

TRABAJO DE INVESTIGACION FINAL

Impuesto Rosa, Economía del Comportamiento, y Discriminación de Precios

Autor/es:

Molodezky, Florencia Andrea – LU: 1040055

Carrera:

Licenciatura en Economía

Tutor:

Lic. Bianconi, Jesica

Año:2018

Índice	
Abstract.....	3
Introducción:.....	4
MARCO EMPÍRICO	6
ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO: Cómo las percepciones de los consumidores evitan la toma de decisiones racionales.....	6
IMPUESTO DE GÉNERO: Cuando la billetera no es rosa.....	8
IMPUESTO ROSA Y ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO: ¿Las mujeres buscamos pagar más caro?	10
DISCRIMINACIÓN DE PRECIOS: ¿Están explicadas las diferencias de precios por un deseo de las empresas de aumentar las ganancias al separar a los consumidores?.....	11
METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN:.....	13
RESULTADOS: ¿Nosotros elegimos pagar más?.....	14
Comparación entre artículos dirigidos a un público unisex y a un público diferenciado:.....	15
Comparación considerando únicamente a consumidores femeninos:	16
Comparación considerando únicamente consumidores masculinos:	17
Comparación entre artículos dirigidos al público femenino y masculino:	19
Comparación considerando únicamente consumidores femeninos:.....	20
Comparación considerando únicamente consumidores masculinos:	21
CONCLUSIONES:.....	23
Bibliografía:.....	26
Apéndice A	29
Apéndice B: datos de las encuestas y comparaciones considerando ambos consumidores de ambos géneros.....	53
Apéndice C: comparación de productos para consumidores femeninos.....	120
Apéndice D: comparación de productos para género masculino.....	173
Apéndice E: Comparación entre productos de género neutro y aquellos dirigidos a un genero en particular.....	196
SUBSECCIÓN A: Comparación para ambos géneros.....	196
SUBSECCIÓN B: comparación de productos entre consumidores de género femenino.....	223
SUBSECCIÓN C: comparación de productos entre consumidores de género masculino.....	244

Abstract

En los últimos años, la discusión en torno a la economía de género ha cobrado cada vez más relevancia. Entre sus temas centrales, se encuentra el impuesto rosa o *pink tax*, que representa el sobreprecio cobrado por ciertos bienes dirigidos a público femenino. En este trabajo se investiga la posibilidad de que este impuesto esté ocasionado por las mismas preferencias de los consumidores o si, por el contrario, se trata de un claro ejemplo de discriminación de precios.

Abstract

For the past few years, the discussion surrounding gender economics has become more relevant than ever. Amongst its main subjects is the so called *pink tax*, that represents the overprice that's charged to women for gender specific products. The purpose of this research is to investigate whether this tax is caused by consumers' preferences, or if it is a clear example of price discrimination.

Introducción:

Desde hace cierto tiempo, han tomado relevancia distintos aspectos de la economía que no se encuentran dentro del marco tradicional de la ciencia. Tales aspectos, que en la economía clásica y ortodoxa no suelen ser discutidos, o bien pueden ser considerados “irrelevantes”, en la actualidad pasan a tener un carácter más fundamental y relevante. Entre estos temas, y a tono con aspectos importantes discutidos hasta hace pocos meses en nuestro país, Argentina, se encuentra el “impuesto rosa”, el cual hace referencia al sobreprecio que se paga en ciertos artículos dirigidos principalmente a las mujeres, y que siempre pueden tener diferenciación por género.

El impuesto rosa, llamado así debido a que afecta en mayor proporción, pero no únicamente, a las mujeres, no consiste en un impuesto en su sentido más estricto. En su lugar es un sobreprecio o precio extra que se suele agregar a los productos que, existiendo una versión masculina o sin género de este, se venden más caros en la versión dirigida hacia el público femenino. Un estudio en particular, realizado por el Comité Económico del Congreso de Estados Unidos (Maloney, 2016) demuestra, a través de una comparación entre diversos productos en sus versiones dirigidas hacia hombres y hacia mujeres (entre los que se incluyen textiles, juguetes, herramientas, y cosmética) la existencia de tal “impuesto”. Este estudio es respaldado por otro (Duesterhaus, 2011), en el cual se analizan las diferencias de precios en peluquerías, tintorerías, y artículos de cuidado personal.

Asimismo, a partir de la segunda mitad del siglo veinte, un nuevo paradigma comenzó a imponerse en la economía: la economía del comportamiento. Esta rama debe su nacimiento a la intención de algunos profesionales de derribar uno de los que, hasta el momento, había sido un pilar del pensamiento clásico: que los consumidores se comportan de manera perfectamente racional. A partir de este nuevo supuesto, la “no racionalidad” de los individuos, es que surge la así llamada “economía del comportamiento”.

Es interesante resaltar que no se sabe exactamente a qué razón se debe el “impuesto rosa”. Los intentos que se han realizado por unir su existencia a un esfuerzo por parte

de las firmas de aumentar sus beneficios a través de asignar un mayor precio a los productos diferenciados (lo cual se condice con una discriminación de precios de tercer grado, de acuerdo a la teoría económica), han demostrado ser, en el mejor de los casos, algo complejo (Maloney, 2016). Esto se debe a que las firmas no admitirán (por lo menos abiertamente) el marcado de un sobreprecio, sino que defenderán los precios existentes por distintas razones: mayores costos de producción, líneas de ensamblaje separadas, distinta maquinaria utilizada para la fabricación, mayores costos de publicidad, y diversas otras.

Por lo tanto, se vuelve necesario encontrar un enfoque diferente para plantear una respuesta al por qué de la existencia del impuesto rosa, y es en este escenario donde se introduce la relevancia de la economía del comportamiento: ¿existe la posibilidad que sean los mismos individuos quienes eligen pagar mayores precios?

Tomando esto en cuenta, es el objetivo de este trabajo el investigar si, efectivamente, existe una conexión entre el “impuesto rosa” y la economía del comportamiento, es decir, si son (o somos) los mismos consumidores quienes eligen consumir productos por precios mayores a los que se podrían pagar, o, por el contrario, son las mismas empresas las que, siguiendo un modelo de discriminación de precios de tercer grado, generan una diferenciación en los precios. Siguiendo esta línea de pensamiento, es importante notar que, de ser los mismos consumidores quienes eligen pagar precios más altos por los bienes que consumen, esto podría resumirse en que los mismos consumidores son quienes tienen un precio de reserva más alto para los bienes que poseen algún tipo de diferenciación de carácter principalmente estético.

En las siguientes secciones, se revisarán los antecedentes académicos que existen hasta la fecha tanto acerca del impuesto rosa como de la economía del comportamiento, y se investigará si existen antecedentes que vinculen las elecciones que realiza cada género con respecto a los precios que pueda pagar cada uno. A fin de investigar si efectivamente existe una correlación entre el impuesto rosa y la economía del comportamiento, es decir, que sean los mismos consumidores los que eligen pagar precios más altos, o si por el contrario los individuos no presentan un desvío significativo entre las elecciones que realizan los distintos géneros, es decir, que esto pueda, en alguna capacidad, deberse a una discriminación de precios por parte de las firmas, se realizará una encuesta comparativa a fin de obtener datos de los consumidores nacionales, y observar a qué puede deberse el “impuesto rosa” en Argentina.

MARCO EMPÍRICO

ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO: Cómo las percepciones de los consumidores evitan la toma de decisiones racionales.

La economía del comportamiento es una ciencia relativamente reciente. Desarrollada por Daniel Kahneman y Amos Tversky en el año 1986, le valió a Kahneman compartir el Premio Nobel en Economía en el año 2002, convirtiéndose así en el primer psicólogo en recibir tal distinción. La economía del comportamiento hace hincapié en la toma de decisiones por parte de la población en general.

En la economía clásica se consideran de forma rutinaria las elecciones de los consumidores bajo el supuesto de información perfecta, cuando en la realidad ese supuesto se cumple en muy contadas ocasiones. Ésta es una situación de interés: bajo condiciones de información nula cualquier elección será casi indiferente, mientras que bajo condiciones de información perfecta la racionalidad dictará las decisiones que deben tomarse.

Sin embargo, es en el terreno gris de la información imperfecta donde se desarrolla, en realidad, la economía del comportamiento: sin la posibilidad de tener información perfecta o nula, los individuos se ven obligados a recurrir a una heurística tal que permita obtener una solución intuitiva al problema presentado (Cortada de Kohan, 2008). En palabras más simples, se elige la opción que, intuitivamente, más le agrade al individuo, lo cual significa que no necesariamente la opción elegida será la opción ideal. Es en tal escenario donde entran en consideración los llamados “arquitectos de decisiones” o *choice architects* (Thaler y Sunstein, 2008), quienes son los “responsables” de influenciar la toma de decisiones por parte de los individuos. Si bien más adelante se analizará en detalle, resulta muy importante destacar que no hay diseños “neutrales”, sino que todos los diseños realizados crean algún resultado, para mejor o para peor.

Uno de los principios básicos de la economía es que el consumo reporta utilidad a los consumidores. La teoría de las decisiones racionales establece que existen, entre

sus preceptos, dos que se cumplen de forma ineludible: dominancia e invariabilidad. El primero puede definirse tal que si una opción es mejor que otra en un aspecto, y mínimamente igual de buena en todos los demás, la primera opción será mejor que la segunda, siempre (Kahneman, 1986). El segundo precepto establece que diferentes representaciones de las mismas opciones deberían mantener los resultados de la elección original: si $A > B$, entonces $n \cdot A > n \cdot B$, es decir, que si A es preferible a B, entonces cualquier proporción de A representada por “n” (sea “n” un valor cualquiera) será también preferible a la misma proporción “n” de B (Kahneman, 1986). Los otros dos principios, transitividad y cancelación, quedan a merced de los diversos autores que decidan tratarlos.

Sin embargo, Kahneman y Tversky, en un estudio publicado en 1986, demuestran que el principio de invariabilidad puede ser violado: los individuos, enfrentados a distintas elecciones en apariencia distintas, pero en realidad idénticas, variaban sus elecciones dependiendo del enfoque utilizado (Kahneman, 1986). Tal resultado demuestra que la forma de presentar los problemas es en realidad sumamente relevante para los resultados que se obtienen, dado que se ha encontrado evidencia que bajo una óptica positiva, los individuos son menos adversos al riesgo que cuando son presentados con una óptica negativa, es decir, que bajo una óptica negativa, los individuos son propensos al riesgo.

En el mismo estudio, los autores dedican una sección a analizar las percepciones de los consumidores respecto a los precios: la gente es más propensa a aceptar una diferencia de precios entre pago en efectivo y con medios electrónicos si se considera que en el pago en efectivo hay un descuento, y no un cargo extra por abonar con un medio electrónico de pago. Por lo tanto, puede observarse que, si un artículo se presentase más caro que otro de características tan similares que no hubiese diferencia entre ambos, siendo tal diferencia solamente una cuestión de percepción, bastaría con aumentar la percepción (positiva) del ítem más costoso para justificar el aumento del precio.

Si bien este análisis no parece relevante al tema tratado, es importante presentarlo ya que sentó las bases para la creación del campo de la “economía del comportamiento”.

En el año 2002, Daniel Kahneman fue reconocido mundialmente con el Premio Nobel de Economía. En su discurso de reconocimiento, publicado en Diciembre de 2003 en *The American Economic Review*, Kahneman hace hincapié en la diferenciación entre

dos modelos de función cognitiva, que son el razonamiento y la intuición. De acuerdo con el autor, la principal diferencia entre ambos métodos es que el primero es el resultado de un esfuerzo hecho de forma deliberada y guiado por ciertas reglas y lineamientos, mientras que el segundo resulta casi espontáneo en la mente de quien lo realiza, y es importante notar que a menudo conllevan consigo una carga emocional y son gobernados por las costumbres.

En el caso de realizar dos tareas al mismo tiempo, cuando una de ellas requiere de un razonamiento racional, como por ejemplo memorizar una secuencia numérica, es probable que la otra sea realizada de manera intuitiva (Gilbert, 1989). Es interesante notar que la clasificación de objetos en “buenos” o “malos” se realiza rápida y eficientemente en el cerebro (Kahneman, 2003), por lo que los pensamientos intuitivos, si bien suelen ser asociados con una baja capacidad de tomar decisiones, son notablemente más fáciles de acceder que aquellos racionales, y es por ello que los primeros se vuelven un componente clave de las decisiones a las que llevan (Austen, 2008).

La accesibilidad de tales pensamientos no sólo se encuentra determinada por la práctica de los individuos ni por sus componentes genéticos, sino que las propiedades del objeto que se observa resultan de suma importancia: la percepción depende de las referencias, ya que los atributos percibidos reflejan las diferencias entre el estímulo focal, el estímulo corriente, y el estímulo de un contexto previo (Kahneman, 2003). Un claro ejemplo de tales situaciones, por fuera de la materia económica, serían las ilusiones ópticas que muestran dos flechas de largo similar pero que no lo parecen, con las puntas hacia dentro o hacia afuera.

IMPUESTO DE GÉNERO: Cuando la billetera no es rosa

De acuerdo con un estudio realizado por el Congreso de Estados Unidos (Maloney, 2016), en una familia tipo el salario de las mujeres contribuye en un 40% a los gastos de la casa, mientras que las mujeres son responsables por el 85% del consumo en ese mismo país. Asimismo, un estudio de precios comparativo entre productos dedicados al público masculino y al femenino reveló que, en la ciudad de Nueva York, un 48% de esos productos presentaban un valor mayor en el caso de estar dirigidos al público femenino, un 18% presentaban un mayor valor cuando estaban dirigidos al público masculino, y un 40% no presentaba diferencia de precio para ambos géneros (Maloney, 2016).

En otro estudio realizado por la Ciudad de Nueva York, en el que se evaluaron 794 productos en 35 categorías diferentes, se encontró que los productos dirigidos hacia el público femenino tenían en promedio un valor un 7% mayor que aquellos dirigidos al público masculino. De hecho, de las 35 categorías estudiadas, en 30 de ellas los precios siempre fueron mayores para los productos dirigidos a las mujeres, con la diferencia más marcada en los productos dedicados al cuidado personal (de Blasio, 2015).

El mismo estudio realizado por el Congreso propone ciertas explicaciones posibles a tales diferencias de precios, siendo las mismas las tarifas a las importaciones, el aumento de costos de producción causado por la diferenciación de productos, la discriminación de precios de tercer grado, y distintos tipos de colusión (Maloney, 2016).

Aún así, las diferencias entre precios no están restringidas únicamente al consumo de ciertos bienes: en el mercado financiero, el costo de un préstamo puede ser más alto si quien lo solicita es mujer. Asimismo, las mujeres tienen más probabilidades de que esos mismos préstamos les sean negados que si quien lo solicitase fuese un hombre, por más que las mujeres poseen mayor estabilidad financiera y menos riesgo de caer en un cese de pagos (Maloney, 2016).

A lo largo de la vida de los consumidores, estas diferencias de precios pueden sumar varios miles de dólares, que las mujeres no tienen más opción que gastar al no tener la posibilidad de decidir sobre los materiales o procesos productivos utilizados para producir los productos que consumen (de Blasio, 2015).

De la misma forma que mencionan de Blasio y Maloney, en Estados Unidos se han aprobado numerosas leyes en las cuales se penaliza el cobro de un sobreprecio a las mujeres, e inclusive en la ciudad de Nueva York las tintorerías y comercios de limpieza en seco no pueden separar las palabras “camisa” de “blusa”, sino que deben especificar los detalles de la prenda por los que se cobrará un sobre precio en el servicio (de Blasio, 2015).

En un estudio llevado a cabo en España, se verifica que los productos que son idénticos o casi idénticos para ambos géneros no presentan diferencias de precios significativas, aquellos que presentan diferencias entre los dirigidos a cada género también presentan una diferencia de precio respaldada por el género al que están dirigidos, y, por último, en los productos dirigidos exclusivamente a un solo género,

la variedad dirigida hacia las mujeres se encuentra ampliamente diversificada (Manzano Antón, 2018). Tal variedad probablemente es causada por las publicidades y el marketing (Manzano Antón, 2018) (Maloney, 2016), pero eso no será relevante en este trabajo.

IMPUESTO ROSA Y ECONOMÍA DEL COMPORTAMIENTO: ¿Las mujeres buscamos pagar más caro?

En las secciones anteriores se ha definido de qué manera los juicios intuitivos superan al razonamiento en ciertas ocasiones, y también fue definido qué es el impuesto rosa, junto con ciertos estudios que prueban y certifican su existencia.

Sin embargo, es sorprendentemente complicado explicar por qué existe efectivamente esa disparidad en los precios hacia los hombres y hacia las mujeres. Es imposible afirmar que se trata simplemente de un deseo de cobrarles más a las mujeres, ya que los fabricantes de los productos insistirán en que los precios establecido se deben a mayores costos de producción, regulaciones a las importaciones, estudios de mercado, gastos de marketing, y muchas otras posibilidades. Por lo tanto, se vuelve necesario buscar una razón externa a las ya presentadas: ¿somos las mujeres quienes estamos más dispuestas que los hombres a pagar mas por los mismos productos?

La bibliografía acerca de este punto es llamativamente reducida, limitándose solamente a algunas investigaciones.

En uno de los pocos estudios realizados, basado en los trabajos previos de Kahneman, se hace referencia a como distintas cualidades abstractas pueden afectar las decisiones que toman las mujeres (Austen, 2008):

- Valencia afectiva: este término hace referencia a la reacción de los individuos con respecto a la carga emocional que depositan en las palabras. Tanto Kahneman como Austen citan el ejemplo de las palabras “amor” y “vómito”, ambas con significados completamente opuestos. Este es un término útil en referencia al rol de la cultura en las diferencias de comportamiento entre hombres y mujeres, más específicamente, a cómo se denominan los comportamientos de cada género. Por ejemplo, ciertas palabras pueden, de forma subconsciente, asumir significados diferentes dependiendo a qué (o a quién) hagan referencia.

- Categorías sociales familiares: hace referencia a las categorías en las que se clasifica a la gente. Cuando un individuo quiere simplificar las decisiones que toma acerca de otro, accede a esa categoría de estereotipo. Es importante notar que estas categorizaciones se realizan de forma subconsciente, aún cuando de manera consciente el individuo esté en contra de realizar cualquier clase de juicio basado en estereotipos.
- Ambigüedad e incertidumbre: Kahneman (2003) demuestra como la ambigüedad puede desaparecer en base al contexto, y en ese caso los individuos tienen una tendencia a seguir sus razonamientos intuitivos. En donde no puede desaparecer la ambigüedad, los individuos tratarán de recurrir a la racionalidad, aunque si hay incertidumbre, nuevamente recurrirán al razonamiento intuitivo.
- Emociones: mientras más natural sea la respuesta emotiva de un individuo hacia una determinada situación, más intuitiva será la reacción de dicho individuo. Esta cualidad es particularmente utilizada en el marketing (Kahneman, 2003)

DISCRIMINACIÓN DE PRECIOS: ¿Están explicadas las diferencias de precios por un deseo de las empresas de aumentar las ganancias al separar a los consumidores?

Curiosamente, en la literatura académica, la relación entre la discriminación de precios y el género al que pertenecen los compradores está principalmente representada por el mercado de automotores (Goldberg, 1996), (Ayres 1995).

En un estudio realizado en 1995 (Ayres, 1995), dos investigadores analizaron la correlación entre etnia y género en relación con los valores de los automóviles en Chicago.

La metodología utilizada en el estudio consistió en enviar a treinta y ocho sujetos de prueba a 153 concesionarias elegidas de manera aleatoria a averiguar por 306 automóviles. Todos los sujetos de prueba fueron entrenados para negociar de la misma forma, y se los juntó en pares en los cuales uno de los sujetos era blanco y el otro no. Los resultados obtenidos pueden dividirse, entonces, en cuatro categorías diferentes: hombres blancos (categoría 1), mujeres blancas (categoría 2), hombres negros (categoría 3), y mujeres negras (categoría 4). Los resultados reflejaron que, en comparación con los sujetos de la categoría 1, aquellos pertenecientes a la categoría 2 pagaron \$92 más en promedio, los pertenecientes a la categoría 3

pagaron \$410 más en promedio, y los pertenecientes a la categoría 34 pagaron \$1100 más en promedio.

En los resultados, los investigadores notan que, tras realizar un análisis econométrico de los datos obtenidos, existe evidencia de que tanto el género como la etnia influyeron fuertemente tanto en las ofertas iniciales como finales realizadas por los vendedores. Asimismo, los investigadores resaltan ciertas causas posibles para la discriminación, aunque dado que la investigación se centró principalmente en los sesgos de parcialidad que mostraron los vendedores referentes a la etnia de los compradores, tales causas apuntan principalmente a la discriminación racial: principalmente, animosidad de parte de los empleadores, vendedores, y dueños de las agencias, así como animosidad por parte de los compradores. Sin embargo, como los autores mismos señalan en sus conclusiones, es mucho más sencillo documentar la existencia de la discriminación que explicar por qué existe.

Un análisis posterior (Goldberg, 1996) sobre el experimento antes mencionado sugiere que existe una posibilidad de que las diferencias en los precios cobrados a los diferentes grupos pueden deberse en realidad a diferencias en el comportamiento de los compradores. Para eliminar esta posibilidad, Goldberg realiza un nuevo análisis basándose en datos de ventas reales, y a su vez mantiene las categorías generadas por el estudio anterior. Al comparar con los resultados obtenidos por Ayres, Goldberg llega a la conclusión que las diferencias de precios entre las diferentes categorías es menor a la que los investigadores (Ayres, 1995) concluían en la investigación inicial.

En un contexto ya más generalizado, y no aplicado de forma exclusiva al mercado automovilístico, un artículo publicado en Internet (www.developmenteconomics.co.uk/five-reasons-why-gender-pricing-may-occur/, 2012) analiza cinco causas posibles de discriminación de precios por género en el Reino Unido. La primera hace referencia al mercado de los seguros, en donde, si bien es ilegal, puede generarse una diferenciación de precios basada en las particularidades de cada género. La segunda causa se refiere a los diferentes costos de provisión de ciertos servicios, como por ejemplo son las peluquerías y servicios de tintorería. La tercera causa es la mayor propensión a pagar por parte del público femenino, especialmente en artículos de higiene personal, lo cual es precisamente el objeto de la investigación de este trabajo. La cuarta causa se refiere a las habilidades de negociación, particularmente en la venta de automóviles, mientras que la quinta causa es la asimetría de información, en rubros como mecánica de automóviles.

Sin embargo, no se han realizado investigaciones más abarcativas respecto a la situación, específicamente en Argentina.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN:

Dado que el objetivo de esta investigación es analizar a qué puede deberse la existencia del impuesto rosa, se presentan dos opciones. La primera es que los consumidores poseen precios de reserva que varían fuertemente dependiendo de su género, mientras que la segunda es que los precios de reserva son en realidad iguales para todos los consumidores, independientemente del género de los mismos, y que son las empresas quienes eligen generar una discriminación de precios a fin de maximizar sus ganancias.

Considerando estas posibilidades, para analizar la hipótesis planteada en este trabajo, se realizó una encuesta de carácter anónimo en internet. La misma consta de cuatro secciones en las cuales se comparan productos similares, diferenciados únicamente en sus características estéticas, con excepción de la primera sección, que es donde los participantes indican su género dentro de tres categorías posibles: femenino, masculino, otro o no binario.

Los productos presentados pertenecen a diferentes categorías como marroquinería, relojería, informática, calzado, higiene personal, y artículos de librería. En la misma, se pide a los participantes que, además de seleccionar su género, elijan entre cuatro opciones los precios que ellos consideran que se condicen con los objetos mostrados, a fin de minimizar la variabilidad de las respuestas.

De forma de lograr resultados que sean lo más imparciales posible, las secciones de la encuesta se dividen de la siguiente forma: en la sección, uno, los participantes seleccionan a qué género pertenecen; en la secciones dos, tres, y cuatro, seleccionan cuál es el precio que ellos consideran se corresponde con un producto mostrado. La diferencia entre estas tres últimas secciones es que, en la primera, los consumidores asignan valores a productos unisex o que no poseen características que los hagan diferenciables para algún género en particular, en la segunda, los consumidores evalúan productos que están dirigidos al público masculino, y en la tercera, analizan productos dirigidos al público femenino. Esta encuesta puede encontrarse en el apéndice A de este trabajo.

Una vez concluida la encuesta, se obtuvieron 170 resultados que serán presentados en la sección que sigue.

RESULTADOS: ¿Nosotros elegimos pagar más?

