

ADOÇÃO DE CRIPTOMOEDAS ENTRE CONSUMIDORES BRASILEIROS: uma análise sob a perspectiva do modelo de aceitação de tecnologia (TAM)

LUCAS SILVA DE AMORIM

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

CHELIDA MARIA DOS SANTOS BASTOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

ANA BEATRIZ VIEIRA DE SOUSA

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

ÁURIO LÚCIO LEOCÁDIO

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

DANIEL BARBOZA GUIMARÃES

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ (UFC)

ADOÇÃO DE CRIPTOMOEDAS ENTRE CONSUMIDORES BRASILEIROS: uma análise sob a perspectiva do modelo de aceitação de tecnologia (TAM)

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, houve um crescimento exponencial de métodos inovadores de transação no setor financeiro, remodelando as dinâmicas da economia global (Shahzad *et al.*, 2024). Dentre os novos meios de transação que surgiram ao longo do tempo, destacam-se as moedas digitais, com evidência para as criptomoedas (Sun *et al.*, 2020). As criptomoedas podem ser definidas como moedas digitais/virtuais protegidas por criptografia baseadas em tecnologia *blockchain* (Polasik *et al.*, 2015; Sun *et al.*, 2020; Shahzad *et al.*, 2024).

As transações financeiras baseadas em *blockchain* podem ser divididas em três etapas: a primeira é a etapa de iniciação, em que um indivíduo (cliente) compra e vende os ativos financeiros para acessar a rede *blockchain*; a segunda é a incorporação dos *stakeholders* para verificação dos ativos financeiros; e a terceira é um registro *blockchain* para manter o histórico das transações (Jirayapan *et al.*, 2022).

As criptomoedas podem redefinir a interação dos mercados globais conectados digitalmente, eliminando as limitações impostas pelas moedas locais tradicionais e pelas taxas de câmbio dos mercados mundiais (Sun *et al.*, 2020; Shahzad *et al.*, 2024). Em outras palavras, as criptomoedas têm o potencial de revolucionar os mercados digitais e atrair enormes quantidades de consumidores por meio do comércio livre de impostos (Jirayapan *et al.*, 2022).

Em termos de crescimento, o valor de mercado do total de criptomoedas disponíveis, que era cerca de US\$ 1,5 bilhão em abril de 2013, aumentou para US\$ 3,31 trilhões, em junho de 2025 (Coinmarketcap, 2025). Além disso, o número de usuários no mercado de criptomoedas deve atingir 962,92 milhões até 2026 (Statista, 2025). Apesar do impressionante crescimento do mercado de criptomoedas, grande parte desse movimento tem sido impulsionado por ciclos de valorização rápida e altas expectativas, fenômeno conhecido como *hype*. O *hype* representa um entusiasmo coletivo que nem sempre reflete a real percepção de utilidade ou a confiança dos consumidores na tecnologia (Roy & Dasgupta, 2024).

Embora a temática sobre o uso de criptomoedas esteja ganhando atenção dos acadêmicos e profissionais de diversas áreas nos últimos anos, o grande aumento de utilização delas por parte dos consumidores trouxe novos desafios para os *stakeholders* (Schaupp & Festa, 2018). Neste sentido, ressalta-se que, apesar do *hype* das criptomoedas, ainda há uma hesitação notável em sua aceitação e adoção generalizadas, em grande parte devido a equívocos e à falta de orientação adequada sobre seu uso. Essas lacunas no entendimento criam uma oportunidade para abordar essas preocupações (Polasik *et al.*, 2015; Sun *et al.*, 2020; Isiaku & Oluwajana, 2024).

Estudos anteriores ressaltam que para entender o motivo pelo qual determinadas pessoas possuem a intenção de utilizar criptomoedas, enquanto outras não, é preciso utilizar lentes teóricas mais abrangentes, como o proposto pelo modelo de aceitação de tecnologia (TAM) (Jirayapan *et al.*, 2022; Shahzad *et al.*, 2024). Baseado na teoria da ação racional, o TAM parte do princípio de que o comportamento humano, em relação à adoção de novas tecnologias, é influenciado por fatores psicossociais (Toraman & Geçit, 2023).

Ao analisar os antecedentes comportamentais que influenciam a adoção de criptomoedas, a literatura destaca que fatores psicossociais (atitude, normas sociais, autoeficácia) exercem maior influência do que variáveis sociodemográficas, como renda, gênero e idade (Sun *et al.*, 2020; Isiaku & Oluwajana, 2024; Shahzad *et al.*, 2024). Contudo, os estudos também apontam que as intenções e comportamentos relacionados ao uso de

criptomoedas variam significativamente conforme a região em que os indivíduos estão inseridos. No Brasil, apesar de seu notável crescimento e potencial de transformação dos sistemas financeiros tradicionais, ainda existem barreiras significativas à adoção ampla das criptomoedas. Ademais, ainda são poucos os estudos sobre criptomoedas no contexto do comportamento do consumidor brasileiro (Silva *et al.*, 2022).

A partir da contextualização realizada, faz-se a seguinte questão de pesquisa: quais são os antecedentes da intenção de adoção de criptomoedas pelos consumidores brasileiros? Para responder a tal questionamento, a presente pesquisa tem como objetivo central analisar os fatores psicossociais que influenciam a adoção de criptomoedas a partir do modelo estendido do TAM. A presente pesquisa justifica-se pela crescente relevância das criptomoedas no cenário econômico global e pelo ritmo acelerado com que esse tipo de tecnologia tem sido incorporado ao cotidiano dos consumidores.

Dessa forma, investigar os antecedentes psicossociais da adoção de criptomoedas entre consumidores brasileiros contribui não apenas para o avanço teórico, ao aplicar e estender o modelo TAM, como também oferece implicações práticas para os *stakeholders*, formuladores de políticas e agentes do mercado interessados em promover o uso consciente dessa tecnologia emergente.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Criptomoedas

O mercado de criptomoedas passou por uma rápida evolução nos últimos anos (Luo *et al.*, 2025) e tem despertado grande interesse por parte de investidores, formuladores de políticas e pesquisadores (Yilmaz & Hazar, 2018; Almeida & Gonçalves, 2023). Esse aumento de atenção decorre tanto do potencial inovador e disruptivo das criptomoedas na indústria de pagamentos em escala global (Sun *et al.*, 2020) quanto de características como descentralização, autenticação e permanência (Schaupp & Festa, 2018). Em geral, a criptomoeda consiste em um meio de troca digital, criptografado e descentralizado, cujo valor não é administrado por uma autoridade central, mas sim distribuído entre seus usuários por meio da internet.

Embora as criptomoedas sejam utilizadas para a aquisição de bens e serviços, a maioria das pessoas ainda as consideram um ativo financeiro (Polasik *et al.*, 2015; Luo *et al.*, 2025). Em sistemas baseados em *blockchain*, cada transação, após ser registrada e confirmada, torna-se criptograficamente selada e compartilhada entre os participantes da rede, o que impede alterações nos registros e garante a verificabilidade e permanência das operações (Dai *et al.*, 2017). Dessa forma, alguns investidores individuais escolhem as criptomoedas para obter maiores lucros, diversificar investimentos e evitar a concentração dos mercados tradicionais. A variedade de plataformas e a facilidade de acesso a informações aumentam seu apelo, enquanto a incerteza sobre os riscos do mercado financeiro tradicional incentiva a busca por melhores retornos (Sun *et al.*, 2020).

