

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
GESTÃO ESTRATÉGICA DE NEGÓCIOS**

DANIELA CASTRO BARBOSA

**ACEITAÇÃO DO MOBILE BANKING PELOS USUÁRIOS
BANCÁRIOS NUM CONTEXTO DE PANDEMIA**

BELO HORIZONTE - MG

2021

DANIELA CASTRO BARBOSA

**ACEITAÇÃO DO MOBILE BANKING PELOS USUÁRIOS BANCÁRIOS NUM
CONTEXTO DE PANDEMIA**

Trabalho de conclusão do Curso de Especialização em Gestão Estratégica de Negócios da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais.

Orientador: Prof. Carlos Alberto
Gonçalves (CEGE/UFMG)

BELO HORIZONTE - MG
2021

Ficha catalográfica

B238a
2021
Barbosa, Daniela Castro.
Aceitação do Mobile Banking pelos usuários bancários num contexto de pandemia [manuscrito] / Daniela Castro Barbosa. – 2021.
47 fl.

Orientador: Carlos Alberto Gonçalves.
Monografia (especialização) – Universidade Federal de Minas Gerais, Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração.
Inclui bibliografia.

1. Administração. I. Gonçalves, Carlos Alberto. II. Universidade Federal de Minas Gerais. Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração. III. Título.

CDD: 658

Elaborado por Rosilene Santos CRB-6/2527
Biblioteca da FACE/UFG. – RSS/199/2021

Folha de aprovação



Universidade Federal de Minas Gerais
Faculdade de Ciências Econômicas
Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração
Curso de Especialização em Gestão Estratégica

ATA DA DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO da Senhora **DANIELA CASTRO BARBOSA**, matrícula nº 2016739538. No dia 28/10/2021 às 18:00 horas, reuniu-se em sala virtual, a Comissão Examinadora de Trabalho de Conclusão de Curso - TCC, indicada pela Coordenação do Curso de Especialização em Gestão Estratégica - CEGE, para julgar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado "**ACEITAÇÃO DO MOBILE BANKING PELOS USUÁRIOS BANCÁRIOS NUM CONTEXTO DE PANDEMIA**", requisito para a obtenção do Título de Especialista. Abrindo a sessão, o orientador e Presidente da Comissão, Prof. Carlos Alberto Gonçalves, após dar conhecimento aos presentes do teor das Normas Regulamentares de apresentação do TCC, passou a palavra a aluna para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores, seguido das respostas da aluna. Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença da aluna e do público, para avaliação do TCC, que foi considerada:

APROVADO

NÃO APROVADO

95 pontos (Noventa e cinco pontos em 100) trabalhos com nota maior ou igual a **60** serão considerados aprovados.

O resultado final foi comunicado publicamente a aluna pelo orientador e Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, o Senhor Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente ATA, que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora. Belo Horizonte, 28/10/2021.

Prof. Carlos Alberto Gonçalves
(CEPEAD/UFMG - Orientador)

Carlos Alberto Gonçalves

Assinado eletronicamente pelo(a) Prof. Carlos Alberto Gonçalves
CPF: 12.110.110-00
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS - UFMG
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
Belo Horizonte, 28/10/2021

Prof. Márcio Augusto Gonçalves
(CEPEAD/UFMG)

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus em primeiro lugar por me dar saúde e sabedoria para buscar meus sonhos e objetivos.

À minha mãe Edna, por toda dedicação à minha educação, não medindo esforços para que eu chegasse onde estou hoje.

À minha irmã Débora, minha companheira diária que não me deixou desistir em momento algum e incentivava sempre que o desânimo e o sono chegava.

Ao meu namorado Marcos, por toda paciência e compreensão quando o assunto se trata de estudos.

Ao professor Carlos por ter tido toda paciência, orientação e dinamismo na minha orientação e conclusão do curso.

RESUMO

O objetivo deste estudo é identificar e analisar os possíveis fatores que influenciam os usuários bancários a utilizar o canal eletrônico alternativo *Mobile Banking*, principalmente num momento de isolamento social que passaram recentemente. Para identificar tais fatores, utilizou-se como referencia o modelo UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology), de Venkatesh et al. (2003), considerando as variáveis de expectativa de desempenho, expectativa de esforço percebida, experiência de uso com a tecnologia móvel, além de perfis sócio demográfico e econômico dos usuários identificando assim as diferentes percepções entre alguns grupos. O público pesquisado foi de 112 respondentes validados, feito pelo programa Google Forms e respondido em duas semanas por estes.

Palavras chaves: Mobile banking; clientes bancários; Modelo UTAUT

ABSTRACT

The objective of this study is to identify and analyze the possible factors that influence banking users to use the alternative electronic channel Mobile Banking, especially in a moment of social isolation that they have recently experienced. To identify such factors, the UTAUT model (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) by Venkatesh et al. (2003), considering the variables of performance expectation, perceived effort expectation, experience of using mobile technology, as well as socio-demographic and economic profiles of users, thus identifying the different perceptions between some groups. The researched public was 112 validated researches, made through research by the Google Forms program and answered in 2 weeks by them.

Keywords: Mobile banking; bank customers; UTAUT model

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - COMPOSIÇÃO DE TECNOLOGIA POR SETOR EM 2020 (EM % DO TOTAL)	13
FIGURA 2- VARIÁVEIS E CONSTRUTOS UTAUT	16
FIGURA 3 - COMPOSIÇÃO DAS TRANSAÇÕES BANCÁRIAS POR TIPO DE CANAL	20
FIGURA 4 - FORMAÇÃO DOS ENTREVISTADOS	25

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 GÊNERO DOS ENTREVISTADOS.....	24
TABELA 2 - IDADE DOS ENTREVISTADOS	24
TABELA 3 - FORMAÇÃO DOS ENTREVISTADOS	25
TABELA 4 - EXPERIÊNCIA COM A INTERNET	26
TABELA 5 - FREQUÊNCIA DE UTILIZAÇÃO	26
TABELA 6 - CONFIABILIDADE DOS CONSTRUTOS.....	27
TABELA 7 - ANÁLISE DE CONFIABILIDADE – EXPECTATIVA DE PERFORMANCE.....	30
TABELA 8 - ANÁLISE DE CONFIABILIDADE – EXPECTATIVA DE ESFORÇO.....	30
TABELA 9 - ANÁLISE DE CONFIABILIDADE – INFLUÊNCIA SOCIAL.....	30
TABELA 10 - ANÁLISE DE CONFIABILIDADE – CONDIÇÃO FACILITADORA	31
TABELA 11 - CORRELAÇÃO GLOBAL	32
TABELA 12 - ANÁLISE VARIÁVEIS VERSUS CONSTRUTOS	34

LISTA DE QUADROS

QUADROS 1 - SÍNTESE DOS FATORES	17
QUADROS 2 - CONFIABILIDADE ATRAVÉS DO ALPHA CRONBACH'S	29

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANATEL Agência Nacional de Telecomunicações

CEF Caixa Econômica Federal

FEBRABAN Federação Brasileira de Bancos

UTAUT Teoria Unificada de Aceitação e Uso de Tecnologia (Unified Theory of Acceptation and Use of Technology)

Sumário

1. INTRODUÇÃO	12
1.1 Problema de Pesquisa	13
1.2 Justificativa.....	13
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	15
2.1 Modelo UTAUT (Teoria Unificada da Aceitação e Utilização da Tecnologia)	15
2.2 Fatores da UTAUT (Teoria Unificada da Aceitação e Utilização da Tecnologia).....	16
2.4 Bancarização na pandemia.....	18
2.5 Expansão serviços digitais bancários na Pandemia.....	19
3. METODOLOGIA	22
3.1 Natureza da pesquisa	22
3.2 Coleta de dados.....	22
3.3 Procedimento de análises	23
4. ANÁLISE DE RESULTADOS.....	24
4.1 Perfil dos entrevistados.....	24
4.2 Confiabilidade dos construtos.....	26
4.3 Correlação das variáveis.....	28
4.4 Correlação entre variáveis Globais.....	32
4.5 Correlação entre Expectativa de esforço, Expectativa de Performance e Perfil dos usuários ..	33
5. CONCLUSÃO	36
6. BIBLIOGRAFIA.....	38
Tumelero, Naína. Pesquisa exploratória: conceito, características e aplicação em 4 passos. Mettzer, 2020. Disponível em: https://blog.mettzer.com/pesquisa-exploratoria/ Acesso em 01 Out, 2021.....	40
7. APÊNDICE A.....	41

1. INTRODUÇÃO

A crescente utilização de aplicativos móveis no Brasil é indiscutível. De acordo com relatório apresentado pela Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL, 2021), no final de 2020 o Brasil contava com 234,07 milhões de acessos móveis, um aumento de 7,39 milhões se comparado com 2019, o que não se via desde 2015. E a pandemia vivida pelo mundo neste ano é uma das possíveis explicações.

