

16º Congresso de Inovação, Ciência e Tecnologia do IFSP - 2025

PRONTIDÃO TECNOLÓGICA E INFLUÊNCIA SOCIAL NO COMPORTAMENTO DIGITAL

GABRIELA DE SOUSA GOULART SOARES¹, MARLETTE CASSIA OLIVEIRA FERREIRA²

¹ Graduando em Tecnologia em Processos Gerenciais, Campus Caraguatatuba, goulartgabriela631@gmail.com

² Docente no IFSP, Campus Caraguatatuba, marlette@ifsp.edu.br

Área de conhecimento: 6.02.01.03-7 Mercadologia

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo analisar os principais fatores que influenciam o uso e a continuidade de uso de tecnologias. Para isso, foram aplicados questionários e analisados dados quantitativos com base em seis teorias: Influência Social, Intenção de Continuidade de Uso, Ludicidade, Hábito, Pioneirismo e Índice de Prontidão Tecnológica (TRI). Os resultados foram divididos por idade, gênero, escolaridade e classe social, mostrando que o uso da tecnologia é fortemente influenciado por variáveis sociodemográficas e contextuais. A análise da pesquisa revelou que o hábito foi o fator mais relevante, com média geral de 85,59%, reforçando sua presença no cotidiano. A Influência Social também apresentou impacto significativo, com média de 70,12%, sendo mais acentuada na classe DE e entre as mulheres, confirmando o papel dos grupos sociais e do contexto cultural no uso das tecnologias. Esses achados indicam que a adoção e a continuidade tecnológica resultam de uma combinação entre comportamento individual, pressões sociais e experiências cotidianas.

PALAVRAS-CHAVE: Tecnologia; Influência Social; Ludicidade; Hábito; Prontidão Tecnológica.

TECHNOLOGICAL READINESS AND SOCIAL INFLUENCE ON DIGITAL BEHAVIOR

ABSTRACT: This study aims to analyze the main factors that influence the use and continued use of technologies. For this purpose, questionnaires were applied, and quantitative data were analyzed based on six theories: Social Influence, Continuance Intention, Playfulness, Habit, Innovativeness, and the Technology Readiness Index (TRI). The results were segmented by age, gender, education level, and social class, showing that technology use is strongly influenced by sociodemographic and contextual variables. The analysis of the research revealed that habit was the most relevant factor, with an general average of 85.59%, reinforcing its presence in daily life. Social Influence also showed a significant impact, with an average of 70.12%, being more pronounced in the DE social class and among women, confirming the role of social groups and cultural context in technology use. These findings indicate that the adoption and continued use of technology result from a combination of individual behavior, social pressures, and everyday experiences.

KEYWORDS: Technology; Social Influence; Playfulness; Playfulness; Technology Readiness.

INTRODUÇÃO

A tecnologia está presente em praticamente todas as atividades cotidianas. Atualmente, grande parte das pessoas utilizam dispositivos e aplicativos para estudar, trabalhar, comunicar-se, realizar compras e também para o lazer. Contudo, o uso da tecnologia não ocorre de maneira uniforme entre os indivíduos. Enquanto alguns a utilizam com frequência e entusiasmo, outros demonstram receio, consideram seu uso complexo ou simplesmente optam por não empregá-la. Essa diversidade de comportamentos evidencia a influência de fatores sociais na aceitação ou rejeição das tecnologias (MOWEN; MINOR, 2003), vinculados, por exemplo, aos grupos sociais de pertencimento, à ludicidade (NIELSEN; LORANGER, 2007), ao hábito de uso contínuo (SOLOMON, 2011) e à disposição em experimentar o novo (SOLOMON, 2011). Além disso, destaca-se o índice de prontidão tecnológica (TRI) (PARASURAMAN; COLBY, 2002), que avalia a predisposição psicológica do indivíduo para adotar e utilizar tecnologias em diferentes contextos. Esse índice permite compreender o quanto uma pessoa se sente confiante, capacitada e motivada a integrar tais inovações ao seu cotidiano pessoal e profissional. A Pesquisa de Pires, Costa

Filho e Mendes Júnior (2022), evidenciam o emprego do modelo (TRI 2.0) como um instrumento robusto para mensurar tanto os fatores motivadores quanto os inibidores do uso da tecnologia, como otimismo, inovatividade, desconforto e insegurança, especialmente no contexto das novas tecnologias. Diante desse cenário, o problema de pesquisa formulado é: quais fatores influenciam o uso e a continuidade das tecnologias?