Apesar de sua história relativamente curta, o Bitcoin, a primeira e mais conhecida criptomoeda (Schaupp & Festa, 2018), inaugurou esta categoria de inovações, sendo até o momento presente o mais significativo exemplo de criptomoeda baseada em *blockchain* (Luo *et al.*, 2025). O Bitcoin foi proposto em 2008 por um indivíduo ou grupo sob o pseudônimo de Satoshi Nakamoto, por meio de um *whitepaper* que delineava um sistema de dinheiro eletrônico ponto a ponto, permitindo transações digitais sem intermediários, como bancos (Nakamoto, 2008). Baseado em uma rede *peer-to-peer* e em criptografia de chaves pública e privada, o protocolo incorporou um novo mecanismo de consenso, denominado "*Proof of Work*", para validar transações de forma descentralizada na estrutura conhecida atualmente

como *blockchain*. Seu *design* visava oferecer uma alternativa ao sistema monetário tradicional, substituindo a confiança em bancos centrais pela confiança na tecnologia (Watorek *et al.*, 2021; Müser *et al.*, 2024; Luo *et al.*, 2025).

As particularidades das criptomoedas em relação ao mercado financeiro tradicional não apenas influenciam os fatores econômicos e tecnológicos, mas também refletem nas características psicológicas e comportamentais de seus investidores. Enquanto estudos apontam que aspectos como dependência das plataformas de câmbio e nível educacional afetam a decisão de investir (Luo *et al.*, 2025), pesquisas adicionais indicam que os investidores de criptomoedas possuem maior propensão à busca por novidades e ao risco (Kim *et al.*, 2020; Luo *et al.*, 2023), além de serem influenciados por traços de personalidade e fatores políticos e culturais (Gagarina *et al.*, 2019; Banker *et al.*, 2023).

A adoção das criptomoedas parece ir além das motivações financeiras, Sun *et al.* (2020) apontaram que o mercado de criptomoedas complementa o mercado tradicional, atraindo investidores inovadores e sensíveis à recompensa, que consideram tanto os retornos financeiros quanto os riscos e regulamentações divulgados.

2.2 Modelo de aceitação de uma tecnologia (TAM)

Ao longo dos anos, diversas abordagens teóricas têm sido empregadas com o intuito de compreender os fatores que determinam e antecedem os comportamentos humanos em distintos contextos (Hung *et al.*, 2006; Aburbeian *et al.*, 2022; Toraman & Geçit, 2023). Nas últimas décadas, observa-se um crescimento expressivo no número de investigações voltadas ao comportamento do consumidor, evidenciando o interesse crescente da literatura em identificar os elementos que influenciam suas atitudes e intenções (Hung *et al.*, 2006; Ajzen, 2020; Albayati *et al.*, 2020; Joshi *et al.*, 2023).

Sob a perspectiva do consumo de novas tecnologias pelos indivíduos, a implementação de inovações tecnológicas em diversas áreas tem um papel eficaz na facilitação da vida humana (Aburbeian *et al.*, 2022). O surgimento de novas tecnologias da informação tornou-se uma necessidade essencial desde que a sociedade entrou na era das revoluções tecnológicas (Aburbeian *et al.*, 2022). Neste sentido, o Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM) tem sido amplamente empregado para investigar como os usuários se comportam ao adotar novas tecnologias (Hung *et al.*, 2006; Aburbeian *et al.*, 2022; Toraman & Geçit, 2023).

O TAM, originalmente proposto por Davis (1989), é fundamentado em dois construtos principais: a utilidade percebida e a facilidade de uso percebida. Uma de suas características mais relevantes reside na flexibilidade de aplicação, permitindo adaptações conforme o contexto analisado. Especificamente, o modelo admite tanto a exclusão de construtos consagrados na literatura quanto a inclusão de variáveis externas, desde que estas não sejam redundantes e contribuam de forma significativa para a explicação do fenômeno investigado (Hung *et al.*, 2006; Aburbeian *et al.*, 2022; Toraman & Geçit, 2023).

Assim, nesta pesquisa, optou-se por não incluir o construto de utilidade percebida por duas razões principais. Em primeiro lugar, estudos recentes têm demonstrado que, no contexto das criptomoedas, fatores relacionados à experiência (Wu & Tran, 2018; Sagheer *et al.*, 2022), facilidade de uso, confiança e percepção de compatibilidade com hábitos pessoais exercem influência mais direta sobre a formação de atitudes e intenções de uso do que a percepção de utilidade econômica ou funcional (Hasan *et al.*, 2022; Toraman & Geçit, 2023). Em segundo lugar, como o modelo permite ajustes contextuais (Hung *et al.*, 2006; Aburbeian *et al.*, 2022), a exclusão de construtos é aceitável desde que não comprometa a coerência teórica. Dada a natureza ainda emergente das criptomoedas no Brasil e o fato de que muitos usuários potenciais ainda não percebem claramente seus benefícios práticos (Schaupp & Festa, 2018; Shahzad *et*

al., 2024), o construto utilidade percebida poderia não captar adequadamente as crenças relevantes para este público específico.

A confiança nas tecnologias, especialmente naquelas consideradas inovadoras, como as criptomoedas, constitui um elemento fundamental para a sua aceitação e consequente ampliação da taxa de adoção entre os usuários (Quan *et al.*, 2023). Tal fator torna-se ainda mais relevante nas fases iniciais de introdução dessas tecnologias, notadamente no contexto do comércio digital, em que a intangibilidade inerente aos ativos criptográficos tende a intensificar a percepção de incerteza por parte dos consumidores (Hasan *et al.*, 2022; Shahzad *et al.*, 2024).

A confiança é determinante para influenciar a percepção sobre a facilidade e utilidade de novas tecnologias pelos usuários, moldando assim seu comportamento (Toraman & Geçit, 2023). A confiança reduz a necessidade constante de monitoramento e controle dos usuários, por exemplo, para controlar as transações em plataformas online o que aumentará, por conseguinte, a facilidade de uso percebida (Hung *et al.*, 2006; Hung *et al.*, 2009; Toraman & Geçit, 2023). Portanto, considera-se que a confiança influencia positivamente a facilidade de uso percebida e hipotetiza-se que:

H1: A confiança influencia positivamente a facilidade de uso percebida.

Um dos construtos principais da TAM é o da facilidade de uso percebida, que reflete a crença dos consumidores de que a nova tecnologia é simples, de fácil utilização e execução, além de facilmente adaptável (Sagheer *et al.*, 2022; Shahzad *et al.*, 2024). Quanto mais intuitiva uma tecnologia for percebida, maior será a chance de ser adotada pois acredita-se que os usuários preferem tecnologias que exigem menos esforço e tempo para serem utilizadas (Siagian *et al.*, 2022; Shahzad *et al.*, 2024).

A atitude positiva em relação a essas tecnologias se manifesta quando são percebidas como simples e gratificantes (Chatterjee *et al.*, 2020). A literatura aponta que a facilidade percebida é um fator crucial para o uso generalizado de novas tecnologias (Mendoza-Tello *et al.*, 2018; Jariyapan *et al.*, 2022; Toraman & Geçit, 2023). No contexto de tecnologias emergentes como *blockchain* e criptomoedas, a percepção de facilidade no uso tem impacto direto e significativo sobre a atitude dos usuários, uma vez que reduz a barreira inicial de adoção e torna o uso mais acessível (Albayati *et al.*, 2020).

Dessa forma, os usuários que percebem facilidade no uso das criptomoedas são mais inclinados a tomar a atitude de utilizá-las, sendo os serviços tecnológicos adotados à medida que facilitam suas vidas (Riquelme & Rios, 2010; Albayati *et al.*, 2020; Jariyapan *et al.*, 2022). Pelo exposto, hipotetiza-se que:

H2: Facilidade de uso percebida influencia positivamente a atitude.