Una vez finalizada, se recogieron 170 respuestas, divididas según los siguientes géneros: 41 masculinos, 128 femeninos, y 1 no binario o sin género. Dado que una sola respuesta no puede, de ningún modo, considerarse como una muestra representativa, se eliminó la misma y se procedió con las demás.

Se analizaron los resultados obtenidos de diversas formas: se compararon los artículos dirigidos hacia el público femenino, masculino, o sin distinción de género, entre sí. Asimismo, se compararon los resultados entre todos los consumidores, entre los consumidores femeninos, y entre los consumidores masculinos.

Con el objetivo de analizar los resultados, que fueron correspondientemente volcados en una plantilla de Excel, se ordenaron las columnas de acuerdo a qué artículos hacían referencia, y se realizó, en todos los casos, una prueba F de Fisher para comparar la varianza. Una vez hecho esto, se procedió a comparar las medias mediante un test t de Student, también en Excel. Las tablas que se presentan en las sub secciones que siguen reflejan los resultados de estas pruebas.

Es relevante notar que, al realizarse un test de hipótesis, las hipótesis son las siguientes:

Hipótesis nula: No hay una diferencia significativa entre las medias

Hipótesis alternativa: Las medias presentan una diferencia significativa.

En la última columna titulada "resultados", se presentan los resultados de los test de hipótesis. Si se desea observar los datos tal como fueron obtenidos, y su posterior análisis, los mismos pueden encontrarse en los apéndices B, C, y D de este trabajo. En los mismos, se encuentran los datos separados en tres columnas para los primeros 4 artículos: la primer columna se corresponde con los artículos unisex, la segunda con los que se encuentran dirigidos al público masculino, y la tercer y última columna se refiere a los artículos dirigidos al público femenino. En cuanto a los 7 artículos restantes, de los cuales no se consideró una versión unisex, la primer

columna se corresponde con los artículos dirigidos al público masculino, mientras que la segunda se refiere a los artículos dirigidos al público femenino.

Como una última aclaración, es importante resaltar que el artículo denominado como "iPad" es en realidad una funda o cubierta para iPad confeccionada en silicona, y no una tableta electrónica.

A continuación se presentan los resultados en forma tabulada.

Comparación entre artículos dirigidos a un público unisex y a un público diferenciado:

En esta subsección se harán tres distinciones: en primer lugar (tabla 1.a) se compararán, para todos los consumidores, es decir, todos los individuos que respondieron la encuesta, los artículos dirigidos a un público unisex y a un público masculino. En segundo lugar (tabla 1.b), se compararán artículos unisex y artículos dirigidos a un público femenino.

Tabla 1.a

	Media		T critico	Estadistico T	Resultado
	Neutro	Masculino			
Tijera	89,20118343	76,47928994	1,967049315	4,603867081	Se rechaza la hipótesis nula
Mouse	546,1538462	556,8047337	1,967049315	-0,914092057	No se rechaza la hipótesis nula
Ipad	218,7869822	217,0118343	1,967113376	1,024784037	No se rechaza la hipótesis nula
Mochila	1862,426036	1794,378698	1,967049315	2,002615618	Se rechaza la hipótesis nula

Es posible observar que se registran diferencias entre las medias de precios relativos a las tijeras, siendo mayor el precio de las tijeras unisex, y entre las medias de precios relativos a las mochilas, siendo también la media de la mochila unisex mayor que la dirigida a los hombres.

Tabla 1.b

	Media		T critico	Estadistico T	Resultado
	Neutro	Femenino			
Tijera	89,20118343	78,99408284	1,967049315	3,697649981	Se rechaza la hipótesis nula
Mouse	546,1538462	575,739645	1,967049315	-2,514522897	Se rechaza la hipótesis nula
Ipad	218,7869822	216,7159763	1,967049315	1,175494646	No se rechaza la hipótesis nula
Mochila	1862,426036	1933,431953	1,967070541	-1,923814768	No se rechaza la hipótesis nula

En este caso, se registra una diferencia entre las medias de precios de la tijera y el mouse, siendo mayor el precio de la tijera unisex y también mayor el precio del mouse femenino.

Como puede observarse, tanto consumidores masculinos como femeninos tienen precios de reserva diferentes para tijeras unisex y las que se encuentran dirigidas a algún género en particular. Se considera que el mouse dirigido al público femenino es más caro que uno neutro, mientras que no se encuentra diferencia alguna para las cubiertas de iPad. Finalmente, se considera que las mochilas dirigidas al público masculino se diferencian en precio con las que se consideran neutras.

A continuación, se presentan los resultados de las encuestas a consumidores femeninos, nuevamente comparando, en la tabla 1.c, a los artículos unisex y masculinos, y en la tabla 1.d, los artículos unisex y femeninos.

Comparación considerando únicamente a consumidores femeninos::

Tabla 1.c

	Media		T critico	Estadístico T	Resultado
	Neutro	Masculino			
Tijera	89,2578125	75,9765625	1,969347483	4,151687977	Se rechaza la hipótesis nula
Mouse	552,34375	563,28125	1,969347483	-0,825070708	No se rechaza la hipótesis nula
Ipad	220,1171875	218,359375	1,969347483	1,048630473	No se rechaza la hipótesis nula
Mochila	1888,671875	1806,640625	1,969347483	2,00345493	Se rechaza la hipótesis nula

Se observa una diferencia entre las medias de las tijeras y las mochilas, siendo en ambos casos mayor el precio para el artículo unisex en comparación con el artículo dirigido al género masculino.

Tabla 1.d

	Media		T critico	Estadístico t	Resultado
	Neutro	Femenino			
Tijera	89,2578125	79,8828125	1,969347483	2,912536109	Se rechaza la hipótesis nula
Mouse	552,34375	582,03125	1,969347483	-2,21965565	Se rechaza la hipótesis nula
Ipad	220,1171875	218,75	1,969347483	0,821061191	No se rechaza la hipótesis nula
Mochila	1888,671875	1960,9375	1,969347483	-1,657367745	No se rechaza la hipótesis nula

Se observa una diferencia entre la media de precios la tijera y del mouse, siendo el primero mayor en su versión unisex, mientras que se considera una media de precios superiores para el mouse dirigido al público masculino.

Nuevamente, es posible observar una diferenciación en los precios de reserva con respecto a las tijeras unisex, indiferentemente del género al que están dirigidas las otras. Como se mencionó anteriormente, las consumidoras opinan que el mouse de carácter femenino tiene un precio mayor al neutro, mientras que la mochila unisex es, una vez más, considerada más cara que su variante masculina. En esta oportunidad, siguen sin observarse diferencias en los precios de reserva referentes a las cubiertas de silicona para los iPads.

Se muestran, en las tablas 1.e y 1.f, las opiniones de los consumidores masculinos, divididos nuevamente al comparar los objetos unisex con los masculinos en primer lugar, y los femeninos en segundo.

Comparación considerando únicamente consumidores masculinos:

Tabla 1.e

	Media		T critico	Estadístico t	Resultado
	Neutro	Masculino			
Tijera	89,02439024	78,04878049	1,990450177	1,981734777	No se rechaza la hipótesis nula
Mouse	526,8292683	536,5853659	1,990063387	-0,404164134	No se rechaza la hipótesis nula
Ipad	214,6341463	212,804878	1,990063387	0,381925515	No se rechaza la hipótesis nula
Mochila	1780,487805	1756,097561	1,990063387	0,43800288	No se rechaza la hipótesis nula

En esta situación no se observa evidencia de la existencia de diferencia entre los precios de reserva para ninguna de las variedades de cada par de los artículos presentados.

Tabla 1.f

	Media		T critico	Estadístico T	Resultado
	Neutro	Femenino			
Tijera	89,02439024	76,2195122	1,990063387	2,379307458	Se rechaza la hipótesis nula
Mouse	526,8292683	556,097561	1,990063387	-1,196416119	No se rechaza la hipótesis nula
Ipad	214,6341463	210,3658537	1,990063387	0,864922889	No se rechaza la hipótesis nula
Mochila	1780,487805	1847,560976	1,991254363	-1,025978352	No se rechaza la hipótesis nula

Resulta de sumo interés resaltar que, en esta ocasión, el único producto que los consumidores masculinos consideran que tienen precios diferenciados son las tijeras, más específicamente, las tijeras unisex y las dirigidas al público femenino. Fuera de eso, los consumidores masculinos no consideran que exista una diferencia entre los precios de reserva de los otros productos.

A continuación, se presentan gráficos comparativos de las medias estimadas.

Gráfico 1.a: comparación entre las medias estimadas por el público total entre artículos unisex, masculinos, y femeninos.

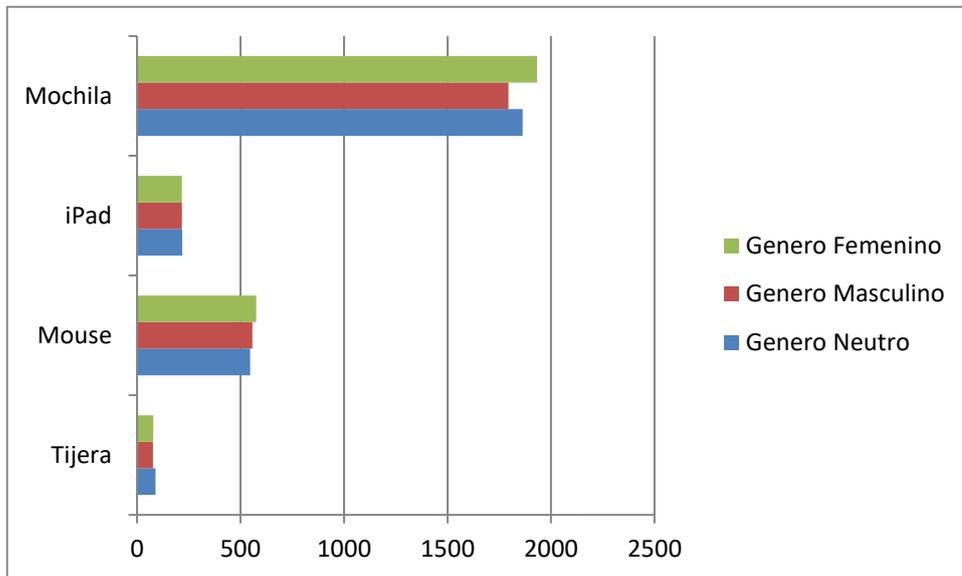


Gráfico 1.b: comparación entre las medias estimadas por el público femenino entre artículos unisex, masculinos, y femeninos.

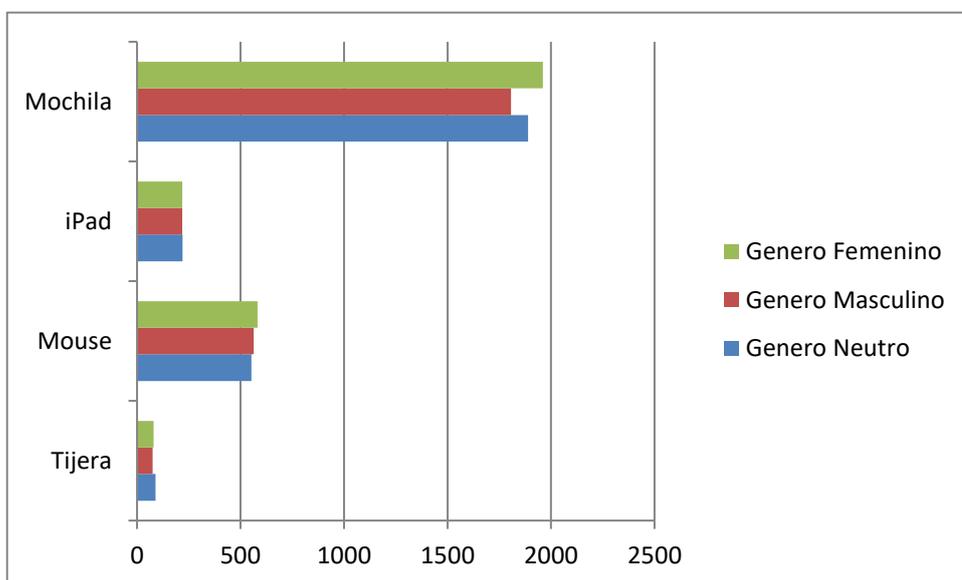
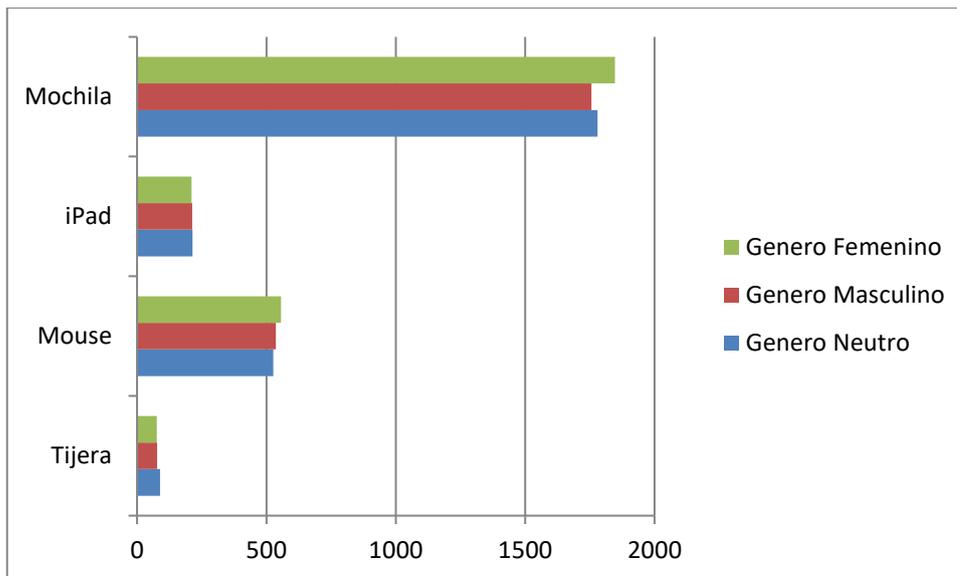


Gráfico 1.c: comparación entre las medias estimadas por el público masculino entre artículos unisex, masculinos, y femeninos.



Comparación entre artículos dirigidos al público femenino y masculino:

En esta ocasión se amplía la variedad de artículos seleccionados de sólo 4 a 11, considerando aquéllos que no tienen disponibles una versión que sea alevosamente unisex. Es, por lo tanto, importante remarcar que no se compararán artículos unisex, sino que se compararán los artículos masculinos contra los femeninos.

Se presentan en esta subsección tres tablas diferentes: la tabla 2.a toma en cuenta a todos los consumidores, tanto femeninos como masculinos. La tabla 2.b toma únicamente en cuenta a las consumidoras femeninas, y la tabla 2.c considera de forma exclusiva a los consumidores masculinos.

Dado que el análisis correspondiente a estas tablas será más detallado, se analizarán las mismas por separado.

Tabla 2.a

	Media		T Critico	Estadístico T	Resultado
	Hombres	Mujeres			
Tijera	76,4792899	78,9940828	1,967049315	-0,895697328	No se rechaza la Hipótesis Nula
Mouse	556,804734	575,739645	1,967049315	-1,614504396	No se rechaza la Hipótesis Nula
iPad	217,011834	216,715976	1,967049315	0,160588372	No se rechaza la Hipótesis Nula
Mochila	1794,3787	1933,43195	1,967049315	-3,975776384	Se rechaza la hipotesis Nula
Zapatillas	2840,23669	2849,11243	1,967049315	-0,235619164	No se rechaza la Hipótesis Nula
Desodorante	62,7218935	61,5976331	1,967049315	0,787841285	No se rechaza la Hipótesis Nula
Cepillos de dientes	154,43787	147,928994	1,967049315	2,625113563	Se rechaza la hipotesis Nula
Afeitadora	226,627219	234,556213	1,967049315	-4,666493413	Se rechaza la hipotesis Nula
Set de vajilas	5195,26627	5408,28402	1,967049315	-2,339509172	Se rechaza la hipotesis Nula
Auriculares	526,331361	541,715976	1,967049315	-1,403040448	No se rechaza la Hipótesis Nula
Reloj	1831,36095	1795,85799	1,967049315	1,864816581	No se rechaza la Hipótesis Nula

En esta ocasión, puede observarse que la diferencia entre los precios de reserva de las tijeras masculinas y femeninas no es significativa. Los mouse tampoco presentan evidencia de una diferencia significativa entre sus medias, al igual que las fundas de iPad. Con respecto a las mochilas, se demuestra la existencia de evidencia de una diferencia significativa entre sus precios siendo la mochila dirigida al público femenino la considerada de mayor precio. Tanto las zapatillas como los desodorantes no presentan evidencia de una diferencia significativa en los precios de sus dos versiones.

En cambio, los cepillos de dientes, las afeitadoras descartables, y los sets de valijas rígidas para viaje sí presentan diferencias significativas entre sus medias de valores, con la diferencia que son los cepillos de dientes masculinos los que se consideran con un valor más alto que los femeninos, a diferencia de los otros dos productos, en donde aquellos dirigidos al público femenino son considerados con un precio mayor a los dirigidos al público masculino. Finalmente, ni los auriculares ni los relojes presentan evidencia de una diferencia significativa en sus precios.

Comparación considerando únicamente consumidores femeninos:

Tabla 2.b

	Media		T Critico	Estadístico T	Resultado
	Hombres	Mujeres			
Tijera	75,9765625	79,8828125	1,969347483	-1,205890012	No se rechaza la hipótesis nula
Mouse	563,28125	582,03125	1,969347483	-1,388083783	No se rechaza la hipótesis nula
iPad	218,359375	218,75	1,969347483	-0,216121143	No se rechaza la hipótesis nula
Mochila	1806,64063	1960,9375	1,969498337	-3,737427744	Se rechaza la hipótesis nula
Zapatillas	2847,65625	2872,65625	1,969347483	-0,557121617	No se rechaza la hipótesis nula
Desodorante	63,125	62,03125	1,969347483	0,644466743	No se rechaza la hipótesis nula
Cepillos de dientes	154,21875	149,0625	1,969347483	1,751963386	No se rechaza la hipótesis nula
Afeitadora	225,625	234,375	1,969347483	-4,528147371	Se rechaza la hipótesis nula
Set de vajilas	5312,5	5546,875	1,969774341	-2,430050553	Se rechaza la hipótesis nula
Auriculares	535,15625	553,90625	1,969347483	-1,515032923	No se rechaza la hipótesis nula
Reloj	1850	1813,28125	1,969384748	1,739013536	Se rechaza la hipótesis nula

En este caso, se presentan exclusivamente los resultados de las consumidoras femeninas. Resulta interesante notar que, salvo algunas excepciones, aquí se repiten los resultados obtenidos para un público mixto, y presentados anterioridad. No existe evidencia significativa de una diferencia entre los precios de las tijeras, los mouse y las fundas para iPads dirigidas tanto al mercado masculino como al femenino.

Se repite, nuevamente, la evidencia de una diferencia de precios para las mochilas, con el precio superior correspondiente a las mochilas femeninas. Igual que en el caso anteriormente presentado, no se considera que exista evidencia de una diferencia entre los precios de las zapatillas y los desodorantes dirigidos a cada público, y, a diferencia del caso anterior, tampoco se considera que exista, en base a la evidencia presentada por este estudio, diferencia en los precios de cepillos de dientes masculinos y femeninos.

Tanto las afeitadoras descartables como el set de valijas de viaje rígidas presentan evidencias de diferencia en sus precios, nuevamente a favor de los productos comercializados para el público femenino, mientras que los auriculares no presentan evidencia. Por último, los relojes aquí presentan una evidencia de precios distintos a favor del reloj masculino.

Comparación considerando únicamente consumidores masculinos:

Tabla 2.c

	Media		T Critico	Estadístico T	Resultado
	Hombres	Mujeres			
Tijera	78,0487805	76,2195122	1,990063387	0,322748612	No se rechaza la hipótesis nula
Mouse	536,585366	556,097561	1,990063387	-0,834738427	No se rechaza la hipótesis nula
iPad	212,804878	210,365854	1,990063387	0,493113673	No se rechaza la hipótesis nula
Mochila	1756,09756	1847,56098	1,990063387	-1,447738869	No se rechaza la hipótesis nula
Zapatillas	2817,07317	2775,60976	1,990063387	0,624321062	No se rechaza la hipótesis nula
Desodorante	61,4634146	60,2439024	1,990063387	0,475007125	No se rechaza la hipótesis nula
Cepillos de dientes	155,121951	144,390244	1,990063387	2,391163097	Se rechaza la hipótesis nula
Afeitadora	229,756098	235,121951	1,990063387	-1,509542778	No se rechaza la hipótesis nula
Set de vajilas	4829,26829	4975,60976	1,990063387	-0,725211236	No se rechaza la hipótesis nula
Auriculares	498,780488	503,658537	1,990063387	-0,220259508	No se rechaza la hipótesis nula
Reloj	1773,17073	1741,46341	1,990063387	0,781447017	No se rechaza la hipótesis nula

Son consideradas aquí de modo exclusivo las respuestas de los consumidores masculinos. Es muy interesante remarcar que no existe evidencia de diferencia en los precios de reserva de estos consumidores respecto a ningún artículo analizado, con la única excepción de los cepillos de dientes, que fueron valorados con un precio medio superior que el dirigido al público femenino.

A continuación se presenta un gráfico comparativo de las medias estimadas para los precios de cada producto, diferenciando las medias estimadas por el público total, por los consumidores femeninos, y los consumidores masculinos.

Gráfico 2.a: comparación de medias para el público mixto entre productos femeninos y masculinos.

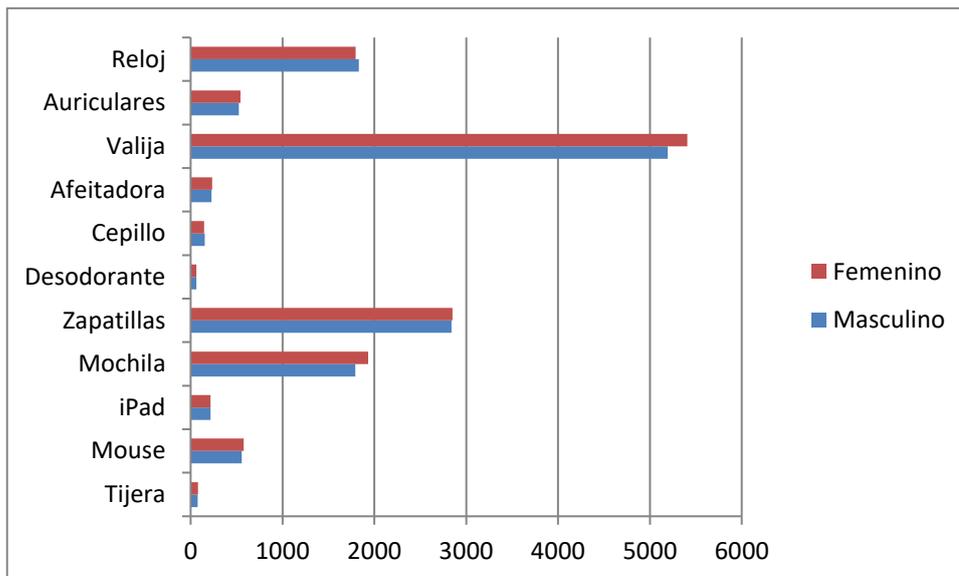


Gráfico 2.b: comparación de medias para el público femenino entre productos femeninos y masculinos:

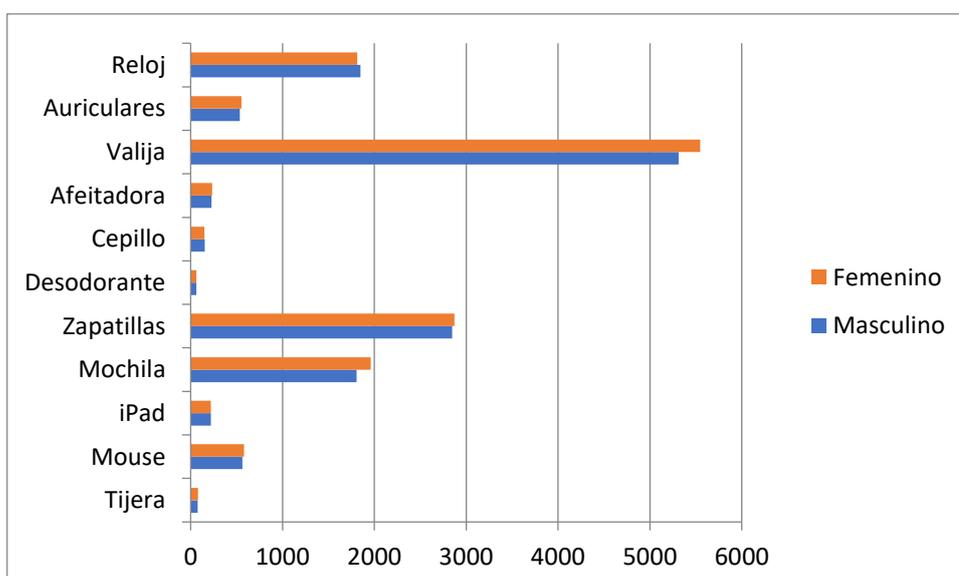
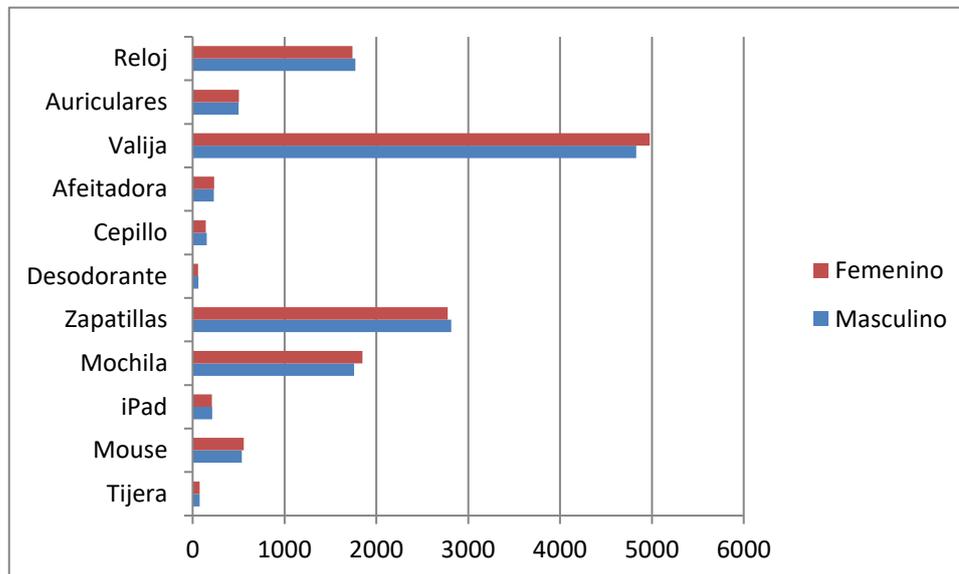


Gráfico 2.c: comparación de medias para el público masculino entre productos femeninos y masculinos:



CONCLUSIONES:

Considerando los resultados expuestos, es posible identificar los artículos que se considera que tienen un precio diferencial, sean neutros, masculinos, o femeninos.