E com a população sendo obrigada a aderir ao distanciamento social e evitar aglomerações em 2020, a preferência por aplicativos ao invés de atendimento preferencial ganhou força, e o setor bancário não ficou atrás: em abril de 2020 os aplicativos de seis bancos estavam entre os 150 mais baixados pelos brasileiros, ganhando uma importância ainda maior do que apenas trazer a comodidade.

A origem do *Mobile Banking* foi na década de 1990 na Europa. Para SANTOS, VEIGA E SOUZA (2011), este é um serviço que possibilita aos clientes bancários realizarem digitalmente operações simples do dia a dia como consultas a saldos, pagamentos, transferências, empréstimos, contratações de produtos. Sua demanda e utilização vem aumentando consideravelmente, mas alguns consumidores ainda possuem uma certa resistência em sua utilização.

Na tentativa de inovação e melhoria na experiência do cliente, percebemos uma preocupação maior nesse setor visto inclusão de novas tecnologias, facilidades e segurança aprimoradas.

Conforme pesquisa divulgada pela FEBRABAN (2021), o número de transações realizadas por *Mobile Banking* saltou de 37 bilhões em 2019 para 52,9 bilhões em 2020 – um aumento de praticamente 20% na pandemia.

Para ser considerado um usuário *Mobile Banking* o cliente deve fazer o download do aplicativo, cadastrar e habilitar seu *smartphone*. Vemos aqui uma tendência de mudança no tipo de comportamento de utilização os serviços bancários, saindo inclusive do Internet Banking para os aplicativos móveis.

Nesse sentido, tentando a viabilização da pesquisa, que trata da aceitação dos usuários, num contexto de futuro, do uso do *Mobile Banking* de determinada instituição financeira, fez-se necessário a aplicação de modelos de aceitação de tecnologia

elencando o mais adequado ao tema o Modelo UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*), de Venkatesh *et al.* (2003).

1.1 Problema de Pesquisa

Diante do exposto acima, manifesta-se o seguinte problema: Qual a aceitação do *Mobile Banking* pelos usuários bancários num contexto de pandemia?

Assim objetiva-se analisar quais fatores mais se associam a esta aceitação.

1.2 Justificativa

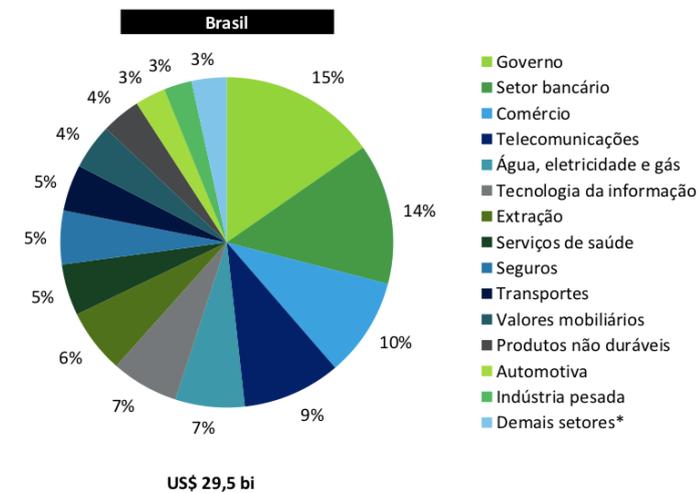
No Brasil, e não diferente do restante do mundo, as instituições Financeiras têm papel importante na economia, visto que são elas que centralizam os meios de pagamento, transações entre pessoa física e jurídica, moedas, etc. E para absorver a demanda dos clientes, hoje num âmbito muito mais moderno e tecnológico, estas precisam se adaptar e criar soluções constantemente com agilidade e segurança.

O *Mobile Banking* vem sendo bastante utilizado como uma alternativa estratégica para melhorar o atendimento do cliente bancário. O nível de serviços eletrônicos bancários muitas vezes é tido como principal diferencial a este público.

Segundo pesquisa da FEBRABAN (2021) de Tecnologia bancária, os bancos investiram R\$ 25,7 bilhões em tecnologia no ano de 2020, uma alta de 8% comparada ao ano anterior. Com esse aumento, o setor bancário tornou-se o segundo maior investidor em tecnologia no Brasil, atrás apenas dos governos.

Figura 1 - COMPOSIÇÃO DE TECNOLOGIA POR SETOR EM 2020 (EM % DO TOTAL)

Composição do orçamento de tecnologia por setor em 2020 (em % do total)



Fonte: Febraban, 2021

Nesta mesma pesquisa é possível identificar que os aportes em softwares dominaram os investimentos feitos pelos bancos, com destaques para as áreas de atendimento ao cliente no quesito inteligência artificial. Segundo um líder de tecnologia entrevistado nesta pesquisa: *“Antes da pandemia, mecanismos de segurança para acesso aos nossos aplicativos solicitavam a presença dos clientes nas agências para liberar o dispositivo. Agora, não é preciso mais, porque utilizamos recursos de inteligência artificial para implantar o reconhecimento facial”*.

Tal levantamento constatou ainda que pela primeira vez na história, o *mobile banking* representou mais da metade das transações bancárias, tornando-se o canal dominante dos usuários.

Em meio a este cenário de mudanças nas percepções dos clientes, é importante citarmos os novos concorrentes dos bancos tradicionais, os bancos digitais. Estes vêm com uma força grande, principalmente na faixa etária dos mais jovens. Este público é maior conhecedor de tecnologia e, portanto, mais exigente às ferramentas que lhes estão disponíveis.

Neste contexto, este estudo se justifica de forma importante por se tratar da aceitação de tecnologia perante um cenário desafiador como foi e está sendo a pandemia. Unificamos a análise do perfil dos clientes e usuários no setor bancário consolidando esta crescente interação entre bancos, tecnologia e clientes.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

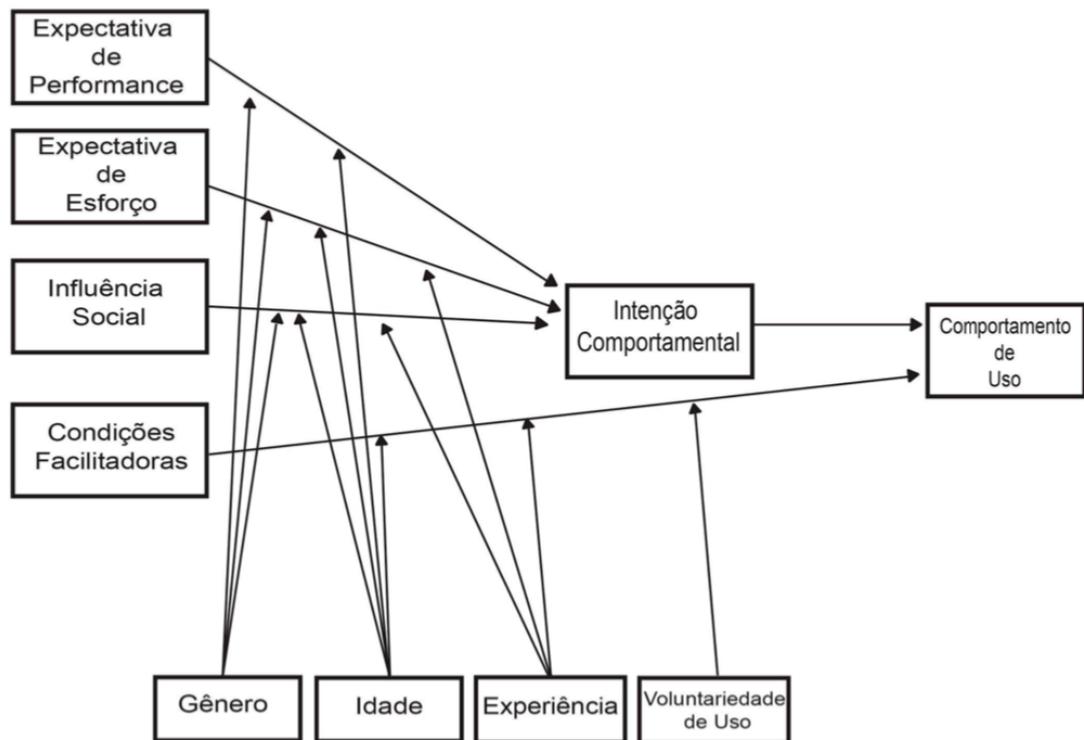
2.1 Modelo UTAUT (Teoria Unificada da Aceitação e Utilização da Tecnologia)

Para compreendermos a motivação de um público em aceitar uma nova tecnologia, buscamos um modelo teórico que nos dê fatores de comportamento para tal uso. Neste capítulo abordaremos o referencial teórico para este trabalho composto pelo modelo UTAUT.