O construto de atitude ocupa um lugar central em teorias e pesquisas sobre o comportamento do consumidor (Haugtvedt *et al.*, 2008; Ajzen, 2020). A atitude pode ser definida como uma disposição para se posicionar a favor ou contra, de forma positiva ou negativa a uma intenção ou comportamento de interesse (Ajzen, 2020; Yuriev *et al.*, 2020). Nesse contexto, a atitude designa a reação dos usuários em relação ao uso de criptomoedas (Davis *et al.*, 1989).

Estudos indicam que a atitude dos consumidores exerce uma influência significativa sobre suas intenções de adoção de tecnologias (Davis, 1989; Ozturk *et al.*, 2019; Namahoot & Rattanawiboonsom, 2022). Assim, quando os usuários confiam em tecnologias como criptomoedas, aumentam as chances de uma atitude positiva em relação a sua utilização (Palos-Sanchez *et al.*, 2021) o que, em última análise, leva à intenção favorável em relação à adoção como meio de pagamento. Ademais, ressalta-se que a intenção de uso é utilizada para designar

o desejo de uso de criptomoedas pelo usuário no futuro (Turner *et al.*, 2010; Jariyapan *et al.*, 2022; Toraman & Geçit, 2023). Nesse cenário, levanta-se a seguinte hipótese:

H3: A atitude influencia positivamente a intenção de uso de criptomoedas.

A compatibilidade percebida refere-se à crença de que os hábitos das pessoas estão alinhados com a adoção de novas tecnologias (Ramadhiana *et al.*, 2021; Toraman & Geçit, 2023). Quando uma inovação tecnológica, como as criptomoedas, se alinha aos hábitos e ao estilo de vida do indivíduo, há maior aceitação, pois reduz a sensação de ruptura com práticas anteriores (Ramadhiana *et al.*, 2021). Estudos anteriores mostraram que a compatibilidade tem um impacto significativo na facilidade de uso percebida (Plouffe *et al.*, 2001; Ramadhiana *et al.*, 2021; Toraman & Geçit, 2023).

Além disso, a compatibilidade percebida pode ser compreendida como a medida em que uma tecnologia é consistente com os valores, experiências passadas e necessidades dos usuários (Moore & Benbasat, 1991). Esse construto representa não apenas o alinhamento funcional, mas também o ajuste simbólico e psicológico entre a inovação e o estilo de vida do consumidor, contribuindo para reduzir barreiras à adoção (Ramadhiana *et al.*, 2021).

Ao contrário da concepção comum, que considera as crenças de compatibilidade como um antecedente independente da intenção de aceitação de novas tecnologias, as crenças de compatibilidade também possuem vínculos que antecedem as crenças de utilidade e facilidade de uso percebida (Hung *et al.*, 2006; Ramadhiana *et al.*, 2021; Toraman & Geçit, 2023). Desse modo, a seguinte hipótese foi formulada:

H4: A compatibilidade percebida influencia positivamente a facilidade de uso percebida.

No tocante à inovação pessoal, ela pode ser definida como a crença de uma pessoa que está favoravelmente disposta a utilizar tecnologias inovadoras (Hung *et al.*, 2006; Yang *et al.*, 2016; Hasan *et al.*, 2022). A inovação pessoal modifica significativamente as conexões entre risco, percepção, atitudes, intenções e comportamentos de uso de criptomoedas (Hasan *et al.*, 2022). Isso significa que os indivíduos que apresentam níveis mais elevados de inovatividade pessoal são mais propensos a aceitar os riscos percebidos associados às criptomoedas e promover uma atitude positiva em relação às suas adoções (Isiaku & Oluwajana, 2024).

Estudos anteriores encontraram evidências de que a inovatividade pessoal pode ser uma variável que influencia diretamente as atitudes dos indivíduos no contexto da adoção de novos tipos de tecnologias financeiras, incluindo criptomoedas (Hung *et al.*, 2006; Isiaku & Oluwajana, 2024). Dessa forma, a seguinte hipótese foi levantada:

H5: A inovatividade pessoal influencia positivamente a atitude.

Nos últimos anos, a autoeficácia tornou-se um dos construtos mais utilizados em estudos que empregam um modelo expandido do TAM (Marangunić & Granić, 2013; Rosli *et al.*, 2022). A autoeficácia pode ser definida como a percepção das pessoas sobre suas capacidades para utilizar ferramentas e novas tecnologias (Pan, 2020). Em outras palavras, uma pessoa com um forte senso de autoeficácia pode superar facilmente quaisquer barreiras (inconveniência, despesa), enquanto uma pessoa com um fraco senso de autoeficácia pode ser prejudicada pelas mesmas barreiras (Prentice-Dun & Rogers, 1983; Rosli *et al.*, 2022).

Estima-se que, devido à sua contribuição teórica e aos padrões de estudos anteriores que utilizam a autoeficácia como antecedente da intenção, a autoeficácia continuará a ser aplicável a futuras pesquisas que empregam o TAM nos próximos anos (Marangunić & Granić, 2013; Rosli *et al.*, 2022). Ressalta-se que a autoeficácia desempenha um papel importante na

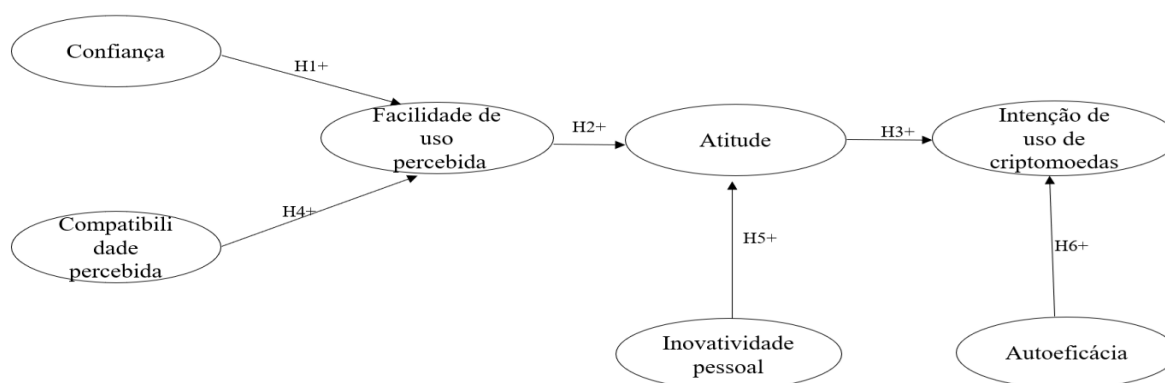
análise direta dos fatores que antecedem as intenções comportamentais dos indivíduos (Hung *et al.*, 2006; Hung *et al.*, 2009; Hasan *et al.*, 2022; Rosli *et al.*, 2022). Hung *et al.* (2009) demonstram que indivíduos com maior autoeficácia em sua capacidade de usar tecnologias têm maior predisposição para adotá-las, enquanto Hasan *et al.* (2022) reforçam que essa percepção de autoeficácia reduz a incerteza associada ao uso de inovações financeiras. Dessa forma, a seguinte hipótese foi formulada:

H6: A autoeficácia influencia positivamente a intenção.

Após o detalhamento das hipóteses, a figura 1 foi elaborada com o intuito de apresentar o modelo teórico da pesquisa.

Figura 1

Modelo teórico



Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

Após a apresentação do modelo teórico proposto para o presente trabalho, passou-se para a definição da metodologia, que será detalhada na próxima seção.