Para responder a essa questão, definiu-se como objetivo geral identificar os fatores que levam as pessoas a utilizarem tecnologias. Especificamente, busca-se: analisar o nível de prontidão tecnológica dos indivíduos; verificar a correlação entre a intenção de continuidade de uso e fatores socioeconômicos; avaliar a influência social durante o uso das tecnologias; e compreender o papel da ludicidade e do pioneirismo na adoção de novas soluções tecnológicas.

A compreensão desses fatores possibilita a formulação de estratégias de inclusão digital mais eficazes. Em um contexto no qual a digitalização é praticamente inevitável, compreender os motivos que levam determinados grupos a utilizar ou evitar tecnologias é fundamental para reduzir desigualdades e ampliar o acesso de toda a população.

A metodologia adotada nesta pesquisa caracteriza-se, quanto à natureza, como aplicada (HAIR JR. et al., 2014); quanto aos objetivos, como descritiva (MALHOTRA, 2012); e quanto à abordagem, como quantitativa. O procedimento metodológico utilizado foi o survey, realizado por meio de um questionário estruturado. A coleta de dados ocorreu nas redes sociais da pesquisadora, por meio de amostragem não probabilística por conveniência (SHAUGHNESSY; ZECHMEISTER; ZECHMEISTER, 2012).

Para a identificação da segmentação, foram empregados os critérios de classificação econômica desenvolvidos pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP, 2024). O questionário contemplou, ainda, escalas previamente validadas para mensuração dos seguintes construtos: Influência Social (ABRAHÃO, 2015; GOULARTE, 2016; BAPTISTA; OLIVEIRA, 2015; ZHOU et al., 2012; YU, 2012; HEW et al., 2015); Intenção de Continuidade de Uso (RADONS, 2020); Ludicidade (MOON; KIM, 2001); Hábito (ABRAHÃO, 2015; GOULARTE, 2016; BAPTISTA; OLIVEIRA, 2015; ZHOU et al., 2010; YU, 2012; HEW et al., 2015); Pioneirismo (PARASURAMAN, 2000); e Índice de Prontidão Tecnológica (TRI) (RADONS, 2020). O instrumento de coleta de dados foi testado por 10 respondentes e a seguir aplicado a amostra. Os resultados foram trabalhados com análise estatística simples, com Excel.

A amostra foi composta por 68 respondentes válidos, obtidos por meio de questionário disponibilizado entre os dias 22 de abril e 27 de maio de 2025. Os dados foram organizados e analisados de forma quantitativa, com base no cálculo de médias percentuais para cada construto, possibilitando a comparação entre grupos e a interpretação dos fatores que influenciam o uso de tecnologias.

O trabalho está estruturado em: introdução; análise e discussão dos dados; e, por fim, considerações finais, nas quais são sintetizados os principais pontos abordados, os resultados obtidos e as reflexões conclusivas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A fim de compreender os fatores que influenciam o uso de tecnologias, os dados coletados foram organizados com base nas seis teorias analisadas: Influência Social, Intenção de Continuidade de Uso, Ludicidade, Hábito, Pioneirismo e Prontidão Tecnológica. A análise foi realizada a partir das médias gerais de cada resposta, considerando-se os recortes por classe social, escolaridade e gênero.

Com média geral de 70,12%, observa-se que a influência social constitui um fator relevante. A classe D-E apresentou o maior índice (74,67%), indicando que o ambiente social exerce forte influência sobre o uso da tecnologia neste grupo. Tal resultado reforça a perspectiva de Miniard, Engel e Blackwell (2005), segundo a qual grupos com menor poder aquisitivo podem perceber a tecnologia como um meio de pertencimento social.