Venkatesh *et al.* (2003) elaboraram a Teoria Unificada de Aceitação e Uso da Tecnologia (UTAUT), apoiada em oito modelos anteriores, a saber: Teoria da Ação Racionalizada (TRA), esta a mais antiga teoria que compõe o UTAUT; Teoria do Comportamento Planejado (TCP); Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM); Modelo Motivacional (MM); uma combinação do Comportamento Planejado com o modelo TAM (C-TCP-TAM); Modelo Utilização Computacional (MPCU); Teoria da Difusão da Inovação (TDI) e a Teoria Cognitiva Social (TCS).

A partir das similaridades e teorias destes modelos foram selecionados construtos que segundo Venkatesh *et al.* (2003) influenciam a intenção comportamental de usar uma tecnologia: a) Expectativa de performance (desempenho); b) Expectativa de esforço; c) Influência social e d) Condições facilitadoras, estes fazem correlação com outros quatro moderadores: 1) Gênero; 2) Idade; 3) Experiência e 4) Voluntariedade conforme figura 2.

Figura 2– VARIÁVEIS E CONSTRUTOS UTAUT



Fonte: Venkatesh et al. (2003)

A UTAUT apresenta então um modelo com várias variáveis e relações, tentando explicar significativamente a aceitação da tecnologia.

2.2 Fatores da UTAUT (Teoria Unificada da Aceitação e Utilização da Tecnologia)

A variável Expectativa de performance (desempenho) refere-se ao grau em que as pessoas acreditam que aquela tecnologia será útil para atingir seus objetivos e o quanto isso trará ganhos de desempenho no trabalho a ser realizado.

Conforme Venkatesh *et al.* (2003), esta foi construída a partir de cinco construtos já existentes das teorias anteriores sendo: Utilidade percebida (TAM / TAM 2 e TPB), Motivação extrínseca (MM), Emprego ajustado (MPCU), Vantagem relativa (TDI) e Expectativa de resultado (TCS).

Já a Expectativa de esforço corresponde ao grau de facilidade ou dificuldade de uso de uma dada tecnologia. Este construto se originou a partir de três construtos

de diferentes teorias: Facilidade de uso percebida - TAM e TAM2 de Davis *et al.* (1989); Complexidade do modelo MPCU (Thompson *et al.* (1991)); e Facilidade de uso – TDI (Moore; Benbasat, 1991).

Portanto, esta expectativa de esforço refere-se ao nível que o indivíduo percebe que esta tecnologia irá exigir de esforço mínimo. Quanto mais fácil for de se utilizar menor serão as barreiras encontradas para que mais pessoas ou clientes a utilizem.

Outro fator, é o da Influência social que refere-se ao quanto o indivíduo percebe ser importante o uso de uma determinada tecnologia para outras pessoas como parentes e amigos e também é abordada por Venkatesh *et al.* (2003), a partir de três outros construtos: Norma subjetiva dos modelos TRA, TAM2, TPB, DTPB (Davis *et al.*, (1989)); Fatores sociais do modelo MPCU (Thompson *et al.* (1991)); e Imagem do modelo TDI (Moore; Benbasat, 1991).

Por último e não menos importante vemos a variável Condições facilitadoras que segundo Venkatesh *et al.* (2003), mensura o grau em que o indivíduo acredita que existe uma infraestrutura organizacional e técnica para suportar o uso do sistema.

Este fator, assim como os outros é formado a partir de outros três construtos: Controle percebido do comportamento – DTPB (Taylor; Todd, 1995); Condições facilitadoras do modelo MPCU (Thompson *et al.* (1991)); e Compatibilidade do modelo TDI (Moore; Benbasat, 1991).

Quadros 1 - SÍNTESE DOS FATORES

Construto	Definição
Expectativa de desempenho	“Grau em que um indivíduo acredita que o uso do sistema vai ajudá-lo a atingir ganhos no resultado do trabalho”
Expectativa de esforço	“Grau de facilidade associada ao uso do sistema”
Influência social	“Grau em que um indivíduo percebe que outras pessoas importantes acreditam que ele deveria usar o novo sistema”.
Condições facilitadoras	“Grau em que um indivíduo acredita que existe uma infraestrutura organizacional e técnica para suportar o uso do sistema”.

Fonte: Venkatesh et al. (2003); http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2014_EnEO465.pdf

Para Venkatesh *et al.* (2003) e Sá (2006) o modelo UTAUT pode ser explicado por estes construtos relacionados a variáveis especificadas abaixo.

Gênero: sexo dos usuários do sistema; Idade: idade dos usuários; Experiência: Grau de experiência do uso da tecnologia; Voluntariedade: A real intenção de utilizar o sistema.

Entender o funcionamento desses fatores, proposto por Venkatesh e como eles influenciam o usuário na tomada de decisão da utilização ou não da tecnologia é fundamental para a compreensão da relação *Mobile Banking* com o público de clientes bancários numa situação extrema como foi o período de isolamento social na pandemia de 2020.

2.4 Bancarização na pandemia

Conforme infopedia.pt o termo “Bancarizar” significa integrar no sistema bancário. Este termo pode se referir a inclusão da população no sistema bancário. Faz-se entender que a parcela da população que não possui nenhum tipo de conta bancária, digital ou tradicional, ou que não tenha realizado nenhum tipo de movimentação nesta nos últimos 06 meses é considerada pela Febraban “desbancarizado”.

No Brasil, a bancarização é uma das bases da “Cidadania Financeira”, que segundo o Banco Central possui quatro premissas:

1 – Inclusão Financeira: O cidadão tem acesso a serviços financeiros que se adequam às suas necessidades.

2 – Educação Financeira: O cidadão tem oportunidade de desenvolver capacidades e autoconfiança para gerenciar bem seus recursos financeiros.

3 - Participação: O cidadão tem canais para participar do debate sobre o sistema financeiro.

4 – Proteção ao Consumidor: O cidadão conta com ambiente de negócios que gera confiança, com informações simples e mecanismos de solução de conflitos.

Segundo a quinta emissão do observatório Febraban, pesquisa Febraban – Ipespe, a pandemia em 2020 acelerou esta bancarização e o uso de canais digitais. Chegamos a 84% da população bancarizada onde quase 10 milhões de Brasileiros se bancarizaram desde março de 2020.

Tem-se como fator precursor deste aumento o próprio isolamento social, o avanço no investimento tecnológico realizado pelos bancos, o pagamento do auxílio emergencial que incentivou a abertura de contas principalmente no banco público, além do PIX lançado pelo banco central no mês de outubro, como nova ferramenta de transferência instantânea.

2.5 Expansão serviços digitais bancários na Pandemia

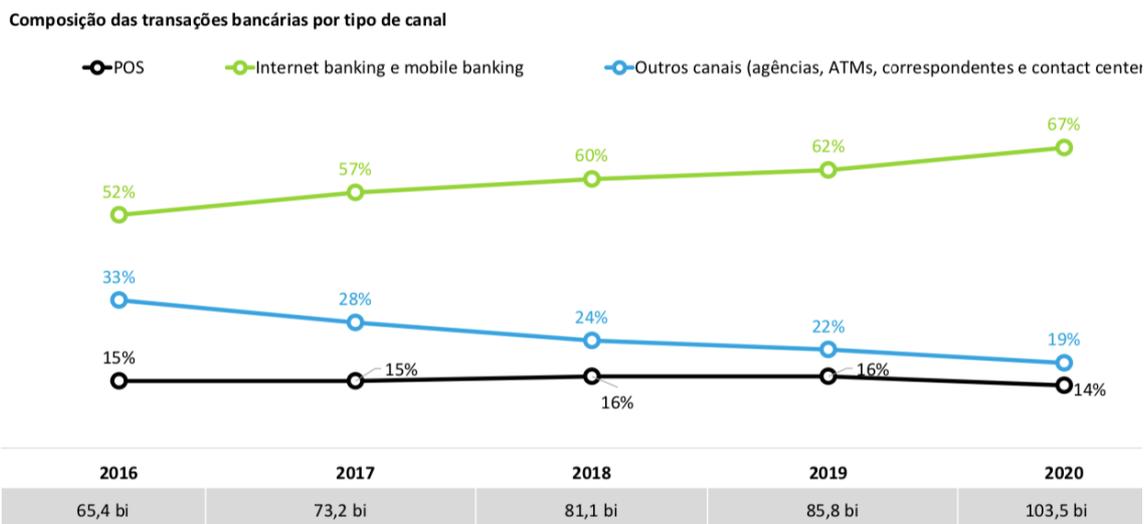
A pandemia do Coronavírus em 2020 acelerou a digitalização de vários setores, e com o serviço bancário não foi diferente. Conforme pesquisa da Febraban (2021) de tecnologia os investimentos nesse setor cresceram mais de 8% em 2020, transações bancárias cresceram mais de 20%, canais digitais concentraram 9 em cada 10 contratações de crédito pelo consumidor, *mobile banking* se tornou o canal dominante, responsável por mais da metade das transações bancárias.