3 METODOLOGIA

Quanto aos objetivos, esta pesquisa classifica-se como explicativa, por buscar identificar fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência de determinados fenômenos, e descritiva, por visar descrever as características de uma população ou fenômeno, incluindo a investigação de opiniões, atitudes e crenças (Gil, 2022).

Quanto à abordagem metodológica, trata-se de uma pesquisa quantitativa, pois quantifica os dados por meio de medidas numéricas e utiliza análise estatística com o objetivo de identificar padrões de comportamento (Marconi & Lakatos, 2022).

Em relação ao instrumento de coleta de dados, foi aplicado um questionário de modo online, nas redes sociais dos autoes (*instagram, facebook e reedit*) no período de 10 de agosto de 2024 a 10 de outubro de 2024. Os critérios para participação na amostra, além da disponibilidade, foram: ter mais de 18 anos, residir no Brasil e possuir conhecimento prévio sobre criptomoedas, o qual foi identificado a partir de uma pergunta filtro para determinar o conhecimento dos participantes sobre o tema. Os questionários em que os participantes afirmaram não possuir conhecimento sobre o tema ou que foram preenchidos de forma incorreta foram excluídos da amostra final. Dessa forma, a amostra classifica-se como não probabilística, na qual os respondentes são escolhidos com base em conveniência e

disponibilidade, ao contrário da amostragem probabilística, na qual a escolha é aleatória (Creswell, 2021).

A amostra foi calculada utilizando *A-priori Sample Size Calculator for Structural Equation Models*, que requer algumas entradas para o cálculo da amostra, sendo elas: (1) tamanho do efeito, (2) nível desejado de poder estatístico, (3) número de variáveis latentes, (4) número de variáveis observadas e (5) nível de significância. Para os itens 2 e 5, os valores de entrada foram os sugeridos por Cohen (2013), sendo 80% e 0,05, respectivamente. Quanto ao tamanho do efeito (item 1), foi utilizado o valor de 0,5, considerado alto por Hair *et al.* (2009). Por fim, o número de variáveis observadas foi de 23, enquanto o número de variáveis latentes foi de 7. A partir das informações imputadas, o *software* recomendou uma amostra mínima de 162 participantes para captar possíveis efeitos estatísticos significantes utilizando a técnica de modelagem por equações estruturais (MEE).

Após a aplicação do instrumento de coleta de dados, foram obtidas 328 respostas ao questionário. Dentre elas, 25 foram excluídas por não atenderem aos critérios previamente estabelecidos nesta pesquisa. Assim, a amostra final foi composta por 303 participantes excedendo, dessa forma, o mínimo necessário para captar possíveis efeitos estatísticos.

O questionário aplicado foi dividido em três seções. A primeira seção aborda a pergunta filtro (“você possui conhecimento prévio sobre criptomoedas?”); a segunda seção utiliza as escalas validadas dos estudos de Hung *et al.* (2006), Hung *et al.* (2009) e Toraman e Geçit (2023); e a terceira seção trata do perfil sociodemográfico (gênero, idade e renda) dos respondentes. Ademais, Para garantir a validade e a confiabilidade do modelo MEE, foram analisados os principais indicadores recomendados pela literatura: consistência interna, confiabilidade composta, validade convergente, validade discriminante e índices de ajuste (Hair *et al.*, 2009). Por fim, ressalta-se que a análise dos dados foi realizada utilizando o *software* SmartPLS 4.

4 RESULTADOS

4.1 Análise descritiva

No que tange aos dados da amostra de 303 respondentes, a maioria dos participantes é do gênero masculino (53,5%), seguido do sexo feminino (46,2%). Quanto à idade, predomina a faixa etária de 25 a 34 anos (57,8%), seguida de 18 a 24 anos (18,2%) e de 35 a 44 anos (13,2%). Em relação à escolaridade, destaca-se o ensino superior completo (46,9%), seguido de pós-graduação ou mestrado completo (35%). A renda dos participantes está distribuída principalmente entre os grupos de até 3 salários-mínimos (47,5%) e mais de 9 salários-mínimos (28,7%), indicando uma polarização no perfil de renda. Ademais, a Tabela 1 apresenta a análise descritiva das escalas.

Tabela 1

Estatística descritiva das escalas

Autores	Escalas	Média	Desvio-padrão
	FUP1 - Seria fácil para mim aprender a usar criptomoedas.	4,792	1,7166
Toraman e Geçit (2023)	FUP2 - Seria fácil para mim me tornar habilidoso(a) no uso de criptomoedas.	4,459	1,7237
	FUP3 - Eu consideraria as criptomoedas fáceis de usar.	3,495	1,7508
Hung <i>et al.</i> (2006)	CON1 - Mesmo que não seja regulado por Instituições (ex: Governo, Banco Central, Órgãos Reguladores), eu confiaria em criptomoedas para fazer transações financeiras.	3,366	2,0957
	CON2 -Eu confio no uso de criptomoedas.	3,700	1,8321

Toraman e Geçit (2023)	CON3 - Eu acredito que o uso de criptomoedas é confiável.	3,871	1,7699
	AUE1 - Eu me sentiria confortável usando criptomoedas por conta própria.	3,551	2,0547
Hung <i>et al.</i> (2006); Hung <i>et al.</i> (2009)	AUE2 - Eu seria capaz de usar criptomoedas razoavelmente bem por conta própria.	3,795	2,0241
	AUE3 - Eu seria capaz de usar criptomoedas mesmo que não houvesse ninguém por perto para me ajudar.	3,472	2,0982
	INP1 - Geralmente sou cauteloso(a) ao aceitar novas ideias.	5,393	1,4831
Hung <i>et al.</i> (2006); Hung <i>et al.</i> (2009)	INP2 - Gosto de ser original em meu pensamento e comportamento.	5,125	1,5835
	INP3 - Sou desafiado(a) por ambiguidades e problemas não resolvidos.	4,083	1,8023
	INP4 - Eu prefiro ver outras pessoas usando inovações antes de considerá-las.	5,284	1,6891
	COP1 - O uso de criptomoedas se encaixará bem na maneira como realizo transações financeiras.	3,545	1,9130
Hung <i>et al.</i> (2006); Hung <i>et al.</i> (2009)	COP2 - Usar criptomoedas não se encaixa no meu estilo de trabalhar.	3,967	1,9663
	COP3 - O formato digital será compatível com a minha forma de trabalho.	4,465	1,9149
	ATI1 - Usar criptomoedas seria uma boa ideia.	4,284	1,8230
Hung <i>et al.</i> (2006); Hung <i>et al.</i> (2009)	ATI2 - Usar criptomoedas não seria uma boa ideia.	3,327	1,8705
	ATI3 - Eu gosto da ideia de usar criptomoedas para fazer transações financeiras.	3,640	1,9832
	ATI4 - Usar criptomoedas seria uma experiência agradável.	4,215	1,7177
	INT1 - É provável que eu use criptomoedas no futuro.	4,611	1,9633
Toraman e Geçit (2023)	INT2 - Eu espero utilizar criptomoedas no futuro.	4,792	1,8997
	INT3 - Eu tenho a intenção de usar criptomoedas em algum momento no futuro.	4,597	2,0336

Nota: FUP = Facilidade de uso percebida; CON = Confiança; AUE = Autoeficácia; INP = Inovatividade pessoal; COP = Compatibilidade percebida; ATI = Atitude; INT = Intenção.

