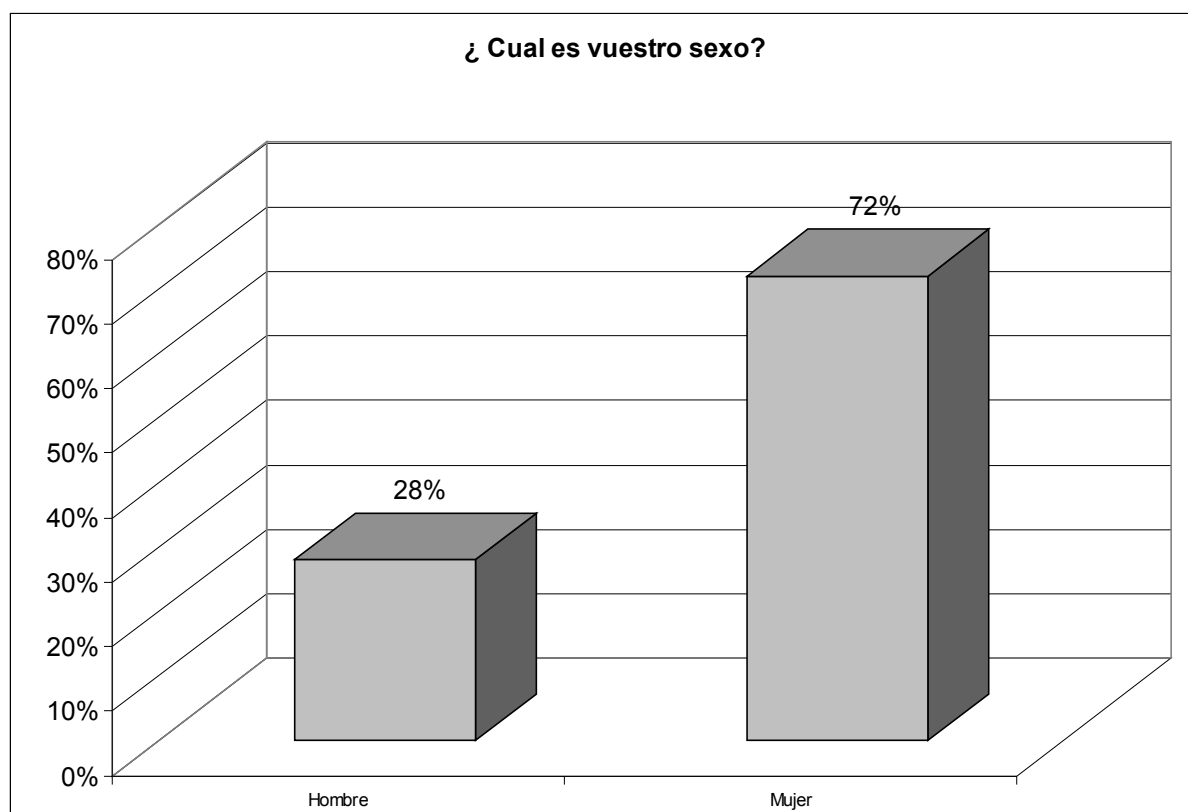
- Podemos observar que las respuestas son muy parecidas y varían dependiendo el plazo de entrega.

- Podemos observar que las respuestas son muy parecidas y varían dependiendo el plazo de entrega.

¿Cual es vuestro sexo?

Presentación efectiva global

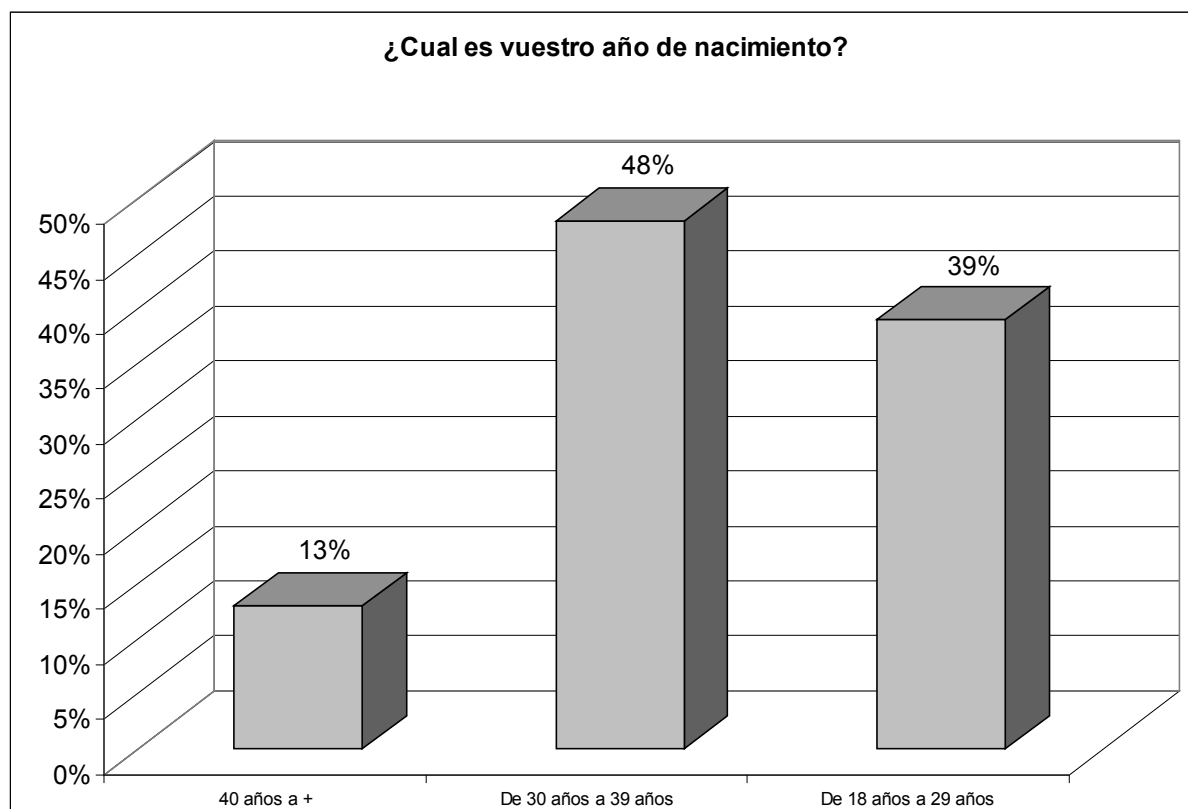
	Efectivos	Frecuencia
Hombre	424	28%
Mujer	1088	72%
Total	1512	



¿Cual es vuestro año de nacimiento?

Presentación efectiva global

	Efectivos	Frecuencia
40 años a +	193	13%
De 30 años a 39 años	730	48%
De 18 años a 29 años	589	39%
Total	1512	



¿Cuales vuestro código postal de residencia?

Cf fichier Excel