Além disso, os dados apontam que os respondentes com ensino superior completo apresentaram uma média ligeiramente inferior (68,20%) em comparação àqueles com ensino médio ou fundamental completo, sugerindo que a influência social é percebida com maior intensidade entre indivíduos com menor nível de escolaridade. Em relação ao gênero, os homens obtiveram média de 64,31%, enquanto as mulheres apresentaram média de 72,00%, indicando que as mulheres tendem a ser mais sensíveis às influências do seu entorno social.

No que se refere à intenção de continuidade de uso, verificou-se que 66,67% dos respondentes válidos demonstraram uma intenção moderada de manter o uso de tecnologias.

Ao analisar os níveis de escolaridade, observa-se que os indivíduos com ensino fundamental I completo apresentaram a maior média (70,00%), superando aqueles com ensino superior completo (67,33%). Esse resultado evidencia que pessoas com menor nível de escolaridade apresentam maior disposição para continuar utilizando tecnologias. Quanto ao gênero, as mulheres registraram média de 66,82%, superior à dos homens, que obtiveram 63,85%.

No entanto, ao considerar as respostas à pergunta “Se eu pudesse, eu gostaria de desistir de usar tecnologia”, verificou-se que 47,94% dos respondentes indicaram desejo de abandonar o uso das tecnologias. Esse dado sugere

que, embora os indivíduos utilizem tecnologias e reconheçam sua utilidade como facilitadoras do cotidiano, uma parcela significativa consideraria interromper seu uso caso fosse possível.

A ludicidade apresentou média geral de 70,12%, sendo mais elevada na classe A (84,00%) e entre as mulheres (77,13%). Esses dados indicam que o uso da tecnologia é frequentemente motivado pelo prazer e diversão. A questão “Eu me divirto durante o uso de tecnologias” registrou média de 81,47%, evidenciando que as tecnologias não são percebidas apenas como ferramentas auxiliares no cotidiano, mas também como fontes de entretenimento.

De forma semelhante, a afirmativa “Eu não vejo o tempo passar durante o uso de tecnologias” obteve a maior média dentro do construto ludicidade, indicando que a maioria dos usuários vivencia experiências imersivas com a tecnologia. Como destacam Nielsen e Loranger (2007), a ludicidade está diretamente associada à capacidade de manter o usuário envolvido de forma espontânea, sem esforço consciente.

Adicionalmente, a maior média foi observada na classe D-E (86,67%), revelando que, mesmo entre grupos de menor renda, as tecnologias são percebidas como uma fonte de prazer e distração no dia a dia. Quanto ao gênero, as mulheres (83,72%) demonstram maior envolvimento emocional em comparação aos homens (76,92%), sugerindo que elas se permitem experiências mais espontâneas ou utilizam a tecnologia como estratégia de escape emocional.

Ao analisar a questão “Eu esqueço minhas prioridades durante o uso de tecnologias”, observa-se que a classe A apresentou o maior índice (80,00%), sugerindo que indivíduos com maior poder aquisitivo tendem a ser mais suscetíveis a distrações e à perda de foco durante o uso. Em contrapartida, a classe D-E obteve o menor índice (53,33%), o que pode indicar uma relação mais funcional e utilitária com a tecnologia, possivelmente em razão da menor disponibilidade de tempo livre para fins recreativos.

Embora a ludicidade não seja um requisito essencial para a utilização da tecnologia, desempenha um papel significativo na manutenção da continuidade de uso. A ludicidade torna a experiência tecnológica mais prazerosa e envolvente, estimulando o uso frequente. Nesse sentido, Nielsen e Loranger (2007) e Gabriel (2010) destacam que, quanto mais intuitiva e agradável for a experiência com a tecnologia, maior será a probabilidade de que ela seja utilizada de forma recorrente.

No que se refere ao fator Hábito, este apresentou a maior média geral entre todos os construtos analisados, alcançando 85,59%. Destacam-se, em particular, a classe A (96,67%) e o grupo com escolaridade de nível médio completo (87,39%), evidenciando uma habituação natural da tecnologia no cotidiano desses respondentes.