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

Os resultados da Tabela 1 demonstram uma predisposição positiva dos respondentes quanto à adoção futura de criptomoedas, com destaque para a intenção de uso (média de até 4,79) e a percepção de que seria fácil aprender a utilizá-las. Os itens ligados à inovatividade pessoal também apresentaram médias elevadas, indicando abertura a novas ideias, ainda que com certa cautela.

Por outro lado, itens relacionados à confiança nas criptomoedas, especialmente em contextos sem regulação institucional, registraram as menores médias (em torno de 3,37), evidenciando insegurança por parte dos participantes. Ademais, ressalta-se que a facilidade de uso percebida apresentou variação entre os itens, sugerindo que, embora o aprendizado seja visto como acessível, as criptomoedas ainda apresentam um pequeno grau de complexidade para os respondentes da amostra.

4.2 Resultados do modelo estrutural e discussões

Os dados obtidos foram testados quanto à sua distribuição para verificar se seguiam uma curva de distribuição normal. Através da aplicação dos testes de normalidade de Kolmogorov-Smirnov e Shapiro-Wilk, verificou-se que, para todas as variáveis, a hipótese nula de normalidade foi rejeitada, uma vez que, em todos os casos, o valor de p foi inferior a 0,05, indicando que os dados não apresentam uma distribuição normal. Assim, para confirmar a validade das hipóteses propostas, prosseguiu-se com a modelagem de equações estruturais

(MEE) utilizando o algoritmo *Bootstrapping* com fator de correção para desvio de normalidade.

Para atender aos critérios de avaliação de um bom ajuste do modelo teórico, foram utilizados critérios de confiabilidade e validade. A confiabilidade de escalas múltiplas é melhor medida pelo alfa de Cronbach e a confiabilidade composta (Hair *et al.*, 2009). O limite inferior geralmente aceito para o alfa de Cronbach e a confiabilidade composta é em torno de 0,70, e valores entre 0,70 e 0,90 são considerados satisfatórios (Hair *et al.*, 2009). Além disso, foi utilizado o critério de validade convergente, que mostra o valor da Variância Média Extraída (AVE), variando de 0.697 a 0.885, alcançando o valor mínimo exigido de 0,50, conforme proposto nos estudos de Fornell e Lacker (1981), demonstrando boa validade convergente para a amostra. Ademais, além dos valores de cada AVE, a Tabela 2 mostra que os resultados de confiabilidade das escalas utilizadas são considerados satisfatórios.

Tabela 2

Confiabilidade e validade convergente

Construto	Alfa de Cronbach	Confiabilidade composta	Variância média extraída (AVE)
Atitude	0.891	0.932	0.821
Autoeficácia	0.868	0.918	0.790
Compatibilidade	0.592	0.820	0.697
Confiança	0.902	0.939	0.837
Facilidade de uso percebida	0.825	0.895	0.740
Inovatividade pessoal	0.608	0.836	0.718
Intenção	0.935	0.959	0.885

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

A próxima etapa foi a avaliação da validade discriminante da MEE, que é entendida como um indicador de que os construtos ou variáveis latentes são independentes entre si (Coelho *et al.*, 2018). Optou-se por observar os valores das cargas cruzadas, que são os indicadores das variáveis com maiores cargas fatoriais em seus respectivos construtos do que nos demais (Fornell & Lacker, 1981). Ressalta-se que as variáveis “ATI2”, “COP2”, “INP2” e “INP3” foram retiradas das analyses, porque apresentaram carga factorial baixa (<0,5). A Tabela 3 apresenta o valor das cargas cruzadas das variáveis.

Tabela 3

Cargas cruzadas

	Atitude	Autoeficácia	Compatibilidade percebida	Confiança	Facilidade de uso percebida	Inovatividade pessoal	Intenção
ATI1	0.920	0.620	0.638	0.747	0.583	-0.103	0.806
ATI3	0.892	0.618	0.681	0.742	0.535	-0.175	0.735
ATI4	0.907	0.624	0.647	0.688	0.616	-0.154	0.803
AUE1	0.686	0.893	0.588	0.699	0.660	-0.216	0.644
AUE2	0.591	0.915	0.514	0.596	0.712	-0.162	0.548
AUE3	0.527	0.858	0.508	0.532	0.665	-0.200	0.487
CON1	0.729	0.656	0.603	0.897	0.541	-0.200	0.674
CON2	0.776	0.640	0.629	0.938	0.531	-0.158	0.699

CON3	0.684	0.604	0.532	0.908	0.477	-0.180	0.649
COP1	0.732	0.586	0.924	0.662	0.572	-0.153	0.697
COP3	0.416	0.404	0.735	0.357	0.363	-0.129	0.392
FUP1	0.490	0.645	0.453	0.448	0.865	-0.148	0.494
FUP2	0.576	0.668	0.495	0.489	0.883	-0.134	0.556
FUP3	0.575	0.653	0.541	0.518	0.832	-0.133	0.514
INP1	-0.140	-0.201	-0.146	-0.195	-0.159	0.862	-0.155
INP4	-0.127	-0.167	-0.139	-0.135	-0.111	0.832	-0.103
INT1	0.809	0.616	0.636	0.715	0.570	-0.164	0.940
INT2	0.802	0.578	0.665	0.683	0.569	-0.090	0.935
INT3	0.826	0.606	0.637	0.685	0.576	-0.179	0.948

Fonte: Elaborado pelos autores (2025) com o auxílio do *software* SmartPLS 4.

Após garantir que os procedimentos de confiabilidade e validade foram atendidos, foram analisados os índices de ajuste de ambos os modelos estruturais. O algoritmo *Bootstrapping* (amostragem aleatória) do *software* SmartPLS 4 foi utilizado, com um parâmetro de 1000 para o número de casos e amostras. Esse procedimento tem como objetivo realizar 1000 simulações com o conjunto de dados para obter os resultados do teste de distribuição t de Student e os erros padrão (Coelho *et al.*, 2018).

Para um tamanho amostral de 303, o valor crítico da distribuição t de Student é 1,96, considerando um intervalo de confiança de 95% e um nível de significância de 0,05 (Hair *et al.*, 2009). Assim, se o valor do teste t de Student for igual ou superior a 1,96, a hipótese nula é rejeitada, indicando que a correlação ou regressão é estatisticamente significativa (Hair *et al.*, 2009). Além disso, foram apresentados os principais índices de ajuste comumente utilizados na modelagem por equações estruturais (MEE) para avaliar a qualidade do ajuste do modelo. A Tabela 4 apresenta os índices de ajuste recomendados na literatura para avaliação da MEE, assim como a comparação entre os valores obtidos neste estudo e os parâmetros de referência (Hair *et al.*, 2009).

Tabela 4

Índices de ajuste

Índices de ajuste	Critérios recomendados	Resultados neste estudo
<i>Comparative fit index (CFI)</i>	> 0.9	1
<i>Bentler-Bonett non normed fit index (NFI)</i>	> 0.9	0.95
<i>Bollen's relative fit index (RFI)</i>	> 0.9	0.94
<i>Goodness of fit index (GFI)</i>	> 0.9	0.98
<i>Standardized root mean square residual (SRMR)</i>	<= 0.08	0.079
<i>Chi-Square</i>	-	35.582
<i>Degrees of Freedom</i>	-	47
<i>CMIN/DF</i>	<=3	0.757

Nota: CMIN = Chi-Square; DF = Degrees of freedom.

