

APÉNDICE

Cruce de la pregunta 3 con la pregunta 5

Nueva marca * Marcas

Crosstab

			Nueva marca		Total
			sí acepta	no acepta	
Vickers	No utiliza	Count	21	6	27
		% within Vickers	77.8%	22.2%	100.0%
	Sí utiliza	Count	17	7	24
		% within Vickers	70.8%	29.2%	100.0%
Total		Count	38	13	51
		% within Vickers	74.5%	25.5%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	.323 ^b	1	.570		
Continuity Correction ^a	.061	1	.806		
Likelihood Ratio	.322	1	.570		
Fisher's Exact Test				.749	.402
Linear-by-Linear Association	.316	1	.574		
N of Valid Cases	51				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6.12.

En este cruce no hay una diferencia significativa

Crosstab

			Nueva marca		Total
			si acepta	no acepta	
Rexroth	no utiliza	Count	22	5	27
		% within Rexroth	81.5%	18.5%	100.0%
	Sí utiliza	Count	16	8	24
		% within Rexroth	66.7%	33.3%	100.0%
Total		Count	38	13	51
		% within Rexroth	74.5%	25.5%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1.468 ^b	1	.226		
Continuity Correction ^a	.792	1	.374		
Likelihood Ratio	1.473	1	.225		
Fisher's Exact Test				.336	.187
Linear-by-Linear Association	1.439	1	.230		
N of Valid Cases	51				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6.12.

En este cruce no hay una diferencia significativa

Crosstab

			Nueva marca		Total
			sí acepta	no acepta	
Eatón	No utiliza	Count	30	13	43
		% within Eatón	69.8%	30.2%	100.0%
	Sí utiliza	Count	8		8
		% within Eatón	100.0%		100.0%
Total	Count	38	13	51	
	% within Eatón	74.5%	25.5%	100.0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	3.246 ^b	1	.072		
Continuity Correction ^a	1.849	1	.174		
Likelihood Ratio	5.198	1	.023		
Fisher's Exact Test				.096	.077
Linear-by-Linear Association	3.182	1	.074		
N of Valid Cases	51				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 1 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.04.

En este cruce no hay una diferencia significativa

Crosstab

			Nueva marca		Total
			sí acepta	no acepta	
Denisson	No utiliza	Count	29	12	41
		% within Denisson	70.7%	29.3%	100.0%
	Sí utiliza	Count	9	1	10
		% within Denisson	90.0%	10.0%	100.0%
Total		Count	38	13	51
		% within Denisson	74.5%	25.5%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1.571 ^b	1	.210	.419	.203
Continuity Correction ^a	.721	1	.396		
Likelihood Ratio	1.827	1	.176		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	1.541	1	.215		
N of Valid Cases	51				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 1 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.55.

En este cruce no hay una diferencia significativa

Crosstab

			Nueva marca		Total
			sí acepta	no acepta	
Parker	No utiliza	Count	20	10	30
		% within Parker	66.7%	33.3%	100.0%
	Sí utiliza	Count	18	3	21
		% within Parker	85.7%	14.3%	100.0%
Total		Count	38	13	51
		% within Parker	74.5%	25.5%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2.360 ^b	1	.125	.193	.112
Continuity Correction ^a	1.463	1	.226		
Likelihood Ratio	2.485	1	.115		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	2.313	1	.128		
N of Valid Cases	51				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5.35.

En este cruce no hay una diferencia significativa

Crosstab

			Nueva marca		Total
			sí acepta	no acepta	
Bosh	No utiliza	Count	33	12	45
		% within Bosh	73.3%	26.7%	100.0%
	Sí utiliza	Count	5	1	6
		% within Bosh	83.3%	16.7%	100.0%
Total		Count	38	13	51
		% within Bosh	74.5%	25.5%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	.279 ^b	1	.598		
Continuity Correction ^a	.001	1	.977		
Likelihood Ratio	.302	1	.583		
Fisher's Exact Test				1.000	.516
Linear-by-Linear Association	.273	1	.601		
N of Valid Cases	51				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 2 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.53.

