



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO

Instituto de Ciências Sociais Aplicadas

Departamento de Ciências Administrativas



**FATORES QUE INFLUENCIAM O USO E O USO EXPANDIDO DE
BANCOS DIGITAIS**

AMANDA QUEIROGA DOS SANTOS

MARIANA

2022

Amanda Queiroga Dos Santos

**FATORES QUE INFLUENCIAM O USO E O USO EXPANDIDO DE
BANCOS DIGITAIS**

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito para obtenção do título Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Fábio Viana de Moura

MARIANA

2022

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

S237f Santos, Amanda Queiroga Dos.
Fatores que influenciam o uso e o uso expandido dos bancos digitais.
[manuscrito] / Amanda Queiroga Dos Santos. - 2022.
38 f.

Orientador: Prof. Dr. Fabio Viana DE MOURA.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto.
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Graduação em Administração .

1. Bancos eletrônicos. 2. Confiabilidade. 3. Tecnologia. I. DE MOURA,
Fabio Viana. II. Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 336.7

Bibliotecário(a) Responsável: Essevalter De Sousa-Bibliotecário Coordenador
CBICSA/SISBIN/UFOP-CRB6a1407



FOLHA DE APROVAÇÃO

AMANDA QUEIROGA DOS SANTOS

FATORES QUE INFLUÊNCIAM O USO E O USO EXPANDIDO DE BANCOS DIGITAIS

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Administração

Aprovada em 21 de junho de 2022

Membros da banca

Prof. Dr. Fábio Viana de Moura (Presidente da Banca) - Universidade Federal de Ouro Preto
Profa. Dra. Ana Cristina Miranda Rodrigues - Universidade Federal de Ouro Preto
Profa. Dra. Ambrozina de Abreu Pereira - Universidade Federal de Ouro Preto

Prof. Dr. Fábio Viana de Moura, orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 21/06/2022



Documento assinado eletronicamente por **Fabio Viana de Moura, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 21/06/2022, às 20:37, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Ambrozina de Abreu Pereira, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 22/06/2022, às 12:57, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0348642** e o código CRC **1F68DD52**.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, a Deus, que me iluminou e me guiou durante todos esses anos de estudo, para que meus objetivos fossem alcançados.

Aos meus pais e avós, por sempre estarem me apoiando, me incentivando a não desistir e por entender a minha escolha de estudar fora e a minha ausência durante todo esse período.

Ao meu orientador Fábio, por toda dedicação e ajuda, compartilhando todo seu conhecimento, e contribuindo para a realização desse trabalho.

Aos professores, que foram essenciais na minha formação e ensinamentos que me possibilitaram um grande desenvolvimento profissional e a conclusão deste trabalho.

A República Relicário, pelos anos que pude fazer parte dessa casa, mais que especial, que além de me desenvolver muito como pessoa, foi muito importante para que não desistisse frente a/ essa nova realidade, e me mostrou que família não é só de sangue.

As minhas amigas do 17.1 que me acompanharam desde o início dessa jornada, compartilhando várias experiências e conhecimento e tornando os momentos mais leves.

E a todos aqueles que contribuíram, de alguma maneira, para minha formação no curso e a realização deste trabalho.

RESUMO

Nos últimos anos o setor bancário passou por inúmeras mudanças, tendo em vista as alterações no contexto social brasileiro e o aparecimento de novas tecnologias. O acesso facilitado a tais tecnologias possibilitou uma democratização na oferta de serviços financeiros, que além de serem ofertados de forma presencial passaram a ser ofertados também de forma remota, pelos chamados Bancos Digitais. Condicionando a seus usuários o maior domínio de suas finanças. Em vista a esse cenário buscou-se compreender como se dá o processo de escolha em torno da utilização de bancos digitais. No qual questiona-se : Quais são os fatores que influenciam o uso de serviços oferecidos pelos bancos digitais? O alcance do objetivo foi amparado pelo Modelo de Aceitação de Tecnologia – TAM de Davis (1989), e a Teoria Unificada de Aceitação e Uso da Tecnologia-UTAUT de Venkatesh et al. (2003). A metodologia adotada foi uma pesquisa qualitativa, estruturada sobre a aplicação de um questionário a 150 pessoas com idades entre 18 e 60 anos. Tornou-se evidente a influência das variáveis identidade com meio de comunicação eletrônica, confiabilidade e intenção de uso, em torno a frequência do uso de banco digitais, influenciando também no uso expandido dos recursos ofertados pelos bancos digitais. Notou-se também que as expectativas de desempenho e as condições facilitadoras, afetam positivamente a intenção de explorar os recursos dos Bancos Digitais.

Palavras- Chave: Bancos Digitais, Tecnologia, Confiabilidade.

ABSTRACT

In recent years, the banking sector has undergone numerous changes, given the changes in the Brazilian social context and the emergence of new technologies . The easy access to such technologies made possible a democratization in the offer of financial services, which in addition to being offered in person, also started to be offered remotely, by the so-called Digital Banks. Providing its users with greater control over their finances. In view of this scenario, we sought to understand how the choice process takes place around the use of digital banks. In which the question is: What are the factors that influence the use of services offered by digital banks? The scope of the objective was supported by the Technology Acceptance Model – TAM by Davis (1989), and the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology-UTAUT by Venkatesh et al. (2003). The methodology adopted was a qualitative research, structured on the application of a questionnaire to 150 people aged between 18 and 60 years. The influence of the variables identity with electronic communication, reliability and intention to use became evident, around the frequency of use of digital banks, also influencing the expanded use of the resources offered by digital banks. It was also noted that performance expectations and enabling conditions positively affect the intention to exploit the resources of Digital Banks.

Keywords: Digital Banks, Technology, Reliability.

LISTA DE TABELAS:

1.Tabela 1 - Constructos, itens, Cargas fatoriais, α de Conbrach, ρ_A, Composite Reliability e AVEs.....	19
2. Tabela 2 - Matriz de Correlação e Raiz quadrada das Variâncias Médias extraídas.	20
3. Tabela 3 - Coeficientes, t-estatísticas e p-valores.....	23

SUMÁRIO

1.INTRODUÇÃO.....	7
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	9
2.1 Modelo de Aceitação de Tecnologia – TAM.....	9
2.1.1 Utilidade Percebida	10
2.1.2 Facilidade de Uso Percebida.....	11
2.1.3 Atitude em Relação ao uso.....	11
2.2 Teoria Unificada de Intenção e Uso de Tecnologia (UTAUT).....	12
2.2.1. Expectativa de Desempenho (Performance).....	13
2.2.2. Expectativa de Esforço.....	13
2.2.3. Condições Facilitadoras.....	13
2.3 Confiabilidade.....	14
2.4 Identidade com um meio de comunicação eletrônica e uso de Artefatos de Tecnologia da Informação.....	14
2.4.1 Construtos e dimensões da identidade com meios de comunicação Eletrônica.....	15
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	16
3.1. Método.....	16
3.2. Instrumento de coleta e Análise.....	16
4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS.....	18
4.1 Avaliando o Modelo de medidas.....	18
4.2 Avaliando o Modelo estrutural.....	21
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	25
6. REFERÊNCIAS.....	27
7. APÊNDICE I - QUESTIONÁRIO SOBRE OS FATORES QUE INFLUENCIAM O USO DOS SISTEMAS DE BANCOS DIGITAIS.....	30

1.INTRODUÇÃO

Os serviços bancários ao longo do tempo foram marcados por grandes evoluções, tais como o primeiro caixa eletrônico, que era chamado de ATM, o cartão magnético, depósitos sem envelope e várias outras mudanças. Contudo, a globalização e o surgimento de novas tecnologias têm ocasionado mudanças ainda maiores na forma como os consumidores interagem com seus bancos. Nesse contexto, a busca por produtos bancários de qualidade e confiáveis une-se às novas necessidades como agilidade, produtos inovadores, praticidade e acessibilidade (MACKENZIE, 2015).

Tendo em vista as mudanças em torno das necessidades e expectativas dos clientes bancários, nota-se uma tendência em torno da digitalização dos bancos tradicionais, além do surgimento de novos bancos, cujas funcionalidades passam a se aprimorar constantemente. Mackenzie (2015) conceitua este fenômeno como a Revolução das Fintechs, surgindo em meio ao século das inovações tecnológicas, as Fintechs surgem com a oferta de produtos e serviços acessíveis e adaptáveis às necessidades de seus consumidores, de modo que a experiência bancária ocorra de forma prazerosa e facilitada. Segundo Gai, Qiu e Sun (2018), as fintechs se configuram como organizações financeiras que utilizam do desenvolvimento tecnológico, para oferecer serviços e produtos inovadores a seus usuários. Entregando a seus clientes soluções de problemas de forma mais rápida, com redução da burocracia em comparativo aos bancos tradicionais (CHEN,2016).

Dentre as recentes evoluções nos serviços bancários, destaca-se, como marco, a criação do internet banking, cuja importância decorre da probabilidade de acesso às funções bancárias, por meio de dispositivos móveis e computadores. Segundo pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas - FGV (2015), o setor bancário, dos ramos da economia, é o que mais gasta com investimentos em tecnologia da informação (MEIRELLES,2016). Tal fato comprova-se pelo surgimento de novas funcionalidades e otimização em sistemas de pagamentos, além do investimento em relacionamento com o cliente e segurança (MEIRELLES,2016).