A média geral do fator Pioneirismo foi de 68,97%, com destaque para a classe C1/C2 (71,38%). Esse resultado sugere que, mesmo em grupos intermediários, os indivíduos demonstram interesse em ser referência no uso de novas tecnologias, aproximando-se do conceito de comunicadores inovadores, conforme descrito por Solomon (2011). No recorte por gênero, a diferença foi pequena: 66,98% para mulheres e 69,62% para homens, o que indica relativo equilíbrio, ainda que com leve predominância masculina quanto à facilidade em descobrir e adotar novas tecnologias.

Em relação ao Índice de Prontidão Tecnológica (TRI), a média geral obtida foi de 69,1%, apresentando variações entre os grupos. A classe D-E alcançou a maior média (72,55%), seguida pela classe B1/B2 (69,39%) e pela classe C1/C2 (68,62%). Esses resultados apontam que, mesmo em classes sociais com menor poder aquisitivo, existe significativa disposição para lidar com tecnologias.

Na análise do item “Eu gosto de programas de computador que me permitam adequar as coisas às minhas próprias necessidades”, observou-se que as classes A, B1/B2 e D-E apresentaram as maiores médias (todas com 80%), evidenciando que a personalização tecnológica é valorizada por indivíduos de diferentes níveis de renda. Esse achado está em consonância com Nielsen e Loranger (2007), os quais afirmam que sistemas que permitem adaptação às necessidades do usuário tendem a ser percebidos como mais agradáveis e úteis.

Pode-se concluir, ainda, que a maioria dos respondentes acredita que a tecnologia contribui para o desempenho em atividades de estudo ou trabalho. Isso é evidenciado pelo item “A tecnologia faz com que eu fique mais eficiente no meu trabalho/estudo”, que apresentou média geral de 78,82%. A classe B1/B2 obteve o maior índice (82,35%), seguida pelas classes A e D-E, ambas com 80,00%. Esses resultados demonstram que a tecnologia é percebida como útil e produtiva por indivíduos de diferentes perfis, corroborando a perspectiva de Noordin (2018), segundo a qual sistemas bem projetados favorecem o aumento da produtividade.

A análise do item “Aprender sobre tecnologia pode ser tão recompensador quanto a própria tecnologia” revelou que 79,12% dos respondentes valorizam o aprendizado relacionado às inovações tecnológicas. A classe D-E apresentou a maior média (86,67%), sugerindo que a tecnologia pode ser vista, especialmente nesse grupo, como uma oportunidade de melhoria das condições de vida.

Entretanto, embora os respondentes demonstrem interesse e frequência no uso das tecnologias, também manifestam fortes preocupações em relação à segurança e privacidade de seus dados. Tal percepção é evidenciada na afirmativa “Novas tecnologias tornam muito fácil para o governo e as empresas espionar as pessoas”, cuja média geral foi de 80,88%. O receio mostrou-se particularmente elevado nas classes A (100%) e D-E (86,67%), bem como entre indivíduos com ensino médio completo (80,87%).

Esse resultado revela um paradoxo: embora as pessoas reconheçam as vantagens e demonstrem apreço pelo uso das tecnologias, elas ainda se sentem inseguras diante dos riscos potenciais relacionados à vigilância e ao controle de informações. Conforme descrevem Parasuraman e Colby (2002), essa percepção de insegurança pode atuar como um fator limitador para a aceitação e adoção plena de inovações tecnológicas.

Além disso, a análise evidencia algumas limitações relevantes, sobretudo quando observamos as diferenças entre classes sociais, níveis de escolaridade e gênero. O item “Eu estou atualizado com os últimos desenvolvimentos tecnológicos das minhas áreas de interesse” apresentou uma média geral de 66,76%, o que indica uma concordância moderada por parte dos respondentes. Contudo, ao analisar os dados de forma segmentada, nota-se um contraste expressivo: enquanto a classe A atingiu média de 80,00%, a classe D-E obteve apenas 53,33%. Tal discrepância demonstra que o acesso à tecnologia e ao conhecimento está diretamente relacionado à condição socioeconômica, evidenciando que estar atualizado não depende apenas de interesse individual, mas também de oportunidade. A ausência de oportunidades e recursos adequados pode gerar sensação de desatualização, fator que tende a comprometer a intenção de continuidade no uso das tecnologias.