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

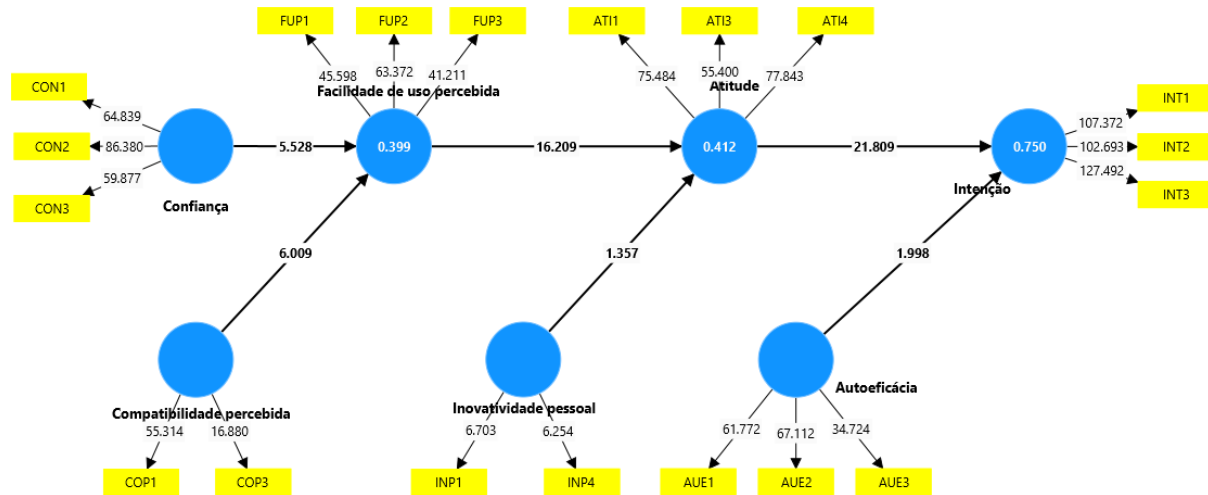
Em relação ao valor do Chi-Square e aos graus de liberdade, não há consenso na literatura quanto a um ponto de corte. No entanto, observa-se que a razão entre o Qui-quadrado e os Graus de liberdade (CMIN/DF) deve ser inferior a 3 (Hair *et al.*, 2009). No caso do presente

modelo estrutural testado, a razão entre o Chi-Square e os graus de liberdade foi considerada ideal, pois foi obtido um valor de 0.757.

Após todos os índices de ajuste serem considerados satisfatórios, a próxima etapa foi estimar o modelo estrutural ajustado.

Figura 2

Modelo estrutural ajustado – intenção de uso de criptomoedas



Fonte: Elaborado pelos autores (2025) com o auxílio do *software* SmartPLS 4.

De acordo com os resultados apresentados pelo modelo estrutural, pode-se inferir que os construtos de confiança e compatibilidade percebida explicam 39,9% ($R^2 = 0,399$) da variância do construto de facilidade de uso percebida. Os resultados do modelo estrutural ajustado também mostram que 41,2% ($R^2 = 0,412$) da variância do construto atitude é explicada pela facilidade de uso percebida. Além disso, ressalta-se que inovatividade pessoal não influencia de forma estatisticamente significativa a atitude ($T < 1,96$). Ademais, 75% ($R^2 = 0,750$) da variância do construto intenção é explicada pelos construtos de atitude e autoeficácia.

Com base na análise dos resultados obtidos por meio do modelo estrutural ajustado, a Tabela 5 resume e compara as hipóteses formuladas neste estudo com os resultados obtidos no modelo estrutural.

Tabela 5

Resumo dos testes de hipóteses

Hipóteses	Direção das hipóteses	bootstrapping t value	Resultados
H1: Confiança → Facilidade de uso percebida	+	5.528	Hipótese não rejeitada
H2: Facilidade de uso percebida → Atitude	+	16.209	Hipótese não rejeitada
H3: Atitude → Intenção	+	21.809	Hipótese não rejeitada
H4: Compatibilidade percebida → Facilidade de uso percebida	+	6.009	Hipótese não rejeitada
H5: Inovatividade pessoal → Atitude	+	1.357	Hipótese rejeitada

Nota: A extração do SmartPLS 4 não fornece valores de p. No entanto, a distribuição dos coeficientes extraídos nas 1000 reamostragens exigidas se assemelha bastante à distribuição t padrão, portanto, o valor de 1,96 é a referência para rejeitar ou não as hipóteses.

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

Conforme reportado pela tabela 5, as hipóteses H1, H2, H3, H4 e H6 não foram rejeitadas, enquanto apenas H5 foi rejeitada. Em relação a H1, os resultados são corroborados pelos estudos de Toraman & Geçit (2023) e Shahzad *et al.* (2024). Neste sentido, os resultados apontam que a confiança atua como um fator psicológico essencial para reduzir a ambiguidade e a percepção de risco associadas a tecnologias financeiras emergentes (Toraman & Geçit, 2023; Shahzad *et al.*, 2024). Dessa forma, em um ambiente digital descentralizado, como o das criptomoedas, a ausência de intermediários tradicionais torna a confiança um elemento-chave para que os usuários se sintam seguros ao utilizar essas plataformas (Shahzad *et al.*, 2024). Assim, os resultados deste estudo apontam que os níveis mais elevados de confiança aumentam significativamente a percepção de que as criptomoedas são fáceis de usar, facilitando, assim, sua aceitação e adoção.

Em relação à H2, os resultados demonstraram que a facilidade de uso percebida influencia positivamente a atitude em relação às criptomoedas. Esse resultado reforça a ideia de que, conforme os indivíduos percebem que a nova tecnologia (criptomoeda) exige menos esforço (mental ou físico) para ser utilizada, sua atitude tende a se tornar mais positiva, fator essencial em tecnologias que ainda enfrentam resistência ou desconhecimento generalizado (Albayati *et al.*, 2020). Esse resultado indica que melhorias na navegação e usabilidade das plataformas de criptomoedas são estratégias essenciais para promover uma atitude mais favorável do público e, conseqüentemente, aumentar as taxas de adoção (Albayati *et al.*, 2020; Hasan *et al.*, 2022).

No tocante à H3, os resultados apontam que a atitude influencia de forma positiva a intenção de adoção de criptomoedas. Além disso, os resultados da Tabela 6 evidenciam que a atitude é o mais forte preditor da intenção (*Tvalue* = 21,809). A confirmação dessa hipótese está alinhada de acordo com os resultados obtidos por Albayati *et al.* (2020) e Hasan *et al.* (2022), reforçando evidências de que a atitude é um preditor essencial do comportamento de adoção de criptomoedas. Ademais, do ponto de vista prático, essa confirmação reforça a importância de estratégias que promovam experiências positivas e confiança nas criptomoedas, contribuindo para aumentar a intenção sua intenção de uso.

Com base na Tabela 5, A confirmação da H4 está de acordo com os achados de Ramadhiana *et al.* (2021) e Toraman e Geçit (2023), que identificaram que quando os usuários percebem que uma determinada tecnologia é compatível com seus hábitos e estilo de vida, ela tende a ser vista como mais fácil de usar. Isso ocorre porque a familiaridade e a adaptação da tecnologia às rotinas dos usuários reduzem a percepção de complexidade e aumentam a confiança no uso (Toraman & Geçit, 2023). Neste sentido, Interfaces intuitivas, linguagem acessível e funcionalidades alinhadas ao perfil do público-alvo podem facilitar o uso e promover maior aceitação de criptomoedas entre consumidores brasileiros.

Em relação à H5, a rejeição da hipótese contrasta com os resultados de Shahzad *et al.* (2024), que evidenciaram a inovatividade pessoal como um preditor da adoção de criptomoedas. Nesse sentido, os achados desta pesquisa sugerem que, embora a atitude exerça um papel central na intenção de adoção de criptomoedas, a inovatividade pessoal dos indivíduos não é, sozinha, suficiente para gerar uma atitude positiva em relação à sua adoção.

