

6

Referências bibliográficas

ALVARES, L. F. H. Construção de uma Escala para Mensurar o Risco Percebido na Compra Online de um Serviço Hoteleiro. In: **XXVIII Enanpad** (Curitiba), p. 12. 2004.

ANATEL 2011. Agência Nacional de Telecomunicações, Disponível em: <<http://sistemas.anatel.gov.br/SMP/Administracao/Consulta/AcessosPrePosUF/ela.asp?SISQSmodulo=18267>>. Acesso em: 2011.

ARTONI, P. R. C. D. et al. Recebi Um SMS, e Agora? O Consumidor De Baixa Renda Frente Às Ações De Mobile marketing. In: **XXXIV Encontro da ANPAD** (Rio de Janeiro, ANPAD), p. 17. 2010.

BAUER, H. H. et al. Driving consumer acceptance of *mobile marketing*: a theoretical framework and empirical study. **Journal of Electronic Commerce Research** 6, 181-192. 2005.

BUTCHER, D. **Mobile ad campaigns 5 times more effective than online: Insight Express study** (Mobile Marketer). 2010.

COURSARIS, C. K.; SUNG, J.; SWIERENGA, S. J. 2010. Effects of Message Characteristics, Age, and Gender on Perceptions of *Mobile advertising*. In: **2010 Ninth International Conference on Mobile Business / 2010 Ninth Global Mobility Roundtable**, Athens, Greece, p. 198-205.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2ª ed. Edition. Artmed, Porto Alegre. 2007.

DICKINGER, A. et al. An Investigation and Conceptual Model of SMS Marketing. In: **37th Hawaii International Conference on System Sciences**, Waikoloa, Hawaii. 2004.

_____.; KLEIJNEN, M. Coupons Going Wireless: Determinants of consumer intentions to redeem mobile coupons. **Journal of Interactive Marketing** v. 22, p. 23-39. 2008.

DILLMAN, D. A.; TORTORA, R. D.; BOWKER, D. **Principles for Constructing Web Surveys**. SESRC Technical Report. p. 98-50. 1998.

FERREIRA, J. B. **Aceitação e Prontidão do Consumidor para Produtos de Alta Tecnologia**: Elaboração e teste empírico do Modelo CART para adoção de produtos de alta tecnologia. UFRJ, Rio de Janeiro. 2010.

FISHBEIN, M. E. **Readings in Attitude Theory and Measurement**. Wiley, New York. 1967,
 _____.; AJZEN, I. **Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research**. Addison-Wesley, Reading, MA. 1975.

GARSON, G. D. **Statnotes: Topics in Multivariate Analysis**. 2008.

GIORDANO, J. L. **Mobile Marketing Strategies for the Travel, Tourism, and Hospitality Industry**. The E-Business Review X, v. 4. 2010.

HAIG, M. **Mobile Marketing: The Message Revolution**. Kogan Page, Londres. 2002.

HAIR, J. F. et al. **Multivariate Data Analysis**, 5ª Edition. Prentice Hall, New Jersey. 1988,

HE, D.; LU, Y. Consumers Perceptions and Acceptances towards *Mobile advertising*: An Empirical Study in China. In: **International Conference on Wireless Communications Networking and Mobile Computing**, p. 3775-3778. 2007.

HEERWEGH, D.; LOOSVELDT, G. **An Evaluation of the Effect of Response Formats on Data Quality in Web Surveys**. Social Science Computer Review. v. 20, p. 471-484. 2002.

HENNIG-THURAU, T. et al. The Impact of New Media on Customer Relationships. **Journal of Service Research**. v. 13, p. 311-330. 2010.

HUANG, R. Y.; SYMONDS, J. **Mobile Marketing Evolution: Systematic literature review on multi-channel communication and multi-characteristics campaign**. In: **Enterprise Distributed Object Computing Conference Workshops, 2009**. EDOCW 2009. 13th, 1-4 Sept. 2009, p. 157-165. 2009

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**, 12ª Edition. Pearson Prentice Hall, São Paulo. 2006.