Posteriormente ao surgimento do internet banking, a criação do mobile banking contribuiu para que o acesso a tais funcionalidades fosse mais democratizado, dado que transações que inicialmente ocorriam apenas por meio de computadores, passaram a ser realizadas também por meio de aparelhos celulares. A pesquisa anual de Tecnologia Bancária mostrou que as transações bancárias online cresceram 20% e que o mobile banking se tornou o canal dominante na realização de transações bancárias (FEBRABAN, 2020). O surgimento e

multiplicação das Fintechs são fenômenos que, intuitivamente, estavam lastreados em mesmos mecanismos sociais que vêm provocando tais mudanças. As funcionalidades por trás de tais tecnologias conferem soluções a problemas financeiros de uma vasta gama de consumidores, cujos focos destinam-se à satisfação de clientes, suprindo antigas e novas demandas (VIDO, 2020). No entanto, a abertura comercial promovida pela criação e expansão das fintechs vêm ocasionando uma alteração no mercado de serviços bancários, o tornando mais competitivo. Essa alteração na estrutura do mercado bancário, por sua vez, estaria alterando ou demandando uma alteração no posicionamento estratégico de empresas que operam nesse segmento, a fim de possibilitar que estas mantenham ou alcancem parcelas deste mercado. O valor agregado, a qualidade percebida dos produtos e o fortalecimento do vínculo de confiabilidade estabelecido entre as instituições e seus consumidores têm se revelado como instrumento de ação das organizações que operam nesse setor (MARQUES, 2019).

Em termos de fatia de mercado, dentre as principais fintechs destacam-se o Banco Inter, o NuBank e o Banco Pan (CARVALHO, 2020). Destacam-se também as contas digitais ofertadas por plataformas de pagamento como o Mercado Pago e o Picpay, além de contas digitais que ofertam serviços financeiros a aposentados e pensionistas, como o AgiBank. Embora ofereçam produtos e serviços semelhantes, o atendimento aos clientes, o suporte e as funcionalidade ofertadas por seus canais digitais tem se mostrado como determinantes para o desenvolvimento da lealdade em torno a tais instituições, o que pode possibilitar o alcance de elevados índices de rentabilidade via redução de custos operacionais (CARVALHO, 2020).

Por outro lado, a abertura possibilitada por essas instituições que prestam serviços financeiros pode acarretar incertezas a seus usuários. O mercado financeiro aberto, viabilizado pelo Open Banking e por meio do desenvolvimento de plataformas de pagamentos e transferências, como o PIX, tornou-se mais vulnerável à ocorrência de fraudes, como recentemente reportado por Ribeiro e Bagnoli (2020). Deste modo, pode-se observar alguma resistência de consumidores tradicionais em torno da utilização de tais funcionalidades financeiras digitais (RIBEIRO; BAGNOLI,2020). Tendo em vista tal cenário, de inovações e incertezas relacionadas ao uso de bancos digitais, questiona-se: Quais são os fatores que influenciam o uso de serviços oferecidos pelos bancos digitais?

Visando responder ao problema central deste trabalho, estabeleceu-se como objetivo principal: Identificar os fatores que influenciam o processo de escolha e uso de um banco digital e as funcionalidades que ele oferece. Deste modo, o presente trabalho busca identificar e discutir

os fatores que influenciam o processo de escolha dos clientes por um banco digital e o uso das funcionalidades e serviços que este oferece. Assim entende-se que discutir e melhor compreender os fatores que explicam a escolha e uso de um serviço financeiro digital, contribuirá com conhecimentos sobre aspectos que são críticos para um mercado cada vez mais dinâmico, competitivo e em crescimento.

Ademais, é importante destacar que tais fatores, discutidos e analisados pelo presente trabalho, estruturam-se em função de necessidades de individualidades de consumidores, sendo, portanto, essenciais para que instituições financeiras tenham condições de adequar sua estrutura e serviços ao perfil de seus usuários. Neste sentido, a FEBRABAN tem destacado uma tendência na utilização plena da tecnologia na prestação de serviços bancários, tendo em vista, a otimização de atividades operacionais básicas (FEBRABAN, 2020).

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Modelo de Aceitação de Tecnologia - TAM

O contexto das instituições financeiras brasileiras é marcado pela imersão tecnológica e a migração dos serviços bancários para as plataformas digitais. Segundo Borges, Figueiredo, Passos e Santos (2021), este é o setor que mais investe em Tecnologia da Informação no Brasil. Tendo em vista tais mudanças, compreende-se os consumidores como os mais afetados no que concerne a adaptação e a utilização de tais serviços. Destacando, portanto, a importância de se compreender de forma mais aprofundada como se dá o processo de aceitação dessas pessoas ao uso de tecnologias digitais aplicadas ao desenvolvimento de suas atividades bancárias (BORGES et al,2021).

Inúmeros fatores possibilitam a análise de tais dimensões, no entanto, tendo em vista os objetivos propostos neste estudo, será analisado a influência exercida pelas dimensões dos métodos: TAM-Modelo de Aceitação de Tecnologia, UTAUT -Teoria Unificada de Aceitação e Uso da Tecnologia, além de compreender as influências ocasionadas pela Confiabilidade em função do uso de bancos digitais.

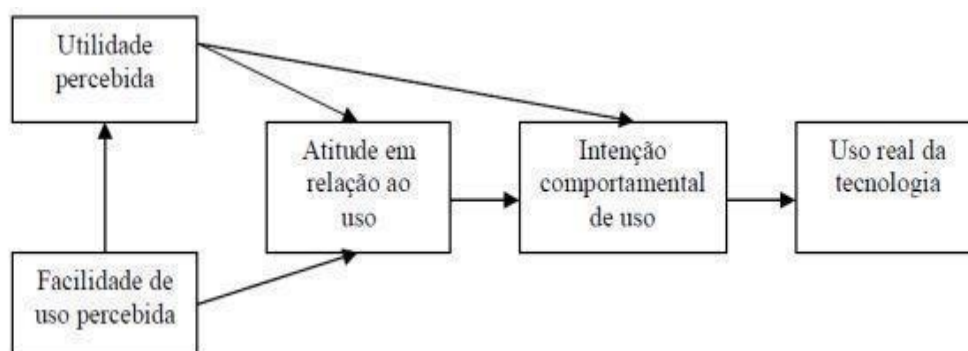
Proposto por Davis (1989), o Modelo de Aceitação da Tecnologia (Technology Acceptance Model -TAM) se objetiva em analisar como se dá o processo de aceitação de usuários em torno da utilização de novas tecnologias da informação (TI) (VENKATESH;

THONG; XU,2012). Adorno (2021) afirma que essa teoria surgiu tendo em vista a criação de tendências motivacionais por parte dos usuários ao serem expostos a novas tecnologias da informação, antecedendo ainda o momento em que estas resultem em um comportamento observável.

O modelo TAM se desenvolve em função de duas dimensões principais: a Percepção de Facilidade de Uso e a Utilidade Percebida (conforme demonstrado na Figura 01). E se configura como um dos modelos mais utilizados, no que compete a percepção de aceitação de uso de tecnologias (ADORNO, 2021).

Ainda que desde a sua formulação houveram inúmeros estudos acadêmicos fundamentados no modelo TAM original, adota-se como método de estudo sua formulação original. Haja vista que o modelo se adequa ao tamanho da amostra estudada e suas dimensões se adequam com relevância aos objetivos propostos neste estudo (VENKATESH; THONG; XU, 2012).

Figura 1. Modelo de Aceitação da Tecnologia proposto por Davis (1989).



Fonte: Adaptado de DAVIS, F.D.; BAGOZZI, R.P. E WARSHAW, P.R. (1989).

A configuração da Intenção de uso e /ou comportamental é definida em função da junção das dimensões utilidade percebida e da facilidade de uso percebida, no qual demonstrando grande influência sobre as atitudes a serem desempenhadas em função do seu uso, contribui para o processo de escolha em torno da utilização ou não de tecnologias informacionais (VENKATESH; THONG; XU,2012).

2.1.1 Utilidade Percebida

Sendo parte relevante do processo de intenção comportamental de uso, a dimensão Utilidade Percebida é caracterizada por Davis (1986), como o processo no qual o usuário acredita que a utilização de determinado sistema irá aumentar o seu desempenho em suas atividades laborais, e /ou pessoais. Esta dimensão é um dos fatores mais relevantes dentre os demais elementos que implicam a intenção de uso. Visto que, ao priorizar tal dimensão espera-se que esta aumente as chances em torno do uso de bancos digitais (ADORNO, 2021).

Jin et al (2018) afirma que a utilidade percebida afeta a atitude e a disposição dos usuários de adotar os serviços de fintechs, durante o uso de sistemas de informações complexos para conduzir transações financeiras por meio de dispositivos móveis. O autor destaca que os usuários se tornam mais inclinados a utilizarem tal serviço se são convenientes, amigáveis e fáceis de operar (JIN et al ,2018).

2.1.2 Facilidade de Uso Percebida

Bastos e Da Silva (2020) em conformidade a Davis (1989), configuram como Facilidade de Uso Percebida o grau de crença de um usuário, de que o uso de determinado sistema estará despendido de esforços, tornando-se facilitada a sua utilização.

