

## Anexo 5: Estadística de la distribución de frecuencias (Muestra UDLA)

	Aproximadamente ¿Cuántas veces por semana navegas en Internet?	¿Tienes acceso a Internet en casa?	¿Por lo regular en dónde navegas en Internet?	¿Has visto publicidad en Internet?	¿Qué tipo de anuncio te llama más la atención?
Media	2.74	1.14	1.37	1.06	3.33
Mediana	3	1	1	1	2
Moda	3	1	1	1	2
D.E	0.51	0.35	0.50	0.24	1.72
Varianza	0.26	0.12	0.25	0.06	2.94

	Aproximadamente de 10 anuncios en Internet que ves, ¿a cuántos le das clic?	¿Has comprado alguna vez en Internet?	¿Cada cuánto realizas compras en Internet?	¿Cuál es la principal razón por la cual compras en Internet?	Comunicación antes de comprar
Media	1.55	1.58	1.28	3.08	1.52
Mediana	2	2	1	3	2
Moda	2	2	1	3	2
D.E	0.56	0.49	0.62	1.09	0.50
Varianza	0.31	0.24	0.38	1.20	0.25

	Comunicación después de comprar	¿Mejoraría tu experiencia si tuvieras comunicación personal con la empresa?	Generalmente compras en Internet...	Te da más confianza realizar compras en Internet si también realizan compras tus familiares/ amigos	Preferiría comprar en Internet si el sitio está en...
Media	1.47	1.24	1.55	1.85	2.52
Mediana	1	1	2	1	3
Moda	1	1	1	1	3
D.E	0.50	0.43	0.58	0.92	0.62
Varianza	0.25	0.19	0.33	0.84	0.38

	La publicidad que percibo en Internet...	Tener más información sobre la compañía	Tener más información sobre los productos que quiero	Tener más confianza en la marca	Tener más lealtad a la marca	Percibir una mejor imagen de la marca/empresa
Media	3.30	1.56	1.33	1.78	1.90	1.63
Mediana	3	2	1	2	2	2

---

<b>Moda</b>	3	2	1	2	2	2
<b>D.E</b>	1.17	0.50	0.47	0.41	0.30	0.48
<b>Varianza</b>	1.38	0.25	0.22	0.17	0.09	0.23