

COMPREENSÃO DA SATISFAÇÃO E INTENÇÃO DE CONTINUIDADE DE USO DA TECNOLOGIA POR MEIO DO ÍNDICE DE PRONTIDÃO TECNOLÓGICA

Márcia Zampieri Grohmann

Doutora em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

Professora da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM

marciazg@gmail.com (Brasil)

Daiane Lindner Radons

Mestre em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria – UFSM

daiyalindner@yahoo.com.br (Brasil)

Luciana Flores Battistella

Doutora em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC

Professora da Universidade Federal de Santa Maria - UFSM

lutti@uol.com.br (Brasil)

Thaís Pellegrin Anschau

Graduada em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria - UFSM

thais_anschau@hotmail.com (Brasil)

RESUMO

No contexto atual, observa-se uma tendência de crescimento de produtos altamente sofisticados dispostos para o consumo, especialmente sob o prisma tecnológico. Dessa forma, justifica-se a necessidade de investigar a adoção de tecnologias pelos consumidores. O presente estudo tem por objetivo verificar a influência da prontidão tecnológica (otimismo, inovatividade, desconforto e insegurança) sobre a satisfação e a intenção de continuidade de uso da tecnologia. Para tanto, foi realizada uma pesquisa descritiva, com 250 estudantes universitários, utilizando dois modelos teóricos, o de Prontidão para o Uso da Tecnologia (TRI), proposto por Parasuraman (2000) e o Modelo de Pós Aceitação de SI (PAM), desenvolvido por Bhattacherjee (2001). Os resultados, analisados por meio da Modelagem de Equações Estruturais, mostraram que: o otimismo influencia positivamente a satisfação e intenção de continuidade; o desconforto impacta negativamente a intenção de continuidade; a insegurança influencia negativamente a satisfação; e, satisfação é antecedente da intenção de continuidade. E que, ao contrário do que se esperava, a inovatividade possui relação significativa com a intenção de continuidade de uso, porém, no sentido inverso, ou seja, pessoas com alto nível de inovatividade tendem a não continuar a utilizar a tecnologia. Em suma, o estudo comprovou que o índice de prontidão tecnológica é um antecedente da satisfação e da intenção de continuidade de uso da tecnologia.

Palavras-chave: Prontidão Tecnológica; Satisfação; Continuidade de Uso.

1. INTRODUÇÃO

Observa-se uma tendência de crescimento de produtos altamente sofisticados, dispostos para o consumo, especialmente sob a dimensão tecnológica, o que pode impactar o comportamento do consumidor, uma vez que pressões mercadológicas para adotar novos produtos tecnológicos são percebidas. Em consonância, um desafio para as organizações é o desenvolvimento de tecnologias que satisfaçam as necessidades e desejos dos consumidores, além de se mostrarem instrumentos de fácil utilização.

A adoção de novas tecnologias pressupõe inicialmente a aceitação das pessoas, que, muitas vezes, tendem a resistir a mudanças e apresentar comportamentos de inibição. Considerando a diversidade de produtos tecnológicos ofertados no mercado, que caracterizam o contexto atual, Parasuraman (2000) atenta para a necessidade de ampliar estudos sobre prontidão tecnológica, já que as pesquisas acadêmicas referentes ao assunto são incipientes. Segundo o autor, a prontidão tecnológica se refere à propensão dos indivíduos para adoção de novas tecnologias, apresentando-se como o estado resultante de condutores e inibidores mentais que, em conjunto, determinam a predisposição do indivíduo para interagir com produtos e serviços baseados em tecnologia.

Estudos internacionais, desenvolvidos sobre prontidão tecnológica, associam este aspecto à adoção de tecnologia de usuários de serviços de autoatendimento (Lin & Hsieh, 2005; Chan & Lin, 2009); comportamento pós-adoção da tecnologia e o efeito da prontidão tecnológica na intenção de uso contínuo (Son & Han, 2011); análise das dimensões de prontidão tecnológica nas fases de adoção e uso da Internet (Lam, Chiang & Parasuraman, 2008); proposta de um modelo que incorpora a auto identidade global e a auto regulação na predição de tecnologia (Westjohn & Arnold, 2009); integração da prontidão tecnológica com o modelo de aceitação de tecnologia – TAM (Lin, Shih & Sher, 2007), entre outros.