Respecto a los artículos neutros, masculinos, y femeninos, y considerando un público consumidor mixto, los que se consideran con un mayor precio de reserva son: las tijeras unisex, el mouse femenino, y la mochila neutra, aunque esta última únicamente en comparación con la mochila masculina.

Para los mismos artículos, y considerando únicamente consumidores femeninos, los artículos considerados con evidencia de un mayor precio de reserva son, al igual que con el total de los consumidores, las tijeras unisex, el mouse femenino, y la mochila unisex comparada con la mochila masculina.

Considerando nuevamente los mismos artículos, pero analizando las respuestas del público masculino, el único que se considera que posea algún diferencial de precio es la tijera unisex, únicamente con respecto a la femenina.

Respecto a la comparación entre artículos masculinos y femeninos, y sin consideración de artículos neutros, para el total de los consumidores se presenta una diferenciación de precios a favor de las mochilas femeninas, los cepillos de dientes masculinos, las afeitadoras descartables femeninas, y el set de valijas rígidas femeninas.

Con respecto a la comparación de los mismos artículos para el público femenino, los que presentan evidencia de un mayor precio son las mochilas femeninas, las afeitadoras descartables femeninas, el set de valijas rígidas de viaje femeninas, y el reloj masculino. En cambio, para los consumidores masculinos, el único bien que presenta evidencia de diferencia de precios, es el cepillo dental, con el mayor precio recayendo en el masculino.

Teniendo esto en cuenta, es importante resaltar que quienes influyen más en las diferencias de los precios estimados son los consumidores femeninos, y no los consumidores masculinos, generando así las diferencias de precios que se observan en esta investigación. Por lo tanto, es posible llegar a una primera conclusión según la cual, siguiendo la hipótesis planteada al principio de este trabajo, las mujeres eligen pagar más caro por ciertos productos, tal vez de forma inconsciente, al tener precios de reserva más altos.

Si bien no todas las diferencias entre los precios pueden ser explicadas de esta forma, y es muy probable que además exista algún tipo de discriminación de precios, se concluye que una de las causas de la existencia de un impuesto rosa en productos dirigidos al público femenino sea el deseo de éste mismo de pagar más.

De todas formas, no es posible afirmar que sea ésta la única razón de la existencia del impuesto rosa, ya que no se puede descartar de manera absoluta que no exista algún tipo de discriminación de precios por parte de las empresas. A fin de poder avanzar en esta dirección, sería necesario realizar una comparación en los costos totales en los que incurren las empresas al fabricar los productos investigados, con el objetivo de descartar los costos como la razón de la diferenciación de precios. Además, sería necesario analizar las campañas de publicidad y los costos en los que las empresas incurren para realizarlas. Sin embargo, como ha sido resaltado a lo largo de este trabajo, se vuelve muy difícil obtener acceso total a los costos de fabricación de las empresas.

Por lo tanto, si bien es imposible afirmar que sea la única causa, puede considerarse que los consumidores femeninos poseen mayor voluntad de gastos, sea la misma en forma de precios de reserva más altos o mayor valoración del presente, que influye en la creación y existencia del impuesto rosa.

Es decir, las mujeres elegimos pagar más caro.

Bibliografía:

Austen, Siobhan & Jefferson, Therese, "Can Behavioural Economics Contribute to Feminist Discussions?" (16/01/2008). WISER Working Paper No. 53. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1640951> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1640951>"https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1640951 (visitado 06/06/2018)

Ayres, Ian, and Peter Siegelman. "Race and Gender Discrimination in Bargaining for a New Car." *The American Economic Review*, vol. 85, no. 3, 1995, pp. 304–321. JSTOR, JSTOR, www.jstor.org/stable/2118176.

Bridget J. Crawford & Carla Spivack, Tampon Taxes, Discrimination, and Human Rights, 2017 Wis. L. Rev. 491, <http://digitalcommons.pace.edu/lawfaculty/1070/> (visitado 24/08/2018)

Cortada de Kohan, Nuria, LOS SESGOS COGNITIVOS EN LA TOMA DE DECISIONES. *International Journal of Psychological Research* [en línea] 2008, 1 (Sin mes) : [Fecha de consulta: 10/06/2018] Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=299023503010> ISSN 2011-2084

De Blasio, Bill & Menin Julie. "From Cradle to Cane: The Cost of Being a Female Consumer A Study of Gender Pricing in New York City" <https://www1.nyc.gov/assets/dca/downloads/pdf/partners/Study-of-Gender-Pricing-in-NYC.pdf> visitado: 24/08/2018

Dubé, Laurette, and Michael S. Morgan. "Trend Effects and Gender Differences in Retrospective Judgments of Consumption Emotions." *Journal of Consumer Research*, vol. 23, no. 2, 1996, pp. 156–162. JSTOR, JSTOR, www.jstor.org/stable/2489712.

Duesterhaus, Megan & Grauerholz, Liz & Weichsel, Rebecca & Guittar, Nicholas. (2011). The Cost of Doing Femininity: Gendered Disparities in Pricing of Personal Care Products and Services. *Gender Issues*. 28. 175-191. 10.1007/s12147-011-9106-3.

Fundberg, Drew & Villas-Boas, J. Miguel. "Behavior-Based Price Discrimination and Customer Recognition", *Handbook of Economics and Information Systems*, (T.J. Handershott) Elsevier, 2016. <http://faculty.haas.berkeley.edu/VILLAS/surveypaper9-06.pdf> (visitado 24/8/2018)

Goldberg, Pinelopi Koujianou. "Dealer Price Discrimination in New Car Purchases: Evidence from the Consumer Expenditure Survey." *Journal of Political Economy*, vol. 104, no. 3, 1996, pp. 622–654. *JSTOR*, JSTOR, www.jstor.org/stable/2138865.

Horowitz, Steven, "Is There Really a Pink Tax?" Foundation for Economic Education, (16/05/2015)"<https://fee.org/articles/is-there-really-a-pink-tax/> (visitado 24/08/18)

<https://developmenteconomics.co.uk/five-reasons-why-gender-pricing-may-occur/> visitado 25/10/2018

<https://www.researchgate.net/publication/257772245/download> (visitado 18/08/18)

Joint Economic Comitee. "Democratic Staff 114th Congress, "Gender Pay Inequality: Consequences for Women, Families and the Economy"" (04/2016).

Joint Economic Comitee. "The Pink Tax How Gender-Based Pricing Hurts Women's Buying Power" (12/2016)

Kahneman, Daniel. "Maps of Bounded Rationality: Psychology for Behavioral Economics." *The American Economic Review*, vol. 93, no. 5, 2003, pp. 1449–1475. *JSTOR*, JSTOR, www.jstor.org/stable/3132137.

Levi, Isaac. "Illusions about Uncertainty." *The British Journal for the Philosophy of Science*, vol. 36, no. 3, 1985, pp. 331–340. *JSTOR*, JSTOR, www.jstor.org/stable/687578.

R Manzano Antón, G Martínez Navarro, D Gavilán Bouzas (2018): "Identidad de género, consumo y discriminación a través del precio". *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 385 a 400. <http://www.revistalatinacs.org/073paper/1261/20es.html>

Samson, A. (Ed.)(2017). *The Behavioral Economics Guide 2017* (with an introduction by Cass Sunstein). Retrieved from <http://www.behavioraleconomics.com> (visitado 27/05/2018)

Schildberg-Hörisch, Hannah. "Are Risk Preferences Stable?" *The Journal of Economic Perspectives*, vol. 32, no. 2, 2018, pp. 135–154. JSTOR, JSTOR, www.jstor.org/stable/26409428.

Thaler, Richard. "Integrating Economics With Psychology", The Committee for the Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel, <https://www.nobelprize.org/uploads/2018/06/advanced-economicsciences2017.pdf> (09/10/2017). Visitado 27/05/2018.

Tversky, Amos, and Daniel Kahneman. "Rational Choice and the Framing of Decisions." *The Journal of Business*, vol. 59, no. 4, 1986, pp. S251–S278. JSTOR, JSTOR, www.jstor.org/stable/2352759.

Apéndice A



PREGUNTAS

RESPUESTAS 96

Sección 1 de 4



Encuesta TIF 2018

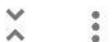
Por favor, contestá las siguientes preguntas de acuerdo con tu opinión personal. ¡Gracias!

Con qué género te identificás? *

- Masculino
- Femenino
- No binario / Otro

Después de la sección 1 [Ir a la siguiente sección](#)

Sección 2 de 4



¿Cuánto creés que cuestan los siguientes artículos?

Por favor, elegí una sola opción.



Sección 1 de 4

Encuesta TIF 2018

Por favor, contestá las siguientes preguntas de acuerdo con tu opinión personal.
¡Gracias!

*

Con qué género te identificás?

- Masculino
- Femenino
- No binario / Otro

Sección 2 de 4

¿Cuánto creés que cuestan los siguientes artículos?

Por favor, elegí una sola opción.

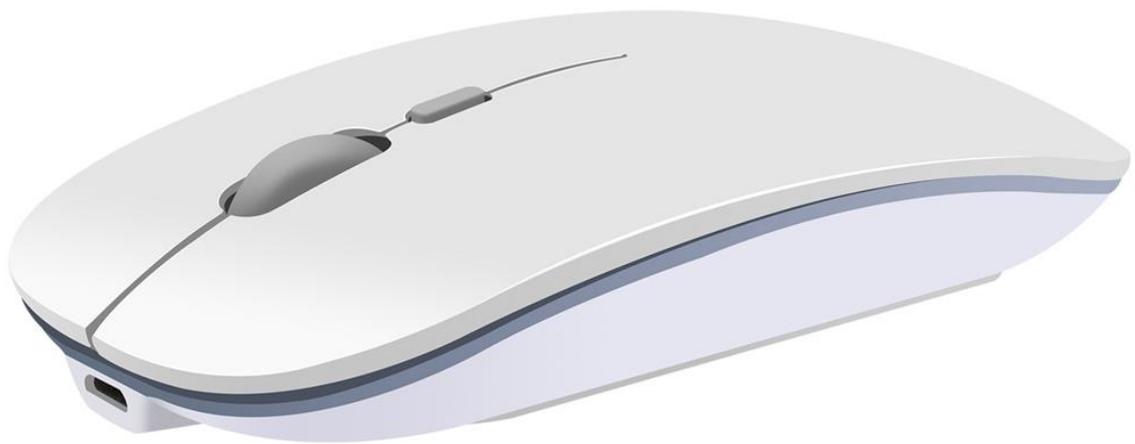
*



- 125
- 100

- 75
- 50

*



- 700
- 600
- 500

○ 400

*



○ 225

○ 200

○ 175

○ 150



- 2500
- 2000
- 1750
- 1500

Sección 3 de 4

¿Cuánto creés que cuestan los siguientes artículos?

*

Pregunta



- 3200
- 2700
- 2400
- 2000



*

- 225
- 200
- 175
- 150



Pregunta

- 2500
- 2000
- 1750
- 1500

*



- 80
- 60
- 50
- 40



- 200
- 180
- 160
- 140

*



- 280
- 260
- 240
- 220

*



- 2000
- 1800
- 1600
- 1500

*



- 6000
- 5000
- 4000
- 3000

*



- 125

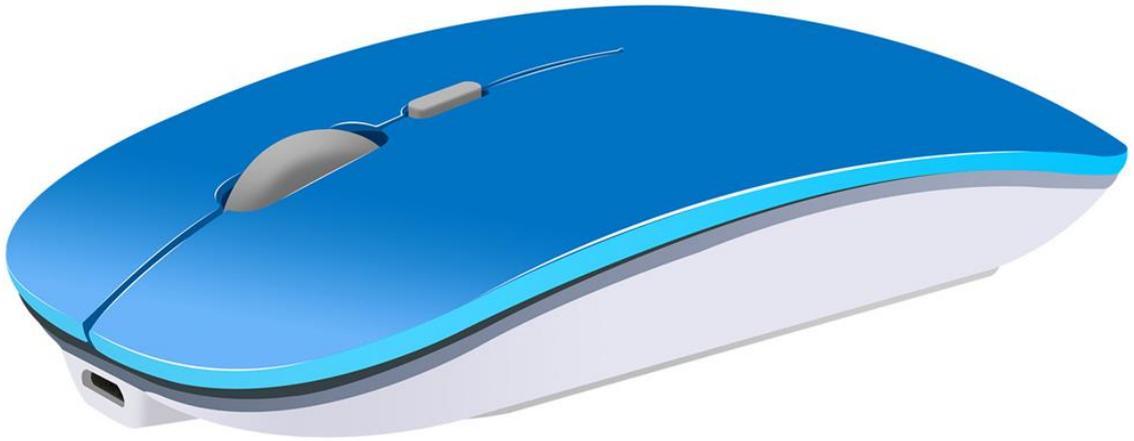
- 100
- 75
- 50

*



- 650
- 550
- 450
- 350

*



- 700
- 600
- 500
- 400

Sección 4 de 4

¿Cuánto creés que cuestan los siguientes artículos?

*



- 125
- 100
- 75
- 50



*

- 2500
- 2000
- 1750
- 1500



- 200
- 180
- 140
- 120



- 225
- 200
- 175
- 150



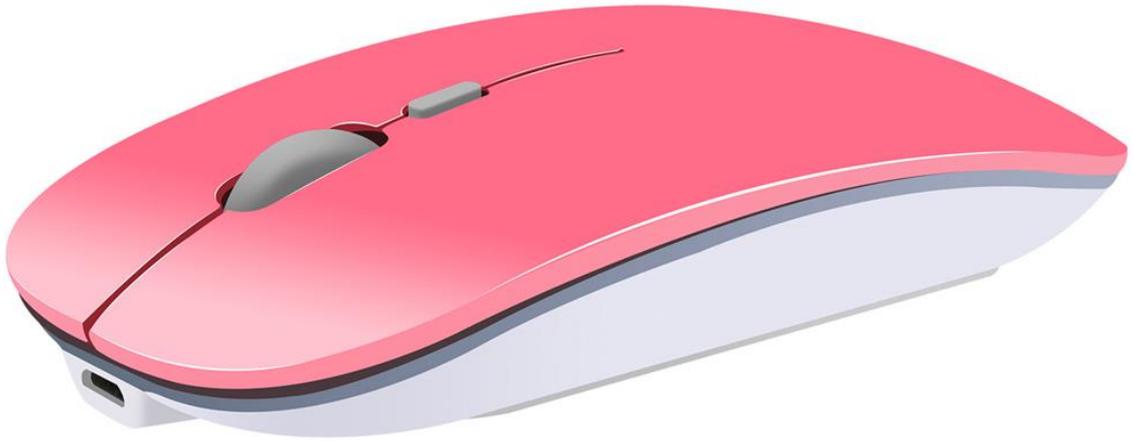
- 80
- 60
- 50
- 40



*

- 650
- 550
- 450
- 350

*



- 700
- 600
- 500
- 400



- 280
- 260
- 240
- 220

*



- 3200
- 2700
- 2400
- 2000

*



- 6000
- 5000
- 4000
- 3000

*



- 2000
- 1800
- 1600
- 1500

Apéndice B: datos de las encuestas y comparaciones considerando ambos consumidores de ambos géneros.

Para todos los casos:

Hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa, es decir, los consumidores asignan a los bienes precios similares.

Hipótesis alternativa: la diferencia entre las medias es significativa, es decir, los consumidores asignan a los bienes precios disímiles.

Artículo: Tijeras

Genero	tijera1	tijera2	tijera3
Femenino	75	125	125
Femenino	100	75	75
Femenino	125	100	100
Femenino	75	100	100
Femenino	50	50	75
Femenino	125	75	75
Femenino	100	50	50
Femenino	100	50	50
Femenino	75	50	50
Femenino	125	125	125
Femenino	125	125	125
Femenino	75	50	50
Femenino	100	50	50
Femenino	75	100	100
Femenino	50	50	100
Femenino	75	75	75
Femenino	100	50	100
Femenino	100	100	100
Femenino	100	75	75
Femenino	75	125	125
Femenino	100	125	125
Femenino	75	50	75

Femenino	75	50	75
Femenino	75	75	75
Femenino	100	75	75
Femenino	125	100	100
Femenino	50	50	50
Femenino	75	75	75
Femenino	75	50	75
Femenino	100	75	75
Femenino	125	125	125
Femenino	75	50	50
Femenino	75	50	100
Femenino	100	100	75
Femenino	50	50	50
Femenino	50	50	50
Femenino	100	75	75
Femenino	75	50	50
Femenino	50	75	75
Femenino	125	75	75
Femenino	100	100	125
Femenino	125	100	125
Femenino	50	100	75
Femenino	125	75	75
Femenino	125	125	125
Femenino	100	50	50
Femenino	125	125	125
Femenino	100	100	75
Femenino	75	75	75
Femenino	100	75	75
Femenino	75	50	50
Femenino	125	125	100
Femenino	75	50	75
Femenino	100	75	125

Femenino	75	75	50
Femenino	75	50	50
Femenino	100	50	50
Femenino	125	75	75
Femenino	75	50	75
Femenino	125	125	125
Femenino	50	100	100
Femenino	100	75	75
Femenino	125	100	100
Femenino	100	75	100
Femenino	50	100	100
Femenino	50	75	75
Femenino	75	75	75
Femenino	125	50	50
Femenino	50	50	50
Femenino	100	75	100
Femenino	50	50	50
Femenino	100	50	50
Femenino	50	50	50
Femenino	75	50	100
Femenino	75	50	50
Femenino	125	100	100
Femenino	100	100	125
Femenino	75	75	100
Femenino	75	50	50
Femenino	75	50	50
Femenino	75	75	75
Femenino	75	75	100
Femenino	50	50	75
Femenino	75	50	50
Femenino	125	125	125
Femenino	125	50	75

Femenino	100	50	50
Femenino	75	100	125
Femenino	50	50	50
Femenino	125	125	75
Femenino	125	125	125
Femenino	75	50	50
Femenino	125	125	125
Femenino	50	50	50
Femenino	50	75	75
Femenino	125	125	125
Femenino	75	50	50
Femenino	100	50	50
Femenino	75	100	75
Femenino	100	75	75
Femenino	75	50	50
Femenino	75	50	50
Femenino	75	75	75
Femenino	125	75	75
Femenino	75	50	50
Femenino	100	125	125
Femenino	75	75	75
Femenino	100	75	100
Femenino	75	75	75
Femenino	125	100	125
Femenino	75	50	50
Femenino	125	100	125
Femenino	125	75	75
Femenino	100	75	75
Femenino	75	50	50
Femenino	50	50	75
Femenino	50	75	50
Femenino	75	50	50

Femenino	75	75	75
Femenino	125	100	100
Femenino	75	75	75
Femenino	75	75	75
Femenino	100	75	75
Femenino	125	100	75
Femenino	75	75	75
Femenino	125	100	100
Femenino	125	75	75
Femenino	75	50	50
Masculino	50	100	100
Masculino	125	125	125
Masculino	100	100	100
Masculino	100	125	100
Masculino	75	50	75
Masculino	100	75	75
Masculino	125	100	125
Masculino	125	100	100
Masculino	75	75	75
Masculino	100	75	50
Masculino	100	75	75
Masculino	100	50	50
Masculino	75	50	50
Masculino	50	50	50
Masculino	50	50	50
Masculino	125	125	125
Masculino	75	75	75
Masculino	125	50	50
Masculino	75	75	75
Masculino	125	100	75
Masculino	75	75	75
Masculino	100	75	75

Masculino	100	100	100
Masculino	75	75	50
Masculino	125	125	125
Masculino	75	100	100
Masculino	75	50	50
Masculino	50	100	75
Masculino	125	50	50
Masculino	75	50	50
Masculino	100	75	75
Masculino	75	75	75
Masculino	75	50	100
Masculino	75	50	50
Masculino	50	50	50
Masculino	100	100	100
Masculino	75	50	50
Masculino	100	100	100
Masculino	75	125	75
Masculino	75	50	50
Masculino	100	50	50

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	76,47928994	78,9940828
Varianza	667,4415328	664,755917
Observaciones	169	169
Grados de libertad	168	168
F	1,004040003	
P(F<=f) una cola	0,489592546	
Valor crítico para F (una cola)	1,28985029	

Se suponen varianzas iguales

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
--	-------------------	-------------------

Media	76,47928994	78,9940828
Varianza	667,4415328	664,755917
Observaciones	169	169
Varianza agrupada	666,098725	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	336	
Estadístico t	0,895697328	
P(T<=t) una cola	0,185527833	
Valor crítico de t (una cola)	1,64940126	
P(T<=t) dos colas	0,371055667	
Valor crítico de t (dos colas)	1,967049315	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre medias no es significativa.

