

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – PPGA
MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO

ANDRÉ MANQUEVICK DOS SANTOS

**USO DE CORRETORAS DIGITAIS DE INVESTIMENTO NO BRASIL: FATORES
DETERMINANTES NAS GERAÇÕES X, Y E Z**

CAXIAS DO SUL

2026

ANDRÉ MANQUEVICK DOS SANTOS

**USO DE CORRETORAS DIGITAIS DE INVESTIMENTO NO BRASIL: FATORES
DETERMINANTES NAS GERAÇÕES X, Y E Z**

Dissertação apresentada como requisito para obtenção do título de Mestre em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade de Caxias do Sul.

Orientadora Profa. Dra. Fernanda Lazzari

CAXIAS DO SUL

2026

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Universidade de Caxias do Sul
Sistema de Bibliotecas UCS - Processamento Técnico

S237u Santos, André Manquevick dos

Uso de corretoras digitais de investimento no Brasil [recurso eletrônico] :
fatores determinantes nas gerações X, Y e Z / André Manquevick dos Santos.
– 2026.

Dados eletrônicos.

Dissertação (Mestrado) - Universidade de Caxias do Sul, Programa de
Pós-Graduação em Administração, 2026.

Orientação: Fernanda Lazzari.

Modo de acesso: World Wide Web

Disponível em: <https://repositorio.ucs.br>

1. Administração financeira. 2. Investimentos - Brasil. 3. Comportamento
do consumidor. I. Lazzari, Fernanda, orient. II. Título.

CDU 2. ed.: 005.915

Catalogação na fonte elaborada pela(o) bibliotecária(o)
Márcia Servi Gonçalves - CRB 10/1500

ANDRÉ MANQUEVICK DOS SANTOS

**USO DE CORRETORAS DIGITAIS DE INVESTIMENTO NO BRASIL: FATORES
DETERMINANTES NAS GERAÇÕES X, Y E Z**

Dissertação apresentada como requisito para obtenção do título de Mestre em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade de Caxias do Sul.

Orientadora Profa. Dra. Fernanda Lazzari

Aprovado em 02/07/2026

Banca Examinadora

Profa. Dra. Fernanda Lazzari
Universidade de Caxias do Sul

Profa. Dra. Cintia Paese Giacomello
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Alex Eckert
Universidade de Caxias do Sul

Profa. Dra. Maria Emília Camargo
Universidade Federal de Santa Maria

Dedico este trabalho aos meus pais, Aceli Francisca Manquevick dos Santos e Aquiles Cezar dos Santos Junior, por tudo que representam na minha formação, pelos valores que me ensinaram, pelo exemplo e pelo incentivo permanente à minha trajetória de estudo, trabalho e desenvolvimento. Dedico também à minha esposa, Tinalli Weber dos Santos, pelo amor, pela paciência, pela compreensão nos momentos de ausência e pela parceria constante ao longo desta caminhada. Esta conquista carrega muito do apoio, da confiança e da força que encontrei em vocês.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família, pelo incentivo contínuo, pelo suporte nos momentos mais exigentes e pela compreensão nos períodos em que precisei direcionar grande parte da minha energia ao mestrado e à elaboração desta dissertação. Cada gesto de apoio, cada palavra de encorajamento e cada presença silenciosa nos momentos decisivos contribuíram para que eu mantivesse disciplina, equilíbrio e constância ao longo desta trajetória.

Agradeço à minha orientadora, Professora Dra. Fernanda Lazzari, pela condução cuidadosa, pelas contribuições qualificadas e pelo incentivo permanente ao rigor acadêmico. Suas orientações, ponderações críticas e disponibilidade foram fundamentais para o amadurecimento deste trabalho e, sobretudo, para o meu desenvolvimento como pesquisador.

Agradeço também aos professores do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade de Caxias do Sul, pelos conhecimentos compartilhados e pelas reflexões que ampliaram minha forma de compreender a pesquisa, a gestão e a vida acadêmica. Aos colegas e amigos que estiveram presentes nesta caminhada, deixo minha gratidão pelas trocas, conversas, incentivos e pela parceria que tornou este percurso mais leve, significativo e possível.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Finance Code 001.

RESUMO

Nas últimas décadas, com a difusão da internet, dos computadores pessoais e dos *smartphones*, a relação entre investidores, bancos tradicionais, corretoras de investimento e demais instituições financeiras foi significativamente alterada, abrindo espaço para plataformas digitais que comercializam produtos antes restritos ao atendimento presencial. Apesar da crescente popularidade, pouco se sabe sobre quais fatores levam consumidores de diferentes gerações a adotarem plataformas digitais de investimento. Este estudo analisa os determinantes do uso de corretoras digitais de investimento pelas gerações X, Y e Z no Brasil, combinando o modelo UTAUT3 (Teoria Unificada de Aceitação e Uso de Tecnologia 3) com os construtos complementares imagem da marca, confiança, segurança e privacidade de dados e percepção sobre governo e regulação. A pesquisa adotou abordagem quantitativa, descritiva e transversal, operacionalizada por meio de *survey* eletrônico, com 471 respostas válidas, distribuídas da seguinte forma entre as gerações: Geração X (143), Geração Y (172) e Geração Z (156). Os dados foram analisados por modelagem de equações estruturais via mínimos quadrados parciais (PLS-SEM), incluindo análise multigrupo geracional. Os resultados demonstram que expectativa de performance, influência social, motivação hedônica, hábito, imagem da marca e segurança e privacidade de dados influenciam positivamente a intenção de uso. O hábito apresentou o efeito mais relevante sobre a intenção e foi o principal determinante do uso efetivo, enquanto a intenção de uso não exerceu influência significativa sobre esse comportamento. A imagem da marca foi o segundo antecedente mais expressivo da intenção de uso. A moderação geracional foi identificada apenas na relação entre imagem da marca e intenção de uso, com efeito mais intenso na Geração Z em comparação com a Geração Y. O estudo contribui ao integrar aceitação tecnológica, comportamento do consumidor financeiro e recorte geracional, oferecendo insumos para segmentação, comunicação, design de experiência digital e estratégias de confiança.

Palavras-chave: Corretoras digitais de investimento; UTAUT3; Aceitação tecnológica; Comportamento do consumidor; Coortes geracionais.

ABSTRACT

Over the last decades, the diffusion of the internet, personal computers, and smartphones has significantly transformed the relationship between investors, traditional banks, investment brokerages, and other financial institutions, creating room for digital platforms that offer products previously restricted to face-to-face service channels. Despite their growing popularity, little is known about the factors that lead consumers from different generations to adopt digital investment platforms. This study analyzes the determinants of the use of digital investment brokerages by Generations X, Y, and Z in Brazil, combining the UTAUT3 model (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3) with the complementary constructs of brand image, trust, data security and privacy, and perceptions of government and regulation. The research adopted a quantitative, descriptive, and cross-sectional approach, operationalized through an electronic survey with 471 valid responses, distributed as follows: Generation X (143), Generation Y (172), and Generation Z (156). The data were analyzed using partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM), including generational multigroup analysis. The results show that performance expectancy, social influence, hedonic motivation, habit, brand image, and data security and privacy positively influence intention to use. Habit showed the strongest effect on intention to use and was the main determinant of actual use, whereas intention to use did not exert a significant influence on this behavior. Brand image was the second most expressive antecedent of intention to use. Generational moderation was identified only in the relationship between brand image and intention to use, with a stronger effect for Generation Z than for Generation Y. The study contributes by integrating technology acceptance, financial consumer behavior, and a generational perspective, offering insights for segmentation, communication, digital experience design, and trust-building strategies.

Keywords: Digital investment brokerages; UTAUT3; Technology acceptance; Consumer behavior; Generational cohorts.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Modelo da Teoria da Ação Racional	42
Figura 2 - Modelo da Teoria do Comportamento Planejado	43
Figura 3 - Modelo TAM	44
Figura 4 - Modelo de Aceitação da Tecnologia Estendida - TAM2	45
Figura 5 - Modelo UTAUT – (Teoria unificada de aceitação e uso da tecnologia)	47
Figura 6 - Modelo Integrado de Aceitação de Tecnologia (TAM3)	48
Figura 7 - Modelo UTAUT2	50
Figura 8 - Modelo UTAUT3	51
Figura 9 - Modelo teórico proposto para análise do uso de corretoras digitais de investimento (UTAUT3, construtos complementares e moderação por coortes geracionais)	65
Figura 10 - Modelo estrutural estimado após a análise PLS-SEM.....	110

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Síntese do modelo teórico e hipóteses do estudo	66
Quadro 2 - Construtos, siglas operacionais, autores e itens do instrumento de coleta	70
Quadro C 1 - Operacionalização dos construtos, hipóteses e itens de mensuração.....	165
Quadro D 1 - Detalhamento Resultados na Web of Science	168
Quadro E 1 - Detalhamento Resultados na Scopus.....	170
Quadro F 1 - Detalhamento Resultados na Spell.....	172
Quadro G 1 - Cargas externas dos indicadores do modelo de mensuração.....	176
Quadro H 1 A - Matriz completa de cargas cruzadas (EP, EE, IS, CF, MH).....	179
Quadro H 1 B - Matriz completa de cargas cruzadas (PV, HB, IP, IM, CO).....	180
Quadro H 1 C - Matriz completa de cargas cruzadas (SP, GR, IU, UE).....	181
Quadro H 2 A - Matriz de Fornell-Larcker (EP, EE, IS, CF, MH).....	183
Quadro H 2 B - Matriz de Fornell-Larcker (PV, HB, IP, IM, CO)	184
Quadro H 2 C - Matriz de Fornell-Larcker (SP, GR, IU, UE)	184
Quadro H 3 A - Matriz HTMT (EP, EE, IS, CF, MH).....	185
Quadro H 3 B - Matriz HTMT (PV, HB, IP, IM, CO).....	186
Quadro H 3 C - Matriz HTMT (SP, GR, IU, UE)	186
Quadro H 4 A - VIFs dos indicadores do modelo de mensuração.....	187
Quadro H 5 A - Coeficientes estruturais da Geração X: estimativas e precisão.....	189
Quadro H 5 B - Coeficientes estruturais da Geração X: intervalos de confiança e decisão...	190
Quadro H 5 C - Coeficientes estruturais da Geração Y: estimativas e precisão	190
Quadro H 5 D - Coeficientes estruturais da Geração Y: intervalos de confiança e decisão ..	191
Quadro H 5 E - Coeficientes estruturais da Geração Z: estimativas e precisão	191
Quadro H 5 F - Coeficientes estruturais da Geração Z: intervalos de confiança e decisão...	192
Quadro H 6 A - Comparação pareada entre as gerações X e Y.....	193
Quadro H 6 B - Comparação pareada entre as gerações X e Z	194
Quadro H 6 C - Comparação pareada entre as gerações Y e Z	195
Quadro H 7 A - MICOM entre as gerações X e Y: invariância composicional.....	196
Quadro H 7 B - MICOM entre as gerações X e Y: igualdade de médias e variâncias.....	197
Quadro H 7 C - MICOM entre as gerações X e Z: invariância composicional.....	197
Quadro H 7 D - MICOM entre as gerações X e Z: igualdade de médias e variâncias	198
Quadro H 7 E - MICOM entre as gerações Y e Z: invariância composicional.....	198
Quadro H 7 F - MICOM entre as gerações Y e Z: igualdade de médias e variâncias.....	199

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Resultado das buscas nas bases Scopus e Web of Science (2000–2025).....	26
Tabela 2 - Resultado das buscas na base SPELL (2000–2025).....	27
Tabela 3 - Características sociodemográficas da amostra	88
Tabela 4 - Distribuição geográfica dos respondentes por unidade federativa	89
Tabela 5 - Perfil de investimento e comportamento financeiro dos respondentes	90
Tabela 6 - Corretoras ou plataformas digitais de investimento mais utilizadas	91
Tabela 7 - Estatísticas descritivas dos construtos	93
Tabela 8 - Indicadores com maiores e menores médias	94
Tabela 9 - Confiabilidade interna e validade convergente dos construtos	95
Tabela 10 - Síntese da validade discriminante	96
Tabela 11 - VIF estrutural dos antecedentes	98
Tabela 12 - <i>Bootstrapping</i> e teste das hipóteses do modelo principal.....	98
Tabela 13 - Coeficientes de determinação R^2 e R^2 ajustado.....	100
Tabela 14 - Tamanho de efeito f^2	100
Tabela 15 - PLSpredict: comparação entre modelo PLS e <i>benchmark</i> linear	102
Tabela 16 - PLSpredict em nível de construto	102
Tabela 17 - Covariáveis no modelo de robustez.....	103
Tabela 18 - Comparação de R^2 com e sem covariáveis.....	104
Tabela 19 - Síntese da H14.....	105
Tabela 20 - Comparação MGA com diferença significativa	105
Tabela 21 - Síntese do MICOM entre gerações	106
Tabela 22 - Síntese dos principais resultados do capítulo	107

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Evolução Anual das Publicações de Documentos Únicos (2000–2025)	28
---	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA.....	17
1.2 OBJETIVOS	21
1.2.1 Objetivo geral.....	21
1.2.2 Objetivos específicos.....	21
1.3 JUSTIFICATIVA	22
2 REFERENCIAL TEÓRICO	33
2.1 CONTEXTO INSTITUCIONAL E ECOSSISTEMA DO INVESTIMENTO DIGITAL NO BRASIL	33
2.1.1 Sistema Financeiro Nacional	34
2.1.2 <i>Fintechs</i> de investimento	35
2.1.3 Corretoras digitais e a experiência de investir no Brasil	37
2.2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR EM SERVIÇOS FINANCEIROS	39
2.3 BASES TEÓRICAS E EVOLUÇÃO DOS MODELOS DE ACEITAÇÃO E USO DE TECNOLOGIA	42
2.4 MODELO TEÓRICO PROPOSTO: UTAUT3 APLICADO A CORRETORAS DIGITAIS	52
2.5 CONSTRUTOS COMPLEMENTARES NO CONTEXTO FINANCEIRO DIGITAL ...	59
2.6 RECORTE GERACIONAL E HIPÓTESE DE MODERAÇÃO	62
2.7 SÍNTESE DO MODELO E HIPÓTESES.....	64
3 MÉTODO	68
3.1 ABORDAGEM METODOLÓGICA E DELINEAMENTO DA PESQUISA	68
3.2 MODELO EMPÍRICO E OPERACIONALIZAÇÃO DOS CONSTRUTOS	69
3.3 POPULAÇÃO-ALVO, AMOSTRAGEM E CRITÉRIOS DE ELEGIBILIDADE	72
3.4 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	73
3.5 PRÉ-TESTE E AJUSTES DO INSTRUMENTO	75
3.6 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS	76
3.7 PREPARAÇÃO E TRATAMENTO INICIAL DA BASE DE DADOS.....	77
3.8 PRÉ-ANÁLISE DE CONFIABILIDADE DOS CONSTRUTOS	81
3.9 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DOS DADOS	83

3.10 ASPECTOS ÉTICOS	86
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS	88
4.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA	88
4.2 ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS DOS INDICADORES	92
4.3 AVALIAÇÃO DO MODELO DE MENSURAÇÃO	95
4.4 AVALIAÇÃO DO MODELO ESTRUTURAL	97
4.5 AVALIAÇÃO PREDITIVA COMPLEMENTAR	101
4.6 ANÁLISE DE ROBUSTEZ COM COVARIÁVEIS	103
4.7 ANÁLISE MULTIGRUPO E MODERAÇÃO GERACIONAL.....	104
4.8 SÍNTESE DOS RESULTADOS DO CAPÍTULO.....	107
5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	109
5.1 SÍNTESE DOS ACHADOS CENTRAIS	110
5.2 HÁBITO, INTENÇÃO E USO EFETIVO	114
5.3 ANTECEDENTES SUPOSTOS DA INTENÇÃO DE USO	117
5.4 HIPÓTESES NÃO SUPOSTAS	120
5.5 MODERAÇÃO GERACIONAL, RENDA E ESCOLARIDADE	126
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	132
6.1 PRINCIPAIS CONCLUSÕES DO ESTUDO.....	132
6.2 CONTRIBUIÇÕES TEÓRICAS.....	136
6.3 CONTRIBUIÇÕES GERENCIAIS E SOCIAIS	138
6.4 LIMITAÇÕES DO ESTUDO	141
6.5 SUGESTÕES PARA PESQUISAS FUTURAS	143
REFERÊNCIAS	147
APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)	157
APÊNDICE B – INSTRUMENTO DE PESQUISA (QUESTIONÁRIO COMPLETO)	160
APÊNDICE C – QUADRO DE OPERACIONALIZAÇÃO DOS CONSTRUTOS E HIPÓTESES	165

APÊNDICE D – LISTA DE PUBLICAÇÕES RECUPERADAS NA WEB OF SCIENCE (STRINGS, FILTROS E REGISTROS)	168
APÊNDICE E – LISTA DE PUBLICAÇÕES RECUPERADAS NA SCOPUS (STRINGS, FILTROS E REGISTROS)	170
APÊNDICE F – LISTA DE PUBLICAÇÕES RECUPERADAS NA SPELL (STRINGS, FILTROS E REGISTROS)	172
APÊNDICE G – CARGAS EXTERNAS DOS INDICADORES DO MODELO DE MENSURAÇÃO	176
APÊNDICE H – MATRIZES E RESULTADOS COMPLEMENTARES DAS ANÁLISES ESTATÍSTICAS	178

1 INTRODUÇÃO

O comportamento do investidor pode ser compreendido como um desdobramento do comportamento do consumidor no campo financeiro, pois envolve escolhas, adoção, uso e eventual abandono de serviços orientados à satisfação de objetivos de segurança e retorno. Estudar onde e como as pessoas investem, portanto, exige considerar dimensões cognitivas e sociais que ultrapassam uma lógica puramente racional (Solomon, 2016; Padovesi, 2007).

As *fintechs*, termo derivado da expressão inglesa *financial technology*, são empresas que utilizam intensivamente a tecnologia para desenvolver e oferecer soluções financeiras digitais (Banco Central do Brasil, 2020). No Brasil, o avanço dessas empresas e a disseminação de plataformas digitais de investimento vêm reconfigurando o acesso a produtos financeiros e a relação entre investidores e instituições financeiras.

Segundo a 9ª edição do Raio X do Investidor Brasileiro, da Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (ANBIMA), 36% da população declarou possuir produtos financeiros em 2025, ao passo que 64% não investia em produtos financeiros. No mesmo período, 33% conseguiu economizar algum recurso e 24% realizou algum investimento, evidenciando que poupar, investir no ano e possuir produtos financeiros são comportamentos relacionados, mas conceitualmente distintos (ANBIMA, 2026).

Entre os não investidores, 55% não guardavam dinheiro de nenhuma forma, e as condições financeiras desfavoráveis foram apontadas por 82% como o principal motivo para não investir, com destaque para a percepção de falta de dinheiro. Esses dados mostram que a ampliação dos canais digitais convive com limitações de renda, formação de reservas e capacidade de converter acesso em investimento recorrente (ANBIMA, 2026).

A baixa capacidade de poupança também precisa ser compreendida em conjunto com o avanço do endividamento das famílias. Dados do Banco Central indicam que, em fevereiro de 2026, o endividamento das famílias brasileiras alcançou 49,9% da renda disponível, maior patamar da série histórica, enquanto o comprometimento da renda com dívidas chegou a 29,7%. Esse cenário reduz a margem orçamentária para formação de reservas e ajuda a explicar por que parte relevante da população permanece distante do investimento regular, mesmo diante da ampliação dos canais digitais de investimento (Banco Central do Brasil, 2026).

Além do endividamento bancário, a inadimplência também alcançou patamar expressivo. Em março de 2026, o Mapa da Inadimplência do Serasa Experian registrou 82,8 milhões de consumidores inadimplentes, após 15 meses consecutivos de alta. Esse dado

indica que a restrição financeira atinge parcela relevante da população adulta, afetando a capacidade de poupar, investir e utilizar plataformas digitais de investimento de forma recorrente (Serasa Experian, 2026; IBGE, 2025).

Em conjunto, as evidências sobre orçamento pressionado, endividamento e inadimplência mostram que a participação no mercado de investimentos é condicionada por limitações concretas de renda e formação de reservas. O comportamento do investidor deve, portanto, ser compreendido como parte de uma trajetória que começa na geração de excedente, passa pela decisão de poupar e se converte em aplicação em produtos financeiros. Nesse contexto, a digitalização amplia o acesso, mas não garante, isoladamente, o uso recorrente de corretoras digitais de investimento (ANBIMA, 2026; Banco Central do Brasil, 2026; Serasa Experian, 2026; Venkatesh *et al.*, 2012).

Esse processo, contudo, não é homogêneo. Observa-se heterogeneidade geracional no canal efetivo de investimento e nas fontes de informação, com maior presença de aplicativos e sites entre gerações mais jovens e maior uso de atendimento presencial em grupos mais maduros. Além disso, o aplicativo de corretoras digitais de investimento já aparece como canal principal para parte da Geração Z, em proporções superiores às demais gerações (ANBIMA, 2024).

A literatura de comportamento do consumidor e de marketing reconhece que coortes geracionais compartilham valores e experiências capazes de influenciar preferências e atitudes. Assim, Geração X, Geração Y e Geração Z podem apresentar expectativas distintas quanto à conveniência, confiança e interação com ambientes digitais, o que torna pertinente analisar a adoção de corretoras digitais de investimento no Brasil sob recorte geracional (Parry; Urwin, 2011; Geiger, 2015; Dimock, 2019).

No plano institucional, a difusão de tecnologias financeiras amplia a intermediação digital e reestrutura modelos de negócio orientados por plataformas e aplicativos, alterando como serviços são ofertados e contratados. No mercado de capitais, a expansão das negociações eletrônicas e a consolidação de ambientes digitais para envio de ordens reforçam o papel das corretoras digitais de investimento como interfaces centrais da experiência do investidor (Banco Central do Brasil, 2020; CVM, 2004; CVM, 2019).

Para compreender esse tipo de escolha, a literatura de aceitação tecnológica oferece bases consolidadas. O modelo UTAUT, sigla de *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*, denominação traduzida como Teoria Unificada de Aceitação e Uso da Tecnologia, foi proposto para integrar contribuições de diferentes modelos de aceitação tecnológica. O modelo articula quatro antecedentes principais: expectativa de performance,

expectativa de esforço, influência social e condições facilitadoras. Com isso, busca explicar tanto a intenção comportamental quanto o comportamento efetivo de uso de uma tecnologia em contextos organizacionais (Venkatesh *et al.*, 2003; Williams *et al.*, 2015).

Além desses antecedentes, a UTAUT incorpora moderadores, como idade e experiência, permitindo capturar diferenças entre perfis de usuários. Essa característica é útil quando se pretende explicar a adoção de plataformas em contextos de uso crescente e diversificado (Venkatesh *et al.*, 2003).

Com a migração para o contexto do consumidor, o UTAUT2 ampliou o modelo ao incorporar motivação hedônica, valor de preço e hábito, elementos mais aderentes ao uso voluntário e recorrente. No ambiente financeiro digital, esses fatores ajudam a compreender por que a experiência de uso, a percepção de custo benefício e a repetição do comportamento podem sustentar ou enfraquecer a continuidade do uso (Venkatesh *et al.*, 2012; Sultana; Chowdhury; Haque, 2023; Amnas *et al.*, 2023).

Propostas mais recentes, referidas como UTAUT3, mantêm o núcleo do UTAUT2 e adicionam dimensões como inovatividade pessoal em tecnologia da informação. Em serviços financeiros digitais, essa propensão a experimentar novas soluções pode ser decisiva, pois a disposição para testar plataformas e aprender funcionalidades varia entre indivíduos e entre gerações, impactando a adoção inicial (Farooq *et al.*, 2017).

Ainda assim, o domínio financeiro impõe especificidades que desafiam os modelos tradicionais. A decisão de usar uma plataforma de investimento envolve expectativa de retorno, exposição a perdas e avaliação de credibilidade institucional, fazendo com que confiança, segurança e privacidade de dados assumam papel explicativo sensível na formação da intenção de uso (Ryu, 2018; Stewart; Jürjens, 2018).

Estudos empíricos em serviços financeiros digitais indicam que a percepção sobre governo e regulação e a imagem da marca podem influenciar a adoção, frequentemente por meio do fortalecimento da confiança (Hu *et al.*, 2019; Williams *et al.*, 2015). Esses resultados reforçam a necessidade de combinar antecedentes clássicos da aceitação tecnológica com construtos contextuais do setor, preservando coerência teórica e clareza de recortes, como recomendado na literatura (Hu *et al.*, 2019; Williams *et al.*, 2015).

No contexto brasileiro, apesar do crescimento do investimento digital, observa-se uma lacuna acadêmica no recorte desta dissertação: a estratégia de busca e depuração apresentada na seção 1.3 identificou baixa incidência de estudos sobre adoção de corretoras digitais à luz do UTAUT3, integrando construtos complementares e comparando coortes geracionais. Os

registros recuperados concentram-se em outras modalidades de *fintechs* ou não segmentam a decisão de investimento por coorte.

Diante desse cenário, esta pesquisa se orienta a examinar os fatores determinantes do uso de corretoras digitais de investimento pelas gerações X, Y e Z no Brasil, articulando comportamento do consumidor financeiro e aceitação tecnológica. Para isso, adota-se um modelo baseado no UTAUT3, complementado por dimensões do ambiente financeiro digital, no qual a intenção de uso e o uso efetivo são tratados como construtos endógenos que operacionalizam, em termos teóricos, o fenômeno de uso investigado. Com isso, busca-se contribuir teoricamente e oferecer subsídios gerenciais às diferenças comportamentais das coortes geracionais (Solomon, 2016; Farooq *et al.*, 2017).

1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA

Esta dissertação delimita-se à investigação dos fatores determinantes do uso de corretoras digitais de investimento no Brasil. No plano teórico, esse uso é analisado por meio da articulação entre intenção de uso e uso efetivo, tratados como construtos endógenos do modelo proposto. O foco recai nos antecedentes associados ao uso de uma interface digital para investir, e não em desempenho de ativos, estratégias de carteira ou explicações macroeconômicas (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012).

O fenômeno investigado é o uso de corretoras digitais de investimento, entendido como comportamento mediado por plataformas que reúnem informações, funcionalidades e mecanismos para execução de ordens e operações em ambiente eletrônico. Para fins de modelagem teórica, esse fenômeno é decomposto em intenção de uso e uso efetivo, permitindo distinguir predisposição comportamental e materialização do uso (Banco Central do Brasil, 2020; CVM, 2019).

Essa distinção é relevante porque, nos modelos de aceitação tecnológica, a intenção de uso representa a predisposição comportamental do indivíduo diante de determinada tecnologia, enquanto o uso efetivo se refere à manifestação do comportamento de uso. Assim, a pesquisa preserva a lógica teórica do UTAUT3, sem tratar intenção e uso como dimensões equivalentes, mas como etapas relacionadas do fenômeno de adoção tecnológica em corretoras digitais de investimento (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Farooq *et al.*, 2017).

Para evitar dispersão conceitual, o estudo não abrange, como objeto principal, serviços de pagamento, carteiras digitais, crédito, seguros ou funcionalidades típicas de bancos

digitais, quando desconectadas do ato de investir em instrumentos de mercado. Ainda que essas soluções componham o ecossistema de *fintechs*, elas operam com lógicas de uso distintas das corretoras digitais de investimento (Banco Central do Brasil, 2020). O recorte é feito para isolar o comportamento de investimento mediado por corretoras digitais de investimento.

No plano regulatório e institucional, o recorte brasileiro é adotado por reconhecer que a intermediação em mercado de capitais ocorre sob normas, canais e práticas específicas, com implicações na percepção de segurança, credibilidade e funcionamento das operações. A pesquisa considera esse ambiente como contexto de análise, sem pretender discutir a regulação em profundidade, mas reconhecendo sua influência sobre o desenho do serviço e a confiança percebida (CVM, 2004; CVM, 2019).

A delimitação populacional concentra-se em consumidores investidores pertencentes às gerações X, Y e Z, tratadas como coortes úteis para comparação de padrões de adoção. O recorte geracional é utilizado como lente analítica para observar diferenças de resposta a determinantes do uso, e não como tentativa de atribuir características fixas ou generalizantes de cada geração. A literatura sustenta a relevância de coortes para investigar diferenças de atitudes e valores (Parry; Urwin, 2011).

Para fins operacionais de delimitação, adota-se Geração X como nascidos entre os anos de 1965 e 1980, Geração Y como nascidos entre os anos de 1981 e 1996, e Geração Z como nascidos entre os anos de 1997 e 2012. Essas referências são utilizadas para padronizar o recorte e permitir comparabilidade entre respondentes, reconhecendo que diferentes estudos podem variar em fronteiras, mas preservando consistência interna no presente trabalho (Geiger, 2015; Dimock, 2019; Library of Congress, 2025).

O recorte geracional é pertinente porque diferenças de socialização tecnológica podem influenciar expectativas de conveniência, autonomia, relacionamento com interfaces digitais e sensibilidade a percepções de segurança e privacidade de dados no ambiente *online*. Assim, a pesquisa considera que a idade, como marcador de coorte, pode alterar a relevância relativa de determinados antecedentes na formação da intenção de uso e em sua conversão em uso efetivo. Esse entendimento é coerente com evidências de diferenças etárias no uso de serviços financeiros digitais (Geiger, 2015; Cardozo *et al.*, 2019).

A investigação assume como unidade de análise o indivíduo no contexto de consumo, evitando o enquadramento organizacional de uso obrigatório. O uso de corretoras digitais de investimento ocorre, em regra, por decisão voluntária do usuário, em que experiências prévias, percepção de custo benefício e hábitos podem influenciar o comportamento. Essa

escolha de escopo é coerente com extensões teóricas desenvolvidas para explicar adoção em consumo e uso recorrente de tecnologia (Venkatesh *et al.*, 2012).

Do ponto de vista teórico, o estudo delimita-se ao uso voluntário de tecnologia no contexto do consumidor, adotando como estrutura base o UTAUT3 por integrar determinantes de intenção e uso efetivo e por incorporar a inovatividade como traço individual relevante em ambientes digitais. A especificação busca preservar consistência de construtos e comparabilidade analítica no fenômeno investigado (Venkatesh *et al.*, 2012; Farooq *et al.*, 2017).

Como o ambiente financeiro digital envolve incerteza e percepção de vulnerabilidades informacionais, delimita-se a inclusão de construtos complementares associados à credibilidade institucional e à proteção de dados, especialmente confiança, segurança e privacidade de dados. Esses elementos são tratados como dimensões contextuais do domínio financeiro que influenciam a predisposição do usuário a adotar plataformas digitais de investimento (Ryu, 2018; Stewart; Jürjens, 2018).

Delimita-se, adicionalmente, a consideração de imagem da marca e percepção sobre governo e regulação como sinais de legitimidade percebida, que podem reduzir incertezas e fortalecer a confiança em serviços financeiros digitais. Evidências empíricas indicam que tais fatores influenciam a adoção, especialmente quando conectados à construção de confiança no serviço e no provedor (Hu *et al.*, 2019).

No contexto brasileiro, essa delimitação é coerente com evidências de pesquisas que adaptaram o UTAUT3 a *fintechs* e incorporaram imagem da marca, confiança, segurança e privacidade de dados e percepção sobre governo e regulação para explicar intenção de uso e uso efetivo. Assim, a pesquisa utiliza essa base para estruturar seu recorte de construtos, preservando aderência ao ambiente nacional e evitando a simples importação acrítica de especificações internacionais (Fernandes; Pinto de Mello, 2025; Farooq *et al.*, 2017).

O estudo delimita, ainda, que a investigação se concentra em corretoras digitais como plataformas de investimento, não se propondo a avaliar qualidade técnica de sistemas, desempenho operacional ou arquitetura de segurança de forma pericial. A ênfase recai nas percepções do usuário e nos antecedentes que condicionam a formação da intenção de uso e sua conversão em uso efetivo, conforme a lógica dos modelos de aceitação tecnológica. Essa delimitação preserva o foco comportamental do trabalho (Venkatesh *et al.*, 2012; Stewart; Jürjens, 2018).

Considerando a variabilidade de aplicações e adaptações dos modelos de aceitação ao longo do tempo, delimita-se que a pesquisa buscará coerência na especificação dos construtos

e clareza na fronteira do fenômeno investigado. Em estudos de tecnologia, escolhas inconsistentes de variáveis podem produzir resultados difíceis de comparar e interpretar, motivo pelo qual a delimitação teórica e contextual é tratada como etapa central para organizar o problema de pesquisa (Williams *et al.*, 2015).

Diante dessas delimitações, o problema de pesquisa concentra-se em compreender, no contexto brasileiro, como os determinantes de aceitação tecnológica e os construtos contextuais do ambiente financeiro digital se articulam para explicar o uso de corretoras digitais de investimento, considerando possíveis diferenças entre coortes geracionais. Para fins de modelagem, esse uso é operacionalizado por meio da intenção de uso e do uso efetivo, em consonância com a lógica dos modelos de aceitação tecnológica (Venkatesh *et al.*, 2012; Williams *et al.*, 2015).

Com base nesse contexto, analisar o uso de corretoras digitais de investimento no Brasil não significa estudar apenas uma mudança tecnológica. Trata-se de compreender um fenômeno situado em um ambiente de baixa poupança, endividamento elevado, concentração em produtos tradicionais e diferenças geracionais relevantes. Assim, o uso dessas plataformas depende da disponibilidade tecnológica, mas também da confiança, da percepção de segurança, da compreensão dos produtos e da relação de cada geração com o dinheiro e com os canais digitais (ANBIMA, 2026; Banco Central do Brasil, 2026; Serasa Experian, 2026).

Logo, o problema de pesquisa ganha relevância justamente porque o uso de corretoras digitais de investimento ocorre em um mercado no qual há ampliação dos canais digitais, mas nem todos os consumidores conseguem converter acesso em investimento regular. A literatura de aceitação tecnológica permite analisar a predisposição e o comportamento de uso, enquanto os dados nacionais sobre poupança, endividamento, inadimplência e perfil do investidor ajudam a situar empiricamente os limites dessa adoção (Venkatesh *et al.*, 2003; Banco Central do Brasil, 2026; Serasa Experian, 2026).

Assim, o cenário macrofinanceiro brasileiro não desloca o foco da pesquisa, mas aprofunda sua justificativa ao mostrar que o uso de plataformas digitais de investimento é condicionado por fatores econômicos, comportamentais, institucionais e geracionais. Nesse contexto, compreender o uso de corretoras digitais exige articular dimensões de comportamento do consumidor, aceitação tecnológica, confiança e condições concretas de participação no mercado financeiro (Solomon, 2016; Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012).

Com base no UTAUT3 e em construtos complementares associados ao ambiente financeiro digital, esta pesquisa se orienta pela seguinte questão: quais fatores explicam o uso de corretoras digitais de investimento por consumidores das gerações X, Y e Z no Brasil?

1.2 OBJETIVOS

A definição de objetivos claros permite transformar a questão de pesquisa em etapas operacionais, orientando a construção do instrumento, a coleta e a análise dos dados, com alinhamento entre problema, teoria e evidências a serem obtidas. Assim, os objetivos desta pesquisa foram estruturados para sustentar a investigação do uso de corretoras digitais de investimento no Brasil sob recorte geracional e base teórica consistente (Mattar, 2013).

1.2.1 Objetivo geral

Analisar os fatores determinantes do comportamento de uso de corretoras digitais de investimento por consumidores das gerações X, Y e Z no Brasil, considerando a influência de construtos tecnológicos, comportamentais e contextuais associados ao ambiente financeiro digital.

1.2.2 Objetivos específicos

Os objetivos específicos desdobram o objetivo geral em etapas operacionais, oferecendo suporte à organização do modelo teórico, à definição dos construtos, à avaliação das medidas, à estimação das relações estruturais e à comparação entre as coortes geracionais. Dessa forma, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

- a) Adaptar o modelo UTAUT3 ao contexto de uso de corretoras digitais de investimento no Brasil, considerando sua aderência ao comportamento do consumidor financeiro em ambiente digital.
- b) Analisar como os construtos tecnológicos e comportamentais do modelo UTAUT3 contribuem para o uso de corretoras digitais de investimento por consumidores brasileiros.
- c) Examinar de que forma imagem da marca, confiança, segurança e privacidade de dados e percepção sobre governo e regulação interferem no comportamento de uso de corretoras digitais de investimento.

- d) Identificar os fatores com maior influência sobre o uso de corretoras digitais de investimento no Brasil, considerando os construtos tecnológicos, comportamentais e contextuais do modelo proposto.
- e) Comparar o comportamento de uso de corretoras digitais de investimento entre consumidores das gerações X, Y e Z, observando diferenças nos fatores que influenciam cada coorte geracional.

1.3 JUSTIFICATIVA

A justificativa desta pesquisa se ancora na necessidade de aprofundar, com base empírica verificável, a compreensão sobre o uso de corretoras digitais de investimento no Brasil. Essa análise articula diferenças entre coortes geracionais e a distinção entre intenção de uso e uso efetivo em modelos de aceitação tecnológica ajustados ao ambiente financeiro digital. Assim, a pertinência do estudo decorre da necessidade de sustentar a especificidade do problema e do modelo proposto por meio de evidências rastreáveis (Mattar, 2013; Williams *et al.*, 2015).

No campo do comportamento do consumidor, a relevância de investigar decisões em serviços complexos decorre do fato de que escolhas são influenciadas por dimensões cognitivas e sociais, e não apenas por cálculo racional. Essa premissa sustenta a necessidade de compreender decisões financeiras como decisões de consumo, pois elas envolvem avaliação de valor, confiança e experiências anteriores, elementos centrais no comportamento do consumidor (Solomon, 2016; Padovesi, 2007).

Do ponto de vista teórico, a literatura de aceitação de tecnologia oferece um arcabouço consolidado para explicar intenção de uso e uso efetivo, ao organizar determinantes e moderadores em uma estrutura comparável entre perfis e contextos. Essa base é relevante para estudos em plataformas digitais de investimento, pois permite analisar como a intenção se forma e como se converte em comportamento de uso (Venkatesh *et al.*, 2003; Williams *et al.*, 2015).

O UTAUT2 ampliou essa compreensão ao incorporar dimensões mais aderentes ao uso voluntário, como motivação hedônica, valor de preço e hábito, aproximando o modelo de contextos em que o consumidor decide usar continuamente uma tecnologia. Essa ampliação é pertinente em ambientes digitais, nos quais experiência, repetição e avaliação de custo benefício sustentam o uso ao longo do tempo (Venkatesh *et al.*, 2012; Solomon, 2016).

Propostas referidas como UTAUT3 preservam o núcleo do UTAUT2 e adicionam dimensões associadas à predisposição individual a experimentar tecnologia, reforçando que inovatividade pode influenciar adoção inicial e continuidade. Em plataformas digitais de investimento, onde funcionalidades se atualizam e a aprendizagem é constante, essa dimensão tende a ser relevante para explicar diferenças de adesão entre perfis e gerações (Farooq *et al.*, 2017; Fernandes; Pinto de Mello, 2025).

Em serviços financeiros digitais, a explicação da intenção e do uso efetivo exige atenção à credibilidade institucional e à avaliação de segurança e privacidade de dados, pois esses elementos sustentam confiança na relação com o serviço (Stewart; Jürjens, 2018).

Por isso, esta pesquisa adota o UTAUT3 como base e incorpora os construtos complementares imagem da marca, confiança, segurança e privacidade de dados e percepção sobre governo e regulação. Essa escolha busca ampliar a aderência do modelo ao contexto de corretoras digitais de investimento (Hu *et al.*, 2019; Farooq *et al.*, 2017).

A lacuna teórica, portanto, está menos na ausência de modelos de aceitação e mais na forma como esses modelos têm sido aplicados em objetos de investimento digital, muitas vezes com pouca atenção às especificidades do domínio e às dimensões que estruturam a confiança do consumidor. Ao delimitar e integrar esses elementos ao modelo, o estudo busca aumentar precisão explicativa no recorte proposto (Stewart; Jürjens, 2018; Hu *et al.*, 2019).

Estudos internacionais reforçam que confiança e proteção de dados são particularmente sensíveis em *fintechs*, pois o serviço depende de autenticação, compartilhamento de informações e transações mediadas por tecnologia. Assim, a inclusão de segurança e privacidade de dados como construtos tem aderência ao ambiente investigado, mantendo consistência com a lógica do modelo de adoção (Stewart; Jürjens, 2018; Ryu, 2018; Jafri *et al.*, 2024).

Do mesmo modo, imagem da marca e percepção sobre governo e regulação funcionam como sinais de legitimidade percebida, podendo fortalecer confiança e reduzir incertezas associadas ao uso de serviços financeiros digitais. Esses sinais tornam-se relevantes quando o consumidor decide entre múltiplas plataformas com ofertas e funcionalidades semelhantes, e busca elementos reputacionais e institucionais para ancorar sua escolha (Hu *et al.*, 2019; Kotler; Keller, 2012).

No plano empírico, alguns estudos recentes analisam a adoção de *fintechs* em sentido amplo, sem delimitar uma modalidade específica de serviço financeiro. Sultana, Chowdhury e Haque (2023) investigam a adoção de *fintechs* entre estudantes universitários, enquanto Amnas *et al.* (2023) examinam os determinantes gerais da adoção de *fintech* com base na

integração entre o UTAUT2 e a confiança. Embora contribuam para a compreensão do fenômeno, esses estudos não se concentram especificamente no uso de corretoras digitais de investimento, cuja dinâmica envolve a decisão de investir, a execução de operações por meio da plataforma e a interação com o mercado em ambiente regulado (Sultana; Chowdhury; Haque, 2023; Amnas *et al.*, 2023; CVM, 2019).

No caso brasileiro, a relevância empírica não se apoia apenas no crescimento do investimento digital, mas na necessidade de explicar como e por que consumidores aderem a corretoras digitais de investimento em um ambiente institucional próprio, marcado por regulação, fiscalização e regras específicas de intermediação. Essas características influenciam percepção de legitimidade e a leitura de sinais de confiança, segurança e privacidade de dados no uso de plataformas (CVM, 2004; CVM, 2019).

Em complemento à lacuna acadêmica anteriormente demonstrada pela literatura e pela análise bibliométrica, a relevância empírica do estudo se intensifica diante da mudança observada nos meios de acesso às aplicações financeiras no Brasil. O avanço dos aplicativos como canal de investimento indica que o ambiente digital passou a integrar não apenas a execução das operações, mas também a experiência decisória do investidor. Dessa forma, compreender os fatores que explicam o uso de corretoras digitais de investimento torna-se relevante para interpretar uma mudança concreta no comportamento do investidor brasileiro, especialmente sob o recorte das gerações X, Y e Z (ANBIMA, 2025; Solomon, 2016; Venkatesh *et al.*, 2012).

A dimensão geracional amplia a relevância do estudo, uma vez que coortes compartilham experiências históricas e socioeconômicas que influenciam valores, preferências e atitudes, e essa lente permite compreender padrões de escolha para além de idade isolada. Em investimento digital, isso é relevante porque o peso relativo de determinantes do modelo pode variar entre Geração X, Y e Z, afetando intenção de uso e uso efetivo (Parry; Urwin, 2011; Ikeda; Campomar; Pereira, 2008).

Portanto, a lacuna empírica pode ser caracterizada por dois aspectos complementares: a menor concentração de estudos com foco específico em corretoras digitais de investimento no Brasil e a limitação de investigações que comparem coortes geracionais de modo estruturado no contexto de aceitação tecnológica. Essa combinação pode justificar o avanço de descrições gerais para explicações comparativas, com potencial de gerar evidências mais úteis para teoria e prática (Donthu *et al.*, 2021).

Estudos recentes reforçam que a adoção de serviços financeiros digitais não pode ser explicada apenas por atributos instrumentais da tecnologia, pois a decisão do usuário também

envolve confiança, segurança, privacidade, percepção de risco, imagem da marca e características do público-alvo. Nesse sentido, pesquisas aplicadas a *fintechs* e plataformas digitais de investimento indicam que os construtos tradicionais dos modelos de aceitação tecnológica permanecem relevantes, mas ganham maior capacidade explicativa quando articulados a variáveis específicas do contexto financeiro digital (Sultana; Chowdhury; Haque, 2023; Amnas *et al.*, 2023; Yanida; Padmanegara; Muklis, 2025; Garg; Rani; Garg, 2026).

Para sustentar essa lacuna de forma verificável, a pesquisa recorre a evidências bibliométricas como síntese objetiva do mapeamento da literatura. Esse procedimento permite rastrear, por bases e *strings*, como a produção científica se estreita quando o recorte combina investimento digital, UTAUT3, construtos complementares e comparação geracional. Nesta seção, a bibliometria não é tratada como resultado empírico da dissertação, mas como evidência de justificativa para o problema investigado (Zupic; Čater, 2015; Donthu *et al.*, 2021; Williams *et al.*, 2015).

Visando estruturar essa evidência, foram definidas *strings* com âncora em UTAUT, UTAUT2 e UTAUT3 combinadas a termos do contexto de investimento digital e a dimensões associadas aos construtos utilizados no estudo, como imagem da marca, confiança, segurança e privacidade de dados e percepção sobre governo e regulação. Essa estratégia permite observar a concentração de estudos diretamente alinhados ao tema quando o recorte é formulado com maior precisão (Donthu *et al.*, 2021; Farooq *et al.*, 2017).

Na síntese dos resultados brutos, as buscas nas bases Scopus e Web of Science retornaram 52 e 22 registros, respectivamente, considerando seis *strings* aplicadas ao período de 2000 a 2025, recorte compatível com a expansão do acesso digital e dos serviços financeiros *online* no Brasil, antes de depuração. Esse retrato inicial pode indicar que a interseção entre UTAUT e plataformas de investimento permanece pequena quando o recorte é mais específico (Zupic; Čater, 2015; Donthu *et al.*, 2021).

Ressalta-se que a inclusão do termo *perceived risk* em uma das *strings* teve finalidade exclusivamente bibliométrica, para ampliar a recuperação de estudos correlatos, sem implicar sua operacionalização como construto no modelo empírico desta pesquisa (Donthu *et al.*, 2021; Williams *et al.*, 2015).

Tabela 1 - Resultado das buscas nas bases Scopus e Web of Science (2000–2025)

Palavras Chave e Operador Booleano	Scopus	Web of Science
(UTAUT OR UTAUT2 OR UTAUT3) AND ("investment platform*" OR brokerage OR "investment app*" OR "online trading")	16	7
(UTAUT OR UTAUT2 OR UTAUT3) AND ("investment platform*" OR brokerage OR "investment app*" OR "online trading") AND ("behavioral intention" OR adoption)	13	6
(UTAUT OR UTAUT2 OR UTAUT3) AND ("investment platform*" OR brokerage OR "investment app*" OR "online trading") AND (trust OR "perceived risk")	9	3
(UTAUT OR UTAUT2 OR UTAUT3) AND ("investment platform*" OR brokerage OR "investment app*" OR "online trading") AND ("data security" OR privacy)	2	1
(UTAUT OR UTAUT2 OR UTAUT3) AND ("investment platform*" OR brokerage OR "investment app*" OR "online trading") AND ("social influence" OR influencer*)	8	4
(UTAUT OR UTAUT2 OR UTAUT3) AND ("investment platform*" OR brokerage OR "investment app*" OR "online trading") AND (generation* OR cohort* OR "gen y" OR millennial* OR "gen z" OR "gen x")	4	1
Observação: totais correspondem à soma dos retornos por <i>string</i> , podendo conter duplicidades entre buscas.	52	22

Fonte: Elaborado pelo autor.

A mesma lógica foi aplicada à base da SPELL, com adaptação de termos ao português, resultando em 93 documentos brutos entre 2000 e 2025, recorte também compatível com a expansão do acesso digital e dos serviços financeiros *online* no Brasil. Esse volume não significa aderência ao objeto, pois a depuração por título e foco temático é necessária, já que parte relevante trata *fintechs* em sentido amplo, sem centralidade em corretoras digitais de investimento. Ressalta-se que os termos usados apenas para ampliar a recuperação bibliométrica, como risco percebido, não implicam sua operacionalização como construto no modelo empírico (Donthu *et al.*, 2021; Williams *et al.*, 2015).

Tabela 2 - Resultado das buscas na base SPELL (2000–2025)

Palavras Chave e Operador Booleano	Spell
UTAUT E plataforma de investimento OU corretora OU aplicativo de investimento OU negociação online	17
UTAUT E plataforma de investimento OU corretora OU app de investimento OU negociação online E intenção comportamental OU adoção	13
UTAUT E plataforma de investimento OU corretora OU app de investimento OU negociação online E confiança E risco percebido	13
UTAUT E plataforma de investimento OU corretora OU app de investimento OU negociação online E segurança de dados E privacidade	13
UTAUT E plataforma de investimento OU corretora OU app de investimento OU negociação online E influência social E influenciador	13
UTAUT E plataforma de investimento OU corretora OU aplicativo de investimento OU negociação online E geração OU coorte OU geração y OU millennial OU geração z OU geração x	24
Observação: totais correspondem à soma dos retornos por <i>string</i> , podendo conter duplicidades entre buscas.	93

Fonte: Elaborado pelo autor.

Ao avançar para a depuração, os resultados da Web of Science indicam que, após exclusão de itens duplicados entre *strings* e verificação por título, os 22 registros brutos se reduziram a 7 publicações únicas, concentradas entre 2023 e 2025. A baixa quantidade de estudos únicos sustenta a justificativa de lacuna empírica, sem depender apenas de argumentos contextuais (Zupic; Čater, 2015; Donthu *et al.*, 2021).

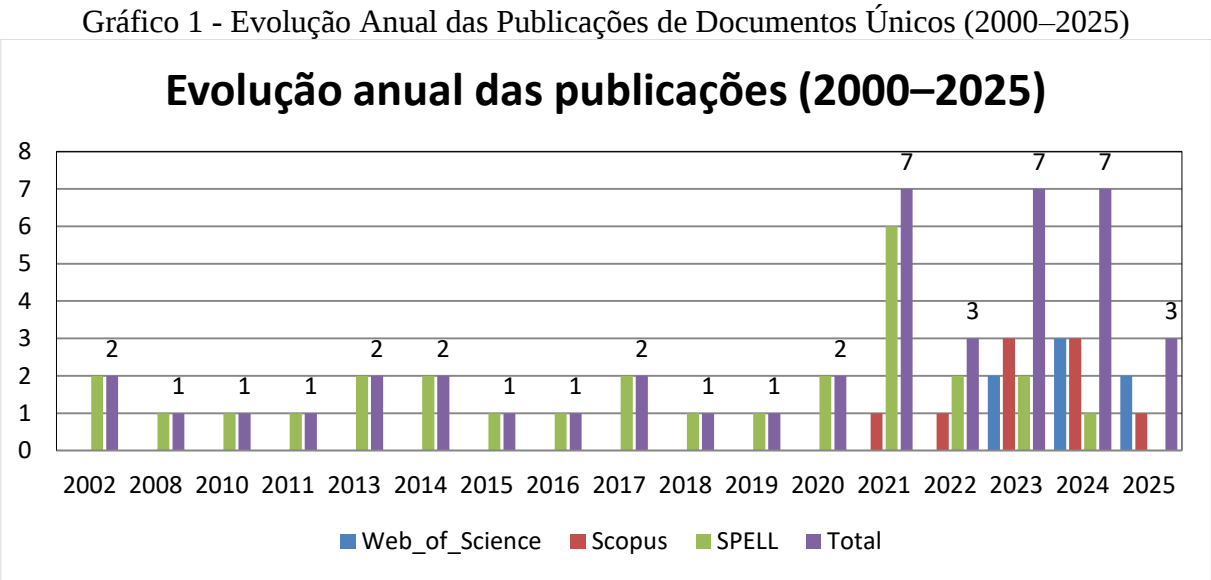
Além do volume limitado, observa-se que os estudos únicos identificados na Web of Science não são brasileiros, com predominância de produção em mercados emergentes asiáticos. Esse achado amplia a justificativa de contexto ao evidenciar que o Brasil, apesar de sua relevância no mercado financeiro digital, não aparece como local de investigação nesse recorte, reforçando a necessidade de pesquisa empírica nacional (Zupic; Čater, 2015).

Na Scopus, a busca retornou 52 registros brutos, que após remoção de duplicidades resultaram em 16 documentos únicos entre 2021 e 2025. Como 7 registros já constavam na base da Web of Science, restaram 9 estudos adicionais na Scopus, reforçando um campo recente, com dispersão temática e concentração geográfica fora do Brasil (Donthu *et al.*, 2021; Zupic; Čater, 2015).

Na SPELL, após depuração, os 93 documentos retornados se reduziram a 28 documentos únicos, entre 2002 e 2024, com crescimento nos últimos cinco anos. Ainda assim, predominam temas de tecnologia financeira em sentido amplo, como *open banking* e pagamentos, reforçando a lacuna específica sobre corretoras digitais de investimento com recorte geracional e estrutura UTAUT3.

O valor dessa evidência bibliométrica está em demonstrar que, quando se combina UTAUT com plataformas digitais de investimento e dimensões associadas aos construtos utilizados no estudo, a literatura recuperada diminui de modo significativo. Essa constatação sustenta que o problema é específico e não redundante, e que a justificativa se apoia em base verificável, com potencial de replicação do procedimento de busca (Zupic; Čater, 2015; Donthu *et al.*, 2021).

Considerando Web of Science, Scopus e SPELL, o Gráfico 1 apresenta a evolução anual das publicações de documentos únicos após depuração. Assim, o gráfico cumpre função de síntese visual da dinâmica temporal da produção no recorte investigado, reforçando que o campo é recente e ainda limitado, sem antecipar resultados analíticos (Zupic; Čater, 2015; Williams *et al.*, 2015).



Fonte: Elaborado pelo autor.

Vale destacar que o Brasil possui particularidades institucionais e de mercado, com regulação, fiscalização e práticas de proteção ao investidor que influenciam a percepção de legitimidade do ambiente digital. Assim, a justificativa não é replicar achados internacionais, mas investigar se relações teóricas se mantêm e como se manifestam em um contexto

nacional que apresenta dinâmica própria de intermediação e comunicação (CVM, 2004; CVM, 2019).

A dimensão regulatória também é pertinente porque serviços de investimento dependem de regras e transparência, e isso se conecta a construtos do modelo que tratam de confiança, segurança e privacidade de dados. Quando o usuário decide operar via aplicativo, ele não avalia apenas conveniência, mas também sinais de proteção e de credibilidade percebida, elementos que podem diferir entre plataformas e entre perfis geracionais (CVM, 2019; Stewart; Jürjens, 2018).

A justificativa empírica também se fortalece ao reconhecer que a experiência digital depende da qualidade da informação, do sistema e do serviço oferecido pela plataforma. Em aplicações de pagamento móvel, essas dimensões influenciaram positivamente a satisfação e a intenção de continuidade, enquanto, em serviços de pagamento *fintech*, a qualidade do serviço exerceu efeito significativo sobre a utilização, com destaque para o papel da utilidade percebida na formação de atitudes e intenções comportamentais (Al Amin *et al.*, 2024; Sharma *et al.*, 2024).

No contexto de aceitação tecnológica, a influência social capta efeitos de validação e recomendação e pode operar de modo distinto entre gerações, sobretudo em ambientes digitais com forte presença de conteúdo e redes. Essa dimensão reforça o recorte geracional, pois experiências compartilhadas em coortes diferentes podem alterar a importância atribuída aos determinantes do modelo (Venkatesh *et al.*, 2003; Parry; Urwin, 2011).

Do ponto de vista prático e gerencial, a pesquisa é justificada porque corretoras digitais de investimento competem por públicos com expectativas distintas, e compreender o peso relativo de imagem da marca, confiança, segurança e privacidade de dados e percepção sobre governo e regulação pode orientar decisões de comunicação, desenho de serviço e priorização de investimentos em funcionalidades. Ao detalhar os determinantes multigeracionais da intenção de uso e do uso efetivo, o estudo oferece subsídios para estratégias segmentadas (Kotler; Keller, 2012; Hu *et al.*, 2019).

A contribuição gerencial também se fortalece porque estudos recentes em *fintechs* demonstram que desempenho percebido, esforço de uso, condições facilitadoras, hábito, preço, confiança e suporte ao cliente influenciam a intenção de adoção e a continuidade de uso de serviços financeiros digitais. Esses achados indicam que gestores de corretoras digitais de investimento não devem concentrar suas decisões apenas em redução de custos ou ampliação de funcionalidades, mas também em elementos capazes de produzir confiança, clareza informacional, segurança percebida e continuidade de relacionamento com diferentes

perfis de investidores (Amnas *et al.*, 2023; Meiranto; Faisal; Yuyetta, 2024; Garg; Rani; Garg, 2026).

Em serviços digitais, ganhos de escala podem coexistir com alto custo reputacional em caso de falhas de segurança, atendimento inadequado ou comunicação pouco transparente. Por isso, compreender determinantes de intenção de uso e uso efetivo pode apoiar gestores na alocação de recursos em elementos que reforçam confiança e proteção de dados, evitando decisões baseadas apenas em conveniência percebida (Stewart; Jürjens, 2018; Venkatesh *et al.*, 2012).

A relevância da confiança e da segurança é ainda mais evidente em serviços financeiros digitais, nos quais o usuário compartilha dados pessoais, informações patrimoniais e decisões de investimento em ambientes mediados por aplicativos. Revisões recentes sobre adoção de *fintechs* mostram que confiança, segurança, privacidade e percepção de risco aparecem de forma recorrente entre os principais determinantes da intenção de uso, especialmente quando o consumidor precisa avaliar a credibilidade da plataforma e a proteção de seus dados antes de intensificar o relacionamento digital (Jafri *et al.*, 2024; Ahmad; Hassan, 2025; Garg; Rani; Garg, 2026).