Pesquisas nacionais relacionadas à aceitação e uso de tecnologias referem-se à prontidão tecnológica como elemento que impacta nas transformações fundamentais da interação empresa e cliente (Costa Filho & Pires, 2005); evasão nos cursos à distância e sua relação com as tecnologias de informação e comunicação (Maia & Meirelles, 2005); adoção de Tecnologia de Informação (TI) e seu impacto no desempenho organizacional (Lunardi & Dolci, 2006); a lealdade de consumidores no comércio *online* e *off-line* (Nakagawa, 2008); proposição de um novo modelo de adoção de produtos de alta tecnologia pelo consumidor (Ferreira & Rocha, 2011), compra e utilização de produtos ou serviços baseados em tecnologias (Souza & Luce, 2002).

Porém, estes estudos nacionais analisam o índice de prontidão tecnológica de forma conjunta, ou seja, gerando uma única unidade de análise. Portanto, não foi encontrado nenhum estudo que buscasse compreender como cada dimensão do Índice de Prontidão Tecnológica (otimismo, inovatividade, desconforto e insegurança) afeta na satisfação e intenção de continuidade de uso de tecnologias.

Observa-se que os jovens da atualidade estão expostos a diferentes formas de interação digital. Para Prensky (2001), os jovens são chamados de “nativos digitais”, em função de utilizarem a tecnologia de forma diferente, nas atitudes e na forma de comunicar. Ademais, esse público possui acesso à tecnologia e apresenta-se como atrativo para a introdução de novas tecnologias, ao passo que influenciam o comportamento de pessoas das gerações anteriores (Kulwiwat, Bruner, Kumar, Suzanne & Clark, 2007).

Em relação ao consumo, nota-se que os jovens são dispostos a gastar e consumir, sendo que eles obtêm renda de seus pais e de trabalhos realizados em turno inverso aos estudos. Corroborando com essa concepção, Rubens (2003) assinala que os jovens brasileiros estão em primeiro lugar no *ranking* de consumo, de acordo com sua pesquisa desenvolvida em nove países. Nesse sentido, evidencia-se que os jovens são público potencial na adoção de novas tecnologias e identificar sua satisfação e continuidade de uso possibilita contribuições para o campo da gestão, ao permitir que as organizações centrem seus esforços nas dimensões mais importantes para os consumidores.

Considerando os desafios e nuances da tecnologia, o estudo tem por objetivo principal identificar as relações entre as dimensões da prontidão tecnológica (inovatividade, otimismo, desconforto e insegurança) com a satisfação e a intenção de continuidade de uso da tecnologia. Foram definidos, como objetivos secundários: validar o modelo global; e, comparar o comportamento nacional com o de consumidores de Taiwan (Chen, Chen & Chen, 2009).

Para tanto, foi realizada uma pesquisa descritiva com acadêmicos de uma instituição de ensino superior, mesmo público-alvo utilizado na pesquisa de Chen, Chen e Chen (2009). Foram utilizados dois modelos teóricos, o de Prontidão para o Uso da Tecnologia (TRI), proposto por Parasuraman (2000) e o Modelo de Pós Aceitação de SI (PAM), desenvolvido por Bhattacherjee (2001).

Visando atingir aos objetivos da pesquisa, o artigo foi estruturado em cinco seções, iniciando com o referencial teórico sobre Prontidão Tecnológica e passando para a definição das hipóteses que buscam relacionar os constructos da Prontidão Tecnológica (otimismo, inovatividade, desconforto e insegurança) com a satisfação e intenção de continuar usando a tecnologia. Na seção seguinte, aborda-se o método de pesquisa, o instrumento de coleta e as análises estatísticas realizadas. Num terceiro momento, são apresentados os resultados em termos de perfil da amostra, validação do modelo global, teste das hipóteses, comparação entre o estudo nacional e o estudo desenvolvido por Chen, Chen e

Chen (2009), e relações entre os resultados obtidos e a teoria. Por fim, o trabalho encerra-se com as considerações finais, momento no qual são apontados os principais resultados, apresentadas as limitações e sugestões para futuras pesquisas e as implicações teóricas e gerenciais do presente estudo.