Essa diferença entre classes sociais também se reflete na afirmativa “Às vezes, eu acho que os sistemas de tecnologia não são projetados para serem usados por pessoas comuns”. Os respondentes da classe A apresentaram o maior índice de concordância (80,00%), enquanto a classe D-E registrou a menor média (40,00%). Esse resultado sugere que os indivíduos das classes mais altas, por possuírem maior exposição a inovações, percebem mais claramente a exclusão tecnológica. Entretanto, essa percepção nem sempre resulta em iniciativas de combate à desigualdade, o que pode, paradoxalmente, reforçar as disparidades sociais.

De acordo com Mowen e Minor (2003), o comportamento do consumidor é influenciado pelas normas e valores dos grupos sociais, o que contribui para explicar por que diferentes classes percebem e utilizam a tecnologia de formas distintas. Nesse sentido, a desigualdade de acesso e percepção tecnológica entre classes A e D-E torna-se não apenas um reflexo econômico, mas também sociocultural, reforçando barreiras que limitam a democratização plena das inovações.

De forma geral, os dados apontam que os respondentes demonstram abertura ao uso de novas tecnologias, sobretudo quando estas se mostram úteis, eficientes e personalizáveis. Contudo, aspectos relacionados à insegurança e ao medo de exposição de dados configuram-se como barreiras relevantes, que podem limitar a adoção e a continuidade de uso, especialmente entre indivíduos de menor escolaridade e classes sociais mais baixas.

CONCLUSÕES

Este trabalho buscou responder à seguinte questão: quais fatores influenciam o uso e a continuidade das tecnologias? Assim, o objetivo principal consistiu em identificar os fatores sociais que influenciam o uso de tecnologias entre os indivíduos. A partir da análise fundamentada nas teorias de Influência Social, Intenção de Continuidade de Uso, Ludicidade, Hábito, Pioneirismo e Prontidão Tecnológica, foi possível compreender de que maneira variáveis sociais, econômicas e comportamentais interferem no uso, na rejeição ou na continuidade de uso das tecnologias.

A média geral do Índice de Prontidão Tecnológica (TRI) foi de 69,1%, indicando uma boa disposição dos respondentes em interagir com tecnologias. Destaca-se a classe D-E, que obteve a maior média (72,55%), evidenciando que indivíduos de menor poder aquisitivo também demonstram interesse e abertura para utilizar tecnologias. Esse resultado corrobora Parasuraman e Colby (2002), ao afirmarem que a prontidão tecnológica está mais relacionada à disposição psicológica do que à competência técnica.

No que se refere à Intenção de Continuidade de Uso e sua correlação com fatores socioeconômicos, a média geral foi de 66,67%. Observa-se que grupos com menor escolaridade (Fundamental I completo) apresentaram a maior média (70%), sugerindo que, independentemente do nível de formação, há intenção em continuar utilizando tecnologias, possivelmente motivados pela praticidade e acessibilidade. Por outro lado, 47,94% dos respondentes afirmaram que gostariam de desistir do uso das tecnologias, o que indica que, em muitos casos, o uso é impulsionado mais por necessidade do que por afinidade, como destaca Limeira (2008). Esse resultado revela que, apesar da intenção de manter o uso, ainda persiste certa resistência.

No que se refere à Influência Social no uso das tecnologias, identificou-se uma média geral de 70,12%, sendo mais expressiva na classe D-E (74,67%) e entre as mulheres (72%). Esses resultados dialogam com Mowen e Minor (2003) e Solomon (2011), os quais destacam que as normas sociais e a pressão dos grupos de referência influenciam diretamente a forma como os indivíduos utilizam e consomem tecnologia. Nesse sentido, observa-se que pessoas de menor renda tendem a perceber a tecnologia como um meio de inclusão social, o que reforça sua relevância neste grupo.