A imagem da marca é particularmente útil do ponto de vista gerencial porque pode funcionar como sinal de reputação e qualidade percebida, influenciando a escolha quando o consumidor enfrenta falta de informação clara. Em corretoras digitais de investimento, esse sinal reputacional tende a ganhar força quando plataformas apresentam funcionalidades semelhantes, pois a marca atua como referência de credibilidade e reforça a confiança necessária para a intenção de uso e sua conversão em uso efetivo (Hu *et al.*, 2019; Kotler; Keller, 2012).

Estudos recentes reforçam a pertinência desse construto em serviços financeiros digitais. Ahmad e Hassan (2025) demonstram que a imagem da marca exerce papel relevante na construção da confiança e na adoção de *fintechs*, enquanto Hassan *et al.* (2026) indicam que imagem da marca, expectativa de performance e literacia digital contribuem para formar confiança e intenção de uso. Assim, em ambientes nos quais diferentes plataformas oferecem funcionalidades semelhantes, a marca pode operar como sinal reputacional e reduzir incertezas percebidas pelo consumidor.

A percepção sobre governo e regulação é relevante como sinal institucional percebido, especialmente em serviços financeiros digitais nos quais a confiança pode ser reforçada por percepção de legitimidade e alinhamento a estruturas regulatórias. Ainda que não determine a

decisão isoladamente, pode compor a avaliação do consumidor sobre a plataforma quando combinado a sinais de marca e de segurança (Hu *et al.*, 2019; CVM, 2019).

Em termos sociais, a pesquisa contribui com conhecimento aplicável à proteção do investidor e à inclusão financeira mediada por tecnologia, pois o avanço do investimento digital amplia o acesso e exige atenção a práticas de segurança e privacidade de dados. Ao investigar determinantes de intenção de uso e de uso efetivo, o estudo pode indicar fatores que reforçam confiança e sustentam uso mais responsável de plataformas (Banco Central do Brasil, 2020; Stewart; Jürjens, 2018).

Essa contribuição social também se relaciona à forma como informações são apresentadas e interpretadas em ambientes digitais, pois a organização do conteúdo e a comunicação via aplicativos podem afetar compreensão e confiança. Ao focar intenção e uso efetivo, a pesquisa pode apoiar iniciativas de educação e transparência que fortaleçam o relacionamento entre investidores e plataformas, contribuindo para um mercado mais confiável (Barbosa; Silva, 2010; Banco Central do Brasil, 2020).

Ademais, ao evidenciar como confiança, segurança percebida, imagem da marca e percepção regulatória influenciam a intenção de uso e o uso efetivo, os resultados podem subsidiar políticas de educação financeira que estimulem a população a planejar, poupar e investir de forma responsável, sem que o objetivo central deste estudo se torne prescritivo (Lusardi; Mitchell, 2014).

No campo acadêmico, a justificativa se consolida por integrar comportamento do consumidor e aceitação tecnológica em um objeto específico, evitando generalizações sobre *fintechs* e concentrando-se na escolha de corretoras digitais de investimento como canal e interface de relacionamento. Ao articular UTAUT3 e construtos complementares coerentes com o contexto, o estudo amplia capacidade explicativa sem romper o núcleo teórico do modelo (Solomon, 2016; Farooq *et al.*, 2017).

A distinção entre intenção de uso e uso efetivo reforça a justificativa, pois melhora a interpretação de adoção e continuidade, evitando tratar a decisão como evento único. Em plataformas digitais, é possível haver intenção sem conversão em uso e uso sustentado por hábito e conveniência, e essa nuance é central para compreender adoção em serviços de investimento (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012).

O recorte multigeracional reforça o potencial explicativo ao permitir comparação estruturada, evitando que médias gerais ocultem diferenças substantivas entre coortes. Esse desenho é relevante para teoria e prática, pois permite identificar quais construtos são mais sensíveis em cada geração e onde se concentram barreiras e fatores de reforço da adoção, sem

deslocar a discussão para hipóteses ou procedimentos metodológicos (Parry; Urwin, 2011; Geiger, 2015).

Em síntese, o estudo se fundamenta na convergência de lacunas teóricas, empíricas e metodológicas. No plano teórico, propõe um modelo de aceitação tecnológica aderente ao contexto financeiro digital. No plano empírico, busca evidências no Brasil com comparação entre coortes geracionais. No plano metodológico, sustenta a lacuna por meio de evidência bibliométrica verificável. Ao articular comportamento do consumidor e aceitação tecnológica, a pesquisa contribui para compreender intenção e uso efetivo de corretoras digitais de investimento (Solomon, 2016; Venkatesh *et al.*, 2003; Donthu *et al.*, 2021).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este referencial teórico organiza os fundamentos que sustentam a análise da intenção de uso e do uso efetivo de corretoras digitais de investimento no Brasil. Parte-se do entendimento de que decisões financeiras não decorrem apenas de racionalidade econômica, pois também são influenciadas por percepções, experiências e contexto social do consumidor, sobretudo em serviços complexos e intangíveis (Solomon, 2016). Assim, o fenômeno é interpretado como adoção de serviço financeiro digital em ambiente de incerteza e exigência informacional (Hu *et al.*, 2019).

Na sequência, o capítulo contextualiza o Sistema Financeiro Nacional e seus principais agentes, pois regulação e infraestrutura moldam a oferta e a credibilidade do mercado (Banco Central do Brasil, 2020; CVM, 2019). Em seguida, delimita *fintechs* e o recorte para investimento digital, ajudando a compreender corretoras digitais de investimento como plataformas e jornadas de serviço no Brasil.

Como eixo explicativo, adota-se a literatura de aceitação e uso de tecnologia, que evolui de modelos psicossociais e instrumentais para estruturas integradoras voltadas a explicar intenção e uso efetivo (Fishbein; Ajzen, 1975; Davis, 1989; Venkatesh *et al.*, 2003). Nesse percurso, UTAUT e suas extensões sustentam a escolha do UTAUT3 como base teórica principal, por sua capacidade de síntese, comparabilidade entre estudos e incorporação de diferenças individuais relevantes ao uso de serviços digitais (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Farooq *et al.*, 2017).

O capítulo também incorpora construtos complementares relevantes ao ambiente financeiro digital, especialmente imagem da marca, confiança, segurança e privacidade de dados e percepção sobre governo e regulação, como sinais reputacionais diante de informação incompleta (Farooq *et al.*, 2017; Stewart; Jürjens, 2018; Ryu, 2018; Hu *et al.*, 2019). Por fim, o recorte por coortes geracionais sustenta a comparação entre as gerações X, Y e Z e culmina na síntese do modelo e das hipóteses (Parry; Urwin, 2011; Dimock, 2019).

2.1 CONTEXTO INSTITUCIONAL E ECOSSISTEMA DO INVESTIMENTO DIGITAL NO BRASIL

Esta seção organiza o contexto institucional e o ecossistema do investimento digital no Brasil, articulando a estrutura do Sistema Financeiro Nacional, o surgimento de *fintechs* e o recorte de *fintechs* de investimento, até a caracterização das corretoras digitais de

investimento como plataformas de intermediação e experiência de investir. Esse encadeamento delimita o ambiente no qual se formam a intenção de uso e o uso efetivo, preparando a transição para os modelos de aceitação tecnológica discutidos nas seções seguintes (Banco Central do Brasil, 2020; Venkatesh *et al.*, 2012).

2.1.1 Sistema Financeiro Nacional

O Sistema Financeiro Nacional (SFN) é o conjunto de instituições, normas e mecanismos que organiza a intermediação financeira no país, conectando poupadores e tomadores de recursos e viabilizando crédito, investimento e pagamentos. Sua arquitetura busca combinar eficiência e estabilidade por meio de instâncias normativas, supervisoras e operacionais, cada qual com responsabilidades definidas (Banco Central do Brasil, 2020).

No SFN, o Banco Central do Brasil exerce papel central na regulação e supervisão para estabilidade do sistema e das instituições financeiras, atuando para promover a estabilidade monetária e contribuir para um sistema sólido. Essa função se torna ainda mais relevante quando a digitalização amplia a escala das transações e eleva a exigência por padrões consistentes de governança e conduta, com impacto direto sobre confiança e integridade do mercado (Banco Central do Brasil, 2020).

Os bancos tradicionais, em diferentes formatos, são participantes essenciais do SFN, pois concentram a oferta de crédito, meios de pagamento e serviços financeiros. Para este estudo, importa reconhecer que bancos tradicionais e plataformas digitais coexistem no ambiente de investimento, influenciando comparações de conveniência, atendimento e credibilidade entre diferentes formas de intermediação financeira (Banco Central do Brasil, 2020).

No mercado de capitais, a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) regula, disciplina e fiscaliza o mercado de valores mobiliários, com ênfase em proteção do investidor e transparência das informações. Sua atuação abrange emissores, intermediários e fundos, buscando coibir práticas irregulares e sustentar condições de funcionamento eficiente e regular dos mercados organizados (CVM, 2019).

A B3 S.A – Brasil, Bolsa, Balcão, integra a infraestrutura do mercado financeiro brasileiro ao prover ambientes de negociação e serviços de registro e pós-negociação, apoiando a formação de preços e a eficiência operacional. Ao concentrar sistemas e rotinas que suportam transações e a custódia de ativos, a B3 contribui para a padronização e a confiabilidade dos processos que viabilizam o investimento no país (B3, 2025).

Corretoras e distribuidoras de títulos e valores mobiliários atuam como intermediárias entre investidores e os mercados, viabilizando o acesso a produtos e a execução de ordens em ambientes regulados. Essas instituições operam sob regras e supervisão, reforçando requisitos de informação, conduta e segurança operacional, dimensões que se tornam ainda mais visíveis quando a experiência é mediada por plataformas digitais (CVM, 2019).

2.1.2 *Fintechs* de investimento

As *fintechs* podem ser compreendidas como empresas que combinam finanças e tecnologia para criar soluções inovadoras, alterando processos, canais e modelos de negócio na oferta de serviços financeiros (Puschmann, 2017). Essa perspectiva é útil porque desloca o foco do produto isolado para o desenho de experiência e operação que sustenta a entrega de valor ao usuário, especialmente em jornadas digitais (Nicoletti, 2017).

A literatura descreve a evolução das *fintechs* por meio de uma divisão em fases associada a mudanças tecnológicas e institucionais, com destaque para a intensificação do ambiente digital após 2008. Nesse percurso, novas empresas e grandes empresas de tecnologia ampliam sua presença no setor, disputando espaço com instituições tradicionais e redefinindo formas de competir por clientes e dados (Nicoletti, 2017).

Leong e Sung (2018) tratam *fintech* como um conjunto de ideias e aplicações que aprimoram serviços e processos financeiros por meio de inovação tecnológica. Essa definição permite compreender o fenômeno como transformação da lógica de prestação do serviço, em que automação, conveniência e integração de funcionalidades passam a compor a proposta de valor percebida pelo consumidor (Leong; Sung, 2018).

Essa compreensão é coerente com o enquadramento institucional brasileiro, que caracteriza *fintechs* como empresas que introduzem inovações em mercados financeiros por meio do uso intensivo de tecnologia, com potencial para criar novos modelos de negócio e serviços digitais (Banco Central do Brasil, 2020). Com isso, a noção de *fintech* é delimitada por inovação, digitalização e modelo de negócio, e não apenas por um tipo específico de instituição (Puschmann, 2017).

Ao se tratar de *fintechs* de investimento, o recorte passa a abranger soluções voltadas à decisão e à execução de aplicações, como plataformas de intermediação, aplicativos de negociação e ferramentas de acompanhamento de carteira. Nesse subsegmento, as corretoras digitais de investimento podem ser compreendidas como uma modalidade de *fintech* de investimento, pois estruturam a intermediação e a jornada de investir por meio de plataformas

e aplicativos. Nesse segmento, a experiência tende a ser centrada na interface, com autonomia, rapidez e personalização como atributos valorizados, reforçando o papel da jornada digital como parte do serviço (Leong; Sung, 2018).

A proposição de valor das *fintechs* de investimento costuma combinar redução de fricções, maior transparência de custos e acesso simplificado a produtos (Leong; Sung, 2018). Essa lógica dialoga com evidências de expansão do uso de canais digitais para investir, com destaque para aplicativos como meio predominante em 2024, sinalizando consolidação de hábitos digitais na relação do investidor com o mercado (ANBIMA, 2025).

Apesar desses benefícios, o investimento digital tende a ser mais sensível porque envolve decisões sob incerteza, possibilidade de perdas e necessidade de interpretar informações técnicas, o que eleva a exigência de compreensão e acompanhamento do serviço. Assim, a intenção de uso e o uso efetivo não se explicam apenas pela conveniência percebida, pois também envolvem avaliação do ambiente de informação e da credibilidade do provedor (Solomon, 2016).

Nesse ambiente, a falta de informação clara ganha relevância, pois o investidor nem sempre consegue avaliar plenamente a qualidade do serviço antes do uso. Em plataformas digitais de investimento, atualizações frequentes, diversidade de produtos e linguagem especializada ampliam a necessidade de sinais de confiabilidade e clareza informacional, especialmente quando o usuário depende da plataforma para organizar e interpretar dados (Hu *et al.*, 2019).

A confiança tende a operar como condição de viabilidade da intenção de uso, pois envolve entrega de dados, recursos e decisões a um ambiente mediado por tecnologia. Estudos em *fintechs* indicam que segurança e privacidade de dados influenciam a confiança e, por consequência, a intenção de uso, sobretudo quando o serviço envolve transações financeiras e dados sensíveis (Stewart; Jürjens, 2018; Ryu, 2018).

Nesse contexto, a imagem da marca pode funcionar como sinal reputacional que reduz incerteza quando o investidor enfrenta informação incompleta e precisa decidir entre plataformas percebidas como semelhantes. Em ambientes digitais, em que a experiência depende de estabilidade, transparência e suporte, reputação e credibilidade tornam-se dimensões estratégicas para explicar diferenças de adesão e continuidade (Farooq *et al.*, 2017).

Com isso, delimita-se que corretoras digitais de investimento constituem um tipo específico de *fintech* de investimento, cuja proposta de valor combina intermediação, autonomia, conveniência e experiência digital. Entretanto, sua adoção não se explica apenas

pela praticidade percebida, pois também envolve confiança, segurança e sinais reputacionais associados ao ambiente financeiro digital (Farooq *et al.*, 2017; Stewart; Jürjens, 2018; Ryu, 2018; Venkatesh *et al.*, 2012).

2.1.3 Corretoras digitais e a experiência de investir no Brasil

A experiência de investir no Brasil ainda é marcada pela preferência por produtos tradicionais, embora a diversificação venha avançando entre os investidores. Em 2025, 36% da população declarou possuir produtos financeiros, o equivalente a 60,6 milhões de pessoas. Na população geral, a caderneta de poupança foi o produto mais utilizado, indicada por 22% dos entrevistados, seguida por títulos privados, com 7%, e fundos de investimento, com 5%. Entre os investidores, o uso da poupança caiu de 75% em 2021 para 61% em 2025, enquanto os títulos privados passaram de 8% para 20%, os fundos de investimento de 9% para 14% e as criptomoedas de 7% para 11%, indicando ampliação gradual da diversificação das carteiras (ANBIMA, 2026).

Apesar desse movimento, a diversificação permanece limitada. Em 2025, 19% da população compunha o Perfil Caderneta, 17% o Perfil Diversifica, 52% o Perfil Sem Reserva e 12% o Perfil Economiza Mas Não Investe. Ao mesmo tempo, 43% conheciam espontaneamente algum tipo de investimento e apenas 4% afirmaram não conhecer nenhum na pesquisa estimulada, mas 59% declararam não utilizar alternativas de investimento. Esse contraste mostra que a barreira não se restringe ao desconhecimento, envolvendo também capacidade financeira, confiança, segurança percebida e conversão do conhecimento em prática de investimento (ANBIMA, 2026).

Também se observa mudança nos meios de acesso às aplicações financeiras. Em 2024, os aplicativos de bancos responderam por 49% das escolhas dos investidores, enquanto a visita às agências atingiu 33%. Sob o recorte geracional, a preferência por investir pelo aplicativo do banco foi majoritária entre as gerações Z e Y, com 68% e 61%, respectivamente. Na Geração X, 51% indicaram a ida ao banco como principal meio de investimento e 31% apontaram o aplicativo, enquanto apenas 10% da Geração Z preferiam o canal presencial. Esse padrão evidencia diferentes intensidades de digitalização da jornada de investimento entre as coortes geracionais (ANBIMA, 2024; ANBIMA, 2025; Dimock, 2019; Solomon, 2016).

No presente estudo, corretoras digitais de investimento são entendidas como serviços de intermediação acessados predominantemente por plataformas digitais, nas quais a jornada

inclui abertura de conta, validação cadastral, definição de perfil, escolha de produtos, execução de ordens e acompanhamento de carteira. Custos, autonomia, atendimento e suporte são mediados por interface e canais remotos, com automação relevante em etapas críticas da experiência, o que caracteriza intenção de uso e uso efetivo de tecnologia em serviço financeiro (Venkatesh *et al.*, 2012).

Essa delimitação diferencia o fenômeno dos bancos tradicionais e de formas de intermediação centradas no relacionamento presencial. Embora os canais digitais concorram pela conveniência, a decisão de investimento também é influenciada pela confiança, pela necessidade de orientação e pela interação humana, especialmente em serviços financeiros complexos (Solomon, 2016).

A experiência de investir também é moldada pelas fontes de informação utilizadas por cada coorte geracional. Falar presencialmente com gerente ou assessor apresenta maior peso na Geração X, com 34%, em comparação com 24% na Geração Y e 14% na Geração Z. Entre os mais jovens, consultar amigos e parentes alcança 20%, enquanto aplicativos e sites de bancos ou corretoras atingem 17%. Nos canais digitais de conteúdo, a Geração Z se destaca pelo YouTube, com 52%, e pelo Instagram, com 49%; na Geração Y, o YouTube alcança 42%, enquanto, na Geração X, a televisão apresenta maior centralidade, com 37%. Essas diferenças evidenciam caminhos informacionais distintos na construção de percepções, confiança e validação social ao longo da jornada de investimento (ANBIMA, 2024; Solomon, 2016).

A evolução recente reforça a transição para o digital e explicita o espaço específico das corretoras digitais de investimento. Em 2023, o aplicativo do banco foi o principal meio para investir na população investidora (45%), seguido do investimento pessoalmente no banco (38%), e o aplicativo de corretora apareceu com 4%. Na geração Z, os percentuais se deslocam: 63% investem pelo aplicativo do banco, 15% presencialmente e 8% pelo aplicativo da corretora, sugerindo maior abertura a plataformas especializadas (ANBIMA, 2024).

No plano institucional, corretoras e distribuidoras integram o Sistema Financeiro Nacional e exercem a função de intermediar operações com valores mobiliários, estando sujeitas a requisitos prudenciais, informacionais e de conduta. O Banco Central do Brasil e a Comissão de Valores Mobiliários atuam na supervisão dessas instituições, cada qual em seu âmbito, o que reforça que a experiência digital do investidor ocorre em arcabouço regulatório específico (Banco Central do Brasil, 2025; CVM, 2019).

A integração do ecossistema financeiro digital também amplia comparação e conveniência. Iniciativas como o *Open Finance*, sob coordenação do Banco Central do Brasil,

estruturam o compartilhamento padronizado de dados e serviços mediante consentimento, favorecendo portabilidade e competição por experiência, preço e proposta de valor, sem implicar adoção automática de uma plataforma. A materialidade do mercado reforça essa disputa: na renda variável, a B3 reportou 5,4 milhões de investidores pessoa física e custódia de R\$ 588,3 bilhões no 2º trimestre de 2025 (Banco Central do Brasil, 2025; B3, 2025).

Diante disso, a adoção de corretoras digitais de investimento é tratada como o processo que vai do reconhecimento da plataforma e da abertura de conta até a ativação do uso. A intenção de uso representa a disposição declarada de utilizar a corretora digital de investimento, enquanto o uso efetivo corresponde à realização recorrente de operações e ao acompanhamento de investimentos por esse canal (Venkatesh *et al.*, 2012; Parry; Urwin, 2011).

2.2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR EM SERVIÇOS FINANCEIROS

A decisão do consumidor em serviços financeiros envolve mais do que cálculo racional de custos e retornos, pois combina avaliação cognitiva, respostas emocionais e influência social, especialmente quando o serviço é complexo e intangível. Nessa perspectiva, escolhas de investimento podem ser entendidas como resultados de percepções, experiências e contexto, e não apenas da busca do melhor resultado financeiro, o que é coerente com a literatura de comportamento do consumidor (Solomon, 2016).

No plano cognitivo, o consumidor interpreta informações, compara alternativas e constrói critérios de decisão sob restrições de tempo, linguagem técnica e capacidade de processamento. Em investimentos digitais, essas exigências se intensificam, pois a experiência depende de interface, clareza informacional e estabilidade da plataforma, o que reforça a relevância de sinais que orientem julgamento de qualidade e confiabilidade (Solomon, 2016; Hu *et al.*, 2019).

A propensão a poupar não deve ser analisada apenas como decisão individual, pois também reflete renda disponível, estabilidade institucional, aprendizado financeiro e valores socialmente compartilhados. No Brasil, a instabilidade econômica, o histórico inflacionário, a renda pressionada e a baixa educação financeira dificultam a consolidação de uma cultura regular de poupança e investimento (Costa-Font; Giuliano; Özcan, 2018; Guiso; Sapienza; Zingales, 2006).

Dessa forma, poupar pode ser compreendido como comportamento aprendido e reforçado por educação, estabilidade e confiança no futuro. Essa leitura evita atribuir

diferenças financeiras a características fixas de determinados grupos e permite interpretar a formação de reservas como resultado de condições econômicas, institucionais e socioculturais articuladas (Costa-Font; Giuliano; Özcan, 2018; Guiso; Sapienza; Zingales, 2006).

No caso brasileiro, os dados recentes reforçam essa dificuldade cultural e educacional. A ANBIMA mostra que apenas 21% da população já participou de aula, curso, treinamento ou palestra sobre educação financeira, proporção que sobe para 33% entre investidores e cai para 14% entre não investidores. Além disso, o conhecimento espontâneo sobre algum produto financeiro avançou de 28% para 43% em cinco anos, mas ainda deixa parte expressiva da população distante da linguagem básica do mercado financeiro (ANBIMA, 2026).

A 9ª edição do Raio X do Investidor Brasileiro também evidencia que conhecimento financeiro e comportamento de investimento caminham juntos. Na questão sobre juros compostos, 66% da população respondeu corretamente, mas o percentual foi maior entre investidores, com 74%, e menor entre não investidores, com 62%. O índice de acerto também cresce entre pessoas com Ensino Superior e entre aquelas que já participaram de atividades de educação financeira, reforçando que a compreensão de conceitos financeiros básicos influencia a forma como os indivíduos avaliam riscos, retornos e decisões de investimento (ANBIMA, 2026).

A dimensão emocional aparece na forma como o indivíduo percebe incerteza, reage à possibilidade de perda e lida com sentimentos como ansiedade, segurança e autocontrole. Em serviços financeiros, a emoção não é periférica, pois a própria natureza do investimento envolve expectativa de retorno e possibilidade de frustração, o que pode afetar a intenção de uso e a continuidade do uso efetivo ao longo do tempo (Solomon, 2016; OECD, 2024).

A dimensão social se expressa em recomendações, validação por pares e consumo de conteúdos que orientam a decisão, inclusive em redes e mídias digitais. Esse componente tende a ganhar força quando o consumidor percebe falta de informação clara, pois busca apoio social para reduzir dúvidas e legitimar a decisão de uso. Em ambiente de mercado de capitais, a CVM reconhece a relevância do fenômeno dos influenciadores digitais para a circulação de conteúdos de finanças e investimentos (CVM, 2019).

Em serviços financeiros digitais, a falta de informação clara tende a ser estrutural, pois o consumidor não observa plenamente a qualidade do serviço antes do uso e precisa confiar em informações fornecidas pela instituição e no funcionamento do ambiente. O Banco Central do Brasil, ao discutir cidadania financeira, enfatiza pilares como educação, proteção e participação, indicando que acesso efetivo a serviços e informação adequada integra o

problema de decisão do consumidor (Banco Central do Brasil, 2018; Banco Central do Brasil, 2021).

A percepção de risco, nesse cenário, deve ser entendida como leitura subjetiva de vulnerabilidade diante de perdas, falhas operacionais, uso indevido de dados ou inadequação do produto, e não apenas como volatilidade de mercado. Relatórios internacionais sobre riscos ao consumidor apontam que investimentos e produtos financeiros podem gerar danos quando há lacunas de informação, complexidade e práticas inadequadas, reforçando o papel do risco percebido na decisão (OECD, 2024).

A confiança, por sua vez, funciona como mecanismo de redução de complexidade e viabilização da troca em ambientes incertos, sendo tratada como fenômeno complexo e multidimensional nas relações comerciais (Lewis; Weigert, 1985). Em contextos como *fintechs*, ela se torna especialmente relevante porque muitas empresas são percebidas como novas, o que exige que o consumidor construa confiança com base em sinais institucionais e experiência de uso (Kim; Mirusmonov; Lee, 2010).

No comportamento do consumidor em plataformas digitais, a confiança também assume componente institucional, isto é, a crença de que a estrutura do ambiente é segura e possui salvaguardas suficientes para reduzir incertezas. Essa leitura é consistente com a ideia de confiança baseada na instituição, associada à percepção de que a plataforma em que se realiza a transação é segura e confiável para operar (Vance; Elie-Dit-Cosaque; Straub, 2008).

A discussão sobre segurança e privacidade de dados reforça essa lógica porque decisões financeiras digitais envolvem dados sensíveis, autenticação e transações mediadas por tecnologia. Evidências sobre confiança em dados indicam que consumidores diferenciam o nível de confiança conforme o tipo de instituição responsável por proteger informações, o que sugere que crenças sobre governança de dados e segurança influenciam a aceitação de serviços digitais (Stewart; Jürjens, 2018).

Do ponto de vista do consumidor, proteção e confiança também são influenciadas pelo ambiente institucional, que inclui supervisão, regulação e mecanismos de reclamação. Relatórios do Banco Central do Brasil destacam transformações recentes do sistema financeiro, cada vez mais digital, e tratam proteção do consumidor como pilar de cidadania financeira, o que reforça que a decisão de uso se dá em ambiente no qual percepções de amparo institucional podem reduzir incertezas (Banco Central do Brasil, 2021).

Esses elementos ajudam a explicar por que modelos de aceitação e uso de tecnologia, quando aplicados a serviços financeiros, demandam complementos para capturar confiança, segurança e percepção de risco. O UTAUT2 organiza determinantes de intenção e uso efetivo

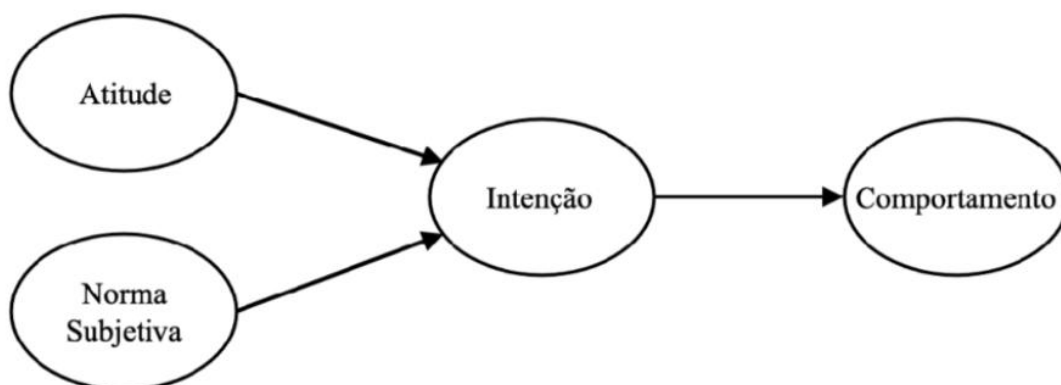
em contexto de consumo, mas estudos em *fintechs* indicam que confiança e segurança também influenciam a adoção de serviços financeiros digitais (Venkatesh *et al.*, 2012; Ryu, 2018; Hu *et al.*, 2019).

A decisão do consumidor em serviços financeiros digitais pode, portanto, ser compreendida como processo multidimensional no qual cognição, emoção e influência social operam sob falta de informação clara, elevando a centralidade de confiança e de percepções de risco e segurança ao longo da jornada (Solomon, 2016; Lewis; Weigert, 1985).

2.3 BASES TEÓRICAS E EVOLUÇÃO DOS MODELOS DE ACEITAÇÃO E USO DE TECNOLOGIA

A discussão sobre aceitação e uso de tecnologia tem como bases iniciais teorias psicossociais que explicam a formação de intenções e sua tradução em comportamento. Para fins de organização conceitual, esta dissertação distingue as teorias comportamentais de base, representadas pela Teoria da Ação Racional (TRA) e pela Teoria do Comportamento Planejado (TCP), dos modelos específicos de aceitação tecnológica, como TAM, TAM2 e TAM3, e dos modelos teóricos integradores da família UTAUT. A TRA propõe que a intenção comportamental resulta da atitude do indivíduo diante do comportamento e das normas subjetivas percebidas, tratando o ato de adotar como decisão deliberada e, em princípio, voluntária (Fishbein; Ajzen, 1975).

Figura 1 - Modelo da Teoria da Ação Racional

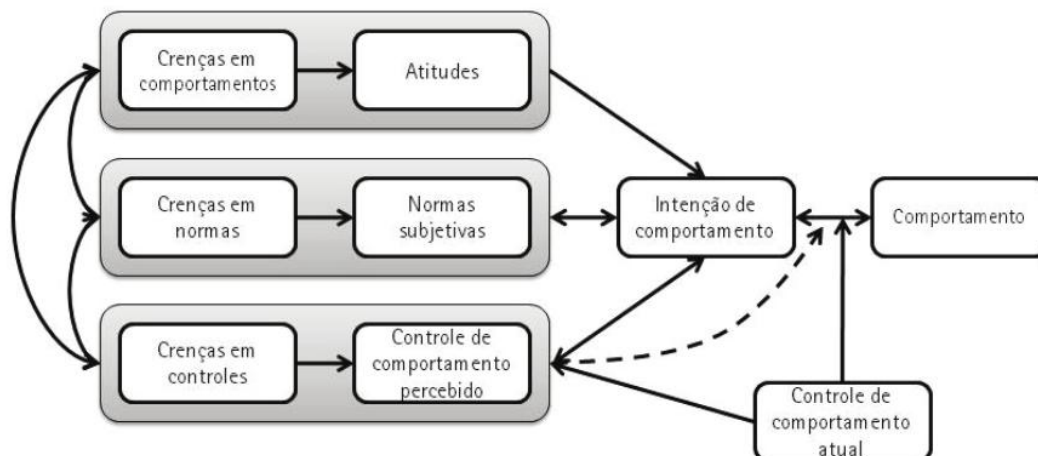


Fonte: Fishbein e Ajzen (1975).

Em seguida, a Teoria do Comportamento Planejado (TCP) amplia essa lógica ao incorporar o controle comportamental percebido, reconhecendo que mesmo intenções favoráveis podem não se traduzir em ação quando existem restrições de recursos,

competências ou oportunidades, o que torna o modelo mais aderente a contextos reais de uso tecnológico (Ajzen, 1985; Ajzen, 1991).

Figura 2 - Modelo da Teoria do Comportamento Planejado



Fonte: Ajzen (1985; 1991).

A partir dessas bases, o Modelo de Aceitação da Tecnologia (TAM) foi desenvolvido para o contexto de sistemas de informação e propõe que a intenção de uso decorre principalmente de duas crenças centrais, utilidade percebida e facilidade de uso percebida, as quais moldam a atitude do usuário e influenciam, direta ou indiretamente, sua predisposição a adotar uma tecnologia (Davis, 1989).

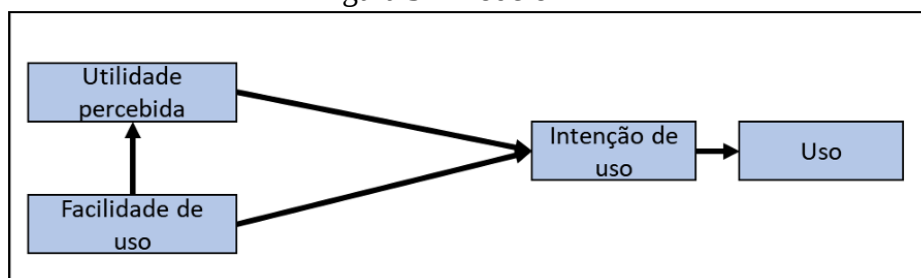
Nessa perspectiva, a utilidade percebida expressa o grau em que o indivíduo acredita que a tecnologia aumentará seu desempenho em uma tarefa relevante, enquanto a facilidade de uso percebida se refere à expectativa de que a interação com o sistema exigirá baixo esforço cognitivo e operacional, reduzindo fricções que tendem a inibir a adoção (Davis, 1989).

Ao deslocar o foco de normas sociais amplas para crenças instrumentais específicas do uso, o TAM se consolidou como referência para explicar aceitação em diferentes contextos de inovação tecnológica, especialmente quando o usuário precisa formar rapidamente uma avaliação custo-benefício sobre “vale a pena usar” e “é fácil o suficiente para começar” (Davis, 1989; Venkatesh *et al.*, 2003).

Em serviços financeiros digitais, essa lógica é particularmente pertinente porque a percepção de valor prático e a fluidez de navegação podem contribuir para a formação de confiança inicial e se associar à continuidade de uso, sobretudo em ambientes nos quais o usuário percebe risco e falta de informação clara (Stewart; Jürjens, 2018).

Assim, ao aplicar o TAM ao contexto das corretoras digitais de investimento, a utilidade percebida pode ser compreendida como a expectativa de ganhos instrumentais, como praticidade, rapidez de execução e melhor gestão da carteira, enquanto a facilidade de uso percebida se associa à intuitividade da plataforma, clareza das informações e redução do esforço necessário para realizar operações com segurança (Davis, 1989; Stewart; Jürjens, 2018).

Figura 3 - Modelo TAM



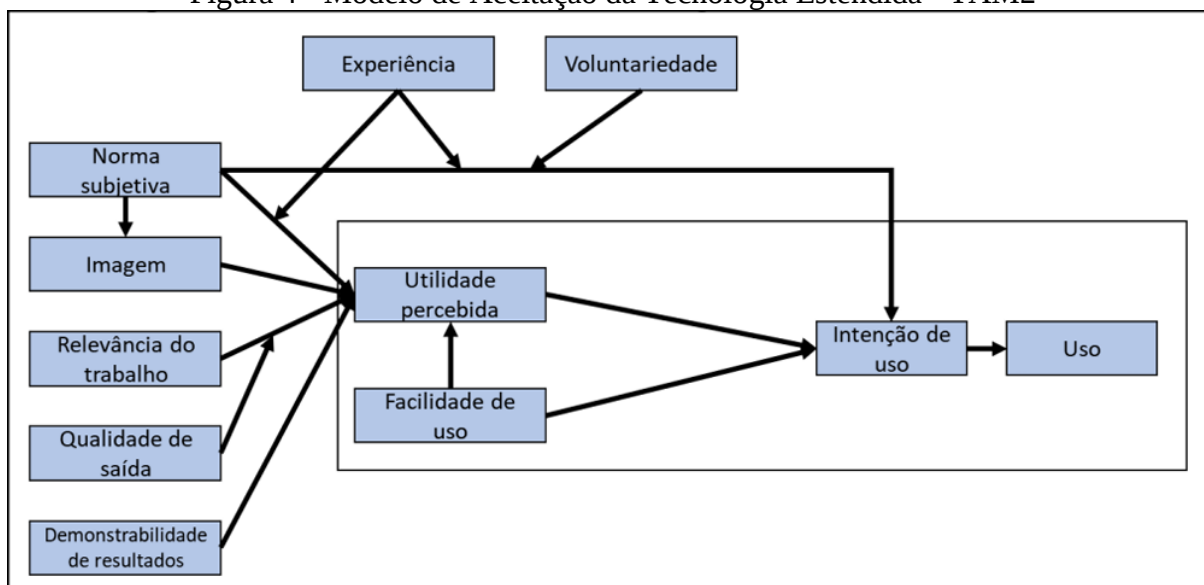
Fonte: Davis (1989).

O TAM2 amplia o TAM ao explicar a intenção de uso e, principalmente, a utilidade percebida a partir de determinantes adicionais, organizados em dois conjuntos, processos de influência social e processos cognitivos instrumentais, preservando a lógica de crenças que antecedem a aceitação tecnológica (Davis, 1989; Venkatesh; Davis, 2000).

No bloco de influência social, o modelo incorpora norma subjetiva, voluntariedade e imagem, reconhecendo que a percepção de expectativas de atores relevantes pode afetar a intenção de uso diretamente e também indiretamente, ao alterar a avaliação de utilidade da tecnologia em contextos nos quais a adoção tem visibilidade social (Venkatesh; Davis, 2000).

No bloco cognitivo instrumental, o TAM2 inclui relevância para o trabalho, qualidade de saída e demonstrabilidade de resultados, sustentando que a utilidade percebida aumenta quando o usuário identifica aderência da tecnologia às demandas do contexto, percebe melhoria objetiva na entrega e consegue observar ou comunicar benefícios gerados pelo uso (Venkatesh; Davis, 2000).

Figura 4 - Modelo de Aceitação da Tecnologia Estendida - TAM2



Fonte: Venkatesh e Davis (2000).

O modelo UTAUT, denominado Teoria Unificada de Aceitação e Uso da Tecnologia, foi proposto como um esforço de integração teórica para explicar a aceitação e o uso de tecnologia a partir da síntese de evidências acumuladas em modelos anteriores, reduzindo fragmentações conceituais e reunindo determinantes recorrentes em um mesmo arcabouço (Venkatesh *et al.*, 2003; Dwivedi *et al.*, 2019).

O modelo parte da ideia de que crenças sobre resultados esperados, esforço de uso, pressões sociais e suporte contextual formam o núcleo explicativo da intenção e do comportamento, com capacidade preditiva superior à de abordagens isoladas (Venkatesh *et al.*, 2003).

Essa integração dialoga diretamente com a trajetória que vai de modelos psicossociais orientados por atitude e norma, como a TRA e suas extensões, até modelos focados em crenças instrumentais, como o TAM e seus desdobramentos (Fishbein; Ajzen, 1975; Ajzen, 1991; Davis, 1989; Venkatesh; Davis, 2000). Em termos conceituais, o UTAUT preserva a lógica de que a intenção antecede o uso, mas reorganiza determinantes dispersos em quatro construtos centrais, permitindo tratar aceitação como fenômeno simultaneamente cognitivo, social e situacional (Venkatesh *et al.*, 2003).

A expectativa de performance expressa a crença de que o uso da tecnologia produzirá ganhos relevantes, como melhoria de resultados, produtividade ou eficácia, funcionando como antecedente primário da intenção (Venkatesh *et al.*, 2003). A expectativa de esforço representa a percepção de facilidade de aprendizado e operação, aproximando-se da tradição

de “facilidade de uso percebida” do TAM, mas sendo formulada como crença central no mesmo nível do desempenho (Davis, 1989; Venkatesh *et al.*, 2003).

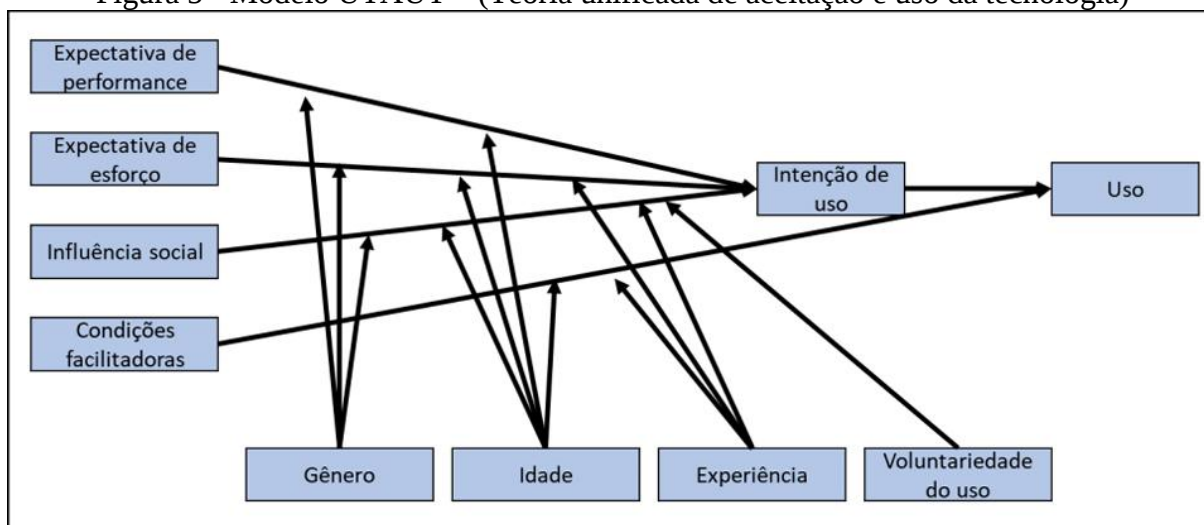
A influência social captura o grau em que o indivíduo percebe que pessoas importantes acreditam que ele deve utilizar a tecnologia, conectando o modelo à herança de norma subjetiva, imagem e mecanismos de pressão normativa discutidos em extensões como o TAM2 (Venkatesh; Davis, 2000; Venkatesh *et al.*, 2003). Já as condições facilitadoras representam a percepção de recursos, infraestrutura e suporte disponíveis, atuando como viabilizadores do uso e, em certos contextos, influenciando o comportamento de forma direta, além do efeito mediado pela intenção (Venkatesh *et al.*, 2003).

No desenho estrutural, o UTAUT assume que a intenção de uso é explicada principalmente pela expectativa de performance, expectativa de esforço e influência social, enquanto o uso efetivo decorre da intenção e das condições facilitadoras (Venkatesh *et al.*, 2003).

Evidências empíricas recentes confirmam a permanência desses construtos em estudos sobre *fintechs* e serviços financeiros digitais. Sultana, Chowdhury e Haque (2023), ao investigarem estudantes universitários, identificaram que expectativa de performance, expectativa de esforço e condições facilitadoras influenciam significativamente a intenção de uso de *fintechs*. De modo convergente, Amnas *et al.* (2023) verificaram que expectativa de performance, expectativa de esforço, influência social, hábito, valor de preço e condições facilitadoras impactam a intenção de uso de serviços de *fintechs*, além de evidenciarem o papel da confiança na intenção e no uso efetivo.

Ademais, o modelo incorpora moderadores como idade, gênero, experiência e voluntariedade, reconhecendo que a força das relações pode variar conforme características do usuário e do contexto, o que amplia a sensibilidade analítica do modelo em aplicações empíricas (Venkatesh *et al.*, 2003).

Figura 5 - Modelo UTAUT – (Teoria unificada de aceitação e uso da tecnologia)



Fonte: Venkatesh *et al.* (2003).

Paralelamente ao desenvolvimento da UTAUT, a trajetória teórica derivada do TAM também foi aprofundada, com maior detalhamento dos mecanismos de formação das crenças de utilidade e facilidade de uso. Nesse percurso, o TAM3 é apresentado como um refinamento do TAM e do TAM2, incorporando antecedentes cognitivos, afetivos e contextuais que ajudam a explicar como essas crenças se formam e se modificam ao longo da experiência com a tecnologia (Davis, 1989; Venkatesh; Davis, 2000; Venkatesh; Bala, 2008).

O TAM3, proposto por Venkatesh e Bala (2008), pode ser compreendido como um refinamento do TAM que busca explicar, com maior granularidade, como se formam as crenças centrais que antecedem a intenção de uso, especialmente a facilidade de uso percebida. O modelo integra elementos do TAM2, que aprofunda antecedentes da utilidade percebida, com determinantes específicos da facilidade de uso percebida, ampliando o poder explicativo em diferentes contextos (Davis, 1989; Venkatesh; Davis, 2000; Venkatesh; Bala, 2008).

No enquadramento conceitual do TAM3, a utilidade percebida é tratada como crença instrumental associada à motivação extrínseca, ao passo que a facilidade de uso percebida se conecta a mecanismos de motivação intrínseca, ligados ao conforto cognitivo e à fluidez da interação com o sistema. Essa distinção é relevante porque separa o “vale a pena usar” do “consigo usar sem fricção”, permitindo análise mais fina dos antecedentes de cada crença (Davis, 1989; Venkatesh; Bala, 2008).

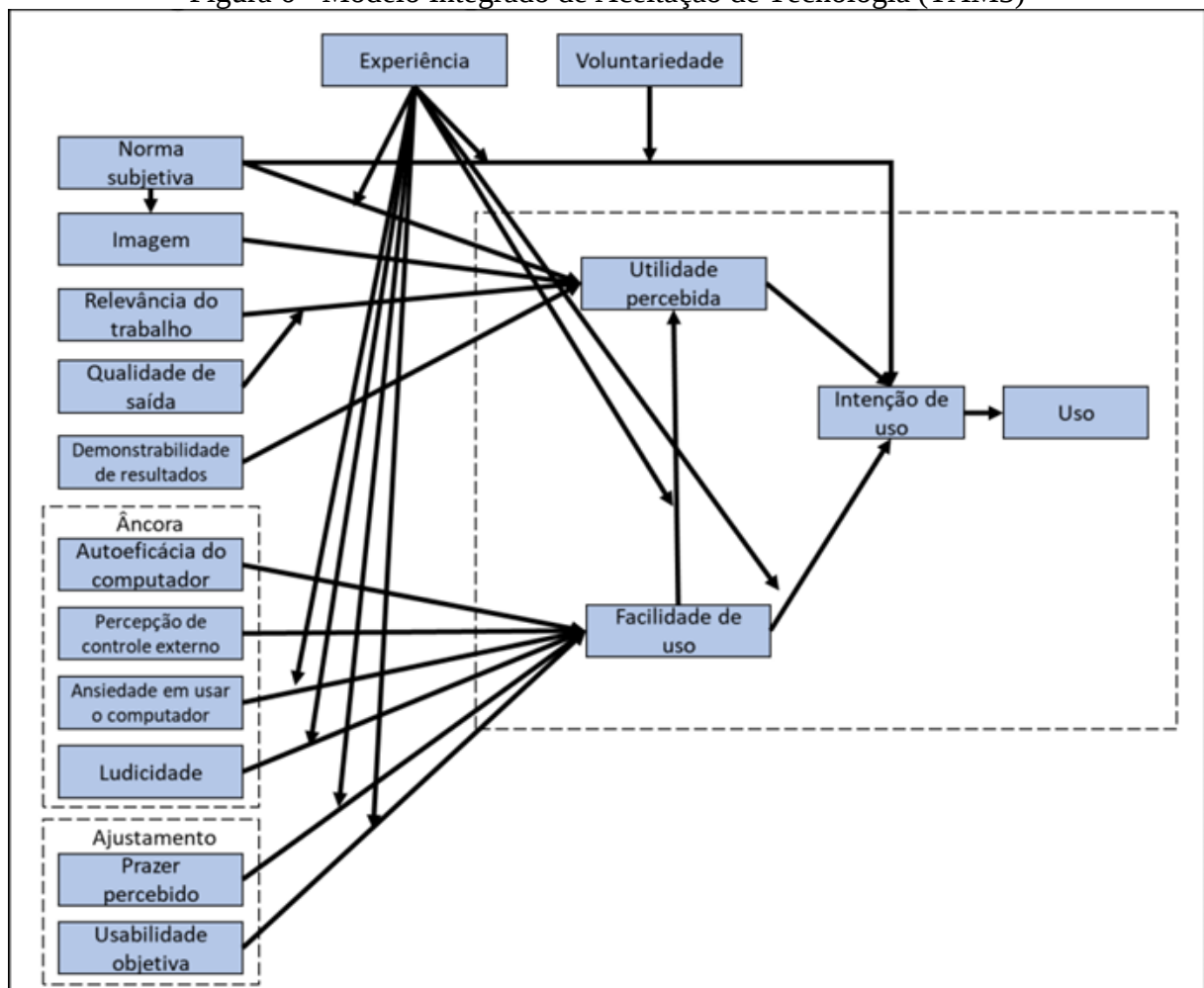
Para operacionalizar a formação da facilidade de uso percebida, o TAM3 incorpora determinantes que refletem condições pessoais e contextuais do usuário. Entre eles estão a autoeficácia do computador, entendida como crença na própria capacidade de executar tarefas

com tecnologia, e a percepção de controle externo, relacionada à existência de recursos organizacionais e técnicos de apoio ao uso (Venkatesh, 2000; Venkatesh; Bala, 2008).

Além disso, o modelo considera mecanismos afetivos e disposicionais que podem inibir ou facilitar o uso. A ansiedade em usar o computador representa apreensão ou medo diante da possibilidade de interação com tecnologia, enquanto a ludicidade expressa espontaneidade cognitiva na interação, funcionando como predisposição favorável ao engajamento exploratório e ao aprendizado do sistema (Venkatesh, 2000; Venkatesh; Bala, 2008).

O TAM3 também inclui componentes relacionados à experiência de uso e ao desempenho observável. O prazer percebido capta o quanto o uso é considerado agradável em si, para além de resultados instrumentais, e a usabilidade objetiva compara sistemas com base no esforço real necessário para completar tarefas, distinguindo percepções subjetivas de medidas mais próximas do desempenho operacional (Venkatesh, 2000; Venkatesh; Bala, 2008).

Figura 6 - Modelo Integrado de Aceitação de Tecnologia (TAM3)



Fonte: Venkatesh e Bala (2008).

O UTAUT2 é apresentado como uma extensão do UTAUT para contextos de consumo, buscando aumentar a capacidade explicativa do modelo quando a adoção ocorre por escolha individual e não por imposição organizacional. Nessa adaptação, permanecem os construtos centrais de performance, esforço, influência social e condições facilitadoras, mas são incorporadas dimensões que capturam utilidade experiencial, avaliação econômica e rotinização do comportamento (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Tamilmani; Rana; Dwivedi, 2021).

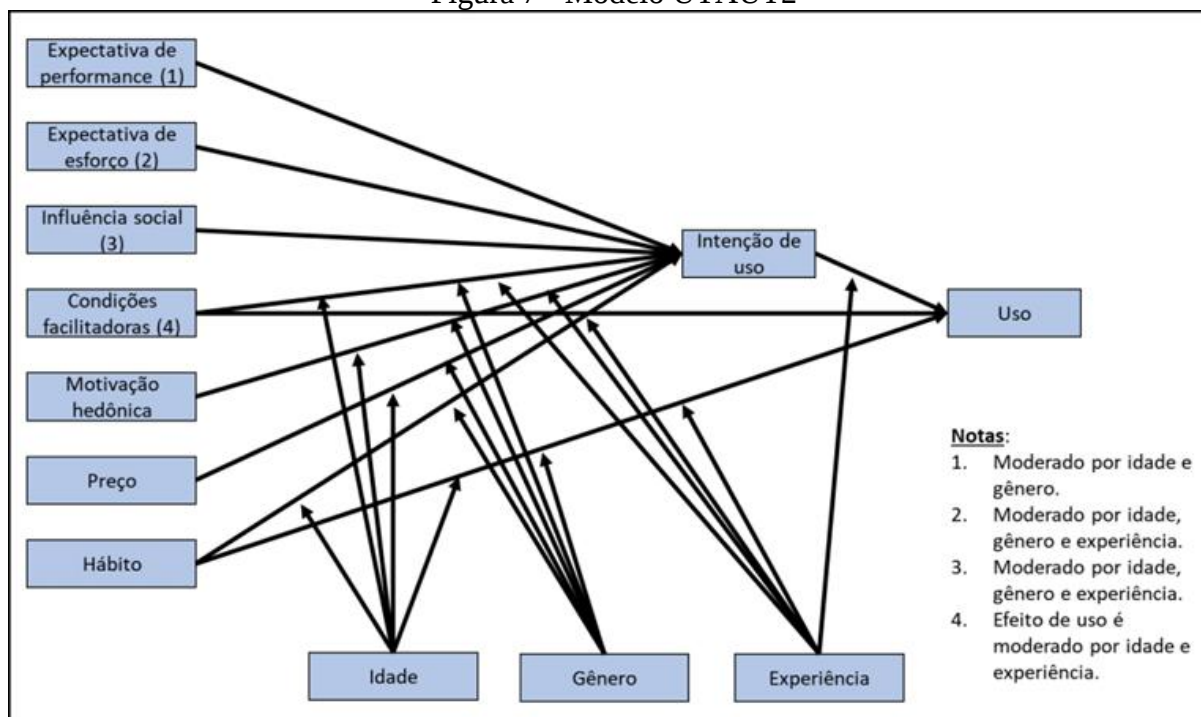
A motivação hedônica é incluída para representar o prazer, a diversão e a gratificação percebida no uso, reconhecendo que, em consumo, a experiência pode ser um determinante tão relevante quanto o ganho funcional. Assim, mesmo tecnologias orientadas a tarefas podem ser adotadas quando o uso é percebido como agradável, fluido e psicologicamente recompensador (Venkatesh *et al.*, 2012).

O valor do preço é incorporado como avaliação de custo-benefício percebida, refletindo a ideia de que a intenção tende a aumentar quando os benefícios esperados superam os custos monetários e não monetários associados ao uso. Em contextos nos quais preço, tarifas e economia de custos são salientes, essa relação passa a operar como antecedente direto da intenção, complementando determinantes de performance e esforço (Venkatesh *et al.*, 2012).

O hábito é tratado como componente comportamental e cognitivo associado à repetição e à automaticidade, influenciando tanto a intenção quanto o uso efetivo. Essa inclusão reconhece que parte do uso não decorre apenas de decisão deliberada, mas também de rotinas construídas por experiências anteriores, as quais reduzem o esforço de decisão e aumentam a probabilidade de continuidade (Venkatesh *et al.*, 2012).

No plano estrutural, o UTAUT2 mantém a lógica de que a intenção antecede o uso, mas amplia a explicação da intenção ao integrar motivação hedônica, valor do preço e hábito ao conjunto de determinantes tradicionais. O modelo também preserva moderadores como idade, gênero e experiência, reforçando que a força das relações pode variar conforme o perfil do usuário e sua familiaridade com a tecnologia (Venkatesh *et al.*, 2012).

Figura 7 - Modelo UTAUT2



Fonte: Venkatesh *et al.* (2012).

No âmbito das extensões da UTAUT, estudos posteriores passaram a incorporar diferenças individuais relativamente estáveis, como a predisposição à experimentação de novas tecnologias. Essa discussão fundamenta a proposição do UTAUT3 e a inclusão da inovação pessoal em tecnologia da informação como antecedente relevante da intenção e do uso (Venkatesh *et al.*, 2012; Farooq *et al.*, 2017).

No recorte teórico adotado nesta dissertação, o UTAUT3 é compreendido como uma extensão do UTAUT2 destinada a capturar, com maior precisão, diferenças individuais relativamente estáveis que influenciam a disposição do usuário em experimentar e sustentar o uso de tecnologias emergentes. Nessa linha, a inovação pessoal em tecnologia da informação é incorporada como um traço que representa a propensão do indivíduo a testar novas soluções, explorar funcionalidades e assumir, de forma mais confortável, o “custo psicológico” do novo, o que tende a afetar tanto a intenção quanto o uso efetivo (Farooq *et al.*, 2017; Agarwal; Prasad, 1998).

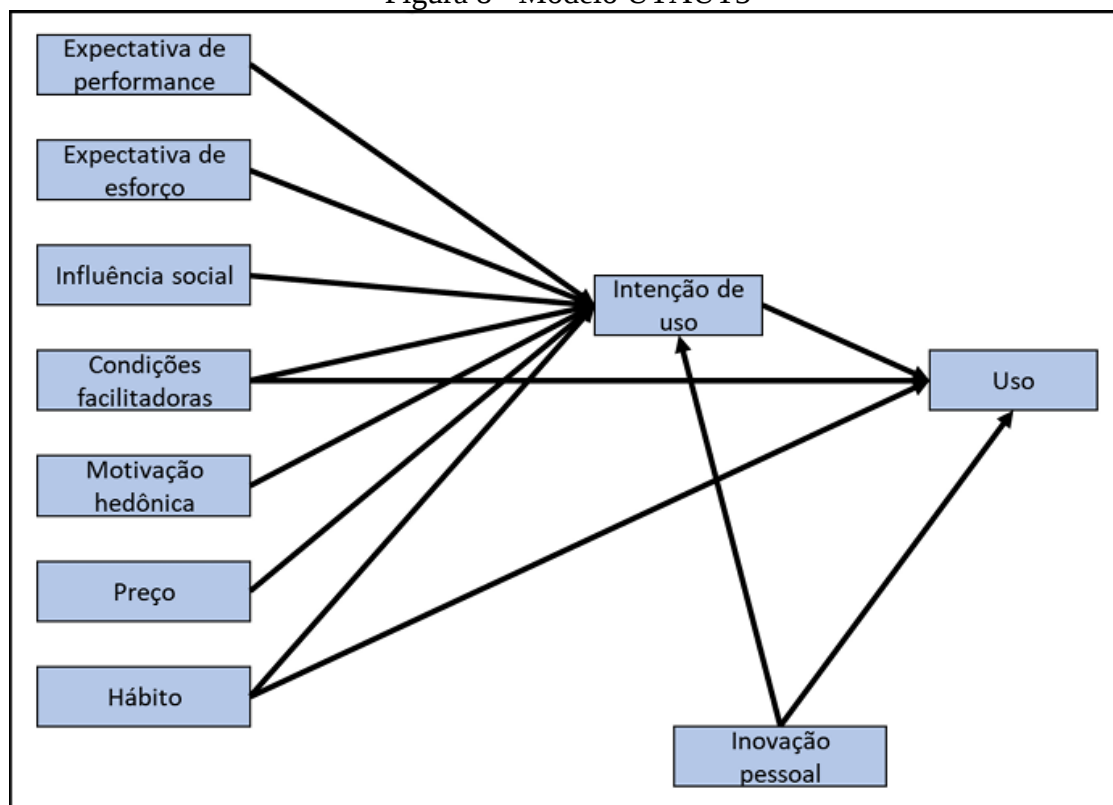
Do ponto de vista conceitual, a inovação pessoal funciona como determinante comportamental relevante porque reduz barreiras iniciais associadas ao aprendizado, à incerteza e ao risco percebido, ampliando a probabilidade de adoção mesmo quando o contexto envolve a falta de informação clara e consequências percebidas como sensíveis. Assim, usuários mais inovadores tendem a formar intenções mais rapidamente, a testar a

tecnologia por conta própria e a converter a intenção em uso com maior facilidade, em comparação com usuários menos predispostos à experimentação (Agarwal; Prasad, 1998; Farooq *et al.*, 2017; Rogers, 2003).