Artículo: Mouse

Femenino	400	400	400
Femenino	400	400	400
Femenino	700	700	700
Femenino	500	600	700
Femenino	600	600	700
Femenino	400	400	400
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	600
Femenino	400	400	400
Femenino	600	700	700
Femenino	400	400	400
Femenino	700	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	500	700	700
Femenino	400	400	600
Femenino	500	700	600
Femenino	400	400	400
Femenino	700	600	700
Femenino	600	600	600

Femenino	700	700	700
Femenino	700	500	700
Femenino	600	500	500
Femenino	600	700	700
Femenino	600	600	700
Femenino	500	400	400
Femenino	500	500	500
Femenino	400	400	400
Femenino	400	400	400
Femenino	500	500	500
Femenino	500	500	500
Femenino	700	700	700
Femenino	600	600	600
Femenino	400	700	700
Femenino	500	500	500
Femenino	400	500	600
Femenino	400	400	400
Femenino	500	500	500
Femenino	400	400	400
Femenino	600	600	600
Femenino	700	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	500
Femenino	700	600	700
Femenino	600	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	500	600	600
Femenino	700	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	700	400	700
Femenino	400	400	400

Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	500
Femenino	600	500	600
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	700
Femenino	400	400	400
Femenino	600	600	600
Femenino	500	600	600
Femenino	600	700	700
Femenino	400	400	500
Femenino	600	600	600
Femenino	500	600	600
Femenino	700	700	700
Femenino	600	600	600
Femenino	500	500	500
Femenino	600	500	500
Femenino	400	500	600
Femenino	400	500	500
Femenino	500	500	500
Femenino	600	600	600
Femenino	600	700	700
Femenino	600	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	500	500	600
Femenino	500	500	500
Femenino	600	600	700
Femenino	600	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	400	400	400
Femenino	500	700	700
Femenino	500	500	600
Femenino	500	500	600

Femenino	700	700	700
Femenino	400	400	400
Femenino	600	600	500
Femenino	700	700	700
Femenino	600	600	600
Femenino	400	400	400
Femenino	600	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	500	600	500
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	500
Femenino	600	600	600
Femenino	500	600	700
Femenino	400	400	400
Femenino	600	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	400	500	500
Femenino	500	400	400
Femenino	600	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	400	600	600
Femenino	600	600	700
Femenino	400	400	400
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	500
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	600
Femenino	500	500	500
Femenino	600	600	600
Femenino	500	500	500
Femenino	600	600	600

Femenino	500	600	600
Femenino	400	400	400
Femenino	500	500	500
Femenino	500	600	600
Femenino	700	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	700	700	700
Femenino	600	600	700
Femenino	500	400	400
Femenino	500	500	500
Femenino	500	400	400
Masculino	400	500	400
Masculino	700	600	600
Masculino	400	400	400
Masculino	600	600	600
Masculino	400	500	500
Masculino	600	600	600
Masculino	700	700	700
Masculino	700	500	600
Masculino	400	500	500
Masculino	500	400	400
Masculino	500	500	500
Masculino	400	400	400
Masculino	500	500	500
Masculino	600	600	600
Masculino	500	500	500
Masculino	400	400	400
Masculino	500	500	500
Masculino	700	700	700
Masculino	700	700	700

Masculino	600	600	700
Masculino	500	500	700
Masculino	500	600	600
Masculino	700	700	700
Masculino	400	400	400
Masculino	400	400	400
Masculino	400	600	600
Masculino	600	400	600
Masculino	500	400	600
Masculino	400	400	400
Masculino	700	700	700
Masculino	700	700	700
Masculino	500	600	600
Masculino	400	500	500
Masculino	500	600	600
Masculino	500	500	500
Masculino	400	400	400
Masculino	500	500	500
Masculino	700	700	700
Masculino	600	600	600
Masculino	500	600	600
Masculino	400	500	600

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	556,804734	575,739645
Varianza	11396,8724	11848,408
Observaciones	169	169
Grados de libertad	168	168
F	0,96189061	
P(F<=f) una cola	0,40074317	
Valor crítico para F (una cola)	0,77528377	

Se suponen varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	556,804734	575,739645
Varianza	11396,8724	11848,408
Observaciones	169	169
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	336	
Estadístico t	-1,6145044	
P(T<=t) una cola	0,05367836	
Valor crítico de t (una cola)	1,64940126	
P(T<=t) dos colas	0,10735671	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96704932	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre medias no es significativa.

Artículo: Funda o cubierta para iPad de silicona

Femenino	225	225	150
Femenino	225	225	225
Femenino	225	175	175
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	225	175	175
Femenino	225	225	225
Femenino	200	225	200
Femenino	200	200	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	200	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	200	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225

Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	200	175
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	175	175	175
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	175	175	175
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	150	175	175
Femenino	225	150	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	175	225
Femenino	225	225	225

Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	200	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	200	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	200	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	200	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	225	225	200
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	225
Femenino	200	200	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225

Femenino	200	200	200
Femenino	200	200	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	225	225
Femenino	225	225	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	225	225
Femenino	225	225	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225

Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	200	225	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	175	175	175
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	175
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	175	175	175
Masculino	200	175	175

Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	200	200	200
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	150
Masculino	225	225	225
Masculino	225	200	200
Masculino	225	225	225
Masculino	200	225	225
Masculino	150	150	175
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	200	225
Masculino	225	175	175
Masculino	175	175	175
Masculino	150	175	175
Masculino	225	225	225
Masculino	175	175	175
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	200
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	217,011834	216,715976
Varianza	278,071288	295,549803
Observaciones	169	169
Grados de libertad	168	168
F	0,94086102	
P(F<=f) una cola	0,34662551	

Valor crítico para F (una cola) 0,77528377

Se suponen varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	217,011834	216,715976
Varianza	278,071288	295,549803
Observaciones	169	169
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	336	
Estadístico t	0,16058837	
P(T<=t) una cola	0,43625706	
Valor crítico de t (una cola)	1,64940126	
P(T<=t) dos colas	0,87251412	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96704932	

No se rechaza hipótesis nula: la diferencia entre medias no es significativa.

Artículo: Mochilas

Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	2500	2000	2500
Femenino	1750	1500	2000
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1750	2000	1750
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	1750	2500
Femenino	1750	1750	2000
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	1500	1500	1750

Femenino	2500	1750	2500
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1750	1500	1750
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	1500	1750	1750
Femenino	2000	2500	2500
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1500	1750	1500
Femenino	2500	2000	2500
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	1750	2000	2000
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1500	1750	1750
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	1750	1750	2000
Femenino	1750	1500	2000
Femenino	1750	1750	2000
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	1750	1750	2000
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1500	1500	1750

Femenino	2000	1500	1750
Femenino	1750	1750	2000
Femenino	2500	2500	2000
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	1750	1500	2000
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1750	1500	1750
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2500	2000	1750
Femenino	2000	1750	1750
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2500	2000	2000
Femenino	1750	1500	2000
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2500	2500	1500
Femenino	2500	2000	2500
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	2000	1750	1500
Femenino	1750	2000	2000
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2500	2000	2500
Femenino	2500	2500	2000
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2500	2500	2500

Femenino	2000	1500	2000
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	1750	1500	2000
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	2500	2000	2500
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	1750	1750	2500
Femenino	1750	1500	1750
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	2500	2000	2500
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	1750	2000	2500
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	1500	1500	2500
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	1750	1500	1750

Femenino	2000	1750	2500
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	1750	1750
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	1750	1500	1750
Femenino	2000	1750	1750
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	1750	1750	2000
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	2500	2000	2000
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	1750	1750	1750
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	2000	1750	2500
Masculino	1750	2000	2000
Masculino	2500	2000	2000
Masculino	1750	1500	1750
Masculino	1750	1750	1750
Masculino	1500	1500	1750
Masculino	1500	2000	2500
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	2000	2000	1500
Masculino	2000	2000	2000
Masculino	2000	2000	2000
Masculino	1750	1500	1750
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	1500	1500	1500

Masculino	1500	1500	1750
Masculino	1750	1750	1750
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	1750	1750	1750
Masculino	1500	2000	1750
Masculino	2000	2000	2000
Masculino	2000	1500	1750
Masculino	1750	1750	1750
Masculino	1750	1750	1500
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	2000	1750	2500
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	1750	1750	2000
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	2000	1750	1750
Masculino	2500	2000	2500
Masculino	2000	2000	2000
Masculino	1750	1500	1750
Masculino	1750	1750	1750
Masculino	1500	1750	1750
Masculino	2000	2000	2000
Masculino	1750	1500	1500
Masculino	2000	2500	2500
Masculino	2000	2000	2000
Masculino	2000	2000	2500
Masculino	1500	1750	1750

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	1794,3787	1933,43195
Varianza	85816,4272	120914,342
Observaciones	169	169

Grados de libertad	168	168
F	0,7097291	
P(F<=f) una cola	0,01343609	
Valor crítico para F (una cola)	0,77528377	

Se suponen varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	1794,3787	1933,43195
Varianza	85816,4272	120914,342
Observaciones	169	169
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	327	
	-	
Estadístico t	3,97577638	
P(T<=t) una cola	4,3193E-05	
Valor crítico de t (una cola)	1,64952678	
P(T<=t) dos colas	8,6385E-05	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96724504	

Se rechaza hipótesis nula: la diferencia entre las medias es significativa

Artículo: Zapatillas

Femenino	3200	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	3200	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	3200	2400
Femenino	2700	2700
Femenino	2400	2400
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	3200	2400
Femenino	3200	3200

Femenino	2700	3200
Femenino	2400	2400
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	2700	3200
Femenino	2400	2400
Femenino	2700	2700
Femenino	2700	2700
Femenino	2400	2400
Femenino	2700	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	2700	2700
Femenino	2700	3200
Femenino	2400	2700
Femenino	2400	2400
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	2700
Femenino	2700	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	2000	2000
Femenino	2700	2700
Femenino	2400	2700
Femenino	2700	2700
Femenino	2700	2000
Femenino	2700	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	2400	2400
Femenino	2700	2700
Femenino	3200	3200

Femenino	3200	3200
Femenino	2700	3200
Femenino	2400	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	3200
Femenino	2400	2400
Femenino	2700	2700
Femenino	3200	2700
Femenino	2700	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	2000	2700
Femenino	2700	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	2400	2400
Femenino	2700	2700
Femenino	2700	2700
Femenino	2400	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	2400	2400
Femenino	2700	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	2700	2700
Femenino	2000	2000
Femenino	2700	2700
Femenino	2700	2700
Femenino	2400	2700
Femenino	3200	3200

Femenino	3200	3200
Femenino	2700	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	2400	2400
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	2000	2000
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	3200
Femenino	2000	2000
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	2400
Femenino	3200	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	2700	2700
Femenino	2700	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	2700	3200
Femenino	2700	2000
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	3200

Femenino	2400	2400
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	2400	2400
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	2400	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	3200	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	2000	2000
Masculino	3200	3200
Masculino	2700	3200
Masculino	2700	2700
Masculino	2700	2700
Masculino	2400	2700
Masculino	2700	2700
Masculino	3200	2400
Masculino	3200	3200
Masculino	2400	2700
Masculino	2700	2700

Masculino	2400	2400
Masculino	2700	2700
Masculino	3200	3200
Masculino	2700	2700
Masculino	3200	3200
Masculino	2700	2700
Masculino	3200	2700
Masculino	2400	2400
Masculino	2700	2700
Masculino	2700	2700
Masculino	2700	2700
Masculino	2400	2400
Masculino	2700	2400
Masculino	3200	3200
Masculino	2700	2700
Masculino	3200	3200
Masculino	3200	2700
Masculino	3200	2700
Masculino	3200	3200
Masculino	2400	2700
Masculino	2400	2400
Masculino	2400	2400
Masculino	3200	3200
Masculino	2400	2400
Masculino	3200	3200
Masculino	3200	2700
Masculino	2700	2700
Masculino	3200	3200

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
-------------------	-------------------

Media	2840,23669	2849,11243
Varianza	119323,753	120490,279
Observaciones	169	169
Grados de libertad	168	168
F	0,99031851	
P(F<=f) una cola	0,47490115	
Valor crítico para F (una cola)	0,77528377	

Se suponen varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	2840,23669	2849,11243
Varianza	119323,753	120490,279
Observaciones	169	169
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	336	
Estadístico t	-0,23561916	
P(T<=t) una cola	0,40693587	
Valor crítico de t (una cola)	1,64940126	
P(T<=t) dos colas	0,81387175	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96704932	

No se rechaza hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa

Artículo: Desodorante

Femenino	50	50
Femenino	80	80
Femenino	60	60
Femenino	60	80
Femenino	50	40
Femenino	80	60
Femenino	50	40
Femenino	50	50
Femenino	60	50
Femenino	60	60
Femenino	60	60
Femenino	60	50
Femenino	60	60

Femenino	80	80
Femenino	80	60
Femenino	60	60
Femenino	40	40
Femenino	40	40
Femenino	80	60
Femenino	80	80
Femenino	80	80
Femenino	50	50
Femenino	80	80
Femenino	50	50
Femenino	40	40
Femenino	80	80
Femenino	50	50
Femenino	40	40
Femenino	50	50
Femenino	80	80
Femenino	80	80
Femenino	50	40
Femenino	60	80
Femenino	80	80
Femenino	60	80
Femenino	40	40
Femenino	50	40
Femenino	60	60
Femenino	60	60
Femenino	80	80
Femenino	50	60
Femenino	80	80
Femenino	60	60
Femenino	80	80
Femenino	60	50

Femenino	80	80
Femenino	60	60
Femenino	80	80
Femenino	80	80
Femenino	60	60
Femenino	60	60
Femenino	80	60
Femenino	50	60
Femenino	50	60
Femenino	40	40
Femenino	40	50
Femenino	80	60
Femenino	60	60
Femenino	60	80
Femenino	60	60
Femenino	80	80
Femenino	60	60
Femenino	60	60
Femenino	80	80
Femenino	60	60
Femenino	80	60
Femenino	60	40
Femenino	60	40
Femenino	60	60
Femenino	60	60
Femenino	50	50
Femenino	80	60
Femenino	40	40
Femenino	60	60
Femenino	80	80
Femenino	80	80
Femenino	60	80

Femenino	50	60
Femenino	60	60
Femenino	50	40
Femenino	60	60
Femenino	80	80
Femenino	60	60
Femenino	60	60
Femenino	80	80
Femenino	40	50
Femenino	80	80
Femenino	80	60
Femenino	40	40
Femenino	40	40
Femenino	80	80
Femenino	80	80
Femenino	80	80
Femenino	60	50
Femenino	80	80
Femenino	60	50
Femenino	50	50
Femenino	60	60
Femenino	80	80
Femenino	80	80
Femenino	50	60
Femenino	80	80
Femenino	60	60
Femenino	50	50
Femenino	50	50

Femenino	60	60
Femenino	60	60
Femenino	80	80
Femenino	80	60
Femenino	80	60
Femenino	60	50
Femenino	60	80
Femenino	60	60
Femenino	50	50
Femenino	80	80
Femenino	80	80
Femenino	50	60
Femenino	60	50
Femenino	60	60
Femenino	50	50
Femenino	50	50
Femenino	60	60
Femenino	80	80
Femenino	60	80
Masculino	80	80
Masculino	80	80
Masculino	60	60
Masculino	60	80
Masculino	40	40
Masculino	50	40
Masculino	80	80
Masculino	60	60
Masculino	60	80
Masculino	80	60
Masculino	60	60
Masculino	60	60
Masculino	50	50

Masculino	60	60
Masculino	60	60
Masculino	80	80
Masculino	60	60
Masculino	50	50
Masculino	60	60
Masculino	80	80
Masculino	50	50
Masculino	50	50
Masculino	80	80
Masculino	50	40
Masculino	60	60
Masculino	60	60
Masculino	40	40
Masculino	50	40
Masculino	80	60
Masculino	60	60
Masculino	60	60
Masculino	60	60
Masculino	50	50
Masculino	60	60
Masculino	80	60
Masculino	60	60
Masculino	60	60
Masculino	60	60

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
--	-------------------	-------------------

Media	62,7218935	61,5976331
Varianza	166,35672	177,789518
Observaciones	169	169
Grados de libertad	168	168
F	0,93569476	
P(F<=f) una cola	0,33357285	
Valor crítico para F (una cola)	0,77528377	

Se suponen varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	62,7218935	61,5976331
Varianza	166,35672	177,789518
Observaciones	169	169
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	336	
Estadístico t	0,78784128	
P(T<=t) una cola	0,21567249	
Valor crítico de t (una cola)	1,64940126	
P(T<=t) dos colas	0,43134498	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96704932	

No se rechaza hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

Artículo: Cepillos de dientes		
Femenino	140	140
Femenino	140	120
Femenino	140	200
Femenino	180	200
Femenino	140	120
Femenino	160	140
Femenino	140	140
Femenino	140	120
Femenino	180	180
Femenino	140	180

Femenino	180	180
Femenino	160	120
Femenino	160	140
Femenino	140	140
Femenino	160	140
Femenino	140	120
Femenino	160	120
Femenino	140	120
Femenino	140	140
Femenino	140	120
Femenino	160	180
Femenino	140	120
Femenino	180	180
Femenino	140	120
Femenino	140	120
Femenino	140	120
Femenino	180	140
Femenino	140	200
Femenino	140	140
Femenino	180	200
Femenino	200	200
Femenino	180	180
Femenino	140	120
Femenino	140	120
Femenino	160	120
Femenino	160	140
Femenino	160	200
Femenino	140	180
Femenino	180	200
Femenino	140	120
Femenino	200	200
Femenino	140	140

Femenino	140	120
Femenino	160	180
Femenino	140	140
Femenino	180	180
Femenino	180	180
Femenino	140	140
Femenino	180	200
Femenino	140	120
Femenino	140	140
Femenino	140	120
Femenino	140	140
Femenino	160	140
Femenino	140	120
Femenino	140	120
Femenino	180	180
Femenino	140	140
Femenino	140	120
Femenino	140	120
Femenino	160	140
Femenino	140	140
Femenino	140	120
Femenino	180	200
Femenino	140	120
Femenino	140	140
Femenino	180	180
Femenino	140	140
Femenino	140	140
Femenino	140	120
Femenino	180	180
Femenino	180	140
Femenino	140	120
Femenino	180	200

Femenino	160	180
Femenino	140	120
Femenino	180	180
Femenino	180	180
Femenino	160	180
Femenino	160	140
Femenino	180	180
Femenino	140	120
Femenino	140	180
Femenino	140	120
Femenino	160	180
Femenino	140	120
Femenino	140	140
Femenino	140	120
Femenino	160	180
Femenino	140	120
Femenino	140	120
Femenino	180	180
Femenino	140	120
Femenino	140	120
Femenino	140	120
Femenino	160	180
Femenino	180	180
Femenino	140	120
Femenino	140	120
Femenino	140	120
Femenino	160	140
Femenino	180	180
Femenino	160	180
Femenino	140	200
Femenino	140	140
Femenino	160	140
Femenino	160	140

Femenino	180	180
Femenino	180	180
Femenino	140	180
Femenino	140	140
Femenino	180	140
Femenino	160	140
Femenino	140	180
Femenino	160	140
Femenino	140	120
Femenino	180	180
Femenino	140	140
Femenino	140	140
Femenino	160	140
Femenino	180	180
Femenino	160	180
Femenino	160	140
Femenino	160	140
Femenino	160	140
Femenino	140	120
Masculino	140	120
Masculino	160	180
Masculino	160	140
Masculino	140	140
Masculino	140	140
Masculino	140	120
Masculino	180	180
Masculino	140	180
Masculino	140	140
Masculino	180	140
Masculino	140	120
Masculino	140	140
Masculino	160	180

Masculino	140	140
Masculino	160	180
Masculino	200	200
Masculino	160	140
Masculino	180	140
Masculino	140	120
Masculino	160	140
Masculino	140	140
Masculino	140	140
Masculino	160	120
Masculino	140	120
Masculino	140	120
Masculino	160	180
Masculino	140	120
Masculino	140	140
Masculino	180	180
Masculino	160	140
Masculino	160	140
Masculino	180	180
Masculino	140	120
Masculino	140	120
Masculino	160	140
Masculino	180	180
Masculino	180	140
Masculino	140	140
Masculino	160	120
Masculino	160	140
Masculino	160	120

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
--	-------------------	-------------------

Media	154,43787	147,928994
Varianza	290,307129	748,661595
Observaciones	169	169
Grados de libertad	168	168
F	0,38776816	
P(F<=f) una cola	8,647E-10	
Valor crítico para F (una cola)	0,77528377	

Se asumen varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	154,43787	147,928994
Varianza	290,307129	748,661595
Observaciones	169	169
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	281	
Estadístico t	2,62511356	
P(T<=t) una cola	0,00456812	
Valor crítico de t (una cola)	1,65029432	
P(T<=t) dos colas	0,00913624	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96844203	

Se rechaza hipótesis nula: la diferencia entre las medias es significativa

Artículo: Maquinas de afeitarse descartables

Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	240	260
Femenino	220	240
Femenino	220	260
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	240	220
Femenino	220	220
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	260	240

Femenino	260	260
Femenino	220	220
Femenino	240	240
Femenino	220	220
Femenino	220	260
Femenino	220	220
Femenino	240	240
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	240	220
Femenino	220	280
Femenino	220	260
Femenino	220	280
Femenino	240	220
Femenino	220	260
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	220	260
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	220	220

Femenino	220	220
Femenino	240	240
Femenino	240	240
Femenino	240	220
Femenino	240	260
Femenino	240	220
Femenino	280	260
Femenino	220	220
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	240	240
Femenino	260	260
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	240	260
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	240	260
Femenino	220	220
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	240	260
Femenino	220	260
Femenino	220	220
Femenino	240	280

Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	220	260
Femenino	240	260
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	240	240
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	220	260
Femenino	220	220
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	220	260
Femenino	220	280
Femenino	240	240
Femenino	220	220
Femenino	240	220

Femenino	220	220
Femenino	240	240
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	240	280
Femenino	220	220
Femenino	240	280
Femenino	220	260
Femenino	220	220
Femenino	240	260
Femenino	220	240
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	240	280
Femenino	240	240
Femenino	220	220
Femenino	240	280
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Masculino	220	220
Masculino	240	220
Masculino	240	240
Masculino	240	240
Masculino	220	240
Masculino	220	220
Masculino	260	260
Masculino	280	260
Masculino	220	240
Masculino	240	220
Masculino	220	220
Masculino	220	220
Masculino	220	220

Masculino	220	220
Masculino	260	260
Masculino	220	240
Masculino	220	220
Masculino	220	240
Masculino	220	220
Masculino	220	240
Masculino	220	220
Masculino	240	240
Masculino	220	220
Masculino	220	220
Masculino	220	220
Masculino	220	240
Masculino	220	220
Masculino	220	260
Masculino	280	280
Masculino	240	240
Masculino	240	240
Masculino	240	240
Masculino	220	240
Masculino	220	220
Masculino	220	240
Masculino	220	220
Masculino	240	240
Masculino	220	220
Masculino	220	260
Masculino	240	260
Masculino	220	240

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
-------------------	-------------------

Media	226,627219	234,556213
Varianza	155,81854	332,093547
Observaciones	169	169
Grados de libertad	168	168
F	0,46920075	
P(F<=f) una cola	6,4815E-07	
Valor crítico para F (una cola)	0,77528377	

Se asumen varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	226,627219	234,556213
Varianza	155,81854	332,093547
Observaciones	169	169
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	297	
Estadístico t	-4,66649341	
P(T<=t) una cola	2,3209E-06	
Valor crítico de t (una cola)	1,6500003	
P(T<=t) dos colas	4,6418E-06	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96798346	

Se rechaza hipótesis nula: la diferencia entre las medias es significativa

Artículo: Set de valijas rígidas para viaje

Femenino	6000	6000
Femenino	4000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	4000	5000
Femenino	4000	4000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	6000
Femenino	4000	4000
Femenino	5000	5000

Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	5000	5000
Femenino	3000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	3000	5000
Femenino	5000	6000
Femenino	5000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	4000	5000
Femenino	5000	4000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	4000	4000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	4000
Femenino	6000	6000
Femenino	3000	3000
Femenino	5000	5000
Femenino	5000	5000
Femenino	5000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	6000	6000

Femenino	4000	5000
Femenino	5000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	6000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	5000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	3000	4000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	5000	6000
Femenino	5000	6000
Femenino	4000	4000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	6000

Femenino	6000	6000
Femenino	5000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	4000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	6000
Femenino	5000	6000
Femenino	3000	3000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	5000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	4000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	4000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000

Femenino	6000	6000
Femenino	4000	5000
Femenino	5000	6000
Femenino	4000	5000
Femenino	4000	4000
Femenino	6000	6000
Femenino	4000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	4000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	6000
Femenino	4000	5000
Femenino	6000	6000
Masculino	5000	5000
Masculino	6000	6000
Masculino	5000	5000
Masculino	5000	5000
Masculino	6000	6000
Masculino	5000	5000
Masculino	5000	6000
Masculino	4000	5000
Masculino	4000	5000
Masculino	5000	4000
Masculino	4000	4000
Masculino	6000	6000
Masculino	5000	6000

Masculino	3000	3000
Masculino	5000	5000
Masculino	6000	6000
Masculino	4000	4000
Masculino	6000	6000
Masculino	5000	5000
Masculino	5000	5000
Masculino	5000	5000
Masculino	4000	4000
Masculino	5000	5000
Masculino	4000	5000
Masculino	4000	4000
Masculino	4000	4000
Masculino	3000	3000
Masculino	3000	3000
Masculino	4000	4000
Masculino	6000	6000
Masculino	4000	4000
Masculino	5000	6000
Masculino	6000	6000
Masculino	6000	6000
Masculino	5000	5000
Masculino	6000	6000
Masculino	4000	4000
Masculino	6000	6000
Masculino	5000	5000
Masculino	5000	5000
Masculino	5000	6000

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
--	-------------------	-------------------

Media	5195,26627	5408,28402
Varianza	777120,316	623978,586
Observaciones	169	169
Grados de libertad	168	168
F	1,24542786	
P(F<=f) una cola	0,07797095	
Valor crítico para F (una cola)	1,28985029	