LEPPANIEMI, M.; KARJALUOTO, H. Factors Influencing Consumers' Willingness to Accept *Mobile Advertising*: A conceptual model. **International Journal of Mobile Communications**. v. 3, p. 197-213. 2005.

LIMA, D. d. H. A. **Explorando Fatores que Afetam a Intenção de Adoção da TV por Assinatura em Alta Definição no Brasil – Uma Aplicação da Teoria de Difusão de Inovações**. Puc-Rio, Rio de Janeiro. 2010.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: Uma Orientação Aplicada**, 4. ed. Edition. Bookman, Porto Alegre. 2006.

MARKUS, M.; SEBASTIAN, M.; KEVIN, R. An Empirical Study to Evaluate the Location of Advertisement Panels by Using a *Mobile marketing* Tool. In: **Proceedings of the 2009 Eighth International Conference on Mobile Business** %@ 978-0-7695-3691-0 (IEEE Computer Society), p. 196-202. 2009.

MERISAVO, M. et al. An Empirical Study of the Drivers of Consumer Acceptance of *Mobile advertising*. **Journal of Interactive Advertising**. v. 7, n. 9. 2007.

MMA 2008. MMA Glossary (*Mobile marketing* Association). Disponível em: <<http://www.mmaglobal.com/wiki/mma-glossary>>.

MOTTA, P. C. **Pesquisando a Satisfação do Consumidor**. Papel Virtual, Rio de Janeiro. 1999.

PEDERSEN, P. E.; LING, R. Mobile End-user Service Adoption Studies: A Selective Review. Paper submitted to **Scandinavian Journal of Information Systems**. 2002

PETER, J. P.; OLSON, J. C. Comportamento do Consumidor e Estratégia de Marketing, 8 ed. Edition. McGraw-Hill, São Paulo. 2009.

POUSTTCHI, K.; WIEDEMANN, D. **A Contribution to Theory Building for Mobile Marketing: Categorizing Mobile Marketing Campaigns through Case Study Research**. 2006.

ROACH, G. Consumer Perceptions of Mobile Phone Marketing: A Direct Mmarketing Innovation. **Direct Marketing: An International Journal**. v. 3, p. 124-138. 2009.

ROMÁN, F.; GONZÁLEZ-MESONES, F. **Mobile Marketing: A Revolução Multimídia**. Thompson, Porto Alegre. 2007,

SCHARL, A.; DICKINGER, A.; MURPHY, J. **Diffusion and Success Factors of Mobile Marketing**. *Electronic Commerce Research and Applications*. v. 4, p. 159-173. 2005.

SHANKAR, V.; BALASUBRAMANIAN, S. *Mobile Marketing: A Synthesis and Prognosis*. **Journal of Interactive Marketing**. v. 23, p. 118-129. 2009.

_____.; VENKATESH, A.; HOFACKER, C.; NAIK, P. *Mobile Marketing* in the Retailing Environment: Current Insights and Future Research Avenues. **Journal of Interactive Marketing**. v. 24, p. 111-120. 2010.

SHIMP, T. A.; KAVAS, A. The Theory of Reasoned Action Applied to Coupon Usage. **Journal of Consumer Research**. v. 11, p. 795-809. 1984.

SIQUEIRA, E. Mundo terá 55 bilhões de dispositivos móveis em 2020. In: **O Estado de São Paulo** (São Paulo, Grupo Estado). 2011.

SULTAN, F.; ROHM, A. J.; GAO, T. Factors Influencing Consumer Acceptance of *Mobile marketing*: A Two-Country Study of Youth Markets. **Journal of Interactive Marketing**. v. 23, p. 308-320. 2009.

TSANG, M. M.; HO, S. C.; LIANG, T. P. **Consumer Attitudes Toward Mobile Advertising: An Empirical Study**. Int. J. Electron. Commerce. v. 8, p. 65-78. 2004.

VARNALI, K.; TOKER, A. *Mobile Marketing* Research: The-state-of-the-art. **International Journal of Information Management**. v. 30, p. 144-151. 2010.