Ao ser incorporado ao UTAUT2, o UTAUT3 mantém o núcleo explicativo baseado em expectativa de performance, expectativa de esforço, influência social e condições facilitadoras, bem como as extensões orientadas ao consumo, motivação hedônica, valor do preço e hábito. A diferença central está em adicionar um componente disposicional que ajuda a explicar heterogeneidade entre usuários, isto é, por que pessoas expostas às mesmas condições podem apresentar intenções e padrões de uso distintos, mesmo controlando variáveis sociodemográficas (Venkatesh *et al.*, 2012; Farooq *et al.*, 2017).

No encadeamento do modelo, a inovação pessoal tende a atuar como fator que fortalece a formação da intenção e sua tradução em uso, complementando o papel do hábito e das condições facilitadoras na explicação do comportamento observado. Com isso, o UTAUT3 oferece uma base teórica mais aderente a cenários de inovação em serviços digitais, nos quais a disposição para experimentar e aprender pode ser tão determinante quanto os ganhos funcionais percebidos (Venkatesh *et al.*, 2012; Farooq *et al.*, 2017).

Figura 8 - Modelo UTAUT3



Fonte: Farooq *et al.* (2017).

A partir desse percurso, observa-se que as teorias comportamentais de base forneceram os fundamentos para explicar a relação entre intenção e comportamento; os modelos da família TAM especificaram crenças instrumentais relacionadas à utilidade e à facilidade de uso; e a família UTAUT reuniu determinantes cognitivos, sociais e contextuais em estruturas teóricas integradoras. Essas vertentes não constituem uma sequência linear única, mas trajetórias relacionadas que contribuíram para o desenvolvimento dos modelos contemporâneos de aceitação e uso de tecnologia (Fishbein; Ajzen, 1975; Davis, 1989; Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh; Bala, 2008; Venkatesh *et al.*, 2012).

Adicionalmente, a inclusão da inovação pessoal em tecnologia da informação, como predisposição geral do indivíduo a experimentar tecnologias e aprender por exploração, amplia a capacidade explicativa do modelo em cenários de inovação contínua. Assim, o UTAUT3 apresenta coerência teórica para sustentar o modelo proposto nesta dissertação, cuja especificação e relações esperadas são apresentadas na síntese do modelo teórico e das hipóteses ao final deste capítulo (Agarwal; Prasad, 1998; Farooq *et al.*, 2017; Rogers, 2003).

2.4 MODELO TEÓRICO PROPOSTO: UTAUT3 APLICADO A CORRETORAS DIGITAIS

O modelo teórico desta dissertação adota como base o UTAUT3 por integrar determinantes clássicos de aceitação tecnológica, extensões orientadas ao consumo e um traço disposicional associado à predisposição geral do indivíduo para experimentar tecnologias. Essa composição mostra-se adequada para analisar intenção e uso em serviços digitais, nos quais resultados esperados, fricções de uso, influência social, suporte contextual, experiência hedônica, avaliação de custo-benefício e rotinas comportamentais tendem a operar de forma combinada (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Farooq *et al.*, 2017).

A adoção de corretoras digitais de investimento envolve uma decisão que combina avaliação tecnológica, percepção de valor e julgamento comportamental. Diferentemente de tecnologias de uso genérico, essas plataformas operam em ambiente de elevada sensibilidade, pois envolvem recursos financeiros, dados pessoais, decisões de investimento e interação com produtos que podem gerar ganhos ou perdas. Por isso, o UTAUT3 oferece uma base teórica adequada para analisar como o consumidor forma sua intenção de uso e como essa intenção pode se converter em comportamento efetivo de utilização (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Farooq *et al.*, 2017).

No núcleo do modelo, a expectativa de performance representa a crença de que o uso da tecnologia produzirá ganhos relevantes, funcionando como antecedente primário da intenção. Esse construto deriva da tradição de utilidade percebida, na qual o indivíduo tende a aceitar uma tecnologia quando acredita que ela contribui para melhorar seu desempenho em determinada atividade. No contexto de corretoras digitais de investimento, essa percepção relaciona-se à avaliação de que a plataforma pode tornar o processo de investir mais ágil, autônomo, organizado e informacionalmente útil (Davis, 1989; Venkatesh *et al.*, 2003).

Em plataformas digitais de investimento, a expectativa de performance pode ser percebida a partir de funcionalidades como consulta de carteira, execução de ordens, acompanhamento de rentabilidade, acesso a produtos diversos e disponibilidade de informações para decisão. Assim, quanto maior a percepção de que a corretora digital contribui para tornar o processo de investimento mais eficiente, conveniente e útil, maior tende a ser a intenção de utilizá-la (Davis, 1989; Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Sultana; Chowdhury; Haque, 2023; Amnas *et al.*, 2023). Com base nessa relação teórica, propõe-se a seguinte hipótese:

H1 – A expectativa de performance afeta positivamente a intenção de uso de corretoras digitais de investimento.

A expectativa de esforço expressa a percepção de facilidade associada ao aprendizado e ao uso, refletindo o quanto a interação com a tecnologia é considerada simples, compreensível e pouco onerosa em termos cognitivos e operacionais. Esse construto dialoga com a tradição de facilidade de uso percebida, pois tecnologias avaliadas como mais fáceis tendem a reduzir barreiras iniciais de adoção e ampliar a predisposição de uso (Davis, 1989; Venkatesh *et al.*, 2003).

Em corretoras digitais de investimento, a expectativa de esforço pode envolver desde a abertura de conta e navegação no aplicativo até a compreensão de menus, produtos financeiros, relatórios, extratos e fluxos de investimento. Embora plataformas digitais sejam associadas à conveniência, a complexidade percebida pode reduzir a predisposição do usuário, especialmente quando o investimento exige maior compreensão de riscos, prazos, custos e características dos produtos financeiros disponíveis (Davis, 1989; Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012).

Nesse sentido, quanto mais simples, intuitiva e compreensível for percebida a plataforma, maior tende a ser a intenção de uso. A expectativa de esforço, portanto, é incorporada ao modelo por representar a avaliação do usuário quanto à facilidade de interagir com a corretora digital, considerando que o menor esforço percebido pode reduzir fricções de

aprendizagem e favorecer a intenção de adoção (Davis, 1989; Venkatesh *et al.*, 2003; Sultana; Chowdhury; Haque, 2023; Meiranto; Faisal; Yuyetta, 2024). Assim, apresenta-se a seguinte hipótese de pesquisa:

H2 – A expectativa de esforço afeta positivamente a intenção de uso de corretoras digitais de investimento.

A influência social capta o grau em que o indivíduo percebe expectativas de pessoas ou grupos relevantes quanto ao uso da tecnologia. Esse efeito conecta-se à noção de que a intenção pode ser afetada por pressões normativas, validação social e modelos de referência, o que é consistente com extensões anteriores que já reconheciam a dimensão social na formação da utilidade percebida e da intenção (Venkatesh; Davis, 2000; Venkatesh *et al.*, 2003).

No ambiente financeiro digital, a influência social assume relevância porque decisões de investimento podem ser moldadas por familiares, amigos, colegas de trabalho, influenciadores digitais, assessores de investimentos, comunidades virtuais e conteúdos compartilhados em redes sociais. Em especial, quando o usuário ainda não possui experiência consolidada em determinada corretora digital de investimento, a opinião de pessoas próximas ou de referências percebidas como confiáveis pode reduzir incertezas e estimular a intenção de experimentar a plataforma (Venkatesh; Davis, 2000; Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012).

Esse efeito tende a ser relevante em serviços financeiros digitais porque o investidor não avalia apenas a tecnologia, mas também a legitimidade social do seu uso. Assim, a recomendação de terceiros, a percepção de que pessoas importantes utilizam corretoras digitais e a circulação de experiências positivas podem contribuir para formar intenção de uso, especialmente em mercados nos quais as plataformas digitais de investimento competem por atenção, confiança e recorrência (Venkatesh; Davis, 2000; Venkatesh *et al.*, 2003; Amnas *et al.*, 2023). Diante dessa argumentação, formula-se a hipótese:

H3 – A influência social afeta positivamente a intenção de uso de corretoras digitais de investimento.

As condições facilitadoras representam a percepção de recursos e suporte disponíveis para viabilizar o uso, tais como infraestrutura tecnológica, compatibilidade com rotinas, acesso a informações, suporte técnico e conhecimentos básicos necessários. No modelo, esse construto pode influenciar tanto a intenção quanto o comportamento de uso, pois não basta que o usuário perceba utilidade e facilidade se não dispõe das condições necessárias para operacionalizar a tecnologia (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012)

No contexto das corretoras digitais, as condições facilitadoras podem estar associadas ao acesso à internet, posse de *smartphone*, disponibilidade de canais de atendimento, qualidade do suporte, clareza das informações, estabilidade da plataforma e conhecimento mínimo para interpretar produtos financeiros. Esses elementos podem reduzir barreiras práticas e aumentar a percepção de viabilidade do uso, sobretudo quando o usuário precisa executar operações financeiras de forma autônoma (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Sultana; Chowdhury; Haque, 2023; Amnas *et al.*, 2023).

Além de afetar a intenção, as condições facilitadoras podem influenciar diretamente o uso efetivo, pois recursos, infraestrutura e suporte operam como condições concretas para transformar predisposição em comportamento. No caso das corretoras digitais, a ausência de suporte, acesso, compatibilidade tecnológica ou conhecimento operacional pode impedir que a intenção se converta em uso, mesmo quando a plataforma é percebida como útil e relativamente fácil de utilizar (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012). A partir dessa compreensão, são estabelecidas as seguintes hipóteses:

H4a – Condições facilitadoras afetam positivamente a intenção de uso de corretoras digitais de investimento.

H4b – Condições facilitadoras afetam positivamente o uso efetivo de corretoras digitais de investimento.

A motivação hedônica corresponde ao prazer, interesse ou satisfação percebida na utilização de uma tecnologia. Esse construto foi incorporado ao UTAUT2 e preservado na estrutura do UTAUT3, ampliando a explicação da aceitação em contextos de consumo, nos quais a adoção não depende apenas de utilidade e facilidade, mas também de experiências positivas associadas ao uso (Venkatesh *et al.*, 2012).

Em corretoras digitais, a motivação hedônica pode aparecer na percepção de autonomia, no interesse por acompanhar a carteira, na exploração de funcionalidades, na experiência de interação com gráficos, relatórios e recursos de acompanhamento em tempo real. Mesmo que o investimento seja uma atividade predominantemente utilitária, a experiência digital pode gerar envolvimento, curiosidade e sensação de controle, elementos que podem estimular a intenção de uso (Venkatesh *et al.*, 2012).

A inclusão desse construto permite reconhecer que o uso de corretoras digitais de investimento não é explicado somente por ganhos instrumentais ou pela redução de esforço. A experiência de uso também pode ser percebida como agradável, estimulante ou interessante, sobretudo quando a plataforma oferece recursos que facilitam a visualização das informações e tornam o processo de acompanhamento dos investimentos mais dinâmico para o usuário

(Venkatesh *et al.*, 2012; Meiranto; Faisal; Yuyetta, 2024). Considerando esse encadeamento teórico, propõe-se que:

H5 – A motivação hedônica afeta positivamente a intenção de uso de corretoras digitais de investimento.

O valor do preço representa a avaliação do usuário sobre a relação entre benefícios percebidos e custos monetários associados ao uso da tecnologia. Incorporado ao UTAUT2 e mantido no UTAUT3, esse construto torna-se relevante porque, em contextos de consumo, o usuário tende a comparar ganhos esperados com desembolsos, tarifas, taxas e demais custos percebidos antes de formar sua intenção de uso (Venkatesh *et al.*, 2012).

No ambiente das corretoras digitais de investimento, o valor do preço pode estar associado à percepção de menores custos de corretagem, isenção de tarifas, acesso a produtos com menor valor inicial, redução de burocracias e possibilidade de investir com mais autonomia. Em comparação com instituições tradicionais, as plataformas digitais de investimento podem ser percebidas como economicamente vantajosas quando entregam conveniência, variedade de produtos e redução de custos operacionais (Venkatesh *et al.*, 2012).

Esse construto é especialmente pertinente ao mercado de investimentos porque o usuário pode interpretar taxas, tarifas e custos de transação como elementos que afetam diretamente o retorno líquido de suas aplicações. Assim, quando o benefício percebido supera o custo percebido, a plataforma tende a ser avaliada como mais atrativa, fortalecendo a intenção de uso de corretoras digitais de investimento (Venkatesh *et al.*, 2012; Amnas *et al.*, 2023; Meiranto; Faisal; Yuyetta, 2024). Com base nessa relação teórica, propõe-se a seguinte hipótese:

H6 – O valor do preço afeta positivamente a intenção de uso de corretoras digitais de investimento.

O hábito refere-se ao grau em que o comportamento tende a ocorrer de forma automática, a partir de experiências anteriores e repetição de uso. Incorporado ao UTAUT2 e mantido no UTAUT3, esse construto amplia a compreensão da adoção ao reconhecer que parte do comportamento tecnológico não decorre apenas de avaliações racionais imediatas, mas também de rotinas já consolidadas (Venkatesh *et al.*, 2012).

Em corretoras digitais de investimento, o hábito pode manifestar-se na consulta frequente de carteira, no acompanhamento de cotações, na realização de aportes periódicos, no uso recorrente do aplicativo e na familiaridade com a plataforma. À medida que o investidor incorpora a corretora digital em sua rotina financeira, o uso tende a exigir menor

esforço deliberado, o que pode fortalecer tanto a intenção de continuidade quanto o comportamento efetivo de uso (Venkatesh *et al.*, 2012).

Dessa forma, o hábito é incorporado ao modelo por representar uma dimensão comportamental relevante em tecnologias de uso recorrente. Em serviços financeiros digitais, a repetição de acessos e interações pode tornar a plataforma parte da rotina do usuário, aumentando a disposição de continuar utilizando-a e a probabilidade de uso efetivo ao longo do tempo (Venkatesh *et al.*, 2012; Amnas *et al.*, 2023; Meiranto; Faisal; Yuyetta, 2024). Assim, apresentam-se as seguintes hipóteses de pesquisa:

H7a – O hábito afeta positivamente a intenção de uso de corretoras digitais de investimento.

H7b – O hábito afeta positivamente o uso efetivo de corretoras digitais de investimento.

A inovação pessoal representa a predisposição individual para experimentar novas tecnologias. Esse construto amplia o modelo ao incorporar uma dimensão disposicional, relacionada à tendência de o indivíduo buscar, testar e adotar recursos tecnológicos com menor resistência inicial, especialmente em contextos nos quais a tecnologia ainda exige aprendizagem, confiança e adaptação (Agarwal; Prasad, 1998; Farooq *et al.*, 2017).

No contexto das corretoras digitais, a inovação pessoal pode influenciar a abertura para substituir ou complementar canais tradicionais de investimento por plataformas digitais. Usuários mais inovadores tendem a perceber menor barreira diante de novas funcionalidades, maior disposição para experimentar aplicativos financeiros e maior tolerância a processos digitais, o que pode favorecer tanto a intenção quanto o uso efetivo dessas plataformas (Agarwal; Prasad, 1998; Farooq *et al.*, 2017).

Esse construto mostra-se coerente com o avanço das *fintechs* e das plataformas digitais de investimento, pois a adoção desses serviços exige disposição para lidar com formatos menos tradicionais de relacionamento financeiro. Assim, a inovação pessoal contribui para explicar diferenças individuais na aceitação de corretoras digitais de investimento, especialmente quando o usuário precisa tomar decisões de investimento em ambiente automatizado, móvel e autônomo (Agarwal; Prasad, 1998; Farooq *et al.*, 2017). Com base nessa relação teórica, propõem-se as seguintes hipóteses:

H8a – A inovação pessoal afeta positivamente a intenção de uso de corretoras digitais de investimento.

H8b – A inovação pessoal afeta positivamente o uso efetivo de corretoras digitais de investimento.

A intenção de uso representa a disposição declarada do indivíduo para utilizar determinada tecnologia, enquanto o uso efetivo expressa a materialização comportamental dessa disposição. Na tradição do UTAUT e de suas extensões, a intenção comportamental ocupa posição central por funcionar como antecedente direto do uso, articulando crenças, percepções e influências sociais ao comportamento observado (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012).

Essa relação também se aproxima da lógica proposta pela Teoria do Comportamento Planejado, segundo a qual a intenção constitui antecedente imediato do comportamento, desde que existam condições que permitam sua realização. Assim, no contexto das corretoras digitais, a intenção de uso pode ser compreendida como predisposição do investidor para acessar, operar, acompanhar e manter relacionamento com a plataforma, enquanto o uso efetivo representa a conversão dessa predisposição em prática (Ajzen, 1991; Venkatesh *et al.*, 2003).

Desse modo, a intenção de uso é incorporada ao modelo como antecedente do uso efetivo, pois permite testar se a predisposição declarada dos respondentes se associa à frequência autodeclarada de utilização das corretoras digitais de investimento. Essa relação é central para diferenciar aceitação potencial e comportamento efetivo, distinção importante em estudos de tecnologia aplicados a serviços financeiros digitais (Ajzen, 1991; Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Tamilmani; Rana; Dwivedi, 2021). Diante dessa argumentação, formula-se a hipótese:

H9 – A intenção de uso afeta positivamente o uso efetivo de corretoras digitais de investimento.

Em conjunto, os construtos do UTAUT3 compõem o núcleo explicativo do modelo teórico proposto, articulando crenças instrumentais, facilidade percebida, influência social, suporte contextual, prazer de uso, avaliação econômica, rotinas comportamentais, predisposição à inovação e intenção comportamental. No contexto das corretoras digitais de investimento, esses fatores permitem compreender por que determinados usuários demonstram maior disposição para utilizar plataformas digitais de investimento e por que essa disposição pode, ou não, converter-se em uso efetivo (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Farooq *et al.*, 2017).

Assim, o UTAUT3 fornece a base teórica principal desta dissertação, preservando os construtos clássicos da aceitação tecnológica, as extensões voltadas ao consumo e a dimensão disposicional da inovação pessoal. A partir dessa estrutura, torna-se possível analisar a intenção de uso e o uso efetivo de corretoras digitais de investimento, preparando a

incorporação, no item seguinte, de construtos complementares específicos do contexto financeiro digital, como imagem da marca, confiança, segurança e privacidade de dados e percepção sobre governo e regulação (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Farooq *et al.*, 2017).

2.5 CONSTRUTOS COMPLEMENTARES NO CONTEXTO FINANCEIRO DIGITAL

Além dos elementos teóricos propostos no UTAUT3, o contexto financeiro digital tende a impor requisitos adicionais ao processo de adoção, especialmente quando o usuário percebe incerteza, falta de informação clara e risco potencial associado a transações e dados sensíveis (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Ryu, 2018; Stewart; Jürjens, 2018; Hu *et al.*, 2019).

Em serviços de investimento, a decisão de utilizar uma plataforma não depende apenas de expectativas de performance e facilidade, mas também de avaliações sobre proteção informacional, legitimidade percebida e reputação do provedor, elementos que podem operar como camada contextual relevante para explicar variações na intenção e no uso efetivo (Ryu, 2018; Stewart; Jürjens, 2018; Jafri *et al.*, 2024).

A imagem da marca constitui um construto complementar relevante por funcionar como sinal reputacional em ambientes nos quais o usuário não consegue avaliar plenamente a qualidade do serviço antes do uso. Em mercados digitais, reputação e imagem podem atuar como atalhos cognitivos para inferir credibilidade, sobretudo quando há falta de informação clara e múltiplas opções percebidas como funcionalmente semelhantes (Hu *et al.*, 2019; Cheng; Wu; Leiner, 2019).

Estudos recentes reforçam essa leitura ao indicar que a imagem da marca contribui para a construção da confiança e da intenção de adoção em serviços de *fintechs*. Assim, em corretoras digitais de investimento, a marca pode reduzir incertezas percebidas pelo consumidor e operar como antecedente da intenção de uso (Ahmad; Hassan, 2025; Hassan *et al.*, 2026). A partir dessa compreensão, estabelece-se a seguinte hipótese:

H10 – A imagem da marca afeta positivamente a intenção de uso de corretoras digitais de investimento.

A confiança é outro construto complementar central, pois expressa a disposição do usuário em se tornar vulnerável ao serviço, esperando que a plataforma cumpra o que promete e atue de forma previsível diante de incertezas. Em ambientes digitais, a confiança tende a reduzir fricções psicológicas associadas à adoção, sobretudo quando o usuário não consegue

observar integralmente processos internos do provedor e precisa inferir confiabilidade a partir de sinais e experiências percebidas (Ryu, 2018).

No contexto das *fintechs*, a confiança aparece associada à intenção de uso e ao uso efetivo, articulando-se com julgamentos sobre risco, reputação e credibilidade do serviço e operando como mecanismo de redução de hesitação do consumidor (Hu *et al.*, 2019; Ryu, 2018).

Além disso, a confiança pode atuar como ponte entre atributos percebidos da plataforma e intenção de uso, pois o usuário não avalia apenas utilidade e facilidade, mas também se sente seguro para executar operações e manter relacionamento com o provedor ao longo do tempo, especialmente quando o serviço envolve consequências financeiras diretas (Ryu, 2018; Stewart; Jürjens, 2018; Hu *et al.*, 2019). Assim, a inclusão de confiança busca capturar essa dimensão de viabilidade psicológica e relacional da adoção. Considerando esse encadeamento teórico, propõe-se que:

H11 – A confiança afeta positivamente a intenção de uso de corretoras digitais de investimento.

A segurança e a privacidade de dados constituem um construto complementar relevante, pois se referem à percepção de proteção de informações pessoais e transacionais no ambiente digital. Em plataformas financeiras digitais, o usuário pode interpretar a exposição de dados como fonte potencial de perdas, fraudes e uso indevido de informações, o que tende a reduzir a intenção de adoção mesmo quando a tecnologia é percebida como útil e fácil de utilizar (Stewart; Jürjens, 2018).

Nesse sentido, segurança e privacidade de dados não operam apenas como atributos técnicos, mas como crenças perceptivas que influenciam a confiabilidade atribuída ao serviço e a disposição para uso do canal digital. Evidências no contexto de *fintechs* indicam que essas percepções se associam à confiança e à intenção de uso, especialmente quando o serviço envolve dados sensíveis e consequências financeiras diretas (Stewart; Jürjens, 2018; Hu *et al.*, 2019).

A incorporação desse construto também é coerente com a literatura recente sobre adoção de *fintechs*. Jafri *et al.* (2024) identificam confiança e segurança entre preditores recorrentes da intenção de uso, enquanto Garg, Rani e Garg (2026) indicam que confiança e crença em privacidade influenciam positivamente a intenção de adoção de serviços *fintech*. Assim, apresenta-se a seguinte hipótese de pesquisa:

H12 – A segurança e a privacidade de dados afetam positivamente a intenção de uso de corretoras digitais de investimento.

Por fim, a percepção sobre governo e regulação é incorporada como leitura do ambiente institucional no qual a tecnologia opera. Em serviços financeiros, regras, fiscalização e marcos regulatórios podem atuar como fontes de legitimidade percebida, reduzindo incertezas sobre falhas, fraudes, responsabilização e uso inadequado de dados (Contreras Pinochet *et al.*, 2019).

Em *fintechs*, essa percepção institucional pode diferenciar plataformas aos olhos do consumidor e contribuir para a formação da intenção de uso. Assim, a inclusão desse construto busca capturar o amparo institucional percebido como antecedente da adoção de corretoras digitais de investimento (Ryu, 2018).

Essa discussão também se aproxima de estudos que tratam a regulação, a proteção institucional e a privacidade como elementos complementares à aceitação tecnológica em serviços financeiros digitais. Em *fintechs*, a confiança não depende apenas da plataforma, mas também da percepção de que existem regras, mecanismos de proteção e condições institucionais capazes de reduzir incertezas do consumidor. Por isso, a inclusão de governo e regulação no modelo é coerente com abordagens recentes que ampliam o UTAUT ao incorporar confiança, privacidade, risco e proteção do usuário em ambientes financeiros digitais (Jafri *et al.*, 2024; Garg; Rani; Garg, 2026). Diante dessa argumentação, formula-se a hipótese:

H13 – A percepção positiva sobre governo e regulação afeta positivamente a intenção de uso de corretoras digitais de investimento.

Em conjunto, esses construtos complementares não substituem o núcleo explicativo do UTAUT3, mas refinam a leitura do fenômeno no contexto financeiro digital, no qual a intenção de uso e o uso efetivo tendem a ser condicionados por percepções de proteção informacional, legitimidade institucional e sinais reputacionais, além dos ganhos instrumentais e da facilidade de uso (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Ryu, 2018; Stewart; Jürjens, 2018; Hu *et al.*, 2019).

Nesse sentido, imagem da marca, confiança, segurança e privacidade de dados e percepção sobre governo e regulação operam como camada contextual que contribui para explicar variações na intenção e, indiretamente, no uso, mesmo quando a tecnologia é percebida como funcionalmente vantajosa, reforçando a robustez do modelo aplicado a corretoras digitais de investimento (Hu *et al.*, 2019; Stewart; Jürjens, 2018; Ryu, 2018).

Ao considerar a tradição do UTAUT e de suas extensões, é relevante notar que características do usuário, como idade, gênero e experiência, podem moderar a força das relações entre os determinantes de aceitação tecnológica. Em consonância com essa premissa,

este estudo trata as coortes geracionais das gerações X, Y e Z como variável moderadora, comparando empiricamente a magnitude e a significância das relações do modelo entre os grupos (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Dimock, 2019).

Essa abordagem prepara o terreno para a discussão do recorte geracional e das hipóteses de heterogeneidade apresentadas nas seções seguintes, preservando a lógica moderadora da tradição UTAUT e sua aplicação ampliada no UTAUT3 (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Farooq *et al.*, 2017).

2.6 RECORTE GERACIONAL E HIPÓTESE DE MODERAÇÃO

Os determinantes do comportamento do consumidor não se manifestam de forma homogênea entre indivíduos de diferentes gerações, pois trajetórias de socialização, repertório tecnológico e experiências de consumo financeiro tendem a variar entre as coortes geracionais. Por isso, o recorte geracional é adotado como lente analítica para examinar diferenças na formação de confiança, na busca de informação e na disposição de usar canais digitais, evitando generalizações e preservando rigor comparativo entre grupos (Parry; Urwin, 2011; Dimock, 2019).

A segmentação de mercado é etapa estruturante do planejamento em marketing, pois permite identificar grupos com padrões relativamente homogêneos de necessidades, atitudes e respostas a estímulos. Nesse debate, o recorte por coortes geracionais é frequentemente mobilizado por sua capacidade de capturar diferenças de valores e comportamentos que não são totalmente explicadas por variáveis tradicionais, como renda, escolaridade ou gênero (Fernández-Durán, 2015; Eastman; Liu, 2012; Ivanova *et al.*, 2019).

Coortes geracionais referem-se a grupos de indivíduos nascidos em um intervalo temporal delimitado, que compartilham experiências históricas e socioculturais relevantes durante períodos formativos da vida. Essa noção sustenta que eventos e contextos podem produzir marcas duradouras em valores, preferências e padrões de consumo, contribuindo para explicar diferenças de comportamento entre grupos ao longo do tempo (Strauss; Howe, 1991; Rindfleisch, 1994; Parment, 2013).

Apesar de sua utilidade, a delimitação de fronteiras geracionais não é consensual e deve ser tratada como construção analítica, evitando uso normativo ou essencialista. Para fins de comparabilidade e coerência conceitual, este estudo adota as coortes geracionais: Geração X, nascidos entre os anos de 1965 e 1980, Millennials ou Geração Y, nascidos entre os anos

de 1981 e 1996, e Geração Z, nascidos entre os anos de 1997 e 2012 (Geiger, 2015; Pew Research Center, 2020; Dimock, 2019).

Esse enquadramento exige cuidado metodológico, pois diferenças observadas entre grupos podem refletir efeitos de idade, período e coorte simultaneamente, o que recomenda interpretações mais cuidadosas. Além disso, revisões críticas apontam que parte da evidência empírica sobre diferenças geracionais pode ser inconsistente, sobretudo quando se substitui explicação teórica por rótulos estereotipados (Rindfleisch, 1994; Parry; Urwin, 2011; Yang; Land, 2008; Rudolph *et al.*, 2021).

No campo do comportamento do consumidor, a lente geracional tende a ser relevante quando o consumo é intensivo em informação, envolve aprendizado e depende de confiança em ambientes incertos. Em serviços financeiros, a intangibilidade do serviço e a falta de informação clara elevam a importância de experiências anteriores e repertório sociocultural para a formação de crenças, o que sustenta a expectativa de heterogeneidade entre as coortes geracionais (Solomon, 2016; Parment, 2013; Lissitsa; Kol, 2021).

A literatura recente também reforça a pertinência de investigar a adoção de plataformas digitais de investimento a partir de recortes geracionais. Yanida, Padmanegara e Muklis (2025) analisaram a intenção de uso de plataformas digitais de investimento entre jovens da Geração Z na Indonésia, utilizando TRI e UTAUT, e identificaram efeito significativo da maioria dos fatores independentes sobre a intenção comportamental.

De modo complementar, Gunawan *et al.* (2024), ao investigarem aplicações de investimento entre Millennials e Geração Z, encontraram efeitos de hábito, influência social, expectativa de esforço, valor de preço e confiança sobre a intenção comportamental. Esses achados reforçam que diferentes coortes podem atribuir pesos distintos aos determinantes de adoção tecnológica.

A socialização tecnológica contribui para explicar variações entre as coortes geracionais, pois diferentes gerações foram expostas a graus distintos de digitalização do cotidiano e de intermediação por plataformas. No contexto brasileiro, evidências recentes apontam diferenças na forma de buscar informação e de operar a jornada de investimento, com maior importância de canais digitais entre as coortes geracionais mais jovens, o que reforça a pertinência analítica do recorte geracional para o objeto investigado (ANBIMA, 2025; Solomon, 2016).

Essas diferenças são relevantes porque o comportamento do consumidor em serviços financeiros digitais tende a combinar avaliação utilitária, conveniência e percepção de controle com fatores simbólicos, reputacionais e sociais. Em outras palavras, coortes

geracionais podem divergir não apenas no canal escolhido, mas no modo como constroem confiança, interpretam sinais de credibilidade e atribuem valor a mediações humanas, como assessoria, em comparação com autonomia via aplicativo (Solomon, 2016; Eastman; Liu, 2012).

Por isso, faz sentido esperar que relações entre construtos do modelo teórico e a intenção e o uso efetivo possam variar entre as coortes geracionais. A literatura de aceitação e uso de tecnologia reconhece que características do usuário podem moderar relações do modelo, e o recorte geracional opera como lente que agrega trajetória sociotécnica e repertório de consumo, ampliando a capacidade explicativa em serviços financeiros digitais (Venkatesh *et al.*, 2012; Parry; Urwin, 2011).

Nesse desenho, diferenças entre as coortes geracionais são tratadas como proposições a serem testadas empiricamente, evitando determinismos e preservando o caráter comparativo da análise. Assim, o recorte geracional sustenta comparações sistemáticas entre grupos e orienta a formulação de hipóteses de heterogeneidade, permitindo examinar se os determinantes da intenção e do uso efetivo se mantêm estáveis ou variam entre as gerações X, Y e Z (Rindfleisch, 1994; Venkatesh *et al.*, 2012).

Com base nos argumentos acima, formula-se a seguinte hipótese de moderação:

H14 – As relações propostas no modelo (H1–H13) variam em magnitude e/ou significância entre as gerações X, Y e Z, sugerindo que as coortes geracionais atuam como moderadores dos efeitos explicados pelo UTAUT3 e por seus construtos complementares.

Essa hipótese será examinada empiricamente por meio de análise multigrupo, de modo a verificar se os antecedentes de intenção de uso e de uso efetivo apresentam diferenças sistemáticas entre as coortes geracionais (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Farooq *et al.*, 2017; Parry; Urwin, 2011; Dimock, 2019; Hair Jr. *et al.*, 2014).

2.7 SÍNTESE DO MODELO E HIPÓTESES

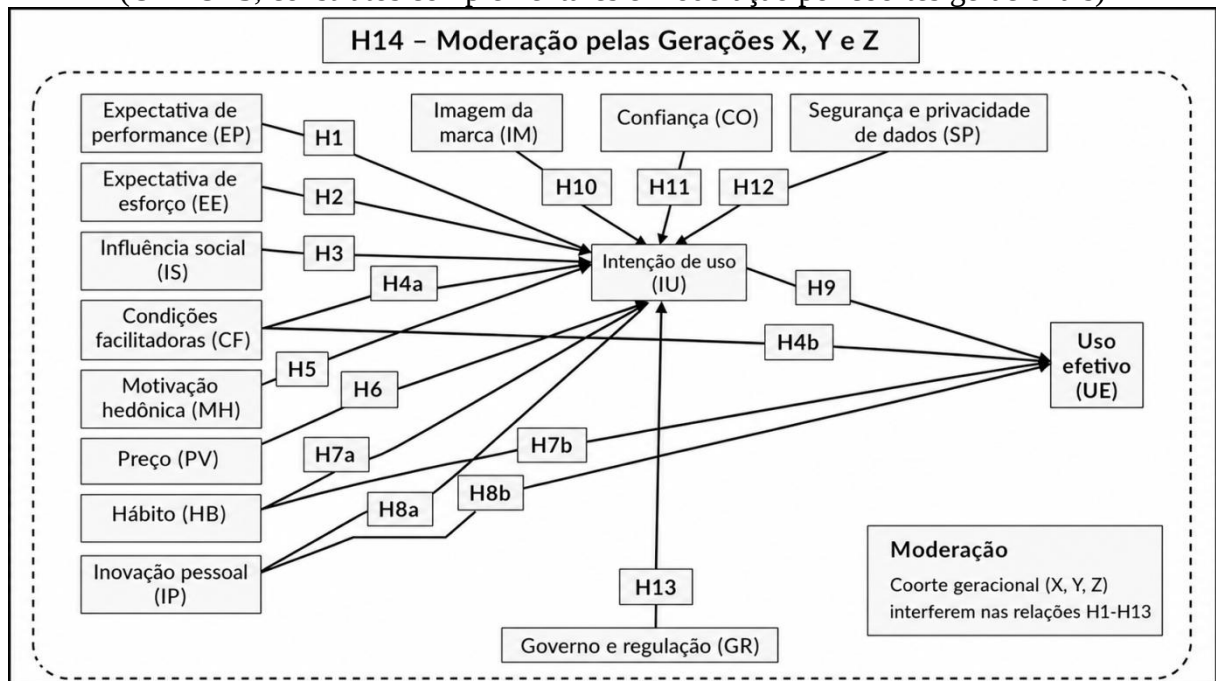
A partir do referencial desenvolvido, este estudo consolida um modelo teórico aplicado ao contexto de corretoras digitais de investimento. O modelo integra o núcleo do UTAUT3 e uma camada contextual composta por imagem da marca, confiança, segurança e privacidade de dados e percepção sobre governo e regulação.

Essa síntese articula determinantes clássicos de aceitação tecnológica e dimensões específicas do ambiente financeiro digital. Com isso, torna-se possível examinar a intenção de uso e o uso efetivo de corretoras digitais no Brasil, além de comparar esses efeitos entre as

gerações X, Y e Z (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Farooq *et al.*, 2017; Stewart; Jürjens, 2018; Ryu, 2018; Hu *et al.*, 2019).

Para sintetizar a especificação do modelo e explicitar a moderação por coortes geracionais, a Figura 9 apresenta o arranjo teórico completo do estudo. A representação reúne as relações diretas (H1–H13), a hipótese de moderação (H14) e os construtos complementares associados à imagem da marca, confiança, segurança e privacidade de dados e governo e regulação (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Farooq *et al.*, 2017; Parry; Urwin, 2011; Dimock, 2019; Hair Jr. *et al.*, 2014).

Figura 9 - Modelo teórico proposto para análise do uso de corretoras digitais de investimento (UTAUT3, construtos complementares e moderação por coortes geracionais)



Fonte: Elaboração própria.

Nota: Adaptado de Venkatesh *et al.* (2003), Venkatesh *et al.* (2012) e Farooq *et al.* (2017).

Operacionalmente, o modelo é estruturado para avaliar, de forma integrada, como os construtos do núcleo do UTAUT3 explicam a formação da intenção de uso e sua conversão em uso efetivo no contexto de corretoras digitais de investimento. Em paralelo, os construtos contextuais do ambiente financeiro digital são incorporados para capturar dimensões reputacionais e institucionais que podem influenciar a disposição do consumidor em utilizar serviços mediados por plataformas digitais, especialmente quando há incerteza e percepção de vulnerabilidade informacional (Farooq *et al.*, 2017; Stewart; Jürjens, 2018; Ryu, 2018; Hu *et al.*, 2019).

Além das hipóteses H1 a H13, que detalham os efeitos diretos dos construtos sobre a intenção de uso e o uso efetivo, incorpora-se a hipótese de moderação H14. Essa hipótese reflete o recorte geracional adotado e prevê que as relações do modelo podem diferir entre as gerações X, Y e Z, em consonância com a premissa de moderação por características do usuário presente nos modelos UTAUT e UTAUT2 (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Dimock, 2019).

Dessa forma, o Quadro 1 apresenta a sistematização do modelo e a formulação das hipóteses, explicitando as relações teóricas investigadas e sua comparação entre as gerações X, Y e Z (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Farooq *et al.*, 2017; Stewart; Jürjens, 2018; Ryu, 2018; Hu *et al.*, 2019).

Quadro 1 - Síntese do modelo teórico e hipóteses do estudo

(continua)

Base teórica (principais autores)	Variável	Número da hipótese	Hipótese
Venkatesh <i>et al.</i> (2003); Venkatesh <i>et al.</i> (2012); Farooq <i>et al.</i> (2017)	Expectativa de performance (EP)	H1	A expectativa de performance afeta positivamente a intenção de uso de corretoras digitais de investimento.
	Expectativa de esforço (EE)	H2	A expectativa de esforço afeta positivamente a intenção de uso de corretoras digitais de investimento.
	Influência social (IS)	H3	A influência social afeta positivamente a intenção de uso de corretoras digitais de investimento.
	Condições facilitadoras (CF)	H4a H4b	Condições facilitadoras afetam positivamente a intenção de uso de corretoras digitais de investimento. Condições facilitadoras afetam positivamente o uso efetivo de corretoras digitais de investimento.
	Motivação hedônica (MH)	H5	A motivação hedônica afeta positivamente a intenção de uso de corretoras digitais de investimento.
	Valor do Preço (PV)	H6	O valor preço afeta positivamente a intenção de uso de corretoras digitais de investimento.
	Hábito (HB)	H7a H7b	O hábito afeta positivamente a intenção de uso de corretoras digitais de investimento. O hábito afeta positivamente o uso efetivo de corretoras digitais de investimento.
	Inovação pessoal (IP)	H8a H8b	A inovação pessoal afeta positivamente a intenção de uso de corretoras digitais de investimento. A inovação pessoal afeta positivamente o uso efetivo de corretoras digitais de investimento.
	Intenção de uso (IU)	H9	A intenção de uso afeta positivamente o uso efetivo de corretoras digitais de investimento.
Stewart; Jürjens (2018), Hu <i>et al.</i> , (2019)	Imagem da marca (IM)	H10	A imagem da marca afeta positivamente a intenção de uso de corretoras digitais de investimento.
Ryu (2018), Stewart; Jürjens (2018), Contreras Pinochet <i>et al.</i> , (2019), Hu <i>et al.</i> , (2019)	Confiança (CO)	H11	A confiança afeta positivamente a intenção de uso de corretoras digitais de investimento.
	Segurança e privacidade de dados (SP)	H12	A segurança e a privacidade de dados afetam positivamente a intenção de uso de corretoras digitais de investimento.

(conclusão)

Ryu (2018); Contreras Pinochet <i>et al.</i> (2019); Hu <i>et al.</i> (2019)	Governo e regulação (GR)	H13	A percepção positiva sobre governo e regulação afeta positivamente a intenção de uso de corretoras digitais de investimento.
Parry; Urwin (2011); Dimock (2019); Venkatesh <i>et al.</i> (2003, 2012)	Coorte geracional (moderadora)	H14	As relações do modelo (H1–H13) variam em magnitude e/ou significância entre as gerações X, Y e Z.

Fonte: Elaboração própria.

A partir da sistematização das hipóteses e da configuração do modelo teórico, o capítulo seguinte descreve os procedimentos metodológicos que serão adotados para testá-lo empiricamente, detalhando delineamento da pesquisa, população e amostra, operacionalização dos construtos, instrumento de coleta, procedimentos de análise e critérios de validade e confiabilidade, incluindo a estratégia de comparação entre gerações por análise multigrupo em PLS-SEM (Hair Jr. *et al.*, 2014; Hair Jr. *et al.*, 2022; Venkatesh *et al.*, 2012).

3 MÉTODO

Este capítulo descreve os procedimentos metodológicos adotados para testar o modelo teórico e as hipóteses definidas no Capítulo 2. São apresentados o delineamento da pesquisa, a operacionalização dos construtos, os critérios de elegibilidade, o instrumento de coleta de dados, o pré-teste, os procedimentos de coleta, a preparação da base, a pré-análise de confiabilidade, os procedimentos de análise e os aspectos éticos, de modo a assegurar consistência, rastreabilidade e possibilidade de replicação do estudo (Lakatos; Marconi, 1991).

3.1 ABORDAGEM METODOLÓGICA E DELINEAMENTO DA PESQUISA

A pesquisa adotou abordagem quantitativa, de caráter descritivo e recorte transversal, operacionalizada por meio de *survey*. Essa opção se justificou pela aderência ao problema de pesquisa delimitado no Capítulo 1, que buscou examinar as relações previstas entre construtos teóricos e desfechos comportamentais associados ao uso de plataformas digitais de investimento no Brasil. O método permitiu a mensuração padronizada dos construtos e a análise simultânea de múltiplas relações entre variáveis latentes (Creswell, 2010; Hair Jr. *et al.*, 2022).

O *survey* mostrou-se adequado porque o objetivo central consistiu em testar hipóteses do modelo UTAUT3 adaptado ao contexto de investimento digital, estimando relações entre variáveis latentes e as variáveis endógenas intenção de uso e uso efetivo. Essa lógica é compatível com a tradição de modelos de aceitação e uso de tecnologia, nos quais a intenção antecede o comportamento e ambos são explicados por determinantes teóricos integrados (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Malhotra, 2019; Hair Jr. *et al.*, 2022).

O recorte transversal permitiu captar, em um momento específico, percepções, crenças e padrões de uso associados às plataformas digitais de investimento. Essa estratégia é recorrente em estudos de adoção tecnológica, pois favorece a padronização da mensuração, a comparação entre grupos e a avaliação estatística de relações teóricas previamente especificadas (Venkatesh *et al.*, 2012; Hair Jr. *et al.*, 2022).

A dimensão descritiva do estudo foi empregada para caracterizar a amostra e estimar proporções e padrões de comportamento do público-alvo, etapa típica em *surveys* estruturados. Malhotra (2019) destaca que a pesquisa descritiva busca descrever

características ou funções do mercado e pode determinar o grau de associação entre variáveis, com hipóteses previamente especificadas e desenho estruturado.

3.2 MODELO EMPÍRICO E OPERACIONALIZAÇÃO DOS CONSTRUTOS

O modelo empírico definido para esta pesquisa corresponde ao modelo proposto no Capítulo 2, composto pelas relações diretas especificadas nas hipóteses H1–H13 e pela hipótese de moderação (H14). As hipóteses H1–H13 estruturam as relações entre os construtos antecedentes, a intenção de uso e o uso efetivo, enquanto a H14 prevê a comparação multigrupo entre as coortes geracionais X, Y e Z. Adicionalmente, em atendimento às recomendações recebidas na etapa de qualificação, renda e escolaridade foram avaliadas como covariáveis de robustez, sem compor as hipóteses centrais do modelo teórico.

A lógica de estimação considera que os construtos antecedentes explicam a intenção de uso e que esta contribui para o uso efetivo, conforme tradição do UTAUT no contexto do consumidor. Para isso, toma-se o núcleo do UTAUT2 como base e incorpora-se a extensão com inovação pessoal adotada nesta dissertação (Venkatesh *et al.*, 2012; Farooq *et al.*, 2017).

A operacionalização dos construtos foi realizada por meio de escalas previamente validadas na literatura e adaptadas semanticamente ao contexto de corretoras e plataformas digitais de investimento. A relação entre variáveis latentes, indicadores observáveis e fontes de mensuração é apresentada no Quadro C1, enquanto o instrumento completo consta no Apêndice C (Creswell, 2010; Hair Jr. *et al.*, 2022).

Os itens do núcleo do modelo, composto por expectativa de performance, expectativa de esforço, influência social, condições facilitadoras, motivação hedônica, valor de preço e hábito, bem como os itens de intenção de uso e uso efetivo autorrelatado, seguiram a operacionalização consolidada no contexto do consumidor, preservando a estrutura teórica do UTAUT2 (Venkatesh *et al.*, 2012). A inovação pessoal foi mensurada conforme a extensão adotada nesta dissertação, que a incorpora como antecedente comportamental no arranjo do UTAUT3 proposto no Capítulo 2 (Farooq *et al.*, 2017).

Para os construtos complementares, a imagem da marca (IM) foi mensurada com base em Stewart e Jürjens (2018) e Hu *et al.* (2019). A confiança (CO) foi mensurada com base em Ryu (2018), Stewart e Jürjens (2018), Contreras Pinochet *et al.* (2019) e Hu *et al.* (2019). A segurança e privacidade de dados (SP) foi mensurada com base em Contreras Pinochet *et al.* (2019) e Hu *et al.* (2019). O construto governo e regulação (GR) utilizou itens de suporte

institucional e regulatório com base em Ryu (2018), Contreras Pinochet *et al.* (2019) e Hu *et al.* (2019).

Os itens do construto segurança e privacidade de dados foram redigidos em sentido negativo, associados à percepção de risco, e posteriormente recodificados na etapa de preparação dos dados, de modo que maiores escores representassem maior percepção de segurança e privacidade de dados (Hair Jr. *et al.*, 2022). Os demais construtos do núcleo UTAUT3 e os construtos complementares foram operacionalizados conforme a versão integral de escalas apresentada por Fernandes (2021), estudo posteriormente publicado em formato de artigo por Fernandes e Pinto de Mello (2025), mantendo-se, para cada construto, o conjunto de itens empregado naquele estudo.

Para assegurar transparência de mensuração, o Quadro 2 apresenta os itens do questionário por construto e a relação entre variáveis latentes e variáveis observáveis. O instrumento completo, incluindo a definição operacional de corretoras e plataformas digitais de investimento, as questões iniciais de elegibilidade e as perguntas de caracterização do respondente, com recorte geracional, é apresentado no Apêndice B (Hair Jr. *et al.*, 2009; Hair Jr. *et al.*, 2014; Creswell, 2010).

Quadro 2 - Construtos, siglas operacionais, autores e itens do instrumento de coleta

(continua)

Construto/variável	Autores	Variáveis observáveis
Expectativa de performance (EP)	Davis (1989); Venkatesh <i>et al.</i> (2003).	Eu enxergo as corretoras digitais de investimento como úteis em minha vida diária
		As corretoras digitais de investimento aumentam a minha produtividade
		O uso de corretoras digitais de investimento possibilita realizar as minhas atividades de forma mais rápida
Expectativa de esforço (EE)	Davis (1989); Venkatesh <i>et al.</i> (2003).	Eu utilizo as corretoras digitais de investimento com facilidade
		A minha experiência em uma plataforma de corretoras digitais de investimento é clara e compreensível
		As corretoras digitais de investimento são fáceis de usar
Influência social (IS)	Venkatesh; Davis (2000); Venkatesh <i>et al.</i> (2003).	É fácil entender as diversas funcionalidades oferecidas pelas corretoras digitais de investimento
		As pessoas que são importantes para mim acreditam que eu deveria utilizar corretoras digitais de investimento
		As pessoas que influenciam o meu comportamento acreditam que eu deveria utilizar corretoras digitais de investimento
Condições facilitadoras (CF)	Ajzen (1991); Venkatesh <i>et al.</i> (2003).	As pessoas cujas opiniões eu valorizo preferem que eu utilize corretoras digitais de investimento
		Eu possuo os recursos necessários (celular, computador etc) para utilizar corretoras digitais de investimento
		Tenho o conhecimento necessário para utilizar corretoras digitais de investimento
		As corretoras digitais de investimento são compatíveis com outras tecnologias que eu utilizo
		Eu consigo obter ajuda de outras pessoas quando tenho dificuldades em utilizar corretoras digitais de investimento

(continua)

Motivação hedônica (MH)	Venkatesh <i>et al.</i> (2012).	Eu acho o uso das corretoras digitais de investimento muito interessante
		O uso de corretoras digitais de investimento é agradável
		O uso de corretoras digitais de investimento é muito divertido
Preço/valor (PV)	Venkatesh <i>et al.</i> (2012).	Os preços cobrados pelas corretoras digitais de investimento são razoáveis
		A flexibilidade proporcionada pelas corretoras digitais de investimento justifica o valor cobrado
		Com os preços atuais, as corretoras digitais de investimento oferecem um bom retorno
Hábito (HB)	Venkatesh <i>et al.</i> (2012).	O uso de corretoras digitais de investimento se tornou um hábito para mim
		Eu estou acostumado a utilizar corretoras digitais de investimento
		Eu preciso utilizar corretoras digitais de investimento
Inovação pessoal (IP)	Agarwal; Prasad (1998); Rogers (2003); Farooq <i>et al.</i> (2017).	Eu gostaria de experimentar novos recursos e avanços em tecnologias da informação, especialmente em plataformas digitais como corretoras digitais de investimento
		Eu fico ansioso para experimentar novos recursos disponíveis em corretoras digitais de investimento
		Normalmente, eu estou entre os primeiros a adotar recursos e formas inovadoras de investir por meio de corretoras digitais, em comparação aos meus colegas
Intenção de uso (IU)	Ajzen (1991); Venkatesh <i>et al.</i> (2003); Venkatesh <i>et al.</i> (2012).	Eu pretendo continuar utilizando corretoras digitais de investimento no futuro
		Eu sempre vou tentar utilizar corretoras digitais de investimento no meu dia a dia
		Eu pretendo continuar a utilizar corretoras digitais de investimento com frequência
Uso efetivo (UE)	Venkatesh <i>et al.</i> (2003); Venkatesh <i>et al.</i> (2012); Farooq <i>et al.</i> (2017).	Frequência autodeclarada de utilização da corretora digital de investimento
Imagem da marca (IM)	Hu <i>et al.</i> (2019); Cheng; Wu; Leiner (2019).	Eu acredito que as corretoras digitais de investimento podem oferecer bons serviços e produtos
		Eu prefiro aceitar os serviços financeiros fornecidos por marcas conhecidas
		As corretoras digitais de investimento têm uma boa reputação
Confiança (CO)	Ryu (2018); Hu <i>et al.</i> (2019); Stewart; Jürjens (2018).	As leis que regulam corretoras digitais de investimento garantem proteção aos consumidores
		As corretoras digitais de investimento possuem habilidades e recursos suficientes para oferecer seus serviços
		As corretoras digitais de investimento atuam de forma ética ao obter, manter, processar e gerenciar as minhas informações pessoais
		As corretoras digitais de investimento atuam de forma honesta ao lidar com os consumidores
		Eu confio nos controles de privacidade disponibilizados pelas corretoras digitais de investimento
		As corretoras digitais de investimento implementam medidas adequadas de segurança para proteger as minhas informações pessoais
		Os órgãos que regulam as corretoras digitais de investimento têm autoridade suficiente sobre elas
		Eu acredito que as corretoras digitais de investimento mantêm as minhas informações pessoais seguras
		No geral, eu acredito que as corretoras digitais de investimento são confiáveis
Segurança e privacidade de dados (SP)	Stewart; Jürjens (2018); Hu <i>et al.</i> (2019).	Eu acredito que o meu dinheiro pode ser facilmente roubado ao utilizar os serviços de corretoras digitais de investimento
		Eu acredito que os meus dados pessoais e minha privacidade podem ser divulgados ao utilizar serviços de corretoras digitais de investimento
		No geral, acredito que as corretoras digitais de investimento são arriscadas

(conclusão)

Governo e regulação (GR)	Contreras Pinochet <i>et al.</i> (2019); Ryu (2018).	As regulamentações governamentais aumentam minha confiança para usar corretoras digitais de investimento
		É mais fácil utilizar corretoras digitais de investimento quando existem regulamentações governamentais claras
		Existe segurança jurídica para os usuários de corretoras digitais de investimento
		A regulamentação governamental facilita o uso de diferentes corretoras digitais de investimento

Fonte: elaborado pelo autor, com base na adaptação das escalas de Fernandes (2021) e no modelo posteriormente publicado por Fernandes e Pinto de Mello (2025).

As siglas apresentadas no Quadro 2 foram adotadas como códigos operacionais dos construtos no modelo empírico. Esses códigos são utilizados nas tabelas, figuras e saídas estatísticas dos capítulos seguintes, com o objetivo de facilitar a apresentação dos resultados e manter correspondência entre os construtos teóricos, os indicadores observáveis e as análises realizadas.

3.3 POPULAÇÃO-ALVO, AMOSTRAGEM E CRITÉRIOS DE ELEGIBILIDADE

A população-alvo do estudo foi composta por indivíduos residentes no Brasil que utilizam corretoras ou plataformas digitais de investimento, considerando-se como unidade de análise o investidor pessoa física. O recorte multigeracional compreendeu participantes das gerações X, Y e Z, conforme classificação adotada no Capítulo 1 e operacionalizada pelo ano de nascimento informado no questionário (Creswell, 2010).

A amostragem foi não probabilística, por conveniência e autoseleção dos respondentes, com busca de equilíbrio entre as coortes geracionais para viabilizar comparações multigrupo. Essa estratégia é adequada quando o objetivo é testar relações entre construtos em modelo estrutural e, simultaneamente, obter subamostras suficientes para análise por grupos, ainda que sem pretensão de representatividade estatística da população brasileira de investidores (Hair Jr. *et al.*, 2022).

O planejamento inicial previa aproximadamente 420 respondentes válidos, buscando-se cerca de 140 participantes por geração. Esse dimensionamento considerou análise de poder estatístico a priori, operacionalizada por regressão múltipla no G*Power, com alfa de 0,05 e poder de 0,80, adotando-se como número de preditores o maior conjunto de relações incidentes em uma variável endógena do modelo, tomando a intenção de uso como referência. Ao final da coleta, a amostra válida superou o dimensionamento inicialmente previsto,

alcançando 471 respondentes pertencentes às gerações X, Y e Z (Cohen, 1988; Faul *et al.*, 2009; Hair Jr. *et al.*, 2022).

Foram definidos como critérios de elegibilidade: concordar com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), possuir 18 anos ou mais, residir no Brasil, utilizar ou já ter utilizado plataforma digital de investimento e pertencer a uma das gerações delimitadas no estudo. Para fins operacionais, foram considerados participantes da Geração X os nascidos entre os anos de 1965 e 1980, da Geração Y os nascidos entre os anos de 1981 e 1996 e da Geração Z os nascidos entre os anos de 1997 e 2012, conforme recorte geracional previamente estabelecido (Geiger, 2015; Dimock, 2019; Library of Congress, 2025).

Após a coleta e a aplicação dos critérios de elegibilidade, a composição final da amostra foi definida na etapa de preparação e tratamento da base de dados, descrita na seção 3.7. Essa organização permitiu separar os critérios planejados de inclusão dos procedimentos posteriores de depuração, preservando a clareza metodológica do estudo (Hair Jr. *et al.*, 2022).

3.4 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

O instrumento de coleta de dados foi estruturado em formato de questionário eletrônico, autoadministrado, composto por questões iniciais de elegibilidade, itens de mensuração dos construtos do modelo e perguntas de caracterização do respondente. A construção do instrumento seguiu a lógica de adaptação de escalas previamente utilizadas na literatura, com ajustes de linguagem para preservar equivalência semântica e aderência ao contexto brasileiro de corretoras e plataformas digitais de investimento. Esse procedimento buscou reduzir ambiguidades e manter alinhamento entre definição conceitual, indicadores observáveis e objetivos da pesquisa (Hair Jr. *et al.*, 2009; Hair Jr. *et al.*, 2014).