En este cruce no hay una diferencia significativa

Análisis:

Los resultados muestran que a pesar de que un porcentaje alto, más del 40% prefieren marcas como Vickers, Rexroth y Parker, estarían dispuestos a adquirir una nueva marca. Lo cual representa una oportunidad para penetrar el mercado.

Crosstab

			T.E. Vickers				Total
			muy adecuada	adecuada	normal	inadecuada	
Nueva marca	sí acepta	Count	1	6	7	1	15
		% within Nueva marca	6.7%	40.0%	46.7%	6.7%	100.0%
	no acepta	Count	1		3		4
		% within Nueva marca	25.0%		75.0%		100.0%
Total		Count	2	6	10	1	19
		% within Nueva marca	10.5%	31.6%	52.6%	5.3%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.357 ^a	3	.340
Likelihood Ratio	4.567	3	.206
Linear-by-Linear Association	.006	1	.939
N of Valid Cases	19		

a. 7 cells (87.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .21.

En este cruce no hay una diferencia significativa

Crosstab

			T.E. Rexroth				Total
			muy adecuada	adecuada	normal	inadecuada	
Nueva marca	sí acepta	Count	2	10	4		16
		% within Nueva marca	12.5%	62.5%	25.0%		100.0%
	no acepta	Count		5	2	1	8
		% within Nueva marca		62.5%	25.0%	12.5%	100.0%
Total		Count	2	15	6	1	24
		% within Nueva marca	8.3%	62.5%	25.0%	4.2%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.000 ^a	3	.392
Likelihood Ratio	3.819	3	.282
Linear-by-Linear Association	1.643	1	.200
N of Valid Cases	24		

a. 6 cells (75.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .33.

En este cruce no hay una diferencia significativa

Crosstab

			T.E. Oleodinamica				Total
			muy adecuada	adecuada	normal	inadecuada	
Nueva marca	sí acepta	Count	3	16	5	2	26
		% within Nueva marca	11.5%	61.5%	19.2%	7.7%	100.0%
	no acepta	Count	1	2	3		6
		% within Nueva marca	16.7%	33.3%	50.0%		100.0%
Total		Count	4	18	8	2	32
		% within Nueva marca	12.5%	56.3%	25.0%	6.3%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.100 ^a	3	.377
Likelihood Ratio	3.243	3	.356
Linear-by-Linear Association	.088	1	.766
N of Valid Cases	32		

a. 6 cells (75.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .38.

En este cruce no hay una diferencia significativa

Crosstab

			T.E. Hidráulica Apl.		Total
			adecuada	normal	
Nueva marca	sí acepta	Count	3	2	5
		% within Nueva marca	60.0%	40.0%	100.0%
Total		Count	3	2	5
		% within Nueva marca	60.0%	40.0%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value
Pearson Chi-Square	. ^a
N of Valid Cases	5

a. No statistics are computed because Nueva marca is a constant.

Análisis:

Los resultados muestran que las empresas consideran que hay un tiempo de entrega aceptable entre los establecimientos de Oleodinamica, Parker, Vickers y Rexroth, y aún así estarían dispuestos a adquirir una nueva marca. Por lo tanto si se ofrece un menor tiempo de entrega la aceptación será mayor.

Cruce de la pregunta 7 con la pregunta 10

Servicio especializado * Gasto de mto. Crosstabulation

			Gasto de mto.				Total
			1,000-5,000	6,000-10,000	11,000-15,000	otra	
Servicio especializado	sí utiliza	Count	11	18	17	1	47
		% within Servicio especializado	23.4%	38.3%	36.2%	2.1%	100.0%
	no utiliza	Count	1	2	1		4
		% within Servicio especializado	25.0%	50.0%	25.0%		100.0%
Total		Count	12	20	18	1	51
		% within Servicio especializado	23.5%	39.2%	35.3%	2.0%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	.348 ^a	3	.951
Likelihood Ratio	.430	3	.934
Linear-by-Linear Association	.163	1	.686
N of Valid Cases	51		

a. 5 cells (62.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .08.

En este cruce no hay una diferencia significativa

Análisis:

Los resultados muestran que las empresas que gastan aproximadamente de \$6,000 a \$15,000 están dispuestas utilizar un servicio especializado, por lo tanto es indispensable ofrecer un servicio técnico para el mercado.