A concorrência com novas empresas do setor, os chamados bancos digitais, faz com que empresas tradicionais desse setor busquem rapidamente por inovação no portfolio dos produtos e serviços disponibilizados ao cliente. Isso traz uma concorrência com um ambiente colaborativo entre fintechs e bancos e acelera ainda mais a digitalização e modernização dos processos.

A mudança de hábitos durante o período de isolamento social fez com que os clientes bancários buscassem alternativas para suprir suas demandas através dos canais digitais. As inovações tecnológicas bancárias permitem a abertura de conta corrente sem a presença do cliente na agência para a assinatura, pagamentos e transferências foram aperfeiçoadas com o sistema PIX, o acesso ao crédito disponibilizado através das ferramentas on-line, investimentos estão cada vez mais interativos e facilitados para os clientes, cartão de crédito físico praticamente será substituído pela carteira digital.

A pesquisa citada acima da Febraban (2021) caracteriza ainda a melhoria nas frentes de atendimento, junto a facilidade para negociar e oferecer crédito, além da melhoria em tecnologia antes mencionada. Conforme figura x os canais digitais seguem em expansão enquanto os tradicionais vêm perdendo espaço.

Figura 3 - COMPOSIÇÃO DAS TRANSAÇÕES BANCÁRIAS POR TIPO DE CANAL



Fonte: Febraban <https://cmsportal.febraban.org.br/Arquivos/documentos/PDF/pesquisa-febraban-relatorio.pdf>

Para Rocha e Christensen (1999), cada individuo tem diferentes características que precisam ser atendidas, e apesar do grande aprimoramento dos serviços há também prováveis consequências negativas.

De acordo com Zeithmal *et al.* (2014) as preocupações dos clientes estão em dois fatores associados a segurança: Privacidade e confidencialidade. Para ele, parte dos clientes não tem qualquer interesse em utilizar os serviços digitais e relutam em aceitar novas tecnologias.

O uso mais frequente dos canais digitais na pandemia também elevou os chamados golpes digitais. De acordo com a Febraban, por dia mais de 17 mil golpes financeiros são aplicados no Brasil. Em 2021, o golpe do falso funcionário bancário foi o que mais cresceu. O fraudador entra em contato com o cliente, alega ser funcionário o banco e informa de transações irregulares na conta do cliente. A partir daí solicita dados pessoais e bancários a vítima.

Apesar da regulamentação Brasileira especificar que é de total obrigação da instituição financeira o reembolso e pagamento de multas aos clientes, este não está associado a crimes digitais, onde o próprio consumidor passa informações como senhas e tokens aos fraudadores.

Portanto, o sucesso da utilização do *mobile banking* está também associado ao sentimento de proteção e segurança do consumidor. Tais fatores podem influenciar também no uso ou não deste serviço.

3. METODOLOGIA

3.1 Natureza da pesquisa

No que se refere a natureza da pesquisa, a abordagem desta é exploratória e caráter descritivo. Em uma pesquisa exploratória é claro o objetivo de explorar e construir hipóteses, relações entre variáveis, entre outras aplicações (Naína,2020). Trata-se de uma coleta realizada por duas semanas no mês de setembro/2021. Levantamento este realizado por aplicação de questionário, a partir de questões destinadas ao levantamento de informações sobre o assunto aqui tratado.

O caráter descritivo visa à identificação da aceitação do *mobile banking* pelos usuários bancários num contexto de pandemia. Ela tem como objetivo descrever as características de uma população, de um fenômeno ou de uma experiência. Esse tipo de pesquisa estabelece relação entre as variáveis de um objeto de estudo analisado, relacionadas à classificação, medida e quantidade que podem se alterar mediante o processo (Perovano, 2016).

3.2 Coleta de dados

Para o levantamento de dados optamos por uma amostragem não probabilística, segundo Hair *et al.* (2009) opção é escolhida por questões de viabilidade de execução da pesquisa, onde a seleção do público é feita por aqueles que estejam mais disponíveis para participar do estudo e que forneçam informações solicitadas.

A primeira opção de baseou-se em que os usuários sejam clientes de instituição bancária, incluindo a categoria digitais. O segundo é que muitos dos abordados tenham conta em mais de uma instituição bancária e que preferencialmente tenha utilizado o *Mobile Banking* em meio a pandemia.

Para a coleta de dados o procedimento foi a inclusão digital de um formulário no Google Forms onde encaminhamos para e-mails e WhatsApp dos respondentes.

A amostra foi composta por 112 questionários válidos. A grande maioria dos pesquisados são da cidade de Belo Horizonte e região. Pesquisa realizada no mês de setembro/2021.

O instrumento de coleta foi um questionário adaptado de Venkatesh *at al.* (2003) estruturado em duas partes. A primeira relativa ao perfil do respondente composta por seis questões de múltipla escolha. A segunda com dezenove afirmações sobre os construtos Expectativa de Performance, expectativa de esforço, influência social. As escalas aplicadas foram tipo *likert* de 05 variâncias: (1) Concordo totalmente (2) Concordo (3) Nem concordo nem discordo (4) Discordo (5) Discordo totalmente.

3.3 Procedimento de análises

Quanto aos procedimentos de análise de resultados, foi aplicado teste de estatística descritiva.

Para questões relacionadas ao perfil do usuário, também estatísticas descritivas, pontuando inclusive o grau de instrução do mesmo.

As variáveis quantitativas foram caracterizadas e analisadas por % e média das respostas com resultados através de gráficos. Empregamos a análise o modelo de regressão linear múltipla, para identificar as relações entre os construtos.

O sistema utilizado para fazer a correlação foi o PSPP4 com estatística de ordem Rho Spearman.

4. ANÁLISE DE RESULTADOS

Este capítulo aborda os resultados obtidos com as coletas realizadas na pesquisa. A primeira etapa trata-se do perfil dos respondentes e logo depois a análise estatística e mensuração das variáveis encontradas.

4.1 Perfil dos entrevistados

A seguir, apresentamos o perfil dos entrevistados como idade, gênero, formação, quantidade de bancos que possuem conta além de identificar quais destes são digitais, experiência com a internet e frequência de utilização do *mobile banking*.

A amostra foi composta por 112 respondentes com uma predominância do sexo masculino – 60 contra 52 feminino.

TABELA 1 GÊNERO DOS ENTREVISTADOS

Gênero	Respondentes	%
Masculino	60	53,6%
Feminino	52	46,4%
Total	112	100,0%

Fonte: Elaborado pelo autor (2021)

Em relação a idade, percebeu-se uma frequência maior entre 31 e 45 anos, a tabela da entrevista foi dividida em menores que 30 anos e maiores que 75 numa amostragem de 15 em 15 anos a partir daí.

Tabela 2 - IDADE DOS ENTREVISTADOS

Idade	Respondentes	%
< 30	18	16,1%
De 31 a 45	69	61,6%
De 45 a 60	21	18,8%
De 61 a 75	4	3,6%
Total	112	100,0%

Fonte: Elaborado pelo autor (2021)

Quanto a formação, o nível entre os usuários do mobile banking ficou muito próximo em humanas e exatas, uma com 42,5% e a outra com 46,9% conforme tabela abaixo.