Antes dos itens de mensuração, o questionário apresentou o TCLE e as questões iniciais de elegibilidade, utilizadas para verificar a aderência do respondente aos critérios definidos para a pesquisa (Creswell, 2010).

Para orientar a compreensão do objeto investigado, o instrumento apresentou uma definição operacional de plataformas digitais de investimento, contemplando aplicativos ou sites de bancos, corretoras, cooperativas ou outras instituições financeiras utilizados para realizar investimentos ou aplicações. Essa definição foi adotada para evitar que o respondente restringisse sua interpretação apenas às corretoras independentes, uma vez que o

comportamento investigado envolve o uso de ambiente digital para o ato de investir, independentemente do tipo institucional do provedor da plataforma.

Os construtos do núcleo do modelo e os construtos complementares foram mensurados por meio de itens adaptados da literatura, conforme apresentado no Quadro 2. As afirmações foram organizadas em escala do tipo Likert de sete pontos, variando de “discordo totalmente” a “concordo totalmente”. A adoção de escala padronizada permitiu a mensuração comparável dos indicadores e a posterior estimação das relações entre variáveis latentes no modelo proposto (Venkatesh *et al.*, 2012; Hair Jr. *et al.*, 2022).

O instrumento foi organizado de modo a preservar a correspondência entre os construtos teóricos, os indicadores observáveis e as perguntas de caracterização do respondente, permitindo posterior estimação do modelo de mensuração e do modelo estrutural (Hair Jr. *et al.*, 2014).

No instrumento, a pergunta inicial sobre utilização prévia ou atual de plataformas digitais de investimento teve função de elegibilidade, permitindo identificar respondentes aderentes ao público-alvo da pesquisa. Essa pergunta não foi utilizada como medida de uso efetivo, uma vez que apenas verificava a experiência prévia ou atual do respondente com plataformas digitais de investimento.

A intenção de uso foi mensurada por itens em escala do tipo Likert, conforme a lógica dos modelos de aceitação tecnológica. O uso efetivo, por sua vez, foi operacionalizado por um indicador observado de item único, correspondente à frequência autodeclarada de utilização da plataforma pelo respondente. Essa distinção preserva a separação entre predisposição comportamental e comportamento de uso, conforme a estrutura teórica adotada no modelo (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Farooq *et al.*, 2017).

Além dos itens de mensuração dos construtos, o questionário incluiu perguntas de caracterização sociodemográfica e de perfil de uso. Foram contempladas informações como ano de nascimento, gênero, escolaridade, renda, estado de residência, plataforma digital de investimento utilizada com maior frequência e frequência de uso da plataforma.

O ano de nascimento foi utilizado para classificar os respondentes nas coortes geracionais X, Y e Z. A variável utilizada para mensurar o uso efetivo foi posteriormente recodificada para sua inclusão no modelo empírico. A pergunta sobre a plataforma utilizada com maior frequência foi formulada em campo aberto, permitindo ao respondente informar espontaneamente a instituição ou plataforma mais utilizada.

O instrumento completo, incluindo o TCLE, as questões de elegibilidade, a definição operacional do objeto investigado, os itens dos construtos e as perguntas de caracterização do

respondente, é apresentado nos Apêndices A e B. Essa organização permite a rastreabilidade do procedimento de coleta e possibilita a replicação do estudo em pesquisas futuras com o mesmo recorte ou com adaptações para outros contextos financeiros digitais (Creswell, 2010; Hair Jr. *et al.*, 2014).

3.5 PRÉ-TESTE E AJUSTES DO INSTRUMENTO

O pré-teste do instrumento foi realizado entre os dias 20 de março e 23 de março de 2026, com 15 respondentes selecionados por conveniência, distribuídos de forma equilibrada entre as coortes geracionais definidas no estudo. Participaram dessa etapa 5 respondentes da Geração X, 5 respondentes da Geração Y e 5 respondentes da Geração Z. Essa etapa teve finalidade instrumental e os participantes não integraram a base final de estimação do modelo, sendo utilizada exclusivamente para avaliar a clareza, a compreensão e a adequação operacional do questionário (Hair Jr. *et al.*, 2009; Hair Jr. *et al.*, 2014).

O pré-teste buscou verificar se as questões iniciais de elegibilidade, a definição operacional de plataformas digitais de investimento, os itens dos construtos e as perguntas de caracterização eram compreendidos de forma adequada pelos participantes. Esse procedimento é relevante em pesquisas do tipo *survey*, pois permite identificar ambiguidades, dificuldades de interpretação e possíveis ajustes de linguagem antes da aplicação definitiva do instrumento, preservando a coerência entre os objetivos da pesquisa e os dados coletados (Creswell, 2010; Hair Jr. *et al.*, 2014).

De modo geral, os participantes indicaram tempo de resposta compatível com o previsto, predominando preenchimentos entre 8 e 15 minutos, e avaliaram as afirmações como compreensíveis. As principais observações concentraram-se na extensão da escala de 1 a 7, na semelhança percebida entre alguns itens e em dúvidas pontuais relacionadas aos blocos de segurança, confiança e governo/regulação. Tais observações foram analisadas pelo pesquisador, sem resultar em exclusão de itens, uma vez que a estrutura das escalas deveria preservar aderência ao modelo teórico e às fontes de mensuração adotadas.

A principal contribuição do pré-teste foi a identificação de ambiguidade na pergunta-filtro sobre o uso de corretoras digitais de investimento. A formulação inicial, “Você utiliza ou já utilizou corretora digital de investimento?”, mostrou-se restritiva, pois poderia excluir respondentes que realizavam investimentos por aplicativos ou sites de bancos, cooperativas ou outras instituições financeiras, embora apresentassem o comportamento de uso investigado.

Com base nesse retorno, a pergunta-filtro foi ajustada para: “Você utiliza ou já utilizou plataforma digital de investimento, como aplicativo ou site de banco, corretora, cooperativa ou outra instituição financeira, para realizar investimentos/aplicações?”. Não houve inclusão ou exclusão de itens nos construtos mensurados, preservando-se a estrutura das escalas, a coerência com as hipóteses do Capítulo 2 e as condições necessárias para a posterior estimação do modelo por PLS-SEM (Venkatesh *et al.*, 2012; Hair Jr. *et al.*, 2022).

3.6 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

A coleta de dados foi realizada por meio de questionário eletrônico, disponibilizado em plataforma *online* e acessado por *link* único. O formato autoadministrado permitiu ampliar o alcance geográfico da pesquisa, padronizar a coleta e viabilizar a participação de investidores residentes em diferentes regiões do Brasil (Creswell, 2010).

A coleta definitiva ocorreu entre os dias 25 de março e 24 de abril de 2026. A estratégia de recrutamento foi não probabilística, por conveniência e autosseleção dos respondentes, combinando divulgação direta a contatos pessoais e profissionais do pesquisador com compartilhamento em canais digitais próprios. O questionário foi divulgado em redes sociais, como *Instagram* e *Facebook*, em status de *WhatsApp* e encaminhado diretamente a contatos que, pelo conhecimento prévio do pesquisador, poderiam se enquadrar no público-alvo da pesquisa.

Além da divulgação orgânica, foram utilizadas campanhas pagas em plataformas digitais, com o objetivo de ampliar o alcance do questionário e diversificar o perfil dos respondentes. Essa estratégia combinada buscou reduzir a dependência exclusiva da rede pessoal do pesquisador e favorecer a participação de investidores com diferentes perfis de idade, localização, familiaridade digital e experiência com investimentos, preservando a coerência com o delineamento por *survey* e com o recorte multigeracional proposto (Creswell, 2010; Hair Jr. *et al.*, 2022).

No ecossistema Meta, a campanha foi veiculada entre os dias 30 de março e 14 de abril de 2026, com custo total de R\$ 10,52, alcançando 669 impressões e 52 cliques no *link* do questionário. No Google Ads, a campanha permaneceu ativa entre os dias 24 de março e 28 de abril de 2026, com custo total de R\$ 343,34, alcançando 1.640 impressões e 100 cliques no *link*.

Para fins analíticos, foram consideradas apenas as respostas registradas dentro do período de coleta definido para a pesquisa, encerrado em 24 de abril de 2026. Como não foi

utilizado rastreamento individual de conversão, em respeito ao anonimato dos participantes, não foi possível identificar quantas respostas válidas decorreram diretamente das campanhas pagas.

Visando assegurar aderência à população-alvo definida no estudo, o questionário incluiu questões iniciais de elegibilidade, verificando concordância com o TCLE, idade mínima de 18 anos, residência no Brasil e uso de plataforma digital de investimento. Respondentes que não atenderam a esses critérios foram excluídos da base final de análise, preservando a coerência entre o objeto empírico, os objetivos da pesquisa e o modelo estrutural proposto (Creswell, 2010; Hair Jr. *et al.*, 2022).

Durante o período de campo, acompanhou-se a evolução da coleta com atenção à distribuição entre as coortes geracionais X, Y e Z. Embora a amostragem tenha sido não probabilística, por conveniência e autosseleção, buscou-se reduzir assimetrias entre os grupos para viabilizar a posterior comparação multigrupo. Ao final da coleta, foram obtidas 628 respostas totais, posteriormente submetidas aos procedimentos de preparação, tratamento e auditoria da base de dados, descritos na seção seguinte.

3.7 PREPARAÇÃO E TRATAMENTO INICIAL DA BASE DE DADOS

A preparação, o tratamento e a auditoria da base de dados foram conduzidos antes da estimação do modelo no ambiente estatístico R, versão 4.6.0, com apoio da interface RStudio, versão 2026.04.0+526. Essa etapa teve como objetivo verificar a consistência, a coerência e a qualidade dos dados coletados (R Core Team, 2026; Posit Team, 2026).

O procedimento envolveu conferência da escala de mensuração, recodificação de itens negativos, criação da variável geracional, padronização de variáveis abertas, estatísticas descritivas, identificação de *outliers* univariados e multivariados e verificação de padrões invariantes de resposta. A triagem prévia reduz riscos de erro operacional e melhora a confiabilidade das análises subsequentes (Hair Jr. *et al.*, 2022).

A base inicial continha 628 respostas. Foram excluídos 3 respondentes que não concordaram com o TCLE, 1 respondente menor de 18 anos, 3 respondentes residentes fora do Brasil e 142 respondentes que informaram que não utilizam ou utilizaram corretoras ou plataformas digitais de investimento. Após esses procedimentos iniciais, permaneceram 479 respondentes usuários de corretoras ou plataformas digitais de investimento.

Também foram verificados dados ausentes, duplicidades e inconsistências operacionais na base. Não foram identificados registros duplicados nem valores ausentes nas

variáveis utilizadas para a estimação do modelo principal. Essa verificação foi realizada antes da recodificação dos indicadores e da criação das variáveis analíticas, preservando a consistência da base final submetida à modelagem de equações estruturais (PLS-SEM) (Hair Jr. *et al.*, 2022; Tabachnick; Fidell, 2019).

Inicialmente, foram recodificados os indicadores SP1, SP2 e SP3, pertencentes ao construto segurança e privacidade de dados. Esses itens apresentavam redação em sentido negativo, associada à percepção de risco, enquanto o construto foi operacionalizado em sentido positivo. Assim, foi necessário alinhar a direção dos indicadores ao significado teórico da variável latente, de modo que maiores escores representassem maior percepção de segurança e privacidade, e não maior percepção de risco (DeVellis, 2017; Suárez-Alvarez *et al.*, 2018).

Para isso, aplicou-se a transformação inversa da escala Likert de sete pontos, por meio da fórmula $8 - x$. Dessa forma, preservou-se o ponto médio da escala e garantiu-se coerência direcional dos indicadores antes das análises de confiabilidade, validade convergente e validade discriminante. Essa decisão também se justifica pela relevância da segurança e da privacidade na adoção de serviços financeiros digitais (Stewart; Jürjens, 2018; Ryu, 2018; Amnas *et al.*, 2023).

Também foram realizados ajustes manuais em seis registros da variável ano de nascimento, pois alguns participantes informaram a data completa, com dia, mês e ano. Nesses casos, foram removidos o dia e o mês, mantendo-se apenas o ano, sem exclusão do respondente. O procedimento teve caráter exclusivamente padronizador e preservou a informação necessária à classificação geracional.

Em seguida, foi criada a variável de classificação geracional com base no ano de nascimento informado pelos respondentes, seguindo os recortes definidos na seção 3.3. Esse procedimento permitiu organizar a base para a posterior análise multigrupo entre as coortes geracionais X, Y e Z (Dimock, 2019; Hair Jr. *et al.*, 2022).

Após a criação da variável geracional, foram excluídos oito respondentes classificados como Baby Boomers (nascidos antes do ano de 1965), por não integrarem o recorte analítico definido para esta dissertação. Com esse procedimento, a base final destinada às análises passou a contemplar apenas as coortes geracionais X, Y e Z, totalizando 471 respondentes válidos (Dimock, 2019; Hair Jr. *et al.*, 2022).

Na sequência, foram conferidos os nomes e rótulos das variáveis, verificando-se se os códigos dos indicadores correspondiam às afirmações originais do questionário. Também foram padronizados, em letras maiúsculas, os nomes das corretoras ou plataformas digitais de

investimento informadas em campo aberto. Nos casos em que o respondente indicou mais de uma instituição, considerou-se apenas o primeiro nome registrado, em razão da formulação da pergunta, que solicitava a plataforma utilizada com maior frequência. Esses procedimentos favorecem a rastreabilidade, a reprodutibilidade e a análise descritiva da base (Broman; Woo, 2018; Buchanan *et al.*, 2021).

Foram calculadas estatísticas descritivas para todos os indicadores do modelo, contemplando média, desvio padrão, valor mínimo e valor máximo. A análise confirmou que todos os itens permaneceram dentro da escala prevista de 1 a 7, não sendo identificados valores abaixo ou acima desse intervalo. Também não foram encontrados indicadores com desvio padrão igual a zero, demonstrando que todos os itens apresentaram variabilidade suficiente para contribuir com as etapas posteriores de avaliação do modelo de mensuração (Hair Jr. *et al.*, 2022; Tabachnick; Fidell, 2019).

A análise dos valores mínimos e máximos também permitiu verificar a inexistência de erros operacionais de digitação ou importação dos dados. Quando um item apresentou valor mínimo superior a 1 (item Condições Facilitadoras 1 – CF1), esse resultado foi interpretado apenas como ausência de respostas na extremidade inferior da escala, e não como inconsistência da base. Em escalas do tipo Likert, essa forma de resultado pode ocorrer naturalmente, especialmente em itens com maior concentração de concordância, não representando, por si só, problema estatístico ou metodológico (DeVellis, 2017; Hair Jr. *et al.*, 2022).

Posteriormente, foram calculados os *z-scores* dos indicadores do modelo, com a finalidade de identificar possíveis *outliers* univariados, procedimento recomendado na etapa de preparação e triagem de dados em análises multivariadas. Considerando os 471 respondentes válidos e os 48 indicadores observáveis analisados, foram examinados 22.608 registros individuais (Tabachnick; Fidell, 2019; Hair Jr. *et al.*, 2022).

A verificação apontou 118 ocorrências com valores padronizados superiores a três desvios-padrão em módulo, isto é, com $|z| > 3$. Esse critério foi utilizado como procedimento de triagem, uma vez que valores padronizados extremos indicam possíveis *outliers* univariados, mas não configuram, isoladamente, critério automático de exclusão de observações (Hair Jr. *et al.*, 2022).

Na literatura, o ponto de corte $|z| > 3$ é usualmente empregado para a sinalização de valores extremos, devendo a decisão de exclusão considerar a natureza dos dados, a plausibilidade dos registros e a existência de erro objetivo (Tabachnick; Fidell, 2019; Hair Jr. *et al.*, 2022).

Na inspeção dos registros sinalizados pelos *z-scores*, não foram identificados valores fora da escala, dados ausentes, duplicidades ou inconsistências operacionais que justificassem exclusão automática. Dessa forma, as ocorrências com $|z| > 3$ foram tratadas como pontos de atenção estatística, preservando-se os 471 respondentes válidos para as etapas seguintes de análise. Essa decisão reforça o tratamento dos *outliers* univariados como etapa diagnóstica, e não como critério mecânico de exclusão (Aguinis; Gottfredson; Joo, 2013; Hair Jr. *et al.*, 2022).

Complementarmente, foi calculada a Distância de *Mahalanobis*, com o objetivo de identificar possíveis *outliers* multivariados entre os respondentes. Diferentemente dos *z-scores*, que avaliam valores extremos em indicadores isolados, a Distância de *Mahalanobis* considera simultaneamente o conjunto de variáveis analisadas, permitindo identificar padrões de resposta multivariadamente distantes do centro da distribuição amostral (Tabachnick; Fidell, 2019; Hair Jr. *et al.*, 2022).

Para esse procedimento, foram utilizados os escores médios dos 13 construtos do modelo, uma vez que a análise principal da dissertação se orienta pela modelagem de relações entre variáveis latentes. As distâncias ao quadrado foram comparadas à distribuição qui-quadrado, com 13 graus de liberdade, adotando-se o critério conservador de $p < 0,001$, procedimento compatível com a identificação de possíveis *outliers* multivariados por meio da Distância de *Mahalanobis* (Tabachnick; Fidell, 2019; Hair Jr. *et al.*, 2022).

O valor crítico utilizado foi de 34,528, sendo identificados 13 registros acima desse patamar. Esses registros foram tratados como pontos de atenção estatística, e não como critério automático de exclusão, pois a literatura recomenda que *outliers* sejam avaliados em função de sua origem, plausibilidade e possível influência sobre os resultados, evitando decisões baseadas exclusivamente em um único indicador estatístico (Aguinis; Gottfredson; Joo, 2013; Hair Jr. *et al.*, 2022).

Na inspeção da base, não foram identificados valores fora da escala, dados ausentes, duplicidades, inconsistências operacionais ou padrão absoluto de respostas invariantes. Dessa forma, os registros sinalizados pela Distância de *Mahalanobis* foram mantidos na base final, preservando-se os 471 respondentes válidos para a modelagem PLS-SEM. Essa decisão segue a recomendação de que a identificação de *outliers* deve ser tratada como etapa diagnóstica, exigindo avaliação da origem, plausibilidade e possível influência dos registros antes de qualquer exclusão (Aguinis; Gottfredson; Joo, 2013; Hair Jr. *et al.*, 2022).

Além da análise de *outliers* univariados e multivariados, foram analisados possíveis padrões de respostas invariantes, também conhecidos como *straightlining*. Esse padrão ocorre

quando o respondente marca a mesma alternativa em todos os itens da escala, podendo indicar baixa atenção, redução do esforço cognitivo ou comportamento de *satisficing* durante o preenchimento do questionário (Krosnick, 1991; Meade; Craig, 2012).

A verificação foi realizada por meio da amplitude intrarrespondente e do desvio-padrão das respostas de cada participante. Não foram identificados casos com amplitude igual a zero nem respondentes com desvio-padrão igual a zero, indicando ausência de *straightlining* absoluto na base analisada. Dessa forma, não houve exclusão de registros por invariância integral de respostas (Meade; Craig, 2012; Ward; Meade, 2023).

Adicionalmente, a variável utilizada para mensurar o uso efetivo foi recodificada para sua inclusão no modelo. A variável original FREQ_USO, inicialmente categórica textual, foi transformada no indicador UE1, em escala ordinal de sete pontos.

A codificação adotada foi: 1 para [Não utilizo atualmente], 2 para [Menos de 1 vez por mês], 3 para [1 vez por mês], 4 para [2 a 3 vezes por mês], 5 para [1 vez por semana], 6 para [2 a 3 vezes por semana] e 7 para [Mais do que 3 vezes na semana]. Essa recodificação preservou a ordem crescente da frequência de uso e permitiu a inclusão do indicador no modelo PLS-SEM (Hair Jr. *et al.*, 2022; Tabachnick; Fidell, 2019).

Ao final da preparação dos dados, foi mantida uma versão documentada do arquivo, contendo a base limpa, as estatísticas descritivas, os *z-scores*, as colunas auxiliares de amplitude e desvio-padrão por respondente, bem como a variável UE1, derivada da frequência de uso. Essa versão serviu como registro metodológico do processo de auditoria e rastreabilidade dos tratamentos realizados.

Em seguida, foi estruturado um arquivo final para processamento no ambiente R/RStudio, sem abas ou colunas auxiliares utilizadas apenas no controle preliminar. Esse arquivo preservou exclusivamente as variáveis relevantes para a modelagem PLS-SEM e para as análises multigrupo (Hair Jr. *et al.*, 2022; Broman; Woo, 2018).

Ao final dos procedimentos de preparação e tratamento inicial, a base apresentou condições adequadas para a avaliação do modelo de mensuração, do modelo estrutural e da análise multigrupo entre as coortes geracionais, com 471 respondentes válidos e indicadores mantidos dentro da escala prevista (Hair Jr. *et al.*, 2022; Ward; Meade, 2023).

3.8 PRÉ-ANÁLISE DE CONFIABILIDADE DOS CONSTRUTOS

Após a preparação, o tratamento e a auditoria da base de dados, realizou-se uma pré-análise de confiabilidade dos construtos mensurados. Essa etapa teve caráter preliminar e

buscou verificar a consistência interna inicial dos blocos de indicadores antes da estimação do modelo de mensuração por PLS-SEM no ambiente R/RStudio. Para isso, utilizou-se o módulo de confiabilidade unidimensional do JASP 0.19.3.0, analisando-se separadamente os itens pertencentes a cada construto teórico do modelo proposto, com base no alfa de *Cronbach* (Cronbach, 1951; Hair Jr. *et al.*, 2022).

O alfa de *Cronbach* foi utilizado como medida clássica de consistência interna dos blocos de indicadores. Sua interpretação ocorreu em caráter preliminar e não isolado, considerando as limitações desse coeficiente e a necessidade de avaliação posterior por meio dos critérios próprios do modelo de mensuração estimado por PLS-SEM (Cronbach, 1951; Sijtsma, 2009; Hair Jr. *et al.*, 2022).

Essa etapa não teve finalidade de substituir a avaliação do modelo de mensuração estimado por PLS-SEM, mas apenas oferecer uma verificação diagnóstica inicial dos blocos de indicadores. Por isso, as decisões finais sobre manutenção dos itens foram tomadas posteriormente no R/RStudio, considerando cargas externas, confiabilidade composta, ρ_A , ρ_C , variância média extraída e validade discriminante (Taber, 2018; Hair Jr. *et al.*, 2022).

A pré-análise permitiu verificar a consistência interna inicial dos construtos e orientar a continuidade da modelagem. Os blocos com coeficientes mais moderados foram mantidos, pois superaram ou se aproximaram dos parâmetros mínimos recomendados e apresentaram aderência teórica ao modelo. Da mesma forma, construtos com coeficientes elevados foram acompanhados com atenção, considerando a possibilidade de redundância entre indicadores, sem que isso justificasse exclusão automática antes da avaliação completa do modelo de mensuração (Streiner, 2003; DeVellis, 2017; Hair Jr. *et al.*, 2022).

A decisão de não excluir indicadores com base apenas na pré-análise se fundamentou no entendimento de que confiabilidade não deve ser interpretada isoladamente. Em modelos reflexivos, a permanência de indicadores deve considerar simultaneamente consistência interna, validade convergente, validade discriminante, conteúdo teórico e contribuição do item para o construto. Assim, a pré-análise foi tratada como etapa de triagem e não como critério final de purificação do instrumento (Clark; Watson, 2019; Hair Jr. *et al.*, 2022).

Dessa forma, todos os construtos foram mantidos para a etapa posterior de modelagem por PLS-SEM. A avaliação definitiva dos indicadores foi realizada no ambiente R/RStudio, com base nos critérios próprios do modelo de mensuração reflexivo. Esse procedimento preservou a coerência teórica do instrumento e reduziu o risco de exclusões prematuras fundamentadas em um único indicador estatístico (Nunnally; Bernstein, 1994; Taber, 2018; Hair Jr. *et al.*, 2022).

3.9 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE DOS DADOS

Após a preparação e a auditoria da base, os dados foram analisados por modelagem de equações estruturais por mínimos quadrados parciais (PLS-SEM). A análise foi conduzida no ambiente estatístico R, versão 4.6.0, com apoio da interface *RStudio*, versão 2026.04.0+526. Utilizou-se principalmente o pacote *semnr*, complementado pelo pacote *cSEM* para procedimentos específicos não disponibilizados diretamente no resumo do modelo principal (R Core Team, 2026; Posit Team, 2026; Hair Jr. *et al.*, 2022).

A escolha da PLS-SEM decorreu da natureza preditiva do estudo, da complexidade do modelo e da presença de múltiplos construtos latentes. Essa técnica é adequada quando o objetivo envolve estimar relações entre variáveis latentes, avaliar modelos com diversos antecedentes e examinar simultaneamente efeitos sobre variáveis dependentes. No presente estudo, a PLS-SEM permitiu analisar os determinantes tecnológicos, comportamentais e contextuais da intenção de uso e do uso efetivo de corretoras digitais de investimento (Hair Jr. *et al.*, 2022; Sarstedt; Ringle; Hair Jr., 2022).

A avaliação dos dados foi organizada em etapas sucessivas. Inicialmente, foram examinadas estatísticas descritivas, consistência da escala, dados ausentes, duplicidades, valores fora da faixa esperada, padrões invariantes de resposta e coerência das variáveis analíticas. Em seguida, procedeu-se à avaliação do modelo de mensuração, do modelo estrutural, da análise preditiva complementar, da robustez com covariáveis e da análise multigrupo entre as coortes geracionais X, Y e Z (Hair Jr. *et al.*, 2022; Tabachnick; Fidell, 2019).

No modelo de mensuração, foram avaliadas as cargas externas dos indicadores, a consistência interna, a validade convergente e a validade discriminante dos construtos reflexivos. A consistência interna foi examinada por meio do alfa de *Cronbach*, do ρ_A , do ρ_C e da confiabilidade composta. A validade convergente foi verificada pela variância média extraída (AVE), adotando-se como referência valores iguais ou superiores a 0,50 (Fornell; Larcker, 1981; Hair Jr. *et al.*, 2022).

As cargas externas foram analisadas como evidência da relação entre os indicadores e seus respectivos construtos. Como referência, adotaram-se cargas preferencialmente superiores a 0,70. Entretanto, indicadores com cargas inferiores a esse parâmetro não foram excluídos automaticamente, quando sua permanência não comprometia a confiabilidade composta, a AVE e a coerência teórica do construto. Essa decisão seguiu a recomendação de

interpretar os indicadores em conjunto com os demais critérios de validade do modelo (Hair Jr. *et al.*, 2022).

A validade discriminante foi avaliada por dois procedimentos complementares. O primeiro foi o critério de Fornell-Larcker, que compara a raiz quadrada da AVE de cada construto com suas correlações com os demais construtos. O segundo foi a razão *heterotrait-monotrait* (HTMT), considerada uma medida mais sensível para detectar sobreposição entre construtos latentes. Valores abaixo dos limites recomendados indicam que os construtos apresentam distinção empírica suficiente (Fornell; Larcker, 1981; Henseler; Ringle; Sarstedt, 2015).

Também foi examinada a colinearidade entre os preditores do modelo. Para isso, utilizou-se o fator de inflação da variância (VIF), com análise em nível de indicadores e em nível estrutural. A interpretação do modelo privilegiou os VIFs estruturais, pois são eles que indicam se há colinearidade problemática entre os construtos antecedentes das variáveis dependentes. Valores em patamares aceitáveis permitem interpretar os coeficientes de caminho com maior segurança (Hair Jr. *et al.*, 2022).

Após a validação do modelo de mensuração, procedeu-se à avaliação do modelo estrutural. Essa etapa contemplou os coeficientes de caminho, os valores *t*, os *p-valores*, os intervalos de confiança e as decisões relativas às hipóteses do estudo. A significância estatística das relações estruturais foi avaliada por meio de *bootstrapping* não paramétrico com 5.000 reamostragens, procedimento usual em PLS-SEM para estimação dos erros-padrão, valores *t*, *p-valores* e intervalos de confiança dos coeficientes, sem finalidade de ampliação da amostra original (Preacher; Hayes, 2008; Hair Jr. *et al.*, 2022).

O poder explicativo do modelo foi avaliado por meio do coeficiente de determinação R^2 e do R^2 Ajustado das variáveis dependentes. Esses indicadores permitiram verificar a proporção da variância explicada pelos antecedentes da intenção de uso e do uso efetivo. Adicionalmente, foram examinados os tamanhos de efeito f^2 , com o objetivo de avaliar a contribuição relativa de cada construto antecedente para a explicação das variáveis endógenas (Cohen, 1988; Hair Jr. *et al.*, 2022).

O ajuste global foi examinado de forma complementar pelo SRMR. Como esse índice não foi disponibilizado diretamente pelo resumo do modelo estimado no pacote *semnr*, realizou-se cálculo complementar no pacote *cSEM*. Esse indicador foi interpretado com cautela, pois em PLS-SEM a avaliação principal permanece orientada por confiabilidade, validade, colinearidade, significância dos caminhos, poder explicativo e capacidade preditiva do modelo (Henseler; Hubona; Ray, 2016; Hair Jr. *et al.*, 2022).

A avaliação preditiva foi tratada como etapa complementar à análise explicativa do modelo. Considerando a orientação preditiva da PLS-SEM, foram examinados indicadores complementares de capacidade preditiva fora da amostra no ambiente R/RStudio. Essa etapa foi interpretada de forma auxiliar, sem substituir a avaliação principal baseada em confiabilidade, validade, colinearidade, significância dos caminhos, R^2 e f^2 (Shmueli *et al.*, 2019; Hair Jr. *et al.*, 2022).

Também foi realizada análise de robustez com as covariáveis renda e escolaridade. Essa etapa teve como objetivo verificar se a inclusão dessas variáveis alterava as decisões das hipóteses principais. Como alguns respondentes não informaram renda, o modelo com covariáveis foi estimado com subamostra específica, preservando-se a amostra completa de 471 casos nas análises principais do modelo de mensuração, do modelo estrutural e da análise multigrupo (Becker *et al.*, 2015; Hair Jr. *et al.*, 2022).

Por fim, a moderação geracional foi examinada por análise multigrupo. A investigação considerou os grupos Geração X, Geração Y e Geração Z, estimando-se modelos separados por coorte. Antes da comparação dos coeficientes estruturais, avaliou-se a invariância de mensuração por meio do procedimento de invariância de mensuração de modelos compostos (*Measurement Invariance of Composite Models* – MICOM). O procedimento compreende três etapas: invariância configural, invariância composicional e igualdade das médias e variâncias dos compostos. Sua aplicação permitiu verificar se os construtos apresentavam condições de comparabilidade entre os grupos analisados (Henseler; Ringle; Sarstedt, 2016; Hair Jr. *et al.*, 2022).

Após a aplicação do MICOM, a comparação entre os grupos foi conduzida por abordagem não paramétrica de análise multigrupo em PLS-SEM, com comparação pareada dos coeficientes estruturais. Dessa forma, as diferenças geracionais foram interpretadas considerando as condições de invariância de mensuração verificadas previamente (Henseler; Ringle; Sarstedt, 2016; Hair Jr. *et al.*, 2022).

A comparação multigrupo foi conduzida de forma conservadora, com base na estimação dos modelos por geração, no *bootstrapping* separado por grupo, na avaliação de invariância de mensuração e na comparação pareada dos coeficientes estruturais. Essa estratégia permitiu examinar a hipótese de moderação geracional sem afirmar generalizações indevidas sobre todas as relações do modelo. Os resultados detalhados dessa etapa são apresentados no capítulo de análise e discussão dos resultados (Henseler; Ringle; Sarstedt, 2016; Hair Jr. *et al.*, 2022).

3.10 ASPECTOS ÉTICOS

A participação no estudo foi voluntária, sem qualquer forma de coerção, e os respondentes puderam interromper o preenchimento do questionário a qualquer momento, sem prejuízo. Antes do início do instrumento, foi apresentado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), contendo o objetivo da pesquisa, as condições de participação, os esclarecimentos sobre o uso das informações e os canais de contato do pesquisador. Os participantes que não concordaram com o TCLE não prosseguiram no questionário e foram excluídos da base de dados (Creswell, 2010).

Foram coletadas apenas informações necessárias ao atendimento dos objetivos do estudo, evitando-se a solicitação de dados diretamente identificáveis, como nome, CPF, telefone ou endereço. As respostas foram registradas de forma anônima e tratadas de maneira agregada, com uso exclusivo para fins acadêmicos. Esse procedimento buscou assegurar a confidencialidade das informações e reduzir riscos aos participantes, especialmente por se tratar de uma pesquisa baseada em percepções e experiências de uso de plataformas digitais de investimento (Creswell, 2010; Lakatos; Marconi, 1991).

Os dados foram armazenados em ambiente digital com acesso restrito ao pesquisador, com previsão de manutenção pelo período necessário à condução da pesquisa e às exigências institucionais aplicáveis. Após esse período, será feito o descarte seguro dos registros, preservando-se apenas os resultados consolidados e anonimizados, sem possibilidade de rastreabilidade individual dos respondentes (Lakatos; Marconi, 1991).

Quanto ao risco, a pesquisa foi classificada como de risco mínimo, pois se limitou à coleta de percepções e experiências relacionadas ao uso de plataformas digitais de investimento, sem intervenção, manipulação de variáveis ou indução comportamental. Eventuais desconfortos foram mitigados pela linguagem clara do instrumento, pela possibilidade de interrupção da participação e pela ausência de obrigatoriedade de continuidade no preenchimento do questionário (Creswell, 2010).

O estudo observou as diretrizes éticas brasileiras aplicáveis a pesquisas envolvendo seres humanos, especialmente as Resoluções nº 466/2012 e nº 510/2016. Esta última contempla as especificidades das pesquisas em Ciências Humanas e Sociais e prevê situações em que pesquisas de opinião pública com participantes não identificados não são registradas nem avaliadas pelo sistema CEP/CONEP (Brasil, 2012; Brasil, 2016).

Considerando que esta pesquisa utilizou questionário eletrônico anônimo, sem coleta de dados diretamente identificáveis, sem intervenção sobre os participantes e sem

procedimentos que excedessem os riscos presentes na vida cotidiana, entendeu-se não ser necessário o registro e a submissão do projeto ao Sistema CEP/CONEP.

Ainda assim, foram preservados os compromissos éticos de consentimento informado, voluntariedade, anonimato, confidencialidade, proteção dos participantes e uso responsável dos dados. Esses cuidados mantêm alinhamento às diretrizes gerais da Resolução nº 466/2012 e da Resolução nº 510/2016 (Brasil, 2012; Brasil, 2016).

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

O capítulo apresenta os resultados obtidos a partir da base final da pesquisa, composta por 471 respondentes válidos. Inicialmente, descreve-se o perfil sociodemográfico, financeiro, geográfico e comportamental da amostra, considerando as coortes geracionais X, Y e Z.

Na sequência, apresentam-se os resultados do modelo de mensuração, do modelo estrutural, da avaliação preditiva complementar, da análise de robustez com covariáveis e da análise multigrupo. Essas etapas seguem os procedimentos definidos no capítulo metodológico para aplicação da modelagem de equações estruturais por mínimos quadrados parciais (PLS-SEM).

Considerando que parte das relações hipotetizadas não apresentou significância estatística, a apresentação dos resultados procura evidenciar, de forma objetiva, as relações que receberam suporte empírico e as que não foram suportadas. A discussão teórica mais aprofundada desses achados é reservada para o capítulo seguinte.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

A caracterização da amostra foi realizada com base nos 471 respondentes válidos. Conforme os procedimentos de elegibilidade e depuração descritos no capítulo anterior, a base final foi composta exclusivamente por respondentes das gerações X, Y e Z, residentes no Brasil e com experiência de uso de corretoras ou plataformas digitais de investimento. Nesta seção, são apresentadas as principais informações sociodemográficas, geográficas e comportamentais dos participantes, com o objetivo de contextualizar as análises posteriores.

A Tabela 3 apresenta as características sociodemográficas da amostra, contemplando a distribuição dos respondentes por coorte geracional, gênero, escolaridade e faixa de renda.

Tabela 3 - Características sociodemográficas da amostra

(continua)

	Divisão	Frequência	Percentual (%)
Coorte geracional	Geração X	143	30,4%
	Geração Y	172	36,5%
	Geração Z	156	33,1%
Gênero	Masculino	254	53,9%
	Feminino	216	45,9%
	Prefiro não informar	1	0,2%
Escolaridade	Ensino fundamental	2	0,4%
	Ensino médio	54	11,5%
	Ensino técnico	1	0,2%
	Ensino superior	169	35,9%

(conclusão)

	Divisão	Frequência	Percentual (%)
Escolaridade	Pós-graduação	191	40,6%
	Mestrado	39	8,3%
	Doutorado	15	3,2%
Faixa de renda	Até 2 salários mínimos	72	15,3%
	De 2 a 5 salários mínimos	102	21,7%
	De 5 a 10 salários mínimos	92	19,5%
	Acima de 10 salários mínimos	181	38,4%
	Prefiro não informar	24	5,1%

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos dados da pesquisa.

Os dados da Tabela 3 indicam equilíbrio entre o número de participantes pertencentes às gerações X, Y e Z. Observa-se também leve predominância masculina, elevado nível de escolaridade e concentração em faixas de renda superiores. Esse perfil é compatível com o objeto investigado, pois o estudo envolve usuários de corretoras ou plataformas digitais de investimento. As médias de idade foram de 52,45 anos para a Geração X, 38,75 anos para a Geração Y e 22,04 anos para a Geração Z, refletindo os critérios etários adotados para a classificação das três coortes geracionais.

A elevada escolaridade e a presença representativa de respondentes com renda acima de 10 salários mínimos devem ser consideradas na interpretação dos resultados, sem comprometer a análise do modelo proposto. Esses aspectos delimitam o contexto empírico da pesquisa e serão retomados quando necessário na leitura dos resultados estatísticos.

A seguir, a Tabela 4 apresenta a distribuição geográfica dos respondentes por unidade federativa, permitindo observar a distribuição territorial e a concentração regional da amostra.

Tabela 4 - Distribuição geográfica dos respondentes por unidade federativa
(continua)

UF	Frequência	Percentual (%)
Rio Grande do Sul (RS)	332	70,5%
São Paulo (SP)	27	5,7%
Santa Catarina (SC)	25	5,3%
Paraná (PR)	15	3,2%
Distrito Federal (DF)	12	2,5%
Rio de Janeiro (RJ)	9	1,9%
Minas Gerais (MG)	6	1,3%
Espírito Santo (ES)	3	0,6%
Piauí (PI)	3	0,6%
Mato Grosso (MT)	3	0,6%
Amazonas (AM)	3	0,6%
Ceará (CE)	3	0,6%
Pará (PA)	2	0,4%
Amapá (AP)	2	0,4%
Rondônia (RO)	2	0,4%

(conclusão)

UF	Frequência	Percentual (%)
Maranhão (MA)	2	0,4%
Roraima (RR)	2	0,4%
Paraíba (PB)	2	0,4%
Rio Grande do Norte (RN)	2	0,4%
Tocantins (TO)	2	0,4%
Goiás (GO)	2	0,4%
Sergipe (SE)	2	0,4%
Mato Grosso do Sul (MS)	2	0,4%
Pernambuco (PE)	2	0,4%
Bahia (BA)	2	0,4%
Alagoas (AL)	2	0,4%
Acre (AC)	2	0,4%

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos dados da pesquisa.

A Tabela 4 evidencia concentração regional no Rio Grande do Sul, que reuniu 70,5% dos respondentes válidos. Esse resultado é coerente com a estratégia de amostragem não probabilística, por conveniência e autosseleção, bem como com a rede de contatos utilizada na divulgação do questionário.

Apesar dessa concentração, a amostra contou com respondentes de todas as unidades federativas. Esse aspecto amplia a diversidade territorial da base, embora não altere sua natureza não probabilística nem autorize inferência estatística para a população brasileira de investidores.

A seguir, a Tabela 5 apresenta o perfil de investimento e o comportamento financeiro dos respondentes, contemplando tempo de experiência com investimentos, frequência de uso das plataformas digitais, objetivo principal de investimento e percentual da renda poupado mensalmente.

Tabela 5 - Perfil de investimento e comportamento financeiro dos respondentes

(continua)

Divisão	Frequência	Percentual (%)
Tempo de investimento	Menos de 1 ano	74
	De 1 a 3 anos	109
	De 3 a 5 anos	73
	Mais de 5 anos	215
Frequência de uso	Não utilizo atualmente	47
	Menos de 1 vez por mês	66
	1 vez por mês	88
	2 a 3 vezes por mês	84
	1 vez por semana	61
	2 a 3 vezes por semana	48
	Mais que 3 vezes na semana	77
Objetivo de investimento	Crescimento patrimonial	226
	Reserva/segurança	181
	Renda	45
	Curto prazo	10

(conclusão)

Divisão	Frequência	Percentual (%)	Divisão
Objetivo de investimento	Outro	9	1,9%
Percentual poupado mensalmente	Não consigo poupar	29	6,2%
	Até 5%	89	18,9%
	De 6% a 10%	124	26,3%
	De 11% a 20%	111	23,6%
	De 21% a 30%	69	14,6%
	De 31% a 40%	22	4,7%
	Acima de 40%	27	5,7%

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos dados da pesquisa.

Os dados da Tabela 5 indicam que a amostra reúne investidores com diferentes níveis de experiência, frequência de uso e capacidade de poupança. Observa-se presença expressiva de respondentes com mais de cinco anos de experiência em investimentos, ao mesmo tempo em que a frequência de uso das plataformas se distribui entre diferentes níveis de recorrência.

A categoria “não utilizo atualmente” não indica inconsistência da base, pois o critério de elegibilidade considerou tanto o uso atual quanto a experiência prévia com corretoras ou plataformas digitais de investimento. Para fins analíticos, a frequência atual autodeclarada foi utilizada como variável observada de uso efetivo, variando desde a ausência de uso no momento da coleta até níveis mais elevados de recorrência.

Quanto aos objetivos financeiros, predominam crescimento patrimonial e reserva ou segurança financeira. Em relação ao percentual poupado mensalmente, observa-se distribuição entre as diferentes faixas, o que reforça a heterogeneidade comportamental da amostra no contexto de investimentos.

A seguir, a Tabela 6 apresenta as corretoras ou plataformas digitais de investimento mais utilizadas pelos respondentes, conforme indicação espontânea no questionário.

Tabela 6 - Corretoras ou plataformas digitais de investimento mais utilizadas
(continua)

Corretora ou plataforma mais utilizada	Frequência	Percentual (%)
XP Investimentos	124	26,3%
Nu Invest	57	12,1%
BTG Pactual	44	9,3%
Inter Invest	35	7,4%
Sicredi Invest	30	6,4%
Clear	24	5,1%
Caixa Asset	23	4,9%
Rico	22	4,7%
Ion Itaú	21	4,5%
BB Investimentos	18	3,8%
Mercado Pago	17	3,6%

(conclusão)

Corretora ou plataforma mais utilizada	Frequência	Percentual (%)
Banrisul Corretora	11	2,3%
C6 Bank	10	2,1%
Cresol	10	2,1%
Santander Corretora	7	1,5%
Ágora Investimentos	6	1,3%
Safra Invest	5	1,1%
Genial Investimentos	4	0,8%
Binance	3	0,6%

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos dados da pesquisa.

Observa-se que a XP Investimentos foi a plataforma mais mencionada na amostra. Além dela, aparecem corretoras independentes, bancos digitais, bancos tradicionais, cooperativas de crédito e plataformas especializadas. Essa diversidade indica que o comportamento investigado ocorre em um ecossistema financeiro digital heterogêneo, no qual diferentes tipos de instituições disputam a preferência e a experiência de uso dos investidores.

Em síntese, a caracterização da amostra evidencia um conjunto de respondentes adequado ao objetivo da pesquisa, com equilíbrio entre as coortes geracionais, diversidade de plataformas utilizadas ou previamente acessadas e diferentes intensidades de relacionamento com o ambiente digital de investimentos. Ao mesmo tempo, a concentração regional no Rio Grande do Sul, a elevada escolaridade e a presença de participantes em faixas superiores de renda delimitam o contexto empírico no qual as hipóteses foram testadas. A partir dessa caracterização, apresentam-se as estatísticas descritivas dos indicadores.

4.2 ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS DOS INDICADORES

As estatísticas descritivas dos indicadores foram examinadas antes da avaliação do modelo de mensuração, com o objetivo de verificar o comportamento geral das variáveis observáveis utilizadas na pesquisa. Essa etapa permite observar a distribuição inicial das respostas, a amplitude dos valores registrados, a dispersão dos dados e a eventual concentração de respostas em determinadas regiões da escala, constituindo procedimento recomendado na preparação e triagem de dados em análises multivariadas (Tabachnick; Fidell, 2019; Hair Jr. *et al.*, 2022).

A análise contemplou os indicadores observáveis dos construtos do modelo, mensurados em escala do tipo Likert de sete pontos, além do indicador ordinal de uso efetivo, associado à frequência autodeclarada de utilização das corretoras ou plataformas digitais de investimento. De modo geral, os itens apresentaram variabilidade suficiente para

prosseguimento das análises, com valores mínimos e máximos dentro dos limites previstos da escala. Para facilitar a leitura, nesta seção os prefixos dos indicadores correspondem às siglas dos construtos apresentadas no Quadro 2: CF = condições facilitadoras; IU = intenção de uso; MH = motivação hedônica; IM = imagem da marca; IP = inovação pessoal; UE = uso efetivo; e SP = segurança e privacidade de dados. O número identifica a posição do item no respectivo construto.

Em relação aos indicadores individuais, observou-se que as maiores médias ocorreram em CF1, com média de 6,57, IU1, com média de 5,97, CF3, com média de 5,92, MH1, com média de 5,90, e IM1, com média de 5,83. Esses resultados indicam maior concentração de concordância em itens associados às condições facilitadoras, à intenção de uso, à motivação hedônica e à imagem da marca. A assimetria negativa desses indicadores demonstra concentração de respostas nos pontos mais altos da escala, especialmente em CF1, que apresentou a maior média e a maior assimetria negativa entre os itens analisados.

Por outro lado, as menores médias foram observadas em IP3, com média de 3,66, IP2, com média de 4,00, UE1, com média de 4,06, MH3, com média de 4,45, e SP2, com média de 4,54. Esse resultado indica menor intensidade média em itens relacionados à inovação pessoal, ao uso efetivo, à motivação hedônica e à segurança e privacidade de dados. Assim, embora a amostra apresente avaliação favorável em diferentes dimensões do modelo, nem todos os aspectos mensurados foram percebidos com a mesma intensidade pelos respondentes.

A Tabela 7 apresenta a síntese das estatísticas descritivas dos construtos, calculadas a partir da agregação dos indicadores observáveis.

Tabela 7 - Estatísticas descritivas dos construtos

Construto	Média	DP	Mín.	Máx.	Assimetria	Curtose
Condições facilitadoras (CF)	5,82	1,03	2,00	7,00	-1,15	1,02
Intenção de uso (IU)	5,70	1,30	1,00	7,00	-1,06	0,72
Imagem da marca (IM)	5,55	1,06	1,00	7,00	-1,00	1,25
Expectativa de performance (EP)	5,52	1,31	1,00	7,00	-0,96	0,49
Motivação hedônica (MH)	5,32	1,22	1,00	7,00	-0,95	0,89
Expectativa de esforço (EE)	5,31	1,32	1,00	7,00	-0,92	0,27
Governo e regulação (GR)	5,02	1,35	1,00	7,00	-0,72	0,08
Hábito (HB)	5,01	1,59	1,00	7,00	-0,69	-0,31
Segurança e privacidade de dados (SP)	4,89	1,40	1,00	7,00	-0,46	-0,21
Preço/valor (PV)	4,86	1,28	1,00	7,00	-0,35	-0,05
Confiança (CO)	4,85	1,29	1,00	7,00	-0,52	-0,05
Influência social (IS)	4,71	1,54	1,00	7,00	-0,39	-0,34
Inovação pessoal (IP)	4,39	1,38	1,00	7,00	-0,13	-0,64
Uso efetivo (UE)	4,06	1,91	1,00	7,00	0,10	-1,11

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados da análise no R/RStudio.

Os resultados da Tabela 7 demonstram que as maiores médias ocorreram em condições facilitadoras, intenção de uso, imagem da marca e expectativa de performance. Esse padrão indica que, no plano descritivo, os respondentes avaliaram de forma mais elevada aspectos relacionados à disponibilidade de recursos para uso das plataformas, à predisposição declarada de utilização, à percepção sobre as marcas utilizadas e à utilidade percebida das corretoras digitais de investimento.

Em posição intermediária, aparecem motivação hedônica, expectativa de esforço, governo e regulação, hábito, segurança e privacidade de dados, preço/valor, confiança e influência social. Esses construtos apresentaram médias moderadamente favoráveis e diferentes níveis de dispersão, indicando heterogeneidade nas percepções dos respondentes.

As menores médias foram observadas em inovação pessoal e uso efetivo. No caso da inovação pessoal, o resultado indica menor intensidade média na disposição individual para experimentar novas tecnologias financeiras. Já o uso efetivo apresentou o maior desvio-padrão entre as variáveis analisadas, reforçando a heterogeneidade da amostra quanto à frequência autodeclarada de utilização das plataformas digitais.

Com o objetivo de complementar a leitura dos escores agregados dos construtos, a Tabela 8 apresenta os indicadores com maiores e menores médias, sintetizando os extremos observados na análise descritiva.

Tabela 8 - Indicadores com maiores e menores médias

Grupo	Indicador	Média	DP	Assimetria
Maior média	CF1	6,57	0,99	-2,62
Maior média	IU1	5,97	1,27	-1,35
Maior média	CF3	5,92	1,24	-1,19
Maior média	MH1	5,90	1,31	-1,42
Maior média	IM1	5,83	1,21	-1,22
Menor média	IP3	3,66	1,78	0,17
Menor média	IP2	4,00	1,71	-0,08
Menor média	UE1	4,06	1,91	0,10
Menor média	MH3	4,45	1,59	-0,27
Menor média	SP2	4,54	1,67	-0,23

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados da análise no R/RStudio.

A leitura conjunta das Tabelas 7 e 8 indica que os dados apresentam comportamento adequado para a continuidade da análise, com variação nas respostas e ausência de concentração absoluta em um único ponto da escala. A Tabela 8 complementa essa avaliação ao evidenciar os indicadores individuais com médias mais altas e mais baixas, permitindo observar quais aspectos foram percebidos com maior ou menor intensidade pelos respondentes. Como a modelagem PLS-SEM não exige normalidade multivariada estrita dos

dados, esses padrões descritivos não impedem a estimação do modelo, mas auxiliam na compreensão preliminar da distribuição das respostas (Hair Jr. *et al.*, 2022).

4.3 AVALIAÇÃO DO MODELO DE MENSURAÇÃO

A avaliação do modelo de mensuração foi realizada com o objetivo de verificar se os indicadores observáveis representavam adequadamente os construtos latentes utilizados na pesquisa. Em modelos PLS-SEM com construtos reflexivos, essa etapa envolve a análise das cargas externas, da consistência interna, da validade convergente e da validade discriminante, antecedendo a interpretação das relações estruturais (Hair Jr. *et al.*, 2022).

As cargas externas dos indicadores apresentaram, de modo geral, aderência adequada aos respectivos construtos, com predominância de valores superiores ao parâmetro de 0,70. Os indicadores CF4 (0,650) e IM2 (0,620) apresentaram cargas inferiores a esse patamar, porém foram mantidos no modelo por não comprometerem a validade convergente nem a confiabilidade composta dos respectivos construtos. Além disso, sua manutenção preserva a coerência teórica do instrumento, evitando exclusões exclusivamente mecânicas que poderiam reduzir a validade de conteúdo.

A matriz completa das cargas externas dos indicadores é apresentada no Apêndice G, como evidência complementar da avaliação do modelo de mensuração. A Tabela 9 apresenta os resultados de confiabilidade interna e validade convergente dos construtos.

Tabela 9 - Confiabilidade interna e validade convergente dos construtos

Construto	Descrição	Alfa de Cronbach	rho_A	rho_C	AVE
EP	Expectativa de performance	0,875	0,886	0,923	0,799
EE	Expectativa de esforço	0,928	0,938	0,949	0,823
IS	Influência social	0,919	0,922	0,949	0,861
CF	Condições facilitadoras	0,787	0,810	0,863	0,615
MH	Motivação hedônica	0,847	0,887	0,906	0,763
PV	Preço/valor	0,905	0,912	0,940	0,840
HB	Hábito	0,874	0,891	0,923	0,802
IP	Inovação pessoal	0,778	0,823	0,867	0,685
IM	Imagem da marca	0,705	0,818	0,829	0,623
CO	Confiança	0,958	0,963	0,964	0,750
SP	Segurança e privacidade de dados	0,845	—	0,878	0,709
GR	Governo e regulação	0,907	0,922	0,935	0,782
IU	Intenção de uso	0,937	0,938	0,960	0,889
UE	Uso efetivo	—	—	—	—

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados da análise no R/RStudio.

Nota: — = valor não reportado.

Os resultados da Tabela 9 indicam adequação geral da consistência interna e da validade convergente dos construtos mensurados por múltiplos indicadores. O alfa de Cronbach e o rho_C permaneceram em níveis satisfatórios, enquanto os valores reportados de AVE ficaram acima de 0,50, indicando que os construtos explicam parcela suficiente da variância de seus indicadores (Hair Jr. *et al.*, 2022).

No construto segurança e privacidade de dados, o rho_A não foi reportado, pois a estimativa obtida ultrapassou o intervalo admissível de interpretação. A avaliação do construto foi, portanto, apoiada no alfa de Cronbach, no rho_C e na AVE, cujos resultados permaneceram adequados.

O uso efetivo foi operacionalizado por um único indicador, correspondente à frequência autodeclarada de utilização das plataformas. Por essa razão, não foram reportadas medidas de consistência interna nem de validade convergente para essa variável, uma vez que tais medidas não permitem avaliar relações entre múltiplos indicadores nesse caso.

Após a análise da consistência interna e da validade convergente, procedeu-se à avaliação da validade discriminante. Essa etapa teve como objetivo verificar se os construtos, embora relacionados teoricamente, apresentavam distinção empírica suficiente entre si. Para isso, foram utilizados os critérios de Fornell-Larcker e HTMT.

A Tabela 10 apresenta a síntese da validade discriminante do modelo de mensuração.

Tabela 10 - Síntese da validade discriminante

Critério	Resultado	Interpretação
Fornell-Larcker	Atendido	Diagonais > correlações
HTMT	Máximo = 0,806	Abaixo de 0,85
Cargas cruzadas	Adequadas	Maior carga no construto esperado

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados da análise no R/RStudio.

O critério de Fornell-Larcker foi atendido, uma vez que a raiz quadrada da AVE de cada construto apresentou valores superiores às correlações com os demais construtos. Esse resultado indica que cada construto compartilha mais variância com seus próprios indicadores do que com outros construtos do modelo. Assim, não foram identificados indícios de sobreposição crítica entre as variáveis latentes analisadas.

A matriz HTMT reforçou esse resultado. O maior valor observado foi 0,806, abaixo do limite de 0,85 usualmente adotado como referência mais conservadora. Dessa forma, os construtos apresentaram distinção empírica suficiente, permitindo sua interpretação como dimensões latentes separadas. As cargas cruzadas também foram verificadas e confirmaram que os indicadores apresentaram maior associação com seus respectivos construtos do que

com os demais. Em conjunto, esses resultados sustentam a validade discriminante do modelo de mensuração.

Como verificação complementar, foram examinados os VIFs em nível de indicador. Alguns itens apresentaram valores em faixa de atenção, especialmente nos blocos de confiança, intenção de uso, expectativa de esforço, influência social, hábito e governo e regulação. Esses resultados foram tratados como pontos de cautela, mas não motivaram exclusões, pois os construtos apresentaram confiabilidade composta, validade convergente e validade discriminante adequadas. Além disso, a colinearidade estrutural, analisada na seção seguinte, permaneceu em níveis aceitáveis.

Em síntese, a avaliação do modelo de mensuração apresentou resultados adequados para a continuidade da análise. As cargas externas foram predominantemente satisfatórias, a confiabilidade interna dos construtos mensurados por múltiplos indicadores ficou em níveis compatíveis com os parâmetros recomendados, e a validade convergente foi sustentada por AVEs superiores a 0,50. A validade discriminante também foi confirmada pelos critérios de Fornell-Larcker, HTMT e cargas cruzadas. Os pontos de atenção foram interpretados de forma cautelosa e não comprometeram a adequação geral do modelo.

4.4 AVALIAÇÃO DO MODELO ESTRUTURAL

Após a avaliação do modelo de mensuração, procedeu-se à análise do modelo estrutural, com o objetivo de examinar as relações hipotetizadas entre os construtos da pesquisa. Essa etapa permite verificar a existência, a direção e a intensidade dos efeitos entre as variáveis latentes, bem como avaliar a capacidade explicativa do modelo em relação à intenção de uso e ao uso efetivo de corretoras ou plataformas digitais de investimento.