No tocante à H6, os resultados apontam que a autoeficácia influencia de forma positiva a intenção de adoção de criptomoedas pelos indivíduos da amostra. Tal resultado está alinhado aos achados de Hung *et al.* (2009) e Hasan *et al.* (2022), que destacam a autoeficácia como um

fator determinante na aceitação de tecnologias digitais. Em outras palavras, usuários que se sentem capazes de lidar com os sistemas e processos relacionados às criptomoedas tendem a apresentar maior intenção de uso. Como contribuição prática, os resultados indicam que aumentar a autoeficácia dos usuários pode impulsionar a intenção de adoção de criptomoedas (Hung *et al.*, 2009; Hasan *et al.*, 2022).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo analisar os antecedentes psicossociais que influenciam a intenção de adoção de criptomoedas por consumidores brasileiros, utilizando o modelo estendido TAM. Os resultados destacam a importância da confiança como elemento central para reduzir a percepção de risco associada às criptomoedas, favorecendo a percepção de facilidade de uso. Essa relação confirma a relevância de estratégias voltadas para aumentar a segurança percebida e a credibilidade das plataformas. Ademais, ressalta-se que a compatibilidade percebida demonstrou impacto positivo sobre a facilidade de uso percebida, indicando que quanto maior a adequação das criptomoedas aos hábitos cotidianos dos usuários, maior será a probabilidade de adoção.

Os resultados também apontaram a atitude como o principal preditor da intenção de uso, reforçando que percepções positivas são fundamentais para fomentar a aceitação de novas tecnologias financeiras. Da mesma forma, a autoeficácia mostrou influência direta na intenção, sugerindo que consumidores mais confiantes em sua capacidade de operar sistemas tecnológicos tendem a demonstrar maior propensão ao uso futuro.

No entanto, a não confirmação da influência da inovatividade pessoal sobre a atitude indica que, no contexto brasileiro, é preciso considerar fatores externos na análise do comportamento do consumidor.

Como contribuições teóricas, o estudo ampliou o uso do TAM ao integrar construtos psicossociais dentro do contexto das criptomoedas, oferecendo uma compreensão mais aprofundada do comportamento do consumidor brasileiro diante desse contexto. Do ponto de vista prático, os resultados indicam que ações que promovam confiança, facilitem o uso das plataformas e reforcem a percepção de compatibilidade com hábitos cotidianos podem aumentar a adoção de criptomoedas no Brasil.

Em relação às limitações do estudo, destaca-se a coleta de dados realizada exclusivamente de forma online, o que pode restringir a representatividade da amostra. Por fim, recomenda-se que pesquisas futuras ampliem o escopo desta investigação, considerando diferentes segmentos populacionais e incluindo variáveis contextuais que possam exercer um papel de mediação ou moderação, como percepção de risco financeiro e regulamentação, que podem complementar a compreensão sobre a adoção de criptomoedas pelos consumidores brasileiros.

REFERÊNCIAS

- Aburbeian, A. M., Owda, A. Y., & Owda, M. (2022). A technology acceptance model survey of the metaverse prospects. *Ai*, 3(2), 285-302.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human behavior and emerging technologies*, 2(4), 314-324.
- Albayati, H., Kim, S. K., & Rho, J. J. (2020). Accepting financial transactions using blockchain technology and cryptocurrency: A customer perspective approach. *Technology in Society*, 62, 101320.
- Almeida, J., & Gonçalves, T. C. (2023). A decade of cryptocurrency investment literature: A cluster-based systematic analysis. *International Journal of Financial Studies*, 11(2), 71.

- Banker, S., Park, J., & Chan, E. Y. (2023). The moral foundations of cryptocurrency: evidence from Twitter and survey research. *Frontiers in Psychology, 14*, 1128575.
- Creswell, JW e Creswell, JD (2021). Projeto de pesquisa: métodos qualitativos, quantitativos e mistos (5ª ed.).
- Chatterjee, S., Nguyen, B., Ghosh, S.K., Bhattacharjee, K.K. and Chaudhuri, S. (2020), “Adoption of artificial intelligence integrated CRM system: an empirical study of Indian organizations”, *The Bottom Line*, Vol. 33 No. 4, pp. 359-375, doi: 10.1108/BL-08-2020-0057
- Coelho, P., Ibiapina, I., Leocadi, A. L., & Loss, D. G. (2019). Predisposição para doação de medula óssea à luz da Teoria do Comportamento Planejado. *Teoria e Prática em Administração (TPA)*, 9(1), 119-130.
- CoinMarketCap. (2025). *Live cryptocurrency charts & market data*. Recuperado em 21 de maio de 2025, de <https://coinmarketcap.com/charts/>.
- Dai, J., Wang, Y., & Vasarhelyi, M. A. (2017). Blockchain: An emerging solution for fraud prevention. *The CPA Journal*, 87(6), 12-14.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13, 319–340. <https://doi-org.ez11.periodicos.capes.gov.br/10.2307/249008>.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.
- Gil, A. C. (2002). Como elaborar projetos de pesquisa. Editora Atlas SA.
- Gagarina, M., Nestik, T., & Drobysheva, T. (2019). Social and psychological predictors of youths’ attitudes to cryptocurrency. *Behavioral sciences*, 9(12), 118.
- Hasan, S. Z., Ayub, H., Ellahi, A., & Saleem, M. (2022). A moderated mediation model of factors influencing intention to adopt cryptocurrency among university students. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2022(1), 9718920.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). *Análise multivariada de dados*. Bookman editora.
- Hung, S. Y., Chang, C. M., & Yu, T. J. (2006). Determinants of user acceptance of the e-Government services: The case of online tax filing and payment system. *Government information quarterly*, 23(1), 97-122.
- Hung, S. Y., Tang, K. Z., Chang, C. M., & Ke, C. D. (2009). User acceptance of intergovernmental services: An example of electronic document management system. *Government Information Quarterly*, 26(2), 387-397.
- Isiaku, L., Muhammad, A. S., & Oluwajana, D. (2024). Cryptocurrency’s emergence in North Cyprus: a mixed-methods exploration of attitudes and usage trends of an emerging payment method. *The Bottom Line*, 37(4), 403-433.
- Jariyapan, P., Mattayaphutron, S., Gillani, S. N., & Shafique, O. (2022). Factors influencing the behavioural intention to use cryptocurrency in emerging economies during the COVID-19 pandemic: Based on technology acceptance model 3, perceived risk, and financial literacy. *Frontiers in Psychology*, 12, 814087.
- Joshi, G., Gour, P. N., Soti, P., Aggarwal, A., Singh, H., & Gupta, S. K. (2023). Factors influencing behavioural intentions towards investment in cryptocurrency: a study on generation Z female of India. In *Intelligent Systems and Applications: Select Proceedings of ICISA 2022* (pp. 495-505). Singapore: Springer Nature Singapore.
- Kim, H. J., Hong, J. S., Hwang, H. C., Kim, S. M., & Han, D. H. (2020). Comparison of psychological status and investment style between bitcoin investors and share investors. *Frontiers in Psychology*, 11, 502295.