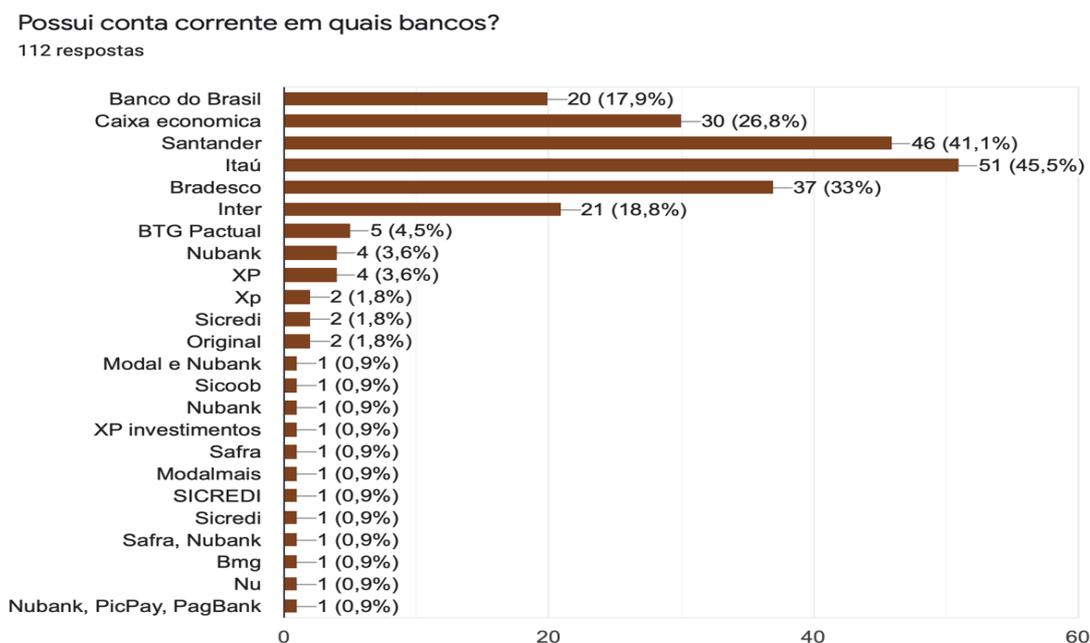
Tabela 3 - FORMAÇÃO DOS ENTREVISTADOS

Formação	Respondentes	%
Humanas	48	42,9%
Biológicas	3	2,7%
Exatas	53	47,3%
Informática	8	7,1%
Total	112	100,0%

Fonte: Elaborado pelo autor (2021)

A partir dessa análise, passamos a outra caracterização de perfil dos usuários, agora o quão bancarizados e a experiência e conhecimento com a internet. Vemos na análise que a quantidade de clientes com contas em bancos tradicionais é muito maior que em os clientes em bancos digitais. Esta foi uma questão com várias alternativas e o pesquisado poderia identificar mais de uma instituição. Fica perceptível a predominância do Itaú com 45,5% seguido de Santander 41,1%.

Figura 4 – POSSUI CONTA CORRENTE EM QUAIS BANCOS



Fonte: https://docs.google.com/forms/d/1Sb31UixX3nVUAIGUZQ9f0VkpjGI55BS_WNRbho2a_wY/edit#responses

Os clientes pesquisados possuem alto conhecimento e experiência com a internet não só no período da pandemia, visto que o perfil desses usuários se classificou como que conhece muito de internet.

Tabela 4 - EXPERIÊNCIA COM A INTERNET

Experiência	Respondentes	%
Não me arrisco	3	2,7%
Me viro	27	24,1%
Conheço pouco	13	11,6%
Conheço muito	69	61,6%
Total	112	100,0%

Fonte: Elaborado pelo autor (2021)

No que tange a tabela 04 abaixo, os clientes que responderam dizem utilizar o *mobile banking* praticamente todos os dias, seja para consultas a saldos e extratos ou para pagamentos.

Tabela 5 - FREQUÊNCIA DE UTILIZAÇÃO

Frequência	Respondentes	%
Não utilizo	2	1,8%
Uma vez por mês	2	1,8%
Uma vez por semana	24	21,4%
Todos os dias	84	75,0%
Total	112	100,0%

Fonte: Elaborado pelo autor (2021)

4.2 Confiabilidade dos construtos

Após caracterizarmos os perfis dos entrevistados, mensuramos a confiabilidade dos construtos: Expectativa de Performance, Expectativa de esforço, Influência Social e Condições facilitadoras.

As escalas da pesquisa foram classificadas de forma a se obter média, mediana e desvio padrão sendo: (1) Concordo totalmente (2) Concordo (3) Nem concordo nem discordo (4) Discordo (5) Discordo totalmente.

Tabela 6 - CONFIABILIDADE DOS CONSTRUTOS

Variáveis	Média	Mediana	Desvio Padrão
Expectativa de Performance	4,31	4,00	0,803
Expectativa de Esforço	4,13	4,00	0,817
Influência Social	3,98	4,00	0,927
Condições Facilitadoras	3,88	4,00	0,911

Fonte: Elaborado pelo autor (2021)

De acordo com a tabela 06 foi possível constatar que o construto “Expectativa de Performance” que se refere justamente a quanto o pesquisado tem de expectativa de que o *mobile banking* lhe ajude a cumprir determinada tarefa, apresentou a maior média (4,31) e menor desvio padrão entre os construtos.

A variável em questão foi testada por meio das questões de 01 a 04 do Anexo 1 e observa-se que a primeira: “Eu otimizei meu tempo utilizando um *Mobile Banking* durante a pandemia” houve uma média de 4,41 destacando-se entre as demais e seguida da questão “Pude utilizar o *Mobile banking* em qualquer lugar” com média de 4,35. Constatando ser este o principal construto que influencia o uso desta tecnologia na pandemia.

A variável “Expectativa de Esforço” ficou logo abaixo com média de 4,13 também considerada alta visto estudo e desvio padrão maior que a primeira. Tal variável avalia a facilidade que o pesquisado vê na utilização desta tecnologia.

Referente as variáveis deste construto a questão “Eu tenho conhecimento necessário para usar o *Mobile banking*” teve a maior média de respondentes com o perfil de Concordo totalmente, gerando uma média de 4,30 neste item. Já o de maior dispersão e menor média ficou por conta da pergunta “Os conteúdos foram facilitados de ler e entender no período de pandemia” levando a concluir que os usuários viram baixa atratividade no que tange a facilidade melhorada neste período.

O construto “Influencia Social” referente a influência que pessoas próximas aos entrevistados tem na utilização destes a tecnologia vem com uma média de 3,98, abaixo dos outros dois já mencionados e desvio padrão com maior valor entre os construtos.

A questão que mais se destacou neste construto foi a de que “Considero usar o *mobile banking* uma atitude moderna” com média de 4,50 e a de menor media “O

uso do *Mobile banking* me dá status profissional” com media em 3,42 seguindo uma tendência muito mais de facilidade de utilização do que influencia e auxilio na utilização desta tecnologia.

Quanto ao construto “Condições facilitadoras” observamos a menor média entre eles (3,88) fazendo uma alusão de que o ambiente pode não ser tão propicio a facilidades que o usuário busca num *Mobile banking*.

A questão com maior média (próximo a 4,0 apenas) foi a de que “Tive todo recurso necessário para utilizar o *mobile banking* durante a pandemia” e o de menor média ficou com a questão sobre o suporte on-line para resolver algumas duvidas, não vendo valor suficiente neste para a utilização da tecnologia.

4.3 Correlação das variáveis

Para analisar além da confiabilidade das escalas, foram analisados os Alpha Cronbach's e as correlações entre os itens através de Correlação de Pearson.

Conforme Hair *et al.* (2010) para um valor do Alpha Cronbach's maior que 0,7 (confiança forte) as correlações devem ficar acima de 0,30 para considerar uma correlação moderada, acima de 0,6 uma correlação forte e maior que 0,9 uma correlação muito forte.

Como é possível verificar no quadro 2 o Alpha das variáveis ficou em 0,87 dando para a nossa pesquisa a confiabilidade esperada.