2. ÍNDICE DE PRONTIDÃO TECNOLÓGICA (TRI)

O consumidor atual depara-se com a dinâmica tecnológica, presente em atividades cotidianas, como serviços bancários, comércio eletrônico, serviços de alimentação e de educação. Assim, as pessoas estão inseridas num contexto de mudanças constantes e avanços tecnológicos, sendo preciso acompanhar a evolução e implantar tais elementos. Parasuraman (2000) salienta que o papel da tecnologia na interação de clientes *versus* empresa e o número de produtos e serviços baseados na tecnologia vêm crescendo rapidamente, no entanto, estes avanços, muitas vezes, não trazem benefícios esperados pelos clientes.

Existem evidências do crescimento de frustrações referentes aos sistemas ou aparatos tecnológicos, especialmente aqueles ligados ao autosserviço e que contemplam a interação do cliente com máquinas, ao invés do tratamento pessoal (Meuter, Ostrom, Roundtree & Bitner, 2000). Mick e Fournier (1998) fortalecem essa concepção ao perceberem que a tecnologia nem sempre é positiva, sendo em alguns casos paradoxal em si mesma, ou seja, ao mesmo tempo em que gera sentimentos positivos de controle, liberdade, novidade, competência, eficiência, satisfação e engajamento, também pode provocar sentimentos de caos, escravidão, obsolescência, ineficiência, insatisfação, isolamento e desengajamento.

Dessa forma, os consumidores podem apresentar, simultaneamente, visões (percepções, crenças, sentimentos e motivações) favoráveis e desfavoráveis a respeito de produtos e serviços tecnológicos. Parasuraman (2000) afirma que os consumidores podem ser classificados segundo sua magnitude e direção em relação à tecnologia, uma vez que a posição de cada indivíduo na classificação é útil para determinar a sua propensão a adotar e utilizar novas tecnologias.

A prontidão para tecnologia compreende a propensão dos indivíduos para adotar novas tecnologias, o que significa que é o estado resultante de condutores e inibidores mentais que, em conjunto, determinam a predisposição do indivíduo para interagir com produtos e serviços baseados em tecnologia (Parasuraman, 2000).

Na concepção de Ferreira e Rocha (2011), a prontidão tecnológica refere-se ao estado mental global de um indivíduo em relação à tecnologia, constituindo-se numa combinação de crenças e

sentimentos relacionados à tecnologia que determinam a predisposição de um indivíduo em adotar produtos e serviços tecnológicos. As definições apresentadas assemelham-se ao considerar o estado ou a propensão do indivíduo na adoção de novas tecnologias, sendo esse estudo norteado pela conceituação de Parasuraman (2000).

No intuito de mensurar o comportamento do indivíduo diante da tecnologia foram elaborados diferentes modelos. O *Technology Acceptance Model* (TAM) ou Modelo de Aceitação Tecnológica foi desenvolvido originalmente por Davis (1989) e consiste na identificação da aceitação de novas tecnologias, por parte do usuário, através de sua percepção quanto à facilidade e à utilidade desta tecnologia. Após várias investigações, o modelo atual contempla cinco construtos: percepção de facilidade, percepção de utilidade, atitude frente ao uso, intenção de uso e uso atual.

Já o modelo *Task-Technology Fit* (TTF) ou Ajuste Tecnologia-Tarefa demonstra que a Tecnologia da Informação será usada exclusivamente se as ferramentas fornecidas pelo sistema sustentem as atividades do usuário. Dessa forma, os usuários escolherão as ferramentas e métodos que lhes permita completar a tarefa da melhor forma (Dishaw & Strong, 1999).

