

## Anexo 8: Análisis Factorial BUAP

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.51
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square Df Sig.	243.64 91 0

MATRIZ DE COMPONENTES						
Variable	1	2	3	4	5	6
Aproximadamente ¿Cuántas veces por semana navegas en Internet?	0.178	-0.254	0.566	0.449	-0.132	-0.306
¿Qué tipo de anuncio te llama más la atención?	-0.102	0.562	-0.269	-0.037	0.258	0.539
Aproximadamente de 10 anuncios en Internet que ves, ¿a cuántos le das clic?	0.168	-0.448	-0.260	0.278	-0.213	0.126
Me siento satisfecha cuando realizo una compra por Internet	0.239	0.225	0.220	-0.538	0.265	-0.283
Si la página no es de mi entera confianza, no realizo compras	0.737	-0.187	0.126	-0.095	-0.180	0.434
Si la información no es 100% clara, no realizo compras	0.534	-0.298	0.388	-0.179	-0.207	0.464
¿Cuál es la principal razón por la cual compras en Internet?	-0.227	-0.019	0.101	0.457	0.620	0.295
Preferiría comprar en Internet si el sitio está en...	0.085	-0.003	0.542	0.448	0.338	0.031
Confianza Desconfianza	-0.068	0.730	0.342	0.169	-0.421	0.075
Hostigamiento Agrado	-0.198	0.075	0.505	-0.443	0.102	0.092
Interés Rechazo	-0.154	0.811	0.118	0.210	-0.305	0.026
La empresa en la que adquiero la mercancía es reconocida	0.783	0.221	-0.033	0.000	0.212	-0.180
Tengo confianza en la marca/empresa	0.768	0.379	-0.033	-0.043	0.266	-0.140
He probado los productos de la empresa y conozco su desempeño	0.643	0.221	-0.415	0.341	-0.076	-0.112