Quadros 2 - CONFIABILIDADE ATRAVÉS DO ALPHA
CRONBACH'S

Sumário de processamento de casos

Casos	N	Percentual
Valido	112	99,1%
Excluded	1	,9%
Total	113	100,0%

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,87	16

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ExpPerformance1	60,83	55,85	,45	,87
ExpPerformance2	61,18	54,00	,52	,87
ExpPerformance3	60,80	57,69	,35	,87
ExpPerformance4	60,87	55,16	,51	,87
ExpEsforco1	61,01	54,21	,62	,86
ExpEsforco2	61,03	53,27	,65	,86
ExpEsforco3	60,93	53,80	,66	,86
Expesforco4	61,42	53,87	,57	,86
InfSocial1	61,20	55,47	,45	,87
InfSocial2	61,25	54,21	,51	,87
InfSocial3	60,73	57,41	,45	,87
InfSocial4	61,80	54,16	,43	,87
CondFacilit1	61,64	54,41	,40	,87
CondFacilit2	61,21	52,22	,69	,86
CondFacilit3	61,32	55,36	,43	,87
CondFacilit4	61,26	54,28	,60	,86

Fonte: Sistema PSPPIRE output Viewer

A correlação de Person (R) varia de -1 a 1. Conforme site operdata (2021) este coeficiente pode ser explicado quando a correlação se aproxima de 1, quando uma variável aumenta a outra também aumenta. Quando a correlação de aproxima de -1 é o inverso, quando uma variável aumenta a outra diminui. Como a correlação de Pearson é realizada através de duas variáveis, fizemos a análise entre as variáveis dos construtos e depois com os valores mais relevantes entre estes construtos e os perfis dos entrevistados.

Tabela 7 - ANÁLISE DE CONFIABILIDADE – EXPECTATIVA DE PERFORMANCE

Itens Expectativa de Performance	Alpha Cronbach's Total: 0,70	Correlação entre os itens			
		EP1	EP2	EP3	EP4
EP1: Eu otimizei meu tempo utilizando um Mobile Banking durante a pandemia	0,54	1,00			
EP2: O uso do Mobile Banking durante a pandemia melhorou meu desempenho com produtos bancários	0,57	0,687	1,00		
EP3: Posso utilizar o Mobile Banking em qualquer lugar	0,77	0,10	0,125	1,00	
EP4: Eu acho o mobile banking útil para o controle das minhas finanças	0,59	0,497	0,417	0,291	1,00

Fonte: Elaborado pelo autor com dados up do Sistema PSPPIRE output Viewer (2021)

Tabela 8 - ANÁLISE DE CONFIABILIDADE – EXPECTATIVA DE ESFORÇO

Itens Expectativa de Esforço	Alpha Cronbach's 0,83	Correlação entre os itens			
		EE1	EE2	EE3	EE4
EE1: Aprender a usar o Mobile Banking é muito fácil	0,76	1,00			
EE2: Eu não tenho dúvidas do que estou fazendo ao utilizar o serviço	0,74	0,712	1,00		
EE3: Eu tenho conhecimento necessário para usar o Mobile Banking	0,74	0,67	0,785	1,00	
EE4: Os conteúdos foram facilitados de ler e entender no período de pandemia	0,89	0,414	0,352	0,423	1,00

Fonte: Elaborado pelo autor com dados up do Sistema PSPPIRE output Viewer (2021)

Tabela 9 - ANÁLISE DE CONFIABILIDADE – INFLUÊNCIA SOCIAL

Itens Influência Social	Alpha Cronbach's Total: 0,63	Correlação entre os itens			
		IS1	IS2	IS3	IS4
IS1: A maioria das pessoas do meu convívio utilizaram o Mobile Banking durante a pandemia	0,51	1,00			
IS2: Meus familiares e amigos acham que eu devo usar o Mobile Banking	0,51	0,331	1,00		
IS3: Considero usar o Mobile Banking uma atitude moderna	0,57	0,35	0,329	1,00	

IS4: O uso do Mobile Banking me dá status profissional	0,59	0,268	0,343	0,24	1,00
--	-------------	-------	-------	------	------

Fonte: Elaborado pelo autor com dados up do Sistema PSPPIRE output Viewer (2021)

Tabela 10 - ANÁLISE DE CONFIABILIDADE – CONDIÇÃO FACILITADORA

Itens Condição Facilitadora	Alpha Cronbach's	Correlação entre os itens			
	Total: 0,73	CF1	CF2	CF3	CF4
CF1: Se tenho alguma dúvida sobre como usar o serviço do mobile banking, tenho suporte online para me ajudar	0,72	1,00			
CF2: Tive todo recurso necessário para utilizar o Mobile Banking durante a pandemia	0,65	0,535	1,00		
CF3: Eu acredito que minha informação é mantida em sigilo	0,70	0,25	0,004	1,00	
CF4: Eu acredito que o ambiente o mobile banking é seguro	0,62	0,331	0,112	0,244	1,00

Fonte: Elaborado pelo autor com dados up do Sistema PSPPIRE output Viewer (2021)

Os resultados mostram que três dos quatro construtos, possuem escala maior que 0,70 do Alpha Cronbach's. Indicando que a escala possui uma consistência de confiabilidade. Porém, a escala de Influência Social vem um pouco abaixo indicando que ao retirarmos este item da análise melhoramos a consistência interna da escala.

Ainda nestas tabelas, vemos correlações variadas. Na Expectativa de Performance vemos que das seis possibilidades de correlações, quatro ficaram acima de 0,30 indicando correlação elevada entre si.

Na tabela da análise de Expectativa de Esforço já vemos um número maior de correlação, este indicando em 100% uma correlação forte entre as variáveis.

A indicativa de Condições facilitadoras vem numa distância maior. Apenas duas das seis possibilidades de correlação ficam acima de 0,30 na escala.

Em conjunto, estes resultados podem representar uma excelente confiabilidade das duas escalas. E através delas, pudemos verificar que os fatores de maior influencia a aceitação do *mobile banking* é explicada em grande escala pela Expectativa de Esforço seguida da Expectativa de Desempenho desta tecnologia.

Nas pesquisas antes mencionadas da Febraban, vemos que uma grande parte da população ainda não utiliza este meio de tecnologia, muitas vezes justificada pela

falta de manuseio e habilidade dessa modalidade de navegação. Deixando pertinente que este seja um item relevante para o nosso contexto.

Pensando em eficiência e praticidade de um aplicativo bancário a Expectativa de Performance explicada por quanto as pessoas acreditam que aquela tecnologia será útil para atingir um bom desempenho, aplicamos tal construto ao conceito de aceitação do *mobile banking*.

A variável Expectativa de performance (desempenho) refere-se ao grau em que as pessoas acreditam que aquela tecnologia será útil para atingir seus objetivos e o quanto isso trará ganhos de desempenho no trabalho a ser realizado.

4.4 Correlação entre variáveis Globais

Neste tópico também usaremos a correlação de Person (R) a fim de analisarmos as variáveis globais como condição de aceitação do uso do *Mobile banking* na Pandemia.

Tabela 11 - CORRELAÇÃO GLOBAL

Itens	Alfa Cronbach's	Correlação entre os itens				
	Total: 6261	EP	EE	IS	CF	AU
EXPECTATIVA DE PERFORMANCE (EP)	0,57	1,00				
EXPECTATIVA DE ESFORÇO (EE)	0,52	0,256	1,00			
INFLUÊNCIA SOCIAL (IS)	0,56	0,219	0,425	1,00		
CONDIÇÕES FACILITADORAS (CF)	0,56	0,234	0,317	0,247	1,00	
ACEITAÇÃO DE USO (AU)	0,61	0,267	0,222	0,131	0,208	1,00

Fonte: Elaborado pelo autor com dados up do Sistema PSPPIRE output Viewer (2021)

Na tabela acima, foram analisadas as correlações entre as variáveis Expectativa de Performance, Expectativa de Esforço, Influência Social, Condições Facilitadoras em relação a aceitação do uso do *Mobile Banking*.

O construto Expectativa de Performance apresentou correlação positiva (0,267) em relação a aceitação do uso do *mobile banking*. Ou seja, quanto mais o desempenho do APP seja percebido pelo usuário, maior aceitação de utilização ele terá.

O construto Expectativa de Esforço vem logo em seguida numa correlação positiva quanto a esta aceitação (0,222) indicando que quanto maior for a praticidade e facilidade percebido pelo usuário, maior também será a aceitação de uso deste.

O construto Influência Social apresentou correlação de 0,131 em relação a aceitação desta tecnologia, a mais baixa entre os quatro construtos. Entendemos que apesar desta ser positiva, não é significativa para nosso estudo visto que pelo olhar dos pesquisados a influência de amigos ou parentes não exerce muito poder sobre a utilização ou não do *mobile banking*.

O construto Condições Facilitadoras também apresentou correlação positiva com a aceitação dos usuários, valor este de 0,208. Ou seja, quanto maior for a facilidade de uso percebida pelos usuários, maior a utilização do aplicativo bancário.