A avaliação do modelo estrutural contemplou a análise da colinearidade entre os antecedentes, dos coeficientes de caminho, da significância estatística das relações por meio de *bootstrapping*, dos coeficientes de determinação, dos tamanhos de efeito e do ajuste complementar do modelo. O procedimento de *bootstrapping* foi realizado com 5.000 reamostragens, conforme recomendado para a estimação da significância dos coeficientes em modelos PLS-SEM (Hair Jr. *et al.*, 2022).

Inicialmente, verificou-se a colinearidade estrutural entre os antecedentes das variáveis dependentes. Essa análise é necessária porque níveis elevados de colinearidade podem distorcer a interpretação dos coeficientes de caminho, dificultando a identificação da

contribuição específica de cada construto no modelo. A Tabela 11 apresenta os VIFs estruturais dos antecedentes da intenção de uso e do uso efetivo.

Tabela 11 - VIF estrutural dos antecedentes

Variável dependente	Antecedente	VIF
IU	EP	2,028
IU	EE	2,187
IU	IS	1,420
IU	CF	2,191
IU	MH	2,308
IU	PV	1,819
IU	HB	2,368
IU	IP	1,472
IU	IM	2,546
IU	CO	2,404
IU	SP	1,166
IU	GR	1,683
UE	CF	1,515
UE	HB	2,331
UE	IP	1,363
UE	IU	2,367

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados do PLS-SEM no R/RStudio.

Os resultados da Tabela 11 indicam ausência de colinearidade problemática entre os antecedentes estruturais. Para a intenção de uso, os VIFs variaram de 1,166 a 2,546. Para o uso efetivo, os valores variaram de 1,363 a 2,367. Todos os valores permaneceram abaixo do limite de 3,3, o que permite interpretar os coeficientes de caminho sem evidência de distorção relevante causada por multicolinearidade entre os construtos explicativos.

Na sequência, foram analisados os coeficientes de caminho e a significância estatística das hipóteses do modelo principal. A Tabela 12 apresenta os resultados do *bootstrapping*, contemplando os coeficientes padronizados, a média *bootstrap*, o erro-padrão, o valor t, os intervalos de confiança, o p-valor e a decisão de suporte ou não suporte das hipóteses.

Tabela 12 - *Bootstrapping* e teste das hipóteses do modelo principal

(continua)

Hipótese	Relação	β	Média <i>bootstrap</i>	Erro- padrão	t	IC 2,5%	IC 97,5%	p-valor	Decisão
H1	EP -> IU	0,124	0,122	0,046	2,717	0,031	0,210	0,005	Suportada
H2	EE -> IU	0,008	0,005	0,045	0,178	-0,083	0,092	0,915	Não suportada
H3	IS -> IU	0,124	0,123	0,032	3,846	0,060	0,186	<0,001	Suportada
H4a	CF -> IU	0,007	0,012	0,046	0,157	-0,077	0,104	0,794	Não suportada
H4b	CF -> UE	0,014	0,014	0,053	0,261	-0,089	0,116	0,797	Não suportada
H5	MH -> IU	0,109	0,108	0,044	2,487	0,024	0,197	0,012	Suportada
H6	PV -> IU	- 0,058	-0,059	0,039	-1,509	-0,135	0,018	0,126	Não suportada

(conclusão)

Hipótese	Relação	β	Média bootstrap	Erro-padrão	t	IC 2,5%	IC 97,5%	p-valor	Decisão
H7a	HB -> IU	0,360	0,359	0,045	7,973	0,267	0,447	<0,001	Suportada
H7b	HB -> UE	0,535	0,536	0,055	9,681	0,424	0,640	<0,001	Suportada
H8a	IP -> IU	0,070	0,070	0,039	1,800	-0,007	0,144	0,073	Não suportada
H8b	IP -> UE	0,088	0,088	0,049	1,817	-0,009	0,185	0,071	Não suportada
H9	IU -> UE	-0,016	-0,015	0,064	-0,244	-0,145	0,109	0,826	Não suportada
H10	IM -> IU	0,281	0,282	0,050	5,609	0,185	0,380	<0,001	Suportada
H11	CO -> IU	0,032	0,032	0,047	0,686	-0,057	0,121	0,491	Não suportada
H12	SP -> IU	0,071	0,073	0,027	2,577	0,021	0,124	0,009	Suportada
H13	GR -> IU	-0,058	-0,056	0,037	-1,578	-0,127	0,017	0,130	Não suportada

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados do PLS-SEM no R/RStudio.

O modelo estrutural apresentou sete hipóteses suportadas e nove hipóteses não suportadas. As relações suportadas foram: expectativa de performance → intenção de uso, influência social → intenção de uso, motivação hedônica → intenção de uso, hábito → intenção de uso, hábito → uso efetivo, imagem da marca → intenção de uso e segurança e privacidade de dados → intenção de uso.

Entre as relações suportadas, o hábito apresentou os maiores coeficientes estruturais, tanto sobre a intenção de uso quanto sobre o uso efetivo. A imagem da marca também se destacou entre os antecedentes da intenção de uso, configurando o segundo efeito mais expressivo do modelo. As demais relações suportadas apresentaram efeitos positivos e estatisticamente significativos, porém de menor magnitude.

Não foram suportadas as relações expectativa de esforço → intenção de uso, condições facilitadoras → intenção de uso, condições facilitadoras → uso efetivo, preço/valor → intenção de uso, inovação pessoal → intenção de uso, inovação pessoal → uso efetivo, intenção de uso → uso efetivo, confiança → intenção de uso e governo e regulação → intenção de uso. No caso da inovação pessoal, os coeficientes foram positivos e próximos do limite convencional de significância. Ainda assim, foram insuficientes para sustentar as hipóteses propostas.

A ausência de suporte para parte das relações indica que, quando analisados simultaneamente com os demais antecedentes do modelo, alguns construtos não apresentaram contribuição estatisticamente significativa para explicar a intenção de uso ou o uso efetivo na amostra investigada. A discussão teórica dessas relações será aprofundada no capítulo seguinte.

A capacidade explicativa do modelo foi avaliada por meio dos coeficientes de determinação. A Tabela 13 apresenta os valores de R^2 e R^2 Ajustado para intenção de uso e uso efetivo.

Tabela 13 - Coeficientes de determinação R^2 e R^2 ajustado

Indicador	Intenção de Uso	Uso Efetivo
R^2	0,683	0,332
Adj R^2	0,675	0,326

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados do PLS-SEM no R/RStudio.

Os resultados da Tabela 13 indicam que o modelo apresentou capacidade explicativa mais alta para a intenção de uso e moderada para o uso efetivo. A variância explicada foi maior para a intenção de uso, indicando que o conjunto de antecedentes explica melhor a predisposição declarada de utilização do que a frequência autodeclarada de utilização das plataformas digitais de investimento.

Na sequência, foram examinados os tamanhos de efeito f^2 , com o objetivo de verificar a contribuição relativa de cada antecedente para os construtos endógenos. A Tabela 14 apresenta os resultados obtidos.

Tabela 14 - Tamanho de efeito f^2

Relação	f^2
EP → IU	0,024
EE → IU	<0,001
IS → IU	0,034
CF → IU	<0,001
MH → IU	0,016
PV → IU	0,006
HB → IU	0,171
IP → IU	0,010
IM → IU	0,098
CO → IU	0,001
SP → IU	0,014
GR → IU	0,006
CF → UE	<0,001
HB → UE	0,184
IP → UE	0,009
IU → UE	<0,001

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados do PLS-SEM no R/RStudio.

Os tamanhos de efeito apresentados na Tabela 14 indicam maior contribuição relativa do hábito, especialmente nas relações hábito → uso efetivo e hábito → intenção de uso. A imagem da marca também apresentou contribuição relevante para a intenção de uso, embora inferior à observada para o hábito.

Os demais antecedentes apresentaram efeitos pequenos, muito reduzidos ou praticamente nulos. Assim, o f^2 complementa a análise dos coeficientes estruturais ao indicar a magnitude da contribuição de cada construto dentro do conjunto explicativo do modelo.

Como indicador complementar de ajuste global, foi calculado o SRMR por meio do pacote *cSEM*. O valor obtido foi de 0,0538, abaixo do limite de 0,08 frequentemente utilizado como referência de ajuste aceitável. Embora esse indicador deva ser interpretado de forma complementar em PLS-SEM, o resultado sugere ausência de problema global evidente de ajuste do modelo.

Em síntese, a avaliação do modelo estrutural indicou boa capacidade explicativa para a intenção de uso e capacidade moderada para o uso efetivo. Foram suportadas sete hipóteses, enquanto nove não apresentaram suporte estatístico na amostra analisada. Esses resultados serão retomados no capítulo seguinte, no qual as hipóteses suportadas e não suportadas serão discutidas à luz da literatura e das especificidades do contexto empírico investigado. Uma síntese gráfica integrada do modelo estimado é apresentada na Figura 10, no início do Capítulo 5, após a apresentação dos resultados de robustez e da análise multigrupo. A partir da avaliação estrutural, a seção seguinte apresenta a avaliação preditiva complementar por meio do PLSpredict.

4.5 AVALIAÇÃO PREDITIVA COMPLEMENTAR

Além da avaliação explicativa do modelo estrutural, realizou-se uma avaliação preditiva complementar por meio do procedimento PLSpredict. Essa etapa teve como objetivo verificar, de forma adicional, a capacidade do modelo em gerar previsões fora da amostra, distinguindo a qualidade explicativa interna do modelo de seu desempenho preditivo. Essa distinção é relevante em estudos com PLS-SEM, pois um modelo pode apresentar boa capacidade explicativa interna e, ainda assim, demonstrar desempenho preditivo heterogêneo quando avaliado fora da amostra (Shmueli *et al.*, 2019; Hair Jr. *et al.*, 2022).

A avaliação preditiva foi realizada a partir dos erros de predição do modelo PLS, considerando os indicadores da intenção de uso e o indicador de uso efetivo. Foram utilizadas as métricas RMSE e MAE, nas quais valores menores indicam menor erro preditivo. Para complementar a interpretação, os erros do modelo PLS foram comparados aos erros de um modelo linear de referência, utilizado apenas como *benchmark* preditivo no procedimento PLSpredict. A Tabela 15 apresenta a comparação entre as métricas de predição *out-of-sample* do modelo PLS e do benchmark linear.

Tabela 15 - PLSpredict: comparação entre modelo PLS e *benchmark* linear

Indicador	RMSE PLS	RMSE LM	Menor RMSE	MAE PLS	MAE LM	Menor MAE
IU1	0,801	0,752	LM	0,612	0,565	LM
IU2	0,976	1,006	PLS	0,739	0,759	PLS
IU3	0,864	0,878	PLS	0,651	0,659	PLS
UE1	1,579	1,554	LM	1,286	1,263	LM

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados da análise no R/RStudio.

Os resultados da Tabela 15 indicam desempenho preditivo heterogêneo. O modelo PLS apresentou menores erros do que o benchmark linear nos indicadores IU2 e IU3, tanto em RMSE quanto em MAE. Por outro lado, o benchmark linear apresentou erros ligeiramente menores em IU1 e UE1. Assim, a avaliação sugere capacidade preditiva parcial, com comportamento mais favorável em parte dos indicadores de intenção de uso do que no indicador de uso efetivo. A Tabela 16 apresenta a avaliação preditiva em nível de construto.

Tabela 16 - PLSpredict em nível de construto

Métrica	IU	UE
IS_MSE	1,703	1,269
IS_MAE	1,015	0,943
OOS_MSE	1,716	1,274
OOS_MAE	1,019	0,944
Overfit	0,008	0,004

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados da análise no R/RStudio.

Os resultados em nível de construto reforçam a interpretação de capacidade preditiva parcial. Os indicadores de erro apresentaram valores próximos entre as estimativas *in-sample* e *out-of-sample*, enquanto os indicadores de *overfit* foram baixos para intenção de uso e uso efetivo, sugerindo ausência de indícios relevantes de sobreajuste no procedimento preditivo.

Embora esses resultados indiquem estabilidade geral do procedimento, a interpretação deve permanecer cautelosa. A comparação com o benchmark linear foi utilizada apenas como referência preditiva complementar, sem substituir os critérios de qualidade do modelo de mensuração nem os resultados do modelo estrutural. Nesta pesquisa, seu papel foi verificar o comportamento preditivo do modelo fora da amostra, em complemento à análise explicativa das relações estruturais (Shmueli *et al.*, 2019; Hair Jr. *et al.*, 2022).

Em síntese, a avaliação preditiva complementar indicou capacidade preditiva parcial do modelo. O PLS apresentou desempenho superior ao *benchmark* linear em dois indicadores de intenção de uso, mas foi ligeiramente superado em IU1 e no indicador de uso efetivo. Assim, os resultados sugerem comportamento preditivo mais favorável para parte dos indicadores de intenção de uso do que para a frequência autodeclarada de utilização das

plataformas digitais. A partir dessa avaliação, a próxima seção apresenta a análise de robustez com covariáveis.

4.6 ANÁLISE DE ROBUSTEZ COM COVARIÁVEIS

A análise de robustez com covariáveis foi realizada com o objetivo de verificar se a inclusão de renda e escolaridade alteraria as decisões centrais do modelo principal. Essa etapa teve caráter complementar, buscando avaliar a estabilidade dos resultados estruturais diante da inserção de variáveis sociodemográficas potencialmente associadas à intenção de uso e ao uso efetivo de corretoras ou plataformas digitais de investimento.

Para essa análise, o modelo foi reestimado com 447 respondentes, em razão da ausência de informação válida de renda para 24 participantes. Essa exclusão ocorreu exclusivamente na análise com covariáveis, preservando-se a amostra completa de 471 respondentes nas análises principais. A Tabela 17 apresenta os efeitos de renda e escolaridade sobre intenção de uso e uso efetivo.

Tabela 17 - Covariáveis no modelo de robustez

Relação	β	t	p-valor	Decisão
Renda → IU	-0,067	-2,074	0,038	Significativa
Renda → UE	0,128	2,734	0,007	Significativa
Escolaridade → IU	0,009	0,266	0,742	Não significativa
Escolaridade → UE	0,019	0,379	0,688	Não significativa

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados da análise no R/RStudio.

Os resultados da Tabela 17 indicam que, entre as covariáveis analisadas, a renda apresentou efeito estatisticamente significativo sobre a intenção de uso e sobre o uso efetivo. O efeito sobre a intenção de uso foi negativo e de pequena magnitude, enquanto o efeito sobre o uso efetivo foi positivo. Esse resultado sugere que, na amostra analisada, maiores níveis de renda não se associaram a maior predisposição declarada de uso, mas se relacionaram a maior frequência autodeclarada de utilização das corretoras digitais de investimento.

A escolaridade não apresentou efeito significativo sobre nenhuma das variáveis dependentes. Assim, na amostra analisada, essa covariável não acrescentou explicação estatisticamente relevante à intenção de uso nem ao uso efetivo quando considerada conjuntamente com os demais construtos do modelo. Esse resultado deve ser interpretado considerando o elevado nível de escolaridade da amostra, já descrito na Seção 4.1.

Na sequência, compararam-se os coeficientes de determinação dos modelos com e sem covariáveis, utilizando a mesma subamostra de 447 respondentes. A Tabela 18 apresenta essa comparação.

Tabela 18 - Comparação de R^2 com e sem covariáveis

Modelo	Indicador	IU	UE
Sem covariáveis – N = 447	R^2	0,691	0,342
Sem covariáveis – N = 447	R^2 ajustado	0,683	0,336
Com covariáveis – N = 447	R^2	0,694	0,360
Com covariáveis – N = 447	R^2 ajustado	0,684	0,351

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados da análise no R/RStudio.

Os resultados da Tabela 18 indicam que a inclusão das covariáveis produziu alterações pequenas nos coeficientes de determinação. A variação foi mínima para a intenção de uso e moderada para o uso efetivo, indicando que renda e escolaridade não alteraram substancialmente a capacidade explicativa do modelo, embora a renda tenha apresentado efeitos estatisticamente significativos nas duas variáveis endógenas.

Em síntese, a análise de robustez com covariáveis confirmou a estabilidade dos resultados centrais. A renda apresentou efeito negativo e significativo sobre a intenção de uso e efeito positivo e significativo sobre o uso efetivo, enquanto a escolaridade não apresentou efeito significativo sobre nenhuma das variáveis dependentes. Além disso, a inclusão das covariáveis não modificou as decisões das dezesseis relações estruturais testadas, de modo que as hipóteses suportadas permaneceram suportadas e as hipóteses não suportadas permaneceram sem suporte estatístico. A partir dessa verificação, avança-se para a análise multigrupo e moderação geracional.

4.7 ANÁLISE MULTIGRUPPO E MODERAÇÃO GERACIONAL

A análise multigrupo foi realizada com o objetivo de verificar se as relações estruturais do modelo apresentavam diferenças estatisticamente significativas entre as coortes geracionais X, Y e Z. Essa etapa está associada à hipótese H14, segundo a qual as coortes geracionais poderiam moderar as relações entre os construtos antecedentes, a intenção de uso e o uso efetivo de corretoras ou plataformas digitais de investimento.

Antes da interpretação das diferenças entre grupos, os resultados da análise multigrupo foram examinados em conjunto com o procedimento MICOM. Essa cautela é necessária porque comparações entre coeficientes estruturais dependem da comparabilidade dos grupos e das condições de invariância de mensuração (Henseler; Ringle; Sarstedt, 2016; Hair Jr. *et al.*,

2022). A distribuição da amostra entre as gerações X, Y e Z, já apresentada na caracterização da amostra, mostrou equilíbrio relativo entre os grupos.

A análise da hipótese H14 considerou as 16 relações estruturais do modelo principal, incluindo as relações direcionadas à intenção de uso e ao uso efetivo. Como foram realizadas comparações pareadas entre três grupos geracionais, totalizaram-se 48 comparações. A Tabela 19 apresenta a síntese geral da H14.

Tabela 19 - Síntese da H14

Item	Resultado
Total de relações avaliadas	16
Relações com evidência de moderação	1
Relações sem evidência de moderação	15
Total de comparações pareadas	48
Comparações pareadas significativas	1

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados da análise no R/RStudio.

Os resultados da Tabela 19 indicam que, das 16 relações estruturais avaliadas e das 48 comparações pareadas realizadas, apenas uma apresentou evidência de diferença significativa entre gerações. Assim, a hipótese H14 não recebeu suporte amplo, mas apenas suporte parcial e localizado.

A única diferença significativa foi identificada na relação imagem da marca → intenção de uso, correspondente à hipótese H10, na comparação entre as gerações Y e Z. A Tabela 20 apresenta essa comparação.

Tabela 20 - Comparação MGA com diferença significativa

Comparação	Hipótese	Relação	β grupo A	β grupo B	Diferença β	P-valor	Decisão MGA
Y vs Z	H10	IM → IU	0,196	0,457	-0,261	0,031	Diferença significativa

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados da análise no R/RStudio.

Conforme apresentado na Tabela 20, a única diferença significativa foi identificada na relação imagem da marca → intenção de uso, na comparação entre as gerações Y e Z. O efeito foi mais intenso entre os respondentes da Geração Z, indicando evidência pontual de moderação geracional nessa relação.

A interpretação desse resultado deve permanecer cautelosa, pois a moderação geracional não se manifestou de forma generalizada no modelo. A evidência foi restrita a uma única relação estrutural e a uma única comparação pareada.

Nas demais relações estruturais, não foram identificadas diferenças significativas entre as coortes geracionais. Esse padrão indica estabilidade geral do modelo entre as gerações X, Y e Z, com exceção da relação imagem da marca $\rightarrow$ intenção de uso, na comparação entre Geração Y e Geração Z.

Na sequência, examinou-se o procedimento MICOM, com o objetivo de avaliar a invariância de mensuração entre os grupos. Essa etapa é relevante porque a comparação entre coeficientes estruturais pressupõe que os construtos sejam mensurados de forma suficientemente comparável entre os grupos analisados. A Tabela 21 apresenta a síntese do MICOM entre gerações.

Tabela 21 - Síntese do MICOM entre gerações

Comparação	N	Invariância configural	Invariância composicional	Observação
X $\times$ Y	143 $\times$ 172	Atendida	Parcial	GR com p = 0,031 na etapa composicional; cautela interpretativa.
X $\times$ Z	143 $\times$ 156	Atendida	Atendida	Composição atendida para todos os construtos.
Y $\times$ Z	172 $\times$ 156	Atendida	Parcial	IP com p = 0,010 e CO com p = 0,041 na etapa composicional; cautela interpretativa.

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados da análise no R/RStudio.

Os resultados do MICOM indicaram invariância configural atendida nas três comparações entre gerações. Quanto à invariância composicional, a comparação entre as gerações X e Z foi atendida integralmente, enquanto as comparações X $\times$ Y e Y $\times$ Z apresentaram invariância composicional parcial, conforme apresentado na Tabela 21.

Esses resultados indicam necessidade de cautela interpretativa nas comparações multigrupo. Ainda assim, a diferença significativa observada na H14 ocorreu na relação imagem da marca $\rightarrow$ intenção de uso, na comparação entre as gerações Y e Z, enquanto os pontos de atenção de invariância composicional nesse par envolveram inovação pessoal e confiança. Portanto, a evidência específica relacionada à imagem da marca permanece defensável, desde que interpretada de forma conservadora.

Em síntese, a análise multigrupo indicou suporte parcial à hipótese H14. A moderação geracional não se manifestou de forma ampla nas relações estruturais do modelo, mas apenas na relação imagem da marca $\rightarrow$ intenção de uso, especificamente na comparação entre as gerações Y e Z. Assim, a hipótese H14 deve ser considerada parcialmente suportada, com evidência localizada e interpretação cautelosa. A próxima seção apresenta a síntese dos resultados do capítulo.

4.8 SÍNTESE DOS RESULTADOS DO CAPÍTULO

Este capítulo apresentou os resultados da etapa quantitativa da pesquisa. Foram contempladas a caracterização da amostra, as estatísticas descritivas dos indicadores, a avaliação dos modelos de mensuração e estrutural, a avaliação preditiva complementar, a análise de robustez com covariáveis e a análise multigrupo associada à moderação geracional.

De modo geral, os resultados indicaram adequação do modelo de mensuração, com evidências satisfatórias de confiabilidade interna, validade convergente e validade discriminante. Os pontos de atenção identificados, como as cargas inferiores de CF4 e IM2 e os VIFs em nível de indicador, foram interpretados de forma cautelosa e não comprometeram a continuidade da análise.

No modelo estrutural, foram suportadas sete hipóteses, enquanto nove não apresentaram suporte estatístico. As relações suportadas envolveram expectativa de performance, influência social, motivação hedônica, hábito, imagem da marca e segurança e privacidade de dados como antecedentes da intenção de uso, além do efeito do hábito sobre o uso efetivo. Entre esses resultados, o hábito apresentou os maiores efeitos estruturais, seguido pela imagem da marca na explicação da intenção de uso.

A capacidade explicativa foi mais elevada para a intenção de uso do que para o uso efetivo. A avaliação preditiva complementar indicou capacidade preditiva parcial, enquanto a análise de robustez com covariáveis confirmou a estabilidade das decisões do modelo principal. Entre as covariáveis analisadas, a renda apresentou efeito significativo sobre a intenção de uso e sobre o uso efetivo, enquanto a escolaridade não apresentou efeito significativo.

A análise multigrupo indicou suporte parcial à hipótese H14. A moderação geracional foi observada apenas na relação imagem da marca → intenção de uso, na comparação entre as gerações Y e Z, com efeito mais intenso entre os respondentes da Geração Z. Nas demais relações estruturais, não foram identificadas diferenças significativas entre as coortes geracionais. A Tabela 22 apresenta a síntese dos principais resultados do capítulo.

Tabela 22 - Síntese dos principais resultados do capítulo

(continua)

Etapa	Resultado central	Síntese interpretativa
Caracterização da amostra	471 respondentes válidos	Equilíbrio relativo entre gerações; concentração no RS.
Estatísticas descritivas	CF, IU, IM e EP com maiores médias	Percepções mais favoráveis sobre condições facilitadoras, intenção de uso, imagem da marca e expectativa de performance.

(conclusão)

Etapa	Resultado central	Síntese interpretativa
Modelo de mensuração	Confiabilidade e validade adequadas	Construtos aptos para avaliação estrutural.
Modelo estrutural	7 hipóteses suportadas; 9 não suportadas	Hábito e imagem da marca foram os efeitos mais fortes.
Capacidade explicativa	IU: $R^2 = 0,683$; UE: $R^2 = 0,332$	Modelo explica melhor intenção de uso do que uso efetivo.
Tamanho de efeito	HB $\rightarrow$ UE: $f^2 = 0,184$; HB $\rightarrow$ IU: $f^2 = 0,171$	Hábito apresentou maior contribuição relativa.
Ajuste complementar	SRMR = 0,0538	Ajuste complementar aceitável.
Avaliação preditiva	Capacidade preditiva parcial	Erros preditivos menores nos indicadores de intenção de uso do que no indicador de uso efetivo.
Covariáveis	Renda significativa para IU (-) e UE (+); escolaridade não significativa	Inclusão das covariáveis não alterou as decisões do modelo principal.
Moderação geracional	H14 parcialmente suportada	Diferença localizada em IM $\rightarrow$ IU entre Y e Z.

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados da análise no R/RStudio.

Em síntese, os resultados indicam que o modelo proposto apresentou medidas adequadas, maior capacidade explicativa para a intenção de uso, capacidade explicativa moderada para o uso efetivo, capacidade preditiva parcial, estabilidade diante da inclusão de covariáveis e evidência pontual de moderação geracional. Esses achados fornecem a base empírica para o capítulo seguinte, no qual os resultados serão discutidos à luz da literatura e das especificidades do contexto investigado.

5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

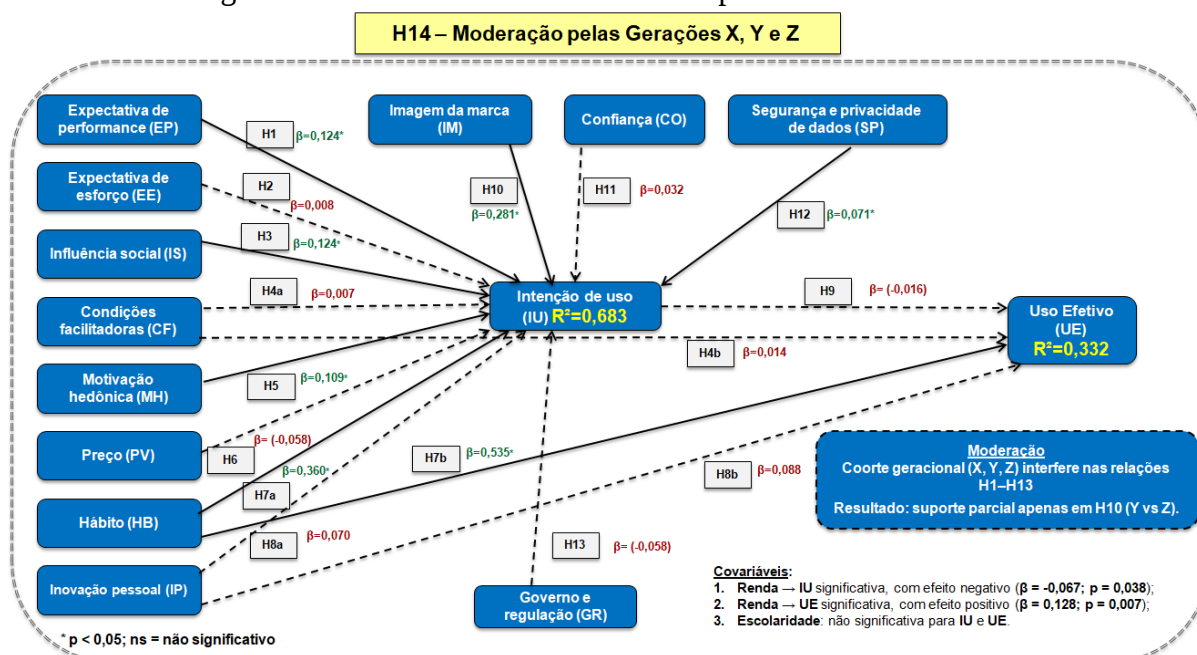
Este capítulo discute os resultados empíricos apresentados no capítulo anterior, com o objetivo de interpretar os achados à luz do modelo teórico proposto, da literatura sobre aceitação e uso de tecnologia e do contexto brasileiro de corretoras digitais de investimento. Enquanto o Capítulo 4 apresentou os procedimentos estatísticos, os indicadores de mensuração, os coeficientes estruturais e as decisões relativas às hipóteses, este capítulo examina o significado dos resultados e suas convergências e divergências em relação à literatura. Essa discussão é orientada pelos modelos de aceitação e uso de tecnologia, especialmente pela UTAUT e suas extensões em contextos de consumo (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012), bem como pelos critérios de interpretação de modelos estimados por PLS-SEM (Hair Jr. *et al.*, 2022).

A discussão é organizada a partir dos principais achados do modelo, com atenção especial às relações que não apresentaram suporte estatístico, pois sua interpretação permite compreender limites e particularidades da aplicação do UTAUT3 ao contexto das corretoras digitais de investimento no Brasil. O UTAUT3 amplia a estrutura de aceitação tecnológica ao incorporar a inovação pessoal ao modelo estendido de aceitação e uso de tecnologia (Farooq *et al.*, 2017). Nesta pesquisa, a análise das hipóteses não suportadas evita uma leitura apenas confirmatória dos resultados e reconhece que relações não significativas também podem produzir contribuição teórica, especialmente quando construtos clássicos perdem força explicativa diante de fatores como hábito, imagem da marca, segurança e privacidade de dados (Venkatesh *et al.*, 2012; Hair Jr. *et al.*, 2022).

Nesse sentido, a discussão parte de uma síntese dos achados centrais, avançando para a análise do predomínio do hábito e da ausência de conversão direta da intenção de uso em uso efetivo. Na sequência, são discutidos os fatores que explicaram a intenção de uso, as hipóteses não suportadas, a moderação geracional, os efeitos das covariáveis e, por fim, as implicações teóricas e gerenciais do estudo. Essa organização busca preservar o foco nos resultados da pesquisa, sem reconstruir o referencial teórico, utilizando a literatura apenas como base de interpretação e comparação dos achados empíricos.

Para apoiar a leitura dos resultados, a Figura 10 apresenta o modelo estrutural estimado após a análise PLS-SEM, reunindo os principais coeficientes, as relações significativas e não significativas, os valores de R^2 das variáveis endógenas, a moderação geracional e os efeitos das covariáveis.

Figura 10 - Modelo estrutural estimado após a análise PLS-SEM



Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados da análise PLS-SEM.

Nota: Linhas contínuas indicam relações estatisticamente significativas e hipóteses suportadas, enquanto linhas tracejadas indicam relações não significativas e hipóteses não suportadas. Os coeficientes em verde e vermelho reforçam, respectivamente, essa distinção. A moderação geracional apresentou suporte parcial apenas na relação imagem da marca → intenção de uso, na comparação entre as gerações Y e Z. As covariáveis indicaram efeito significativo da renda sobre a intenção de uso e sobre o uso efetivo, bem como ausência de efeito significativo da escolaridade.

A Figura 10 sintetiza o modelo estrutural estimado e apoia a leitura dos principais achados discutidos neste capítulo. Essa figura tem finalidade interpretativa e permite visualizar o papel do hábito, a relevância da imagem da marca, a diferença entre intenção de uso e uso efetivo e a concentração das relações não suportadas. Assim, a figura funciona como apoio à discussão dos resultados, sem substituir as tabelas estatísticas já apresentadas no Capítulo 4 (Hair Jr. *et al.*, 2022; Sarstedt; Ringle; Hair Jr., 2022).

5.1 SÍNTESE DOS ACHADOS CENTRAIS

Os resultados indicam que o modelo proposto apresentou maior capacidade de explicar a intenção de uso do que o uso efetivo de corretoras digitais de investimento. A intenção de uso obteve R^2 de 0,683, enquanto o uso efetivo apresentou R^2 de 0,332, sugerindo maior poder explicativo para a intenção do que para a frequência autodeclarada de utilização da plataforma, conforme os critérios de interpretação de modelos estimados por PLS-SEM (Hair Jr. *et al.*, 2022). Esse resultado é coerente com a lógica dos modelos de aceitação tecnológica, nos quais a intenção comportamental costuma ser mais diretamente explicada por

crenças e percepções do usuário do que o comportamento efetivo, que pode depender de condições adicionais de rotina, oportunidade, recursos e contexto (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012).

Essa diferença entre intenção de uso e uso efetivo é relevante no contexto financeiro digital, pois investir por meio de corretoras digitais não representa apenas aceitar uma tecnologia, mas incorporar uma prática financeira recorrente. Nos modelos de aceitação tecnológica em contextos de consumo, a distinção entre intenção e comportamento de uso é relevante para compreender a adoção e a continuidade de tecnologias digitais (Venkatesh *et al.*, 2012). No contexto *fintech*, essa distinção também se mostra importante, pois a intenção pode expressar avaliação positiva da plataforma, percepção de utilidade, influência social, imagem favorável da marca e segurança percebida; entretanto, o uso efetivo depende da frequência com que o investidor acompanha a carteira, realiza aportes, consulta informações ou interage com a plataforma (Ryu, 2018; Amnas *et al.*, 2023).

No modelo estrutural, foram suportadas sete hipóteses: expectativa de performance, influência social, motivação hedônica, hábito, imagem da marca e segurança e privacidade de dados como antecedentes da intenção de uso, além do efeito do hábito sobre o uso efetivo. Por outro lado, nove hipóteses não foram suportadas: expectativa de esforço, condições facilitadoras, valor de preço, inovação pessoal, intenção de uso sobre uso efetivo, confiança e governo e regulação não apresentaram contribuição estatisticamente significativa nas relações propostas.

Esse resultado demonstra que a adoção de corretoras digitais de investimento, na amostra investigada, não foi explicada por todos os construtos tradicionais dos modelos de aceitação tecnológica (Venkatesh *et al.*, 2003; Farooq *et al.*, 2017). A interpretação conjunta dos coeficientes estruturais sugere uma configuração em que hábito e imagem da marca assumem maior peso explicativo, considerando a análise simultânea das relações no modelo estimado por PLS-SEM (Hair Jr. *et al.*, 2022)..

O hábito foi o construto com maior destaque no modelo estrutural, tanto por sua relação com a intenção de uso quanto por sua influência sobre o uso efetivo. Esse achado sugere que a utilização de corretoras digitais depende da incorporação da plataforma à rotina financeira do investidor, e não apenas de uma avaliação racional ou de uma intenção declarada. Essa interpretação é consistente com a formulação do UTAUT2, que trata o hábito como resultado de experiências anteriores e repetição comportamental, capaz de influenciar tanto a intenção quanto o uso efetivo de tecnologias em contextos de consumo (Venkatesh *et al.*, 2012).

A centralidade do hábito também ajuda a interpretar a ausência de suporte para a relação entre intenção de uso e uso efetivo. Embora a intenção seja teoricamente concebida como antecedente do comportamento, os resultados indicaram que, no contexto analisado, o uso efetivo esteve mais associado à rotina financeira do que à predisposição declarada (Ajzen, 1991; Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012). Esse ponto é aprofundado na seção seguinte.

A imagem da marca foi o segundo efeito mais expressivo sobre a intenção de uso, indicando que a reputação e a percepção institucional da corretora digital possuem relevância na formação da predisposição de uso. Esse resultado é compatível com estudos que tratam a marca como sinal reputacional em ambientes de incerteza, especialmente quando o consumidor não consegue avaliar plenamente a qualidade do serviço antes da experiência de uso. No setor financeiro digital, a imagem da marca pode reduzir a incerteza percebida, pois o usuário lida com dados pessoais, recursos financeiros e decisões de investimento mediadas por plataformas digitais (Kotler; Keller, 2012; Hu *et al.*, 2019; Ahmad; Hassan, 2025).

A relação com a confiança, contudo, deve ser interpretada com cautela. Embora a literatura indique que uma imagem de marca favorável pode reforçar a confiança percebida, nesta pesquisa a confiança não apresentou efeito direto significativo sobre a intenção de uso. Assim, os resultados não permitem afirmar a existência de mediação ou de efeito indireto, mas apenas reconhecer a marca como possível sinal reputacional associado à confiança do consumidor (Hu *et al.*, 2019; Ahmad; Hassan, 2025).

A expectativa de performance, a influência social e a motivação hedônica também contribuíram para explicar a intenção de uso, ainda que com efeitos menores que hábito e imagem da marca. Esses achados indicam que a intenção de utilizar corretoras digitais de investimento é formada por uma combinação entre utilidade percebida, validação social e experiência de uso, o que reforça que o comportamento do investidor digital combina diferentes dimensões de decisão. A plataforma precisa ser percebida como útil para investir, socialmente legitimada por referências relevantes e capaz de favorecer o engajamento em ambiente digital (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Gunawan *et al.*, 2024).

Ainda, a segurança e a privacidade de dados apresentaram efeito positivo e significativo sobre a intenção de uso, embora com menor magnitude. Esse resultado é relevante porque confirma que, mesmo quando os efeitos mais expressivos estão associados a hábito e imagem da marca, a percepção de proteção das informações permanece importante no ambiente financeiro digital. Como corretoras digitais de investimento operam com dados pessoais, informações patrimoniais e transações financeiras, a segurança percebida não deve

ser tratada apenas como requisito técnico, mas como componente comportamental da aceitação tecnológica (Stewart; Jürjens, 2018; Hu *et al.*, 2019; Jafri *et al.*, 2024).

As hipóteses não suportadas indicam que alguns construtos teoricamente relevantes não apresentaram efeito estatisticamente significativo quando analisados simultaneamente aos demais antecedentes do modelo. Esse resultado não deve ser interpretado como inexistência absoluta dessas relações, mas como ausência de suporte empírico na amostra investigada e nas condições específicas do modelo estimado. De forma complementar, os achados podem sugerir que facilidade de uso, suporte, preço, inovação pessoal, confiança e percepção regulatória atuem mais como condições de base, do que como fatores decisivos na explicação da intenção ou do uso efetivo de corretoras digitais. Essa leitura exige cautela, pois deve considerar o conjunto das relações estruturais, a possibilidade de sobreposição explicativa entre construtos e o aprofundamento apresentado na seção 5.4 (Hair Jr. *et al.*, 2022; Sarstedt; Ringle; Hair Jr., 2022).

A análise com covariáveis reforçou a estabilidade do modelo principal, pois a inclusão de renda e escolaridade não alterou as decisões das hipóteses. Entre essas covariáveis, a renda apresentou efeito significativo sobre a intenção de uso e sobre o uso efetivo, enquanto a escolaridade não foi significativa em nenhuma das variáveis dependentes. O efeito da renda sobre a intenção de uso foi negativo e de pequena magnitude, ao passo que seu efeito sobre o uso efetivo foi positivo. Esse achado sugere que maiores níveis de renda não se associam necessariamente a maior predisposição declarada de uso, mas podem favorecer a frequência autodeclarada de utilização das corretoras digitais, possivelmente pela maior disponibilidade de recursos para investir ou movimentar aplicações, em diálogo com o contexto brasileiro de baixa poupança, restrições orçamentárias e dificuldade de transformar renda em investimento recorrente (Venkatesh *et al.*, 2012).

Por fim, a moderação geracional apresentou suporte parcial e localizado. A única diferença significativa ocorreu na relação imagem da marca → intenção de uso, na comparação entre as gerações Y e Z, com efeito superior entre os respondentes da Geração Z. Esse resultado recomenda cautela na interpretação do recorte geracional, pois as gerações X, Y e Z não apresentaram diferenças generalizadas nas relações estruturais do modelo. Assim, os dados sugerem estabilidade nas relações estruturais entre as gerações, preservando apenas uma diferença pontual associada ao papel da marca na formação da intenção de uso (Hair Jr. *et al.*, 2022; Parry; Urwin, 2011; Dimock, 2019).

Em síntese, os achados centrais indicam que o uso de corretoras digitais de investimento no Brasil é explicado por uma combinação entre percepção de utilidade,

influência social, experiência digital, segurança percebida, imagem da marca e hábito. O principal achado, entretanto, está na distinção entre intenção e uso efetivo: enquanto a intenção é explicada por múltiplos antecedentes, o uso efetivo depende de forma mais intensa da rotinização do comportamento financeiro digital. Essa leitura sustenta a sequência da discussão, na qual se aprofunda o papel dominante do hábito e a ausência de suporte para a conversão direta da intenção de uso em uso efetivo (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Farooq *et al.*, 2017).

5.2 HÁBITO, INTENÇÃO E USO EFETIVO

O principal resultado do modelo estrutural foi o papel do hábito na explicação da intenção de uso e, principalmente, do uso efetivo de corretoras digitais de investimento. A hipótese H7a foi suportada, indicando efeito positivo do hábito sobre a intenção de uso, enquanto a H7b também foi suportada, com o maior coeficiente estrutural do modelo em direção ao uso efetivo. Esse achado está alinhado ao UTAUT2, que trata o hábito como antecedente capaz de influenciar tanto a intenção quanto o comportamento de uso em contextos de consumo tecnológico (Limayem; Hirt; Cheung, 2007; Venkatesh *et al.*, 2012; Amnas *et al.*, 2023; Meiranto; Faisal; Yuyetta, 2024).

Nesta pesquisa, o uso efetivo foi operacionalizado por meio da frequência autodeclarada de utilização da plataforma. Assim, os resultados associados a esse construto representam a recorrência de uso informada pelos respondentes, não abrangendo outras dimensões, como volume financeiro movimentado, número de operações realizadas ou diversidade de funcionalidades utilizadas.

Esse resultado sugere que o uso de corretoras digitais não depende apenas da avaliação racional de atributos da plataforma, como utilidade, facilidade ou custo percebido. No contexto investigado, o uso efetivo, mensurado pela frequência autodeclarada, parece estar mais associado à incorporação da corretora digital na rotina financeira do investidor. Essa recorrência pode envolver consultas, acompanhamento de carteira, realização de aportes e monitoramento de produtos, embora essas atividades não tenham sido mensuradas separadamente. Essa interpretação é coerente com a ideia de que comportamentos repetidos podem reduzir o esforço deliberativo e aumentar a continuidade de uso de tecnologias digitais (Venkatesh *et al.*, 2012; Limayem; Hirt; Cheung, 2007).

Esse resultado também permite compreender que a corretora digital deixa de ser percebida apenas como ferramenta de acesso ao mercado financeiro e passa a operar como

parte do cotidiano financeiro do usuário. Quando o investidor se habitua a utilizar a plataforma, o uso tende a ocorrer com menor necessidade de decisão consciente. Assim, o comportamento de uso deixa de depender exclusivamente da intenção declarada e passa a ser sustentado pela repetição comportamental (Venkatesh *et al.*, 2012; Ryu, 2018).

A centralidade do hábito também ajuda a interpretar a ausência de suporte para a hipótese H9, que previa efeito positivo da intenção de uso sobre o uso efetivo. Esse resultado indica que, nesta amostra, declarar intenção favorável ao uso de corretoras digitais não se traduziu, necessariamente, em maior frequência autodeclarada de utilização. Essa evidência não elimina a importância teórica da intenção, mas sugere que, no contexto financeiro digital, a intenção pode ser insuficiente para explicar o comportamento quando não está acompanhada de rotina consolidada (Ajzen, 1991; Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012).

A ausência de suporte para a relação entre intenção de uso e uso efetivo deve ser interpretada com cautela, pois não significa que a intenção seja irrelevante em outros contextos. O resultado indica apenas que, no modelo estimado, a intenção não acrescentou explicação estatisticamente significativa ao uso efetivo quando analisada simultaneamente a hábito, condições facilitadoras e inovação pessoal. Essa leitura é compatível com pesquisas em tecnologia que reconhecem que comportamento efetivo pode depender de fatores situacionais, experiência acumulada e padrões de uso já estabilizados (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012).

No caso das corretoras digitais de investimento, essa distinção ganha força porque a frequência autodeclarada de utilização pode variar conforme a disponibilidade de recursos para investir, as oportunidades de movimentação financeira e a rotina do usuário. Desse modo, a intenção pode refletir avaliação positiva da tecnologia, enquanto o uso efetivo, tal como operacionalizado nesta pesquisa, representa a recorrência de utilização da plataforma (Ryu, 2018).

Essa interpretação também dialoga com o achado de que a renda foi significativa para a intenção de uso, com sinal negativo, e para o uso efetivo, com sinal positivo. Tal resultado sugere que maiores níveis de renda não se associaram a maior predisposição declarada à utilização de corretoras digitais, mas se relacionaram à maior frequência autodeclarada de utilização. Assim, a renda pode não ampliar a aceitação declarada da tecnologia, porém pode interferir positivamente na frequência com que a plataforma é efetivamente utilizada (Venkatesh *et al.*, 2012).

O achado reforça uma distinção importante para a dissertação: declarar intenção favorável em relação a uma corretora digital não é o mesmo que relatar maior frequência

autodeclarada de utilização. Um respondente pode reconhecer a utilidade da plataforma, considerar a marca confiável, perceber segurança e declarar intenção de continuidade, mas, ainda assim, relatar baixa frequência autodeclarada de utilização se não possui rotina de investimento. Portanto, a não conversão direta da intenção em uso efetivo parece refletir menos rejeição da tecnologia e mais variações na intensidade da prática financeira digital (Ajzen, 1991; Venkatesh *et al.*, 2003).

O papel do hábito também ajuda a compreender por que outros antecedentes diretamente ligados ao uso efetivo não foram suportados, como condições facilitadoras e inovação pessoal. Se o uso recorrente já está associado à rotina consolidada, fatores como infraestrutura disponível ou predisposição a experimentar tecnologia podem perder poder explicativo adicional. Essa possibilidade é coerente com a lógica de modelos comportamentais, nos quais a repetição reduz a dependência de avaliações conscientes e aumenta a automaticidade do comportamento (Limayem; Hirt; Cheung, 2007; Venkatesh *et al.*, 2012).

Esse padrão sugere que, em usuários de corretoras digitais de investimento, a fase inicial de aceitação tecnológica pode ter sido superada para parte dos usuários. Para esses respondentes, a questão talvez não seja mais decidir se a plataforma é útil, acessível ou inovadora, mas integrá-la às práticas recorrentes de gestão financeira pessoal. Nesse sentido, a recorrência de uso observada parece representar uma etapa posterior da adoção, na qual a experiência acumulada e a repetição passam a explicar melhor o comportamento do que a intenção declarada (Rogers, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012).

Do ponto de vista teórico, esse achado contribui para a aplicação do UTAUT3 ao contexto de corretoras digitais, ao mostrar que intenção e uso efetivo não se apresentaram como etapas necessariamente encadeadas no modelo estimado. Embora o modelo preveja relação entre intenção e comportamento, os resultados sugerem que, em serviços financeiros digitais, essa relação pode perder força explicativa diante da formação de hábitos. Assim, o comportamento de investimento digital parece depender mais da rotinização da prática do que da predisposição favorável expressa pelo usuário (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Farooq *et al.*, 2017).

Do ponto de vista gerencial, a centralidade do hábito indica que corretoras digitais de investimento devem priorizar estratégias capazes de estimular recorrência, e não apenas aquisição de usuários. Funcionalidades como lembretes de aportes, acompanhamento simplificado de carteira, relatórios periódicos, alertas personalizados e jornadas educativas podem favorecer a repetição do uso e fortalecer vínculos comportamentais. Essa orientação é

coerente com a literatura de aceitação tecnológica em consumo, que reconhece a importância da experiência acumulada e da continuidade para explicar o uso sustentado (Venkatesh *et al.*, 2012; Amnas *et al.*, 2023).

Em síntese, os resultados de H7a, H7b e H9 indicam que o hábito atua como elo entre aceitação e uso efetivo, operacionalizado pela frequência autodeclarada de utilização das corretoras digitais de investimento. A intenção de uso foi relevante como variável endógena explicada por diferentes antecedentes, mas não se mostrou suficiente para explicar a recorrência de utilização da plataforma. Assim, o principal achado desta seção é que o uso efetivo, tal como mensurado nesta pesquisa, depende menos da intenção declarada e mais da incorporação da plataforma à rotina financeira do investidor (Venkatesh *et al.*, 2012; Ryu, 2018).

5.3 ANTECEDENTES SUPORTADOS DA INTENÇÃO DE USO

Considerando que o hábito foi o único antecedente diretamente associado ao uso efetivo, esta seção discute os construtos que apresentaram suporte estatístico na explicação da intenção de uso. Além do hábito, a expectativa de performance, a influência social, a motivação hedônica, a imagem da marca e a segurança e privacidade de dados exerceram efeito positivo e significativo sobre a intenção de uso de corretoras digitais de investimento.

Em conjunto, esses achados indicam que a intenção de uso não decorre apenas da percepção de utilidade da plataforma, mas também de fatores sociais, experienciais, reputacionais e de segurança. Essa combinação reforça a pertinência de modelos ampliados de aceitação tecnológica em contextos financeiros digitais, nos quais utilidade, experiência e credibilidade atuam de forma simultânea (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Farooq *et al.*, 2017).

A expectativa de performance apresentou efeito positivo e significativo sobre a intenção de uso, confirmando a hipótese H1. Esse resultado indica que os respondentes tendem a apresentar maior intenção de uso quando percebem que a corretora digital contribui para tornar o processo de investimento mais útil, ágil ou eficiente. A relação confirma a centralidade da utilidade percebida na aceitação tecnológica, pois usuários tendem a adotar tecnologias quando acreditam que elas melhoram seu desempenho em atividades relevantes. No contexto analisado, a performance percebida se associa à capacidade da plataforma de apoiar decisões financeiras e simplificar operações de investimento (Davis, 1989; Venkatesh *et al.*, 2003).

Esse achado está alinhado a estudos recentes sobre *fintechs* e plataformas digitais de investimento, nos quais a expectativa de performance aparece como antecedente relevante da intenção comportamental. Em serviços financeiros digitais, a percepção de desempenho não se limita à rapidez operacional, mas envolve autonomia, acesso a informações, variedade de produtos e sensação de controle sobre a jornada de investimento. Assim, quando o investidor percebe que a plataforma amplia sua capacidade de acompanhar, decidir e executar operações, sua intenção de uso tende a aumentar (Amnas *et al.*, 2023; Ho; Rahmadito; Karsen, 2025; Amin *et al.*, 2024).

A influência social também apresentou efeito positivo e significativo sobre a intenção de uso, confirmando a hipótese H3. Esse resultado sugere que recomendações, opiniões e comportamentos de pessoas relevantes ainda influenciam a predisposição do investidor a utilizar corretoras digitais de investimento. No ambiente financeiro, essa influência pode decorrer de familiares, amigos, colegas, assessores de investimento, influenciadores digitais ou comunidades de investidores. Esse resultado reforça que decisões financeiras digitais não são apenas escolhas individuais, pois também são moldadas por validação social e circulação de experiências em redes pessoais e digitais (Venkatesh *et al.*, 2003; Solomon, 2016).

A relevância da influência social pode ser explicada pela própria complexidade do investimento, que frequentemente envolve incerteza, linguagem técnica e assimetria informacional. Quando o usuário não se sente plenamente seguro para avaliar sozinho uma plataforma, tende a buscar referências externas que reduzam dúvidas e legitimem sua escolha. Esse comportamento é especialmente relevante em mercados digitais, nos quais a experiência de terceiros pode funcionar como sinal de confiabilidade, conveniência e segurança percebida. O UTAUT2 reconhece a influência social como antecedente da intenção de uso em contextos de consumo tecnológico (Venkatesh *et al.*, 2012), e estudos sobre aceitação de aplicativos de investimento também identificam esse construto como fator associado à intenção de uso (Gunawan *et al.*, 2024).

A motivação hedônica apresentou efeito positivo e significativo sobre a intenção de uso, confirmando a hipótese H5. Esse resultado indica que a experiência digital das corretoras de investimento não é percebida apenas por sua utilidade instrumental, mas também por elementos de interesse, satisfação e envolvimento. Embora o investimento seja uma atividade predominantemente racional e orientada a objetivos financeiros, a interação com aplicativos, gráficos, notificações e recursos de acompanhamento pode tornar o uso mais estimulante. Esse achado confirma a pertinência de incluir dimensões experienciais em modelos de

aceitação tecnológica voltados ao consumo (Venkatesh *et al.*, 2012; Meiranto; Faisal; Yuyetta, 2024).

A significância da motivação hedônica sugere que a experiência de investir digitalmente pode estar associada à percepção de autonomia, controle e participação ativa no mercado financeiro. Nesse sentido, a plataforma não apenas executa ordens, mas também organiza informações, apresenta indicadores e permite acompanhamento contínuo da carteira. Esses elementos podem gerar engajamento e tornar a jornada mais interessante para o usuário. Estudos recentes sobre *fintechs* mostram que a motivação hedônica pode influenciar a intenção de adoção, embora sua força varie conforme o tipo de serviço e o perfil da amostra (Amnas *et al.*, 2023; Pratama; Pratama; Wulansari, 2025).

A imagem da marca foi um dos principais antecedentes suportados, confirmando a hipótese H10. O efeito positivo e significativo indica que reputação, familiaridade e percepção institucional da corretora digital de investimento contribuem para formar a intenção de uso. Esse resultado é coerente com a natureza do setor financeiro, no qual o consumidor precisa confiar em plataformas que intermediam recursos, dados pessoais e decisões de investimento. Em ambientes de consumo, a marca pode funcionar como sinal reputacional, reduzindo dúvidas e fortalecendo a predisposição do usuário a utilizar determinado serviço (Kotler; Keller, 2012), o que se torna especialmente relevante em serviços *fintech*, nos quais a percepção institucional contribui para a adoção em contextos de incerteza (Hu *et al.*, 2019).

O destaque da imagem da marca também sugere que, em mercados nos quais funcionalidades digitais tendem a se aproximar, reputação e reconhecimento podem adquirir maior peso. Quando várias corretoras oferecem aplicativos, acesso remoto, baixo custo e variedade de produtos, o usuário pode recorrer à marca como critério de diferenciação e segurança percebida. Esse achado dialoga com estudos em *fintechs* que indicam a imagem institucional como fator relevante para a adoção, especialmente quando associada à confiança e à credibilidade percebida pelo consumidor (Hu *et al.*, 2019; Ahmad; Hassan, 2025; Hassan *et al.*, 2026).

A segurança e a privacidade de dados também apresentaram efeito positivo e significativo sobre a intenção de uso, confirmando a hipótese H12. Embora seu efeito tenha sido menor do que o observado em hábito e imagem da marca, sua significância é teoricamente importante. O resultado indica que a percepção de proteção de dados pessoais, informações financeiras e transações digitais influencia a predisposição de uso. Em corretoras digitais de investimento, esse fator ganha relevância porque o usuário compartilha

informações sensíveis e realiza operações com impacto patrimonial direto (Stewart; Jürjens, 2018; Hu *et al.*, 2019).

Esse achado reforça que segurança e privacidade não devem ser compreendidas apenas como atributos técnicos das plataformas, mas como elementos percebidos pelo usuário. Mesmo que a infraestrutura tecnológica seja robusta, sua contribuição comportamental depende de como o investidor percebe proteção, transparência e controle sobre seus dados. Em *fintechs*, estudos recentes destacam que confiança, segurança, privacidade e percepção de risco continuam sendo determinantes relevantes da adoção, especialmente em serviços que envolvem dados financeiros e possibilidade de perdas (Ryu, 2018; Jafri *et al.*, 2024; Garg; Rani; Garg, 2026).

Em conjunto, os fatores suportados na intenção de uso mostram que a aceitação das corretoras digitais é multidimensional. A intenção não decorre apenas da percepção de utilidade, mas também de validação social, experiência digital, reputação institucional e segurança percebida. Esse conjunto de achados reforça que plataformas financeiras digitais devem ser analisadas como serviços que combinam tecnologia, comportamento e confiança. Assim, os resultados confirmam parte relevante do modelo proposto, mas também preparam a discussão das hipóteses não suportadas, que revelam limites importantes da explicação tradicional da aceitação tecnológica (Venkatesh *et al.*, 2012; Farooq *et al.*, 2017).

5.4 HIPÓTESES NÃO SUPORTADAS

As hipóteses não suportadas são relevantes para esta discussão, pois revelam limites e especificidades da aplicação do modelo ao contexto das corretoras digitais de investimento. No modelo estimado, não foram suportadas as relações envolvendo expectativa de esforço, condições facilitadoras, valor de preço, inovação pessoal, intenção de uso sobre uso efetivo, confiança e governo e regulação. Esses resultados não indicam, necessariamente, inexistência dessas relações, mas ausência de suporte estatístico na amostra e na especificação adotada. Essa leitura é adequada em PLS-SEM, especialmente quando os construtos são avaliados de forma simultânea (Hair Jr. *et al.*, 2022; Sarstedt; Ringle; Hair Jr., 2022).

A expectativa de esforço não apresentou efeito significativo sobre a intenção de uso, não sustentando a hipótese H2. Esse resultado sugere que a facilidade percebida de uso da plataforma não foi determinante para explicar a predisposição dos respondentes a utilizar corretoras digitais. Uma interpretação possível é que, entre usuários já familiarizados com plataformas digitais de investimento, a facilidade de uso tenha se tornado requisito básico.

Assim, o esforço percebido pode deixar de operar como diferencial explicativo quando o usuário já considera natural interagir com aplicativos financeiros (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012).

