



Fernanda Leão Ramos

**O efeito da confiança na intenção de uso do
mobile banking**

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Administração de Empresas da PUC-Rio como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração de Empresas

Orientador: Prof. Jorge Brantes Ferreira

Rio de Janeiro

Março de 2015



Fernanda Leão Ramos

**O efeito da confiança na intenção de uso do
mobile banking**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Prof. Jorge Brantes Ferreira

Orientador

Departamento de Administração – PUC-Rio

Prof. Luis Alexandre Grubits de Paula Pessôa

Departamento de Administração - PUC-Rio

Prof. Helio Arthur Reis Irigaray

FGV

Prof^a. Mônica Herz

Vice-Decana de Pós-Graduação do CCS – PUC-Rio

Rio de Janeiro, 31 de março de 2015

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, da autora e do orientador.

Fernanda Leão Ramos

Graduou-se em Administração de Empresas pela PUC-Rio em 2003 e cursou MBA *Management* pela PUC-Rio em 2012.

Ficha Catalográfica

Ramos, Fernanda Leão

O efeito da confiança na intenção de uso do mobile banking / Fernanda Leão Ramos ; orientador: Jorge Brantes Ferreira. – 2015.
99 f. : il. (color.) ; 30 cm

Dissertação (mestrado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração, 2015.
Inclui bibliografia

1. Administração – Teses. 2. Modelo TAM. 3. Adoção de tecnologia. 4. Mobile banking. 5. Comportamento do consumidor. 6. Confiança. 7. Intenção de uso. I. Ferreira, Jorge Brantes. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Administração. III. Título.

CDD: 658

À minha mãe, companheira de todas as horas, por toda sua
dedicação, amor e apoio em todos os
momentos da minha vida.

Agradecimentos

Ao meu orientador, o Prof. Dr. Jorge Brantes Ferreira, pela disponibilidade, os ensinamentos e a atenção que sempre me deu e a paciência que teve com todas as dúvidas e dificuldades que surgiram no caminho.

À PUC-Rio, pelo auxílio concedido, sem o qual este trabalho não poderia ter sido realizado.

Aos professores do IAG da PUC pelos ensinamentos e pela disponibilidade em ajudar e orientar sempre que necessário.

Ao Prof. Dr. Hélio Arthur Irigaray, por toda sua amizade e incentivo nesta jornada.

Aos funcionários, em especial a Teresa e Fabio, sempre prestativos e atenciosos.

Aos meus colegas de turma, que muito me ajudaram e fizeram com que todos os momentos dentro da PUC pudessem ser prazerosos.

A Angela Ribeiro, Manuel Alderete, Michelle Biloia, Fernanda Pina e Adriana Louise Tavares, obrigada por todo apoio e carinho nas horas mais difíceis.

Resumo

Ramos, Fernanda Leão; Ferreira, Jorge Brantes. **O efeito da confiança na intenção de uso do *mobile banking***. Rio de Janeiro, 2015. 99p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

A crescente importância da utilização de *smartphones* e *tablets* no dia a dia do consumidor vem sendo enfocada nos estudos referentes à internet como um canal de informação, compra e venda de serviços de turismo. Entretanto, ainda há uma lacunana pesquisas em relação às motivações e barreiras que levam os consumidores a usar aplicativos móveis financeiros. A hipótese central deste estudo é de que a intenção de confiar no uso de aplicativos móveis bancários tem um papel fundamental na formação da intenção de uso do *mobile banking*. A partir da análise da literatura, são identificados e selecionados antecedentes de maior relevância na decisão do uso do *mobile banking*. Com base nestes, então, foi proposto um modelo estrutural e foram formuladas oito hipóteses relacionando os construtos utilizados e seus efeitos sobre a intenção de confiar e a adoção do *mobile banking*. Todas as hipóteses foram testadas por meio de equações estruturais com base nos dados de uma pesquisa (*survey*), que resultou em uma amostra de 272 usuários de aplicativos móveis financeiros residentes na cidade do Rio de Janeiro (RJ). Os resultados obtidos confirmaram a maior parte das hipóteses formuladas, e relações significativas foram verificadas entre o construto confiança e os demais construtos abordados, as quais influenciam significativamente a intenção de uso de serviços bancários que empregam o *mobile banking*.

Palavras-chave

Modelo TAM; adoção de tecnologia; *mobile banking*; comportamento do consumidor; confiança; intenção de uso.

Abstract

Ramos, Fernanda Leão; Ferreira, Jorge Brantes (Advisor). **The effects of trust on the intention to use mobile banking.** Rio de Janeiro, 2015. 99p. MSc. Dissertation – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The growing importance of the use of smartphones and tablets on the consumer's everyday life has been focused on the studies on the Internet as an information channel, purchase and sale of tourism-related services. However, there is still a gap in research regarding the motivation and barriers that lead consumers to use financial mobile apps. The central hypothesis of this study is that the intention of relying on the use of mobile banking app has a key role in shaping the mobile banking usage intention. From the literature review, the most relevant backgrounds in deciding the use of mobile banking are identified and selected. Based on these, a structural model was proposed and eight hypotheses were formulated, listing the constructs used and their effect on the intention of trust and the adoption of mobile banking. All hypotheses were tested using structural equations based on data from a survey made with 272 users of financial mobile apps, resident in the city of Rio de Janeiro (RJ). The results confirmed that most of the assumptions made, and significant relationships, were observed between the construct confidence and the other addressed constructs, which significantly influence the intended use of banking services through mobile banking.