Esta dimensão é um fator determinante para a adoção dos serviços oferecidos pelas fintechs pelos usuários (Hu et al., 2019). E sua utilização tem sido amplamente abordada em estudos sobre a utilização de tecnologias informacionais em instituições financeiras, para a oferta de serviços como o Internet Banking e Mobile Banking. Hu et al (2019) afirma que ao oferecer um serviço de fácil utilização, torna-se evidente ao usuário que a instituição provedora possui a capacidade de ofertar um sistema de qualidade.

2.1.3 Atitude em Relação ao uso

Bastos e Da Silva (2020) definem a atitude como a intenção do comportamento do usuário, que resulta na utilização real do sistema informacional, ou oferta um nível relativo de aceitação da tecnologia por um usuário (BASTOS; DA SILVA, 2020). A atitude se relaciona com a intenção de crença, ou a probabilidade subjetiva de um indivíduo de que o seu comportamento possibilita o alcance de determinados resultados (HU et al., 2019). Percebe-se que essa intenção também se relaciona às normas subjetivas que envolvem a avaliação direta dos sentimentos de usuário em vista a opinião de outras pessoas, ou determinado grupo (VENKATESH; THONG; XU, 2012).

Adquirindo relação direta a decisão de uso real, percebe-se que a atitude em torno da utilização de tais serviços, corrobora com a Teoria do Comportamento Planejado (TCP), formulada por Ajzen e Maddeen no ano de 1986. Objetivada em compreender o comportamento humano em sua amplitude, esta teoria utiliza-se da intenção comportamental e de variáveis explicativas (ADORNO, 2021).

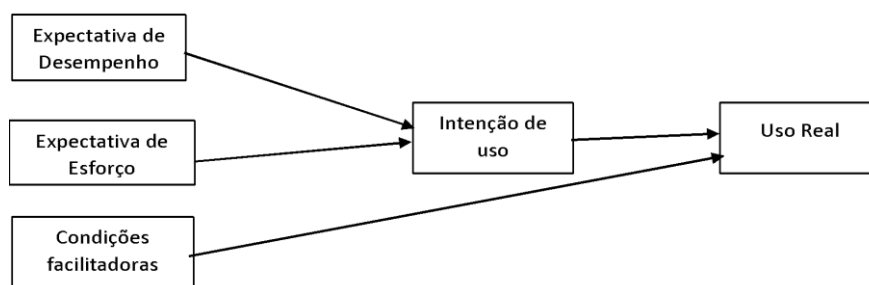
Segundo Ajzen e Madden (1986), o comportamento humano é direcionado a três tipos de crenças: comportamentais, normativas e crenças de controle. No qual as crenças comportamentais irão produzir atitudes vantajosas, ou não em vista do comportamento. Por outro lado, as crenças normativas irão resultar na pressão social direta ou por norma subjetiva. E nesse contexto as crenças de controle irão influenciar em torno da facilidade ou a dificuldade de se desenvolver um comportamento específico (AJZEN; MADDEN 1986).

Aplicando-se ao contexto dos bancos digitais, entende-se que durante um processo de escolha o comportamento do indivíduo se funde a fatores como a usabilidade e/ou a aceitação da tecnologia, além da confiabilidade diante aos processos. Haja vista que um consumidor que possui acesso a um conjunto de facilidades e benefícios se torna mais propenso a ter uma elevada intenção de utilização de uma tecnologia.

2.2 Teoria Unificada de Intenção e Uso de Tecnologia (UTAUT)

Ao longo dos anos a TAM tem sido ampliada e aperfeiçoada. Nesse sentido, sendo considerada uma de suas principais evoluções e em concordância com as inúmeras teorias que visam ampliar os debates em torno da aceitação e o uso da tecnologia em bancos digitais, cabe destacar a relevância da Teoria Unificada de Intenção e Uso de Tecnologia (UTAUT). Desenvolvida por Venkatesh et al (2003), esta teoria demonstra que o processo de decisão de uso de uma tecnologia ocorre por meio de crenças baseadas a partir de três construtos (1) a expectativa de esforço, (2) a expectativa de desempenho, e (3) as condições facilitadoras.

Figura 2. Modelo de Modelo de Teoria Unificada de Aceitação e Uso da Tecnologia (UTAUT)



Fonte: Adaptado de Venkatesh *et al.*, 2003

Venkatesh et al (2003) afirma que a expectativa de esforço e a expectativa de desempenho são determinantes para a intenção de uso de uma TI. Por outro lado, as condições facilitadoras influenciam no uso real dessa tecnologia. Intenções dos indivíduos de usar uma TI, enquanto crenças de controle e intenções comportamentais influenciam o uso de TI (Venkatesh et al. 2003).

2.2.1. Expectativa de Desempenho (Performance)

A Expectativa de desempenho pode ser caracterizada como o “grau em que um indivíduo irá acreditar que o uso do sistema de informação a ser oferecido poderá ajudá-lo a alcançar ganhos de desempenho em suas atividades” (VENKATESH et al. 2003).

Somando-se a utilidade percebida, a expectativa de desempenho, é considerada a mais influente ferramenta em torno da intenção de uso de um sistema. Ferramenta para explicar a intenção de se utilizar um sistema (VENKATESH; THONG; XU,2012). Tendo em vista que, o aumento de funcionalidades e de eficiência aumentam a possibilidade de um indivíduo aderir ao uso de uma determinada TI.

2.2.2. Expectativa de Esforço

Venkatesh et al. (2003) definem a Expectativa de Esforço como sendo o nível de facilidade, associado ao uso de uma Tecnologia de Informação. Davis (1989), corrobora com Venkatesh et al. (2003), e afirma que a aceitação de uma tecnologia será ampliada em vista ao maior grau de facilidade de uso percebida.

Nos dias atuais, a amplitude de funcionalidades em torno ao uso de bancos digitais tem contribuído para mitigar as dificuldades em torno do manuseio de tais tecnologias (ADORNO,2021). Reduzindo as restrições de tempo e lugar possibilitando que os usuários possam executar suas atividades bancárias de forma ágil e simplificada. Nota-se, que nesse contexto, a falta de acesso a TI ocasiona limitações pessoais de acesso, aumentando por sua vez as especificidades e o tempo de resposta necessários para gerenciar as relações sociais.

2.2.3. Condições Facilitadoras

Por fim, as condições facilitadoras representam uma dimensão que se relaciona ao grau de crença do indivíduo, em torno da oferta de infraestrutura para tornar eficiente o uso do sistema (VENKATESH et al., 2003). Neste contexto, considera-se que a percepção sobre a infraestrutura de hardware e software, bem como do apoio que o usuário teria a sua disposição

tende a ser um fator relevante na determinação do uso de serviços oferecidos pelos bancos digitais.

Adicionalmente, ressalta-se que as condições facilitadoras possuem ligação direta com as Teorias de Identidade, visto que além de influenciar o uso real de tecnologias da informação, tende a fortalecer o relacionamento indenitário existente entre usuário e ferramenta tecnológica. Em subseção a seguir, discutir-se-á possível relação entre Identidade com Tecnologias de Informação e o uso de ferramentas e funcionalidades oferecidas por bancos digitais.

2.3 Confiabilidade

Como toda operação financeira o uso de bancos digitais envolve riscos. E esta é considerada a principal barreira no que compete ao uso de serviços bancários móveis. A insegurança em torno ao sigilo de suas informações e transações inviabilizam o uso dessas plataformas a inúmeros usuários (ADORNO,2021).

Os usuários potenciais de serviços bancários móveis vão usá-los efetivamente quando acreditarem que terão uma conclusão segura de suas transações, e, portanto, a utilização destes canais é mitigada em vista a esperança de desenvolvimento de maiores redes de proteção de dados, a fim de garantir uma maior proteção a informações financeiras e pessoais (BASTOS; DA SILVA ,2020).

Segundo Hu et al (2019), a confiabilidade que uma tecnologia transmite justifica os riscos que ela ocasiona. Fortalecendo assim a marca do negócio, auxiliando na busca de apoio governamental e aumentando-se conseqüentemente a efetiva utilização dos sistemas por seus usuários.

Entende-se, portanto, que nesse cenário a Confiabilidade passa a desempenhar um importante papel importante no que tange ao uso e ao uso expandido de funcionalidades oferecidas pelos sistemas dos bancos digitais. Influenciando, desta maneira, a interação mantida entre indivíduos e fintechs. Como antecedente de tal argumento, considera-se que a adoção de sistemas seguros além de resguardar os bancos de possíveis fraudes, fortalece, aumenta a percepção de segurança e qualidade que os usuários de serviços bancários nutrem sobre os respectivos sistemas, o que, conseqüentemente, ampliaria o uso e a extensão (número de funcionalidades) que um indivíduo estaria disposto a utilizar (BASTOS; DA SILVA ,2020).

2.4 Identidade com um meio de comunicação eletrônica e uso de Artefatos de Tecnologia da Informação

Uma outra variável que recentemente tem sido relacionada com o uso de uma tecnologia da informação e seus modos, é o conceito de Identidade com meios de comunicação eletrônica (Carter & Grover, 2015; Carter, Petter, Grover, & Thatcher, 2020a, 2020b). A identidade se relaciona com a reflexão pessoal de um indivíduo sobre o desempenho do seu “eu, como papel” (CARTER et al,2020). E nesse mesmo contexto, a identidade com tecnologias de informação oferta o estímulo às crenças dos indivíduos em função de novos recursos, além de desenvolver a intenção de explorar e tentar inovar na escolha de novos meios para executar tarefas e processos (CARTER; GROVER ,2015). Sendo, deste modo, uma dimensão que pode influenciar o uso e o uso expandido de recursos oferecidos pelos sistemas dos bancos digitais, razão pela qual tal variável é considerada na presente análise.

