

Información suplementaria 2: Variables empleadas en el cuestionario aplicado a la población de estudio.

VARIABLE LATENTE	VARIABLE INDICADORA	CÓDIGO	PREGUNTA	FUENTE
VARIABLES ENDOGENAS				
CONFIANZA (CF)	Confianza en los comentarios de otros compradores	CF2	Lo que valoraría de comprar alimentos en sitios de comercio electrónico serían los comentarios de otros compradores sobre los productos	Adaptado de Martínez-López <i>et al.</i> (2014)
	Confianza por compromiso de calidad ofrecido por el sitio web	CF3	La compra por internet de alimentos me provoca más tranquilidad por el compromiso de calidad y satisfacción que debe establecer el sitio de comercio electrónico	Villalobos-Monge (2021)
	Confianza de conocer información del productor	CF4	Lo que valoraría de comprar alimentos en sitios de comercio electrónico es la disponibilidad de información que pueda disponer del productor de esos alimentos	Adaptado de Martínez-López <i>et al.</i> (2014)
	Confianza en las sugerencias del sitio web	CF5	Estoy dispuesto(a) a confiar en las sugerencias del sitio de comercio electrónico para asistirme en la decisión de cuál opción de alimentos comprar	Adaptado de Doong & Wang, (2011)
	IMPULSOS HEDÓNICOS (HD)	Placer general al realizar compras por medios virtuales	HD1	El tiempo empleado en los sitios de comercio electrónico es realmente agradable
HD3			Me parece agradable visitar sitios de comercio electrónico en general	Adaptado de Fang <i>et al.</i> , (2016)
	Mejoras en la calidad de vida	CO1	Las compras de alimentos en sitios de comercio electrónico me hacen (harían) la vida más fácil	Adaptado de Martínez-López <i>et al.</i> (2014)
		CO2	Utilizar sitios de	Adaptado de

CONVENIENCIA (CO)			comercio electrónico es una forma conveniente para comprar alimentos de mejor calidad	Martínez-López <i>et al.</i> (2014), Eastlick y Feinberg (1999)
		CO3	Un sitio de comercio electrónico proporciona abundante información relacionada con las funciones y calidades de los productos	C. Kim <i>et al.</i> (2012)
	Percepción de la facilidad de uso	CO4	En general, yo encuentro que las compras de alimentos en sitios de comercio electrónico son (serían) algo fácil para mí	Adaptado de J. Lin <i>et al.</i> (2011)
		CO5	Considerando el esfuerzo que podría efectuar al realizar la compra de alimentos en un sitio de comercio electrónico, pensaría que la compra en línea vale la pena	Adaptado de C. Kim <i>et al.</i> (2012)
	Percepción del riesgo	CO6	Comprar alimentos en sitios de comercio electrónico es más arriesgado que comprar estos productos de otras formas como ferias o supermercados	Villalobos-Monge (2021)
	Ahorro de dinero	IE1	Puedo ahorrar bastante dinero comprando en sitios de comercio electrónico	Eastlick y Feinberg(1999)
		Costos de búsqueda de información	Comprar alimentos en sitios de comercio	Adaptado de

			electrónico implicaría más tiempo y esfuerzo del que normalmente destino para tomar la decisión de compra de este tipo de productos	Teo & Yu (2005)
	Aprendizaje de compras por EC	IE3	Si tuviera que pagar con tarjeta o por SINPE no haría compras de alimentos en sitios de comercio electrónico	Villalobos-Monge (2021)
		IE4	Pienso que sería fácil para mí llegar a ser habilidoso(a) al realizar compras de alimentos en sitios de comercio electrónico	Adaptado de Schierz, Schilke, & Wirtz, (2010)
		IE5	Aprender a comprar alimentos en sitios de comercio electrónico fue (sería) fácil para mí.	Adaptado de J. Lin <i>et al.</i> (2011)
RESPUESTA GENERAL DEL CONSUMIDOR (R)	Probabilidad futura de continuar comprando alimentos por medios virtuales	R1	Es alta la probabilidad de que a futuro considere comprar alimentos por sitios de comercio electrónico	Adaptado de (H.-W. Kim <i>et al.</i> , 2012)
	Satisfacción general de la experiencia de compra	R2	Estoy satisfecho(a) con la experiencia de compra que he tenido en sitios de comercio electrónico	Adaptado de C. Kim <i>et al.</i> (2012)
VARIABLES EXOGENAS				
STATUS SOCIOECONOMICO (SES)	Sexo	SEX	Su sexo es	Villalobos-Monge (2021)
	Escolaridad	ESCO	El último título académico que obtuvo fue	Villalobos-Monge (2021)

	Gasto familiar en alimentos	INC	El gasto mensual (en colones costarricenses) que tiene su hogar en alimentos y bebidas no alcohólicas diría que es:	Villalobos-Monge (2021)
	Poder en la decisión del consumo de alimentos	DES_CONS	Usted es la persona que toma la decisión de los alimentos que se consumen en su hogar. ¿Qué tan de acuerdo está con esta afirmación?	Villalobos-Monge (2021)
	Tamaño del núcleo familiar primario	FAM	En su casa residen ordinariamente, contándolo(a) a usted, ¿cuántas personas?	Villalobos-Monge (2021)
DECISIONES DE COMPRA Y CONSUMO DE ALIMENTOS DEBIDO AL COVID-19 (COVID)	Frecuencia semanal de compra de alimentos pre-pandemia	FREQ_C	¿Cuántas veces a la semana se hacen compras de alimentos (vegetales, frutas, carnes, lácteos, panadería) y bebidas no alcohólicas en su hogar?	Nueva variable construida para este estudio
	Frecuencia semanal de compra de alimentos durante-pandemia	FREQ_C_COVID	¿Las veces a la semana que se hacen compras de los alimentos anteriores en su hogar cambiaron debido a la pandemia del COVID-19?	Nueva variable construida para este estudio
	Percepción del impacto por COVID-19 en los hábitos de compra y consumo de alimentos	COV_HC	Durante este tiempo de pandemia qué estamos viviendo, ¿considera que sus hábitos de compra y consumo de alimentos se han visto modificados?	Nueva variable construida para este estudio
	Percepción del impacto de las medidas normativas en hábitos de consumo de alimentos	NORM_1	Las medidas de prevención establecidas por las autoridades sanitarias (restricción vehicular, cierres de fronteras, entre otras) han generado cambios en las decisiones de	Nueva variable construida para este estudio

consumo de alimentos
en su hogar. ¿Qué tan
de acuerdo está con
esa afirmación?