Esse resultado diverge da formulação clássica dos modelos de aceitação tecnológica, nos quais a facilidade de uso costuma favorecer a formação da intenção. Entretanto, a divergência pode ser compreendida pelo perfil da amostra, formada por usuários elegíveis justamente por utilizarem corretoras ou plataformas digitais de investimento. Nesse grupo, barreiras iniciais de aprendizagem podem ter sido superadas antes da pesquisa, reduzindo a variação do construto. Assim, a expectativa de esforço pode ter menor poder explicativo em usuários que já ultrapassaram a fase inicial de adoção, o que dialoga com estudos recentes sobre aplicativos de investimento em que esse construto também não se mostrou determinante para a intenção de uso (Davis, 1989; Venkatesh *et al.*, 2003; Gunawan *et al.*, 2024).

A ausência de suporte para expectativa de esforço também pode indicar maturidade das plataformas digitais de investimento no mercado financeiro brasileiro. Plataformas de investimento passaram a competir por usabilidade, clareza visual, rapidez de acesso e simplificação da jornada do usuário. Quando esses atributos passam a ser esperados, deixam de ser percebidos como vantagem distintiva. Desse modo, a facilidade pode permanecer relevante como condição mínima de permanência, mas não necessariamente como fator suficiente para elevar a intenção de uso em um modelo com múltiplos antecedentes simultâneos (Venkatesh *et al.*, 2012; Amnas *et al.*, 2023).

As condições facilitadoras também não apresentaram efeito significativo sobre a intenção de uso, não sustentando a hipótese H4a. Esse resultado sugere que a percepção de possuir recursos, conhecimento, compatibilidade tecnológica e ajuda disponível, dimensões associadas às condições facilitadoras nos modelos de aceitação tecnológica, não explicou a intenção de utilizar corretoras digitais de investimento (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012). Uma explicação plausível é que, para os respondentes da amostra, tais condições já estavam presentes em nível suficiente. Como todos os participantes eram usuários de plataformas digitais de investimento, ter acesso à internet, celular, computador e conhecimento operacional mínimo, provavelmente não representa barreiras relevantes à intenção.

A hipótese H4b, que previa efeito das condições facilitadoras sobre o uso efetivo, também não foi suportada. Esse resultado indica que recursos e suporte percebidos não explicaram a frequência declarada de utilização das corretoras digitais de investimento, quando avaliados simultaneamente aos demais antecedentes. Uma interpretação possível é

que as condições facilitadoras podem ser necessárias para viabilizar o uso, mas não suficientes para explicar sua recorrência. No modelo estimado, o uso efetivo foi explicado principalmente pelo hábito, reforçando que infraestrutura disponível não substitui rotina financeira consolidada, embora as condições facilitadoras sejam teoricamente associadas à viabilização do uso de tecnologias (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012).

Essa ausência de efeito das condições facilitadoras pode ser relacionada à ampliação do acesso digital no Brasil, especialmente entre usuários de serviços financeiros mediados por aplicativos (ANBIMA, 2025). Para indivíduos que já utilizam plataformas digitais de investimento, o acesso técnico pode ter se tornado condição pressuposta, e não um elemento decisório. Assim, possuir recursos ou canais de ajuda pode evitar abandono em situações de dificuldade, mas não necessariamente ampliar a intenção de uso ou o uso efetivo. A distinção entre condição de viabilidade e fator explicativo torna-se importante para interpretar esse achado (Venkatesh *et al.*, 2012).

O valor de preço não apresentou efeito significativo sobre a intenção de uso, não sustentando a hipótese H6. Além disso, o coeficiente estimado foi negativo, embora estatisticamente não significativo, o que recomenda cautela interpretativa. Esse resultado sugere que custos, tarifas ou percepção de retorno econômico não explicaram a intenção de uso na amostra analisada. No UTAUT2, o valor de preço representa a avaliação entre benefícios percebidos e custos monetários da tecnologia (Venkatesh *et al.*, 2012); no contexto desta pesquisa, uma possível explicação é que baixo custo, taxas reduzidas ou gratuidade já tenham sido incorporados como padrão competitivo, reduzindo o preço como critério de diferenciação percebida (Kotler; Keller, 2012).

Esse achado merece atenção porque contraria a expectativa de que plataformas digitais de investimento seriam escolhidas principalmente por vantagem econômica. No contexto investigado, os resultados indicam que imagem da marca, hábito, expectativa de performance, influência social, motivação hedônica e segurança percebida foram mais importantes para a intenção de uso. Assim, a decisão do investidor parece menos orientada por preço isolado e mais associada à utilidade, reputação e experiência. Essa interpretação é compatível com serviços financeiros digitais, nos quais redução de custo pode atrair atenção inicial, mas não sustentar, sozinha, intenção de continuidade (Ryu, 2018; Amnas *et al.*, 2023).

A não significância do valor de preço também pode refletir dificuldade do usuário em avaliar custos efetivos de investimento. Em corretoras digitais de investimento, custos podem estar distribuídos entre corretagem, *spreads*, taxas de administração, custódia e custos embutidos nos produtos. Assim, mesmo quando o usuário percebe gratuidade na plataforma, a

comparação econômica pode não ser clara. Isso reduz a saliência do preço como antecedente direto da intenção e reforça a importância de fatores mais facilmente percebidos, como reputação da marca e experiência de uso, em linha com a literatura de marketing sobre percepção de valor e comportamento do consumidor (Kotler; Keller, 2012; Solomon, 2016).

A inovação pessoal não apresentou suporte estatístico sobre a intenção de uso, não sustentando a hipótese H8a. Esse resultado sugere que a predisposição individual para experimentar novas tecnologias não explicou significativamente a intenção de utilizar corretoras digitais de investimento. Uma interpretação possível é que essas plataformas já não sejam percebidas como inovação restrita a adotantes pioneiros. Para parte dos usuários, investir por aplicativo pode ter se tornado comportamento relativamente normalizado, reduzindo o papel da inovação pessoal como antecedente diferencial da intenção (Rogers, 2003; Farooq *et al.*, 2017).

A hipótese H8b, que previa efeito da inovação pessoal sobre o uso efetivo, também não foi suportada. Embora o coeficiente tenha se aproximado do nível de significância, a relação não atingiu suporte estatístico no modelo estimado. Esse resultado sugere que a disposição para experimentar tecnologias não explica, por si, o uso efetivo de corretoras digitais de investimento. A adoção recorrente parece depender menos do traço inovador do usuário, associado à predisposição individual para experimentar tecnologias (Agarwal; Prasad, 1998; Farooq *et al.*, 2017), e mais de práticas financeiras consolidadas, sobretudo quando o hábito exerce efeito dominante sobre o uso efetivo (Venkatesh *et al.*, 2012).

Essa ausência de suporte para inovação pessoal contribui para uma leitura importante do estágio de adoção das corretoras digitais de investimento. Quando uma tecnologia ainda é emergente, usuários inovadores tendem a desempenhar papel mais visível na experimentação e difusão inicial. Entretanto, quando o serviço passa a integrar o repertório de consumo financeiro de públicos mais amplos, a inovação pode perder força explicativa. Nesse cenário, a disposição individual para testar novidades pode perder força explicativa à medida que a tecnologia se difunde (Rogers, 2003), enquanto confiança percebida, reputação e segurança podem ganhar relevância em serviços financeiros digitais (Hu *et al.*, 2019).

A hipótese H9, que previa efeito positivo da intenção de uso sobre o uso efetivo, também não foi suportada, embora tenha sido discutida com maior profundidade na seção anterior. Esse resultado merece destaque na dissertação, pois mostra que predisposição favorável não se converteu diretamente em uso efetivo. A intenção de uso apresentou boa capacidade explicativa no modelo, mas não explicou o comportamento efetivo quando analisada com hábito, condições facilitadoras e inovação pessoal. Essa evidência reforça a

necessidade de distinguir aceitação declarada e prática recorrente de investimento digital (Ajzen, 1991; Venkatesh *et al.*, 2003).

A não significância da relação entre intenção de uso e uso efetivo pode decorrer da natureza específica do comportamento de investimento. Diferentemente de tecnologias usadas diariamente por conveniência geral, corretoras digitais de investimento dependem de disponibilidade de recursos, objetivos financeiros, periodicidade de aportes e acompanhamento da carteira. Assim, o usuário pode ter intenção de usar, mas não transformar essa intenção em frequência elevada se não possui excedente financeiro ou rotina de investimento. Essa leitura é compatível com a distinção entre intenção e uso nos modelos de aceitação tecnológica (Venkatesh *et al.*, 2012) e dialoga com dados nacionais sobre baixa poupança e restrições financeiras da população brasileira (ANBIMA, 2026).

A confiança não apresentou efeito significativo sobre a intenção de uso, não sustentando a hipótese H11. Esse resultado exige interpretação cuidadosa, pois não significa que confiança seja irrelevante em serviços financeiros digitais. Uma possibilidade é que a confiança tenha sido capturada indiretamente por outros construtos mais concretos para o respondente, como imagem da marca e segurança e privacidade de dados. Como ambos foram significativos, é possível que a confiança ampla tenha perdido poder explicativo quando analisada junto a sinais reputacionais e percepções específicas de proteção (Ryu, 2018; Hu *et al.*, 2019).

Essa interpretação é reforçada pelo próprio conteúdo dos construtos. A confiança, enquanto crença ampla sobre honestidade, competência e confiabilidade da plataforma, pode apresentar sobreposição conceitual com reputação da marca e segurança percebida. No modelo estimado, a imagem da marca e a segurança e privacidade de dados foram mais diretamente associadas à intenção de uso. Assim, o usuário pode não responder à confiança como uma percepção mais ampla, mas reagir a elementos mais tangíveis, como marca conhecida, reputação pública e percepção de proteção de informações sensíveis (Stewart; Jürjens, 2018; Hu *et al.*, 2019; Ahmad; Hassan, 2025).

A não significância da confiança também pode refletir característica da amostra, composta por já usuários de corretoras digitais de investimento. Para indivíduos que já utilizam essas plataformas, um nível mínimo de confiança pode estar pressuposto, reduzindo sua capacidade de diferenciar maior ou menor intenção de uso. Nesse caso, a confiança funcionaria como condição de entrada no relacionamento, e não como fator marginal de explicação da intenção. Esse tipo de interpretação é coerente com contextos nos quais usuários ativos já superaram barreiras iniciais de desconfiança tecnológica (Ryu, 2018).

A percepção sobre governo e regulação não apresentou efeito significativo sobre a intenção de uso, não sustentando a hipótese H13. Esse resultado sugere que a avaliação positiva do ambiente regulatório não explicou diretamente a predisposição dos respondentes a utilizar corretoras digitais de investimento. Uma interpretação possível é que a regulação seja percebida como pano de fundo institucional, e não como fator acionado conscientemente na escolha da plataforma. O usuário pode pressupor a existência de supervisão, mas não necessariamente converter essa percepção em intenção direta de uso (Hu *et al.*, 2019; CVM, 2019).

Esse achado não diminui a importância institucional da regulação para o mercado financeiro, mas indica que sua presença pode operar de forma indireta ou pouco saliente para o consumidor. Em decisões digitais, usuários tendem a perceber mais claramente a marca da corretora, a experiência da plataforma e os sinais de segurança do que a estrutura regulatória que sustenta o mercado. Assim, governo e regulação podem contribuir para a legitimidade geral do sistema financeiro (Banco Central do Brasil, 2020; CVM, 2019), sem aparecerem como determinantes diretos da intenção individual no modelo estimado, como também discutido em estudos sobre adoção de *fintechs* (Hu *et al.*, 2019).

Em conjunto, as hipóteses não suportadas sugerem que alguns antecedentes clássicos ou contextuais perderam força explicativa diante de fatores mais próximos da experiência percebida do usuário. Facilidade, suporte, preço, inovação, confiança e regulação institucional podem continuar relevantes como condições de base, mas não foram decisivos para explicar intenção de uso ou uso efetivo nesta amostra. Esse resultado, interpretado a partir do conjunto das relações do modelo estimado (Hair Jr. *et al.*, 2022), reforça que, em corretoras digitais de investimento, a adoção parece menos dependente de barreiras iniciais e mais associada a hábito, imagem da marca, utilidade percebida, influência social, experiência e segurança percebida.

Essa leitura também recomenda cautela gerencial. Corretoras digitais de investimento não devem abandonar facilidade de uso, suporte, preço competitivo, inovação, confiança ou conformidade regulatória, pois esses elementos permanecem necessários para a qualidade do serviço. Entretanto, os resultados indicam que esses fatores, isoladamente, não diferenciaram a intenção de uso ou o uso efetivo no modelo testado. Gestores destas empresas devem, portanto, tratá-los como requisitos mínimos de operação, enquanto direcionam esforços adicionais para formação de hábito, fortalecimento da marca, experiência de uso e comunicação clara de segurança (Kotler; Keller, 2012).

Do ponto de vista teórico, as hipóteses não suportadas contribuem ao mostrar que a transferência de modelos de aceitação tecnológica para corretoras digitais de investimento requer atenção ao estágio de maturidade do serviço e ao perfil dos usuários. Em uma amostra de usuários ativos, construtos associados à entrada na tecnologia podem perder força, enquanto fatores de continuidade e reputação tornam-se mais relevantes. Assim, os resultados não invalidam o modelo, mas indicam que sua aplicação ao investimento digital exige interpretação contextualizada e não meramente confirmatória, especialmente quando modelos de aceitação tecnológica são aplicados a novos contextos empíricos (Williams *et al.*, 2015; Farooq *et al.*, 2017).

Em síntese, as hipóteses não suportadas revelam que o uso de corretoras digitais no Brasil não é explicado de forma suficiente por facilidade, suporte, preço, inovação pessoal, confiança ou percepção regulatória direta. O comportamento observado parece mais relacionado à incorporação da plataforma à rotina financeira e à percepção de utilidade, reputação, influência social, experiência e segurança. Essa conclusão prepara a discussão seguinte, na qual se examinam a moderação geracional e os efeitos das covariáveis renda e escolaridade.

5.5 MODERAÇÃO GERACIONAL, RENDA E ESCOLARIDADE

A análise da moderação geracional e das covariáveis renda e escolaridade complementa a discussão dos resultados ao verificar se o modelo se comporta de forma diferente entre grupos e perfis sociodemográficos diversos. Nesta pesquisa, as gerações X, Y e Z foram tratadas como possíveis moderadoras das relações estruturais, enquanto renda e escolaridade foram incluídas como covariáveis de robustez, após a etapa de qualificação do projeto. Essa análise é relevante porque modelos de aceitação tecnológica reconhecem que características dos usuários podem alterar a força das relações entre antecedentes, intenção e comportamento de uso (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012).

A hipótese H14 previa que as relações do modelo poderiam variar em magnitude ou significância entre as gerações X, Y e Z. Entretanto, os resultados indicaram suporte apenas parcial e localizado para essa hipótese, pois somente uma comparação apresentou diferença estatisticamente significativa. A diferença ocorreu na relação entre imagem da marca e intenção de uso, especificamente na comparação entre Geração Y e Geração Z. Assim, os resultados não sustentam uma moderação geracional generalizada, mas indicam um efeito

pontual associado à força da marca na formação da intenção de uso, conforme a comparação entre grupos no modelo estimado (Hair Jr. *et al.*, 2022).

Esse resultado recomenda cautela, pois não permite afirmar que as gerações analisadas apresentam padrões estruturalmente distintos de adoção de corretoras digitais de investimento. Embora o recorte geracional seja teoricamente pertinente, os dados mostraram estabilidade predominante nas relações do modelo entre os grupos. Portanto, a análise sugere que os antecedentes da intenção de uso e do uso efetivo operam de forma semelhante entre as gerações X, Y e Z. Essa interpretação evita generalizações excessivas e está alinhada às críticas ao uso determinista de categorias geracionais em pesquisas de consumo (Parry; Urwin, 2011; Rindfleisch, 1994).

A diferença identificada na relação imagem da marca → intenção de uso sugere que a reputação institucional pode exercer peso distinto entre Geração Y e Geração Z. Esse achado é coerente com a própria natureza das plataformas digitais de investimento, nas quais marcas reconhecidas podem funcionar como sinais de credibilidade, familiaridade e segurança percebida. A marca pode operar como filtro decisório diante da abundância de alternativas disponíveis, por funcionar como sinal de reputação e credibilidade (Kotler; Keller, 2012), especialmente em serviços de *fintech* marcados por incerteza e confiança percebida (Hu *et al.*, 2019).

A relevância pontual da imagem da marca também dialoga com o comportamento informacional de gerações mais jovens, frequentemente expostas a conteúdos digitais, recomendações sociais e comparações entre plataformas. Nesse contexto, a marca pode representar não apenas reputação institucional, mas também visibilidade, presença digital, reconhecimento social e percepção de modernidade. Assim, a diferença entre Geração Y e Geração Z pode refletir modos distintos de interpretar sinais reputacionais no ambiente financeiro digital, considerando tanto o comportamento informacional do consumidor (Solomon, 2016) quanto a relevância da reputação em serviços de *fintech* (Hu *et al.*, 2019), sem significar que todo o modelo seja moderado pelas gerações (Parry; Urwin, 2011).

A ausência de diferenças significativas nas demais relações também é relevante, pois mostra que o comportamento de uso de corretoras digitais de investimento pode estar menos diferenciado por geração do que se previa. Em outras palavras, embora as gerações possam diferir em repertório tecnológico, canais de informação e experiências financeiras, os determinantes estruturais do modelo permaneceram majoritariamente estáveis. Essa estabilidade sugere que fatores associados à aceitação tecnológica em contextos de consumo, como hábito, utilidade percebida, influência social, experiência e segurança, podem estar

presentes de forma semelhante nos diferentes grupos geracionais (Venkatesh *et al.*, 2012), recomendando cautela em interpretações excessivamente centradas em diferenças entre gerações (Parry; Urwin, 2011).

Esse achado também permite relativizar expectativas iniciais sobre diferenças geracionais profundas no uso de corretoras digitais de investimento. A literatura sobre coortes sustenta que experiências históricas e sociais podem influenciar valores e comportamentos, mas também reconhece que essas categorias não devem ser tratadas de forma rígida. No presente estudo, a moderação geracional apareceu apenas em uma relação específica, sugerindo que as diferenças entre grupos existem, mas não reorganizam completamente o modelo de aceitação. Essa conclusão fortalece uma leitura mais prudente e empiricamente orientada das gerações (Rindfleisch, 1994; Parry; Urwin, 2011; Dimock, 2019).

Do ponto de vista prático, esse resultado indica que corretoras digitais de investimento devem evitar estratégias baseadas em estereótipos geracionais. Embora a comunicação possa ser ajustada por idade, linguagem e canais de contato, os resultados sugerem que elementos estruturais da adoção permanecem semelhantes entre os grupos. Portanto, estratégias centradas em hábito, reputação, utilidade, segurança e experiência podem ser relevantes para diferentes gerações. A segmentação geracional deve ser utilizada como apoio analítico, e não como substituto para compreender comportamento, rotina financeira e relação com a plataforma (Kotler; Keller, 2012; Solomon, 2016).

A análise das covariáveis reforçou a estabilidade do modelo principal, pois a inclusão de renda e da escolaridade não alterou as decisões das hipóteses. Esse resultado é importante porque mostra que as relações centrais permaneceram consistentes mesmo após considerar características sociodemográficas adicionais. Dessa forma, os achados principais não parecem depender exclusivamente da composição da amostra quanto à renda e à escolaridade. Em PLS-SEM, esse tipo de verificação contribui para avaliar a robustez das relações estruturais e reduzir interpretações excessivamente dependentes de um único modelo estimado (Hair Jr. *et al.*, 2022; Sarstedt; Ringle; Hair Jr., 2022).

Entre as covariáveis, a renda apresentou efeito significativo sobre a intenção de uso e sobre o uso efetivo, embora em sentidos distintos. O efeito sobre a intenção de uso foi negativo e de pequena magnitude, enquanto o efeito sobre o uso efetivo foi positivo. Esse resultado sugere que maiores níveis de renda não se associam necessariamente a maior predisposição declarada de uso, mas podem favorecer a frequência autodeclarada de utilização das corretoras digitais, possivelmente pela maior disponibilidade de recursos para investir, movimentar aplicações ou acompanhar a carteira.

Assim, a renda parece atuar de forma distinta sobre a aceitação declarada e sobre o comportamento efetivo: enquanto maiores níveis de renda se associaram a menor intenção declarada de uso, em pequena magnitude, também se associaram a maior frequência autodeclarada de utilização. Esse resultado dialoga com a distinção entre intenção e uso nos modelos de aceitação tecnológica, evidenciando que a predisposição favorável ao uso de uma plataforma não necessariamente se converte em comportamento recorrente (Venkatesh *et al.*, 2012).

Essa interpretação é coerente com o contexto brasileiro, marcado por baixa capacidade de poupança, endividamento relevante e dificuldades de formação de reservas na população (ANBIMA, 2026; Banco Central do Brasil, 2026). Mesmo que uma plataforma seja percebida como útil, segura e reputacionalmente adequada, o uso efetivo depende da existência de excedente financeiro e de rotina de investimento. Dessa forma, o resultado da renda ajuda a explicar por que intenção favorável não necessariamente se converte em uso efetivo, reforçando a diferença entre aceitar uma tecnologia financeira e utilizá-la recorrentemente para investir, em linha com a distinção entre intenção e uso nos modelos de aceitação tecnológica (Venkatesh *et al.*, 2012).

A escolaridade não apresentou efeito significativo sobre intenção de uso, nem sobre uso efetivo. Esse resultado sugere que o nível formal de instrução não diferenciou a intenção de uso ou o uso efetivo das corretoras digitais de investimento na amostra analisada. Uma interpretação possível é que a escolaridade formal não capture, de modo suficiente, conhecimento financeiro, familiaridade tecnológica, experiência prática com investimentos e capacidade financeira para poupar e investir. Assim, indivíduos com níveis distintos de escolaridade podem apresentar comportamentos semelhantes quando já utilizam plataformas digitais e possuem experiência mínima no ambiente financeiro (Solomon, 2016; Lusardi; Mitchell, 2014).

A ausência de efeito da escolaridade também pode indicar que a adoção de corretoras digitais de investimento depende mais de competências específicas do que de formação escolar geral. Investir por meio de plataformas digitais exige compreensão de produtos, percepção de risco, confiança na plataforma e rotina financeira, fatores que não são necessariamente equivalentes ao grau de escolaridade. Desse modo, a educação formal pode não ser suficiente para explicar diferenças de uso quando o comportamento analisado envolve letramento financeiro aplicado (Lusardi; Mitchell, 2014), além de familiaridade com interfaces digitais e uso de serviços financeiros tecnológicos (Ryu, 2018; Venkatesh *et al.*, 2012).

Em conjunto, os resultados de moderação e covariáveis indicam que o modelo apresenta estabilidade relevante entre gerações e perfis sociodemográficos. A moderação geracional foi localizada, a renda afetou a intenção de uso e o uso efetivo em sentidos distintos, e a escolaridade não apresentou efeito significativo. Essa combinação sugere que os principais determinantes identificados no estudo não se restringem a uma geração ou a um perfil educacional específico. Ao mesmo tempo, os resultados mostram que, no contexto analisado, a conversão da aceitação tecnológica em uso recorrente também esteve associada a condições financeiras concretas, especialmente à renda dos respondentes.

Do ponto de vista teórico, esses achados contribuem ao mostrar que o recorte geracional continua relevante, mas deve ser interpretado com parcimônia. A hipótese de moderação recebeu suporte parcial, o que confirma a pertinência de testar diferenças entre gerações, mas não autoriza afirmar que o modelo opera de modo amplamente distinto entre elas. A contribuição está justamente em mostrar que, no contexto de corretoras digitais de investimento, as diferenças geracionais parecem menos estruturais e mais pontuais, especialmente associadas ao papel da imagem da marca (Parry; Urwin, 2011; Dimock, 2019).

Do ponto de vista gerencial, a principal implicação é que corretoras digitais de investimento podem combinar estratégias amplas de fortalecimento de hábito, segurança e marca com ajustes específicos de comunicação por geração. Para a Geração Z, a imagem da marca pode demandar maior atenção, considerando sua diferença significativa em relação à Geração Y. Para os demais grupos, os resultados sugerem que esforços gerenciais não devem depender exclusivamente de segmentação geracional, mas também da renda disponível, do uso efetivo, da experiência acumulada e do estágio de relacionamento com a plataforma (Kotler; Keller, 2012; Solomon, 2016; Hu *et al.*, 2019).

Em síntese, os resultados indicam que a moderação geracional foi parcial, a renda contribuiu para explicar tanto a intenção de uso quanto o uso efetivo, e a escolaridade não apresentou influência significativa. Essa leitura reforça que o uso de corretoras digitais de investimento não pode ser explicado apenas pelo pertencimento geracional ou pela formação escolar. O comportamento observado depende de um conjunto mais amplo de fatores associados à aceitação tecnológica, como hábito, utilidade, experiência e influência social (Venkatesh *et al.*, 2012; Farooq *et al.*, 2017), articulados, no modelo analisado, à segurança e privacidade de dados, à imagem da marca e à capacidade financeira dos respondentes.

A discussão apresentada neste capítulo evidenciou o predomínio do hábito na explicação do uso efetivo, a relevância da imagem da marca e de outros antecedentes da intenção de uso, bem como os limites indicados pelas hipóteses não suportadas, pela

moderação geracional parcial e pelos efeitos das covariáveis. Com base nessa interpretação, o capítulo seguinte apresenta as considerações finais da dissertação, retomando os objetivos, as principais conclusões, as contribuições, as limitações e as recomendações para estudos futuros.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este capítulo apresenta as considerações finais da dissertação, retomando o objetivo geral, os objetivos específicos e os principais achados obtidos a partir da análise dos dados. Diferentemente dos capítulos anteriores, não se pretende reconstruir a fundamentação teórica nem reapresentar os procedimentos estatísticos, mas sintetizar as conclusões decorrentes do percurso de pesquisa desenvolvido. Essa opção preserva o caráter conclusivo desta etapa, mantendo o foco na resposta ao problema de pesquisa e nas contribuições do estudo para a literatura, para a gestão e para a compreensão do comportamento do investidor em ambientes digitais (Venkatesh *et al.*, 2003; Hair Jr. *et al.*, 2022).

A pesquisa foi desenvolvida em um contexto no qual o avanço das plataformas digitais de investimento convive com limitações estruturais da realidade financeira brasileira, como baixa formação de reservas, endividamento e diferentes níveis de familiaridade com canais digitais. Esse cenário reforça que o uso de corretoras digitais de investimento não depende apenas da disponibilidade tecnológica, mas também de fatores comportamentais, institucionais e contextuais que influenciam a relação do consumidor com o investimento. Desse modo, a análise realizada buscou articular aceitação tecnológica, comportamento do consumidor financeiro e recorte geracional (Venkatesh *et al.*, 2012).

A partir dos resultados apresentados e discutidos nos capítulos anteriores, este capítulo está organizado em cinco seções. Inicialmente, são apresentadas as principais conclusões do estudo, com a retomada do objetivo geral, dos objetivos específicos e da resposta ao problema de pesquisa. Em seguida, são indicadas as contribuições teóricas, as contribuições gerenciais e sociais, as limitações do estudo e as sugestões para pesquisas futuras, de modo a encerrar a dissertação com uma síntese coerente com os achados empíricos e com o delineamento metodológico adotado (Malhotra, 2019; Hair Jr. *et al.*, 2022).

6.1 PRINCIPAIS CONCLUSÕES DO ESTUDO

Esta dissertação teve como objetivo geral analisar os fatores determinantes do comportamento de uso de corretoras digitais de investimento por consumidores das gerações X, Y e Z no Brasil. Para isso, foi adotado um modelo baseado no UTAUT3, complementado por construtos contextuais associados ao ambiente financeiro digital. A pesquisa também considerou a distinção entre intenção de uso e uso efetivo, permitindo examinar tanto a

predisposição comportamental quanto a frequência autodeclarada de utilização dessas plataformas (Venkatesh *et al.*, 2003; Farooq *et al.*, 2017).

A questão de pesquisa buscou compreender quais construtos do UTAUT3, somados à imagem da marca, confiança, segurança e privacidade de dados e percepção sobre governo e regulação, explicam o uso de corretoras digitais de investimento. Os resultados indicaram que a intenção de uso foi explicada por expectativa de performance, influência social, motivação hedônica, hábito, imagem da marca e segurança e privacidade de dados. O uso efetivo, por sua vez, foi explicado principalmente pelo hábito, o que evidencia diferença relevante entre intenção de uso e uso efetivo (Venkatesh *et al.*, 2012; Limayem; Hirt; Cheung, 2007).

Dessa forma, considera-se que o objetivo geral da pesquisa foi atendido, pois o estudo identificou os principais fatores associados à intenção de uso e ao uso efetivo de corretoras digitais de investimento. A análise mostrou que os antecedentes da intenção são mais amplos e envolvem percepções de utilidade, influência social, experiência de uso, reputação e segurança. Já o uso efetivo apresentou explicação mais concentrada no hábito, indicando que o uso efetivo parece depender mais da incorporação da plataforma à rotina do investidor (Venkatesh *et al.*, 2012; Ryu, 2018).

O primeiro objetivo específico consistiu em adaptar o modelo UTAUT3 ao contexto de uso de corretoras digitais de investimento no Brasil. Esse objetivo foi atendido por meio da construção de um modelo teórico que preservou os construtos centrais de aceitação tecnológica e incorporou dimensões específicas do ambiente financeiro digital. A aplicação do modelo demonstrou aderência ao fenômeno investigado, especialmente pela capacidade de explicar a intenção de uso e pela possibilidade de distinguir os efeitos sobre intenção de uso e uso efetivo (Farooq *et al.*, 2017; Williams; Rana; Dwivedi, 2015).

O segundo objetivo específico buscou analisar como os construtos tecnológicos e comportamentais do UTAUT3 contribuem para o uso de corretoras digitais de investimento por consumidores brasileiros. Os resultados mostraram que expectativa de performance, influência social, motivação hedônica e hábito influenciaram a intenção de uso, enquanto o hábito também explicou o uso efetivo. Por outro lado, expectativa de esforço, condições facilitadoras, valor de preço e inovatividade pessoal não apresentaram efeito significativo em determinadas relações testadas, indicando que nem todos os antecedentes clássicos mantêm a mesma força no contexto analisado (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012).

O terceiro objetivo específico examinou a interferência de imagem da marca, confiança, segurança e privacidade de dados e percepção sobre governo e regulação no comportamento de uso. Nesse grupo, imagem da marca e segurança e privacidade de dados

apresentaram efeito significativo sobre a intenção de uso, enquanto confiança e percepção sobre governo e regulação não foram significativas. Esse resultado sugere que, no contexto das corretoras digitais de investimento, a percepção sobre a marca e a proteção de dados pode atuar de forma mais direta na intenção do que avaliações institucionais mais amplas (Hu *et al.*, 2019; Stewart; Jürjens, 2018).

O quarto objetivo específico consistiu em identificar os fatores com maior influência sobre o uso de corretoras digitais de investimento no Brasil, considerando os construtos tecnológicos, comportamentais e contextuais do modelo proposto. Esse objetivo foi atendido ao se verificar que o hábito apresentou o maior destaque no modelo estrutural, tanto pela sua influência sobre a intenção de uso quanto pelo seu efeito sobre o uso efetivo.

Além disso, imagem da marca, expectativa de performance, influência social, motivação hedônica e segurança e privacidade de dados contribuíram para explicar a intenção de uso, ainda que com diferentes magnitudes. Esses resultados indicam que o comportamento de uso não decorre de um único determinante, mas de uma combinação entre rotina financeira, percepção de utilidade, reputação institucional, experiência digital e segurança percebida (Venkatesh *et al.*, 2012; Limayem; Hirt; Cheung, 2007; Hair Jr. *et al.*, 2022).

O quinto objetivo específico buscou comparar o comportamento de uso de corretoras digitais de investimento entre consumidores das gerações X, Y e Z, observando diferenças nos fatores que influenciam cada coorte geracional. Esse objetivo foi atendido por meio da análise multigrupo, que indicou suporte parcial à moderação geracional, restrita à relação entre imagem da marca e intenção de uso na comparação entre as gerações Y e Z. Nas demais relações, não foram observadas diferenças significativas entre os grupos, o que recomenda cautela na utilização de explicações geracionais amplas. Assim, o recorte geracional permanece relevante, mas os resultados não autorizam conclusões generalizantes sobre todos os determinantes analisados (Parry; Urwin, 2011; Dimock, 2019; Hair Jr. *et al.*, 2022).

Uma conclusão decorrente dos resultados é que o modelo apresentou maior capacidade explicativa para a intenção de uso do que para o uso efetivo. A intenção de uso alcançou R^2 de 0,683, enquanto o uso efetivo apresentou R^2 de 0,332, indicando que os construtos analisados explicam melhor a predisposição comportamental do que a frequência autodeclarada de utilização. Esse resultado reforça que a adoção de tecnologias financeiras envolve etapas distintas, nas quais intenção e comportamento não devem ser tratados como dimensões equivalentes (Ajzen, 1991; Hair Jr. *et al.*, 2022).

Também se identifica que o hábito foi o fator com maior destaque no modelo, tanto pela sua contribuição para a intenção de uso quanto pelo seu efeito sobre o uso efetivo. Esse

resultado indica que, no contexto das corretoras digitais de investimento, a repetição da experiência e a incorporação da plataforma à rotina financeira assumem papel importante. Assim, o comportamento de uso parece depender menos de uma avaliação pontual da tecnologia e mais da formação de padrões recorrentes de interação (Limayem; Hirt; Cheung, 2007; Venkatesh *et al.*, 2012).

Entre os construtos contextuais, a imagem da marca apresentou papel relevante na formação da intenção de uso. Seu efeito significativo indica que reputação, reconhecimento e percepção favorável da instituição permanecem importantes mesmo em um ambiente marcado por interfaces digitais e menor contato presencial. Esse achado dialoga com estudos que apontam a importância da marca e da confiança institucional em serviços financeiros mediados por tecnologia, especialmente quando o usuário lida com risco, informação sensível e decisões financeiras (Hu *et al.*, 2019; Fernandes; Pinto de Mello, 2025).

A segurança e a privacidade de dados também se mostraram relevantes para a intenção de uso. Em serviços financeiros digitais, a decisão de utilizar uma plataforma envolve a percepção de que informações pessoais, dados cadastrais e recursos financeiros estão protegidos. Esse resultado reforça que a experiência digital do investidor não se limita à conveniência ou à facilidade operacional, pois também depende da percepção de proteção, integridade e confiabilidade do ambiente tecnológico utilizado (Stewart; Jürjens, 2018; Jafri *et al.*, 2024).

Por outro lado, alguns construtos tradicionalmente associados à aceitação tecnológica não apresentaram efeito significativo no modelo estimado. Expectativa de esforço, condições facilitadoras, valor de preço, confiança e percepção sobre governo e regulação não se confirmaram como antecedentes significativos nas relações propostas. Esse resultado não elimina a importância teórica desses construtos, mas indica que sua contribuição estatística pode ser reduzida quando analisados simultaneamente com hábito, imagem da marca e segurança (Williams; Rana; Dwivedi, 2015; Hair Jr. *et al.*, 2022).

No recorte geracional, a moderação foi pontual, e não ampla. A diferença significativa ocorreu apenas na relação entre imagem da marca e intenção de uso, na comparação entre Geração Y e Geração Z, com efeito mais intenso entre os respondentes da Geração Z. Esse resultado sugere que o recorte geracional permanece relevante, mas deve ser utilizado com cautela analítica, sem pressupor diferenças generalizadas entre coortes (Parry; Urwin, 2011; Geiger, 2015).

As covariáveis renda e escolaridade não alteraram as decisões principais do modelo. A renda apresentou efeito significativo sobre a intenção de uso e sobre o uso efetivo, enquanto a

escolaridade não apresentou efeito estatisticamente significativo nas relações avaliadas. O efeito da renda sobre a intenção de uso foi negativo e de pequena magnitude, ao passo que o efeito sobre o uso efetivo foi positivo. Esse resultado sugere que a renda pode influenciar de forma distinta a intenção de uso e o uso efetivo de corretoras digitais de investimento, possivelmente por se relacionar à disponibilidade de recursos para investir e utilizar a plataforma de forma recorrente, mas sem modificar a interpretação geral dos antecedentes analisados (Lusardi; Mitchell, 2014).

Em síntese, os achados indicam que o uso de corretoras digitais de investimento no Brasil é explicado por uma combinação de fatores tecnológicos, comportamentais e contextuais. A intenção de uso depende de percepções de utilidade, influência social, experiência hedônica, hábito, imagem da marca e segurança e privacidade. O uso efetivo, entretanto, mostrou-se mais associado à formação de hábito. Portanto, a principal contribuição conclusiva do estudo está em evidenciar que, no ambiente financeiro digital, intenção de uso e uso efetivo seguem lógicas relacionadas, mas não idênticas (Venkatesh *et al.*, 2012; Hair Jr. *et al.*, 2022).

6.2 CONTRIBUIÇÕES TEÓRICAS

Esta dissertação contribui ao aplicar o UTAUT3 ao contexto das corretoras digitais de investimento no Brasil, considerando um fenômeno ainda pouco explorado de forma específica na literatura nacional. Embora estudos anteriores tenham analisado *fintechs*, bancos digitais, pagamentos móveis e serviços financeiros digitais, o recorte centrado em corretoras digitais de investimento evita tratar *fintechs* como categoria homogênea e permite observar uma modalidade de uso associada à tomada de decisão financeira, ao risco percebido e à recorrência de interação com plataformas digitais (Farooq *et al.*, 2017; Fernandes; Pinto de Mello, 2025).

Uma contribuição teórica identificada está na adaptação do UTAUT3 para investigar o comportamento de investidores usuários de corretoras digitais de investimento. O modelo preservou antecedentes consolidados da aceitação tecnológica, como expectativa de performance, expectativa de esforço, influência social, condições facilitadoras, motivação hedônica, valor de preço, hábito e inovatividade pessoal. Com isso, o estudo manteve aderência à tradição teórica da UTAUT e de suas extensões, aplicando essa estrutura a um ambiente financeiro com características próprias (Venkatesh *et al.*, 2003; Venkatesh *et al.*, 2012; Farooq *et al.*, 2017).

Também se identifica contribuição na integração de construtos contextuais associados ao ambiente financeiro digital, especialmente imagem da marca, confiança, segurança e privacidade de dados e percepção sobre governo e regulação. Essa inclusão ampliou o olhar sobre a adoção de corretoras digitais, pois decisões de investimento envolvem não apenas facilidade ou utilidade percebida, mas também reputação institucional, proteção de dados e percepção de segurança nas transações realizadas em ambiente digital (Hu *et al.*, 2019; Stewart; Jürjens, 2018).

Outro aspecto teórico relevante está na distinção empírica entre intenção de uso e uso efetivo. A pesquisa demonstrou que os antecedentes que explicam a intenção de uso não necessariamente explicam o uso efetivo. Essa separação evita tratar predisposição comportamental e frequência autodeclarada de utilização como dimensões equivalentes, preservando a lógica dos modelos de aceitação tecnológica que diferenciam intenção e comportamento (Ajzen, 1991; Venkatesh *et al.*, 2003).

A centralidade do hábito também representa contribuição para a compreensão da adoção tecnológica em serviços financeiros digitais. O resultado indica que, em corretoras digitais de investimento, a continuidade do uso parece depender da repetição, da familiaridade e da incorporação da plataforma à rotina financeira do investidor. Essa evidência sugere que o uso efetivo pode estar menos associado à intenção declarada e mais vinculado a padrões comportamentais já estabelecidos (Limayem; Hirt; Cheung, 2007; Venkatesh *et al.*, 2012).

A relevância da imagem da marca aproxima a literatura de aceitação tecnológica da literatura de comportamento do consumidor e marketing. O achado mostra que a adoção de plataformas financeiras digitais também depende de atributos simbólicos e institucionais. Assim, marca, reputação e percepção favorável da instituição permanecem relevantes, mesmo quando o relacionamento entre consumidor e organização ocorre por canais digitais (Kotler; Keller, 2012; Hu *et al.*, 2019).

A segurança e a privacidade de dados também se confirmaram como dimensões importantes da intenção de uso. Esse resultado reforça que a aceitação de tecnologias financeiras não pode ser compreendida apenas por atributos funcionais, pois a disposição de usar uma corretora digital de investimento envolve percepção de proteção informacional. Nesse sentido, a pesquisa contribui para estudos que tratam segurança, privacidade e confiança como dimensões relevantes na adoção de *fintechs* (Stewart; Jürjens, 2018; Jafri *et al.*, 2024).

A análise geracional acrescenta evidência ao mostrar que a moderação da coorte geracional foi identificada apenas de forma pontual. A diferença significativa ocorreu na

relação entre imagem da marca e intenção de uso, na comparação entre Geração Y e Geração Z. Esse resultado contribui para a literatura ao indicar que o recorte geracional é útil, mas deve ser utilizado com cautela, sem pressupor diferenças amplas e homogêneas entre coortes (Parry; Urwin, 2011; Dimock, 2019).

Nesse sentido, a dissertação também contribui ao problematizar interpretações simplificadas sobre gerações no consumo financeiro digital. Os resultados sugerem que diferenças geracionais podem existir em relações específicas, mas não necessariamente estruturam todo o comportamento de adoção. Essa conclusão reforça a necessidade de análises empíricas antes de assumir que Geração X, Geração Y e Geração Z respondem de forma distinta a todos os antecedentes tecnológicos e comportamentais (Geiger, 2015; Lissitsa; Kol, 2021).

Por fim, a dissertação contribui metodologicamente ao utilizar PLS-SEM para avaliar um modelo teórico com múltiplos construtos, variáveis endógenas e análise multigrupo. A aplicação desse procedimento permitiu examinar simultaneamente validade do modelo de mensuração, relações estruturais, poder explicativo, capacidade preditiva e diferenças entre grupos. Com isso, o estudo se alinha às recomendações contemporâneas para pesquisas em aceitação tecnológica e comportamento do consumidor com modelos complexos (Hair Jr. *et al.*, 2022; Sarstedt; Ringle; Hair Jr., 2022).

Em conjunto, essas contribuições indicam que a adoção de corretoras digitais de investimento deve ser compreendida como fenômeno multidimensional. O uso dessas plataformas envolve avaliações de utilidade, influência social, experiência de uso, hábito, marca, segurança e características geracionais específicas. Assim, a dissertação amplia a aplicação do UTAUT3 ao contexto financeiro digital brasileiro e oferece evidências para pesquisas futuras sobre tecnologia, consumo e investimento (Williams; Rana; Dwivedi, 2015; Fernandes; Pinto de Mello, 2025).

6.3 CONTRIBUIÇÕES GERENCIAIS E SOCIAIS

Os resultados desta dissertação também apresentam contribuições gerenciais para corretoras digitais de investimento, bancos, plataformas de investimento, assessorias financeiras e demais organizações que atuam no ecossistema financeiro digital. Ao evidenciar os fatores associados à intenção de uso e ao uso efetivo, o estudo oferece subsídios para decisões de segmentação, comunicação, experiência do usuário, relacionamento e retenção de investidores em plataformas digitais (Kotler; Keller, 2012; Malhotra, 2019).

No campo gerencial, a centralidade do hábito indica que as corretoras digitais de investimento precisam estimular rotinas de utilização que façam sentido para o investidor. Isso pode envolver acompanhamento de carteira, relatórios periódicos, alertas personalizados, conteúdos educativos e funcionalidades que incentivem interações recorrentes, sem transformar a experiência de investimento em estímulo excessivo à movimentação ou ao risco (Limayem; Hirt; Cheung, 2007; Venkatesh *et al.*, 2012).

A imagem da marca também oferece implicações para a gestão de corretoras digitais e plataformas de investimento. Em um setor no qual o consumidor lida com recursos financeiros, dados pessoais e decisões de investimento, a marca opera como sinal de reputação, credibilidade e estabilidade percebida. Portanto, corretoras digitais de investimento devem fortalecer sua identidade institucional, sua comunicação de valor e sua capacidade de transmitir segurança ao investidor (Kotler; Keller, 2012; Hu *et al.*, 2019).

A segurança e a privacidade de dados constituem outra dimensão gerencial relevante. Como esse construto apresentou efeito significativo sobre a intenção de uso, as organizações devem comunicar de forma clara como protegem informações, transações, acessos e dados pessoais dos investidores. Essa comunicação precisa ser objetiva e compreensível, pois mensagens excessivamente técnicas podem afastar usuários que buscam segurança, mas não dominam a linguagem regulatória ou tecnológica (Stewart; Jürjens, 2018; Jafri *et al.*, 2024).

A expectativa de performance também oferece direcionamentos para a gestão da experiência do usuário. O efeito significativo desse construto indica que usuários tendem a valorizar plataformas que contribuem para melhorar sua experiência de investimento, sua tomada de decisão e sua percepção de eficiência. Portanto, funcionalidades como organização de informações, acompanhamento de rentabilidade, navegação intuitiva e acesso a produtos precisam ser pensadas a partir da utilidade percebida pelo investidor (Davis, 1989; Venkatesh *et al.*, 2003).

A influência social sugere a importância de opiniões, recomendações, experiências compartilhadas e referências de pessoas próximas ou reconhecidas na formação da intenção de uso. Para gestores, isso reforça a relevância de comunidades, conteúdo educativo, relacionamento com assessores de investimento, comunicação nas redes sociais e reputação pública da plataforma. Contudo, esse uso deve ser conduzido com responsabilidade, especialmente em um setor no qual recomendações inadequadas podem gerar decisões financeiras mal compreendidas (Venkatesh *et al.*, 2003; Solomon, 2016).

A motivação hedônica também traz implicações para o desenho da experiência digital. O resultado indica que a experiência de investir por plataformas digitais não é apenas

funcional, pois pode envolver satisfação, autonomia, interesse e percepção positiva da interação com a tecnologia. Assim, usabilidade, desenho de interface, linguagem clara e experiência agradável podem contribuir para maior predisposição ao uso, desde que não incentivem comportamento impulsivo ou exposição inadequada ao risco (Venkatesh *et al.*, 2012; Barbosa; Silva, 2010).

A segmentação geracional deve ser tratada com cautela. A análise multigrupo mostrou diferença significativa apenas na relação entre imagem da marca e intenção de uso na comparação entre Geração Y e Geração Z. Portanto, estratégias por geração podem ser úteis, mas não devem ser construídas a partir de estereótipos amplos. É mais adequado combinar recortes geracionais com dados de comportamento, renda, experiência, perfil de risco e estágio de relacionamento com a plataforma (Parry; Urwin, 2011; Dimock, 2019).

Os construtos que não apresentaram significância no modelo testado também oferecem leitura gerencial. Expectativa de esforço, condições facilitadoras e valor de preço não devem ser ignorados pelas organizações, mas os resultados indicam que eles não se destacaram como diferenciais estatísticos no modelo. Uma interpretação possível é que facilidade, infraestrutura e custos competitivos já sejam esperados pelos usuários de plataformas digitais de investimento, funcionando mais como requisitos mínimos do que como fatores suficientes de diferenciação (Venkatesh *et al.*, 2012; Williams; Rana; Dwivedi, 2015).

No campo social, a dissertação contribui ao ampliar a compreensão sobre como investidores brasileiros se relacionam com corretoras digitais de investimento em um contexto de baixa formação de reservas e desigualdade no acesso ao investimento. Os resultados podem apoiar iniciativas de educação financeira voltadas não apenas a ensinar produtos, mas também a desenvolver critérios de escolha, compreensão de riscos, segurança digital e uso responsável de plataformas financeiras (Lusardi; Mitchell, 2014; ANBIMA, 2026).

Essa contribuição social é relevante porque o avanço dos canais digitais não garante, por si só, maior inclusão financeira qualificada. A digitalização amplia o acesso, mas também pode expor investidores a excesso de informação, escolhas inadequadas, percepção limitada de risco e dependência de influências externas. Assim, ações de educação financeira precisam considerar tanto a capacidade de usar a plataforma quanto a capacidade de decidir de forma informada no ambiente digital (OECD, 2024; Ryu, 2018).

A dimensão social do estudo também se expressa na necessidade de qualificar a relação do investidor com os canais digitais. A adoção de corretoras digitais de investimento pode ampliar o acesso ao mercado financeiro, mas exige comunicação clara, orientação adequada e proteção informacional. Dessa forma, a experiência do investidor pessoa física

depende tanto da eficiência das plataformas quanto da capacidade de compreender riscos, produtos e limites de uso (OECD, 2024).

Por fim, as contribuições gerenciais e sociais convergem para uma conclusão comum: o crescimento das corretoras digitais de investimento depende não apenas da tecnologia disponível. A ampliação de seu uso passa pela formação de hábitos, pela reputação das instituições, pela proteção de dados, pela experiência de uso e pela educação financeira do investidor. Dessa forma, o estudo oferece subsídios para organizações e agentes de mercado que buscam promover uma relação mais segura, recorrente e consciente com os investimentos digitais (Venkatesh *et al.*, 2012).

6.4 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

Como toda pesquisa científica, esta dissertação apresenta limitações que devem ser reconhecidas para delimitar o alcance dos resultados e orientar sua adequada interpretação. A principal delimitação inicial refere-se ao uso de uma amostra não probabilística, obtida por adesão voluntária dos respondentes. Embora a pesquisa tenha alcançado 471 respostas válidas e distribuição equilibrada entre as gerações X, Y e Z, os resultados não devem ser generalizados estatisticamente para toda a população brasileira de investidores (Malhotra, 2019; Hair Jr. *et al.*, 2022).

A distribuição geográfica da amostra também constitui uma limitação. Embora tenham sido obtidas respostas das 27 unidades federativas brasileiras, observou-se forte concentração na Região Sul, especialmente no Rio Grande do Sul, que reuniu 332 respondentes, equivalentes a 70,5% da amostra. Considerando também Santa Catarina e Paraná, a Região Sul representou 79,0% dos participantes. Essa assimetria territorial, possivelmente relacionada à dinâmica de divulgação e adesão voluntária à pesquisa, recomenda cautela na extrapolação dos resultados para regiões com características socioeconômicas e padrões de acesso a serviços financeiros digitais distintos. Assim, os achados devem ser interpretados como evidências do conjunto investigado, e não como representação uniforme dos investidores de todas as regiões do país (Malhotra, 2019; Hair Jr. *et al.*, 2022).

Também se reconhece como limitação a estratégia de coleta por *survey* eletrônico. Esse procedimento foi adequado ao objeto de pesquisa, uma vez que o estudo analisou usuários de corretoras digitais de investimento, mas pode favorecer a participação de indivíduos com maior familiaridade tecnológica. Além disso, pesquisas baseadas em

questionários dependem da compreensão dos itens, da atenção do respondente e da disposição em relatar percepções de forma consistente (Mattar, 2013; Ward; Meade, 2023).

A mensuração do uso efetivo por meio da frequência autodeclarada de utilização também pode ser considerada uma limitação da pesquisa. Essa opção permitiu operacionalizar o construto no delineamento quantitativo adotado, mas captou apenas a recorrência informada pelos respondentes. O uso efetivo poderia ser avaliado de forma mais ampla, incorporando indicadores como número e tipo de operações realizadas, volume financeiro movimentado, histórico de acessos, tempo de utilização e dados objetivos fornecidos pelas plataformas. Assim, os resultados representam comportamento autodeclarado, e não registros efetivos extraídos das corretoras digitais de investimento (Venkatesh *et al.*, 2003; Malhotra, 2019).

O delineamento transversal também delimita o alcance temporal da interpretação dos resultados. Os dados foram coletados em um único momento, o que é coerente com o objetivo de analisar associações entre construtos, mas não permite acompanhar mudanças no comportamento do investidor ao longo do tempo. Em temas relacionados à aceitação tecnológica, hábitos digitais e uso de plataformas financeiras, estudos longitudinais podem complementar essa abordagem ao examinar processos de aprendizagem, continuidade, abandono e amadurecimento do uso (Creswell, 2010; Malhotra, 2019).

O recorte empírico também deve ser considerado. A pesquisa analisou consumidores que já utilizavam corretoras ou plataformas digitais de investimento, o que foi necessário para examinar intenção de uso e uso efetivo no público aderente ao fenômeno. Entretanto, esse desenho não permite compreender, com a mesma profundidade, os motivos de não adoção entre investidores que permanecem em bancos tradicionais ou indivíduos que ainda não investem em produtos financeiros (Ryu, 2018).

A amplitude do modelo teórico estimado representa outra limitação interpretativa. A inclusão de múltiplos construtos do UTAUT3, variáveis contextuais do ambiente financeiro digital, covariáveis e análise multigrupo permitiu uma avaliação abrangente do fenômeno. Entretanto, modelos amplos exigem parcimônia, pois a significância de determinados antecedentes pode ser afetada pela presença simultânea de variáveis correlacionadas e pela complexidade estrutural do modelo (Williams; Rana; Dwivedi, 2015; Hair Jr. *et al.*, 2022).

A análise multigrupo entre gerações também apresenta delimitação específica. Embora o estudo tenha realizado procedimento de invariância e análise comparativa entre Geração X, Geração Y e Geração Z, a moderação geracional apresentou suporte parcial. Esse resultado não invalida o recorte geracional, mas indica que as diferenças identificadas devem ser

interpretadas apenas nas relações em que houve significância estatística, evitando extrapolações amplas entre coortes (Henseler; Ringle; Sarstedt, 2016; Parry; Urwin, 2011).

A capacidade preditiva parcial do modelo também deve ser reconhecida. Esse resultado é compatível com fenômenos comportamentais complexos, mas sugere que outros fatores não incluídos podem ajudar a explicar o uso efetivo de corretoras digitais de investimento. Variáveis como perfil de risco, experiência prévia com investimentos, volume aplicado, orientação profissional e tipo de produto financeiro utilizado podem ampliar a explicação do comportamento observado (Shmueli *et al.*, 2019; Lusardi; Mitchell, 2014).

Por fim, a ausência de aprofundamento qualitativo limita a compreensão das razões individuais que diferenciam intenção de uso e uso efetivo. A modelagem estatística permitiu identificar relações entre construtos, mas não capturou narrativas, percepções subjetivas e experiências específicas dos investidores. Entrevistas em profundidade poderiam complementar os achados, especialmente para compreender por que a intenção de uso não apresentou efeito significativo sobre o uso efetivo (Creswell, 2010; Limayem; Hirt; Cheung, 2007).

As limitações apresentadas não reduzem a contribuição da dissertação, mas delimitam seu campo de validade e reforçam a necessidade de continuidade da agenda de pesquisa. O estudo oferece evidências consistentes dentro do delineamento adotado, ao mesmo tempo em que reconhece que o comportamento do investidor em ambientes digitais é dinâmico, contextual e influenciado por dimensões que podem variar conforme tempo, mercado, renda, experiência e perfil de uso (Hair Jr. *et al.*, 2022).

6.5 SUGESTÕES PARA PESQUISAS FUTURAS

A partir das limitações identificadas e dos resultados obtidos, sugerem-se caminhos para pesquisas futuras sobre o uso de corretoras digitais de investimento no Brasil. Estudos longitudinais podem acompanhar os mesmos investidores ao longo do tempo, permitindo observar como intenção de uso, hábito e uso efetivo se modificam conforme o investidor ganha experiência, altera sua renda ou passa por diferentes ciclos de mercado (Venkatesh *et al.*, 2012; Hair Jr. *et al.*, 2022).

Recomenda-se também a replicação do estudo com amostras regionalmente mais equilibradas, mediante estratégias de coleta com cotas ou estratificação por macrorregião. Esse procedimento permitiria verificar se os determinantes da intenção de uso e do uso efetivo

permanecem estáveis em diferentes contextos socioeconômicos e de acesso ao mercado financeiro digital, além de ampliar a diversidade territorial das evidências produzidas.

Também se recomenda que estudos futuros utilizem dados comportamentais objetivos, quando houver possibilidade de acesso ético e autorizado. Informações como frequência real de login, número de operações, valor investido, permanência na plataforma e diversidade de produtos utilizados poderiam complementar as medidas autodeclaradas. Essa estratégia permitiria comparar percepção declarada e comportamento observado, ampliando a compreensão sobre o uso efetivo de plataformas digitais de investimento (Malhotra, 2019; Shmueli *et al.*, 2019).

Outra sugestão é comparar usuários de corretoras digitais independentes, bancos tradicionais, bancos digitais, cooperativas de crédito e plataformas vinculadas a assessorias de investimento. Essa comparação poderia mostrar se os fatores determinantes variam conforme o tipo de instituição utilizada pelo investidor. No contexto brasileiro, essa diferenciação é relevante porque o ecossistema financeiro combina instituições consolidadas, novos entrantes digitais e modelos híbridos de relacionamento com o cliente (Banco Central do Brasil, 2020; Nicoletti, 2017).

Pesquisas futuras também podem investigar os motivos de não adoção de corretoras digitais de investimento. Esta dissertação analisou usuários dessas plataformas, mas parte relevante da população brasileira ainda não investe em produtos financeiros ou mantém relação restrita com canais tradicionais. Compreender barreiras de entrada, desconfiança, falta de conhecimento, restrições de renda e percepção de risco pode contribuir para uma visão mais ampla sobre inclusão financeira e digitalização dos investimentos (ANBIMA, 2026; Lusardi; Mitchell, 2014).

Estudos futuros também podem aprofundar, por métodos qualitativos e modelos de mediação, relações que não foram plenamente explicadas nesta dissertação. Entrevistas com investidores poderiam revelar razões práticas e contextuais que diferenciam intenção de uso e uso efetivo. Além disso, novas pesquisas podem testar mediações entre segurança, privacidade, confiança, imagem da marca e intenção de uso, bem como examinar como renda, capacidade de poupança, reserva financeira e volume investido influenciam a recorrência de uso (Creswell, 2010; Gefen; Karahanna; Straub, 2003).