2.4.1 Construtos e dimensões da identidade com meios de comunicação Eletrônica

Com base nas ideias de Stets e Biga (2003), e seguindo a definição operacional de Carter e Grover (2015), Carter, Petter, Grover, e Thatcher, (2020^a; 2020b) de identidade de mídia eletrônica (ECID), tem-se que a ECID é um construto de segunda ordem que reflete as seguintes três dimensões correlacionadas: (1) relatedness, (2) dependência (confiança) e (3) energia emocional.

Relatedness representa a indefinição das fronteiras entre o eu e a Tecnologia da Informação (TI) (nesta pesquisa, um meio de comunicação eletrônica) (Carter & Grover, 2015; Carter, Petter, Grover, e Thatcher, 2020a, 2020b). Ela é operacionalizada na medida em que algum indivíduo expressa sentimentos de conexão ao pensar em si mesmo com uma TI. Carter e Grover (2015) propõem que aqueles que veem suas interações com uma TI como parte de si mesmos são mais propensos a expressar um forte senso de conexão com a TI do que aqueles que pensam que essas interações não são uma parte de quem eles são.

A dependência é uma dimensão do senso de confiança da pessoa em uma TI. Portanto, quando um indivíduo vê um meio de comunicação eletrônico como parte de sua identidade, esperamos que ele expresse sentimentos de confiança em relação a esse meio de comunicação. É bom destacar que os estudiosos têm relatado cada vez mais essa relação de dependência que as pessoas têm em muitas tecnologias de comunicação para desempenhar uma infinidade de papéis pessoais, de trabalho e sociais (MAZMANIAN; ORLIKOWSKI; YATES, 2013; STETS; BIGA, 2003).

Finalmente, a energia emocional é operacionalizada aqui como um sentimento duradouro de apego emocional e entusiasmo em relação a um meio de comunicação eletrônica (CARTER; GROVER, 2015; CARTER; PETTER; GROVER; e THATCHER, 2020a, 2020b). Portanto, espera-se que quando um indivíduo incorpora um meio de comunicação eletrônica como parte de seu autoconceito, ele relatará mais fortemente um sentimento de apego emocional ao este meio, ao pensar em interagir com ele (CARTER; GROVER, 2015). A ludicidade – a tendência de um indivíduo interagir espontaneamente com um computador (HACKBARTH; GROVER; MUN, 2003), segundo Carter e Grover (2015) é uma medida que capta a energia emocional que as pessoas acumulam ao longo do tempo e têm em um momento específico no que diz respeito à tecnologia de comunicação eletrônica.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1. Método

Em vista ao objetivo que se propõe com este estudo, adota-se como método uma pesquisa de abordagem quantitativa, em vista da necessidade de angariar informações que possibilitem a compreensão de determinadas necessidades e comportamentos dos usuários de bancos digitais (DILTHEY, 1957).

E sob o contexto deste estudo, a pesquisa qualitativa possibilitará uma melhor compreensão dos fatores que contribuem para o processo de escolha em indivíduos em torno do uso dos bancos digitais e suas funcionalidades. Visto que, por meio deste é possível identificar as percepções dos atores envolvidos, dos campos de conflito identificados e dos aspectos subjetivos demonstrados nestes cenários (CARDANO, 2017).

3.2. Instrumento de coleta e análise

O instrumento de coleta de dados é estruturado em concordância ao Modelo de Aceitação de Tecnologia – TAM proposto por Davis (1989). Além de corroborar também os conceitos da Teoria Unificada de Aceitação, e Uso da Tecnologia-UTAUT proposto por Venkatesh et al. (2003). Adequando-se por fim a teoria da Identidade com tecnologias da informação (*IT Identity*) proposta por (CARTER; GROVER, 2015, CARTER; PETTER; GROVER; THATCHER, 2020a, 2020b).

Iniciou-se o processo de desenho e estruturação do instrumento de coleta, a partir de um questionário eletrônico. Haja vista que esta pesquisa se desenvolveu em contexto pandêmico, caracterizado principalmente pelo distanciamento social, a escolha de um questionário

eletrônico é justificada por Faleiros et al (2016) que afirma que este método: a) possibilita atingir grande número de pessoas, b) reduz os gastos com pessoal, visto que não é necessário um treinamento profissional para a sua aplicação c) preserva o anonimato dos respondentes; d) garante comodidade, em decorrência da sua praticidade de tempo e resposta ; e) não expõe os pesquisadores à influência das opiniões e do aspecto pessoal do entrevistado (FALEIROS et al,2016).

Disponibilizado de forma digital, e por meio da plataforma Google Forms, o período de preenchimento do questionário foi de 16 de fevereiro de 2022 até 19 de abril de 2022. Cujas amostra em estudo foi constituída por 150 pessoas, de gênero feminino e masculino, com idade entre 18 e 60 anos. A estrutura do questionário foi adaptada em função das escalas estudadas pelo modelo TAM e UTAUT e das escalas que captaram as dimensões da Identidade com meios de comunicação Eletrônica (ECID), e o método de resposta se deu por meio da múltipla escolha de alternativas enumeradas de 1 a 7. No qual a alternativa 1 se relaciona a opção discordo totalmente, e a alternativa 7 está relacionada à opção concordo totalmente (vide questionário no Apêndice I).

Suas seções foram divididas em cinco partes: a primeira faz referência às questões demográficas dos entrevistados; a segunda aborda a relação em torno do uso de serviços bancários digitais; a terceira seção está relacionada a confiabilidade em torno da utilização desses serviços; e a quarta se relaciona ao sentimento de nostalgia e identidade com o uso destas ferramentas. Por fim, a última seção faz referência a frequência de uso deste serviço.

As questões estruturadas em conformidade a Davis (1989) e a Venkatesh et al (2003), ao corroborar com o Modelo TAM e UTAUT, foram extraídas dos trabalhos de Adorno, 2012; Venkatesh et al. (2003); Davis (1989); Venkatesh, Thong, & Xu, 2012, já validados em língua portuguesa, a facilidade e a utilidade de uso percebida e a atitude em função da intenção do uso. Além das expectativas de desempenho, a Expectativa de Esforço e Condições Facilitadoras. Já escalas que visam medir os construtos fundamentados na teoria de Identidade com uma tecnologia foram traduzidas, vertidas e adaptadas dos trabalhos de Carter, Petter, Grover, e Thatcher, (2020a, 2020b).

A análise dos resultados se deu por meio da técnica Modelagem de Equações Estruturais, que utiliza o método *Partial Least Square* (PLS) para otimizar os seus resultados, seguindo metodologia adotada por Venkatesh, Thong, and Xu (2012) e Carter et al. (2020a). As dimensões e escalas analisadas foram avaliadas estatisticamente, observando a correlação

dos dados obtidos com os construtos propostos e demais métricas comumente observadas, seguindo como orientação os trabalhos de Hair Jr, Sarstedt, Hopkins, and Kuppelwieser (2014), Sarstedt, Ringle, and Hair (2017) e Sarstedt, Hair Jr, Cheah, Becker, and Ringle (2019).

Cabe salientar que embora a escala de nostalgia tenha feito parte da coleta de dados, na análise esta não será considerada. Visto que, neste estudo essa escala assume uma forma de uma variável de teste, que possibilita identificar possíveis problemas na qualidade dos dados coletados (LINDELL; WHITNEY, 2001; MALHOTRA; KIM; PATIL, 2006).

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Ao final do processo de coleta de dados, que decorreu da aplicação de um questionário digital a uma amostra constituída por 150 indivíduos, no qual 34% dos respondentes eram do sexo masculino, e 66% do sexo feminino. Em relação à faixa etária dos respondentes, suas idades variam de 18 a 60 anos.

No que compete à escolaridade dos respondentes 46,7% possuem o ensino superior completo, e 31,3% possuem ensino médio completo. Ao se analisar o caráter socioeconômico da amostra de estudo, destaca-se que 48% recebem de 2 a 4 salários mínimos, 22% recebem até um salário mínimo, 14,7% recebem de 5 a 7 salários mínimos, e 10% recebem acima de 10 salários mínimos. Dos respondentes 77,3% exercem atividades remuneradas, enquanto 22,7% não exercem. Além disso, 81,3% afirmaram possuir contas em bancos digitais, enquanto 18,7% não possuem.

As respostas obtidas foram analisadas, e contrapostas em vista aos modelos propostos junto ao referencial teórico. A contraposição dos dados se deu a partir do método de Modelagem de Equações Estruturais, sob a ótica do método *Partial Least Square* (PLS). A escolha do modelo de análise ocorre em conformidade a literatura de referência e os trabalhos que buscaram analisar fenômenos relacionados tanto ao uso de tecnologias em geral (Brown; Venkatesh; Bala, 2006, Venkatesh; Morris; Davis; Davis, 2003; Venkatesh; Thong; Xu, 2012), como os que recentemente incorporaram em seu modelo o conceito de Identidade com uma Tecnologia da Informação (CARTER et al., 2020a, 2020b).