No presente estudo optou-se pelo modelo TRI e pelas dimensões satisfação e continuidade de uso do Modelo de Pós Aceitação de SI (PAM). O TRI foi desenvolvido por Parasuraman (2000) e Parasuraman e Colby (2001) e se constituiu num instrumento de medida da prontidão para a tecnologia para o consumidor norte-americano. Ele foi elaborado a partir de uma série de pesquisas qualitativas com consumidores de diversos setores da economia.

Numa etapa subsequente do trabalho, foi desenvolvida uma *survey* com 1200 respondentes e após vários ensaios, obteve-se um construto altamente consistente de quatro dimensões e trinta e seis variáveis. Os construtos da prontidão para o uso estão posicionados em condutores e inibidores para a adoção da tecnologia e são representados por: otimismo; inovatividade; desconforto e insegurança (Parasuraman, 2000).

Salienta-se que os construtos otimismo e inovatividade são facilitadores ou indutores positivos na utilização da tecnologia, enquanto que os outros dois construtos (desconforto e insegurança) são limitadores, inibidores ou fatores que podem retardar a adoção de novas tecnologias. Parasuraman (2000) destaca a importância dos construtos testados, sendo que em cada uma das quatro dimensões os consumidores podem diferenciar-se em termos de uso de produtos e serviços de alta tecnologia. Dessa forma, se um indivíduo adota uma determinada tecnologia em uma área específica, não implica que ele a adotará em outra situação (Souza & Luce, 2003).

Com base na *Expectation-Confirmation Theory* (Teoria de Confirmação de Expectativas) de Oliver (1980), Bhattacherjee (2001) desenvolveu o *Post Acceptance Model* (PAM) – Modelo de Pós

Aceitação de SI, com o intuito de estudar os fatores cognitivos e os sentimentos que influenciam a intenção do usuário em continuar utilizando um sistema de informação. Segundo Bhattacherjee (2001), a continuidade de uso se refere à intenção do indivíduo para o uso contínuo do Sistema de Informação.

O PAM comprehende quatro construtos: percepção de utilidade que se refere à percepção dos usuários sobre os benefícios do SI; confirmação, percepção do usuário sobre a congruência entre sua expectativa do uso do SI e sua performance atual; satisfação, sensação causada no usuário com o uso do SI; e, intenção de continuidade de SI que envolve a intenção do usuário de continuar a usar o SI. Ressalta-se que, nesse estudo, serão consideradas as últimas duas dimensões (satisfação e continuidade de uso).

3. HIPÓTESES DO ESTUDO

Este estudo pauta-se em nove hipóteses que buscam comprovar que as dimensões: otimismo, inovatividade, desconforto e insegurança afetam a satisfação dos usuários com a tecnologia e a continuidade de uso da tecnologia, assim como a associação entre a satisfação e a continuidade de uso. As hipóteses foram definidas levando em consideração a concepção de que as dimensões facilitadoras da tecnologia (otimismo e inovatividade) se relacionam positivamente com a satisfação e intenção de uso, enquanto que os limitadores (desconforto e insegurança) se relacionam inversamente a satisfação e intenção de uso, conforme apresentado na Figura 1.

