

Intenção de uso de pagamento móvel por QR-code em sub-amostra de consumidores brasileiros

ISABELA THOMAZELLI BRUBAKER
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (USP)

IURI EMMANUEL DE PAULA FERREIRA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS (UFSCAR)

PAULO HENRIQUE BERTUCCI RAMOS
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (USP)

Intenção de uso de pagamento móvel por QR-code em sub-amostra de consumidores brasileiros

Introdução

Com o recente crescimento do comércio eletrônico, o uso de pagamentos móveis tem se tornado cada vez mais relevante em nossa sociedade. Dentre os métodos de pagamento disponíveis, destaca-se o QR-code, que apresenta benefícios em relação à quantidade de informações que possui quando comparado ao código de barras unidimensional. No entanto, poucos estudos foram desenvolvidos em amostras brasileiras sobre sua aceitabilidade.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Uma vez que o comportamento do consumidor é decisivo para a aceitação de uma nova tecnologia, o objetivo desse trabalho é avaliar a intenção do uso de QR-code como método de pagamento utilizando regressão logística. As variáveis do modelo a ser calculado estão ligadas à facilidade de uso, utilidade percebida, compatibilidade, normas subjetivas, confiança, percepção de risco e de custo.

Fundamentação Teórica

Davis (1989) desenvolveu um modelo de aceitação da tecnologia (TAM) que foi acrescido de variáveis por diversos autores. Esse trabalho baseia-se nas variáveis propostas por Phonthanakitithaworn, Sellitto & Fong, 2016, investigadas a partir de um questionário aplicado à sub-amostra da população brasileira. Para análise das respostas foram construídos modelos de predição da aceitação da tecnologia através do uso de regressão logística.

Discussão

A partir do questionário proposto 62,3% dos respondentes afirmaram que usariam o QR-code como método de pagamento em detrimento de outro método disponível no futuro, e 37,7% respondeu que não usaria. O estudo propõe um modelo capaz de prever 70,2% das respostas. Os resultados mostraram que questões relacionadas ao benefício da ausência da necessidade do transporte de cartões de crédito, e dinheiro e a percepção da honestidade do provedor são as questões mais relevantes para os potenciais usuários.

Conclusão

Conclui-se que apesar de imaturo, o mercado brasileiro encontra-se disposto a utilizar novas formas de pagamento, se os usuários enxergarem benefícios relacionados à sua utilidade, e perceberem o método como de baixo risco. Entender as necessidades do executar um plano de comunicação alinhado às necessidades do consumidor é essencial para o sucesso das empresas provedoras de serviços.

Referências Bibliográficas

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology. *Mis Quarterly*, 13 (3), 319-340. Minisait, (2018). Informe de Tendências em Meios de pagamento. Recuperado de

<https://www.minsait.com/es/actualidad/insights/tendencias-en-medios-de-pago-2018>.

Phonthanakitithaworn, C., Sellitto, C. & Fong, M. W. L. (2016). A Comparative Study of Current and Potential Users of Mobile Payment Services. *SAGE Journals*, 6 (4), 1-14