4.1 Avaliando o modelo de medidas

Para avaliar o modelo de medidas observou-se as orientações e critérios descritos em Sarstedt, Hair Jr, Cheah, Becker, and Ringle (2019) e Sarstedt, Ringle, and Hair (2017) e

utilizados em trabalhos que estudaram fenômenos semelhantes, observando variáveis preditoras que capturam dimensões muito relacionadas às utilizadas por este estudo (CARTER et al., 2020; VENKATESH ET AL., 2012). Primeiramente, avaliam-se as propriedades do construto de segunda ordem: Identidade com um meio de Comunicação Eletrônica e seus respectivos componentes de primeira ordem, quais sejam: Dependência, Energia Emocional e *Relatedness* (ligação), bem como os constructos Expectativa de desempenho, Expectativa de Esforço, Condições Facilitadoras e Intenção de Uso.

Tabela 1 - Constructos, itens, Cargas fatoriais, α de Conbrach, ρ_A , Composite Reliability e AVEs

Constructo	Itens	Cargas	α	ρ_A	CR	AVE
DEPEND	Ao pensar em mim e minha relação com meios de comunicação eletrônica, sinto que sou dependente deles.	0.80	0.84	0.86	0.90	0.76
	Ao pensar em mim e minha relação com meios de comunicação eletrônica, sinto que realmente necessito deles.	0.91				
	Ao pensar em mim e em minha relação com os meios de comunicação eletrônica, penso que conto sempre com eles.	0.89				
EMOT-ENE	Ao pensar em mim e em minha relação com meios de comunicação eletrônica, eu me sinto disposto.	0.89	0.93	0.93	0.95	0.87
	Ao pensar em mim e em minha relação com meios de comunicação eletrônica, me sinto entusiasmado.	0.96				
	Ao pensar em mim e em minha relação com meios de comunicação eletrônica, me sinto animado.	0.96				
RELATED	Ao pensar em mim e com meios de comunicação eletrônica, eu me sinto em sintonia com eles.	0.92	0.91	0.91	0.95	0.85
	Ao pensar em mim e em minha relação com meios de comunicação eletrônica, sinto que tenho uma forte ligação com eles.	0.93				
	Ao pensar em mim e em minha relação com meios de comunicação eletrônica, sinto que estou conectado a eles.	0.92				
FAC-COND	Eu tenho os recursos necessários para usar os serviços de banco digital.	0.90	0.88	0.89	0.92	0.75
	Eu tenho o conhecimento necessário para usar os serviços de banco digital.	0.92				
	O banco digital é compatível com outras tecnologias que eu uso.	0.93				
	Eu consigo obter ajuda de outras pessoas quando tenho dificuldades em utilizar os serviços de banco digital.	0.70				
PERF-EXP	Eu acho que os serviços do banco digital são úteis no meu dia a dia.	0.92	0.94	0.95	0.96	0.86
	Usar os serviços do banco digital aumenta a minha produtividade.	0.90				
	Usar os serviços do banco digital me ajuda a fazer as coisas mais rapidamente.	0.95				
	Usar os serviços do banco digital aumenta minhas chances de concluir coisas que são importantes para mim.	0.93				

(continua)

(conclusão)

Constructo	Itens	Cargas	α	ρ_A	CR	AVE
EF-EXP	Aprender a usar os serviços do banco digital é fácil para mim.	0.94	0.96	0.97	0.97	0.89
	Minha interação com serviços do banco digital é clara e compreensível.	0.93				
	Eu acho fácil usar os serviços do banco digital.	0.95				
	É fácil para mim ser hábil no uso de serviços do banco digital.	0.95				
I-USE	Eu tenho a intenção de continuar utilizando o banco digital no futuro.	0.95	0.96	0.96	0.98	0.93
	Eu sempre vou tentar usar o banco digital em minha vida diária.	0.96				
	Eu planejo continuar usando o banco digital com frequência.	0.98				
ECID	Dependência (DEP)	0.79	0.93	0.94	0.95	0.66
	Energia Emocional (EE)	0.91				
	<i>Relatedness</i> (Ligação) (REL)	0.95				

Notas: DEPEND: Dependência; ECID: Identidade com Meio de Comunicação Eletrônica; EMOT-ENE: Energia Emocional; EXP_USE: Uso Expandido; FAC_COND: Condições Facilitadoras; INT-USE: Intenção de Uso; PERF_EXP: Expectativa de Desempenho; RELATED: Ligação Emocional

Fonte: Elaborado pela autora

A Tabela 1 apresenta os resultados das métricas utilizadas na avaliação dos constructos de primeira e segunda ordem estimados pelo modelo, estando na primeira coluna as cargas fatoriais. Os resultados demonstram boa validade convergente, em termos da Variância Média Extraída (AVE), sendo os valores maiores que 0.65, em todos os casos (última coluna da tabela 1). As medidas de Alpha de Cronbach's e Rho de A, *Composite Reliability* (apresentadas nas colunas 4, 5 e 6 da tabela 1, respectivamente) indicam alta Consistência Interna dos construtos mensurados pelo trabalho.

O Uso expandido, que capta um uso mais qualificado, de mais recursos (serviços) oferecidos pelos sistemas dos bancos digitais, é um construto formativo de primeira ordem, formado por quatro itens. Seguindo os critérios de avaliação propostos por Sarstedt et al. (2019), observa-se que tal constructo apresenta alta validade convergente. Variáveis como os impactos ocasionados e os pesos obtidos na formação de cada constructo, variam de 0.26 a 0.50, se mostrando relevantes e estatisticamente significativos. Ademais, multicolinearidade parece não ser um problema, dado que os VIFs (Variance Inflation Factors) entre os itens são todos menores que 2.02.

Tabela 2 - Matriz de Correlação e Raiz quadrada das Variâncias Médias extraídas

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	CONFIANÇA	NA										
2	DEPEND	0.38	0.87									
3	ECID	0.39	0.80	0.81								
4	EF-EXP	0.43	0.27	0.30	0.94							
5	EMOT-ENE	0.33	0.54	-	0.26	0.93						
6	EXP_USE	0.54	0.36	0.40	0.67	0.37	NA					
7	FAC-COND	0.39	0.24	0.27	0.84	0.26	0.62	0.87				
8	INT-USE	0.46	0.31	0.40	0.68	0.39	0.67	0.70	0.96			
9	PERF-EXP	0.37	0.28	0.33	0.69	0.35	0.58	0.69	0.81	0.93		
10	RELATED	0.33	0.67	-	0.29	0.84	0.35	0.22	0.35	0.26	0.92	
11	USE	0.43	0.32	0.37	0.57	0.33	0.63	0.50	0.56	0.51	0.34	NA

Notas: Diagonal é formada pela raiz quadrada a Variância Média extraída. CONFI: Confiança; DEPEND: Dependência; ECID: Identidade com Meio de Comunicação Eletrônica; EMOT-ENE: Energia Emocional; EXP_USE: Uso Expandido; FAC_COND: Condições Facilitadoras; INT-USE: Intenção de Uso; PERF_EXP: Expectativa de Desempenho; RELATED: Ligação Emocional, USE: Frequência de Uso.*NA- Não apresenta Correlação.

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

A Tabela 2 apresenta a correlação entre os constructos medidos pela pesquisa que, em todos os casos, são menores que as raízes quadradas das Variâncias médias extraídas, apresentadas na diagonal da matriz de correlação (tabela 2). Tal resultado sugere boa validade discriminante entre as variáveis (SARSTEDT et al., 2019), sendo consistente com estudos que utilizaram semelhantes instrumentos de medidas (CARTER et al., 2020; VENKATESH et al., 2012). Confiabilidade e Uso dos bancos digitais foram medidas por meio de um único item.