VENKATESH, V. et al. User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. **MIS Quarterly**. v. 27, p. 425-478. 2003a.

_____.; RAMESH, V.; MASSEY, A. P. **Understanding Usability in Mobile Commerce**. Communications of The ACM. v. 46, p. 53-56. 2003b.

WU, J. H.; WANG, S. C. **What Drives Mobile Commerce?: An Empirical Evaluation of the Revised Technology Acceptance Model**. Information & Management. v. 42, p. 719-729. 2005.

YANG, K. C. C. Exploring Factors Affecting Consumer Intention to Use *Mobile advertising* in Taiwan. **The Journal of International Consumer Marketing**. v. 20, p. 33-50. 2007.

ZHANG, J.; MAO, E. Understanding the acceptance of mobile *SMS advertising* among young Chinese consumers. *Psychology and Marketing*. v. 25, p. 787-805. 2008.

7 Anexos

7.1. Instrumento de coleta de dados – versão pré-teste



Imagine poder receber avisos e os resultados dos simulados de graça!

Para isso, precisamos entender a sua reação a mensagens SMS enviadas por nós.

Esta pesquisa não tomará de você mais de 5 minutos. O questionário tem apenas 30 perguntas.

Suas respostas serão tratadas com total seriedade e confidencialidade. Elas são totalmente anônimas, não havendo possibilidade de identificarmos você.

Assim, pedimos que você seja sincero(a) em todas as suas respostas.

Sua opinião é muito importante para nós.

Antecipadamente, agradecemos a sua participação.

Colégio pH e Curso pH

Início

A seguir serão apresentadas diversas afirmativas.
Para cada uma você deve expressar o quanto concorda ou discorda da afirmação.

1) Eu sou um dos primeiros a experimentar produtos recém-lançados.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
2) É comum eu experimentar um produto recém-lançado antes dos meus amigos.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
3) Eu curto comprar produtos recém-lançados.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
4) Eu domino a telefonia celular.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
5) Em relação aos meus amigos, eu sou um expert em telefonia celular.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
6) Em relação aos meus amigos, sou o primeiro a conhecer os modelos mais modernos de telefones celulares.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
7) Eu não gosto de ler diversas propagandas para comparar produtos.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
8) Eu tenho o hábito de ler diversas propagandas.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
9) Eu acho propaganda uma coisa bacana.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
10) Eu não gosto de propagandas.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente

[Avançar](#)

A seguir serão apresentadas diversas afirmativas.
Para cada uma você deve expressar o quanto concorda ou discorda da afirmação.

11) Propagandas por SMS podem me dar informações que vão me ajudar em alguma coisa.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
12) Propagandas por SMS podem me dar informações que só eu vou ter se forem endereçadas apenas para mim.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
13) Propagandas por SMS adaptadas de acordo com o que eu gosto são úteis.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
14) Propagandas por SMS são estimulantes.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
15) Propagandas por SMS adaptadas de acordo com o que eu gosto são divertidas.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
16) Um sorteio por SMS não é divertido.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
17) Mensagens SMS são divertidas.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
18) Encaminho para os meus amigos as mensagens SMS de que gosto.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
19) Lendo propagandas por SMS eu mostro aos meus amigos que estou ligado nas inovações.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
20) Propagandas por SMS enviadas para mim não podem me trazer vantagens.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente

[Voltar](#)

[Avançar](#)

**A seguir serão apresentadas diversas afirmativas.
Para cada uma você deve expressar o quanto concorda ou discorda da afirmação.**

21) Quando recebo propagandas por SMS, não há risco de minhas informações pessoais vazarem.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
22) Quando recebo propagandas por SMS, há risco de receber mensagens indesejadas (<i>spam</i>).	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
23) As pessoas importantes para mim vão me considerar esperto se eu receber propagandas por SMS.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
24) As pessoas importantes para mim vão considerar que é útil eu receber propagandas por SMS.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
25) As pessoas importantes para mim vão considerar que propagandas por SMS vão me trazer vantagens.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
26) Eu acho que vale a pena receber propagandas por SMS.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
27) Eu não curto receber propagandas por SMS.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
28) Provavelmente vou ler propagandas por SMS.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
29) Eu vou pensar a respeito de ler propagandas por SMS.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
30) Eu vou ler propagandas por SMS.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente

Eu sou homem mulher
 Eu tenho anos
 Tem celular? Sim Não

7.2. Instrumento de coleta de dados – versão final



Imagine poder receber avisos e os resultados dos simulados de graça!