A Ludicidade, com média de 70,12%, evidenciou que a tecnologia é utilizada não apenas como uma ferramenta

funcional, mas também como fonte de prazer e entretenimento. A afirmativa “Eu me divirto durante o uso de tecnologias” alcançou 81,47% de concordância, revelando a importância desse fator na experiência tecnológica. Para Nielsen e Loranger (2007), o prazer no uso está diretamente associado à usabilidade e à experiência positiva do usuário, aspectos que favorecem tanto a adesão quanto a continuidade de uso das inovações tecnológicas. Em relação ao Hábito, verificou-se uma média global de 85,49%, com destaque para a classe A (96,67%) e para indivíduos com escolaridade de nível médio completo (87,39%). Tais resultados evidenciam que, nesses grupos, o uso da tecnologia já se encontra plenamente incorporado à rotina diária. Essa constatação está em consonância com Mowen e Minor (2003), que descrevem o hábito como resultado da repetição e da adaptação contínua a estímulos, transformando o uso em uma prática automática e naturalizada. Dessa forma, o hábito tecnológico não apenas reflete a frequência de utilização, mas também expressa um estilo de vida em que a tecnologia ocupa papel indispensável.

Por fim, o fator Pioneirismo obteve média de 68,97%, com destaque para a classe C1/C2 (71,38%), que apresentou a maior média. Esse dado sugere que, mesmo em classes intermediárias, há interesse em se posicionar como descobridores e formadores de opinião no uso das tecnologias. Tal comportamento pode estar associado à busca por status e diferenciação social, em conformidade com os estudos de Solomon (2011) sobre os chamados comunicadores inovadores. Tais resultados estão em consonância com Pires, Costa Filho e Mendes Junior (2022), que destacam a inovatividade como dimensão essencial do TRI 2.0, evidenciando que a disposição para experimentar e difundir novas tecnologias constitui um fator determinante para a adoção e continuidade de uso.

Entre as limitações da pesquisa, destaca-se o perfil da amostra, composta predominantemente por mulheres jovens com escolaridade média ou superior incompleta, característica que pode ter influenciado os resultados, uma vez que esse público tende a apresentar maior familiaridade com o uso de tecnologias. Ademais, a coleta de dados foi realizada exclusivamente por meio digital, o que possivelmente restringiu a participação de indivíduos com menor acesso à internet ou com baixo domínio tecnológico.

Para pesquisas futuras, recomenda-se a adoção de métodos qualitativos, como entrevistas em profundidade ou grupos focais, que podem contribuir para compreender de maneira mais detalhada os fatores que levam determinados indivíduos a não manterem a continuidade no uso da tecnologia. Sugere-se, ainda, a ampliação do perfil dos participantes, contemplando pessoas idosas, com menor escolaridade ou com acesso digital limitado, de modo a proporcionar uma visão mais abrangente e diversificada sobre o fenômeno investigado.

Os resultados desta pesquisa apresentam implicações práticas relevantes para políticas públicas e empresas de tecnologia. Para o setor público, indicam a necessidade de programas de inclusão digital e capacitação tecnológica, voltados à redução das desigualdades de acesso e percepção sobre tecnologias. Para as empresas, apontam a importância de desenvolver produtos e serviços mais acessíveis, usáveis e adaptáveis às diferentes necessidades dos usuários, considerando escolaridade, idade e classe social. Dessa forma, compreender os fatores que influenciam o uso e a continuidade das tecnologias contribui para aumentar o engajamento, a segurança e a satisfação dos usuários, ampliando o impacto social e econômico das inovações tecnológicas.

De forma geral, os dados evidenciam que os respondentes estão abertos ao uso de novas tecnologias, principalmente quando estas são úteis, eficientes e personalizáveis. Contudo, aspectos relacionados à insegurança e medo de exposição de dados constituem barreiras importantes, limitando a adoção e a continuidade de uso, especialmente entre indivíduos com menor escolaridade e classes sociais mais baixas.