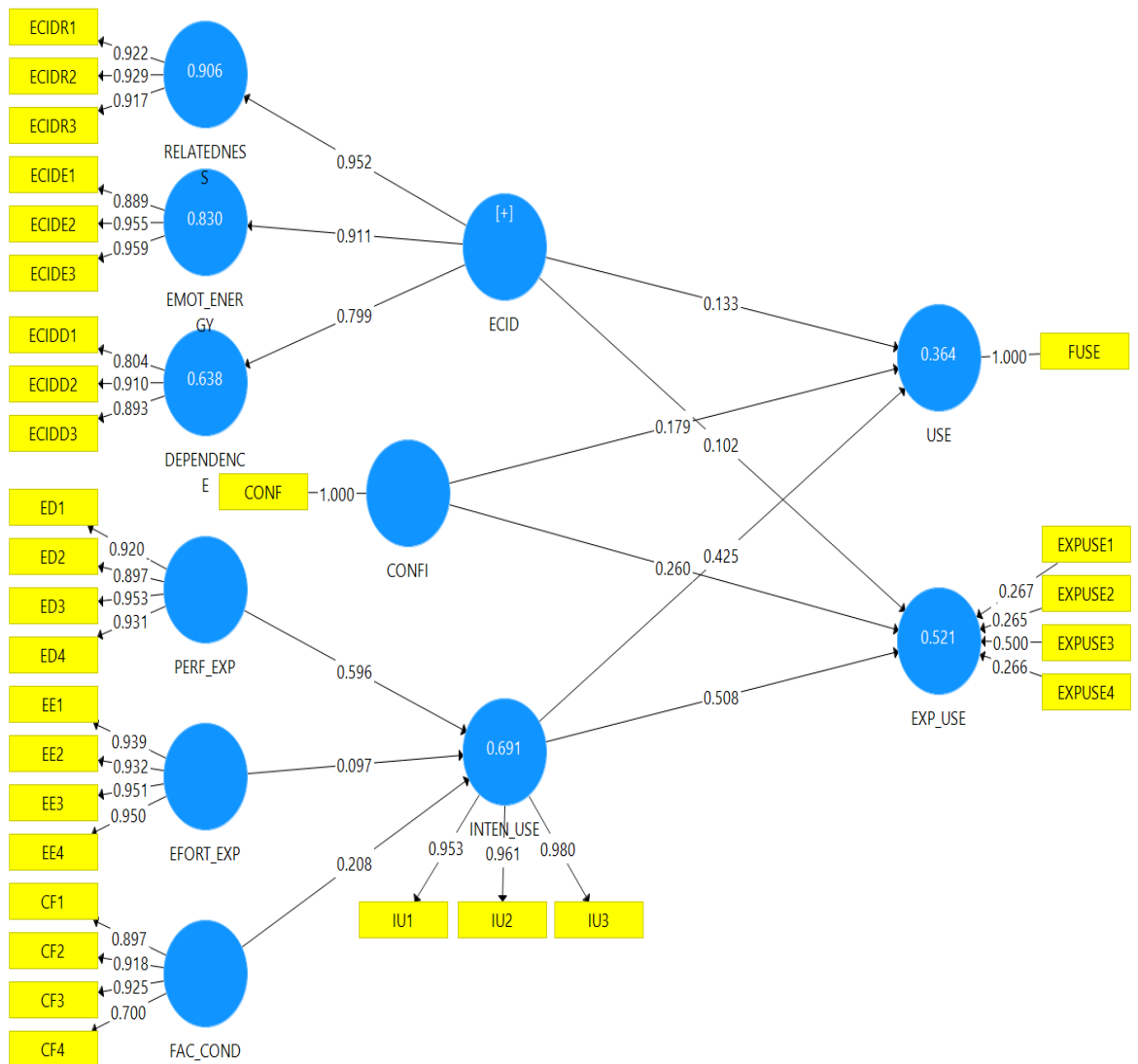
4.2 Avaliando o Modelo Estrutural

Em concordância a metodologia proposta a Figura 3, consiste em apresentar o modelo ajustado utilizando a abordagem dos indicadores repetidos para estimar modelo de medidas e estrutural, ajustado utilizando o método do *Partial Least Square*, com o auxílio do software SmartPLS.

A escolha da abordagem se dá em vista a sua adequação aos objetivos propostos por este trabalho e produz estimadores não viesados, quando construtos formativos de segunda-

ordem não forem endógenos ao modelo (SARSTEDT et al., 2019). Dentro dos círculos que representam as variáveis dependentes estão os R^2 (coeficiente de determinação, que atua como medida de ajuste do modelo de regressão), e entre as linhas (setas) que ligam as variáveis independentes às dependentes estão os coeficientes de regressão do modelo ajustado. A tabela 3, exposta em sequência, resume os coeficientes e suas respectivas estatísticas de teste e p-valores.

Figura 3 - Modelo Estrutural - preditores e uso de bancos digitais



Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Em quase sua totalidade, os efeitos das variáveis independentes: Identidade com Meio de Comunicação Eletrônica (ECID), Confiabilidade (CONF) e Intenção de Uso (INTEN_USE) são positivos e estatisticamente significativos (p-valor <0.05) na explicação das variáveis dependentes: Frequência do Uso de Bancos Digitais (USE) e Uso Expandido

dos recursos oferecidos pelos sistemas de Bancos digitais (EXP_USE), conforme hipotetizado por este trabalho.

Consistente com a literatura da *Technology Acceptance Model* (TAM) (BROWN et al., 2006; VENKATESH et al., 2003; VENKATESH et al., 2012) e com (ADORNO,2021; DAVIS,1989; VENKATESH; THONG; XU,2012), os constructos Expectativas de Desempenho (PERF_EXP) e Condições Facilitadores (FAC_COND) afetam positivamente a intenção de usar/explorar os recursos dos Bancos digitais. Ao contrário do vem sendo reportado pela literatura, a Expectativa de Esforço empregada, não se mostra estatisticamente significativa na para explicar a Intenção de Uso dos bancos digitais, como pode ser observado na Tabela 3, adiante apresentada.

Tabela 3 - Coeficientes, t-estatísticas e p-valores

Coeficientes	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	p-values
CONFI_ -> EXP_USE	0.26	0.251	0.084	3.101	0.001
CONFI_ -> USE	0.179	0.179	0.078	2.291	0.011
ECID -> EXP_USE	0.102	0.11	0.103	0.994	0.160
ECID -> USE	0.133	0.13	0.078	1.708	0.044
EFORT_EXP -> INTEN_USE	0.097	0.081	0.109	0.898	0.185
FAC_COND -> INTEN_USE	0.208	0.221	0.106	1.967	0.025
INTEN_USE -> EXP_USE	0.508	0.512	0.133	3.813	0.000
INTEN_USE -> USE	0.425	0.425	0.102	4.172	0.000
PERF_EXP -> INTEN_USE	0.596	0.599	0.082	7.244	0.000

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Como pode-se observar na tabela 3, a Identidade com meios de comunicação não é estatisticamente significativa ($p\text{-valor} > 0,05$) para explicar o uso expandido (EXP_USE) dos sistemas de bancos digitais. Ou seja, os dados desta pesquisa sugerem que o fato de um indivíduo se identificar mais com meios de comunicação eletrônica (ex.: facetime, whatsapp, google meet, e-mail e etc) não faz com que ele use mais recursos dos disponibilizados pelos sistemas de bancos digitais. Tal resultado é contrário ao teoricamente predito e hipotetizado (CARTER; COMPEAU; PETTER, 2019, CARTER; GROVER, 2015; CARTER et al., 2020a, 2020b).

Uma vez que, a racionalidade por detrás da teoria de *IT Identity* leva ao entendimento que a identificação com artefatos tecnológicos impactaria a extensão na qual o indivíduo exploraria os recursos oferecidos por sistemas de informação relacionados a tais tecnologias. Por outro lado, a identificação com meios de comunicação eletrônica explica, com

significância estatística (p -valor $< 0,05$) a frequência com que o sujeito usa (USE) os sistemas de bancos digitais, demonstrando-se ser aspecto relevante na predição e explicação deste fenômeno, conforme esperado e teoricamente suportando (CARTER et al., 2019; CARTER & GROVER, 2015; CARTER et al., 2020a, 2020b).

Ademais, é importante realçar o papel cumprido pela confiabilidade (CONF) na explicação das variáveis dependentes uso expandido (EXP-USE) e frequência de uso (USE), com p -valores de 0,001 e 0,011, respectivamente. Tais resultados são coerentes com os trabalhos que argumentam que os usuários de serviços bancários móveis vão usá-los efetivamente quando acreditarem e terão uma conclusão segura de suas transações, de modo que sua percepção sobre o risco associado à utilização desses canais é mitigada, tendo em vista uma esperança e segurança em relação a proteção de seus dados, que garantam a proteção das informações e operações financeiras (ADORNO, 2021; BASTOS; DA SILVA, 2020; HU *et al.*, 2019).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O contexto bancário é demarcado pelas constantes evoluções globais em âmbito social e tecnológico. Tais evoluções tendem a ampliar as expectativas dos consumidores destes serviços, além de influenciar na forma como estes produtos e serviços são disponibilizados. Os usuários dos bancos digitais anseiam por praticidade, comodidade e segurança, e a fim de suprir estas necessidades, se torna necessário um maior dinamismo das instituições justificando, portanto, o fato de as instituições financeiras serem o setor que mais investe em Tecnologia da Informação no Brasil

Em vista a este cenário, adotando-se como locus de pesquisa o uso de bancos digitais, objetivou-se com este estudo identificar os fatores de influência no processo de escolha e uso de um banco digital e as funcionalidades que este oferece. A fim de identificar e discutir os fatores que influenciam o processo de escolha dos clientes por um banco digital e o uso das funcionalidades e serviços que este oferece.

Para alcance do objetivo adotou-se como procedimento metodológico a realização de uma pesquisa de abordagem qualitativa, estruturada na aplicação de um questionário eletrônico a uma amostra de 150 indivíduos, em conformidade ao Modelo de Aceitação de

Tecnologia – TAM e a Teoria Unificada de Aceitação e Uso da Tecnologia-UTAUT. Além da teoria da Identidade com tecnologias da informação.

O processo de análise dos dados obtidos se iniciou pela avaliação do construto de segunda ordem: Identidade com um meio de Comunicação Eletrônica e seus respectivos componentes de primeira ordem, Dependência, Energia Emocional e *Relatedness* (ligação), bem como os constructos Expectativa de desempenho, Expectativa de Esforço, Condições Facilitadoras e Intenção de Uso.

Evidenciou-se com o estudo, que as variáveis independentes: Identidade com Meio de Comunicação Eletrônica (ECID), Confiabilidade (CONF) e Intenção de Uso (INTEN_USE) desempenham um papel positivo e estatisticamente significativo na explicação das variáveis dependentes: Frequência do Uso de Bancos Digitais (USE) e Uso Expandido dos recursos oferecidos pelos sistemas de Bancos digitais (EXP_USE), corroborando hipoteticamente com as informações demonstradas por este estudo.