Para isso, precisamos entender a sua reação a mensagens SMS enviadas por nós.

Esta pesquisa não tomará de você mais de 5 minutos. O questionário tem apenas 30 perguntas.

Suas respostas serão tratadas com total seriedade e confidencialidade.

Elas são totalmente anônimas, não havendo possibilidade de identificarmos você. Se desejar receber os resultados dos simulados por SMS, apenas na última pergunta você terá que se identificar.

Assim, pedimos que você seja sincero(a) em todas as suas respostas.

Sua opinião é muito importante para nós.

Antecipadamente, agradecemos a sua participação.

Colégio pH e Curso pH

Início

A seguir serão apresentadas diversas afirmativas.
Para cada uma você deve expressar o quanto concorda ou discorda da afirmação.

1) Eu sou um dos primeiros a experimentar produtos recém-lançados.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
2) É comum eu experimentar um produto recém-lançado antes dos meus amigos.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
3) Eu curto comprar produtos recém-lançados.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
4) Eu domino tudo sobre telefonia celular.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
5) Em relação aos meus amigos, eu sou um expert em telefonia celular.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
6) Em relação aos meus amigos, sou o primeiro a conhecer os modelos mais modernos de telefones celulares.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
7) Para comparar produtos eu gosto de ler diversas propagandas.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
8) Eu tenho o hábito de ler diversas propagandas.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
9) Eu acho propaganda uma coisa bacana.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
10) Eu gosto de ler propagandas.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente

[Avançar](#)

A seguir serão apresentadas diversas afirmativas.
Para cada uma você deve expressar o quanto concorda ou discorda da afirmação.

11) Propagandas por SMS podem me dar informações que vão me ajudar em alguma coisa.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
12) Propagandas por SMS podem me dar informações que só eu vou ter se forem endereçadas apenas para mim.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
13) Propagandas por SMS adaptadas de acordo com o que eu gosto são úteis.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
14) Fico animado ao receber propagandas por SMS.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
15) Propagandas personalizadas para mim enviadas por SMS são divertidas.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
16) Um sorteio por SMS não é divertido.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
17) Mensagens SMS são divertidas.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
18) Encaminho para os meus amigos as mensagens SMS de que gosto.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
19) Meus amigos me consideraram ligado em inovações porque eu leio propagandas por SMS.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
20) Propagandas por SMS enviadas para mim não podem me trazer vantagens.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente

[Voltar](#)

[Avançar](#)

**A seguir serão apresentadas diversas afirmativas.
Para cada uma você deve expressar o quanto concorda ou discorda da afirmação.**

21) Quando recebo propagandas por SMS, não há risco de minhas informações pessoais vazarem.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
22) Quando recebo propagandas por SMS, há risco de receber mensagens indesejadas (spam).	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
23) As pessoas importantes para mim vão me considerar esperto se eu receber propagandas por SMS.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
24) As pessoas importantes para mim vão considerar que é útil eu receber propagandas por SMS.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
25) As pessoas importantes para mim vão considerar que propagandas por SMS vão me trazer vantagens.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
26) Eu acho que vale a pena receber propagandas por SMS.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
27) Eu curto receber propagandas por SMS.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
28) Provavelmente vou ler propagandas por SMS.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
29) Eu vou pensar a respeito de ler propagandas por SMS.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente
30) Eu li propagandas por SMS.	<input type="radio"/> Discordo totalmente	<input type="radio"/> Discordo na maior parte	<input type="radio"/> Não concordo nem discordo	<input type="radio"/> Concordo na maior parte	<input type="radio"/> Concordo totalmente

[Voltar](#) [Avançar](#)