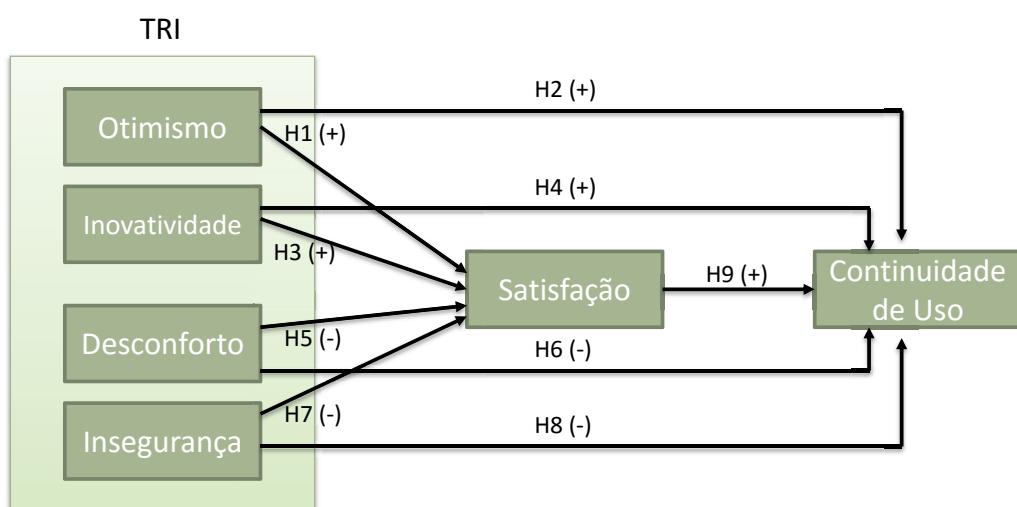


Figura 1 – Hipóteses do Estudo

Fonte: Elaborada pelas autoras

A tecnologia aumenta a produtividade e a eficiência, ao propiciar aos clientes a oferta de canais convenientes para acessar serviços e a disposição dos produtores para atendimento de suas demandas, além de possibilitar o aumento da satisfação do cliente (Liljander, Gillberg, Gummerus & Riel, 2006). Chan e Lin (2009) identificaram, a partir das escalas de prontidão tecnológica e auto eficácia de SI, a satisfação dos usuários e as intenções comportamentais do uso de tecnologia. Parasuraman (2000), ao desenvolver e testar a escala de prontidão tecnológica (TRI), sugere que estudos podem avançar considerando a satisfação como consequente da prontidão global de tecnologia.

Não obstante, autores acreditam que a prontidão tecnológica influencia, além da satisfação, a intenção comportamental dos usuários (Lin & Hsieh, 2007), especialmente, a intenção de uso continuado (Chen, Chen & Chen, 2009; Son & Han, 2011). Bhattacherjee (2001) propõe, ao analisar estudos de aceitação da tecnologia, que a viabilidade de um SI em longo prazo e seu eventual sucesso depende da sua continuidade de uso mais do que seu primeiro uso.

Desta forma, a literatura já demonstrou que a prontidão tecnológica afeta tanto a satisfação dos usuários como a intenção de continuidade de uso. Porém, buscando compreender melhor essas relações, já que o Modelo TRI apresenta constructos positivos (otimismo e inovatividade) e constructos negativos (desconforto e insegurança), as hipóteses foram elaboradas de maneira individual, ou seja, relacionando cada um dos constructos do TRI (antecedentes) com a satisfação e intenção de continuidade de uso (consequentes).

O primeiro constructo antecedente a ser relacionado é o otimismo que, na concepção de Parasuraman (2000), comprehende uma visão positiva da tecnologia e uma crença que ela oferece as pessoas maior controle, flexibilidade e eficiência nas suas vidas. Sua relação com a satisfação ocorre pelo fato de que, para Oliver (1997), a satisfação se refere à resposta de plenitude do consumidor, isto é, um julgamento que um produto ou serviço tem como característica, em função de ter proporcionado ou estar proporcionando um nível agradável de perfeição. Destaca-se que a satisfação do usuário tem sido amplamente estudada nos últimos anos (Haga & Zviram, 1994) e consideráveis pesquisas conceituais e empíricas têm se dedicado ao estabelecimento de uma escala padrão de satisfação do usuário. Assim, pessoas otimistas tendem a apresentar uma visão favorável à satisfação com a tecnologia, o que sustenta a primeira hipótese do estudo: H1: o otimismo do indivíduo em relação à tecnologia afeta positivamente a satisfação com a tecnologia.

De acordo com Bhattacherjee (2001), a intenção de continuidade de uso da tecnologia se refere à intenção do indivíduo para o uso contínuo do Sistema de Informação. Nesse caso, a segunda hipótese pressupõe que se o otimismo é uma visão positiva da tecnologia, ele deve afetar a intenção do

indivíduo de continuar a utilizar a tecnologia, portanto a segunda hipótese é: H2: o otimismo do indivíduo em relação à tecnologia afeta positivamente a intenção de continuidade de uso da tecnologia.