No que compete aos constructos Expectativas de Desempenho (PERF_EXP) e Condições Facilitadoras (FAC_COND), demonstrou-se que tais variáveis afetam positivamente a intenção de usar/explorar os recursos dos Bancos digitais. Contudo, ao exposto na literatura analisada, demonstrou-se que a Expectativa de Esforço empregada, não se mostrou estatisticamente significativa para o desenvolvimento da Intenção de Uso dos bancos digitais.

Demonstrou-se também que a Identidade com meios de comunicação não é estatisticamente significativa no processo de explicação do uso expandido (EXP_USE) dos sistemas de bancos digitais. Demonstrando que embora um indivíduo se identifique mais com algum meio de comunicação eletrônica, não faz com que ele use mais recursos dos disponibilizados pelos sistemas de bancos digitais.

Em contrapartida, a identificação com meios de comunicação eletrônica se demonstrou estatisticamente significativa, tendo em vista a frequência de uso. Cabe destacar também o papel desempenhado pela confiabilidade (CONF) na explicação das variáveis dependentes do uso expandido (EXP-USE) e frequência de uso (USE), haja vista que estes usuários vão utilizar estes serviços em função da crença na segurança de suas transações, na proteção de seus dados, além da garantia de proteção das informações e operações financeiras.

Os dados angariados com este estudo corroboram com o objetivo proposto. Uma vez que se permitiu identificar e discutir os fatores de influência no processo de escolha dos clientes por um banco digital e o uso das funcionalidades, e serviços que este oferece.

Como limitação desse estudo destaca-se o alcance da amostra, haja vista que embora se divulgasse por meio de e-mail e mídias sociais o link para preenchimento do questionário, demorou-se muito tempo para que se alcançasse o número de respostas que validassem o estudo. Além disso, esse trabalho foi realizado durante a pandemia e de maneira totalmente online, o que se mostrou uma grande limitação.

Dentre suas contribuições oferecidas, destaca-se a sua relevância teórica, no qual a amplitude de dados obtidos contribui para a promoção de novos debates. Além de auxiliar também na estruturação de estratégias de gestão empresarial que otimizem o processo de utilização de bancos digitais, e dos produtos e serviços disponibilizados a seus consumidores.

É notório que os avanços tecnológicos que estão por vir nos próximos anos irão contribuir para o crescimento do setor de bancos digitais. Onde a ampliação de produtos e serviços, deverão ser condizentes com as necessidades e expectativas dos consumidores que tendem a ser ressignificadas. Em vista a tal cenário propõe-se como pesquisas futuras: Análise do impacto ocasionados por bancos digitais na economia brasileira; Análise em torno da satisfação de usuários de banco digitais, em vistas aos produtos e serviços ofertados.

6. REFERÊNCIAS

ADORNO, J.V. de A. R. **Consumidores de Bancos Digitais: Fatores Relevantes na Contratação com base no Modelo de Aceitação de Tecnologia e na Teoria do Comportamento Planejado**. 2021.

AJZEN, I.; MADDEN, T. J. Prediction of goal-directed behavior: Attitudes, intentions, and perceived behavioral control. **Journal of Experimental Social Psychology**, v. 22, n. 5, p.453–474, 1986.

BASTOS, S. A. P; DA SILVA, C. M.O. Fatores que afetam a intenção de uso de serviços de fintechs por clientes dos grandes bancos comerciais brasileiros. **XIV Congresso Anpcont**. Foz do Iguaçu.PR.2020.

BORGES, L et al. Fatores determinantes da aceitação de mercado da tecnologia do banco digital no contexto brasileiro. **Marketing & Tourism Review**, v.6, n.2. 2021.
<https://doi.org/10.29149/mtr.v6i2.6695>.

BROWN, S. A., VENKATESH, V., BALA, H. Household technology use: Integrating household life cycle and the Model of Adoption of Technology in households. **The Information Society**, 22(4), 205-218, 2006.doi:10.1080/01972240600791333.

CARTER, M., GROVER, V. (2015). Me, my self, and I (T) conceptualizing information technology identity and its implications. **MIS Quarterly**. 39(4) ,931-957. 2015.

CARTER, M et al. Information Technology identity: A key determinant of it feature and exploratory usage. **MIS Quarterly**, 44(3) 2020a.

CARTER, M et al (2020b). IT Identity: A Measure and Empirical Investigation of its Utility to IS Research. **Journal of the Association for Information Systems**, 21(5), 2, 2021b.

CARVALHO, A.P. A. F. Dos Bancos Tradicionais aos Digitais quais são os riscos corporativos os desafios enfrentados: ao investir em Fintechs? **Caderno Virtual**, v. 1, n. 46, 2020.

CHEN, L. From fintech to finlife: The case of fintech development in China. **ChinaEconomic Journal**, v. 9, n. 3, p. 225-239, 2016. doi: 10.1080/17538963.2016.1215057.

DAVIS, F. D. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of 40.**Information Technology**. MIS Quarterly, v. 13, n. 3, p. 319, set. 1989.

DAVIS, F. D; BAGOZZI, Richard; P; WARSHAW, P. R. Aceitação do usuário da tecnologia computacional: uma comparação de dois modelos teóricos. **Ciência da administração**, v. 35, n. 8, pág. 982-1003, 1989.

FEBRABAN, N..Investimentos de bancos com tecnologia aumentam 48%. 2020. Disponível em:<https://noomis.febraban.org.br/temas/inovacao/investimentos-de-bancos-com-tecnologia-aumentam-48>.acesso em 17 de março de 2022.

GAI, K; QIU, M;SUN, X. A survey on FinTech. **Journal of Network and Computer Applications**. 103, 262-273.2018.

HAIR JR, J. F.et al. Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. **European business review**, 2014.

HU, Z. et al. Adoption intention of fintech services for bank users: An empirical examination with an extended technology acceptance model. **Symmetry**, v. 11, n. 3, 2019.

FALEIROS, F et al. Uso de questionário online e divulgação virtual como estratégia de coleta de dados em estudos científicos. **Texto & Contexto-Enfermagem**, v. 25, 2016.

JIN, S. T. et al. Ridesourcing, the sharing economy, and the future of cities. **Cities**, 2018.

LINDELL, M. K; WHITNEY, D. J. (2001). Accounting for common method variance in cross-sectional research designs. **Journal of applied psychology**, v. 86, n.3,114,2011.

- MACKENZIE, A. A revolução das fintechs. **London Business School Review**, v. 26, n. 3, 50-53, 2015.
- MALHOTRA, N. K; KIM, S. S; PATIL, A. Common method variance in IS research: A comparison of alternative approaches and a reanalysis of past research. **Management Science**, 52(12), 1865-1883. 2006.
- MARQUES, F. **Bancos digitais X bancos tradicionais: Uma análise das implicações causadas pelos bancos digitais no mercado bancário brasileiro.** [S.l.] Universidade Federal de Uberlândia, 27 jun. 2019.
- MAZMANIAN, M; ORLIKOWSKI, W. J; YATES, J. The autonomy paradox: The implications of mobile email devices for knowledge professionals. *Organization Science*, v.24, n.5, 1337-1357, 2013.
- MEIRELLES, F. Estudo dos Gastos e Investimentos em TI nos bancos. **São Paulo: FGVCia**, 2016.
- NEVES, J.L. Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades. **Caderno de pesquisas em administração, São Paulo**, v. 1, n. 3, p. 1-5, 1996.
- RIBEIRO, A.O; BAGNOLI, V. Open Banking: Impactos e Desafios no Mercado Financeiro. **Constituição, Economia e Desenvolvimento: Revista Eletrônica da Academia Brasileira de Direito Constitucional**, v. 12, n. 23, p. 219-242, 2020.
- SARSTEDT, M et al. How to specify, estimate, and validate higher-order constructs in PLS-SEM. **Australasian Marketing Journal (AMJ)**, 27(3), 197-211,2019.
- SARSTEDT, M; RINGLE, C. M; HAIR, J. F. Partial least squares structural equation modeling. **Handbook of market research**, 26(1), 1-40,2017.
- STETS, J. E; BIGA, C. F. Bringing identity theory into environmental sociology. **Sociological Theory**, 21(4), 398-423,2003.
- UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO. Sistema de Bibliotecas e Informação. **Guia para normalização bibliográfica de trabalhos acadêmicos.** Ouro Preto, 2017. Disponível em: <<http://www.repositorio.sisbin.ufop.br/>>. Acesso em: 08 de junho de 2022.
- VENKATESH, V; THONG, J. Y. L; XU, X. Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. **MIS Quarterly**, 36(1), 157-178,2012.
- VENKATESH, V.; MORRIS, M. G.; DAVIS, G. B.; DAVIS, F. D. User acceptance of Information Technology: toward a unified view. **MIS Quarterly**, v. 27, n.3, pp. 425-478,2003. Doi:10.2307/30036540

VIDO, N.G. Crescimento das fintechs Nubank, Guiabolso e Credits no Brasil e as ameaças ao sistema bancário tradicional. **Revista Eletrônica eF@ tec**, v. 10, n. 1, p. 7-7, 2020.