Se asumen varianzas iguales

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	5195,26627	5408,28402
Varianza	777120,316	623978,586
Observaciones	169	169
Varianza agrupada	700549,451	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	336	
Estadístico t	-2,33950917	
P(T<=t) una cola	0,00994718	
Valor crítico de t (una cola)	1,64940126	
P(T<=t) dos colas	0,01989436	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96704932	

Rechazo hipótesis nula: la diferencia entre las variables es significativa

Artículo: Auriculares

Femenino	550	650
Femenino	650	650
Femenino	650	550
Femenino	550	650
Femenino	350	450
Femenino	550	550
Femenino	350	550
Femenino	450	450
Femenino	650	650
Femenino	650	650
Femenino	550	650
Femenino	650	650

Femenino	450	450
Femenino	650	650
Femenino	650	650
Femenino	450	550
Femenino	550	550
Femenino	650	650
Femenino	550	550
Femenino	650	550
Femenino	550	550
Femenino	550	450
Femenino	550	550
Femenino	550	650
Femenino	350	450
Femenino	550	550
Femenino	450	450
Femenino	450	350
Femenino	550	550
Femenino	650	650
Femenino	550	650
Femenino	550	650
Femenino	650	650
Femenino	350	350
Femenino	650	650
Femenino	350	350
Femenino	350	350
Femenino	350	350
Femenino	650	650
Femenino	650	650
Femenino	450	450
Femenino	650	650
Femenino	450	450
Femenino	650	650

Femenino	550	550
Femenino	450	450
Femenino	550	650
Femenino	550	550
Femenino	450	450
Femenino	550	650
Femenino	350	350
Femenino	550	550
Femenino	450	450
Femenino	450	550
Femenino	550	550
Femenino	450	550
Femenino	350	350
Femenino	350	350
Femenino	550	650
Femenino	650	650
Femenino	650	650
Femenino	550	550
Femenino	450	550
Femenino	650	650
Femenino	650	650
Femenino	450	450
Femenino	450	450
Femenino	650	650
Femenino	450	650
Femenino	650	650
Femenino	450	550
Femenino	550	550
Femenino	450	450
Femenino	550	650
Femenino	550	550
Femenino	650	650

Femenino	550	650
Femenino	650	650
Femenino	650	650
Femenino	450	450
Femenino	650	550
Femenino	550	550
Femenino	550	550
Femenino	650	650
Femenino	550	550
Femenino	450	550
Femenino	450	450
Femenino	550	550
Femenino	350	350
Femenino	450	650
Femenino	550	550
Femenino	550	550
Femenino	450	450
Femenino	650	650
Femenino	650	650
Femenino	450	550
Femenino	650	650
Femenino	650	650
Femenino	450	450
Femenino	550	550
Femenino	350	350
Femenino	550	550
Femenino	650	650
Femenino	650	550
Femenino	450	550
Femenino	650	650
Femenino	550	550
Femenino	650	650

Femenino	650	650
Femenino	550	550
Femenino	450	450
Femenino	550	650
Femenino	550	650
Femenino	650	650
Femenino	450	450
Femenino	550	650
Femenino	550	550
Femenino	650	650
Femenino	550	550
Femenino	650	650
Femenino	350	350
Femenino	550	450
Femenino	350	350
Femenino	550	650
Femenino	350	350
Masculino	550	550
Masculino	450	450
Masculino	450	450
Masculino	650	650
Masculino	450	550
Masculino	450	550
Masculino	650	650
Masculino	650	450
Masculino	550	550
Masculino	450	350
Masculino	450	350
Masculino	550	550

Masculino	550	550
Masculino	550	550
Masculino	450	450
Masculino	350	350
Masculino	350	350
Masculino	550	550
Masculino	450	550
Masculino	650	650
Masculino	450	450
Masculino	450	450
Masculino	650	650
Masculino	350	350
Masculino	650	450
Masculino	550	550
Masculino	350	350
Masculino	350	550
Masculino	550	550
Masculino	650	650
Masculino	450	550
Masculino	350	550
Masculino	550	550
Masculino	550	550
Masculino	350	350
Masculino	350	350
Masculino	450	450
Masculino	650	650
Masculino	450	450
Masculino	550	550
Masculino	550	550

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	526,331361	541,715976
Varianza	10150,7467	10169,0617
Observaciones	169	169
Grados de libertad	168	168
F	0,99819895	
P(F<=f) una cola	0,49534633	
Valor crítico para F (una cola)	0,77528377	

Se asumen varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	526,331361	541,715976
Varianza	10150,7467	10169,0617
Observaciones	169	169
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	336	
Estadístico t	-1,40304045	
P(T<=t) una cola	0,08076408	
Valor crítico de t (una cola)	1,64940126	
P(T<=t) dos colas	0,16152816	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96704932	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

Artículo: Relojes

Femenino	1800	1800
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	1800
Femenino	1800	1800
Femenino	1800	1800
Femenino	2000	1800
Femenino	1800	1800
Femenino	1800	1800
Femenino	1600	1600
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	1800

Femenino	1600	1500
Femenino	2000	2000
Femenino	1600	2000
Femenino	1800	1500
Femenino	2000	2000
Femenino	1800	2000
Femenino	2000	1800
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	1800
Femenino	1600	1600
Femenino	1600	1800
Femenino	1800	1800
Femenino	1800	1800
Femenino	1600	1600
Femenino	1500	1500
Femenino	1600	1500
Femenino	2000	2000
Femenino	1800	1800
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	1600
Femenino	2000	2000
Femenino	1600	1600
Femenino	1500	1500
Femenino	1800	1800
Femenino	1800	1600
Femenino	2000	2000
Femenino	1600	1600
Femenino	2000	2000
Femenino	1600	1600
Femenino	2000	2000

Femenino	1800	1800
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	1800
Femenino	1800	1800
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	1600
Femenino	1800	2000
Femenino	1800	1800
Femenino	2000	1600
Femenino	2000	2000
Femenino	1500	1500
Femenino	2000	1500
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	1800
Femenino	1800	2000
Femenino	1800	1800
Femenino	1800	1800
Femenino	1800	1600
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	1800
Femenino	1800	2000
Femenino	2000	1800
Femenino	1500	1500
Femenino	1800	1800
Femenino	1600	2000
Femenino	2000	2000

Femenino	2000	2000
Femenino	1800	1800
Femenino	2000	1800
Femenino	2000	1800
Femenino	2000	2000
Femenino	1600	1600
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	1800
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	1600
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	1800
Femenino	1500	1500
Femenino	2000	1800
Femenino	1500	1500
Femenino	2000	2000
Femenino	1800	1800
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	2000
Femenino	1600	1800
Femenino	1800	1800
Femenino	2000	1800
Femenino	2000	2000
Femenino	1600	1600
Femenino	1800	2000
Femenino	2000	2000
Femenino	1800	1800
Femenino	1600	1500
Femenino	1800	2000
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	1800
Femenino	1600	2000

Femenino	2000	2000
Femenino	2000	2000
Femenino	1800	1800
Femenino	1600	1500
Femenino	2000	1500
Femenino	1600	1600
Femenino	1800	1800
Femenino	1800	1800
Femenino	1800	1800
Femenino	1600	1600
Femenino	2000	1800
Femenino	2000	1600
Femenino	1800	1800
Femenino	1800	1600
Femenino	2000	2000
Femenino	1800	2000
Femenino	1600	1800
Femenino	1800	1800
Femenino	1800	1600
Femenino	1800	1800
Masculino	1800	1600
Masculino	1500	1500
Masculino	1800	1800
Masculino	2000	2000
Masculino	1500	1800
Masculino	1800	1800
Masculino	1800	1800
Masculino	1500	1500
Masculino	1600	1600
Masculino	2000	1500
Masculino	1600	1600
Masculino	1600	1600

Masculino	1600	1600
Masculino	2000	2000
Masculino	2000	2000
Masculino	2000	2000
Masculino	1500	1500
Masculino	2000	2000
Masculino	1800	1800
Masculino	2000	2000
Masculino	1600	1600
Masculino	1800	1600
Masculino	1600	1800
Masculino	2000	1500
Masculino	2000	2000
Masculino	2000	1500
Masculino	1500	1600
Masculino	2000	1800
Masculino	1800	1800
Masculino	2000	2000
Masculino	1800	1800
Masculino	1600	1800
Masculino	2000	1800
Masculino	1600	1600
Masculino	1600	1600
Masculino	1800	1800
Masculino	1600	1600
Masculino	2000	2000
Masculino	1600	1800
Masculino	1600	1600
Masculino	1800	1800

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	1831,36095	1795,85799
Varianza	30379,6844	30875,5988
Observaciones	169	169
Grados de libertad	168	168
F	0,98393831	
P(F<=f) una cola	0,45827517	
Valor crítico para F (una cola)	0,77528377	

Se asumen varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	1831,36095	1795,85799
Varianza	30379,6844	30875,5988
Observaciones	169	169
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	336	
Estadístico t	1,86481658	
P(T<=t) una cola	0,03153937	
Valor crítico de t (una cola)	1,64940126	
P(T<=t) dos colas	0,06307873	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96704932	

No se rechaza hipótesis nula: la diferencia entre medias no es significativa

Apéndice C: comparación de productos para consumidores femeninos.

Para todos los casos:

Hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa, es decir, los consumidores asignan a los bienes precios similares.

Hipótesis alternativa: la diferencia entre las medias es significativa, es decir, los consumidores asignan a los bienes precios disímiles.

Artículo: Tijeras

Femenino	75	125	125
Femenino	100	75	75
Femenino	125	100	100
Femenino	75	100	100
Femenino	50	50	75
Femenino	125	75	75
Femenino	100	50	50
Femenino	100	50	50
Femenino	75	50	50
Femenino	125	125	125
Femenino	125	125	125
Femenino	75	50	50
Femenino	100	50	50
Femenino	75	100	100
Femenino	50	50	100
Femenino	75	75	75
Femenino	100	50	100
Femenino	100	100	100
Femenino	100	75	75
Femenino	75	125	125
Femenino	100	125	125
Femenino	75	50	75
Femenino	75	50	75
Femenino	75	75	75

Femenino	100	75	75
Femenino	125	100	100
Femenino	50	50	50
Femenino	75	75	75
Femenino	75	50	75
Femenino	100	75	75
Femenino	125	125	125
Femenino	75	50	50
Femenino	75	50	100
Femenino	100	100	75
Femenino	50	50	50
Femenino	50	50	50
Femenino	100	75	75
Femenino	75	50	50
Femenino	50	75	75
Femenino	125	75	75
Femenino	100	100	125
Femenino	125	100	125
Femenino	50	100	75
Femenino	125	75	75
Femenino	125	125	125
Femenino	100	50	50
Femenino	125	125	125
Femenino	100	100	75
Femenino	75	75	75
Femenino	100	75	75
Femenino	75	50	50
Femenino	125	125	100
Femenino	75	50	75
Femenino	100	75	125
Femenino	75	75	50
Femenino	75	50	50

Femenino	100	50	50
Femenino	125	75	75
Femenino	75	50	75
Femenino	125	125	125
Femenino	50	100	100
Femenino	100	75	75
Femenino	125	100	100
Femenino	100	75	100
Femenino	50	100	100
Femenino	50	75	75
Femenino	75	75	75
Femenino	125	50	50
Femenino	50	50	50
Femenino	100	75	100
Femenino	50	50	50
Femenino	100	50	50
Femenino	50	50	50
Femenino	75	50	100
Femenino	75	50	50
Femenino	125	100	100
Femenino	100	100	125
Femenino	75	75	100
Femenino	75	50	50
Femenino	75	50	50
Femenino	75	75	75
Femenino	75	75	100
Femenino	50	50	75
Femenino	75	50	50
Femenino	125	125	125
Femenino	125	50	75
Femenino	100	50	50
Femenino	75	100	125

Femenino	50	50	50
Femenino	125	125	75
Femenino	125	125	125
Femenino	75	50	50
Femenino	125	125	125
Femenino	50	50	50
Femenino	50	75	75
Femenino	125	125	125
Femenino	75	50	50
Femenino	100	50	50
Femenino	75	100	75
Femenino	100	75	75
Femenino	75	50	50
Femenino	75	50	50
Femenino	75	75	75
Femenino	125	75	75
Femenino	75	50	50
Femenino	100	125	125
Femenino	75	75	75
Femenino	100	75	100
Femenino	75	75	75
Femenino	125	100	125
Femenino	75	50	50
Femenino	125	100	125
Femenino	125	75	75
Femenino	100	75	75
Femenino	75	50	50
Femenino	50	50	75
Femenino	50	75	50
Femenino	75	50	50
Femenino	75	75	75
Femenino	125	100	100

Femenino	75	75	75
Femenino	75	75	75
Femenino	100	75	75
Femenino	125	100	75
Femenino	75	75	75
Femenino	125	100	100
Femenino	125	75	75
Femenino	75	50	50

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	75,9765625	79,8828125
Varianza	663,408895	679,710568
Observaciones	128	128
Grados de libertad	127	127
F	0,97601674	
P(F<=f) una cola	0,44570708	
Valor crítico para F (una cola)	0,74601464	

Varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	75,9765625	79,8828125
Varianza	663,408895	679,710568
Observaciones	128	128
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	254	
Estadístico t	-1,20589001	
P(T<=t) una cola	0,114491	
Valor crítico de t (una cola)	1,65087479	
P(T<=t) dos colas	0,228982	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96934748	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

Artículo: mouse de computadora

Femenino	400	400	400
----------	-----	-----	-----

Femenino	400	400	400
Femenino	700	700	700
Femenino	500	600	700
Femenino	600	600	700
Femenino	400	400	400
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	600
Femenino	400	400	400
Femenino	600	700	700
Femenino	400	400	400
Femenino	700	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	500	700	700
Femenino	400	400	600
Femenino	500	700	600
Femenino	400	400	400
Femenino	700	600	700
Femenino	600	600	600
Femenino	700	700	700
Femenino	700	500	700
Femenino	600	500	500
Femenino	600	700	700
Femenino	600	600	700
Femenino	500	400	400
Femenino	500	500	500
Femenino	400	400	400
Femenino	400	400	400
Femenino	500	500	500
Femenino	500	500	500
Femenino	700	700	700
Femenino	600	600	600
Femenino	400	700	700

Femenino	500	500	500
Femenino	400	500	600
Femenino	400	400	400
Femenino	500	500	500
Femenino	400	400	400
Femenino	600	600	600
Femenino	700	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	500
Femenino	700	600	700
Femenino	600	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	500	600	600
Femenino	700	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	700	400	700
Femenino	400	400	400
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	500
Femenino	600	500	600
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	700
Femenino	400	400	400
Femenino	600	600	600
Femenino	500	600	600
Femenino	600	700	700
Femenino	400	400	500
Femenino	600	600	600
Femenino	500	600	600
Femenino	700	700	700
Femenino	600	600	600

Femenino	500	500	500
Femenino	600	500	500
Femenino	400	500	600
Femenino	400	500	500
Femenino	500	500	500
Femenino	600	600	600
Femenino	600	700	700
Femenino	600	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	500	500	600
Femenino	500	500	500
Femenino	600	600	700
Femenino	600	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	400	400	400
Femenino	500	700	700
Femenino	500	500	600
Femenino	500	500	600
Femenino	700	700	700
Femenino	400	400	400
Femenino	600	600	500
Femenino	700	700	700
Femenino	600	600	600
Femenino	400	400	400
Femenino	600	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	500	600	500
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	500
Femenino	600	600	600
Femenino	500	600	700
Femenino	400	400	400

Femenino	600	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	400	500	500
Femenino	500	400	400
Femenino	600	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	400	600	600
Femenino	600	600	700
Femenino	400	400	400
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	500
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	600
Femenino	500	500	500
Femenino	600	600	600
Femenino	500	500	500
Femenino	600	600	600
Femenino	500	600	600
Femenino	400	400	400
Femenino	500	500	500
Femenino	500	600	600
Femenino	700	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	700	700	700
Femenino	600	600	700
Femenino	500	400	400
Femenino	500	500	500
Femenino	500	400	400

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	563,28125	582,03125
Varianza	11475,7628	11879,3061
Observaciones	128	128
Grados de libertad	127	127
F	0,96602972	
P(F<=f) una cola	0,42295025	
Valor crítico para F (una cola)	0,74601464	

Varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	563,28125	582,03125
Varianza	11475,7628	11879,3061
Observaciones	128	128
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	254	
Estadístico t	-1,38808378	
P(T<=t) una cola	0,08316391	
Valor crítico de t (una cola)	1,65087479	
P(T<=t) dos colas	0,16632783	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96934748	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

Artículo: Funda o cubierta para iPad de silicona

Femenino	225	225	150
Femenino	225	225	225
Femenino	225	175	175
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	225	175	175
Femenino	225	225	225
Femenino	200	225	200
Femenino	200	200	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225

Femenino	225	150	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	175	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	200	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	200	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	200	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	200	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	225	225	200
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	225

Femenino	200	200	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	200	200	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	225	225
Femenino	225	225	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	225	225
Femenino	225	225	200
Femenino	225	225	225

Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	200	225	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	218,359375	218,75
Varianza	211,460384	206,692913
Observaciones	128	128
Grados de libertad	127	127
F	1,02306548	
P(F<=f) una cola	0,4489807	
Valor crítico para F (una cola)	1,34045627	

Varianzas iguales

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	218,359375	218,75
Varianza	211,460384	206,692913
Observaciones	128	128
Varianza agrupada	209,076649	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	254	
Estadístico t	-0,21612114	
P(T<=t) una cola	0,41453339	
Valor crítico de t (una cola)	1,65087479	
P(T<=t) dos colas	0,82906678	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96934748	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

Artículo: Mochila

Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	2500	2000	2500
Femenino	1750	1500	2000
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1750	2000	1750
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	1750	2500
Femenino	1750	1750	2000
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	2500	1750	2500
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1750	1500	1750
Femenino	1750	1750	1750

Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	1500	1750	1750
Femenino	2000	2500	2500
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1500	1750	1500
Femenino	2500	2000	2500
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	1750	2000	2000
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1500	1750	1750
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	1750	1750	2000
Femenino	1750	1500	2000
Femenino	1750	1750	2000
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	1750	1750	2000
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	2000	1500	1750
Femenino	1750	1750	2000
Femenino	2500	2500	2000
Femenino	1500	1500	1500

Femenino	2000	2000	2500
Femenino	1750	1500	2000
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1750	1500	1750
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2500	2000	1750
Femenino	2000	1750	1750
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2500	2000	2000
Femenino	1750	1500	2000
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2500	2500	1500
Femenino	2500	2000	2500
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	2000	1750	1500
Femenino	1750	2000	2000
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2500	2000	2500
Femenino	2500	2500	2000
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	2000	1500	2000
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	1750	1500	2000
Femenino	2000	2000	2000

Femenino	2500	2000	2500
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	1750	1750	2500
Femenino	1750	1500	1750
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	2500	2000	2500
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	2500	2000	2500
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	1500	1500	2500
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	1750	1500	1750
Femenino	2000	1750	2500
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	1750	1750
Femenino	2000	2000	2500

Femenino	2000	2000	2500
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	1750	1500	1750
Femenino	2000	1750	1750
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	1750	1750	2000
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	2500	2000	2000
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	1750	1750	1750

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	1806,64063	1960,9375
Varianza	94699,6494	123462,106
Observaciones	128	128
Grados de libertad	127	127
F	0,76703413	
P(F<=f) una cola	0,0681977	
Valor crítico para F (una cola)	0,74601464	

Varianzas desiguales

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	1806,64063	1960,9375
Varianza	94699,6494	123462,106
Observaciones	128	128
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	250	
Estadístico t	-3,73742774	
P(T<=t) una cola	0,00011522	
Valor crítico de t (una cola)	1,65097149	
P(T<=t) dos colas	0,00023044	

Se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias es significativa

Artículo: Zapatillas

Femenino	3200	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	3200	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	3200	2400
Femenino	2700	2700
Femenino	2400	2400
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	3200	2400
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	3200
Femenino	2400	2400
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	2700	3200
Femenino	2400	2400
Femenino	2700	2700
Femenino	2700	2700
Femenino	2400	2400
Femenino	2700	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	2700	2700
Femenino	2700	3200
Femenino	2400	2700

Femenino	2400	2400
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	2700
Femenino	2700	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	2000	2000
Femenino	2700	2700
Femenino	2400	2700
Femenino	2700	2700
Femenino	2700	2000
Femenino	2700	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	2400	2400
Femenino	2700	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	3200
Femenino	2400	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	3200
Femenino	2400	2400
Femenino	2700	2700
Femenino	3200	2700
Femenino	2700	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	2000	2700
Femenino	2700	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	3200

Femenino	3200	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	2400	2400
Femenino	2700	2700
Femenino	2700	2700
Femenino	2400	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	2400	2400
Femenino	2700	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	2700	2700
Femenino	2700	2700
Femenino	2000	2000
Femenino	2700	2700
Femenino	2700	2700
Femenino	2400	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	2400	2400
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	2000	2000
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	3200

Femenino	2000	2000
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	2400
Femenino	3200	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	2700	2700
Femenino	2700	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	2700	3200
Femenino	2700	2000
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	2400	2400
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	2400	2400
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	2400	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	2700
Femenino	3200	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	3200

Femenino	2700	2700
Femenino	3200	3200
Femenino	2700	3200
Femenino	3200	3200
Femenino	2000	2000

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	2847,65625	2872,65625
Varianza	126136,196	131608,637
Observaciones	128	128
Grados de libertad	127	127
F	0,95841883	
P(F<=f) una cola	0,4056191	
Valor crítico para F (una cola)	0,74601464	

Varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	2847,65625	2872,65625
Varianza	126136,196	131608,637
Observaciones	128	128
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	254	
Estadístico t	-0,55712162	
P(T<=t) una cola	0,28896746	
Valor crítico de t (una cola)	1,65087479	
P(T<=t) dos colas	0,57793493	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96934748	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

Artículo: desodorante

Femenino	50	50
Femenino	80	80
Femenino	60	60

Femenino	60	80
Femenino	50	40
Femenino	80	60
Femenino	50	40
Femenino	50	50
Femenino	60	50
Femenino	60	60
Femenino	60	60
Femenino	60	50
Femenino	60	60
Femenino	80	80
Femenino	80	60
Femenino	60	60
Femenino	40	40
Femenino	40	40
Femenino	80	60
Femenino	80	80
Femenino	80	80
Femenino	50	50
Femenino	80	80
Femenino	50	50
Femenino	40	40
Femenino	80	80
Femenino	50	50
Femenino	40	40
Femenino	50	50
Femenino	80	80
Femenino	80	80
Femenino	50	40
Femenino	60	80
Femenino	80	80
Femenino	60	80

Femenino	40	40
Femenino	50	40
Femenino	60	60
Femenino	60	60
Femenino	80	80
Femenino	50	60
Femenino	80	80
Femenino	60	60
Femenino	80	80
Femenino	60	50
Femenino	80	80
Femenino	60	60
Femenino	80	80
Femenino	80	80
Femenino	60	60
Femenino	60	60
Femenino	80	60
Femenino	50	60
Femenino	50	60
Femenino	40	40
Femenino	40	50
Femenino	80	60
Femenino	60	60
Femenino	60	80
Femenino	60	60
Femenino	80	80
Femenino	60	60
Femenino	60	60
Femenino	80	80
Femenino	60	60
Femenino	80	60
Femenino	60	40

Femenino	60	40
Femenino	60	60
Femenino	60	60
Femenino	50	50
Femenino	80	60
Femenino	40	40
Femenino	60	60
Femenino	80	80
Femenino	80	80
Femenino	60	80
Femenino	50	60
Femenino	60	60
Femenino	50	40
Femenino	60	60
Femenino	80	80
Femenino	60	60
Femenino	60	60
Femenino	80	80
Femenino	40	50
Femenino	80	80
Femenino	80	60
Femenino	40	40
Femenino	40	40
Femenino	80	80
Femenino	80	80
Femenino	80	80
Femenino	60	50
Femenino	80	80
Femenino	60	50
Femenino	50	50
Femenino	60	60
Femenino	60	60

Femenino	60	60
Femenino	60	60
Femenino	60	60
Femenino	80	80
Femenino	80	80
Femenino	50	60
Femenino	80	80
Femenino	60	60
Femenino	50	50
Femenino	50	50
Femenino	60	60
Femenino	60	60
Femenino	80	80
Femenino	80	60
Femenino	80	60
Femenino	60	50
Femenino	60	80
Femenino	60	60
Femenino	50	50
Femenino	80	80
Femenino	80	80
Femenino	50	60
Femenino	60	50
Femenino	60	60
Femenino	50	50
Femenino	50	50
Femenino	60	60
Femenino	80	80
Femenino	60	80