- Luo, J., Cao, Q., & Zhang, S. (2024). How do personality traits affect investors' decision on crypto market including cryptocurrencies and NFTs?. *Review of Behavioral Finance*, 16(4), 600-619.
- Luo, J., Zhang, S., & Zhang, C. (2025). Drivers of investment intentions across diverse cryptocurrency categories. *Finance Research Letters*, 77, 107024.
- Marangunić, N., & Granić, A. (2015). Technology acceptance model: a literature review from 1986 to 2013. *Universal access in the information society*, 14, 81-95.
- Marconi, MDA e Lakatos, EM (2022). Metodologia Científica (8ª ed.). Grupo GE.
- Mendoza-Tello, Julio C., Higinio Mora, Francisco A. Pujol-López, and Miltiadis D. Lytras. 2018. "Social Commerce as a Driver to Enhance Trust and Intention to Use Cryptocurrencies for Electronic Payments." *IEEE Access* 6: 50737–50751. Doi: 10.1109/ACCESS.2018.2869359.
- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation. *Information systems research*, 2(3), 192-222.
- Müser, S., Hemmerich, M., & Schmitz, F. (2024). Individual differences in Bitcoin investment: The role of personality, attitudes, and knowledge. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 113, 102289.
- Nakamoto, S. (2008). Bitcoin: A peer-to-peer electronic cash system. *Satoshi Nakamoto*.
- Namahoot, K. S., & Rattanawiboonsom, V. (2022). Integration of TAM model of consumers' intention to adopt cryptocurrency platform in Thailand: The mediating role of attitude and perceived risk. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2022, 1–12. <https://doi-org.ez11.periodicos.capes.gov.br/10.1155/2022/9642998>
- Ozturk, A. B., Bilgihan, A., Salehi-Esfahani, S., & Hua, N. (2017). Understanding the mobile payment technology acceptance based on valence theory: A case of restaurant transactions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29, 2027–2049. <https://doi-org.ez11.periodicos.capes.gov.br/10.1108/IJCHM-04-2016-0192>.
- Palos-Sanchez, P., Saura, J. R., & Ayestaran, R. (2021). An exploratory approach to the adoption process of bitcoin by business executives. *Mathematics*, 9(4), 355.
- Pan, X. (2020). Technology acceptance, technological self-efficacy, and attitude toward technology-based self-directed learning: learning motivation as a mediator. *Frontiers in Psychology*, 11, 564294.
- Polasik, M., Piotrowska, A. I., Wisniewski, T. P., Kotkowski, R., & Lightfoot, G. (2015). Price fluctuations and the use of bitcoin: An empirical inquiry. *International journal of electronic commerce*, 20(1), 9-49.
- Plouffe, C. R., Hulland, J. S., & Vandenbosch, M. (2001). Richness versus parsimony in modeling technology adoption decisions—understanding merchant adoption of a smart card-based payment system. *Information systems research*, 12(2), 208-222.
- Quan W, Moon H, Kim S (Sam), Han H(2023) Mobile, traditional, and cryptocurrency payments influence consumer trust, attitude, and destination choice: Chinese versus Koreans. *Int J Hospit Manag* 108(Oct):103363. <https://doi-org.ez11.periodicos.capes.gov.br/10.1016/j.ijhm.2022.103363>
- Ramadhiana, I. N., Prakarsa, G., & Nasution, V. M. (2021, March). User Acceptance of Virtual Hotel Operator Applications in Indonesia. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 1115, No. 1, p. 012027). IOP Publishing.
- Rosli, M. S., Saleh, N. S., Md. Ali, A., Abu Bakar, S., & Mohd Tahir, L. (2022). A systematic review of the technology acceptance model for the sustainability of higher education during the COVID-19 pandemic and identified research gaps. *Sustainability*, 14(18), 11389.

- Roy, S., & Dasgupta, C. (2024). Role of Cryptocurrency in Fintech: Hope and Hype. In *The Adoption of Fintech* (pp. 192-205). Productivity Press.
- Sagheer N, Khan KI, Fahd S, Mahmood S, Rashid T, Jamil H (2022). Factors affecting adaptability of cryptocurrency: an application of technology acceptance model. *Front Psychol* 13. <https://doi-org.ez11.periodicos.capes.gov.br/10.3389/fpsyg.2022.903473>
- Schaupp, L. C., & Festa, M. (2018, May). Cryptocurrency adoption and the road to regulation. In *Proceedings of the 19th Annual International Conference on Digital Government Research: Governance in the Data Age* (pp. 1-9).
- Statista. (2025). *Cryptocurrencies – worldwide*. Statista Market Forecast. Recuperado em 21 de abril de 2025, de <https://www.statista.com/outlook/fmo/digital-assets/cryptocurrencies/worldwide>.
- Siagian H, Tarigan ZJH, Basana SR, Basuki R (2022) The effect of perceived security, perceived ease of use, and perceived usefulness on consumer behavioral intention through trust in digital payment platform. *Int J Data Netw Sci* 6(3):861–874. <https://doi-org.ez11.periodicos.capes.gov.br/10.5267/j.ijdns.2022.2.010>
- Silva, G., Mendes Filho, L., & Marques, S. (2022). Intenção de usar criptomoedas por gestores de empreendimentos turísticos: uma abordagem utilizando o Technology.
- Sun, W., Dedahanov, A. T., Shin, H. Y., & Kim, K. S. (2020). Switching intention to cryptocurrency market: Factors predisposing some individuals to risky investment. *PloS one*, 15(6), e0234155. Acceptance Model (TAM). *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 16, e-2556.
- Shahzad, M. F., Xu, S., Lim, W. M., Hasnain, M. F., & Nusrat, S. (2024). Cryptocurrency awareness, acceptance, and adoption: the role of trust as a cornerstone. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1-14.
- Toraman, Y., & Geçit, BB (2023). User acceptance of the metaverse: an analysis for e-commerce in the context of the technology acceptance model (TAM). *Sosyoekonomi* , 31 (55), 85-104.
- Turner, M., Kitchenham, B., Brereton, P., Charters, S., and Budgen, D. (2010). Does the technology acceptance model predict actual use? A systematic literature review. *Informat. Softw. Tech.* 52, 463–479. Doi: 10.1016/j.infsof.2009.11.005.
- Wątarek, M., Drożdż, S., Kwapien, J., Minati, L., Oświęcimka, P., & Stanuszek, M. (2021). Multiscale characteristics of the emerging global cryptocurrency market. *Physics Reports*, 901, 1-82.
- Wu, J., & Tran, N. K. (2018). Application of blockchain technology in sustainable energy systems: An overview. *Sustainability*, 10(9), 3067.
- Yang, H., Yu, J., Zo, H., & Choi, M. (2016). User acceptance of wearable devices: An extended perspective of perceived value. *Telematics and Informatics*, 33(2), 256-269.
- Yilmaz, N. K., & Hazar, H. B. (2018). Predicting future cryptocurrency investment trends by conjoint analysis. *Journal of Economics Finance and Accounting*, 5(4), 321-330.
- Yuriev, A., Dahmen, M., Paillé, P., Boiral, O., & Guillaumie, L. (2020). Pro-environmental behaviors through the lens of the theory of planned behavior: A scoping review. *Resources, Conservation and Recycling*, 155, 104660.

USO DE IAG NESTA PESQUISA

Foi utilizada a ferramenta de inteligência artificial ChatGPT (desenvolvida pela OpenAI) na versão gratuita, acessada por meio da plataforma web oficial. A aplicação da ferramenta restringiu-se exclusivamente à etapa de revisão gramatical, sem qualquer interferência na introdução, referencial, metodologia, resultados e discussões. Ademais, não foi utilizada uma IA personalizada nem treinada especificamente com dados deste estudo. Por fim, todas as revisões gramaticais, com ajuda da IA, foram revisadas pelos autores da pesquisa.