A terceira e quarta hipóteses analisam o constructo inovatividade como antecedente. A inovatividade envolve a tendência de o indivíduo ser um pioneiro no uso da tecnologia, um líder ou formador de opinião (Parasuraman, 2000). Dessa forma, a pessoa ao apresentar comportamento inovador, pode estar buscando a satisfação com a tecnologia, o que suporta a terceira hipótese: H3: a inovatividade do indivíduo afeta positivamente a satisfação com a tecnologia. Da mesma forma, a inovatividade irá influenciar a intenção de continuidade de uso de tecnologias, já que pessoas inovativas são, por essência, consumidores inovadores e dispostos à utilização de tecnologia. Assim, a quarta hipótese do estudo é: H4: a inovatividade do indivíduo afeta positivamente a intenção de continuidade de uso da tecnologia.

As hipóteses seguintes trabalham com o constructo desconforto como antecedente. O desconforto, para Parasuraman (2000), envolve a percepção de falta de controle sobre a tecnologia e um sentimento de estar sendo pressionado ou oprimido por ela. Considerando que o desconforto é percebido como inibidor do comportamento tecnológico, ele tende a se relacionar inversamente com a satisfação tecnológica, suportando a quinta hipótese do estudo: H5: o desconforto do indivíduo em relação à tecnologia afeta inversamente a satisfação com a tecnologia. Da mesma forma, se o indivíduo sente-se desconfortável com uma situação ou comportamento, buscará evitar sua repetição e, portanto, não estará predisposto a continuar usando a tecnologia, conforme demonstra a sexta hipótese da pesquisa: H6: o desconforto do indivíduo em relação à tecnologia afeta inversamente a intenção de continuidade de uso da tecnologia.

A insegurança se refere à desconfiança da tecnologia e ceticismo com as próprias habilidades para utilizá-la adequadamente (Parasuraman, 2000). Ou seja, se um indivíduo encontra-se inseguro em relação à tecnologia, dificilmente esta experiência será prazerosa, gerando satisfação. Assim, a sétima hipótese de pesquisa propõe que: H7: a insegurança do indivíduo em relação à tecnologia afeta inversamente a satisfação com a tecnologia. De forma análoga, se a pessoa sente-se insegura em determinada situação, tenderá a evitá-la em novas ocasiões e, portanto, a relação entre insegurança e intenção de continuidade de uso é inversa, gerando a oitava hipótese: H8: a insegurança do indivíduo em relação à tecnologia afeta inversamente a intenção de continuidade de uso da tecnologia.

Pesquisadores apontam que a satisfação do usuário é um dos principais influenciadores que levam ao sucesso do Sistema de Informação (SI) (Zviran, Pliskin & Levin, 2005; Sugianto & Tojib, 2006; Wu & Wang, 2007). De acordo com o Modelo de Confirmação da Expectativa (Expectation Confirmation Model) – ECM, de Oliver (1993), a intenção de comportamento de continuidade de um

cliente é precedida pela satisfação do cliente, que é diretamente afetada pelas expectativas na pré-compra e pelo desempenho percebido na pós-compra de um produto ou serviço.

Anderson e Mittal (2000) salientam que a satisfação geral é função de vários atributos e a gestão das avaliações desses atributos pode conduzir ao aumento da satisfação, considerando que quanto maior a satisfação geral, maior será recompra ou continuidade de uso. Pautando-se pela concepção de que a continuidade de uso da tecnologia é afetada pela satisfação dos usuários com a tecnologia, definiu-se como última hipótese deste estudo: H9: a satisfação com a tecnologia afeta positivamente a intenção de continuidade de uso da tecnologia.