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	63,125	62,03125
Varianza	179,133858	189,542323
Observaciones	128	128
Grados de libertad	127	127
F	0,94508633	
P(F<=f) una cola	0,37539567	
Valor crítico para F (una cola)	0,74601464	

Varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	63,125	62,03125
Varianza	179,133858	189,542323
Observaciones	128	128
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	254	
Estadístico t	0,64446674	
P(T<=t) una cola	0,2599272	
Valor crítico de t (una cola)	1,65087479	
P(T<=t) dos colas	0,5198544	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96934748	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa

Artículo: cepillo de dientes

Femenino	140	140
Femenino	140	120
Femenino	140	200
Femenino	180	200
Femenino	140	120
Femenino	160	140
Femenino	140	140
Femenino	140	120

Femenino	180	180
Femenino	140	180
Femenino	180	180
Femenino	160	120
Femenino	160	140
Femenino	140	140
Femenino	160	140
Femenino	140	120
Femenino	160	120
Femenino	140	120
Femenino	140	140
Femenino	140	120
Femenino	160	180
Femenino	140	120
Femenino	180	180
Femenino	140	120
Femenino	140	120
Femenino	140	120
Femenino	180	140
Femenino	140	200
Femenino	140	140
Femenino	180	200
Femenino	200	200
Femenino	180	180
Femenino	140	120
Femenino	140	120
Femenino	160	120
Femenino	160	140
Femenino	160	200
Femenino	140	180
Femenino	180	200
Femenino	140	120

Femenino	200	200
Femenino	140	140
Femenino	140	120
Femenino	160	180
Femenino	140	140
Femenino	180	180
Femenino	180	180
Femenino	140	140
Femenino	180	200
Femenino	140	120
Femenino	140	140
Femenino	140	120
Femenino	140	140
Femenino	160	140
Femenino	140	120
Femenino	140	120
Femenino	180	180
Femenino	140	140
Femenino	140	120
Femenino	140	120
Femenino	160	140
Femenino	140	140
Femenino	140	120
Femenino	180	200
Femenino	140	120
Femenino	140	140
Femenino	180	180
Femenino	140	140
Femenino	140	140
Femenino	140	120
Femenino	180	180
Femenino	180	140

Femenino	140	120
Femenino	180	200
Femenino	160	180
Femenino	140	120
Femenino	180	180
Femenino	180	180
Femenino	160	180
Femenino	160	140
Femenino	180	180
Femenino	140	120
Femenino	140	180
Femenino	140	120
Femenino	160	180
Femenino	140	120
Femenino	140	140
Femenino	140	120
Femenino	160	180
Femenino	140	120
Femenino	140	120
Femenino	180	180
Femenino	140	120
Femenino	140	120
Femenino	160	180
Femenino	180	180
Femenino	140	120
Femenino	140	120
Femenino	140	120
Femenino	160	140
Femenino	180	180
Femenino	160	180
Femenino	140	200
Femenino	140	140

Femenino	160	140
Femenino	160	140
Femenino	180	180
Femenino	180	180
Femenino	140	180
Femenino	140	140
Femenino	180	140
Femenino	160	140
Femenino	140	180
Femenino	160	140
Femenino	140	120
Femenino	180	180
Femenino	140	140
Femenino	140	140
Femenino	160	140
Femenino	180	180
Femenino	160	180
Femenino	160	140
Femenino	160	140
Femenino	160	140
Femenino	140	120

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	154,21875	149,0625
Varianza	297,022638	811,712598
Observaciones	128	128
Grados de libertad	127	127
F	0,36592094	
P(F<=f) una cola	1,5024E-08	
Valor crítico para F (una cola)	0,74601464	

Varianzas iguales

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	154,21875	149,0625
Varianza	297,022638	811,712598
Observaciones	128	128
Varianza agrupada	554,367618	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	254	
Estadístico t	1,75196339	
P(T<=t) una cola	0,04049344	
Valor crítico de t (una cola)	1,65087479	
P(T<=t) dos colas	0,08098688	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96934748	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

Artículo: afeitadora descartable

Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	240	260
Femenino	220	240
Femenino	220	260
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	240	220
Femenino	220	220
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	260	240
Femenino	260	260
Femenino	220	220
Femenino	240	240
Femenino	220	220
Femenino	220	260
Femenino	220	220

Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	240	240
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	240	220
Femenino	220	280
Femenino	220	260
Femenino	220	280
Femenino	240	220
Femenino	220	260
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	220	260
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	240	240
Femenino	240	240
Femenino	240	220
Femenino	240	260
Femenino	240	220

Femenino	280	260
Femenino	220	220
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	240	240
Femenino	260	260
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	240	260
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	240	260
Femenino	220	220
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	240	260
Femenino	220	260
Femenino	220	220
Femenino	240	280
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	220	260
Femenino	240	260

Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	240	240
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	220	260
Femenino	220	220
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	220	260
Femenino	220	280
Femenino	240	240
Femenino	220	220
Femenino	240	220
Femenino	220	220
Femenino	240	240
Femenino	220	220
Femenino	220	220
Femenino	240	280
Femenino	220	220

Femenino	240	280
Femenino	220	260
Femenino	220	220
Femenino	240	260
Femenino	220	240
Femenino	220	240
Femenino	220	220
Femenino	240	280
Femenino	240	240
Femenino	220	220
Femenino	240	280
Femenino	220	240
Femenino	220	220

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	225,625	234,375
Varianza	119,291339	358,661417
Observaciones	128	128
Grados de libertad	127	127
F	0,33260154	
P(F<=f) una cola	7,4988E-10	
Valor crítico para F (una cola)	0,74601464	

Varianzas iguales

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	225,625	234,375
Varianza	119,291339	358,661417
Observaciones	128	128
Varianza agrupada	238,976378	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	254	
Estadístico t	-4,52814737	
P(T<=t) una cola	4,5777E-06	
Valor crítico de t (una cola)	1,65087479	

P(T<=t) dos colas 9,1555E-06
Valor crítico de t (dos colas) 1,96934748

Se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias es significativa.

Artículo: Set de valijas rígidas de viaje

Femenino	6000	6000
Femenino	4000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	4000	5000
Femenino	4000	4000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	6000
Femenino	4000	4000
Femenino	5000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	5000	5000
Femenino	3000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	3000	5000
Femenino	5000	6000
Femenino	5000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	4000	5000
Femenino	5000	4000

Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	4000	4000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	4000
Femenino	6000	6000
Femenino	3000	3000
Femenino	5000	5000
Femenino	5000	5000
Femenino	5000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	4000	5000
Femenino	5000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	6000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	5000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	6000
Femenino	6000	6000

Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	3000	4000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	5000	6000
Femenino	5000	6000
Femenino	4000	4000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	4000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	6000
Femenino	5000	6000
Femenino	3000	3000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000

Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	5000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	4000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	4000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	4000	5000
Femenino	5000	6000
Femenino	4000	5000
Femenino	4000	4000
Femenino	6000	6000
Femenino	4000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000
Femenino	4000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	5000	5000
Femenino	6000	6000
Femenino	6000	6000

Femenino	6000	6000
Femenino	5000	6000
Femenino	4000	5000
Femenino	6000	6000

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	5312,5	5546,875
Varianza	720472,441	470226,378
Observaciones	128	128
Grados de libertad	127	127
F	1,5321821	
P(F<=f) una cola	0,00841106	
Valor crítico para F (una cola)	1,34045627	

Varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	5312,5	5546,875
Varianza	720472,441	470226,378
Observaciones	128	128
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	243	
Estadístico t	-2,43005055	
P(T<=t) una cola	0,00791091	
Valor crítico de t (una cola)	1,6511484	
P(T<=t) dos colas	0,01582183	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96977434	

Se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias es significativa.

Artículo: Auriculares

Femenino	550	650
Femenino	650	650
Femenino	650	550
Femenino	550	650
Femenino	350	450

Femenino	550	550
Femenino	350	550
Femenino	450	450
Femenino	650	650
Femenino	650	650
Femenino	550	650
Femenino	650	650
Femenino	450	450
Femenino	650	650
Femenino	650	650
Femenino	450	550
Femenino	550	550
Femenino	650	650
Femenino	550	550
Femenino	650	550
Femenino	550	550
Femenino	550	450
Femenino	550	550
Femenino	550	650
Femenino	350	450
Femenino	550	550
Femenino	450	450
Femenino	450	350
Femenino	550	550
Femenino	650	650
Femenino	550	650
Femenino	550	650
Femenino	650	650
Femenino	350	350
Femenino	650	650
Femenino	350	350
Femenino	350	350

Femenino	350	350
Femenino	650	650
Femenino	650	650
Femenino	450	450
Femenino	650	650
Femenino	450	450
Femenino	650	650
Femenino	550	550
Femenino	450	450
Femenino	550	650
Femenino	550	550
Femenino	450	450
Femenino	550	650
Femenino	350	350
Femenino	550	550
Femenino	450	450
Femenino	450	550
Femenino	550	550
Femenino	450	550
Femenino	350	350
Femenino	350	350
Femenino	550	650
Femenino	650	650
Femenino	650	650
Femenino	550	550
Femenino	450	550
Femenino	650	650
Femenino	650	650
Femenino	450	450
Femenino	450	450
Femenino	650	650
Femenino	450	650

Femenino	650	650
Femenino	450	550
Femenino	550	550
Femenino	450	450
Femenino	550	650
Femenino	550	550
Femenino	650	650
Femenino	550	650
Femenino	650	650
Femenino	650	650
Femenino	450	450
Femenino	650	550
Femenino	550	550
Femenino	550	550
Femenino	650	650
Femenino	550	550
Femenino	450	550
Femenino	450	450
Femenino	550	550
Femenino	350	350
Femenino	450	650
Femenino	550	550
Femenino	550	550
Femenino	450	450
Femenino	650	650
Femenino	650	650
Femenino	450	550
Femenino	650	650
Femenino	650	650
Femenino	450	450
Femenino	550	550
Femenino	350	350

Femenino	550	550
Femenino	650	650
Femenino	650	550
Femenino	450	550
Femenino	650	650
Femenino	550	550
Femenino	650	650
Femenino	650	650
Femenino	550	550
Femenino	450	450
Femenino	550	650
Femenino	550	650
Femenino	650	650
Femenino	450	450
Femenino	550	650
Femenino	550	550
Femenino	650	650
Femenino	550	550
Femenino	650	650
Femenino	350	350
Femenino	550	450
Femenino	350	350
Femenino	550	650
Femenino	350	350

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	535,15625	553,90625

Varianza	9777,92815	9827,14075
Observaciones	128	128
Grados de libertad	127	127
F	0,99499218	
P(F<=f) una cola	0,48873819	
Valor crítico para F (una cola)	0,74601464	

Varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	535,15625	553,90625
Varianza	9777,92815	9827,14075
Observaciones	128	128
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	254	
Estadístico t	-1,51503292	
P(T<=t) una cola	0,06550374	
Valor crítico de t (una cola)	1,65087479	
P(T<=t) dos colas	0,13100748	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96934748	

No se rechaza la hipótesis nula. la diferencia entre las medias no es significativa.

Artículo: Reloj

Femenino	1800	1800
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	1800
Femenino	1800	1800
Femenino	1800	1800
Femenino	2000	1800
Femenino	1800	1800
Femenino	1800	1800
Femenino	1600	1600
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	1800
Femenino	1600	1500

Femenino	2000	2000
Femenino	1600	2000
Femenino	1800	1500
Femenino	2000	2000
Femenino	1800	2000
Femenino	2000	1800
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	1800
Femenino	1600	1600
Femenino	1600	1800
Femenino	1800	1800
Femenino	1800	1800
Femenino	1600	1600
Femenino	1500	1500
Femenino	1600	1500
Femenino	2000	2000
Femenino	1800	1800
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	1600
Femenino	2000	2000
Femenino	1600	1600
Femenino	1500	1500
Femenino	1800	1800
Femenino	1800	1600
Femenino	2000	2000
Femenino	1600	1600
Femenino	2000	2000
Femenino	1600	1600
Femenino	2000	2000
Femenino	1800	1800

Femenino	2000	2000
Femenino	2000	1800
Femenino	1800	1800
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	1600
Femenino	1800	2000
Femenino	1800	1800
Femenino	2000	1600
Femenino	2000	2000
Femenino	1500	1500
Femenino	2000	1500
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	1800
Femenino	1800	2000
Femenino	1800	1800
Femenino	1800	1800
Femenino	1800	1600
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	1800
Femenino	1800	2000
Femenino	2000	1800
Femenino	1500	1500
Femenino	1800	1800
Femenino	1600	2000
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	2000

Femenino	1800	1800
Femenino	2000	1800
Femenino	2000	1800
Femenino	2000	2000
Femenino	1600	1600
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	1800
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	1600
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	1800
Femenino	1500	1500
Femenino	2000	1800
Femenino	1500	1500
Femenino	2000	2000
Femenino	1800	1800
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	2000
Femenino	1600	1800
Femenino	1800	1800
Femenino	2000	1800
Femenino	2000	2000
Femenino	1600	1600
Femenino	1800	2000
Femenino	2000	2000
Femenino	1800	1800
Femenino	1600	1500
Femenino	1800	2000
Femenino	2000	2000
Femenino	2000	1800
Femenino	1600	2000
Femenino	2000	2000

Femenino	2000	2000
Femenino	1800	1800
Femenino	1600	1500
Femenino	2000	1500
Femenino	1600	1600
Femenino	1800	1800
Femenino	1800	1800
Femenino	1800	1800
Femenino	1600	1600
Femenino	2000	1800
Femenino	2000	1600
Femenino	1800	1800
Femenino	1800	1600
Femenino	2000	2000
Femenino	1800	2000
Femenino	1600	1800
Femenino	1800	1800
Femenino	1800	1600
Femenino	1800	1800

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	1850	1813,28125
Varianza	27244,0945	29822,2195
Observaciones	128	128
Grados de libertad	127	127
F	0,9135502	
P(F<=f) una cola	0,30559155	
Valor crítico para F (una cola)	0,74601464	

Varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
--	-------------------	-------------------

Media	1850	1813,28125
Varianza	27244,0945	29822,2195
Observaciones	128	128
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	253	
Estadístico t	1,73901354	
P(T<=t) una cola	0,04162436	
Valor crítico de t (una cola)	1,65089868	
P(T<=t) dos colas	0,08324872	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96938475	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

Apéndice D: comparación de productos para género masculino.

Para todos los casos:

Hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa, es decir, los consumidores asignan a los bienes precios similares.

Hipótesis alternativa: la diferencia entre las medias es significativa, es decir, los consumidores asignan a los bienes precios disímiles.

Artículo: tijeras.

Masculino	50	100	100
Masculino	125	125	125
Masculino	100	100	100
Masculino	100	125	100
Masculino	75	50	75
Masculino	100	75	75
Masculino	125	100	125
Masculino	125	100	100
Masculino	75	75	75
Masculino	100	75	50
Masculino	100	75	75
Masculino	100	50	50
Masculino	75	50	50
Masculino	50	50	50
Masculino	50	50	50
Masculino	125	125	125
Masculino	75	75	75
Masculino	125	50	50
Masculino	75	75	75
Masculino	125	100	75
Masculino	75	75	75
Masculino	100	75	75
Masculino	100	100	100
Masculino	75	75	50

Masculino	125	125	125
Masculino	75	100	100
Masculino	75	50	50
Masculino	50	100	75
Masculino	125	50	50
Masculino	75	50	50
Masculino	100	75	75
Masculino	75	75	75
Masculino	75	50	100
Masculino	75	50	50
Masculino	50	50	50
Masculino	100	100	100
Masculino	75	50	50
Masculino	100	100	100
Masculino	75	125	75
Masculino	75	50	50
Masculino	100	50	50

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	78,0487805	76,2195122
Varianza	693,597561	623,47561
Observaciones	41	41
Grados de libertad	40	40
F	1,11246944	
P(F<=f) una cola	0,36886374	
Valor crítico para F (una cola)	1,69279721	

Varianzas iguales

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	78,0487805	76,2195122
Varianza	693,597561	623,47561
Observaciones	41	41

Varianza agrupada	658,536585
Diferencia hipotética de las medias	0
Grados de libertad	80
Estadístico t	0,32274861
P(T<=t) una cola	0,37386383
Valor crítico de t (una cola)	1,66412458
P(T<=t) dos colas	0,74772765
Valor crítico de t (dos colas)	1,99006339

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre medias no es significativa.

Artículo: mouse

Masculino	400	500	400
Masculino	700	600	600
Masculino	400	400	400
Masculino	600	600	600
Masculino	400	500	500
Masculino	600	600	600
Masculino	700	700	700
Masculino	700	500	600
Masculino	400	500	500
Masculino	500	400	400
Masculino	500	500	500
Masculino	400	400	400
Masculino	500	500	500
Masculino	600	600	600
Masculino	500	500	500
Masculino	400	400	400
Masculino	500	500	500
Masculino	700	700	700
Masculino	700	700	700
Masculino	600	600	700
Masculino	500	500	700
Masculino	500	600	600
Masculino	700	700	700

Masculino	400	400	400
Masculino	400	400	400
Masculino	400	600	600
Masculino	600	400	600
Masculino	500	400	600
Masculino	400	400	400
Masculino	700	700	700
Masculino	700	700	700
Masculino	500	600	600
Masculino	400	500	500
Masculino	500	600	600
Masculino	500	500	500
Masculino	400	400	400
Masculino	500	500	500
Masculino	700	700	700
Masculino	600	600	600
Masculino	500	600	600
Masculino	400	500	600

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	536,585366	556,097561
Varianza	10878,0488	11524,3902
Observaciones	41	41
Grados de libertad	40	40
F	0,94391534	
P(F<=f) una cola	0,42803731	
Valor crítico para F (una cola)	0,59073821	

Varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	536,585366	556,097561
Varianza	10878,0488	11524,3902

Observaciones	41	41
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	80	
Estadístico t	-0,83473843	
P(T<=t) una cola	0,20317542	
Valor crítico de t (una cola)	1,66412458	
P(T<=t) dos colas	0,40635084	
Valor crítico de t (dos colas)	1,99006339	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre medias no es significativa.

Artículo: o cubierta para iPad de silicona

Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	175	175	175
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	175
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	175	175	175
Masculino	200	175	175
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	200	200	200
Masculino	225	225	225

Masculino	225	225	150
Masculino	225	225	225
Masculino	225	200	200
Masculino	225	225	225
Masculino	200	225	225
Masculino	150	150	175
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	200	225
Masculino	225	175	175
Masculino	175	175	175
Masculino	150	175	175
Masculino	225	225	225
Masculino	175	175	175
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	200
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	212,804878	210,365854
Varianza	472,560976	530,487805
Observaciones	41	41
Grados de libertad	40	40
F	0,8908046	
P(F<=f) una cola	0,35819926	
Valor crítico para F (una cola)	0,59073821	

Varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	212,804878	210,365854
Varianza	472,560976	530,487805

Observaciones	41	41
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	80	
Estadístico t	0,49311367	
P(T<=t) una cola	0,31164158	
Valor crítico de t (una cola)	1,66412458	
P(T<=t) dos colas	0,62328316	
Valor crítico de t (dos colas)	1,99006339	

No se rechaza hipótesis nula: la diferencia entre medias no es significativa

Artículo: Mochilas

Masculino	1500	1500	1500
Masculino	2000	1750	2500
Masculino	1750	2000	2000
Masculino	2500	2000	2000
Masculino	1750	1500	1750
Masculino	1750	1750	1750
Masculino	1500	1500	1750
Masculino	1500	2000	2500
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	2000	2000	1500
Masculino	2000	2000	2000
Masculino	2000	2000	2000
Masculino	1750	1500	1750
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	1500	1500	1750
Masculino	1750	1750	1750
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	1750	1750	1750
Masculino	1500	2000	1750
Masculino	2000	2000	2000
Masculino	2000	1500	1750
Masculino	1750	1750	1750

Masculino	1750	1750	1500
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	2000	1750	2500
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	1750	1750	2000
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	2000	1750	1750
Masculino	2500	2000	2500
Masculino	2000	2000	2000
Masculino	1750	1500	1750
Masculino	1750	1750	1750
Masculino	1500	1750	1750
Masculino	2000	2000	2000
Masculino	1750	1500	1500
Masculino	2000	2500	2500
Masculino	2000	2000	2000
Masculino	2000	2000	2500
Masculino	1500	1750	1750

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	1756,09756	1847,56098
Varianza	57774,3902	105868,902
Observaciones	41	41
Grados de libertad	40	40
F	0,54571634	
P(F<=f) una cola	0,02943534	
Valor crítico para F (una cola)	0,59073821	

Varianzas iguales

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	1756,09756	1847,56098
Varianza	57774,3902	105868,902

Observaciones	41	41
Varianza agrupada	81821,6463	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	80	
Estadístico t	-1,44773887	
P(T<=t) una cola	0,0757989	
Valor crítico de t (una cola)	1,66412458	
P(T<=t) dos colas	0,15159779	
Valor crítico de t (dos colas)	1,99006339	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre medias no es significativa.

Artículo: Zapatillas

Masculino	3200	3200
Masculino	2700	3200
Masculino	2700	2700
Masculino	2700	2700
Masculino	2400	2700
Masculino	2700	2700
Masculino	3200	2400
Masculino	3200	3200
Masculino	2400	2700
Masculino	2700	2700
Masculino	2400	2400
Masculino	2700	2700
Masculino	3200	3200
Masculino	2700	2700
Masculino	3200	3200
Masculino	2700	2700
Masculino	3200	2700
Masculino	2400	2400
Masculino	2700	2700

Masculino	2700	2700
Masculino	2700	2700
Masculino	2400	2400
Masculino	2700	2400
Masculino	3200	3200
Masculino	2700	2700
Masculino	3200	3200
Masculino	3200	2700
Masculino	3200	2700
Masculino	3200	3200
Masculino	2400	2700
Masculino	2400	2400
Masculino	2400	2400
Masculino	3200	3200
Masculino	2400	2400
Masculino	3200	3200
Masculino	3200	2700
Masculino	2700	2700
Masculino	3200	3200

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	2817,07317	2775,60976
Varianza	99951,2195	80890,2439
Observaciones	41	41
Grados de libertad	40	40
F	1,23563998	
P(F<=f) una cola	0,25324271	
Valor crítico para F (una cola)	1,69279721	

Varianzas iguales

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
--	-------------------	-------------------

Media	2817,07317	2775,60976
Varianza	99951,2195	80890,2439
Observaciones	41	41
Varianza agrupada	90420,7317	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	80	
Estadístico t	0,62432106	
P(T<=t) una cola	0,26709659	
Valor crítico de t (una cola)	1,66412458	
P(T<=t) dos colas	0,53419318	
Valor crítico de t (dos colas)	1,99006339	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

Artículo: Desodorantes

Masculino	80	80
Masculino	80	80
Masculino	60	60
Masculino	60	80
Masculino	40	40
Masculino	50	40
Masculino	80	80
Masculino	60	60
Masculino	60	80
Masculino	80	60
Masculino	60	60
Masculino	60	60
Masculino	50	50
Masculino	60	60
Masculino	60	60
Masculino	80	80
Masculino	60	60
Masculino	50	50
Masculino	60	60
Masculino	80	80
Masculino	50	50

Masculino	50	50
Masculino	80	80
Masculino	50	40
Masculino	60	60
Masculino	60	60
Masculino	40	40
Masculino	50	40
Masculino	80	60
Masculino	60	60
Masculino	60	60
Masculino	60	60
Masculino	50	50
Masculino	60	60
Masculino	80	60
Masculino	60	60
Masculino	60	60
Masculino	60	60

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	61,4634146	60,2439024
Varianza	127,804878	142,439024
Observaciones	41	41
Grados de libertad	40	40
F	0,89726027	
P(F<=f) una cola	0,36670171	
Valor crítico para F (una cola)	0,59073821	

Varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	61,4634146	60,2439024
Varianza	127,804878	142,439024
Observaciones	41	41
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	80	
Estadístico t	0,47500713	
P(T<=t) una cola	0,31803808	
Valor crítico de t (una cola)	1,66412458	
P(T<=t) dos colas	0,63607616	
Valor crítico de t (dos colas)	1,99006339	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

Artículo: Cepillos de dientes

Masculino	140	120
Masculino	160	180
Masculino	160	140
Masculino	140	140
Masculino	140	140
Masculino	140	120
Masculino	180	180
Masculino	140	180
Masculino	140	140
Masculino	180	140
Masculino	140	120
Masculino	140	140
Masculino	160	180
Masculino	140	140
Masculino	160	180
Masculino	200	200
Masculino	160	140
Masculino	180	140
Masculino	140	120
Masculino	160	140
Masculino	140	140

Masculino	140	140
Masculino	160	120
Masculino	140	120
Masculino	140	120
Masculino	160	180
Masculino	140	120
Masculino	140	140
Masculino	180	180
Masculino	160	140
Masculino	160	140
Masculino	180	180
Masculino	140	120
Masculino	140	120
Masculino	160	140
Masculino	180	180
Masculino	180	140
Masculino	140	140
Masculino	160	120
Masculino	160	140
Masculino	160	120

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	155,121951	144,390244
Varianza	275,609756	550,243902
Observaciones	41	41
Grados de libertad	40	40
F	0,50088652	
P(F<=f) una cola	0,01570809	
Valor crítico para F (una cola)	0,59073821	

Varianzas iguales

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	155,121951	144,390244
Varianza	275,609756	550,243902
Observaciones	41	41
Varianza agrupada	412,926829	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	80	
Estadístico t	2,3911631	
P(T<=t) una cola	0,00957169	
Valor crítico de t (una cola)	1,66412458	
P(T<=t) dos colas	0,01914337	
Valor crítico de t (dos colas)	1,99006339	

Se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre medias es significativa.