CONTRIBUIÇÕES DOS AUTORES

G.S.G.S. e M.C.O.F. contribuíram com a curadoria e análise dos dados. G.S.G.S. procedeu com a metodologia, coleta dos dados e redação do trabalho. Todos os autores contribuíram com a revisão do trabalho e aprovaram a versão submetida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pela força e saúde para realizar este trabalho. À minha família, pelo apoio e incentivo em todos os momentos. Aos professores do Instituto Federal de São Paulo, em especial à professora Marlette Cassia Oliveira Ferreira, pela orientação, paciência e dedicação durante o desenvolvimento da pesquisa. Agradeço também a todos os colegas e amigos que colaboraram respondendo ao questionário, pois sem a participação deles este estudo não teria sido possível.

REFERÊNCIAS

ABRAHÃO, R. S. Intenção de Adoção de Mobile Payment: Uma análise à luz das teorias de aceitação e uso de tecnologia. 2015. 107 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, **Universidade Federal de Uberlândia**, Uberlândia, 2015.

- BAPTISTA, G.; OLIVEIRA, T. Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators. **Computers in Human Behavior**, v. 50. 2015., p. 418-430.
- GABRIEL, Martha. **Marketing na era digital: Conceitos, plataformas e estratégias**. 1. ed. São Paulo: Novatec, 2010.
- GOULARTE, A. C. Influência de Fatores Culturais sobre o uso de serviços de Mobile Banking: Teste de um Modelo. 2016. Tese (Mestrado em Administração) – **Universidade Nove de Julho**, São Paulo, 2016.
- HAIR JR, Joseph F. et al. **Fundamentos de Pesquisa de Marketing**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2014.
- HEW, J. et al. What catalyses mobile apps usage intention: an empirical analysis. **Industrial Management & Data Systems**, v. 115, n. 7 2015, p. 1269-1291.
- LIMEIRA, Tânia M. **Comportamento do consumidor brasileiro**. São Paulo: Saraiva, 2008.
- MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing: Uma orientação aplicada**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- MINIARD, Paul W.; ENGEL, James F.; BLACKWELL, Roger D. **Comportamento do Consumidor**. 9. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.
- MOON, Ji-Won; KIM, Young-Gul. Extending the TAM for a World-Wide-Web context. **Information & Management**. V. 38, n.4, 2001, P. 217-230
- MOWEN, John C.; MINOR, Michael S. **Comportamento do Consumidor**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2003.
- NIELSEN, Jakob; LORANGER, Hoa. **Usabilidade na Web: Projetando Websites com qualidade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- PARASURAMAN, A. Technology Readiness Index (TRI): A multiple-item scale to measure readiness to embrace new technologies. **Journal of Service Research**, v. 2, n. 4, p. 307-320, 2000.
- PARASURAMAN, A.; COLBY, Charles L. **Marketing para produtos inovadores: Techno-ready marketing**. Porto Alegre: Bookman, 2002.
- PIRES, Pérciles José; COSTA FILHO, Bento Alves da; MENDES JUNIOR, Ricardo. Revisitando o Índice de Prontidão à Tecnologia (TRI 2.0): Um Estudo Aplicado a Estudantes de Graduação e Pós-Graduação que Acessam Redes Sociais Virtuais. **XLVI Encontro da ANPAD - EnANPAD 2022**. On-line - 21 - 23 de set de 2022
- RADONS, Daiani. Compreendendo a influência dos valores pessoais na prontidão e na intenção de uso de tecnologias. **RGO - Revista Gestão Organizacional**, Chapecó, v. 13, n. 3, p. 06-31, 2020.
- SHAUGHNESSY, John J.; ZECHMEISTER, Eugene B.; ZECHMEISTER, Jeanne S. **Metodologia de pesquisa em psicologia**. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2012.
- SOLOMON, Michael R. **O comportamento do consumidor: Comprando, possuindo e sendo**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- YU, C. S. Factors Affecting Individuals to Adopt Mobile Banking: Empirical Evidence from the Utaut Model. **Journal of Electronic Commerce Research**, v. 13, n. 2, p. 104-121, 2012.
- ZHOU, T. Understanding users' initial trust in Mobile Banking: An elaboration likelihood perspective. **Computers in Human Behavior**, v. 28, n. 4, p. 1518–1525, 2012.