7. APÊNDICE I - QUESTIONÁRIO SOBRE OS FATORES QUE INFLUENCIAM O USO DOS SISTEMAS DE BANCOS DIGITAIS

Caro(a) respondente,

Ao participar desta pesquisa você estará contribuindo para expansão do conhecimento sobre os fatores que levam pessoas a utilizarem e a melhor explorar os recursos disponibilizados pelos sistemas de bancos digitais e fintechs, conhecimento este muito importante para a área de gestão de sistemas de informação e para a Administração desses modelos de negócio.

Responder o questionário é fácil, rápido e seguro. Você não será identificado e os dados serão analisados de forma agregada. Os dados não serão disponibilizados para ninguém, sendo utilizados apenas para fins de compreender os fatores que levam as pessoas utilizarem serviços financeiros digitais.

Contamos com sua colaboração.

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido: Neste questionário constam questões referentes a sua rotina em relação ao uso dos sistemas de bancos digitais. Além de coletar dados que ajudem a compreender aspectos que levam ao uso e adaptação pessoal às novas plataformas digitais, a pesquisa coletou dados sobre aspectos que podem explicar o porquê que pessoas usam e exploram os sistemas eletrônicos de bancos digitais. Nenhuma informação pessoal que permita sua identificação será salva, analisada ou cedida a qualquer título ou de qualquer maneira. Responder o questionário não oferece riscos aos participantes e você não é obrigado a responder. Sua participação é voluntária, podendo você deixar de responder a qualquer momento, caso for de seu desejo. Caso queira contribuir com o presente estudo, pedimos apenas que confirme que leu o presente termo. Confirmando que li o presente termo:

Sim

Não

PARTE I – QUESTÕES DEMOGRÁFICAS

Instruções: as primeiras seis questões são relacionadas a características demográficas e sociais, ex.: gênero, idade, escolaridade e renda.

1. Idade

- Menor de 18 anos
- 18 a 24 anos
- 25 a 34 anos
- 35 a 44 anos
- 45 a 60 anos
- Acima de 60 anos

2. Gênero

- Feminino
- Masculino
- Outro

3. Escolaridade

- Sem instrução
- Ensino Fundamental Completo
- Ensino Médio Completo
- Ensino Superior Completo
- Outros

4. Renda Mensal

- Até 1 salário mínimo

- De 2 a 4 salários mínimos
- De 5 a 7 salários mínimos
- De 8 a 10 salários mínimos
- Acima de 10 salários mínimos

5. Exerce alguma atividade remunerada?

- Sim
- Não

6. Possui conta em algum banco digital?

- Sim
- Não

7. Se sim, em quais instituições?

- Agibank
- Banco Inter
- Banco Original
- C6 Bank
- Neon
- Next
- Nubank
- Pagbank
- Nenhum
- Outro: _____

PARTE II- RELAÇÃO COM O USO DE SERVIÇOS BANCÁRIOS DIGITAIS

Nas respostas aos itens a seguir, gostaríamos de saber qual é a sua identificação com o uso de ferramentas digitais.

Discordo totalmente	Discordo Parcialmente	Discordo	Nem discordo e nem concordo	Concordo	Concordo Parcialmente	Concordo Totalmente
1	2	3	4	5	6	7

A seguir encontra-se uma lista cujas informações são relacionadas ao uso de serviços bancários digitais. Queremos saber apenas se você concorda ou não.

Item		1	2	3	4	5	6	7
1ED	Eu acho que os serviços do banco digital são úteis no meu dia a dia.							
2ED	Usar os serviços do banco digital aumenta a minha produtividade.							
3ED	Usar os serviços do banco digital me ajuda a fazer as coisas mais rapidamente.							
4ED	Usar os serviços do banco digital aumenta minhas chances de concluir coisas que são importantes para mim.							
5EE	Aprender a usar os serviços do banco digital é fácil para mim.							
6EE	Minha interação com serviços do banco digital é clara e compreensível.							
7EE	Eu acho fácil usar os serviços do banco digital.							
8EE	É fácil para mim ser hábil no uso de serviços do banco digital.							
9CF	Eu tenho os recursos necessários para usar os serviços de banco digital							
10CF	Eu tenho o conhecimento necessário para usar os serviços de banco digital.							
11CF	O banco digital é compatível com outras tecnologias que eu uso.							

(conclusão)

12CF	Eu consigo obter ajuda de outras pessoas quando tenho dificuldades em utilizar os serviços de banco digital.							
-------------	--	--	--	--	--	--	--	--

13VP	Os serviços do banco digital têm um preço razoável.							
14VP	Os serviços do banco digital possuem preços razoáveis em comparação com outros canais bancários.							
15VP	Os serviços do banco digital valem o preço pago.							
16VP	Ao preço atual, os serviços do banco digital fornecem um bom valor.							
17IU	Eu tenho a intenção de continuar utilizando o banco digital no futuro.							
18IU	Eu sempre vou tentar usar o banco digital em minha vida diária.							
19IU	Eu planejo continuar usando o banco digital com frequência.							

PARTE III- Confiabilidade

As questões a seguir são relacionadas à confiabilidade em torno da utilização de bancos digitais. Gostaríamos de saber o quando você considera confiável a utilização de bancos digitais.

As frases expressam sentimentos. Queremos saber quanto esses sentimentos são presentes em sua vida, ou seja, se e com que frequência você os sentiria. Como exemplo e seguindo a legenda abaixo, marque em frente cada uma das frases “1” se você nunca sente, ou “3” se sente às vezes, “4” se frequentemente e “5” se sempre.

Nunca	Raramente	Às vezes	Frequentemente	Sempre
1	2	3	4	5

Item		1	2	3	4	5
C.F.1	Costumo realizar transações de alto valor pelo celular e/ou computador.					
C.F.2	Realizo investimentos ofertados pelos bancos digitais.					
C.F.3	Realizo pagamentos online.					
C.F.4	Realizo transferência por PIX e/ou WhatsApp.					
C.F.5	Forneço dados pessoais em chats do meu banco.					
C.F.6	Realizo empréstimos online.					
C.F.7	Considero seguras as plataformas digitais.					

PARTE IV- NOSTALGIA E IDENTIDADE COM TI

Identidade com tecnologias de comunicação eletrônica

Pense em Meios de Comunicação eletrônica como sendo os recursos tecnológicos utilizados quando você se comunica individualmente ou em grupo, para fins pessoais ou profissionais, tais como: Smartphones, tablets e congênes e redes sociais, e-mail, WhatsApp, Messenger, Instagram, Facebook e congêneres.

Discordo totalmente	Discordo Parcialmente	Discordo	Nem discordo e nem concordo	Concordo	Concordo Parcialmente	Concordo Totalmente
1	2	3	4	5	6	7

A seguir encontra-se uma lista cujas informações são relacionadas a sua identidade com as tecnologias da informação. Queremos saber apenas se você concorda ou não.

Item		1	2	3	4	5	6	7
1	Ao pensar em mim e minha relação com meios de comunicação eletrônica, sinto que sou dependente deles.							
2	Ao pensar em mim e minha relação com meios de comunicação eletrônica, sinto que realmente necessito deles.							
3	Ao pensar em mim e em minha relação aos meios de comunicação eletrônica, penso que conto sempre com eles.							
4	Ao pensar em mim e em minha relação com meios de comunicação eletrônica, eu me sinto disposto.							
5	Ao pensar em mim e em minha relação com meios de comunicação eletrônica, me sinto entusiasmado.							
6	Ao pensar em mim e em minha relação com meios de comunicação eletrônica, me sinto animado.							
7	Ao pensar em mim e com meios de comunicação eletrônica, eu me sinto em sintonia com eles.							
8	Ao pensar em mim e em minha relação com meios de comunicação eletrônica, sinto que tenho uma forte ligação com eles.							
9	Ao pensar em mim e em minha relação com meios de comunicação eletrônica, sinto que estou conectado a eles.							
10	Quais das seguintes atividades você fez na semana passada? Escolha todas que tenha feito.	Voei de helicóptero	Assisti TV	Visitei Manaus – AM	Joguei Poker	Corri uma maratona	Pulei de bungee jump	Nenhuma das alternativas

Discordo totalmente	Discordo Parcialmente	Discordo	Nem discordo e nem concordo	Concordo	Concordo Parcialmente	Concordo Totalmente
1	2	3	4	5	6	7

A seguir encontra-se uma lista cujas informações são relacionadas a memórias da sua infância e juventude. Queremos saber apenas se você concorda ou não.

Item		1	2	3	4	5	6	7
N.T. 1	Eu gosto de visitar as memórias da minha juventude ou infância.							
N.T. 2	Eu me considero uma pessoa sentimental.							
N.T. 3	Eu não tenho interesse em guardar lembranças do meu passado.							
N.T. 4	Eu gosto de guardar recordações e outros itens que me lembrem de lugares ou eventos.							
N.T. 5	Datas comemorativas (aniversários) não são importantes para mim.							
N.T. 6	Eu me sinto comovido quando relembro acontecimentos da minha juventude ou infância.							

PARTE V- FREQUÊNCIA DE USO

Esta pergunta se relaciona com a frequência de uso dos bancos digitais.

20UI- Qual sua frequência de uso do banco digital?

- Nunca uso
- Raramente (até 1 vez por mês)
- Até 1 vez por semana
- Até 2 vezes por semana
- Quase todos os dias
- Todos os dias
- Várias vezes ao dia

Muito obrigada por sua participação!