Artículo: Máquina de afeitar descartable

Masculino	220	220
Masculino	240	220
Masculino	240	240
Masculino	240	240
Masculino	220	240
Masculino	220	220
Masculino	260	260
Masculino	280	260
Masculino	220	240
Masculino	240	220
Masculino	220	220
Masculino	220	220
Masculino	220	220
Masculino	260	260
Masculino	220	240
Masculino	220	220
Masculino	220	240
Masculino	220	220
Masculino	220	240

Masculino	220	220
Masculino	240	240
Masculino	220	220
Masculino	220	220
Masculino	220	220
Masculino	220	240
Masculino	220	220
Masculino	220	260
Masculino	280	280
Masculino	240	240
Masculino	240	240
Masculino	240	240
Masculino	220	240
Masculino	220	220
Masculino	220	240
Masculino	220	220
Masculino	240	240
Masculino	220	220
Masculino	220	260
Masculino	240	260
Masculino	220	240

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	229,756098	235,121951
Varianza	262,439024	255,609756
Observaciones	41	41
Grados de libertad	40	40
F	1,02671756	
P(F<=f) una cola	0,46698193	
Valor crítico para F (una cola)	1,69279721	

Varianzas iguales

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	229,756098	235,121951
Varianza	262,439024	255,609756
Observaciones	41	41
Varianza agrupada	259,02439	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	80	
	-	
Estadístico t	1,50954278	
P(T<=t) una cola	0,06754989	
Valor crítico de t (una cola)	1,66412458	
P(T<=t) dos colas	0,13509977	
Valor crítico de t (dos colas)	1,99006339	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

Artículo: Set de valijas rígidas para viaje

Masculino	5000	5000
Masculino	6000	6000
Masculino	5000	5000
Masculino	5000	5000
Masculino	6000	6000
Masculino	5000	5000
Masculino	5000	6000
Masculino	4000	5000
Masculino	4000	5000
Masculino	5000	4000
Masculino	4000	4000
Masculino	6000	6000
Masculino	5000	6000
Masculino	3000	3000
Masculino	5000	5000
Masculino	6000	6000
Masculino	4000	4000
Masculino	6000	6000

Masculino	5000	5000
Masculino	5000	5000
Masculino	5000	5000
Masculino	4000	4000
Masculino	5000	5000
Masculino	4000	5000
Masculino	4000	4000
Masculino	4000	4000
Masculino	3000	3000
Masculino	3000	3000
Masculino	4000	4000
Masculino	6000	6000
Masculino	4000	4000
Masculino	5000	6000
Masculino	6000	6000
Masculino	6000	6000
Masculino	5000	5000
Masculino	6000	6000
Masculino	4000	4000
Masculino	6000	6000
Masculino	5000	5000
Masculino	5000	5000
Masculino	5000	6000

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	4829,26829	4975,60976
Varianza	795121,951	874390,244
Observaciones	41	41
Grados de libertad	40	40
F	0,90934449	
P(F<=f) una cola	0,38262747	
Valor crítico para F (una cola)	0,59073821	

Varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	4829,26829	4975,60976
Varianza	795121,951	874390,244
Observaciones	41	41
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	80	
Estadístico t	-0,72521124	
P(T<=t) una cola	0,23521924	
Valor crítico de t (una cola)	1,66412458	
P(T<=t) dos colas	0,47043848	
Valor crítico de t (dos colas)	1,99006339	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

Artículo: Auriculares

Masculino	550	550
Masculino	450	450
Masculino	450	450
Masculino	650	650
Masculino	450	550
Masculino	450	550
Masculino	650	650
Masculino	650	450
Masculino	550	550
Masculino	450	350
Masculino	450	350
Masculino	550	550
Masculino	550	550
Masculino	550	550
Masculino	450	450
Masculino	350	350
Masculino	350	350

Masculino	550	550
Masculino	450	550
Masculino	650	650
Masculino	450	450
Masculino	450	450
Masculino	650	650
Masculino	350	350
Masculino	650	450
Masculino	550	550
Masculino	350	350
Masculino	350	550
Masculino	550	550
Masculino	650	650
Masculino	450	550
Masculino	350	550
Masculino	550	550
Masculino	550	550
Masculino	350	350
Masculino	350	350
Masculino	450	450
Masculino	650	650
Masculino	450	450
Masculino	550	550
Masculino	550	550

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	498,780488	503,658537
Varianza	10560,9756	9548,78049
Observaciones	41	41
Grados de libertad	40	40
F	1,10600255	
P(F<=f) una cola	0,37579061	

Valor crítico para F (una cola) 1,69279721

Varianzas iguales

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	498,780488	503,658537
Varianza	10560,9756	9548,78049
Observaciones	41	41
Varianza agrupada	10054,878	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	80	
Estadístico t	-0,22025951	
P(T<=t) una cola	0,41311508	
Valor crítico de t (una cola)	1,66412458	
P(T<=t) dos colas	0,82623017	
Valor crítico de t (dos colas)	1,99006339	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

Artículo: Relojes

Masculino	1800	1600
Masculino	1500	1500
Masculino	1800	1800
Masculino	2000	2000
Masculino	1500	1800
Masculino	1800	1800
Masculino	1800	1800
Masculino	1500	1500
Masculino	1600	1600
Masculino	2000	1500
Masculino	1600	1600
Masculino	1600	1600
Masculino	1600	1600
Masculino	2000	2000
Masculino	2000	2000
Masculino	2000	2000

Masculino	1500	1500
Masculino	2000	2000
Masculino	1800	1800
Masculino	2000	2000
Masculino	1600	1600
Masculino	1800	1600
Masculino	1600	1800
Masculino	2000	1500
Masculino	2000	2000
Masculino	2000	1500
Masculino	1500	1600
Masculino	2000	1800
Masculino	1800	1800
Masculino	2000	2000
Masculino	1800	1800
Masculino	1600	1800
Masculino	2000	1800
Masculino	1600	1600
Masculino	1600	1600
Masculino	1800	1800
Masculino	1600	1600
Masculino	2000	2000
Masculino	1600	1800
Masculino	1600	1600
Masculino	1800	1800

Análisis:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	1773,17073	1741,46341
Varianza	36512,1951	30987,8049
Observaciones	41	41
Grados de libertad	40	40

F	1,17827627
P(F<=f) una cola	0,30318529
Valor crítico para F (una cola)	1,69279721

Varianzas iguales

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	1773,17073	1741,46341
Varianza	36512,1951	30987,8049
Observaciones	41	41
Varianza agrupada	33750	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	80	
Estadístico t	0,78144702	
P(T<=t) una cola	0,21842309	
Valor crítico de t (una cola)	1,66412458	
P(T<=t) dos colas	0,43684618	
Valor crítico de t (dos colas)	1,99006339	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

Apéndice E: Comparación entre productos de género neutro y aquellos dirigidos a un género en particular

Para todos los casos:

Hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa, es decir, los consumidores asignan a los bienes precios similares.

Hipótesis alternativa: la diferencia entre las medias es significativa, es decir, los consumidores asignan a los bienes precios disímiles.

SUBSECCIÓN A: Comparación para ambos géneros.

Artículo: Tijeras

Femenino	75	125	125
Femenino	100	75	75
Femenino	125	100	100
Femenino	75	100	100
Femenino	50	50	75
Femenino	125	75	75
Femenino	100	50	50
Femenino	100	50	50
Femenino	75	50	50
Femenino	125	125	125
Femenino	125	125	125
Femenino	75	50	50
Femenino	100	50	50
Femenino	75	100	100
Femenino	50	50	100
Femenino	75	75	75
Femenino	100	50	100
Femenino	100	100	100
Femenino	100	75	75
Femenino	75	125	125
Femenino	100	125	125
Femenino	75	50	75
Femenino	75	50	75

Femenino	75	75	75
Femenino	100	75	75
Femenino	125	100	100
Femenino	50	50	50
Femenino	75	75	75
Femenino	75	50	75
Femenino	100	75	75
Femenino	125	125	125
Femenino	75	50	50
Femenino	75	50	100
Femenino	100	100	75
Femenino	50	50	50
Femenino	50	50	50
Femenino	100	75	75
Femenino	75	50	50
Femenino	50	75	75
Femenino	125	75	75
Femenino	100	100	125
Femenino	125	100	125
Femenino	50	100	75
Femenino	125	75	75
Femenino	125	125	125
Femenino	100	50	50
Femenino	125	125	125
Femenino	100	100	75
Femenino	75	75	75
Femenino	100	75	75
Femenino	75	50	50
Femenino	125	125	100
Femenino	75	50	75
Femenino	100	75	125
Femenino	75	75	50

Femenino	75	50	50
Femenino	100	50	50
Femenino	125	75	75
Femenino	75	50	75
Femenino	125	125	125
Femenino	50	100	100
Femenino	100	75	75
Femenino	125	100	100
Femenino	100	75	100
Femenino	50	100	100
Femenino	50	75	75
Femenino	75	75	75
Femenino	125	50	50
Femenino	50	50	50
Femenino	100	75	100
Femenino	50	50	50
Femenino	100	50	50
Femenino	50	50	50
Femenino	75	50	100
Femenino	75	50	50
Femenino	125	100	100
Femenino	100	100	125
Femenino	75	75	100
Femenino	75	50	50
Femenino	75	50	50
Femenino	75	75	75
Femenino	75	75	100
Femenino	50	50	75
Femenino	75	50	50
Femenino	125	125	125
Femenino	125	50	75
Femenino	100	50	50

Femenino	75	100	125
Femenino	50	50	50
Femenino	125	125	75
Femenino	125	125	125
Femenino	75	50	50
Femenino	125	125	125
Femenino	50	50	50
Femenino	50	75	75
Femenino	125	125	125
Femenino	75	50	50
Femenino	100	50	50
Femenino	75	100	75
Femenino	100	75	75
Femenino	75	50	50
Femenino	75	50	50
Femenino	75	75	75
Femenino	125	75	75
Femenino	75	50	50
Femenino	100	125	125
Femenino	75	75	75
Femenino	100	75	100
Femenino	75	75	75
Femenino	125	100	125
Femenino	75	50	50
Femenino	125	100	125
Femenino	125	75	75
Femenino	100	75	75
Femenino	75	50	50
Femenino	50	50	75
Femenino	50	75	50
Femenino	75	50	50
Femenino	75	75	75

Femenino	125	100	100
Femenino	75	75	75
Femenino	75	75	75
Femenino	100	75	75
Femenino	125	100	75
Femenino	75	75	75
Femenino	125	100	100
Femenino	125	75	75
Femenino	75	50	50
Masculino	50	100	100
Masculino	125	125	125
Masculino	100	100	100
Masculino	100	125	100
Masculino	75	50	75
Masculino	100	75	75
Masculino	125	100	125
Masculino	125	100	100
Masculino	75	75	75
Masculino	100	75	50
Masculino	100	75	75
Masculino	100	50	50
Masculino	75	50	50
Masculino	50	50	50
Masculino	50	50	50
Masculino	125	125	125
Masculino	75	75	75
Masculino	125	50	50
Masculino	75	75	75
Masculino	125	100	75
Masculino	75	75	75
Masculino	100	75	75
Masculino	100	100	100

Masculino	75	75	50
Masculino	125	125	125
Masculino	75	100	100
Masculino	75	50	50
Masculino	50	100	75
Masculino	125	50	50
Masculino	75	50	50
Masculino	100	75	75
Masculino	75	75	75
Masculino	75	50	100
Masculino	75	50	50
Masculino	50	50	50
Masculino	100	100	100
Masculino	75	50	50
Masculino	100	100	100
Masculino	75	125	75
Masculino	75	50	50
Masculino	100	50	50

Análisis comparativo entre Artículos para géneros neutro y masculino

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	89,2011834	76,4792899
Varianza	623,018808	667,441533
Observaciones	169	169
Grados de libertad	168	168
F	0,93344327	
P(F<=f) una cola	0,32792365	
Valor crítico para F (una cola)	0,77528377	

Varianza distinta

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	89,2011834	76,4792899
Varianza	623,018808	667,441533
Observaciones	169	169
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	336	
Estadístico t	4,60386708	
P(T<=t) una cola	2,9452E-06	
Valor crítico de t (una cola)	1,64940126	
P(T<=t) dos colas	5,8904E-06	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96704932	

Se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias es significativa.

Análisis comparativo entre artículos para géneros neutro y femenino.

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	89,2011834	78,9940828
Varianza	623,018808	664,755917
Observaciones	169	169
Grados de libertad	168	168
F	0,93721439	
P(F<=f) una cola	0,33739962	
Valor crítico para F (una cola)	0,77528377	

Varianza distinta

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	89,2011834	78,9940828
Varianza	623,018808	664,755917
Observaciones	169	169
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	336	
Estadístico t	3,69764998	
P(T<=t) una cola	0,00012703	
Valor crítico de t (una cola)	1,64940126	
P(T<=t) dos colas	0,00025407	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96704932	

Se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias es significativa.

Artículo: Mouse

Femenino	400	400	400
Femenino	400	400	400
Femenino	700	700	700
Femenino	500	600	700
Femenino	600	600	700
Femenino	400	400	400
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	600
Femenino	400	400	400
Femenino	600	700	700
Femenino	400	400	400
Femenino	700	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	500	700	700
Femenino	400	400	600
Femenino	500	700	600
Femenino	400	400	400
Femenino	700	600	700
Femenino	600	600	600
Femenino	700	700	700
Femenino	700	500	700
Femenino	600	500	500
Femenino	600	700	700
Femenino	600	600	700
Femenino	500	400	400
Femenino	500	500	500
Femenino	400	400	400
Femenino	400	400	400
Femenino	500	500	500
Femenino	500	500	500

Femenino	700	700	700
Femenino	600	600	600
Femenino	400	700	700
Femenino	500	500	500
Femenino	400	500	600
Femenino	400	400	400
Femenino	500	500	500
Femenino	400	400	400
Femenino	600	600	600
Femenino	700	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	500
Femenino	700	600	700
Femenino	600	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	500	600	600
Femenino	700	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	700	400	700
Femenino	400	400	400
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	500
Femenino	600	500	600
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	700
Femenino	400	400	400
Femenino	600	600	600
Femenino	500	600	600
Femenino	600	700	700
Femenino	400	400	500
Femenino	600	600	600

Femenino	500	600	600
Femenino	700	700	700
Femenino	600	600	600
Femenino	500	500	500
Femenino	600	500	500
Femenino	400	500	600
Femenino	400	500	500
Femenino	500	500	500
Femenino	600	600	600
Femenino	600	700	700
Femenino	600	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	500	500	600
Femenino	500	500	500
Femenino	600	600	700
Femenino	600	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	400	400	400
Femenino	500	700	700
Femenino	500	500	600
Femenino	500	500	600
Femenino	700	700	700
Femenino	400	400	400
Femenino	600	600	500
Femenino	700	700	700
Femenino	600	600	600
Femenino	400	400	400
Femenino	600	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	500	600	500
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	500

Femenino	600	600	600
Femenino	500	600	700
Femenino	400	400	400
Femenino	600	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	400	500	500
Femenino	500	400	400
Femenino	600	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	400	600	600
Femenino	600	600	700
Femenino	400	400	400
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	500
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	600
Femenino	500	500	500
Femenino	600	600	600
Femenino	500	500	500
Femenino	600	600	600
Femenino	500	600	600
Femenino	400	400	400
Femenino	500	500	500
Femenino	500	600	600
Femenino	700	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	700	700	700
Femenino	600	600	700
Femenino	500	400	400

Femenino	500	500	500
Femenino	500	400	400
Masculino	400	500	400
Masculino	700	600	600
Masculino	400	400	400
Masculino	600	600	600
Masculino	400	500	500
Masculino	600	600	600
Masculino	700	700	700
Masculino	700	500	600
Masculino	400	500	500
Masculino	500	400	400
Masculino	500	500	500
Masculino	400	400	400
Masculino	500	500	500
Masculino	600	600	600
Masculino	500	500	500
Masculino	400	400	400
Masculino	500	500	500
Masculino	700	700	700
Masculino	700	700	700
Masculino	600	600	700
Masculino	500	500	700
Masculino	500	600	600
Masculino	700	700	700
Masculino	400	400	400
Masculino	400	400	400
Masculino	400	600	600
Masculino	600	400	600
Masculino	500	400	600
Masculino	400	400	400
Masculino	700	700	700

Masculino	700	700	700
Masculino	500	600	600
Masculino	400	500	500
Masculino	500	600	600
Masculino	500	500	500
Masculino	400	400	400
Masculino	500	500	500
Masculino	700	700	700
Masculino	600	600	600
Masculino	500	600	600
Masculino	400	500	600

Análisis comparativo entre artículos para géneros neutro y masculino:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	546,153846	556,804734
Varianza	11547,619	11396,8724
Observaciones	169	169
Grados de libertad	168	168
F	1,01322702	
P(F<=f) una cola	0,46611798	
Valor crítico para F (una cola)	1,28985029	

Varianzas iguales

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	546,153846	556,804734
Varianza	11547,619	11396,8724
Observaciones	169	169
Varianza agrupada	11472,2457	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	336	
Estadístico t	-0,9140920	
P(T<=t) una cola	0,18066198	
Valor crítico de t (una cola)	1,64940126	

P(T<=t) dos colas	0,36132395
Valor crítico de t (dos colas)	1,96704932

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre medias no es significativa.

Análisis comparativo entre artículos para géneros neutro y femenino:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	546,153846	575,739645
Varianza	11547,619	11848,408
Observaciones	169	169
Grados de libertad	168	168
F	0,97461356	
P(F<=f) una cola	0,43392216	
Valor crítico para F (una cola)	0,77528377	

Varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	546,153846	575,739645
Varianza	11547,619	11848,408
Observaciones	169	169
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	336	
Estadístico t	-2,5145229	
P(T<=t) una cola	0,00619297	
Valor crítico de t (una cola)	1,64940126	
P(T<=t) dos colas	0,01238593	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96704932	

Se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre medias es significativa.

Artículo: Funda o cubierta para iPad de silicona

Femenino	225	225	150
Femenino	225	225	225
Femenino	225	175	175

Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	225	175	175
Femenino	225	225	225
Femenino	200	225	200
Femenino	200	200	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	200	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	200	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	200	175
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	175	175	175
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225

Femenino	175	175	175
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	150	175	175
Femenino	225	150	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	175	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	175	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	200	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	200	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	200	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	200	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	225	225	200

Femenino	225	225	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	225	225
Femenino	225	225	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	200	225	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225

Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	175	175	175
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	175
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	175	175	175
Masculino	200	175	175
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	200	200	200
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	150
Masculino	225	225	225
Masculino	225	200	200
Masculino	225	225	225
Masculino	200	225	225
Masculino	150	150	175
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	200	225
Masculino	225	175	175
Masculino	175	175	175
Masculino	150	175	175

Masculino	225	225	225
Masculino	175	175	175
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	200
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225

Análisis comparativo entre artículos para géneros neutro y masculino:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	218,786982	217,011834
Varianza	229,025782	278,071288
Observaciones	169	169
Grados de libertad	168	168
F	0,82362255	
P(F<=f) una cola	0,10479556	
Valor crítico para F (una cola)	0,77528377	

Varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	218,786982	217,011834
Varianza	229,025782	278,071288
Observaciones	169	169
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	333	
Estadístico t	1,02478404	
P(T<=t) una cola	0,15310447	
Valor crítico de t (una cola)	1,64944234	
P(T<=t) dos colas	0,30620895	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96711338	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

Análisis comparativo entre artículos de géneros neutro y femenino.

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	218,786982	216,715976
Varianza	229,025782	295,549803
Observaciones	169	169
Grados de libertad	168	168
F	0,77491435	
P(F<=f) una cola	0,04968398	
Valor crítico para F (una cola)	0,77528377	

Varianzas iguales

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	218,786982	216,715976
Varianza	229,025782	295,549803
Observaciones	169	169
Varianza agrupada	262,287792	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	336	
Estadístico t	1,17549465	
P(T<=t) una cola	0,12031458	
Valor crítico de t (una cola)	1,64940126	
P(T<=t) dos colas	0,24062915	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96704932	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre medias no es significativa.

Artículo: Mochilas

Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1750	2000	1750
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	1750	2500
Femenino	1750	1750	2000
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	2500	1750	2500
Femenino	1750	1750	1750

Femenino	1750	1500	1750
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	1500	1750	1750
Femenino	2000	2500	2500
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1500	1750	1500
Femenino	2500	2000	2500
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	1750	2000	2000
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1500	1750	1750
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	1750	1750	2000
Femenino	1750	1500	2000
Femenino	1750	1750	2000
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	1750	1750	2000
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	2000	1500	1750
Femenino	1750	1750	2000

Femenino	2500	2500	2000
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	1750	1500	2000
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1750	1500	1750
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2500	2000	1750
Femenino	2000	1750	1750
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2500	2000	2000
Femenino	1750	1500	2000
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2500	2500	1500
Femenino	2500	2000	2500
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	2000	1750	1500
Femenino	1750	2000	2000
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2500	2000	2500
Femenino	2500	2500	2000
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	2000	1500	2000
Femenino	2500	2500	2500

Femenino	1750	1500	2000
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	2500	2000	2500
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	1750	1750	2500
Femenino	1750	1500	1750
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	2500	2000	2500
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	2500	2500	2500
Femenino		2000	2500
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	1500	1500	2500
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	1750	1500	1750
Femenino	2000	1750	2500
Femenino	1500	1500	1500

Femenino	2000	1750	1750
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	1750	1500	1750
Femenino	2000	1750	1750
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	1750	1750	2000
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	2500	2000	2000
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	1750	1750	1750
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	2000	1750	2500
Masculino	1750	2000	2000
Masculino	2500	2000	2000
Masculino	1750	1500	1750
Masculino	1750	1750	1750
Masculino	1500	1500	1750
Masculino	1500	2000	2500
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	2000	2000	1500
Masculino	2000	2000	2000
Masculino	2000	2000	2000
Masculino	1750	1500	1750
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	1500	1500	1750
Masculino	1750	1750	1750

Masculino	1500	1500	1500
Masculino	1750	1750	1750
Masculino	1500	2000	1750
Masculino	2000	2000	2000
Masculino	2000	1500	1750
Masculino	1750	1750	1750
Masculino	1750	1750	1500
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	2000	1750	2500
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	1750	1750	2000
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	2000	1750	1750
Masculino	2500	2000	2500
Masculino	2000	2000	2000
Masculino	1750	1500	1750
Masculino	1750	1750	1750
Masculino	1500	1750	1750
Masculino	2000	2000	2000
Masculino	1750	1500	1500
Masculino	2000	2500	2500
Masculino	2000	2000	2000
Masculino	2000	2000	2500
Masculino	1500	1750	1750

Análisis comparativo entre productos dirigidos a géneros neutro y masculino:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	1858,63095	1794,3787
Varianza	107514,881	85816,4272
Observaciones	168	169
Grados de libertad	167	168
F	1,25284732	
P(F<=f) una cola	0,07279247	

Valor crítico para F (una cola) 1,29027178

Varianzas iguales

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	1858,63095	1794,3787
Varianza	107514,881	85816,4272
Observaciones	168	169
Varianza agrupada	96633,2683	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	335	
Estadístico t	1,89717799	
P(T<=t) una cola	0,02933211	
Valor crítico de t (una cola)	1,64941487	
P(T<=t) dos colas	0,05866422	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96707054	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

Análisis comparativo entre productos dirigidos a géneros neutro y femenino:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	1858,63095	1933,43195
Varianza	107514,881	120914,342
Observaciones	168	169
Grados de libertad	167	168
F	0,8891822	
P(F<=f) una cola	0,22407678	
Valor crítico para F (una cola)	0,77494342	

varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	1858,63095	1933,43195
Varianza	107514,881	120914,342
Observaciones	168	169
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	334	

Estadístico t	2,03173665
P(T<=t) una cola	0,02148576
Valor crítico de t (una cola)	1,64942857
P(T<=t) dos colas	0,04297151
Valor crítico de t (dos colas)	1,96709189

Se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias es significativa

SUBSECCIÓN B: comparación de productos entre consumidores de género femenino.