Em resumo, foi possível constatar que todas as variáveis possuem correlação positiva quanto a aceitação de uso do *Mobile Banking* no período de Pandemia. Porém a que mais tem correlação é a variável Expectativa de Performance, esta ligada ao desempenho, o quanto as pessoas acreditam que aquela tecnologia será útil para atingir seus objetivos e o quanto isso trará ganhos de desempenho no trabalho a ser realizado e logo em seguida a variável Expectativa de Esforço, nível que o indivíduo percebe que esta tecnologia irá exigir de esforço mínimo. Chegando a um resultado idêntico ao visto acima quando analisamos as variáveis em separado.

Com isso, faremos a correlação entre os perfis dos usuários abaixo apenas dos dois construtos mais significativos.

4.5 Correlação entre Expectativa de esforço, Expectativa de Performance e Perfil dos usuários

Apresentamos a seguir uma análise com as principais variáveis da pesquisa de Expectativa de Esforço e Expectativa de Performance com o perfil dos usuários. Além da correlação de Person (R) utilizamos também uma correlação não paramétrica, neste caso o teste de Mann-Whitney (U), para analisarmos se a diferença de medianas é estatisticamente significativa e a correlação de Spearman (p) para analisarmos variáveis de perfis não paramétricos.

Conforme explicado por Bruno (Operdata 2021) o teste de Mann-Whitney, resultados acima de 0,05 são dados não significantes, já os dados abaixo deste valor possuem alta significância.

Tabela 12 - ANÁLISE VARIÁVEIS VERSUS CONSTRUTOS

PERFIL	CORRELAÇÕES	
	Expectativa de Esforço (Global)	Expectativa de Performance (Global)
Variáveis		
Idade		
Média e Desvio Padrão	M = -2,11 DP 1,15	M = -2,30 DP 1,08
Correlação Spearman (R) (p)	R = -0,15 p = -0,15	R = -0,07 p = -0,06
Gênero		
Feminino (Média e Desvio Padrão)	M = 4,06 DP 0,87	M = 4,54 DP 0,73
Masculino (Média e Desvio Padrão)	M = 4,33 DP 0,75	M = 4,28 DP 0,83
Correlação Spearman (R) (p)	R = 0,16 p = 0,17	R = -0,16 p = -0,17
Teste de U Mann Whitney	U = 0,088	U = 0,077
Formação		
Média e Desvio Padrão	M = -2,02 DP 1,34	M = -2,21 DP 1,42
Correlação Spearman (R) (p)	R = 0,02 p = 0,04	R = -0,13 p = -0,13
Quantidade de bancos		
Média e Desvio Padrão	M = -2,06 DP 1,11	M = -2,26 DP 1,18
Correlação Spearman (R) (p)	R = 0,26 p = 0,30	R = 0,14 p = 0,15
Experiência		
Média e Desvio Padrão	M = -0,88 DP 1,05	M = -1,08 DP 1,14
Correlação Spearman (R) (p)	R = 0,28 p = 0,31	R = 0,13 p = 0,14
Frequência utilização		
Média e Desvio Padrão	M = -0,51 DP = 0,86	M = 0,71 DP 0,85
Correlação Spearman (R) (p)	R = 0,29 p = 0,21	R = 0,28 p = 0,22

Fonte: Elaborado pelo autor com dados up do Sistema PSPPIRE output Viewer (2021)

Ao analisarmos os dados da tabela 12, os resultados da variação entre Expectativa de Esforço e Expectativa de performance versus os perfis dos pesquisados, existe correlação negativa quanto a idade indicando que quanto mais novos, maior a expectativa tanto de esforço quanto de performance esperada na utilização do *Mobile Banking*.

Quanto ao gênero não vemos diferenças significativas ($U > 0,05$) mas vemos uma característica interessante quanto a expectativa de performance que é mais abrangente no público feminino se comparado com o masculino. O contrário se visualiza na expectativa de esforço quando visualizamos média de respostas e Desvio padrão.

No quesito formação, vemos uma correlação positiva porém baixa. Consta-se que quanto mais a formação tem vínculo com informática ou exatas, maior a expectativa de esforço e performance como condições para utilização do *Mobile banking*.

Quanto a quantidade de bancos que o cliente possui, é muito mais correlacionado a expectativa de esforço do que a expectativa de performance. O mesmo se vê no perfil de experiência com a internet, onde vimos a maior correlação entre as variáveis estudadas. Logo, a variável experiência, se elevada, aumenta as expectativas quanto ao uso do aplicativo. Se compararmos a idade destes entrevistados versus a experiência com a internet temos uma correlação de 0,82 onde não depende da idade o tempo considerado para se ter experiência. Vemos claramente na sociedade essa distinção entre os mais jovens e mais velhos.

O perfil do usuário em frequência de utilização traz que quanto maior é esta utilização diariamente, maior torna-se a expectativa de esforço e performance da tecnologia aqui analisada. A compreensão desse resultado fortalece a importância da variável experiência.

5. CONCLUSÃO

A proposta deste estudo foi de analisar e identificar através do Modelo UTAUT (Teoria Unificada de Aceitação e Uso da Tecnologia), Venkatesh *et al.* (2003) quais os fatores que mais influenciaram no comportamento à aceitação do *Mobile Banking* no período de pandemia pelos usuários bancários.

Todos os quatro construtos foram analisados neste estudo, entretanto apenas Expectativa de Performance e Expectativa de esforço tiveram mais significância e foram analisados ao perfil dos pesquisados.

Comparados a aceitação e correlacionando estes, todos tiveram resultados positivos. Expectativa de Performance e Expectativa de Esforços apresentaram uma maior correlação com a aceitação de utilizar tal tecnologia durante a pandemia. Logo, para os pesquisados, o que mais ascendeu a necessidade de utilizar o *Mobile Banking* ao lidar com assuntos financeiros na pandemia foi a melhoria de desempenho, a possibilidade do aplicativo trazer economia de tempo e o quanto ele trouxe praticidade, facilidade e resolveu as tarefas que, no momento, não podiam ser resolvidas presencialmente ou por telefone.

Por outro lado, a variável Influência Social apresentou coeficiente mais baixo se comparado as demais indicando que não representa uma hipótese considerável para alocarmos na condição de aceitação do *Mobile Banking*.

Pensando com os olhos do cliente ficou claro que quanto maior a segurança, facilidade de utilização e praticidade desta tecnologia maior será a aceitação e intenção de uso por parte dele a utilização deste APP. A população está se bancarizando e cada vez mais jovens cuidam pessoalmente de suas finanças, este público acaba sendo mais exigente e cobrando melhorias e economia de tempo neste tipo de tecnologia. Vemos tal afirmação clara no comparativo de variáveis de perfis com construtos analisados.

A respeito de possíveis pesquisas futuras, sugerimos a utilização conjunta do UTAUT2 e outras variáveis como renda correlacionando melhor a aceitação do *Mobile Banking*.

Por fim, recomenda-se o aumento do tamanho das amostras além e diversificação de público entre idades e cidades diferentes visto que o procedimento

foi realizado apenas em duas semanas com publico chave na cidade de Belo Horizonte.

6. BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA, R.; ALBERTIN, A. L. **Análise dos fatores determinantes da adoção de rede social corporativa com aplicação do modelo UTAUT**. Revista Eletrônica de Gestão e Serviços, v. 5, n. 2, p. 994-1013, Ago/Set, 2014.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

CIDADANIA FINANCEIRA. **Banco Central do Brasil**, 2021. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/cidadaniafinanceira>> Acesso em: 23 Set, 2021.

Como a TI impulsionará a retomada do setor bancário pós-pandemia. **2s**. 2020. Disponível em: <<https://www.2s.com.br/como-a-ti-impulsionara-a-retomada-do-setor-bancario-pos-pandemia/>> Acesso em: 08 Set, 2021,

DESTAQUES 2020 E EXPECTATIVAS 2021. **Febraban**, 2021. Disponível em: <https://cmsportal.febraban.org.br/Arquivos/documentos/PDF/OBSERVATÓRIO%20FEBRABAN%20%20DESTAQUES%202020%20E%20EXPECTATIVAS%202021%20DEZEMBRO%202020_V1_iD%20-%20FINAL%20v3.pdf> Acesso em: 20 Set, 2021.

DINIZ PEREIRA, B. A.; NUNES ALVES, J.; Análise da Teoria Unificada de Aceitação e Uso de Tecnologia em uma Grande Rede Interorganizacional de Cooperação. **ANPAD**, 2014. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2014_EnEO465.pdf> Acesso em: 24 Set. 2021.

