

Análisis de la Varianza

El análisis de la varianza sirve para comparar si los valores de un conjunto de datos numéricos son significativamente distintos a los valores de otro o más conjuntos de datos. El procedimiento del análisis de varianza proporciona un análisis de regresión y un análisis de varianza para una variable dependiente mediante uno o más factores o variables. Las variables de factor dividen la población en grupos. Se pueden investigar las interacciones entre los factores así como los efectos de los factores individuales.

En este epígrafe hemos realizado el análisis de la varianza para todas las variables de clasificación (Cuadro 1) con respecto a las variables dependientes señaladas con una “V” en el Cuadro 2, aunque a continuación se expondrán los datos de las variables que han resultado significativas.

Según los datos analizados, podemos concluir que, tanto el nivel de *equipamiento* de nuevas tecnologías, como los *problemas* considerados para instalar nuevas tecnologías, como las *razones* para vender y no vender a través de Internet, no dependen del **sector de actividad** al que pertenece la empresa.

Con respecto al **volumen de facturación** del comercio podemos afirmar que este afecta significativamente a la cantidad de *equipamiento global*, *equipamiento tecnológico* y *equipamiento no tecnológico* del que dispone la empresa. Siendo esta una relación positiva, esto es, a mayor volumen de facturación, mayor cantidad de equipamiento de la empresa.

Con respecto a los *problemas* mencionados para instalar las NTIC, cabe destacar que la consideración de estos no depende del tamaño de la empresa medida como volumen de facturación (relación no significativa). Al igual que no depende las razones para disponer o no de Internet en el comercio.

El **régimen de tenencia** del establecimiento en el que se ejerce la actividad, es decir, si se encuentra en propiedad o no, no influye en las variables dependientes analizadas (nivel de equipamiento, problemas encontrados para instalar nuevas tecnologías y razones para vender o no a través de Internet).

En el análisis de la variable factor **“número de empleados”** descubrimos que, de las variables dependientes estudiadas, sólo el nivel de *equipamiento* (tanto global, como relacionado y no con las nuevas tecnologías) depende del número de empleados que haya en el comercio.

Ninguna de las variables dependientes estudiadas depende de la **edad del comerciante** (variables no significativas). Sin embargo, cabe destacar que si recodificamos los grupos de edades de los comerciantes podemos