Artículo: Tijeras

Femenino	75	100	100
Femenino	50	50	75
Femenino	125	75	75
Femenino	100	50	50
Femenino	100	50	50
Femenino	75	50	50
Femenino	125	125	125
Femenino	125	125	125
Femenino	75	50	50
Femenino	100	50	50
Femenino	75	100	100
Femenino	50	50	100
Femenino	75	75	75
Femenino	100	50	100
Femenino	100	100	100
Femenino	100	75	75
Femenino	75	125	125
Femenino	100	125	125
Femenino	75	50	75
Femenino	75	50	75
Femenino	75	75	75
Femenino	100	75	75

Femenino	125	100	100
Femenino	50	50	50
Femenino	75	75	75
Femenino	75	50	75
Femenino	100	75	75
Femenino	125	125	125
Femenino	75	50	50
Femenino	75	50	100
Femenino	100	100	75
Femenino	50	50	50
Femenino	50	50	50
Femenino	100	75	75
Femenino	75	50	50
Femenino	50	75	75
Femenino	125	75	75
Femenino	100	100	125
Femenino	125	100	125
Femenino	50	100	75
Femenino	125	75	75
Femenino	125	125	125
Femenino	100	50	50
Femenino	125	125	125
Femenino	100	100	75
Femenino	75	75	75
Femenino	100	75	75
Femenino	75	50	50
Femenino	125	125	100
Femenino	75	50	75
Femenino	100	75	125
Femenino	75	75	50
Femenino	75	50	50
Femenino	100	50	50

Femenino	125	75	75
Femenino	75	50	75
Femenino	125	125	125
Femenino	50	100	100
Femenino	100	75	75
Femenino	125	100	100
Femenino	100	75	100
Femenino	50	100	100
Femenino	50	75	75
Femenino	75	75	75
Femenino	125	50	50
Femenino	50	50	50
Femenino	100	75	100
Femenino	50	50	50
Femenino	100	50	50
Femenino	50	50	50
Femenino	75	50	100
Femenino	75	50	50
Femenino	125	100	100
Femenino	100	100	125
Femenino	75	75	100
Femenino	75	50	50
Femenino	75	50	50
Femenino	75	75	75
Femenino	75	75	100
Femenino	50	50	75
Femenino	75	50	50
Femenino	125	125	125
Femenino	125	50	75
Femenino	100	50	50
Femenino	75	100	125
Femenino	50	50	50

Femenino	125	125	75
Femenino	125	125	125
Femenino	75	50	50
Femenino	125	125	125
Femenino	50	50	50
Femenino	50	75	75
Femenino	125	125	125
Femenino	75	50	50
Femenino	100	50	50
Femenino	75	100	75
Femenino	100	75	75
Femenino	75	50	50
Femenino	75	50	50
Femenino	75	75	75
Femenino	125	75	75
Femenino	75	50	50
Femenino	100	125	125
Femenino	75	75	75
Femenino	100	75	100
Femenino	75	75	75
Femenino	125	100	125
Femenino	75	50	50
Femenino	125	100	125
Femenino	125	75	75
Femenino	100	75	75
Femenino	75	50	50
Femenino	50	50	75
Femenino	50	75	50
Femenino	75	50	50
Femenino	75	75	75
Femenino	125	100	100
Femenino	75	75	75

Femenino	75	75	75
Femenino	100	75	75
Femenino	125	100	75
Femenino	75	75	75
Femenino	125	100	100
Femenino	125	75	75
Femenino	75	50	50

Análisis comparativo entre productos de géneros neutro y masculino:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	89,2578125	75,9765625
Varianza	646,492064	663,408895
Observaciones	128	128
Grados de libertad	127	127
F	0,97450014	
P(F<=f) una cola	0,44225286	
Valor crítico para F (una cola)	0,74601464	

Varianzas Distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	89,2578125	75,9765625
Varianza	646,492064	663,408895
Observaciones	128	128
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	254	
Estadístico t	4,15168798	
P(T<=t) una cola	2,2544E-05	
Valor crítico de t (una cola)	1,65087479	
P(T<=t) dos colas	4,5087E-05	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96934748	

Se rechaza la hipótesis neutra: la diferencia entre medias es significativa.

Análisis comparativo entre productos de géneros neutro y masculino:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	89,2578125	79,8828125
Varianza	646,492064	679,710568
Observaciones	128	128
Grados de libertad	127	127
F	0,95112846	
P(F<=f) una cola	0,38906229	
Valor crítico para F (una cola)	0,74601464	

Varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	89,2578125	79,8828125
Varianza	646,492064	679,710568
Observaciones	128	128
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	254	
Estadístico t	2,91253611	
P(T<=t) una cola	0,00195201	
Valor crítico de t (una cola)	1,65087479	
P(T<=t) dos colas	0,00390402	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96934748	

Se rechaza la hipótesis neutra: la diferencia entre medias es significativa.

Artículo: Mouse

Femenino	400	400	400
Femenino	400	400	400
Femenino	700	700	700
Femenino	500	600	700
Femenino	600	600	700
Femenino	400	400	400
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	600
Femenino	400	400	400

Femenino	600	700	700
Femenino	400	400	400
Femenino	700	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	500	700	700
Femenino	400	400	600
Femenino	500	700	600
Femenino	400	400	400
Femenino	700	600	700
Femenino	600	600	600
Femenino	700	700	700
Femenino	700	500	700
Femenino	600	500	500
Femenino	600	700	700
Femenino	600	600	700
Femenino	500	400	400
Femenino	500	500	500
Femenino	400	400	400
Femenino	400	400	400
Femenino	500	500	500
Femenino	500	500	500
Femenino	700	700	700
Femenino	600	600	600
Femenino	400	700	700
Femenino	500	500	500
Femenino	400	500	600
Femenino	400	400	400
Femenino	500	500	500
Femenino	400	400	400
Femenino	600	600	600
Femenino	700	700	700
Femenino	700	700	700

Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	500
Femenino	700	600	700
Femenino	600	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	500	600	600
Femenino	700	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	700	400	700
Femenino	400	400	400
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	500
Femenino	600	500	600
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	700
Femenino	400	400	400
Femenino	600	600	600
Femenino	500	600	600
Femenino	600	700	700
Femenino	400	400	500
Femenino	600	600	600
Femenino	500	600	600
Femenino	700	700	700
Femenino	600	600	600
Femenino	500	500	500
Femenino	600	500	500
Femenino	400	500	600
Femenino	400	500	500
Femenino	500	500	500
Femenino	600	600	600
Femenino	600	700	700
Femenino	600	600	600

Femenino	600	600	600
Femenino	500	500	600
Femenino	500	500	500
Femenino	600	600	700
Femenino	600	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	400	400	400
Femenino	500	700	700
Femenino	500	500	600
Femenino	500	500	600
Femenino	700	700	700
Femenino	400	400	400
Femenino	600	600	500
Femenino	700	700	700
Femenino	600	600	600
Femenino	400	400	400
Femenino	600	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	500	600	500
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	500
Femenino	600	600	600
Femenino	500	600	700
Femenino	400	400	400
Femenino	600	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	700	700	700
Femenino	400	500	500
Femenino	500	400	400
Femenino	600	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	400	600	600

Femenino	600	600	700
Femenino	400	400	400
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	500
Femenino	700	700	700
Femenino	500	500	600
Femenino	500	500	500
Femenino	600	600	600
Femenino	500	500	500
Femenino	600	600	600
Femenino	500	600	600
Femenino	400	400	400
Femenino	500	500	500
Femenino	500	600	600
Femenino	700	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	600	600	600
Femenino	700	700	700
Femenino	600	600	700
Femenino	500	400	400
Femenino	500	500	500
Femenino	500	400	400

Análisis comparativo entre productos de géneros neutro y masculino:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	552,34375	563,28125
Varianza	11018,0856	11475,7628
Observaciones	128	128
Grados de libertad	127	127
F	0,96011793	
P(F<=f) una cola	0,40948528	
Valor crítico para F (una cola)	0,74601464	

Varianzas diferentes

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	552,34375	563,28125
Varianza	11018,0856	11475,7628
Observaciones	128	128
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	254	
Estadístico t	-0,8250707	
P(T<=t) una cola	0,20505282	
Valor crítico de t (una cola)	1,65087479	
P(T<=t) dos colas	0,41010564	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96934748	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre medias no es significativa.

Análisis comparativo entre productos dirigidos a géneros neutro y femenino:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	552,34375	582,03125
Varianza	11018,0856	11879,3061
Observaciones	128	128
Grados de libertad	127	127
F	0,92750246	
P(F<=f) una cola	0,33608056	
Valor crítico para F (una cola)	0,74601464	

Varianzas diferentes

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	552,34375	582,03125
Varianza	11018,0856	11879,3061
Observaciones	128	128
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	254	
	-	
Estadístico t	2,21965565	

P(T<=t) una cola	0,01366283
Valor crítico de t (una cola)	1,65087479
P(T<=t) dos colas	0,02732566
Valor crítico de t (dos colas)	1,96934748

Se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias es significativa.

Artículo: Funda o cubierta para iPad de silicona

Femenino	225	225	150
Femenino	225	225	225
Femenino	225	175	175
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	225	175	175
Femenino	225	225	225
Femenino	200	225	200
Femenino	200	200	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	200	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	200	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	200	175
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	225	225	225

Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	175	175	175
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	175	175	175
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	150	175	175
Femenino	225	150	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	175	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	200	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	200	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225

Femenino	225	225	225
Femenino	225	200	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	200	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	225	225	200
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	225
Femenino	200	200	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	200	200	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225

Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	225	225
Femenino	225	225	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	225	225
Femenino	225	225	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	225	225	225

Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	200	200	200
Femenino	200	225	200
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225
Femenino	225	225	225

Análisis comparativo entre artículos de géneros neutro y masculino:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	220,117188	218,359375
Varianza	148,214505	211,460384
Observaciones	128	128
Grados de libertad	127	127
F	0,70090909	
P(F<=f) una cola	0,02311434	
Valor crítico para F (una cola)	0,74601464	

Varianzas iguales

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	220,117188	218,359375
Varianza	148,214505	211,460384
Observaciones	128	128
Varianza agrupada	179,837445	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	254	
Estadístico t	1,04863047	
P(T<=t) una cola	0,14767249	
Valor crítico de t (una cola)	1,65087479	
P(T<=t) dos colas	0,29534498	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96934748	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

Análisis comparativo entre productos dirigidos a géneros neutro y femenino:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	220,117188	218,75
Varianza	148,214505	206,692913
Observaciones	128	128
Grados de libertad	127	127
F	0,71707589	
P(F<=f) una cola	0,03102087	
Valor crítico para F (una cola)	0,74601464	

Varianzas iguales

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	220,117188	218,75
Varianza	148,214505	206,692913
Observaciones	128	128
Varianza agrupada	177,453709	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	254	
Estadístico t	0,82106119	
P(T<=t) una cola	0,20619068	
Valor crítico de t (una cola)	1,65087479	
P(T<=t) dos colas	0,41238136	
Valor crítico de t (dos colas)	1,96934748	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

Artículo: Mochilas

Femenino	1500	1500	1750
Femenino	2500	1750	2500
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1750	1500	1750
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	2000	2000

Femenino	1500	1750	1750
Femenino	2000	2500	2500
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1500	1750	1500
Femenino	2500	2000	2500
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	1750	2000	2000
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1500	1750	1750
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	1750	1750	2000
Femenino	1750	1500	2000
Femenino	1750	1750	2000
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	1750	1750	2000
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	2000	1500	1750
Femenino	1750	1750	2000
Femenino	2500	2500	2000
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	1750	1500	2000
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1750	1500	1750
Femenino	1500	1500	1750

Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2500	2000	1750
Femenino	2000	1750	1750
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2500	2000	2000
Femenino	1750	1500	2000
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2500	2500	1500
Femenino	2500	2000	2500
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	2000	1750	1500
Femenino	1750	2000	2000
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2500	2000	2500
Femenino	2500	2500	2000
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	2000	1500	2000
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	1750	1500	2000
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	2500	2000	2500
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	1750	1750	2500
Femenino	1750	1500	1750
Femenino	2000	2000	2000

Femenino	2500	2000	2500
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	1750	2000	2500
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	2000	2000	2000
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	1500	1500	2500
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	1750	1500	1750
Femenino	2000	1750	2500
Femenino	1500	1500	1500
Femenino	2000	1750	1750
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	2000	2000	2500
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	1750	1500	1750
Femenino	2000	1750	1750
Femenino	2500	2500	2500

Femenino	1750	1750	2000
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	2500	2000	2000
Femenino	1750	1750	1750
Femenino	2000	1750	2000
Femenino	1500	1500	1750
Femenino	2500	2500	2500
Femenino	1750	1750	1750

Análisis comparativo entre productos para géneros neutro y masculino:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	1896,0177	1817,98246
Varianza	121345,607	99872,8846
Observaciones	113	114
Grados de libertad	112	113
F	1,21500052	
P(F<=f) una cola	0,15148078	
Valor crítico para F (una cola)	1,36526636	

Varianzas iguales

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	1896,0177	1817,98246
Varianza	121345,607	99872,8846
Observaciones	113	114
Varianza agrupada	110561,529	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	225	
Estadístico t	1,76793986	
P(T<=t) una cola	0,0392131	
Valor crítico de t (una cola)	1,65165407	
P(T<=t) dos colas	0,0784262	
Valor crítico de t (dos colas)	1,97056334	

No se rechaza la hipótesis neutra: la diferencia entre las medias no es significativa.

Análisis comparativo entre productos dirigidos a géneros neutro y femenino:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	1896,0177	1964,91228
Varianza	121345,607	123757,957
Observaciones	113	114
Grados de libertad	112	113
F	0,98050752	
P(F<=f) una cola	0,45863211	
Valor crítico para F (una cola)	0,73227491	

Varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	1896,0177	1964,91228
Varianza	121345,607	123757,957
Observaciones	113	114
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	225	
Estadístico t	1,48256378	
P(T<=t) una cola	0,0697948	
Valor crítico de t (una cola)	1,65165407	
P(T<=t) dos colas	0,1395896	
Valor crítico de t (dos colas)	1,97056334	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

SUBSECCIÓN C: comparación de productos entre consumidores de género masculino.

Artículo: Tijeras

Masculino	50	100	100
Masculino	125	125	125
Masculino	100	100	100
Masculino	100	125	100
Masculino	75	50	75
Masculino	100	75	75

Masculino	125	100	125
Masculino	125	100	100
Masculino	75	75	75
Masculino	100	75	50
Masculino	100	75	75
Masculino	100	50	50
Masculino	75	50	50
Masculino	50	50	50
Masculino	50	50	50
Masculino	125	125	125
Masculino	75	75	75
Masculino	125	50	50
Masculino	75	75	75
Masculino	125	100	75
Masculino	75	75	75
Masculino	100	75	75
Masculino	100	100	100
Masculino	75	75	50
Masculino	125	125	125
Masculino	75	100	100
Masculino	75	50	50
Masculino	50	100	75
Masculino	125	50	50
Masculino	75	50	50
Masculino	100	75	75
Masculino	75	75	75
Masculino	75	50	100
Masculino	75	50	50
Masculino	50	50	50
Masculino	100	100	100
Masculino	75	50	50
Masculino	100	100	100

Masculino	75	125	75
Masculino	75	50	50
Masculino	100	50	50

Análisis comparativo entre productos dirigidos a géneros neutro y masculino:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	89,0243902	78,0487805
Varianza	564,02439	693,597561
Observaciones	41	41
Grados de libertad	40	40
F	0,81318681	
P(F<=f) una cola	0,25807436	
Valor crítico para F (una cola)	0,59073821	

Varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	89,0243902	78,0487805
Varianza	564,02439	693,597561
Observaciones	41	41
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	79	
Estadístico t	1,98173478	
P(T<=t) una cola	0,02549362	
Valor crítico de t (una cola)	1,66437141	
P(T<=t) dos colas	0,05098724	
Valor crítico de t (dos colas)	1,99045018	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

Análisis comparativo entre productos para géneros neutro y femenino:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	89,0243902	76,2195122
Varianza	564,02439	623,47561
Observaciones	41	41
Grados de libertad	40	40

F	0,90464548
P(F<=f) una cola	0,37643437
Valor crítico para F (una cola)	0,59073821

Varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	89,0243902	76,2195122
Varianza	564,02439	623,47561
Observaciones	41	41
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	80	
Estadístico t	2,37930746	
P(T<=t) una cola	0,00986349	
Valor crítico de t (una cola)	1,66412458	
P(T<=t) dos colas	0,01972699	
Valor crítico de t (dos colas)	1,99006339	

Se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias es significativa.

Artículo: Mouse

Masculino	400	500	400
Masculino	700	600	600
Masculino	400	400	400
Masculino	600	600	600
Masculino	400	500	500
Masculino	600	600	600
Masculino	700	700	700
Masculino	700	500	600
Masculino	400	500	500
Masculino	500	400	400
Masculino	500	500	500
Masculino	400	400	400
Masculino	500	500	500
Masculino	600	600	600

Masculino	500	500	500
Masculino	400	400	400
Masculino	500	500	500
Masculino	700	700	700
Masculino	700	700	700
Masculino	600	600	700
Masculino	500	500	700
Masculino	500	600	600
Masculino	700	700	700
Masculino	400	400	400
Masculino	400	400	400
Masculino	400	600	600
Masculino	600	400	600
Masculino	500	400	600
Masculino	400	400	400
Masculino	700	700	700
Masculino	700	700	700
Masculino	500	600	600
Masculino	400	500	500
Masculino	500	600	600
Masculino	500	500	500
Masculino	400	400	400
Masculino	500	500	500
Masculino	700	700	700
Masculino	600	600	600
Masculino	500	600	600
Masculino	400	500	600

Análisis comparativo entre productos dirigidos a géneros neutro y masculino:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	526,829268	536,585366

Varianza	13012,1951	10878,0488
Observaciones	41	41
Grados de libertad	40	40
F	1,19618834	
P(F<=f) una cola	0,28685763	
Valor crítico para F (una cola)	1,69279721	

Varianzas iguales

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	526,829268	536,585366
Varianza	13012,1951	10878,0488
Observaciones	41	41
Varianza agrupada	11945,122	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	80	
Estadístico t	-0,4041641	
P(T<=t) una cola	0,34358524	
Valor crítico de t (una cola)	1,66412458	
P(T<=t) dos colas	0,68717048	
Valor crítico de t (dos colas)	1,99006339	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

Análisis comparativo entre productos dirigidos a géneros neutro y femenino:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	526,829268	556,097561
Varianza	13012,1951	11524,3902
Observaciones	41	41
Grados de libertad	40	40
F	1,12910053	
P(F<=f) una cola	0,35143116	
Valor crítico para F (una cola)	1,69279721	

Varianzas iguales

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	526,829268	556,097561
Varianza	13012,1951	11524,3902
Observaciones	41	41
Varianza agrupada	12268,2927	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	80	
Estadístico t	-1,1964161	
P(T<=t) una cola	0,11753399	
Valor crítico de t (una cola)	1,66412458	
P(T<=t) dos colas	0,23506799	
Valor crítico de t (dos colas)	1,99006339	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

Artículo: Funda o cubierta para iPad de silicona

Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	175	175	175
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	175
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	175	175	175
Masculino	200	175	175
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225

Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	200	200	200
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	150
Masculino	225	225	225
Masculino	225	200	200
Masculino	225	225	225
Masculino	200	225	225
Masculino	150	150	175
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225
Masculino	225	200	225
Masculino	225	175	175
Masculino	175	175	175
Masculino	150	175	175
Masculino	225	225	225
Masculino	175	175	175
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	200
Masculino	225	225	225
Masculino	225	225	225

Análisis comparativo entre productos dirigidos a géneros neutro y masculino:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	214,634146	212,804878
Varianza	467,987805	472,560976
Observaciones	41	41
Grados de libertad	40	40
F	0,99032258	
P(F<=f) una cola	0,48781019	
Valor crítico para F (una cola)	0,59073821	

Varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	214,634146	212,804878
Varianza	467,987805	472,560976
Observaciones	41	41
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	80	
Estadístico t	0,38192551	
P(T<=t) una cola	0,35176463	
Valor crítico de t (una cola)	1,66412458	
P(T<=t) dos colas	0,70352925	
Valor crítico de t (dos colas)	1,99006339	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

Análisis comparativo entre productos dirigidos a géneros neutro y femenino:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	214,634146	210,365854
Varianza	467,987805	530,487805
Observaciones	41	41
Grados de libertad	40	40
F	0,88218391	
P(F<=f) una cola	0,34686108	
Valor crítico para F (una cola)	0,59073821	

Varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	214,634146	210,365854
Varianza	467,987805	530,487805
Observaciones	41	41
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	80	
Estadístico t	0,86492289	
P(T<=t) una cola	0,19483366	
Valor crítico de t (una cola)	1,66412458	
P(T<=t) dos colas	0,38966732	

Valor crítico de t (dos colas) 1,99006339

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

Artículo: Mochila

Masculino	1500	1500	1500
Masculino	2000	1750	2500
Masculino	1750	2000	2000
Masculino	2500	2000	2000
Masculino	1750	1500	1750
Masculino	1750	1750	1750
Masculino	1500	1500	1750
Masculino	1500	2000	2500
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	2000	2000	1500
Masculino	2000	2000	2000
Masculino	2000	2000	2000
Masculino	1750	1500	1750
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	1500	1500	1750
Masculino	1750	1750	1750
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	1750	1750	1750
Masculino	1500	2000	1750
Masculino	2000	2000	2000
Masculino	2000	1500	1750
Masculino	1750	1750	1750
Masculino	1750	1750	1500
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	2000	1750	2500
Masculino	1500	1500	1500
Masculino	1750	1750	2000

Masculino	1500	1500	1500
Masculino	2000	1750	1750
Masculino	2500	2000	2500
Masculino	2000	2000	2000
Masculino	1750	1500	1750
Masculino	1750	1750	1750
Masculino	1500	1750	1750
Masculino	2000	2000	2000
Masculino	1750	1500	1500
Masculino	2000	2500	2500
Masculino	2000	2000	2000
Masculino	2000	2000	2500
Masculino	1500	1750	1750

Análisis comparativo entre productos dirigidos a géneros neutro y masculino:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	1780,4878	1756,09756
Varianza	69359,7561	57774,3902
Observaciones	41	41
Grados de libertad	40	40
F	1,2005277	
P(F<=f) una cola	0,28300257	
Valor crítico para F (una cola)	1,69279721	

Varianzas iguales

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas iguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	1780,4878	1756,09756
Varianza	69359,7561	57774,3902
Observaciones	41	41
Varianza agrupada	63567,0732	
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	80	
Estadístico t	0,43800288	
P(T<=t) una cola	0,33128229	
Valor crítico de t (una cola)	1,66412458	
P(T<=t) dos colas	0,66256458	

Valor crítico de t (dos colas) 1,99006339

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.

Análisis comparativo entre productos dirigidos a géneros neutro y femenino:

Prueba F para varianzas de dos muestras

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	1780,4878	1847,56098
Varianza	69359,7561	105868,902
Observaciones	41	41
Grados de libertad	40	40
F	0,65514759	
P(F<=f) una cola	0,0927336	
Valor crítico para F (una cola)	0,59073821	

Varianzas distintas

Prueba t para dos muestras suponiendo varianzas desiguales

	<i>Variable 1</i>	<i>Variable 2</i>
Media	1780,4878	1847,56098
Varianza	69359,7561	105868,902
Observaciones	41	41
Diferencia hipotética de las medias	0	
Grados de libertad	77	
	-	
Estadístico t	1,02597835	
P(T<=t) una cola	0,15405707	
Valor crítico de t (una cola)	1,66488454	
P(T<=t) dos colas	0,30811415	
Valor crítico de t (dos colas)	1,99125436	

No se rechaza la hipótesis nula: la diferencia entre las medias no es significativa.