4. MÉTODO

Esta pesquisa tem por objetivo principal identificar as relações entre as dimensões da prontidão tecnológica (inovatividade, otimismo, desconforto e insegurança) com a satisfação e a intenção de continuidade de uso da tecnologia. A pesquisa caracteriza-se como descritiva, de caráter quantitativo.

Para desenvolvimento do instrumento de coleta de dados foi utilizado o Índice de Prontidão Tecnológica (TRI), de Parasuraman (2000), validado para o contexto brasileiro por Souza e Luce (2003). Deste modelo foram utilizados os constructos: otimismo, inovatividade, desconforto e insegurança. Também foi utilizado o Modelo de Pós-Aceitação de Tecnologia (PAM), proposto por Bhattacherjee (2001), do qual utilizou-se os constructos satisfação e intenção de continuidade de uso.

Os questionários foram aplicados aos acadêmicos de uma universidade federal, localizada numa cidade na região central do estado do Rio Grande do Sul. Foi selecionada uma amostra não probabilística de 250 estudantes e, ao final do processo de coleta de dados, obteve-se 239 questionários válidos.

A coleta de dados ocorreu via questionário, aplicado de forma presencial, o qual foi composto por quatro seções. A primeira delas compreendia trinta e seis questões referentes ao modelo TRI (Parasuraman, 2000; Parasuraman & Colby, 2001). A segunda seção, baseada no modelo de Bhattacherjee (2001), englobou sete questões sobre a intenção de continuidade de uso e satisfação com a tecnologia. A última parte compreendeu questões referentes ao perfil dos respondentes, como gênero, idade, grau de escolaridade e renda familiar.

Dessa forma, o instrumento de coleta de dados contou com quarenta e três questões afirmativas, nas quais, através de uma escala tipo Likert, os respondentes deveriam posicionar-se entre discordo totalmente (1) ou concordo totalmente (5).

Os dados coletados foram tabulados no Microsoft Excel e analisados estatisticamente através dos softwares PASW 17 e AMOS. As análises estatísticas realizadas foram: análises de frequência visando caracterizar a amostra; análise fatorial exploratória para purificação dos dados e construção do modelo global inicial. Na sequência, através da modelagem de equações estruturais, foram realizados os seguintes procedimentos estatísticos: análise fatorial confirmatória para a validação do modelo, através dos índices de ajuste, teste de unidimensionalidade, validade convergente e validade divergente; e teste das hipóteses.

5. RESULTADOS

A amostra dos respondentes foi composta por 108 mulheres (45,2% do total) e 130 homens (54,4% do total), tendo uma distribuição relativamente homogênea sem o predomínio de um dos gêneros. Em relação à faixa etária, o predomínio foi de pessoas entre 18 e 25 anos, representando 77,8% dos respondentes (n=186), na sequência aparece as seguintes faixas etárias: menores de 18 anos (13% da amostra), entre 26 e 35 anos (8,8% da amostra) e apenas um respondente com mais de 36 anos (0,4% da amostra). Por ser uma amostra de jovens, 92,3% dos entrevistados são solteiros (n=222), 6,3% são casados ou com união estável, um respondente é separado e um é viúvo, representando 0,4% em cada uma das categorias.

Em relação ao grau de instrução, 90% possui curso superior incompleto (n=215), 7,5% ensino médio completo (n=18), 1,7% com curso superior completo (n=4) e apenas 0,8% (n=2) com ensino fundamental completo. Por fim, em relação à renda familiar, a distribuição da amostra foi: 2,5% até R\$ 496,00; 7,6% entre R\$ 496,00 a R\$ 1.064,00; 11,4% de R\$ 1.064,00 a R\$ 1.770,00; 18,6% entre R\$ 1.770,00 a R\$ 2.943,00; 29,1% de R\$ 2.943,00 a R\$ 5.554,00; 18,6% de R\$ 5.554,00 a R\$ 8.000,00; e 12,2% acima de R\$ 8.001,00. Assim, a maioria dos respondentes tem renda mensal familiar de R\$ 2.943,00 a R\$ 5.554,00.