Outra frente de pesquisa envolve a inclusão dos *Baby Boomers* em estudos específicos sobre investimento digital. Esta dissertação se concentrou nas gerações X, Y e Z, mas investidores mais maduros podem apresentar relações distintas com corretoras digitais de investimento, atendimento humano, confiança institucional e segurança percebida. Um estudo

próprio sobre esse grupo poderia contribuir para estratégias de inclusão digital, comunicação financeira e adaptação de interfaces para diferentes estágios de vida (Parry; Urwin, 2011; Dimock, 2019).

Pesquisas futuras também podem replicar o modelo com amostras probabilísticas, painéis de investidores ou grupos de usuários que reduziram ou descontinuaram o uso de corretoras digitais de investimento, buscando maior possibilidade de generalização e comparação dos resultados. Essa estratégia permitiria verificar se os achados desta dissertação se mantêm em recortes mais amplos, com controle por região, classe social, experiência financeira, gênero, escolaridade, perfil de risco e estágio de relacionamento com a plataforma. A replicação é relevante para consolidar evidências em estudos de comportamento do consumidor e aceitação tecnológica (Malhotra, 2019; Hair Jr. *et al.*, 2022).

Além disso, recomenda-se investigar o papel da educação financeira na adoção e no uso recorrente de corretoras digitais de investimento. A literatura indica que conhecimento financeiro influencia a capacidade de tomar decisões, avaliar riscos e utilizar produtos financeiros de forma mais consciente. No ambiente digital, essa dimensão pode ser ainda mais importante, pois o acesso facilitado às plataformas não garante compreensão adequada dos produtos, custos, riscos e objetivos de investimento (Lusardi; Mitchell, 2014; OECD, 2024).

Outra sugestão é examinar diferenças entre tipos de produtos acessados pelas corretoras digitais de investimento, como renda fixa, fundos, ações, fundos imobiliários, previdência, criptoativos e produtos estruturados. Usuários podem avaliar uma mesma plataforma de forma diferente conforme o produto utilizado, o nível de risco assumido e a necessidade de informação para decidir. Essa abordagem permitiria compreender se a adoção da plataforma varia conforme a complexidade do investimento realizado (Ryu, 2018; Castro, 2024).

Por fim, recomenda-se que pesquisas futuras articulem aceitação tecnológica, comportamento do consumidor, educação financeira e proteção do investidor em modelos integrados. O avanço das corretoras digitais de investimento tende a continuar transformando a forma como brasileiros investem, buscam informações e se relacionam com instituições financeiras. Com isso, compreender o uso dessas plataformas permanece relevante para a academia, para o mercado e para a sociedade, especialmente em um país que ainda busca ampliar sua cultura de investimento de forma segura e consciente (Venkatesh *et al.*, 2012; Lusardi; Mitchell, 2014; Jafri *et al.*, 2024).

Diante do percurso desenvolvido, esta dissertação se encerra com a compreensão de que o uso de corretoras digitais de investimento no Brasil resulta da articulação entre

tecnologia, comportamento, marca, segurança, renda e hábito. Os achados mostram que a digitalização amplia possibilidades de acesso, mas não elimina a complexidade da decisão financeira. Por isso, compreender o investidor digital exige olhar para a plataforma e, ao mesmo tempo, para a pessoa que decide, aprende, confia, repete e transforma o uso em prática cotidiana (Solomon, 2016; Venkatesh *et al.*, 2012).

REFERÊNCIAS

- AGARWAL, Ritu; PRASAD, Jayesh. A conceptual and operational definition of personal innovativeness in the domain of information technology. **Information Systems Research**, v. 9, n. 2, p. 204–215, 1998.
- AGUINIS, Herman; GOTTFREDSON, Ryan K.; JOO, Harry. Best-practice recommendations for defining, identifying, and handling outliers. **Organizational Research Methods**, v. 16, n. 2, p. 270-301, 2013.
- AHMAD, Syed Yaser Tanvir; HASSAN, Rohail. Decoding FinTech Uptake: The Interplay of Digital Literacy, Brand Image, Data Security, and Trust. **Cureus Journal of Business and Economics**, v. 2, eS44404-025-03865-3, 2025.
- AJZEN, Icek. From intentions to actions: a theory of planned behavior. In: KUHL, Julius; BECKMANN, Jürgen (ed.). **Action control: from cognition to behavior**. Heidelberg: Springer, 1985. p. 11–39.
- AJZEN, Icek. The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v. 50, n. 2, p. 179–211, 1991.
- AL AMIN, Md.; MUZAREBA, Abureza M.; CHOWDHURY, Imtiaz Uddin; KHONDKAR, Mubina. Understanding e-satisfaction, continuance intention, and e-loyalty toward mobile payment application during COVID-19: an investigation using the electronic technology continuance model. **Journal of Financial Services Marketing**, v. 29, n. 2, p. 318–340, 2024.
- AMIN, Imran Ul; BHAT, Ishfaq Hussain; ITOO, Rais Ahmad; JAN, Anisa. Behavioural intention to adopt mobile trading apps: an integrated theoretical and digital framework, privacy concerns, and information richness model. **Sri Lanka Journal of Social Sciences**, v. 47, n. 2, p. 123-144, 2024.
- AMNAS, Muhammed Basid; SELVAM, Murugesan; RAJA, Mariappan; SANTHOSHKUMAR, Sakthivel; PARAYITAM, Satyanarayana. Understanding the Determinants of FinTech Adoption: Integrating UTAUT2 with Trust Theoretic Model. **Journal of Risk and Financial Management**, v. 16, n. 12, art. 505, 2023.
- ANBIMA – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS ENTIDADES DOS MERCADOS FINANCEIRO E DE CAPITAIS. **7ª edição Raio X do investidor brasileiro 2024**. São Paulo: ANBIMA, 2024.
- ANBIMA – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS ENTIDADES DOS MERCADOS FINANCEIRO E DE CAPITAIS. **8ª edição Raio X do investidor brasileiro 2025**. São Paulo: ANBIMA, 2025.
- ANBIMA – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS ENTIDADES DOS MERCADOS FINANCEIRO E DE CAPITAIS. **9ª edição Raio X do investidor brasileiro 2026**. São Paulo: ANBIMA, 2026.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Resolução nº 4.657, de 26 de abril de 2018**. Altera a Resolução nº 4.606, de 19 de outubro de 2017. Brasília, DF: Banco Central do Brasil, 2018.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Fintechs de crédito e bancos digitais**. Estudo Especial n. 89/2020. Brasília, DF: Banco Central do Brasil, 2020. Acesso em: 14 dezembro 2025.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Fintechs**. Brasília, DF, 27 mar. 2020. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/fintechs>. Acesso em: 23 dez. 2025.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Relatório de Estabilidade Financeira**. Brasília, DF: Banco Central do Brasil, v. 20, n. 1, abr. 2021.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **O que são a corretora e a distribuidora de títulos e valores mobiliários?** Brasília, DF. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/corretoradistribuidora>. Acesso em: 23 dez. 2025.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Instrução Normativa BCB nº 637, de 13 de junho de 2025**. Brasília, DF: Banco Central do Brasil, 2025. Acesso em: 18 dezembro 2025.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Estatísticas monetárias e de crédito: março de 2026**. Brasília: Banco Central do Brasil, 2026. Acesso em: 10 maio 2026.

BARBOSA, Simone Diniz Junqueira; SILVA, Bruno Santana da. **Interação Humano-Computador**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

B3 S.A. – BRASIL, BOLSA, BALCÃO. **Investidores pessoa física encerram o 2º trimestre de 2025 com crescimento na renda variável e nas operações**. São Paulo, 11 ago. 2025. Disponível em: https://www.b3.com.br/pt_br/noticias/2tri25-investidor-pf.htm. Acesso em: 23 dez. 2025.

B3 S.A. – BRASIL, BOLSA, BALCÃO. **Uma análise da evolução dos investidores na B3: pessoa física, 2º trimestre de 2025**. São Paulo: B3, 2025. Disponível em: <[https://www.b3.com.br/data/files/A2/A0/78/20/E61689100A29E189AC094EA8/Book PF_2TRI_2025_vF.pdf](https://www.b3.com.br/data/files/A2/A0/78/20/E61689100A29E189AC094EA8/Book_PF_2TRI_2025_vF.pdf)>. Acesso em: 23 dez. 2025.

BECKER, Jan-Michael; RINGLE, Christian M.; SARSTEDT, Marko; VÖLCKNER, Franziska. How collinearity affects mixture regression results. **Marketing Letters**, v. 26, n. 4, p. 643-659, 2015.

BRASIL. Ministério da Saúde. Conselho Nacional de Saúde. **Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012**. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 2013.

BRASIL. Ministério da Saúde. Conselho Nacional de Saúde. **Resolução nº 510, de 7 de abril de 2016**. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 2016.

BROMAN, Karl W.; WOO, Kara H. Data organization in spreadsheets. **The American Statistician**, v. 72, n. 1, p. 2-10, 2018.

BUCHANAN, Erin M.; CRUZ, Rachel A.; TAYLOR, Amanda B.; WILSON, Claire; KELLER, Kathryn M. Getting started creating data dictionaries: how to create a shareable data set. **Advances in Methods and Practices in Psychological Science**, v. 4, n. 1, p. 1-9, 2021.

CARDOZO, E. A. A.; CHRISTINO, J. M. M.; CARVALHO, A. C. P. **Fatores que afetam a intenção comportamental dos consumidores brasileiros de serviços fintech.** In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO (ANPAD), 43., 2019, São Paulo. Anais [...]. São Paulo: ANPAD, 2019.

CASTRO, Julyanne Lages de Carvalho. Investimento em criptomoedas: análise pela UTAUT com moderadores culturais. **Contextus – Revista Contemporânea de Economia e Gestão**, Fortaleza, v. 22, e93100, 2024.

CHENG, F. F.; WU, C. S.; LEINER, B. The influence of user interface design on consumer perceptions: A cross-cultural comparison. **Computers in Human Behavior**, v. 101, p. 394–401, 2019.

CLARK, Lee Anna; WATSON, David. Constructing validity: new developments in creating objective measuring instruments. **Psychological Assessment**, v. 31, n. 12, p. 1412-1427, 2019.

COHEN, Jacob. **Statistical power analysis for the behavioral sciences.** 2. ed. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1988.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS (CVM). Negociações on line. **Cadernos CVM**, n. 5. Rio de Janeiro: CVM, dez. 2004.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS (CVM). **Mercado de valores mobiliários brasileiro.** Rio de Janeiro: CVM, 2019.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto.** 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CONTRERAS PINOCHET, L. H.; DIOGO, G. T.; LOPES, E. L.; HERRERO, E.; BUENO, R. L. P. Propensity of contracting loans services from FinTech's in Brazil. **International Journal of Bank Marketing**, v. 37, n. 5, p. 1190-1214, 2019.

COSTA-FONT, Joan; GIULIANO, Paola; ÖZCAN, Berkay. The cultural origin of saving behavior. **PLOS ONE**, San Francisco, v. 13, n. 9, p. 1-10, 2018.

CRONBACH, Lee J. Coefficient alpha and the internal structure of tests. **Psychometrika**, v. 16, n. 3, p. 297-334, 1951.

DAVIS, Fred D. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. **MIS Quarterly**, v. 13, n. 3, p. 319–340, 1989.

DEVELLIS, Robert F. **Scale development: theory and applications.** 4. ed. Los Angeles: SAGE, 2017.

DIMOCK, Michael. **Defining generations: where Millennials end and Generation Z begins.** Washington, DC: Pew Research Center, 2019.

DONTHU, Naveen; KUMAR, Satish; MUKHERJEE, Debmalya; PANDEY, Nitesh; LIM, Weng Marc. How to conduct a bibliometric analysis: an overview and guidelines. **Journal of Business Research**, Amsterdam, v. 133, p. 285-296, 2021.

DWIVEDI, Yogesh K.; RANA, Nripendra P.; JEYARAJ, Anand; CLEMENT, Marc; WILLIAMS, Michael D. Re-examining the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT): towards a revised theoretical model. **Information Systems Frontiers**, v. 21, n. 3, p. 719–734, 2019.

EASTMAN, Jacqueline K.; LIU, Jun. The impact of generational cohorts on status consumption: an exploratory look at generational cohort and demographics on the rise of a status brand. **Journal of Consumer Marketing**, v. 29, n. 7, p. 457–464, 2012.

FAROOQ, M. S; SALAM, M.; JAAFAR, N; FAYOLLE, A.; AYUPP, K; MARKOVIC, M. R.; SAJID, A. Acceptance and use of lecture capture system (LCS) in executive business studies: extending UTAUT2. **Interactive Technology and Smart Education**, v. 14, n. 4, p. 329-348, 2017.

FAUL, Franz; ERDFELDER, Edgar; BUCHNER, Axel; LANG, Albert-Georg. Statistical power analyses using GPower 3.1: tests for correlation and regression analyses. **Behavior Research Methods**, New York, v. 41, n. 4, p. 1149-1160, 2009.

FERNANDES, K. A. **Fatores determinantes que influenciam o consumidor brasileiro a usar fintechs**. 2021. Dissertação (Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor) – Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2021.

FERNANDES, Kaue Augusto; PINTO DE MELLO, Cristina Helena. Determining factors that influence Brazilian consumers using fintechs. **Market-Tržište**, v. 37, Special Issue, p. 47-62, 2025.

FERNÁNDEZ-DÜRN, Rafael. **Behavior and psychology of the consumer in the digital environment**. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid, 2015.

FISHBEIN, Martin; AJZEN, Icek. **Belief, attitude, intention and behavior: an introduction to theory and research**. Reading, MA: Addison-Wesley, 1975.

FORNELL, Claes; LARCKER, David F. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. **Journal of Marketing Research**, v. 18, n. 1, p. 39–50, 1981.

GARG, Shubham; RANI, Priyanka; GARG, Aman. Determinants of behavioral intention of FinTech users: an extended UTAUT model by integrating trust and privacy belief. **Journal of Financial Services Marketing**, v. 31, art. 33, 2026.

GEFEN, David; KARAHANNA, Elena; STRAUB, Detmar W. Trust and TAM in online shopping: an integrated model. **MIS Quarterly**, v. 27, n. 1, p. 51-90, 2003.

GEIGER, Abigail. **The whys and hows of generations research**. Pew Research Center, 3 set. 2015.

GUIISO, Luigi; SAPIENZA, Paola; ZINGALES, Luigi. Does culture affect economic outcomes? **Journal of Economic Perspectives**, Nashville, v. 20, n. 2, p. 23-48, 2006.

GUNAWAN, Muhamad Nur; FETRINA, Elvi; RATNAWATI, Suci; FADILAH, Divanca Salma; HIDAYAH, Nur Aeni; RUSTAMAJI, Eri. User acceptance analysis of investment applications among millennials and generation Z using the extended UTAUT 2 model. **International Conference On Cyber And It Service Management**, 12., 2024, Batam. IEEE, 2024, p. 1-6.

HAIR JR., Joseph F.; BLACK, William C.; BABIN, Barry J.; ANDERSON, Rolph E.; TATHAM, Ronald L. **Análise multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HAIR JR., Joseph F.; HULT, G. Tomas M.; RINGLE, Christian M.; SARSTEDT, Marko. **A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)**. 1. ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2014.

HAIR JR., Joseph F.; BLACK, William C.; BABIN, Barry J.; ANDERSON, Rolph E. **Multivariate data analysis**. 7. ed. Harlow: Pearson Education Limited, 2014.

HAIR JR., Joseph F.; HULT, G. Tomas M.; RINGLE, Christian M.; SARSTEDT, Marko. **A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)**. 3. ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2022.

HASSAN, Rohail; AHMAD, Syed Yaser Tanvir; RUSYDI, Mohamad Khoiru; FORTEA, Costinela; ANTOHI, Valentin Marian; LAZARESCU, Ioana. Factors influencing consumer intention to adopt FinTech: an extended TAM-UTAUT trust model. **Frontiers in Human Dynamics**, v. 8, 1783752, 2026.

HENSELER, Jörg; RINGLE, Christian M.; SARSTEDT, Marko. A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v. 43, n. 1, p. 115-135, 2015.

HENSELER, Jörg; RINGLE, Christian M.; SARSTEDT, Marko. Testing measurement invariance of composites using partial least squares. **International Marketing Review**, v. 33, n. 3, p. 405-431, 2016.

HENSELER, Jörg; HUBONA, Geoffrey; RAY, Pauline Ash. Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. **Industrial Management & Data Systems**, v. 116, n. 1, p. 2-20, 2016.

HO, Vegant; RAHMADITO, Eric; KARSEN, Marisa. Determinants of Mobile Investment App Adoption Among Indonesian Investors. **International Conference On Creative Communication And Innovative Technology**, 4., 2025, IEEE, 2025, p. 1-7.

HU, Zhongqing; DING, Shuai; LI, Shizheng; CHEN, Luting; YANG, Shanlin. Adoption intention of fintech services for bank users: an empirical examination with an extended technology acceptance model. **Symmetry**, Basel, v. 11, n. 3, art. 340, p. 1-16, 2019.

IBGE. **População estimada do país chega a 213,4 milhões de habitantes em 2025**. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2025. Acesso em: 12 maio 2026.

IKEDA, Akira; CAMPOMAR, Marcos C.; PEREIRA, Beatriz B. O uso de coortes em segmentação de marketing. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 10, n. 28, p. 79–96, 2008.

IVANOVA, Mariana; IVANOVA, Georgi; IVANOVA, Velina. Generational differences in employee motivation and their implications for the workplace. **International Journal of Human Resources Development and Management**, v. 19, n. 2-3, p. 214–230, 2019.

JAFRI, Johan Ariff; MOHD AMIN, Syajarul Imna; ABDUL RAHMAN, Aisyah; MOHD NOR, Shifa. A systematic literature review of the role of trust and security on Fintech adoption in banking. **Heliyon**, v. 10, n. 1, e22980, 2024.

KIM, Changsu; MIRUSMONOV, Mirsobit; LEE, In. An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. **Computers in Human Behavior**, v. 26, n. 3, p. 310-322, 2010.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

KROSNICK, Jon A. Response strategies for coping with the cognitive demands of attitude measures in surveys. **Applied Cognitive Psychology**, v. 5, n. 3, p. 213-236, 1991.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

LEONG, Kelvin; SUNG, Anna. FinTech (Financial Technology): what is it and how to use technologies to create business value in fintech way? **International Journal of Innovation, Management and Technology**, v. 9, n. 2, p. 74–81, 2018.

LEWIS, J. David; WEIGERT, Andrew J. Trust as a social reality. **Social Forces**, v. 63, n. 4, p. 967–985, 1985.

LIBRARY OF CONGRESS. Generations. In: LIBRARY OF CONGRESS. **Doing consumer research: a resource guide**. Washington, DC: Library of Congress, 2025.

LIMAYEM, Moez; HIRT, Sabine Gabriele; CHEUNG, Christy M. K. How habit limits the predictive power of intention: the case of information systems continuance. **MIS Quarterly**, v. 31, n. 4, p. 705-737, 2007.

LISSITSA, S.; KOL, O. Generation X vs. Generation Y — a decade of research on reader's print and online media consumption. **Telematics and Informatics**, v. 56, art. 101510, 2021.

LUSARDI, Annamaria; MITCHELL, Olivia S. The economic importance of financial literacy: theory and evidence. **Journal of Economic Literature**, Nashville, v. 52, n. 1, p. 5-44, 2014.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2019.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento, execução e análise**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013. E-book. ISBN 9788595152526.

MEADE, Adam W.; CRAIG, S. Bartholomew. Identifying careless responses in survey data. **Psychological Methods**, v. 17, n. 3, p. 437-455, 2012.

MEIRANTO, Wahyu; FAISAL, Faisal; YUYETTA, Etna Nur Afri. The mediating role of effort expectation on digital banking behavior intention in the Indonesian bank industry: An integration of UGT-UTAUT2. **International Journal of Data and Network Science**, v. 8, n. 4, p. 2547-2562, 2024.

NICOLETTI, Bernardo. **The future of fintech: integrating finance and technology in financial services**. London: Palgrave Macmillan, 2017.

NUNNALLY, Jum C.; BERNSTEIN, Ira H. **Psychometric theory**. 3. ed. New York: McGraw-Hill, 1994.

OECD. **Consumer finance risk monitor 2024: analysis of risks facing financial consumers globally**. Paris: OECD Publishing, 2024.
Disponível em: <https://www.oecd.org/finance/consumer-finance-risk-monitor>. Acesso em: 23 dez. 2025.

PADOVESI, Gabriel Kumakura. **Comportamento do investidor**. São Paulo: Fundação Getulio Vargas, 2007.

PARMENT, Anders. Generation Y vs. Generation X: shopping behavior, buyer involvement and implications for retailing. **Journal of Retailing and Consumer Services**, v. 20, n. 2, p. 189–199, 2013.

PARRY, Emma; URWIN, Peter. The evidence base for generational differences: where do we go from here? **Work, Aging and Retirement**, v. 2, n. 2, p. 140–148, 2011.

PEW RESEARCH CENTER. **U.S. Millennials tend to have favorable views of foreign countries and institutions even as they age**. Washington, DC: Pew Research Center, 8 jul. 2020.

POSIT TEAM. **RStudio: integrated development environment for R**. Version 2026.04.0+526. Boston: Posit Software, PBC, 2026.

PRATAMA, Muhammad Aldi; PRATAMA, Arista; WULANSARI, Anita. Analysis of Ajaib Application Acceptance Using the UTAUT 2 Model. **Bit-Tech**, v. 8, n. 1, p. 523-534, 2025.

PREACHER, Kristopher J.; HAYES, Andrew F. Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. **Behavior Research Methods**, v. 40, n. 3, p. 879-891, 2008.

PUSCHMANN, Thomas. Fintech. In: **Handbook of blockchain, digital finance, and inclusion: cryptocurrency, fintech, insurtech, and regulation**. Amsterdam: Elsevier, v. 1, p. 7–41, 2017.

R CORE TEAM. **R: a language and environment for statistical computing**. Version 4.6.0. Vienna: R Foundation for Statistical Computing, 2026.

RINDFLEISCH, Aric. Cohort generational influences on consumer socialization. **Journal of Consumer Research**, v. 21, n. 3, p. 436–453, 1994.

ROGERS, Everett M. **Diffusion of innovations**. 5. ed. New York: Free Press, 2003.

RUDOLPH, Cort W.; RAUVOLA, Rachel S.; COSTANZA, David P.; ZACHER, Hannes. Generations and generational differences: debunking myths in organizational science and practice and paving new paths forward. **Journal of Business and Psychology**, v. 36, n. 6, p. 945–967, 2021.

RYU, Hyun-Sun. What makes users willing or hesitant to use fintech?: the moderating effect of user type. **Industrial Management & Data Systems**, v. 118, n. 3, p. 541–569, 2018.

SARSTEDT, Marko; RINGLE, Christian M.; HAIR JR., Joseph F. Partial least squares structural equation modeling. In: HOMBURG, Christian; KLARMANN, Martin; VOMBERG, Arnd (ed.). **Handbook of market research**. Cham: Springer, 2022. p. 587–632.

SERASA EXPERIAN. **Mapa da Inadimplência e Negociação de Dívidas no Brasil: março de 2026**. São Paulo: Serasa, 2026. Acesso em: 15 maio 2026.

SHARMA, Vikas; JANGIR, Kshitiz; GUPTA, Munish; RUPEIKA-APOGA, Ramona. Does service quality matter in FinTech payment services? An integrated SERVQUAL and TAM approach. **International Journal of Information Management Data Insights**, v. 4, n. 2, art. 100252, 2024.

SHMUELI, Galit; SARSTEDT, Marko; HAIR JR., Joseph F.; CHEAH, Jun-Hwa; TING, Hiram; VAITHILINGAM, Santha; RINGLE, Christian M. Predictive model assessment in PLS-SEM: guidelines for using PLSpredict. **European Journal of Marketing**, v. 53, n. 11, p. 2322–2347, 2019.

SIJTSMA, Klaas. On the use, the misuse, and the very limited usefulness of Cronbach's alpha. **Psychometrika**, v. 74, n. 1, p. 107–120, 2009.

SOLOMON, Michael R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016.

STEWART, Harrison; JÜRJENS, Jan. Data security and consumer trust in fintech innovation in Germany. **Information & Computer Security**, v. 26, n. 1, p. 109–128, 2018.

STRAUSS, William; HOWE, Neil. **Generations: the history of America's future, 1584–2069**. New York: William Morrow, 1991.

STREINER, David L. Starting at the beginning: an introduction to coefficient alpha and internal consistency. **Journal of Personality Assessment**, v. 80, n. 1, p. 99–103, 2003.

SUÁREZ-ALVAREZ, Javier; PEDROSA, Ignacio; LOZANO, Luis M.; GARCÍA-CUETO, Eduardo; CUESTA, Marcelino; MUÑIZ, José. Using reversed items in Likert scales: a questionable practice. **Psicothema**, Oviedo, v. 30, n. 2, p. 149-158, 2018.

SULTANA, Nahida; CHOWDHURY, Rubaiyat Shaimom; HAQUE, Afruza. Gravitating towards Fintech: A study on Undergraduates using extended UTAUT model. **Heliyon**, v. 9, n. 10, e20731, 2023.

TABACHNICK, Barbara G.; FIDELL, Linda S. **Using multivariate statistics**. 7. ed. Boston: Pearson, 2019.

TABER, Keith S. The use of Cronbach's alpha when developing and reporting research instruments in science education. **Research in Science Education**, v. 48, n. 6, p. 1273-1296, 2018.

TAMILMANI, Kuttimani; RANA, Nripendra P.; DWIVEDI, Yogesh K. Consumer acceptance and use of information technology: a meta-analytic evaluation of UTAUT2. **Information Systems Frontiers**, v. 23, n. 4, p. 987–1005, 2021.

VANCE, Anthony; ELIE-DIT-COSAQUE, Christophe; STRAUB, Detmar W. Examining trust in information technology artifacts: the effects of system quality and culture. **Journal of Management Information Systems**, v. 24, n. 4, p. 73-100, 2008.

VENKATESH, Viswanath; DAVIS, Fred D. A theoretical extension of the Technology Acceptance Model: four longitudinal field studies. **Management Science**, v. 46, n. 2, p. 186–204, 2000.

VENKATESH, Viswanath; MORRIS, Michael G.; DAVIS, Gordon B.; DAVIS, Fred D. User acceptance of information technology: toward a unified view. **MIS Quarterly**, v. 27, n. 3, p. 425–478, 2003.

VENKATESH, Viswanath; BALA, Hillol. Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. **Decision Sciences**, v. 39, n. 2, p. 273–315, 2008.

VENKATESH, Viswanath; THONG, James Y. L.; XU, Xin. Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. **MIS Quarterly**, v. 36, n. 1, p. 157–178, 2012.

WARD, Melissa K.; MEADE, Adam W. Dealing with careless responding in survey data. **Annual Review of Psychology**, v. 74, p. 577-596, 2023.

WILLIAMS, Michael D.; RANA, Nripendra P.; DWIVEDI, Yogesh K. The unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT): a literature review. **Journal of Enterprise Information Management**, v. 28, n. 3, p. 443–488, 2015.

YANG, Linda; LAND, Kenneth C. A mixed-effects regression approach to age-period-cohort analysis: assessing the impact of smoking on mortality risk in the United States. **Demography**, v. 50, n. 4, p. 1495–1520, 2008.

YANIDA, Pebri; PADMANEGARA, Oliver Hasan; MUKLIS, Tanti Irawati. The Intention to use Digital Investment Management Platforms Among Gen Z in Indonesia: Perspective from Individual and Technological Motives. **Journal of Economics, Finance and Management Studies**, v. 8, n. 1, p. 17-30, 2025.

ZUPIC, Ivan; ČATER, Tomaž. Bibliometric methods in management and organization. **Organizational Research Methods**, v. 18, n. 3, p. 429–472, 2015.

APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Título da pesquisa: Uso de Corretoras Digitais de Investimento no Brasil: Fatores Determinantes nas Gerações X, Y e Z

Instituição: Universidade de Caxias do Sul (UCS) – Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) – Mestrado em Administração

Pesquisador responsável: André Manquevick dos Santos

Orientadora: Profa. Dra. Fernanda Lazzari

1. Convite e finalidade do estudo

Você está sendo convidado(a) a participar de uma pesquisa acadêmica do PPGA/UCS que investiga os fatores determinantes do uso de corretoras digitais de investimento no Brasil, comparando padrões entre as gerações X, Y e Z. O estudo baseia-se no modelo UTAUT3 de aceitação e uso de tecnologia, incorporando construtos do ambiente financeiro digital, como imagem da marca, confiança, segurança e privacidade de dados, e percepção sobre governo e regulação.

2. Por que você foi convidado(a)

Você foi convidado(a) porque utiliza ou já utilizou plataforma digital de investimento, como aplicativo ou site de banco, corretora, cooperativa ou outra instituição financeira, para realizar investimentos ou aplicações. Para participar, é necessário ter 18 anos ou mais, residir no Brasil e informar experiência de uso atual ou anterior com esse tipo de plataforma.

3. O que será solicitado na sua participação

Caso você aceite participar, você responderá a um questionário online (*survey*) com afirmações em escala de concordância e perguntas de caracterização do perfil. O instrumento aborda percepções sobre a experiência de uso de corretoras ou plataformas digitais de investimento (por exemplo, utilidade, facilidade, influência social, condições de suporte, hábito, preço, inovação pessoal, imagem da marca, confiança, segurança e privacidade de dados e percepção sobre governo e regulação). O tempo estimado para resposta é de aproximadamente 10 a 15 minutos.

4. Riscos e desconfortos

Esta é uma pesquisa de risco mínimo, pois envolve respostas sobre percepções e experiências de uso. Ainda assim, pode ocorrer desconforto leve ao responder alguma pergunta, cansaço pelo tempo de preenchimento e eventual incômodo por refletir sobre segurança e privacidade em plataformas digitais. Você pode interromper sua participação a qualquer momento, sem qualquer prejuízo.

5. Benefícios esperados

Você não receberá benefício direto ou pagamento por participar. Como benefícios indiretos, a pesquisa pode contribuir para ampliar o entendimento acadêmico sobre adoção de corretoras digitais no Brasil e subsidiar melhorias em comunicação, experiência do usuário e estratégias de segmentação por perfil e geração no mercado financeiro digital.

6. Sigilo, anonimato e proteção de dados

A pesquisa não solicita dados diretamente identificáveis (por exemplo, nome, CPF, número de conta, senha ou qualquer credencial). As respostas serão tratadas de forma anônima e agregada, exclusivamente para fins acadêmicos. Os dados serão armazenados em ambiente digital com acesso restrito ao pesquisador, pelo período necessário à condução do estudo e às exigências institucionais aplicáveis, sendo posteriormente descartados ou arquivados de forma segura. O tratamento das informações observará princípios de confidencialidade e proteção de dados, em alinhamento às diretrizes éticas nacionais aplicáveis e à legislação brasileira pertinente.

7. Participação voluntária e direito de desistir

Sua participação é voluntária. Você pode recusar-se a participar, desistir a qualquer momento e solicitar esclarecimentos antes, durante ou após o preenchimento. Não haverá qualquer penalidade, perda de benefícios ou prejuízo por não participar ou desistir.

8. Esclarecimentos e contato

Se você tiver dúvidas sobre a pesquisa, objetivos, procedimentos ou seus direitos como participante, poderá contatar:

Pesquisador: André Manquevick dos Santos – e-mail: amsantos28@ucs.br

Orientadora: Profa. Dra. Fernanda Lazzari – e-mail: flazzar3@ucs.br

Dúvidas sobre aspectos éticos poderão ser encaminhadas ao Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da UCS – contato: **cep-ucs@ucs.br**.

9. Consentimento

Ao selecionar “Concordo em participar” no início do questionário, você declara que leu e compreendeu as informações deste TCLE, teve oportunidade de esclarecer dúvidas e concorda voluntariamente em participar da pesquisa.

() Li e concordo em participar da pesquisa.

() Não concordo em participar da pesquisa.

APÊNDICE B – INSTRUMENTO DE PESQUISA (QUESTIONÁRIO COMPLETO)

Este questionário integra uma pesquisa acadêmica da Universidade de Caxias do Sul (UCS) sobre o uso de corretoras digitais de investimento no Brasil. As percepções coletadas serão analisadas por meio dos construtos intenção de uso e uso efetivo, no contexto de um modelo teórico baseado no UTAUT3. As respostas são anônimas e serão analisadas de forma agregada, exclusivamente para fins acadêmicos.

Bloco 1 – Perguntas-filtro (elegibilidade)

1. Você tem 18 anos ou mais? () Sim () Não
2. Você reside no Brasil? () Sim () Não
3. Em qual estado você reside?

Definição operacional

Para este estudo, considera-se “corretora digital de investimento” a plataforma (aplicativo e/ou site) que permite ao usuário investir e gerir seus investimentos de forma predominantemente digital, incluindo funcionalidades como abertura de conta, envio de recursos, compra e venda de ativos e acompanhamento de carteira. Exemplos incluem bancos, corretoras independentes, cooperativas de crédito e plataformas especializadas que permitam realizar investimentos ou aplicações por aplicativo ou site.

4. Você utiliza ou já utilizou plataforma digital de investimento, como aplicativo ou site de banco, corretora, cooperativa ou outra instituição financeira, para realizar investimentos/aplicações? () Sim () Não
5. Qual corretora digital de investimento você utiliza com mais frequência?

Bloco 2 – Afirmações sobre sua experiência com corretoras digitais de investimento

Escala de resposta (assinale uma alternativa):

1 – Discordo totalmente; 2 – Discordo; 3 – Discordo parcialmente; 4 – Nem discordo nem concordo; 5 – Concordo parcialmente; 6 – Concordo; 7 – Concordo totalmente

Expectativa de performance

1. Eu enxergo as corretoras digitais de investimento como úteis em minha vida diária. ()1
()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7
2. As corretoras digitais de investimento aumentam a minha produtividade. ()1 ()2 ()3
()4 ()5 ()6 ()7

3. O uso de corretoras digitais de investimento possibilita realizar as minhas atividades de forma mais rápida. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

Expectativa de esforço

4. Eu utilizo as corretoras digitais de investimento com facilidade. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

5. A minha experiência em uma plataforma de corretoras digitais de investimento é clara e compreensível. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

6. As corretoras digitais de investimento são fáceis de usar. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

7. É fácil entender as diversas funcionalidades oferecidas pelas corretoras digitais de investimento. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

Influência social

8. As pessoas que são importantes para mim acreditam que eu deveria utilizar corretoras digitais de investimento. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

9. As pessoas que influenciam o meu comportamento acreditam que eu deveria utilizar corretoras digitais de investimento. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

10. As pessoas cujas opiniões eu valorizo preferem que eu utilize corretoras digitais de investimento. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

Condições facilitadoras

11. Eu possuo os recursos necessários (celular, computador etc.) para utilizar corretoras digitais de investimento. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

12. Tenho o conhecimento necessário para utilizar corretoras digitais de investimento. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

13. As corretoras digitais de investimento são compatíveis com outras tecnologias que eu utilizo. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

14. Eu consigo obter ajuda de outras pessoas quando tenho dificuldades em utilizar corretoras digitais de investimento. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

Motivação hedônica

15. Eu acho o uso das corretoras digitais de investimento muito interessante. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

16. O uso de corretoras digitais de investimento é agradável. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

17. O uso de corretoras digitais de investimento é muito divertido. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

Preço

18. Os preços cobrados pelas corretoras digitais de investimento são razoáveis. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

19. A flexibilidade proporcionada pelas corretoras digitais de investimento justifica o valor cobrado. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

20. Com os preços atuais, as corretoras digitais de investimento oferecem um bom retorno. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

Hábito

21. O uso de corretoras digitais de investimento se tornou um hábito para mim. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

22. Eu estou acostumado a utilizar corretoras digitais de investimento. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

23. Eu preciso utilizar corretoras digitais de investimento. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

Inovação pessoal

24. Eu gostaria de experimentar novos recursos e avanços em tecnologias da informação, especialmente em plataformas digitais como corretoras digitais de investimento. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

25. Eu fico ansioso para experimentar novos recursos disponíveis em corretoras digitais de investimento. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

26. Normalmente, eu estou entre os primeiros a adotar recursos e formas inovadoras de investir por meio de corretoras digitais, em comparação aos meus colegas. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

Intenção de uso

27. Eu pretendo continuar utilizando corretoras digitais de investimento no futuro. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

28. Eu sempre vou tentar utilizar corretoras digitais de investimento no meu dia a dia. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

29. Eu pretendo continuar a utilizar corretoras digitais de investimento com frequência. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

Imagem da marca

30. Eu acredito que as corretoras digitais de investimento podem oferecer bons serviços e produtos. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

31. Eu prefiro aceitar os serviços financeiros fornecidos por marcas conhecidas. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

32. As corretoras digitais de investimento têm uma boa reputação. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

Confiança

33. As leis que regulam corretoras digitais de investimento garantem proteção aos consumidores. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

34. As corretoras digitais de investimento possuem habilidades e recursos suficientes para oferecer seus serviços. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

35. As corretoras digitais de investimento atuam de forma ética ao obter, manter, processar e gerenciar as minhas informações pessoais. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

36. As corretoras digitais de investimento atuam de forma honesta ao lidar com os consumidores. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

37. Eu confio nos controles de privacidade disponibilizados pelas corretoras digitais de investimento. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

38. As corretoras digitais de investimento implementam medidas adequadas de segurança para proteger as minhas informações pessoais. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

39. Os órgãos que regulam as corretoras digitais de investimento têm autoridade suficiente sobre elas. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

40. Eu acredito que as corretoras digitais de investimento mantêm as minhas informações pessoais seguras. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

41. No geral, eu acredito que as corretoras digitais de investimento são confiáveis. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

Segurança e privacidade de dados

42. Eu acredito que o meu dinheiro pode ser facilmente roubado ao utilizar os serviços de corretoras digitais de investimento. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

43. Eu acredito que os meus dados pessoais e minha privacidade podem ser divulgados ao utilizar serviços de corretoras digitais de investimento. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

44. No geral, acredito que as corretoras digitais de investimento são arriscadas. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

Governo e regulação

45. As regulamentações governamentais aumentam minha confiança para usar corretoras digitais de investimento. ()1 ()2 ()3 ()4 ()5 ()6 ()7

46. É mais fácil utilizar corretoras digitais de investimento quando existem regulamentações governamentais claras. ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7

47. Existe segurança jurídica para os usuários de corretoras digitais de investimento. ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7

48. A regulamentação governamental facilita o uso de diferentes corretoras digitais de investimento. ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7

Bloco 3 – Caracterização do respondente

3.1 Ano de nascimento: _____

3.2 Sexo/gênero: ☐ Feminino ☐ Masculino ☐ Prefiro não informar ☐ Outro: _____

3.3 Escolaridade: ☐ Fundamental ☐ Médio ☐ Superior ☐ Pós-graduação ☐ Mestrado ☐ Doutorado ☐ Outro: _____

3.4 Renda mensal (aproximada): ☐ Até 2 SM ☐ 2–5 SM ☐ 5–10 SM ☐ Acima de 10 SM ☐ Prefiro não informar

3.5 Tempo de experiência com investimentos: ☐ Menos de 1 ano ☐ 1–3 anos ☐ 3–5 anos ☐ Mais de 5 anos

3.6 Frequência de uso da corretora digital: ☐ Não utilizo atualmente ☐ Menos de 1 vez por mês ☐ 1 vez por mês ☐ 2 a 3 vezes por mês ☐ 1 vez por semana ☐ 2 a 3 vezes por semana ☐ Mais que 3 vezes na semana

3.7 Principal objetivo ao investir: ☐ Reserva/segurança ☐ Crescimento patrimonial ☐ Renda ☐ Curto prazo ☐ Outro: _____

3.8 Qual percentual da sua renda mensal você consegue poupar: ☐ Não consigo poupar ☐ Até 5% ☐ De 6% a 10% ☐ De 11% a 20% ☐ De 21% a 30% ☐ De 31% a 40% ☐ Acima de 40%

Fonte: Elaborado pelo autor, com base em Venkatesh *et al.* (2003), Venkatesh *et al.* (2012), Agarwal e Prasad (1998), Rogers (2003), Farooq *et al.* (2017), Ryu (2018), Stewart e Jürjens (2018), Hu *et al.* (2019), Contreras Pinochet *et al.* (2019) e Fernandes e Pinto de Mello (2025).

APÊNDICE C – QUADRO DE OPERACIONALIZAÇÃO DOS CONSTRUTOS E HIPÓTESES

Este quadro sintetiza a operacionalização dos construtos do modelo teórico adotado na dissertação, incluindo (i) definição operacional, (ii) hipóteses associadas e (iii) itens de mensuração. As afirmações do instrumento são respondidas em escala do tipo Likert de 7 pontos (1 = discordo totalmente a 7 = concordo totalmente).

Quadro C 1 - Operacionalização dos construtos, hipóteses e itens de mensuração

(continua)

Construto (sigla)	Definição operacional (síntese)	Hipótese(s)	Itens (enunciados do questionário)	Fonte base (modelo/itens)
Expectativa de performance (EP)	Grau em que o usuário percebe que a corretora digital melhora seu desempenho e utilidade na atividade de investir.	H1: EP afeta positivamente a intenção de uso.	EP1 Útil na vida diária. EP2 Aumenta produtividade. EP3 Permite realizar atividades mais rápido.	Davis (1989); Venkatesh <i>et al.</i> (2003).
Expectativa de esforço (EE)	Grau de facilidade percebida no uso da corretora digital e na compreensão de suas funcionalidades.	H2: EE afeta positivamente a intenção de uso.	EE1 Utilizo com facilidade. EE2 Experiência clara e compreensível. EE3 Fácil de usar. EE4 Fácil entender funcionalidades.	Davis (1989); Venkatesh <i>et al.</i> (2003).
Influência social (IS)	Grau em que pessoas relevantes influenciam a percepção de que se deve utilizar corretoras digitais.	H3: IS afeta positivamente a intenção de uso.	IS1 Pessoas importantes acreditam que eu deveria usar. IS2 Influenciadores do meu comportamento acreditam que eu deveria usar. IS3 Opiniões que valorizo preferem que eu use.	Venkatesh; Davis (2000); Venkatesh <i>et al.</i> (2003).
Condições facilitadoras (CF)	Percepção de recursos, conhecimento, compatibilidade e suporte disponíveis para utilizar corretoras digitais.	H4a: CF afeta positivamente a intenção de uso. H4b: CF afeta positivamente o uso efetivo.	CF1 Possuo recursos necessários. CF2 Tenho conhecimento necessário. CF3 Compatível com outras tecnologias. CF4 Consigo ajuda quando tenho dificuldades.	Ajzen (1991); Venkatesh <i>et al.</i> (2003).
Motivação hedônica (MH)	Prazer, interesse e diversão percebidos na experiência de uso da corretora digital.	H5: MH afeta positivamente a intenção de uso.	MH1 Uso é interessante. MH2 Uso é agradável. MH3 Uso é divertido.	Venkatesh <i>et al.</i> (2012).
Valor do Preço (PV)	Avaliação do custo/benefício percebido, incluindo razoabilidade de preços e retorno percebido.	H6: PV afeta positivamente a intenção de uso.	PV1 Preços são razoáveis. PV2 Flexibilidade justifica valor cobrado. PV3 Com preços atuais, oferecem bom retorno.	Venkatesh <i>et al.</i> (2012).

(continuação)

Construto (sigla)	Definição operacional (síntese)	Hipótese(s)	Itens (enunciados do questionário)	Fonte base (modelo/itens)
Hábito (HB)	Grau em que o uso da corretora digital é automático, recorrente e incorporado à rotina do usuário.	H7a: HB afeta positivamente a intenção de uso. H7b: HB afeta positivamente o uso efetivo.	HB1 Tornou-se um hábito. HB2 Estou acostumado a utilizar. HB3 Eu preciso utilizar.	Venkatesh <i>et al.</i> (2012).
Inovação pessoal (IP)	Tendência individual a experimentar e adotar novidades tecnológicas em plataformas digitais.	H8a: IP afeta positivamente a intenção de uso. H8b: IP afeta positivamente o uso efetivo.	IP1 Gostaria de experimentar novos recursos e avanços. IP2 Fico ansioso para experimentar novos recursos. IP3 Sou o primeiro a adotar produtos inovadores entre colegas.	Agarwal; Prasad (1998); Rogers (2003); Farooq <i>et al.</i> (2017).
Intenção de uso (IU)	Disposição e planejamento do usuário para continuar utilizando corretoras digitais no futuro.	H9: IU afeta positivamente o uso efetivo.	IU1 Pretendo continuar utilizando no futuro. IU2 Sempre vou tentar utilizar no dia a dia. IU3 Pretendo continuar a utilizar com frequência.	Ajzen (1991); Venkatesh <i>et al.</i> (2003); Venkatesh <i>et al.</i> (2012).
Uso efetivo (UE)	Realização do comportamento de uso, refletindo frequência e continuidade do uso da corretora digital.	Variável dependente final (mensurada por item de comportamento/uso).	UE1: frequência autodeclarada de utilização da plataforma digital de investimento, mensurada no bloco de caracterização do respondente e recodificada em escala ordinal crescente.	Venkatesh <i>et al.</i> (2003); Hair Jr. <i>et al.</i> (2022).
Imagem da marca (IM)	Percepções de reputação e qualidade associadas às corretoras digitais, que funcionam como sinal reputacional.	H10: IM afeta positivamente a intenção de uso.	IM1 Podem oferecer bons serviços e produtos. IM2 Prefiro serviços de marcas conhecidas. IM3 Têm boa reputação.	Hu <i>et al.</i> (2019); Cheng; Wu; Leiner (2019).
Confiança (CO)	Crença de que a corretora digital e o ambiente regulatório atuam de forma competente, ética e confiável.	H11: CO afeta positivamente a intenção de uso.	CO1 Leis garantem proteção. CO2 Possuem habilidades e recursos. CO3 Atuam de forma ética com informações. CO4 Atuam de forma honesta. CO5 Confio nos controles de privacidade. CO6 Implementam medidas adequadas de segurança. CO7 Órgãos reguladores têm autoridade. CO8 Mantêm minhas informações seguras. CO9 No geral, são confiáveis.	Ryu (2018); Hu <i>et al.</i> (2019); Stewart; Jürjens (2018).

(conclusão)

Construto (sigla)	Definição operacional (síntese)	Hipótese(s)	Itens (enunciados do questionário)	Fonte base (modelo/itens)
Segurança e privacidade de dados (SP)	Percepção de proteção de recursos, dados pessoais e privacidade no uso de corretoras digitais de investimento, obtida após recodificação dos itens originalmente redigidos em sentido negativo.	H12: SP afeta positivamente a intenção de uso.	SP1 Dinheiro pode ser facilmente roubado. SP2 Dados e privacidade podem ser divulgados. SP3 No geral, são arriscadas. Itens recodificados antes da estimação do modelo.	Stewart; Jürjens (2018); Hu <i>et al.</i> (2019); Contreras Pinochet <i>et al.</i> (2019).
Governo e regulação (GR)	Percepção de que regras e clareza regulatória aumentam confiança, segurança jurídica e facilitam o uso.	H13: GR afeta positivamente a intenção de uso.	GR1 Regulamentações aumentam minha confiança. GR2 Mais fácil quando existem regulamentações claras. GR3 Existe segurança jurídica para usuários. GR4 Regulação facilita uso de diferentes corretoras.	Contreras Pinochet <i>et al.</i> (2019); Ryu (2018).
Coortes geracionais (moderadora)	Variável de moderação categórica definida a partir do ano de nascimento do respondente, classificando-o nas coortes geracionais X (1965–1980), Y (1981–1996) e Z (1997–2012), para comparação multigrupo das relações do modelo.	H14: As relações propostas no modelo (H1–H13) variam em magnitude e/ou significância entre as gerações X, Y e Z (moderação por coortes geracionais).	Ano de nascimento (resposta numérica) → recodificação em 3 grupos: Geração X (1965–1980); Geração Y (1981–1996); Geração Z (1997–2012) (variável moderadora para análise multigrupo).	Pew Research Center (2020); Dimock (2019); Parry; Urwin (2011); Venkatesh <i>et al.</i> (2003); Venkatesh <i>et al.</i> (2012)

Fonte: Elaboração própria, a partir do modelo teórico e do instrumento de pesquisa da dissertação.

APÊNDICE D – LISTA DE PUBLICAÇÕES RECUPERADAS NA WEB OF SCIENCE (STRINGS, FILTROS E REGISTROS)

D.1 Estratégia de busca na Web of Science (*strings* e filtros)

As buscas foram realizadas na Web of Science – Coleção Principal (Clarivate), no campo *Topic* (título, resumo e palavras-chave), entre os anos de 2000 a 2025. Utilizaram-se seis *strings*, todas ancoradas em (UTAUT OR UTAUT2 OR UTAUT3), combinadas com termos de plataformas de investimento (*investment platform, brokerage, investment app, online trading*) e com recorte temático (*intention/adoption, trust/perceived risk, security/privacy, social influence/influencers, and generation, como generation*, cohort, millennials, gen X/Y/Z*). Após a extração, realizou-se deduplicação entre *strings* e triagem por título, resultando nos registros apresentados em D.2.

D.2 - Detalhamento Resultados Web of Science (2000–2025)

Quadro D 1 - Detalhamento Resultados na Web of Science

(continua)

Ano	Periódico	Autores	Título do Artigo	Tipo de Documento
2023	<i>Fintech</i>	Restuputri, DP; Refoera, FB and Masudin, I	Investigating Acceptance of Digital Asset and Crypto Investment Applications Based on the Use of Technology Model (UTAUT2)	Artigo
2023	<i>Benchmarking-An International Journal</i>	Nair, PS; Shiva, A; (...); Tandon, P	Determinants of mobile apps adoption by retail investors for online trading in emerging financial markets	Artigo
2024	<i>23rd International Symposium INFOTEH-JAHORINA (INFOTEH)</i>	Adj, YB; Karmawan, IGM and Lusianah	Analysis of the Robo-Advisor Investment Applications on Investor Satisfaction using Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)	Artigo de Conferência
2024	<i>Management & Marketing</i>	Sembel, JS; Widjaja, AW and Antonio, F	Determinants of mobile stock investment application adoption and its impact on intention to recommend the applications in emerging countries: a case study of Indonesia	Artigo
2024	<i>Sri Lanka Journal of Social Sciences</i>	Ul Amin, I; Bhat, IH; (...); Jan, ANS	Behavioural intention to adopt mobile trading apps: an integrated theoretical and digital framework, privacy concerns, and information richness model	Artigo

(conclusão)

Ano	Periódico	Autores	Título do Artigo	Tipo de Documento
2025	<i>24th International Symposium INFOTEH JAHORINA-INFOTEH-Annual</i>	Cahyadi, A; Condrobimo, AR and Heykal, M	Analysis of Investor Satisfaction and Continued Adoption of Robo-Advisor in Investment Applications Using The UTAUT and ECM Model	Artigo de Conferência
2025	<i>International Journal Of Human-Computer Interaction</i>	Gaur, D; Gupta, K; (...); Pal, A	AI Powered Gamification: The New Catalyst in the Arena of Online Investment Platforms Impacting Behavioral Intentions	Artigo

Fonte: Elaborado pelo autor.

APÊNDICE E – LISTA DE PUBLICAÇÕES RECUPERADAS NA SCOPUS (STRINGS, FILTROS E REGISTROS)

E.1 Estratégia de busca na Scopus (*strings* e filtros)

As buscas foram realizadas na base Scopus (Elsevier), no campo “*Article title, abstract, keywords*”, entre os anos de 2000 a 2025. Foram utilizadas seis *strings* principais, todas ancoradas em (UTAUT OR UTAUT2 OR UTAUT3), combinadas com termos relacionados a plataformas de investimento (*investment platform, brokerage, investment app, online trading*) e com recorte temático (*intention/adoption, trust/perceived risk, security/privacy, social influence/influencers, and generation*, como *generation*, cohort, millennials*, gen X/Y/Z). Após a extração, realizou-se deduplicação entre *strings* e triagem por título, resultando nos registros apresentados em E.2.

E.2 - Detalhamento Resultados únicos Scopus (2000–2025)

Quadro E 1 - Detalhamento Resultados na Scopus

(continua)

Ano	Periódico	Autores	Título do Artigo	Tipo de Documento
2021	<i>Proceedings of 2021 International Conference on Information Management and Technology Icimtech 2021</i> , pp. 240–244	Fernando, E., Angelia, V., Meiryani, Pradipta, I.A.	A propose model analysis of investor factors on interests and decisions of using online investment applications	Artigo de Conferência
2022	<i>Proceedings of 2022 International Conference on Information Management and Technology Icimtech 2022</i> , pp. 671–675	Oktavia, T., Devano, E., Alghifari, A., ..., Wahyudi, V., Suharlin, F.M.	Analysis of User Acceptance of Indonesian Society to Use Online Investment Application	Artigo de Conferência
2023	<i>8th International Conference on Business and Industrial Research Icbir 2023 Proceedings</i> , pp. 836–841	Prasarry, Y.V., Sayoga, R.Y., Marsintauli, F., ..., Ikhsan, R.B., Prabowo, H.	Digital Investment Behavior: Insights from Gen-Y and Gen-Z	Artigo de Conferência
2023	<i>Proceedings of 2023 International Conference on Information Management and Technology Icimtech 2023</i> , pp. 310–315	Arfina, A., Juwitasary, H., Angelus, M.	Factors That Influence Consumers in Using Online Investment Platforms - Systematic Literature Review	Artigo de Conferência
2023	<i>Interdisciplinary Journal of Information Knowledge and Management</i> , v.18, pp. 1–29	Nainggolan, C.I., Handayani, P.W.	Factors Affecting Individuals' Behavioral Intention to use Online Capital Market Investment Platforms In Indonesia	Artigo

(conclusão)

Ano	Periódico	Autores	Título do Artigo	Tipo de Documento
2024	<i>International Journal of Electrical and Computer Engineering</i> , 14(3), pp. 3073–3083	Hanif, H., Nadlifatin, R., Hutama, R.R., Ali, A.H.N., Persada, S.F.	Determinant factors of mobile investment app users among generation Z Indonesia	Artigo
2024	<i>12th International Conference on Cyber and IT Service Management Citsm 2024</i>	Gunawan, M.N., Fetrina, Eri Rustamaji, S., ..., Hidayah, N.A., Rustamaii, E.	User Acceptance Analysis of Investment Applications Among Millennials and Generation Z Using the Extended UTAUT 2 Model	Artigo de Conferência
2024	<i>11th International Conference on ICT for Smart Society Integrating Data and Artificial Intelligence for A Resilient and Sustainable Future Living Iciss 2024 Proceeding 2024</i>	Handoko, B.L., Aufaanashwa, S., Sundjaja, A.M., Hendriana, E.	Behavioral Intention Model for Cryptocurrency Investment Platform Adoption	Artigo de Conferência
2025	<i>Proceeding 2025 4th International Conference on Creative Communication and Innovative Technology Empowering Transformative Mature Leadership Harnessing Technological Advancement for Global Sustainability Iccit 2025</i>	Ho, V., Rahmadito, E., Karsen, M.	Determinants of Mobile Investment App Adoption Among Indonesian Investors	Artigo de Conferência

Fonte: Elaborado pelo autor.

APÊNDICE F – LISTA DE PUBLICAÇÕES RECUPERADAS NA SPELL (STRINGS, FILTROS E REGISTROS)

F.1 - Estratégia de busca na Spell (*strings* e filtros)

As buscas foram realizadas na base geral da SPELL, utilizando o campo “Resumo”, entre os anos de 2000 a 2025. Foram aplicadas seis strings principais, ancoradas no termo UTAUT e combinadas com termos relacionados a plataformas de investimento e dimensões analíticas, como intenção ou adoção, confiança ou risco percebido, segurança ou privacidade, influência social, influenciadores e recorte geracional. A busca retornou 93 documentos; após depuração, resultaram 28 documentos únicos, apresentados em F.2.