FERREIRA, Ricardo Alexino. Jornalismo Especializado - Jornalismo Científico: **Análise Crítica, Estudo de Cass e a Construção de Novos Paradigmas e de um Novo Currículo Disciplinar**. in INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Salvador/BA - 1 a 5 Set 2002

Mobile Banking se torna o meio mais usado para transações bancárias. **G1**, 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/seu-dinheiro/noticia/mobile-banking-se-torna-meio-mais-usado-para-transacoes-bancarias-diz-febraban.ghtml>> Acesso em: 13 Set, 2021.

MARIANO, A. M. et. Al (2016) **Fatores determinantes da utilização de aplicativos em Dispositivos móveis: um estudo da percepção de estudantes Universitários**. Costa dSauipe, BA, XL Encontro Anpad, 2016.

MORAES, R.F. **Fatores determinantes no uso do mobile banking para operações e transações financeiras em dispositivos móveis: um estudo no município de São Paulo**. 2017. 151f. Dissertação (Pós graduação em Administração). Universidade Municipal de São Caetano Do Sul, São Paulo, 2017.

MOREIRA, J. R.; RIBEIRO, J. B. P. **Necessidade de Informação e Tecnologia da Informação e Comunicação: Ensaio sobre uso e necessidade de informação para alinhamento estratégico entre TIC e Negócios.** *Tecnologias em Projeção*, v. 5, n. 2, p. 01-05, 2021

MOREIRA, N.; SILVEIRA CHAVES, N; BIGNETTI, B. **Uma análise dos fatores influenciadores para a adoção do Mobile Banking no Brasil.** *Revista Alcance*, Rio Grande do Sul, Vol 26, p. 279-299, Set/Dez 2019.

OLIVEIRA, Bruno. Coeficientes de Correlação. **Operdata**. 2019. Disponível em: <<https://operdata.com.br/blog/coeficientes-de-correlacao/>> Acesso em: 22 Set, 2021.

PEDELHES, M. O.; GIMENES DE DEUS, T. L.; COSTA E SILVA, T.; ALVES DANTAS, J. **Mobile e Internet banking: Impacto na Rentabilidade das Instituições Financeiras Brasileiras.** 2018. 19f. Dissertação (Congresso de Contabilidade e Governança). Universidade de Brasília, Distrito Federal 2018.

Perovano, D. G. (2016). Manual de metodologia da pesquisa científica. (1a ed.). Curitiba: InterSaberes. **Significados**. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/pesquisa-descritiva/>> Acesso em: 16 Set, 2021.

Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia bancária. **Febraban**, 2021. Disponível em: <<https://cmsportal.febraban.org.br/Arquivos/documentos/PDF/pesquisa-febraban-relatorio.pdf>>. Acesso em: Set.2021

REIS GOMES, C. M. **Expectativa de desempenho e esforço percebidas por usuários de um aplicativo móvel de compras do varejo.** 2016. 50f. Trabalho de conclusão de curso (Administração). Universidade de Brasília, Distrito Federal 2016.

SANTOS, D, O.; VEIGA, R.T; SOUZA, S.I. **Mobile Banking como novo canal de disseminação de informações e disponibilização de serviços: um teste da Teoria do Comportamento Planejado Decomposto.** *Perspectivas em Ciência da Informação*, v. 16, n. 4, p. 150-170, 2011.

SCHUR, Rafael Dan. Transformação do setor bancário e de pagamentos no Brasil. **EY**.2021. Disponível em: <https://www.ey.com/pt_br/financial-services/transformacao-do-setor-bancario> Acesso em: 10 Ago, 2021.

SILVA, L. L. **Aceitação e uso do mobile banking por estudantes universitários: um estudo apoiado no modelo UTAUT2.** 2019. 19f. Trabalho de conclusão de curso (Administração). Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, 2019.

Testes não paramétricos. **EPGE**. 2014. Disponível em: <https://epge.fgv.br/we/Graduacao/Estatistica1/2009/2?action=AttachFile&do=get&ta_rget=teste-dos-sinais-wilcoxon-e-mann-whitney.pdf> Acesso em: 22 Set, 2021.

Tumelero, Naína. Pesquisa exploratória: conceito, características e aplicação em 4 passos. **Mettzer**, 2020. Disponível em: <https://blog.mettzer.com/pesquisa-exploratoria/> Acesso em 01 Out, 2021.

VENKATESH, V; MORRIS, M; DAVIS, G; DAVIS, F. D. User acceptance of information technology: toward a unified view. *MIS Quarterly*, v. 27, n. 3, p. 425-478, 2003.

VENKATESH, V.; BALA, H. Technology Acceptance Model 3 and a research agenda on interventions. *Decision Sciences*, v. 39, n. 2, p. 273-315, 2008.

VENKATESH, V.; DAVIS, F. A model of the antecedents of perceived ease of use: development and test. *Decision Sciences*, v. 27, n. 3, p. 451-481, 1996.
_____. A theoretical extension of the Technology Acceptance Model: four longitudinal studies. *Management Science*, v. 6, n. 2, p. 186-204, 2000.

7. APÊNDICE A

Uso do Mobile Banking

Perguntas Respostas 112 Configurações

Uso do Mobile Banking

Aceitação do Mobile Banking pelos usuários bancários

Genero *

Feminino

Masculino

Qual sua faixa etária? *

< 30

De 31 a 45

De 46 a 60

De 61 a 75

>75

Qual sua formação academica? *

Humanas

Exatas

Biológicas

Informática

Possui conta corrente em quais bancos? *

- Banco do Brasil
- Caixa economica
- Santander
- Itaú
- Bradesco
- Inter
- BTG Pactual
- Outros...



Como considera sua experiência com a internet?

- Conheço muito
- Conheço pouco
- Me viro
- Não me arrisco

Com que frequência você utiliza o Mobile Banking? *

- Todos os dias
- Uma vez por semana
- Uma vez por mês
- Não utilizo

Eu otimizei meu tempo utilizando um Mobile Banking durante a pandemia *

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não concordo nem discordo
- Discordo
- Discordo totalmente



O uso do Mobile Banking durante a pandemia melhorou meu desempenho com produtos bancários *

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não concordo nem discordo
- Discordo
- Discordo totalmente

Posso utilizar o Mobile Banking em qualquer lugar *

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não concordo nem discordo
- Discordo
- Discordo totalmente

Eu acho o mobile banking útil para o controle *
das minhas finanças

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não concordo nem discordo
- Discordo
- Discordo totalmente



Aprender a usar o Mobile Banking é muito fácil *

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não concordo nem discordo
- Discordo
- Discordo totalmente

Eu não tenho duvidas do que estou fazendo *
ao utilizar o serviço

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não concordo nem discordo
- Discordo
- Discordo totalmente

Eu tenho conhecimento necessário para usar *
o Mobile Banking

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não concordo nem discordo
- Discordo
- Discordo totalmente



Os conteúdos foram facilitados de ler e *
entender no período de pandemia

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não concordo nem discordo
- Discordo
- Discordo totalmente

A maioria das pessoas do meu convívio *
utilizaram o Mobile Banking durante a
pandemia

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não concordo nem discordo
- Discordo
- Discordo totalmente

Meus familiares e amigos acham que eu devo ^{*}
usar o Mobile Banking

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não concordo nem discordo
- Discordo
- Discordo totalmente

Considero usar o Mobile Banking uma atitude ^{*}
moderna

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não concordo nem discordo
- Discordo
- Discordo totalmente

O uso do Mobile Banking me dá status ^{*}
profissional

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não concordo nem discordo
- Discordo
- Discordo totalmente

Se tenho alguma dúvida sobre como usar o serviço do mobile banking, tenho suporte online para me ajudar *

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não concordo nem discordo
- Discordo
- Discordo totalmente



Tive todo recurso necessário para utilizar o Mobile Banking durante a pandemia *

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não concordo nem discordo
- Discordo
- Discordo totalmente

Eu acredito que minha informação é mantida em sigilo *

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não concordo nem discordo
- Discordo
- Discordo totalmente

Eu acredito que o ambiente o mobile banking ^{*}
é seguro

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não concordo nem discordo
- Discordo
- Discordo totalmente



Acredito que o Mobile Banking é melhor do ^{*}
que o atendimento presencial

- Concordo totalmente
- Concordo
- Não concordo nem discordo
- Discordo
- Discordo totalmente