|  |  |
| --- | --- |
| **Tabla 3. Items medidos** | |
| Razones para usar teléfono inteligente  (Uso mi teléfono para…)  5. sentirme cerca de mi familia  6. fortalecer la unión con mi familia  7. hacer que otros sepan que me preocupo por ellos  8. sentir el calor, cuidado y ánimo de mis amigos y familiares  9. mantener contacto con amigos con los que me comunico poco  10. mantener contacto con amigos que viven lejos  11. mantener contacto con mi familia  12. sentir la alegría de hablar con otros  13. charlar con la gente  14. no sentir aburrimiento  15. sentirme relajado  16. matar el tiempo  17. obtener información y noticias  18. obtener información sobre compras  19. obtener información sobre diversiones  20. compartir ideas y opiniones  21. ofrecer ideas y sugerencias  22. planear eventos  23. saber cómo está la gente  24. relacionarme con la gente  25. recger información sobre cierto(s) producto(s) | Relevancia publicitaria (Cuando veo anuncios en los medios sociales siento que…)  107. pueden ser valiosos para mí  108. ser relevantes para mis necesidades  109. están creados justo para mí |
| Atención a anuncios  112. ¿Cuánta atención presta a los anuncios de los medios sociales?  113. ¿Cuánto se fija en los anuncios de los medios sociales?  114. ¿Cuánto dedica a evaluar los anuncios de los medios sociales? |
| Protección de la privacidad  110. Descarto (ignoro, no atiendo) los anuncios de los medios sociales.  111. He solicitado a los vendedores que borren de su lista mi correo electrónico (correo postal, teléfono).  117. Uso un bloqueador de ventanas emergentes en mi buscador de internet.  118. Reviso mi computadora en busca de programas espías.  119. Limpio regularmente mi historial de navegación.  120. Bloqueo los mensajes de personas con las que no quiero comunicarme. |
| Preocupaciones sobre privacidad  121. Derecho a ejercer control sobre decisiones de cómo se recoge, se usa y se comparte la información.  122. El control del consumidor sobre información personal es lo más importante de su privacidad.  123. La privacidad en línea está invadida cuando se pierde el control como resultado de una transacción de marketing.  124. Las compañías deben mostrar el modo cómo recogen, procesan y usan los datos.  125. Una buena política de privacidad en línea debe tener una transparencia visible.  126. Debo tener conciencia y conocimiento de cómo se usa mi información personal  127. Me molesta cuando las compañías en línea me piden información personal.  128. Lo pienso dos veces antes de dar a una compañía información personal cuando me la pide.  129. Me molesta dar información personal a tantas compañías en línea.  130. Me preocupa que compañías en línea estén recogiendo demasiada información personal sobre mí. | |