F.2 - Detalhamento Resultados Spell (2000–2025)

Quadro F 1 - Detalhamento Resultados na Spell

(continua)

Ano	Periódico/Fonte	Autores	Título do Artigo	Tipo de Documento
2002	<i>Revista de Economia e Administração</i> , v. 1, n. 3, p. 1-34, Julho-Setembro, 2002. 34 página(s).	Ari Francisco de Araujo Jr..	Raízes econômicas da criminalidade violenta no Brasil: um estudo usando micro dados e pseudopainel - 1981/1996	Artigo (Português)
2002	<i>Revista Economia & Gestão</i> , v. 2, n. 3, p. 91-108, Janeiro-Junho, 2002. 18 página(s).	Ari Francisco de Araujo Junior.	Decomposição dos efeitos idade, período e coorte de taxas de homicídios: uma análise por estados - 1981 - 1996	Artigo (Português)
2008	<i>Organizações & Sociedade</i> , v. 15, n. 44, p. 25-43, Janeiro-Março, 2008. 19 página(s).	Ana Akemi Ikeda, Marcos Cortez Campomar, Beatriz de Castro Sebastião Pereira.	O uso de coortes em segmentação de marketing	Artigo (Português)
2010	<i>Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios</i> , v. 3, n. 2, p. 118-139, Julho-Dezembro, 2010. 22 página(s).	Jersone Tasso Moreira Silva, Patrícia de Paiva Franco Barbosa, Luiz Antônio Antunes Teixeira, Mário Teixeira Reis Neto.	Comportamentos relacionados à decisão de compra de papéis Bovespa: a influência do message framing no pequeno investidor mineiro	Artigo (Português)
2011	<i>Revista Brasileira de Gestão de Negócios</i> , v. 13, n. 41, p. 359-375, Outubro-Dezembro, 2011. 17 página(s).	Wilian Ramalho Feitosa, Ana Akemi Ikeda.	Segmentação de Mercado Com Base em Coortes: uma Investigação Qualitativa	Artigo (Português)

(continuação)

Ano	Periódico/Fonte	Autores	Título do Artigo	Tipo de Documento
2013	<i>Revista Evidenciação Contábil & Finanças</i> , v. 1, n. 2, p. 52-68, Julho-Dezembro, 2013. 17 página(s).	Katharinny Bione Albuquerque Marinho, Tatiane Almeida Menezes, Umbelina Cravo Teixeira Lagioia, Francisco de Assis Carlos Filho, Livia Vilar Lemos.	Indicadores financeiros e contábeis que influenciam a tomada de decisão do investidor na elaboração de uma carteira de ações e na determinação do nível de risco	Artigo (Português)
2013	<i>Perspectivas em Gestão & Conhecimento</i> , v. 3, n. 1, p. 157-174, Janeiro-Junho, 2013. 18 página(s).	Elaine Cristina Lopes, Marta Lígia Pomim Valentim.	Processos de gestão da informação: tratamento, recuperação e uso da informação no mercado de capitais	Artigo (Português)
2014	<i>Revista Contabilidade & Finanças</i> , v. 25, n. 65, p. 177-188, Maio-Agosto, 2014. 12 página(s).	Kym Marcel Martins Ardison, Luciana de Andrade Costa.	Uma abordagem de Teoria dos Jogos sobre operações de aluguel no mercado acionário brasileiro	Artigo (Português)
2014	<i>Revista de Contabilidade e Controladoria</i> , v. 6, n. 1, p. 43-58, Janeiro-Abril, 2014. 16 página(s).	Livia Vilar Lemos, Umbelina Cravo Teixeira Lagioia, Josete Florencio Santos, Jeronymo José Libonati, Lucivaldo Lourenço da Silva Filho.	Mercado de ações: um estudo sobre o interesse do investidor em critérios não financeiros considerados na tomada de decisão	Artigo (Português)
2015	<i>NAVUS - Revista de Gestão e Tecnologia</i> , v. 5, n. 1, p. 127-139, Janeiro-Março, 2015. 13 página(s).	André Andrade Longaray, Raphael Miller Figueiredo, Paulo Roberto Munhoz.	Um estudo sobre o grau de importância atribuído pelo investidor à utilização de modelos matemáticos na prática de home broker	Artigo (Português)
2016	<i>Teoria e Prática em Administração</i> , v. 6, n. 1, p. 225-240, Janeiro-Junho, 2016. 16 página(s).	Cristina Defreyen Tenconi, Éverton Luís Pellizzaro de Lorenzi Cancellier.	Myreks - O Caso Da Startup Que Almeja O Mercado Mundial Dos Aplicativos	Caso de Ensino (Português)
2017	<i>Revista Brasileira de Finanças</i> , v. 15, n. 1, p. 7-24, Janeiro-Março, 2017. 18 página(s).	Bruno Ferman, Maurício Silveira Lersch, Claudia Emiko Yoshinaga.	Viés de Familiaridade na Alocação de Ativos de Investidores Brasileiros	Artigo (Português)
2017	<i>Revista de Gestão e Projetos</i> , v. 8, n. 1, p. 72-89, Janeiro-Abril, 2017. 18 página(s).	Daiane Souza Dias, Gabriela Perciuncula, Juliana Maffia, Pedro Domingos Antonioli.	Perfil: Uma Pesquisa da Liderança na Gestão de Projetos com Profissionais da Área	Artigo (Português)
2018	<i>Revista ENIAC Pesquisa</i> , v. 7, n. 2, p. 161-181, Julho-Dezembro, 2018. 21 página(s).	Jorge Alejandro Sanchez Henriquez.	Planejamento do sistema de avaliação do desempenho dos recursos humanos: o caso das empresas chilenas	Artigo (Espanhol)
2019	<i>Revista Brasileira de Gestão de Negócios</i> , v. 21, n. 3, p. 416-434, Julho-Setembro, 2019. 19 página(s).	Cristina M. Ostermann, Carlos Mello Moyano, Jaime Laufer.	Posicionamento de Marca em Instituição de Ensino Superior: A Percepção das Coortes Geracionais Brasileiras	Artigo (Português)

(continuação)

Ano	Periódico/Fonte	Autores	Título do Artigo	Tipo de Documento
2020	<i>International Journal of Innovation</i> , v. 8, n. 3, p. 356-372, Setembro-Dezembro, 2020. 17 página(s).	Fernanda Kempner-Moreira, Patricia de Sá Freire.	Governança corporativa como propulsora da inovação: uma revisão de literatura	Artigo (Português)
2020	<i>Administração: Ensino e Pesquisa</i> , v. 21, n. 2, p. 214-238, Maio-Agosto, 2020. 25 página(s).	Raul Beal Partyka, Jeferson Lana, Rosilene Marcon.	A XP e o Itaú Unibanco: dos Produtos de Investimento a Desbancarização	Caso de Ensino (Português)
2021	<i>Revista Brasileira de Finanças</i> , v. 19, n. 2, p. 1-26, Abril-Junho, 2021. 26 página(s).	Otávio Bitu, Fernando Chague, Bruno Giovannetti, Tomaz Hamdan.	O Retorno Esperado dos COEs	Artigo (Português)
2021	<i>Perspectivas em Gestão & Conhecimento</i> , v. 11, n. 1, p. 24-44, Janeiro-Abril, 2021. 21 página(s).	Amanda Carolina Teixeira, Nelson Tenório, Rejane Sartori, Waldirene de Cássia Dantas.	A Gestão do Conhecimento no Setor de Seguros: O Ciclo de Wiig Aplicado ao Processo Comercial de uma Corretora de Seguros	Artigo (Português)
2021	<i>Revista de Administração Hospitalar e Inovação em Saúde</i> , v. 18, n. 4, p. 129-129, Outubro-Dezembro, 2021. 1 página(s).	Felipe Leonardo Rigo, Cristiane Imaculada Sabino, Elizabeth Iracy Alves Leite.	Características dos trabalhadores da rede hospitalar pública do Estado de Minas Gerais	Outro (Português)
2021	<i>Revista de Administração Hospitalar e Inovação em Saúde</i> , v. 18, n. 4, p. 137-137, Outubro-Dezembro, 2021. 1 página(s).	Cristiane Contato Rosa, Jean Carlo da Silva, Marisa Afonso Andrade Brunherotti.	Formação e desenvolvimento de pessoal na rede de hospitais públicos do Estado de Minas Gerais	Outro (Português)
2021	<i>Revista de Administração Hospitalar e Inovação em Saúde</i> , v. 18, n. 4, p. 155-155, Outubro-Dezembro, 2021. 1 página(s).	Cássia Cristina P. Mendicino, Erica M. Moodi, Cristiane A. Menezes de Pádua.	Ocorrência de alterações metabólicas entre pessoas vivendo com HIV em uso prolongado de terapia antirretroviral no Brasil: um estudo retrospectivo em múltiplos eventos	Outro (Português)
2021	<i>Revista de Administração Hospitalar e Inovação em Saúde</i> , v. 18, n. 2, p. 20-40, Abril-Junho, 2021. 21 página(s).	Pablo Aurélio Lacerda de Almeida Pinto, Laisse Nogueira de Sá, Bruno Nunes Guedes, Fagner José Coutinho de Melo.	Avaliação da Qualidade de Vida Relacionada à Saúde entre Pacientes com Doença Renal Crônica Atendidos por Organização Benéficas em Salgueiro, Brasil	Artigo (Inglês)
2022	<i>International Journal of Professional Business Review</i> , v. 7, n. 4, p. 1-13, Outubro-Dezembro, 2022. 13 página(s).	Hussen Amran Naji Al-Refiay, Azher Subhi Abdulhussein, Sinan Salem Kasim Al-Shaikh.	O impacto da contabilidade financeira nos processos de tomada de decisão nos negócios	Artigo (Inglês)
2022	<i>Revista Catarinense da Ciência Contábil</i> , v. 21, n. 1, p. 1-17, Janeiro-Dezembro, 2022. 17 página(s).	Rudolph Fabiano Alves Pedroza Teixeira, Hyago Miranda Côrtes, Adriano Rodrigues.	De Mariana a Brumadinho o caso da Vale S.A. sob a ótica do CPC 26 (R1)	Artigo (Português)

(conclusão)

Ano	Periódico/Fonte	Autores	Título do Artigo	Tipo de Documento
2023	<i>Revista Brasileira de Gestão e Inovação</i> , v. 10, n. 2, p. 92-107, Janeiro-Abril, 2023. 16 página(s).	André Luiz Turetta, Silvestre Labiak Junior.	Corporate venture capital como elo entre indústrias tradicionais de grande porte e startups: um levantamento no sistema regional de inovação	Artigo (Inglês)
2023	<i>Gestão & Regionalidade</i> , v. 39, n. 116, p. 0-0, Janeiro-Abril, 2023. 1 página(s).	Fabiano Ezequiel dos Santos, Antônio Agnaldo Rodrigues de Mor, Patricia Inês Schwantz, Daniela Mueller de Lara.	GESTÃO AMBIENTAL E AS INFERÊNCIAS NOS RECURSOS HÍDRICOS: um diagnóstico do Rio Espraiado em Soledade/RS	Artigo (Português)
2024	<i>Revista Brasileira de Finanças</i> , v. 22, n. 1, p. 61-80, Janeiro-Março, 2024. 20 página(s).	Ícaro Coelho Ferreira, José Vitor Kohler, Jeferson Lana, Eleandra Maria Prigo Meneghini, Ana Paula Pereira dos Passos.	Heurísticas e vieses comportamentais dos agentes autônomos de investimentos	Artigo (Português)

Fonte: Elaborado pelo autor.

Nota: os registros apresentados neste apêndice correspondem aos documentos únicos recuperados pela estratégia de busca na SPELL, após remoção de duplicidades. A listagem inclui registros com diferentes níveis de aderência temática, uma vez que a base retornou resultados amplos a partir dos termos utilizados. A seleção teórica efetivamente incorporada à dissertação ocorreu posteriormente, conforme pertinência ao objeto de pesquisa.

APÊNDICE G – CARGAS EXTERNAS DOS INDICADORES DO MODELO DE MENSURAÇÃO

Este apêndice apresenta a matriz de cargas externas dos indicadores utilizados no modelo de mensuração estimado por PLS-SEM. As cargas externas indicam a associação de cada item observado com o respectivo construto latente, permitindo verificar se os indicadores representam adequadamente as dimensões teóricas propostas no modelo. De modo geral, os indicadores apresentaram cargas adequadas em seus respectivos construtos. Embora Hair Jr. *et al.* (2022) recomendem cargas externas próximas ou superiores a 0,70, indicadores com cargas entre 0,40 e 0,70 podem ser mantidos quando sua exclusão não melhora a validade convergente, a confiabilidade composta ou a validade de conteúdo. Assim, os itens CF4 e IM2, embora tenham apresentado cargas inferiores a 0,70, foram mantidos no modelo por não comprometerem a AVE nem a confiabilidade composta dos respectivos construtos, preservando-se a coerência teórica do instrumento.

G.1 – Cargas externas dos indicadores do modelo de mensuração

Quadro G 1 - Cargas externas dos indicadores do modelo de mensuração

(continua)

Indicador	Construto	Carga externa	Decisão
EP1	Expectativa de performance	0,915	Mantido
EP2	Expectativa de performance	0,882	Mantido
EP3	Expectativa de performance	0,884	Mantido
EE1	Expectativa de esforço	0,907	Mantido
EE2	Expectativa de esforço	0,935	Mantido
EE3	Expectativa de esforço	0,932	Mantido
EE4	Expectativa de esforço	0,852	Mantido
IS1	Influência social	0,911	Mantido
IS2	Influência social	0,946	Mantido
IS3	Influência social	0,927	Mantido
CF1	Condições facilitadoras	0,740	Mantido
CF2	Condições facilitadoras	0,856	Mantido
CF3	Condições facilitadoras	0,870	Mantido
CF4	Condições facilitadoras	0,650	Mantido com justificativa
MH1	Motivação hedônica	0,901	Mantido
MH2	Motivação hedônica	0,917	Mantido
MH3	Motivação hedônica	0,797	Mantido
PV1	Preço/valor	0,902	Mantido
PV2	Preço/valor	0,926	Mantido
PV3	Preço/valor	0,921	Mantido
HB1	Hábito	0,947	Mantido
HB2	Hábito	0,929	Mantido
HB3	Hábito	0,803	Mantido
IP1	Inovação pessoal	0,855	Mantido
IP2	Inovação pessoal	0,840	Mantido
IP3	Inovação pessoal	0,786	Mantido

(conclusão)

Indicador	Construto	Carga externa	Decisão
IU1	Intenção de uso	0,937	Mantido
IU2	Intenção de uso	0,932	Mantido
IU3	Intenção de uso	0,959	Mantido
IM1	Imagem da marca	0,905	Mantido
IM2	Imagem da marca	0,620	Mantido com justificativa
IM3	Imagem da marca	0,817	Mantido
CO1	Confiança	0,794	Mantido
CO2	Confiança	0,815	Mantido
CO3	Confiança	0,870	Mantido
CO4	Confiança	0,880	Mantido
CO5	Confiança	0,902	Mantido
CO6	Confiança	0,902	Mantido
CO7	Confiança	0,847	Mantido
CO8	Confiança	0,894	Mantido
CO9	Confiança	0,885	Mantido
SP1	Segurança e privacidade de dados	0,830	Mantido
SP2	Segurança e privacidade de dados	0,705	Mantido
SP3	Segurança e privacidade de dados	0,970	Mantido
GR1	Governo e regulação	0,883	Mantido
GR2	Governo e regulação	0,819	Mantido
GR3	Governo e regulação	0,910	Mantido
GR4	Governo e regulação	0,921	Mantido
UE1	Uso efetivo	1,000	Mantido

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados da retestagem PLS-SEM no R/RStudio.

Notas: EP = expectativa de performance; EE = expectativa de esforço; IS = influência social; CF = condições facilitadoras; MH = motivação hedônica; PV = preço/valor; HB = hábito; IP = inovação pessoal; IM = imagem da marca; CO = confiança; SP = segurança e privacidade de dados; GR = governo e regulação; IU = intenção de uso; UE = uso efetivo. Células com “—” indicam ausência de carga no respectivo construto. Os indicadores CF4 e IM2 foram mantidos com justificativa teórica e estatística.

APÊNDICE H – MATRIZES E RESULTADOS COMPLEMENTARES DAS ANÁLISES ESTATÍSTICAS

Este apêndice apresenta as matrizes e tabelas completas geradas nas análises estatísticas realizadas no R/RStudio. Os resultados complementam as sínteses apresentadas no Capítulo 4 e ampliam a rastreabilidade da avaliação do modelo de mensuração, da colinearidade em nível de indicador, das estimativas por geração, das comparações multigrupo e da invariância de mensuração.

Para preservar o padrão gráfico da dissertação, todo o apêndice foi organizado em orientação retrato. As matrizes e tabelas mais largas foram divididas em blocos de colunas, sem supressão de resultados. Os dados utilizados correspondem à avaliação do modelo PLS-SEM: modelo de mensuração, *bootstrapping* por geração, comparação multigrupo e procedimento MICOM.

H.1 – Matriz completa de cargas cruzadas

A matriz de cargas cruzadas permite verificar se cada indicador apresenta maior associação com o construto ao qual foi originalmente atribuído. Para manter a legibilidade em orientação retrato, a matriz foi dividida em três blocos de construtos. Em todos os casos, a maior carga ocorreu no construto esperado, em consonância com a síntese apresentada na Tabela 10.

Quadro H 1 A - Matriz completa de cargas cruzadas (EP, EE, IS, CF, MH)

(continua)

Indicador	EP	EE	IS	CF	MH
EP1	0,915	0,500	0,425	0,455	0,518
EP2	0,882	0,446	0,389	0,400	0,480
EP3	0,884	0,434	0,396	0,411	0,452
EE1	0,500	0,907	0,287	0,622	0,491
EE2	0,480	0,935	0,267	0,616	0,517
EE3	0,490	0,932	0,300	0,587	0,588
EE4	0,395	0,852	0,215	0,532	0,455
IS1	0,411	0,257	0,911	0,231	0,386
IS2	0,429	0,272	0,946	0,276	0,406
IS3	0,419	0,298	0,927	0,317	0,417
CF1	0,368	0,419	0,254	0,740	0,421
CF2	0,379	0,606	0,163	0,856	0,483
CF3	0,418	0,566	0,246	0,870	0,495
CF4	0,319	0,427	0,300	0,650	0,446
MH1	0,537	0,473	0,436	0,514	0,901
MH2	0,499	0,584	0,385	0,588	0,917
MH3	0,354	0,415	0,298	0,413	0,797
PV1	0,381	0,435	0,250	0,388	0,446
PV2	0,420	0,439	0,293	0,442	0,476
PV3	0,409	0,473	0,301	0,433	0,536
HB1	0,595	0,543	0,384	0,485	0,576
HB2	0,562	0,591	0,318	0,558	0,573
HB3	0,533	0,395	0,419	0,384	0,509
IP1	0,420	0,316	0,364	0,362	0,396
IP2	0,218	0,257	0,256	0,239	0,346
IP3	0,274	0,334	0,200	0,342	0,323
IU1	0,602	0,535	0,446	0,538	0,631
IU2	0,545	0,470	0,484	0,472	0,570
IU3	0,612	0,486	0,468	0,477	0,596
IM1	0,551	0,484	0,374	0,549	0,593
IM2	0,247	0,274	0,129	0,362	0,257
IM3	0,392	0,399	0,363	0,410	0,483
CO1	0,379	0,403	0,284	0,332	0,427
CO2	0,465	0,475	0,368	0,455	0,532
CO3	0,347	0,398	0,323	0,356	0,455
CO4	0,370	0,413	0,334	0,341	0,445
CO5	0,344	0,430	0,349	0,374	0,468
CO6	0,404	0,489	0,334	0,437	0,521
CO7	0,352	0,407	0,283	0,363	0,421
CO8	0,324	0,418	0,324	0,368	0,452

(conclusão)

Indicador	EP	EE	IS	CF	MH
CO9	0,414	0,492	0,345	0,460	0,530
SP1	0,019	0,095	-0,061	0,148	0,049
SP2	-0,068	0,106	-0,026	0,040	0,033
SP3	0,137	0,179	0,043	0,159	0,174
GR1	0,376	0,338	0,271	0,384	0,353
GR2	0,346	0,305	0,216	0,362	0,246
GR3	0,404	0,388	0,288	0,397	0,393
GR4	0,358	0,337	0,269	0,371	0,322
UE1	0,355	0,339	0,181	0,326	0,318

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados das análises no R/RStudio.

Nota: Os valores em negrito correspondem à carga do indicador em seu construto de origem. A divisão em blocos é exclusivamente gráfica e não altera a matriz original.

Quadro H 1 B - Matriz completa de cargas cruzadas (PV, HB, IP, IM, CO)

(continua)

Indicador	PV	HB	IP	IM	CO
EP1	0,433	0,627	0,367	0,550	0,431
EP2	0,388	0,525	0,355	0,436	0,368
EP3	0,357	0,525	0,319	0,434	0,379
EE1	0,412	0,541	0,340	0,461	0,433
EE2	0,454	0,542	0,308	0,460	0,458
EE3	0,485	0,546	0,344	0,504	0,495
EE4	0,432	0,445	0,348	0,400	0,464
IS1	0,240	0,375	0,283	0,332	0,309
IS2	0,288	0,370	0,344	0,370	0,374
IS3	0,328	0,404	0,331	0,392	0,374
CF1	0,320	0,336	0,229	0,486	0,319
CF2	0,420	0,528	0,340	0,437	0,355
CF3	0,366	0,427	0,362	0,487	0,378
CF4	0,335	0,367	0,278	0,375	0,383
MH1	0,452	0,560	0,378	0,597	0,455
MH2	0,511	0,602	0,366	0,540	0,559
MH3	0,433	0,433	0,419	0,400	0,423
PV1	0,902	0,446	0,330	0,490	0,463
PV2	0,926	0,504	0,350	0,523	0,445
PV3	0,921	0,533	0,388	0,592	0,477
HB1	0,535	0,947	0,406	0,525	0,454
HB2	0,517	0,929	0,373	0,513	0,447
HB3	0,391	0,803	0,439	0,451	0,387
IP1	0,357	0,395	0,855	0,475	0,332
IP2	0,274	0,309	0,840	0,316	0,265
IP3	0,319	0,400	0,786	0,328	0,296

(conclusão)

Indicador	PV	HB	IP	IM	CO
IU1	0,495	0,668	0,425	0,678	0,509
IU2	0,408	0,680	0,462	0,581	0,492
IU3	0,480	0,716	0,463	0,638	0,530
IM1	0,539	0,552	0,415	0,905	0,541
IM2	0,338	0,233	0,199	0,620	0,304
IM3	0,481	0,450	0,447	0,817	0,651
CO1	0,434	0,385	0,335	0,494	0,794
CO2	0,505	0,477	0,324	0,625	0,815
CO3	0,394	0,377	0,350	0,554	0,870
CO4	0,382	0,372	0,332	0,565	0,880
CO5	0,417	0,391	0,292	0,538	0,902
CO6	0,467	0,458	0,311	0,589	0,902
CO7	0,409	0,380	0,289	0,492	0,847
CO8	0,409	0,390	0,271	0,539	0,894
CO9	0,468	0,471	0,332	0,620	0,885
SP1	0,102	0,075	-0,104	0,112	0,194
SP2	0,010	0,006	-0,111	0,057	0,302
SP3	0,154	0,212	-0,003	0,176	0,302
GR1	0,365	0,293	0,240	0,464	0,529
GR2	0,251	0,234	0,218	0,391	0,305
GR3	0,429	0,372	0,280	0,500	0,631
GR4	0,395	0,296	0,268	0,433	0,510
UE1	0,304	0,571	0,327	0,335	0,301

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados das análises no R/RStudio.

Nota: Os valores em negrito correspondem à carga do indicador em seu construto de origem. A divisão em blocos é exclusivamente gráfica e não altera a matriz original.

Quadro H 1 C - Matriz completa de cargas cruzadas (SP, GR, IU, UE)

(continua)

Indicador	SP	GR	IU	UE
EP1	0,123	0,382	0,624	0,373
EP2	0,063	0,370	0,513	0,296
EP3	0,082	0,380	0,521	0,273
EE1	0,153	0,360	0,515	0,287
EE2	0,140	0,352	0,480	0,337
EE3	0,171	0,363	0,510	0,299
EE4	0,136	0,342	0,394	0,314
IS1	0,010	0,241	0,433	0,129
IS2	0,006	0,283	0,467	0,180
IS3	0,016	0,303	0,473	0,192
CF1	0,092	0,315	0,429	0,145
CF2	0,170	0,348	0,413	0,383

(conclusão)

Indicador	SP	GR	IU	UE
CF3	0,154	0,371	0,478	0,245
CF4	0,081	0,312	0,323	0,226
MH1	0,138	0,291	0,620	0,278
MH2	0,171	0,405	0,608	0,295
MH3	0,042	0,287	0,391	0,260
PV1	0,129	0,376	0,399	0,276
PV2	0,132	0,394	0,463	0,279
PV3	0,135	0,367	0,478	0,280
HB1	0,203	0,317	0,700	0,577
HB2	0,194	0,334	0,659	0,542
HB3	0,066	0,271	0,598	0,398
IP1	-0,007	0,264	0,534	0,281
IP2	-0,077	0,186	0,305	0,200
IP3	-0,032	0,246	0,276	0,321
IU1	0,224	0,372	0,937	0,401
IU2	0,172	0,297	0,932	0,382
IU3	0,187	0,369	0,959	0,416
IM1	0,180	0,435	0,692	0,315
IM2	-0,042	0,419	0,287	0,122
IM3	0,177	0,395	0,507	0,307
CO1	0,164	0,521	0,425	0,260
CO2	0,240	0,511	0,569	0,322
CO3	0,252	0,439	0,449	0,228
CO4	0,198	0,438	0,430	0,242
CO5	0,282	0,466	0,427	0,223
CO6	0,293	0,533	0,495	0,256
CO7	0,236	0,534	0,393	0,267
CO8	0,293	0,495	0,432	0,237
CO9	0,334	0,506	0,536	0,284
SP1	0,830	0,122	0,098	0,114
SP2	0,705	0,111	0,019	0,046
SP3	0,970	0,082	0,240	0,208
GR1	0,102	0,883	0,315	0,177
GR2	-0,026	0,819	0,277	0,126
GR3	0,171	0,910	0,385	0,202
GR4	0,086	0,921	0,307	0,154
UE1	0,189	0,190	0,424	1,000

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados das análises no R/RStudio.

Nota: Os valores em negrito correspondem à carga do indicador em seu construto de origem. A divisão em blocos é exclusivamente gráfica e não altera a matriz original.

H.2 – Matriz de Fornell-Larcker

O critério de Fornell-Larcker compara a raiz quadrada da variância média extraída, apresentada na diagonal principal, com as correlações entre os construtos. Para preservar a fonte Times New Roman tamanho 10, a matriz foi dividida em três blocos de colunas.

Quadro H 2 A - Matriz de Fornell-Larcker (EP, EE, IS, CF, MH)

Construto	EP	EE	IS	CF	MH
EP	0,894	—	—	—	—
EE	0,517	0,907	—	—	—
IS	0,452	0,297	0,928	—	—
CF	0,474	0,651	0,297	0,784	—
MH	0,542	0,568	0,435	0,587	0,873
PV	0,441	0,491	0,309	0,461	0,532
HB	0,629	0,575	0,413	0,535	0,618
IP	0,389	0,368	0,345	0,389	0,435
IM	0,534	0,505	0,394	0,568	0,598
CO	0,442	0,508	0,381	0,453	0,551
SP	0,102	0,166	0,012	0,164	0,144
GR	0,421	0,390	0,298	0,429	0,377
IU	0,623	0,527	0,494	0,526	0,635
UE	0,355	0,339	0,181	0,326	0,318

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados das análises no R/RStudio.

Nota: A diagonal principal, destacada em negrito quando incluída no bloco, apresenta a raiz quadrada da AVE. As células com “—” correspondem à parte superior não reportada da matriz triangular.

Quadro H 2 B - Matriz de Fornell-Larcker (PV, HB, IP, IM, CO)

Construto	PV	HB	IP	IM	CO
EP	—	—	—	—	—
EE	—	—	—	—	—
IS	—	—	—	—	—
CF	—	—	—	—	—
MH	—	—	—	—	—
PV	0,916	—	—	—	—
HB	0,542	0,895	—	—	—
IP	0,390	0,450	0,827	—	—
IM	0,586	0,556	0,469	0,790	—
CO	0,503	0,481	0,366	0,650	0,866
SP	0,144	0,178	-0,040	0,166	0,297
GR	0,414	0,344	0,287	0,510	0,572
IU	0,490	0,730	0,477	0,672	0,542
UE	0,304	0,571	0,327	0,335	0,301

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados das análises no R/RStudio.

Nota: A diagonal principal, destacada em negrito quando incluída no bloco, apresenta a raiz quadrada da AVE. As células com “—” correspondem à parte superior não reportada da matriz triangular.

Quadro H 2 C - Matriz de Fornell-Larcker (SP, GR, IU, UE)

Construto	SP	GR	IU	UE
EP	—	—	—	—
EE	—	—	—	—
IS	—	—	—	—
CF	—	—	—	—
MH	—	—	—	—
PV	—	—	—	—
HB	—	—	—	—
IP	—	—	—	—
IM	—	—	—	—
CO	—	—	—	—
SP	0,842	—	—	—
GR	0,103	0,884	—	—
IU	0,206	0,367	0,943	—
UE	0,189	0,190	0,424	1,000

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados das análises no R/RStudio.

Nota: A diagonal principal, destacada em negrito quando incluída no bloco, apresenta a raiz quadrada da AVE. As células com “—” correspondem à parte superior não reportada da matriz triangular.

H.3 – Matriz HTMT

A matriz HTMT apresenta as razões heterotraço-monotraço entre os construtos. Todos os valores permaneceram abaixo do limite conservador de 0,85. O maior resultado foi 0,806, observado entre hábito e intenção de uso. A matriz foi dividida em três blocos de colunas.

Quadro H 3 A - Matriz HTMT (EP, EE, IS, CF, MH)

Construto	EP	EE	IS	CF	MH
EP	—	—	—	—	—
EE	0,568	—	—	—	—
IS	0,503	0,318	—	—	—
CF	0,570	0,754	0,361	—	—
MH	0,614	0,631	0,483	0,712	—
PV	0,492	0,535	0,335	0,545	0,605
HB	0,716	0,630	0,466	0,638	0,707
IP	0,442	0,429	0,388	0,480	0,540
IM	0,631	0,598	0,450	0,749	0,709
CO	0,474	0,536	0,402	0,522	0,602
SP	0,101	0,164	0,056	0,167	0,116
GR	0,471	0,422	0,322	0,509	0,421
IU	0,682	0,561	0,532	0,612	0,692
UE	0,376	0,354	0,188	0,361	0,345

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados das análises no R/RStudio.

Nota: As células com “—” correspondem à diagonal principal e à parte superior não reportada da matriz triangular. O maior valor da matriz está destacado em negrito.

Quadro H 3 B - Matriz HTMT (PV, HB, IP, IM, CO)

Construto	PV	HB	IP	IM	CO
EP	—	—	—	—	—
EE	—	—	—	—	—
IS	—	—	—	—	—
CF	—	—	—	—	—
MH	—	—	—	—	—
PV	—	—	—	—	—
HB	0,602	—	—	—	—
IP	0,452	0,541	—	—	—
IM	0,711	0,660	0,577	—	—
CO	0,536	0,519	0,413	0,757	—
SP	0,116	0,149	0,117	0,180	0,337
GR	0,450	0,379	0,329	0,652	0,598
IU	0,528	0,806	0,523	0,767	0,563
UE	0,319	0,605	0,364	0,372	0,304

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados das análises no R/RStudio.

Nota: As células com “—” correspondem à diagonal principal e à parte superior não reportada da matriz triangular. O maior valor da matriz está destacado em negrito.

Quadro H 3 C - Matriz HTMT (SP, GR, IU, UE)

Construto	SP	GR	IU	UE
EP	—	—	—	—
EE	—	—	—	—
IS	—	—	—	—
CF	—	—	—	—
MH	—	—	—	—
PV	—	—	—	—
HB	—	—	—	—
IP	—	—	—	—
IM	—	—	—	—
CO	—	—	—	—
SP	—	—	—	—
GR	0,142	—	—	—
IU	0,154	0,393	—	—
UE	0,152	0,196	0,438	—

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados das análises no R/RStudio.

Nota: As células com “—” correspondem à diagonal principal e à parte superior não reportada da matriz triangular. O maior valor da matriz está destacado em negrito.

H.4 – VIFs em nível de indicador do modelo de mensuração

Os fatores de inflação da variância apresentados neste item foram calculados em nível de indicador, como verificação complementar de colinearidade no modelo de mensuração. Esses resultados não se confundem com os VIFs estruturais dos antecedentes apresentados na Tabela 11, os quais permaneceram integralmente abaixo de 3,3.

Quadro H 4 A - VIFs dos indicadores do modelo de mensuração

(continua)

Construto	Indicador	VIF
EP	EP1	2,495
EP	EP2	2,300
EP	EP3	2,300
EE	EE1	3,433
EE	EE2	4,638
EE	EE3	4,223
EE	EE4	2,579
IS	IS1	2,997
IS	IS2	4,224
IS	IS3	3,352
CF	CF1	1,518
CF	CF2	2,016
CF	CF3	2,215
CF	CF4	1,285
MH	MH1	2,207
MH	MH2	2,521
MH	MH3	1,780
PV	PV1	2,793
PV	PV2	3,139
PV	PV3	2,875
HB	HB1	4,841
HB	HB2	4,411
HB	HB3	1,675
IP	IP1	1,459
IP	IP2	2,022
IP	IP3	1,711
IU	IU1	3,938
IU	IU2	3,865
IU	IU3	5,444
IM	IM1	1,626
IM	IM2	1,246
IM	IM3	1,494
CO	CO1	2,602

(conclusão)

Construto	Indicador	VIF
CO	CO2	2,629
CO	CO3	3,670
CO	CO4	4,036
CO	CO5	6,365
CO	CO6	5,317
CO	CO7	3,211
CO	CO8	5,738
CO	CO9	3,930
SP	SP1	2,142
SP	SP2	1,907
SP	SP3	2,070
GR	GR1	2,677
GR	GR2	2,086
GR	GR3	3,332
GR	GR4	3,919
UE	UE1	—

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados das análises no R/RStudio.

Nota: Alguns indicadores apresentaram valores superiores ao parâmetro conservador de 3,3 e foram tratados como pontos de cautela, sem exclusão automática. Para UE1, variável de item único, o VIF em nível de indicador não é aplicável.

H.5 – Coeficientes estruturais por geração

Os quadros seguintes apresentam as estimativas estruturais obtidas separadamente para as gerações X, Y e Z. A significância de uma relação dentro de determinada geração não representa, por si só, diferença estatística entre gerações. A moderação geracional é avaliada especificamente nas comparações pareadas apresentadas no item H.6.

Quadro H 5 A - Coeficientes estruturais da Geração X: estimativas e precisão

Hipótese	Relação	β	Média <i>bootstrap</i>	Erro-padrão	t
H1	EP → IU	0,099	0,096	0,100	0,991
H2	EE → IU	-0,065	-0,075	0,089	-0,723
H3	IS → IU	0,107	0,097	0,055	1,951
H4a	CF → IU	-0,059	-0,057	0,100	-0,590
H4b	CF → UE	0,013	0,011	0,099	0,127
H5	MH → IU	0,109	0,116	0,098	1,118
H6	PV → IU	-0,073	-0,069	0,078	-0,933
H7a	HB → IU	0,455	0,453	0,094	4,836
H7b	HB → UE	0,508	0,514	0,127	3,986
H8a	IP → IU	0,154	0,153	0,072	2,131
H8b	IP → UE	0,072	0,073	0,089	0,808
H9	IU → UE	0,090	0,086	0,112	0,799
H10	IM → IU	0,228	0,223	0,094	2,423
H11	CO → IU	0,062	0,073	0,113	0,545
H12	SP → IU	0,057	0,057	0,078	0,739
H13	GR → IU	-0,040	-0,036	0,086	-0,465

Fonte: Elaborada pelo autor com base no *bootstrapping* final por geração, com 5.000 reamostragens, realizado no R/RStudio.

Quadro H 5 B - Coeficientes estruturais da Geração X: intervalos de confiança e decisão

Hipótese	Relação	IC 2,5%	IC 97,5%	p-valor	Decisão
H1	EP → IU	-0,110	0,280	0,340	Não suportada
H2	EE → IU	-0,250	0,100	0,404	Não suportada
H3	IS → IU	-0,014	0,205	0,085	Não suportada
H4a	CF → IU	-0,249	0,144	0,550	Não suportada
H4b	CF → UE	-0,186	0,195	0,878	Não suportada
H5	MH → IU	-0,070	0,310	0,230	Não suportada
H6	PV → IU	-0,224	0,081	0,377	Não suportada
H7a	HB → IU	0,270	0,637	<0,001	Suportada
H7b	HB → UE	0,268	0,760	<0,001	Suportada
H8a	IP → IU	0,014	0,298	0,034	Suportada
H8b	IP → UE	-0,104	0,247	0,409	Não suportada
H9	IU → UE	-0,133	0,303	0,441	Não suportada
H10	IM → IU	0,041	0,403	0,017	Suportada
H11	CO → IU	-0,145	0,293	0,539	Não suportada
H12	SP → IU	-0,152	0,200	0,334	Não suportada
H13	GR → IU	-0,204	0,127	0,694	Não suportada

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados das análises no R/RStudio.

Nota: As decisões deste quadro se referem à significância da relação dentro da geração analisada. Elas não indicam moderação geracional, que depende da diferença estatística entre os coeficientes dos grupos.

Quadro H 5 C - Coeficientes estruturais da Geração Y: estimativas e precisão

Hipótese	Relação	β	Média <i>bootstrap</i>	Erro-padrão	t
H1	EP → IU	0,231	0,223	0,071	3,240
H2	EE → IU	0,083	0,079	0,075	1,094
H3	IS → IU	0,097	0,091	0,053	1,841
H4a	CF → IU	-0,019	-0,007	0,070	-0,268
H4b	CF → UE	-0,062	-0,062	0,096	-0,650
H5	MH → IU	0,152	0,153	0,073	2,075
H6	PV → IU	-0,050	-0,057	0,063	-0,789
H7a	HB → IU	0,289	0,287	0,073	3,988
H7b	HB → UE	0,547	0,546	0,075	7,298
H8a	IP → IU	0,020	0,022	0,069	0,294
H8b	IP → UE	0,146	0,141	0,080	1,822
H9	IU → UE	-0,135	-0,125	0,115	-1,171
H10	IM → IU	0,196	0,205	0,087	2,250
H11	CO → IU	0,107	0,103	0,075	1,437
H12	SP → IU	0,028	0,028	0,052	0,542
H13	GR → IU	-0,062	-0,057	0,058	-1,072

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados das análises no R/RStudio.

Quadro H 5 D - Coeficientes estruturais da Geração Y: intervalos de confiança e decisão

Hipótese	Relação	IC 2,5%	IC 97,5%	p-valor	Decisão
H1	EP → IU	0,083	0,361	0,003	Suportada
H2	EE → IU	-0,070	0,233	0,285	Não suportada
H3	IS → IU	-0,011	0,193	0,086	Não suportada
H4a	CF → IU	-0,138	0,136	0,892	Não suportada
H4b	CF → UE	-0,250	0,118	0,533	Não suportada
H5	MH → IU	0,011	0,295	0,036	Suportada
H6	PV → IU	-0,180	0,064	0,367	Não suportada
H7a	HB → IU	0,141	0,433	<0,001	Suportada
H7b	HB → UE	0,395	0,687	<0,001	Suportada
H8a	IP → IU	-0,115	0,157	0,736	Não suportada
H8b	IP → UE	-0,023	0,291	0,091	Não suportada
H9	IU → UE	-0,352	0,095	0,270	Não suportada
H10	IM → IU	0,038	0,373	0,018	Suportada
H11	CO → IU	-0,042	0,250	0,162	Não suportada
H12	SP → IU	-0,077	0,126	0,564	Não suportada
H13	GR → IU	-0,170	0,057	0,319	Não suportada

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados das análises no R/RStudio.

Nota: As decisões deste quadro se referem à significância da relação dentro da geração analisada. Elas não indicam moderação geracional, que depende da diferença estatística entre os coeficientes dos grupos.

Quadro H 5 E - Coeficientes estruturais da Geração Z: estimativas e precisão

Hipótese	Relação	β	Média <i>bootstrap</i>	Erro-padrão	t
H1	EP → IU	0,045	0,035	0,070	0,642
H2	EE → IU	0,010	0,008	0,081	0,125
H3	IS → IU	0,098	0,099	0,067	1,460
H4a	CF → IU	0,127	0,141	0,078	1,626
H4b	CF → UE	0,070	0,072	0,084	0,828
H5	MH → IU	0,007	-0,002	0,075	0,087
H6	PV → IU	-0,129	-0,128	0,065	-1,966
H7a	HB → IU	0,367	0,366	0,073	5,025
H7b	HB → UE	0,515	0,513	0,081	6,352
H8a	IP → IU	0,072	0,069	0,062	1,156
H8b	IP → UE	0,046	0,047	0,078	0,584
H9	IU → UE	0,047	0,048	0,092	0,514
H10	IM → IU	0,457	0,455	0,084	5,470
H11	CO → IU	-0,017	-0,018	0,073	-0,237
H12	SP → IU	0,102	0,103	0,056	1,844
H13	GR → IU	-0,057	-0,053	0,052	-1,098

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados das análises no R/RStudio.

Quadro H 5 F - Coeficientes estruturais da Geração Z: intervalos de confiança e decisão

Hipótese	Relação	IC 2,5%	IC 97,5%	p-valor	Decisão
H1	EP → IU	-0,101	0,170	0,613	Não suportada
H2	EE → IU	-0,149	0,171	0,910	Não suportada
H3	IS → IU	-0,030	0,227	0,137	Não suportada
H4a	CF → IU	-0,003	0,306	0,055	Não suportada
H4b	CF → UE	-0,103	0,232	0,373	Não suportada
H5	MH → IU	-0,150	0,148	0,957	Não suportada
H6	PV → IU	-0,253	0,004	0,059	Não suportada
H7a	HB → IU	0,218	0,506	<0,001	Suportada
H7b	HB → UE	0,348	0,662	<0,001	Suportada
H8a	IP → IU	-0,054	0,187	0,270	Não suportada
H8b	IP → UE	-0,109	0,196	0,549	Não suportada
H9	IU → UE	-0,135	0,228	0,608	Não suportada
H10	IM → IU	0,284	0,616	<0,001	Suportada
H11	CO → IU	-0,167	0,123	0,813	Não suportada
H12	SP → IU	-0,019	0,201	0,070	Não suportada
H13	GR → IU	-0,155	0,050	0,299	Não suportada

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos resultados das análises no R/RStudio.

Nota: As decisões deste quadro se referem à significância da relação dentro da geração analisada. Elas não indicam moderação geracional, que depende da diferença estatística entre os coeficientes dos grupos.

H.6 – Comparações pareadas dos coeficientes estruturais entre as gerações

A comparação pareada examina se os coeficientes estruturais diferem estatisticamente entre os grupos. Foram avaliadas 16 relações em três comparações geracionais, totalizando 48 testes. Apenas a relação imagem da marca $\rightarrow$ intenção de uso apresentou diferença significativa, na comparação entre as gerações Y e Z.

Quadro H 6 A - Comparação pareada entre as gerações X e Y

Hip.	Relação	β A	β B	$\Delta\beta$	z	p-valor	Decisão
H1	EP $\rightarrow$ IU	0,099	0,231	-0,132	-1,075	0,282	Sem diferença
H2	EE $\rightarrow$ IU	-0,065	0,083	-0,147	-1,258	0,208	Sem diferença
H3	IS $\rightarrow$ IU	0,107	0,097	0,010	0,132	0,895	Sem diferença
H4a	CF $\rightarrow$ IU	-0,059	-0,019	-0,040	-0,330	0,742	Sem diferença
H4b	CF $\rightarrow$ UE	0,013	-0,062	0,075	0,543	0,587	Sem diferença
H5	MH $\rightarrow$ IU	0,109	0,152	-0,042	-0,346	0,729	Sem diferença
H6	PV $\rightarrow$ IU	-0,073	-0,050	-0,023	-0,230	0,818	Sem diferença
H7a	HB $\rightarrow$ IU	0,455	0,289	0,166	1,396	0,163	Sem diferença
H7b	HB $\rightarrow$ UE	0,508	0,547	-0,040	-0,268	0,789	Sem diferença
H8a	IP $\rightarrow$ IU	0,154	0,020	0,134	1,336	0,181	Sem diferença
H8b	IP $\rightarrow$ UE	0,072	0,146	-0,074	-0,618	0,537	Sem diferença
H9	IU $\rightarrow$ UE	0,090	-0,135	0,224	1,396	0,163	Sem diferença
H10	IM $\rightarrow$ IU	0,228	0,196	0,032	0,246	0,806	Sem diferença
H11	CO $\rightarrow$ IU	0,062	0,107	-0,045	-0,334	0,738	Sem diferença
H12	SP $\rightarrow$ IU	0,057	0,028	0,029	0,315	0,753	Sem diferença
H13	GR $\rightarrow$ IU	-0,040	-0,062	0,022	0,214	0,830	Sem diferença

Fonte: Elaborada pelo autor com base na comparação multigrupo pareada da retestagem final no R/RStudio.

Nota: $\Delta\beta$ corresponde ao coeficiente do primeiro grupo menos o coeficiente do segundo grupo. Na comparação Y-Z, H10 apresentou $\beta_Y = 0,196$, $\beta_Z = 0,457$, $\Delta\beta = -0,261$ e $p = 0,031$.

Quadro H 6 B - Comparação pareada entre as gerações X e Z

Hip.	Relação	β A	β B	$\Delta\beta$	z	p-valor	Decisão
H1	EP $\rightarrow$ IU	0,099	0,045	0,054	0,446	0,655	Sem diferença
H2	EE $\rightarrow$ IU	-0,065	0,010	-0,075	-0,620	0,535	Sem diferença
H3	IS $\rightarrow$ IU	0,107	0,098	0,009	0,106	0,916	Sem diferença
H4a	CF $\rightarrow$ IU	-0,059	0,127	-0,186	-1,468	0,142	Sem diferença
H4b	CF $\rightarrow$ UE	0,013	0,070	-0,057	-0,439	0,661	Sem diferença
H5	MH $\rightarrow$ IU	0,109	0,007	0,103	0,833	0,405	Sem diferença
H6	PV $\rightarrow$ IU	-0,073	-0,129	0,056	0,550	0,582	Sem diferença
H7a	HB $\rightarrow$ IU	0,455	0,367	0,088	0,743	0,458	Sem diferença
H7b	HB $\rightarrow$ UE	0,508	0,515	-0,007	-0,044	0,965	Sem diferença
H8a	IP $\rightarrow$ IU	0,154	0,072	0,082	0,864	0,387	Sem diferença
H8b	IP $\rightarrow$ UE	0,072	0,046	0,026	0,222	0,825	Sem diferença
H9	IU $\rightarrow$ UE	0,090	0,047	0,043	0,292	0,770	Sem diferença
H10	IM $\rightarrow$ IU	0,228	0,457	-0,229	-1,821	0,069	Sem diferença
H11	CO $\rightarrow$ IU	0,062	-0,017	0,079	0,586	0,558	Sem diferença
H12	SP $\rightarrow$ IU	0,057	0,102	-0,045	-0,472	0,637	Sem diferença
H13	GR $\rightarrow$ IU	-0,040	-0,057	0,017	0,174	0,862	Sem diferença

Fonte: Elaborada pelo autor com base na comparação multigrupo pareada da retestagem final no R/RStudio.

Nota: $\Delta\beta$ corresponde ao coeficiente do primeiro grupo menos o coeficiente do segundo grupo. Na comparação Y-Z, H10 apresentou $\beta_Y = 0,196$, $\beta_Z = 0,457$, $\Delta\beta = -0,261$ e $p = 0,031$.

Quadro H 6 C - Comparação pareada entre as gerações Y e Z

Hip.	Relação	β A	β B	$\Delta\beta$	z	p-valor	Decisão
H1	EP $\rightarrow$ IU	0,231	0,045	0,186	1,870	0,062	Sem diferença
H2	EE $\rightarrow$ IU	0,083	0,010	0,072	0,655	0,513	Sem diferença
H3	IS $\rightarrow$ IU	0,097	0,098	-0,001	-0,010	0,992	Sem diferença
H4a	CF $\rightarrow$ IU	-0,019	0,127	-0,146	-1,391	0,164	Sem diferença
H4b	CF $\rightarrow$ UE	-0,062	0,070	-0,132	-1,035	0,301	Sem diferença
H5	MH $\rightarrow$ IU	0,152	0,007	0,145	1,383	0,167	Sem diferença
H6	PV $\rightarrow$ IU	-0,050	-0,129	0,079	0,870	0,384	Sem diferença
H7a	HB $\rightarrow$ IU	0,289	0,367	-0,077	-0,753	0,452	Sem diferença
H7b	HB $\rightarrow$ UE	0,547	0,515	0,033	0,298	0,766	Sem diferença
H8a	IP $\rightarrow$ IU	0,020	0,072	-0,051	-0,553	0,580	Sem diferença
H8b	IP $\rightarrow$ UE	0,146	0,046	0,100	0,896	0,370	Sem diferença
H9	IU $\rightarrow$ UE	-0,135	0,047	-0,182	-1,235	0,217	Sem diferença
H10	IM $\rightarrow$ IU	0,196	0,457	-0,261	-2,157	0,031	Diferença significativa
H11	CO $\rightarrow$ IU	0,107	-0,017	0,124	1,191	0,234	Sem diferença
H12	SP $\rightarrow$ IU	0,028	0,102	-0,074	-0,980	0,327	Sem diferença
H13	GR $\rightarrow$ IU	-0,062	-0,057	-0,005	-0,060	0,952	Sem diferença

Fonte: Elaborada pelo autor com base na comparação multigrupo pareada da retestagem final no R/RStudio.

Nota: $\Delta\beta$ corresponde ao coeficiente do primeiro grupo menos o coeficiente do segundo grupo. Na comparação Y-Z, H10 apresentou $\beta_Y = 0,196$, $\beta_Z = 0,457$, $\Delta\beta = -0,261$ e $p = 0,031$.

H.7 – Resultados completos do procedimento MICOM (*Measurement Invariance of Composite Models*)

A etapa 1 do procedimento MICOM confirmou a invariância configural nas três comparações, pois foram mantidos os mesmos indicadores, tratamento de dados, especificação do modelo e algoritmo de estimação. Os quadros seguintes apresentam a etapa 2, relativa à invariância composicional, e a etapa 3, referente à igualdade de médias e variâncias dos compostos.

Quadro H 7 A - MICOM entre as gerações X e Y: invariância composicional

Construto	Correlação c	p-valor	Invariância composicional
EP	0,9994	0,334	Atendida
EE	0,9998	0,665	Atendida
IS	0,9997	0,343	Atendida
CF	0,9999	0,996	Atendida
MH	0,9984	0,165	Atendida
PV	0,9993	0,184	Atendida
HB	0,9998	0,348	Atendida
IP	0,9909	0,083	Atendida
IM	0,9930	0,229	Atendida
CO	0,9994	0,173	Atendida
SP	0,9807	0,655	Atendida
GR	0,9916	0,031	Não atendida
IU	1,0000	0,776	Atendida
UE	1,0000	1,000	Atendida

Fonte: Elaborada pelo autor com base no procedimento MICOM em Mode A, com 5.000 permutações, realizado no R/RStudio.

Nota: Na etapa composicional, $p \geq 0,05$ indica invariância atendida. Foram utilizados os p-valores sem ajuste, em conformidade com a síntese apresentada na Tabela 21 da dissertação.

Quadro H 7 B - MICOM entre as gerações X e Y: igualdade de médias e variâncias

Construto	Dif. média	p média	Igualdade de médias	Dif. variância	p variância	Igualdade de variâncias
EP	0,1592	0,161	Atendida	-0,0449	0,815	Atendida
EE	-0,1438	0,199	Atendida	0,2342	0,185	Atendida
IS	0,0199	0,868	Atendida	-0,0616	0,685	Atendida
CF	-0,1335	0,231	Atendida	0,5832	0,006	Não atendida
MH	0,1049	0,353	Atendida	-0,2217	0,296	Atendida
PV	-0,0547	0,627	Atendida	0,1321	0,419	Atendida
HB	0,0717	0,530	Atendida	0,2312	0,123	Atendida
IP	0,0783	0,487	Atendida	-0,0014	0,992	Atendida
IM	0,1570	0,155	Atendida	0,0526	0,811	Atendida
CO	0,3103	0,004	Não atendida	0,0089	0,956	Atendida
SP	-0,1871	0,097	Atendida	-0,0594	0,690	Atendida
GR	0,2207	0,052	Atendida	0,1100	0,508	Atendida
IU	0,0041	0,969	Atendida	0,0338	0,859	Atendida
UE	0,1577	0,168	Atendida	0,1551	0,158	Atendida

Fonte: Elaborada pelo autor com base no procedimento MICOM em Mode A, com 5.000 permutações, realizado no R/RStudio.

Nota: Na etapa 3, $p \geq 0,05$ indica igualdade de médias ou de variâncias. A ausência de igualdade plena nessa etapa caracteriza invariância parcial e recomenda interpretação cautelosa, sem impedir as comparações quando a invariância composicional dos construtos envolvidos foi estabelecida.

Quadro H 7 C - MICOM entre as gerações X e Z: invariância composicional

Construto	Correlação c	p-valor	Invariância composicional
EP	0,9994	0,339	Atendida
EE	0,9996	0,508	Atendida
IS	0,9995	0,191	Atendida
CF	0,9991	0,848	Atendida
MH	0,9997	0,740	Atendida
PV	0,9999	0,868	Atendida
HB	0,9997	0,318	Atendida
IP	0,9971	0,419	Atendida
IM	0,9982	0,655	Atendida
CO	0,9999	0,923	Atendida
SP	0,9904	0,805	Atendida
GR	0,9999	0,970	Atendida
IU	0,9999	0,249	Atendida
UE	1,0000	1,000	Atendida

Fonte: Elaborada pelo autor com base no procedimento MICOM em Mode A, com 5.000 permutações, realizado no R/RStudio.

Nota: Na etapa composicional, $p \geq 0,05$ indica invariância atendida. Foram utilizados os p-valores sem ajuste, em conformidade com a síntese apresentada na Tabela 21 da dissertação.

Quadro H 7 D - MICOM entre as gerações X e Z: igualdade de médias e variâncias

Construto	Dif. média	p média	Igualdade de médias	Dif. variância	p variância	Igualdade de variâncias
EP	0,0659	0,582	Atendida	0,0038	0,985	Atendida
EE	-0,0117	0,924	Atendida	0,0358	0,839	Atendida
IS	-0,5695	<0,001	Não atendida	0,0360	0,806	Atendida
CF	0,0717	0,533	Atendida	0,2943	0,181	Atendida
MH	-0,1805	0,119	Atendida	-0,1870	0,383	Atendida
PV	0,0019	0,987	Atendida	0,1314	0,432	Atendida
HB	-0,0826	0,475	Atendida	0,1090	0,486	Atendida
IP	-0,3109	0,007	Não atendida	0,0305	0,843	Atendida
IM	-0,0322	0,781	Atendida	0,0344	0,880	Atendida
CO	-0,0030	0,976	Atendida	-0,0614	0,711	Atendida
SP	-0,1147	0,325	Atendida	-0,3332	0,031	Não atendida
GR	0,1792	0,113	Atendida	-0,0166	0,921	Atendida
IU	-0,2591	0,023	Não atendida	0,1900	0,346	Atendida
UE	0,0558	0,634	Atendida	0,1877	0,094	Atendida

Fonte: Elaborada pelo autor com base no procedimento MICOM em Mode A, com 5.000 permutações, realizado no R/RStudio.

Nota: Na etapa 3, $p \geq 0,05$ indica igualdade de médias ou de variâncias. A ausência de igualdade plena nessa etapa caracteriza invariância parcial e recomenda interpretação cautelosa, sem impedir as comparações quando a invariância composicional dos construtos envolvidos foi estabelecida.

Quadro H 7 E - MICOM entre as gerações Y e Z: invariância composicional

Construto	Correlação c	p-valor	Invariância composicional
EP	0,9996	0,431	Atendida
EE	0,9999	0,806	Atendida
IS	1,0000	0,855	Atendida
CF	0,9993	0,881	Atendida
MH	0,9992	0,363	Atendida
PV	0,9996	0,355	Atendida
HB	1,0000	0,840	Atendida
IP	0,9829	0,010	Não atendida
IM	0,9922	0,194	Atendida
CO	0,9989	0,041	Não atendida
SP	0,9958	0,892	Atendida
GR	0,9936	0,058	Atendida
IU	1,0000	0,440	Atendida
UE	1,0000	1,000	Atendida

Fonte: Elaborada pelo autor com base no procedimento MICOM em Mode A, com 5.000 permutações, realizado no R/RStudio.

Nota: Na etapa composicional, $p \geq 0,05$ indica invariância atendida. Foram utilizados os p-valores sem ajuste, em conformidade com a síntese apresentada na Tabela 21 da dissertação.

Quadro H 7 F - MICOM entre as gerações Y e Z: igualdade de médias e variâncias

Construto	Dif. média	p média	Igualdade de médias	Dif. variância	p variância	Igualdade de variâncias
EP	-0,0933	0,403	Atendida	0,0487	0,796	Atendida
EE	0,1321	0,235	Atendida	-0,1984	0,254	Atendida
IS	-0,5894	<0,001	Não atendida	0,0976	0,503	Atendida
CF	0,2052	0,059	Atendida	-0,2889	0,168	Atendida
MH	-0,2853	0,007	Não atendida	0,0347	0,865	Atendida
PV	0,0566	0,595	Atendida	-0,0007	0,997	Atendida
HB	-0,1543	0,167	Atendida	-0,1222	0,404	Atendida
IP	-0,3892	<0,001	Não atendida	0,0318	0,825	Atendida
IM	-0,1892	0,082	Atendida	-0,0183	0,935	Atendida
CO	-0,3134	0,003	Não atendida	-0,0703	0,669	Atendida
SP	0,0724	0,515	Atendida	-0,2738	0,059	Atendida
GR	-0,0415	0,695	Atendida	-0,1267	0,422	Atendida
IU	-0,2631	0,017	Não atendida	0,1561	0,409	Atendida
UE	-0,1019	0,368	Atendida	0,0326	0,755	Atendida

Fonte: Elaborada pelo autor com base no procedimento MICOM em Mode A, com 5.000 permutações, realizado no R/RStudio.

Nota: Na etapa 3, $p \geq 0,05$ indica igualdade de médias ou de variâncias. A ausência de igualdade plena nessa etapa caracteriza invariância parcial e recomenda interpretação cautelosa, sem impedir as comparações quando a invariância composicional dos construtos envolvidos foi estabelecida.