Keywords

TAM model; technology adoption; mobile banking; consumer behavior; trust; intention to use.

Sumário

1. Introdução	13
1.1. Objetivo do Estudo	15
1.2. Relevância do Estudo	15
1.3. Questões a Investigar	16
1.4. Delimitação do Estudo	16
1.5. Organização do Estudo	17
2. Revisão de Literatura	18
2.1. Mobile Banking	18
2.2. Adoção de Tecnologia – Modelo TAM	22
2.3. Intenção de Confiar versus Intenção de Uso: Modelo Dimitriadis e Kyrezis (2010)	24
2.4. Construtos do Modelo Proposto	27
2.4.1. Confiança	27
2.4.1.1. Confiança Móvel	29
2.4.2. Crenças de Confiança	30
2.4.3. Intenção de Confiar	31
2.4.4. Intenção de Uso	33
2.4.5. Familiaridade	34
2.4.6. Utilidade Percebida	35
2.4.7. Facilidade de Uso Percebida	36
2.4.8. Segurança	37
2.4.9. Privacidade	38
2.4.10. Inovatividade	39
3. Metodologia	41
3.1. Tipo de Pesquisa	41
3.2. Operacionalização das Variáveis	42
3.2.1. Definição Operacional das Variáveis	42
3.2.2. Procedimentos de Tradução e Adaptação das Escalas Utilizadas	44
3.2.3. Pré-teste do Instrumento de Pesquisa	45
3.3. População e Amostra	45
3.3.1. População	45
3.3.2. Seleção da Amostra	46
3.4. Coleta de Dados	46
3.4.1. O Instrumento de Coleta de Dados	46
3.4.2. Escolha da Tecnologia a ser Avaliada	47
3.5. Análise dos Dados	48
3.5.1. Validade e Confiabilidade	48
3.5.2. Análises Estatísticas	49
3.6. Limitações do Método	49
3.6.1. Limitações Relacionadas ao Critério de Amostragem	49
3.6.2. Limitações Decorrentes da Coleta dos Dados	50

4. Modelagem e Análise dos Dados	51
4.1. Caracterização da Amostra	51
4.2. Análises e Resultados	53
4.2.1. Avaliação do Modelo de Mensuração	53
4.2.2. Validade e Confiabilidade dos Construtos	53
4.2.3. Análise do Modelo Proposto	57
4.2.3.1. Ajuste do Modelo Proposto	57
4.2.3.2. Teste das Hipóteses de Pesquisa	59
4.3. Discussão dos Resultados	62
4.3.1. Relações entre as Crenças de Confiança, a Intenção de Confiar e a Intenção de Uso	63
4.3.2. Relações entre a Utilidade Percebida, a Facilidade de Uso e a Intenção de Confiar	64
4.3.3. Relações entre a Privacidade Percebida, a Segurança e a Intenção de Confiar	65
4.3.4. Relações entre a Familiaridade, a Inovatividade e a Intenção de Confiar	66
5. Conclusão	68
5.1. Resumo do Estudo	68
5.2. Conclusões e Implicações	69
5.3. Implicações Gerenciais	70
5.4. Limitações	72
5.5. Sugestões para Pesquisas Futuras	73
6. Referências Bibliográficas	74
Apêndice 1	85
Apêndice 2	92

Lista de tabelas

Tabela 4.1 – Características da amostra	52
Tabela 4.2 – Confiabilidade, confiabilidade composta e variância extraída média	55
Tabela 4.3 – Índices de ajuste do modelo	59
Tabela 4.4 – Coeficientes padronizados estimados, hipóteses e significâncias para o modelo estrutural proposto	59
Tabela 4.5 – Resumo dos resultados dos testes de hipóteses	62

Lista de figuras

Figura 2.1 – Modelo de aceitação da tecnologia – TAM	23
Figura 2.2 – Modelo de Dimitriadis e Kyrezis	24
Figura 2.3 – Modelo do construto confiança	32
Figura 2.4 – Modelo proposto	40
Figura 4.1 – Modelo sobre a intenção de confiar e seus antecedentes impactando na intenção de uso do mobile banking	58
Figura 4.2 – Coeficientes padronizados estimados para o modelo	60

Lista de quadros

Quadro 2.1 – Estudos realizados sobre <i>mobile banking</i>	20
Quadro 2.2 – Hipóteses do modelo de Dimitriadis e Kyrezis	25
Quadro 3.1 – Escala e medidas operacionais para cada variável do instrumento	43
Quadro 4.2 – Matriz de validade discriminante	56