Antes da realização dos demais procedimentos estatísticos, as variáveis ino2 (Parece que seus amigos estão aprendendo sobre as mais novas tecnologias mais do que você) e ic3 (Se eu pudesse, eu gostaria de desistir de usar tecnologia) tiveram suas escalas transformadas, já que possuíam sentido inverso das demais.

Através da Análise Fatorial Exploratória, realizada para cada um dos constructos teóricos, foram identificadas as cargas fatoriais e comunidades das variáveis do modelo. Pelo critério de exclusão das variáveis com cargas e comunidades inferiores a 0,50 (Hair Jr., Anderson, Tatham & Black, 2005)

foram retiradas as seguintes variáveis: do constructo otimismo – ot1 (A tecnologia permite que as pessoas tenham mais controle sobre o seu dia-a-dia), ot3 (Você gosta da ideia de fazer negócios pelo computador porque você não fica restrito ao horário comercial), ot6 (A tecnologia faz com que você fique mais eficiente no seu trabalho), ot9 (Aprender sobre tecnologia pode ser tão recompensador quanto a própria tecnologia) e ot10 (Você está seguro de que as máquinas seguirão as suas instruções); do constructo inovatividade – ino2 (Parece que seus amigos estão aprendendo sobre as mais novas tecnologias mais do que você) e ino3 (Em geral, você está entre os primeiros do seu grupo de amigos a adquirir uma nova tecnologia logo que ela surge).

Já do constructo insegurança foram retiradas as variáveis: ins6 (Sempre que algo se torna automatizado, é necessário checar, cuidadosamente, se a máquina ou o computador não está cometendo erros) e ins7 (O contato humano é muito importante quando se faz negócios com uma empresa); e no constructo desconforto as variáveis: des1 (Os serviços de suporte técnico (por telefone ou internet) não ajudam, porque não explicam as coisas em termos comprehensíveis), des2 (Às vezes, você acha que os sistemas de tecnologia não são projetados para serem usados por pessoas comuns), des5 (Na compra de um produto ou serviço de alta tecnologia, você prefere o modelo básico em vez de um modelo com muitas características adicionais), des6 (É constrangedor quando você tem problemas com algum equipamento de alta tecnologia enquanto outras pessoas estão olhando), des7 (Deveria haver cuidado ao substituir tarefas desempenhadas por pessoas pela tecnologia, pois novas tecnologias podem falhar), des8 (Muitas das novas tecnologias apresentam riscos à saúde ou à segurança que não são descobertos até que as pessoas tenham utilizado a tecnologia), des10 (As tecnologias parecem sempre falhar no pior momento possível).

A análise factorial exploratória foi satisfatória, visto que os valores do KMO foram superiores a 0,50, conforme apregoados por Malhotra (2001) e os testes de esfericidade de Barlett foram todos significativos. As informações sobre os valores do KMO encontram-se na Tabela 1, sendo que o menor valor foi para o constructo desconforto ($KMO= 0,500$) e o maior valor para o constructo inovatividade ($KMO= 0,823$).

Com as informações resultantes da Análise Fatorial Exploratória foi construído o modelo estrutural inicial e realizada a Modelagem de Equações Estruturais para Análise Fatorial Confirmatória e o Teste de Hipóteses, através do software Amos.

A Análise Fatorial Confirmatória busca validar o modelo global através da análise dos índices de ajuste, confiabilidade dos constructos, unidimensionalidade do modelo, validade convergente e validade divergente (Hair Jr. et al., 2005).

Os índices de ajuste do modelo final (Figura 2) foram de: chi-quadrado de 317,544 com 216 graus de liberdade; RMSEA= 0,044; RMR= 0,077; GFI= 0,900; NFI= 0,882; RFI= 0,832; IFI= 0,935; TLI= 0,922; CFI= 0,934. Apenas o NFI e o RFI ficaram um pouco abaixo de 0,90, considerado como limite inferior desejável (Hair Jr. et al., 2005), os demais itens satisfizeram os critérios de ajuste do modelo (RMSEA e RMR <0,10 e demais índices >0,90).

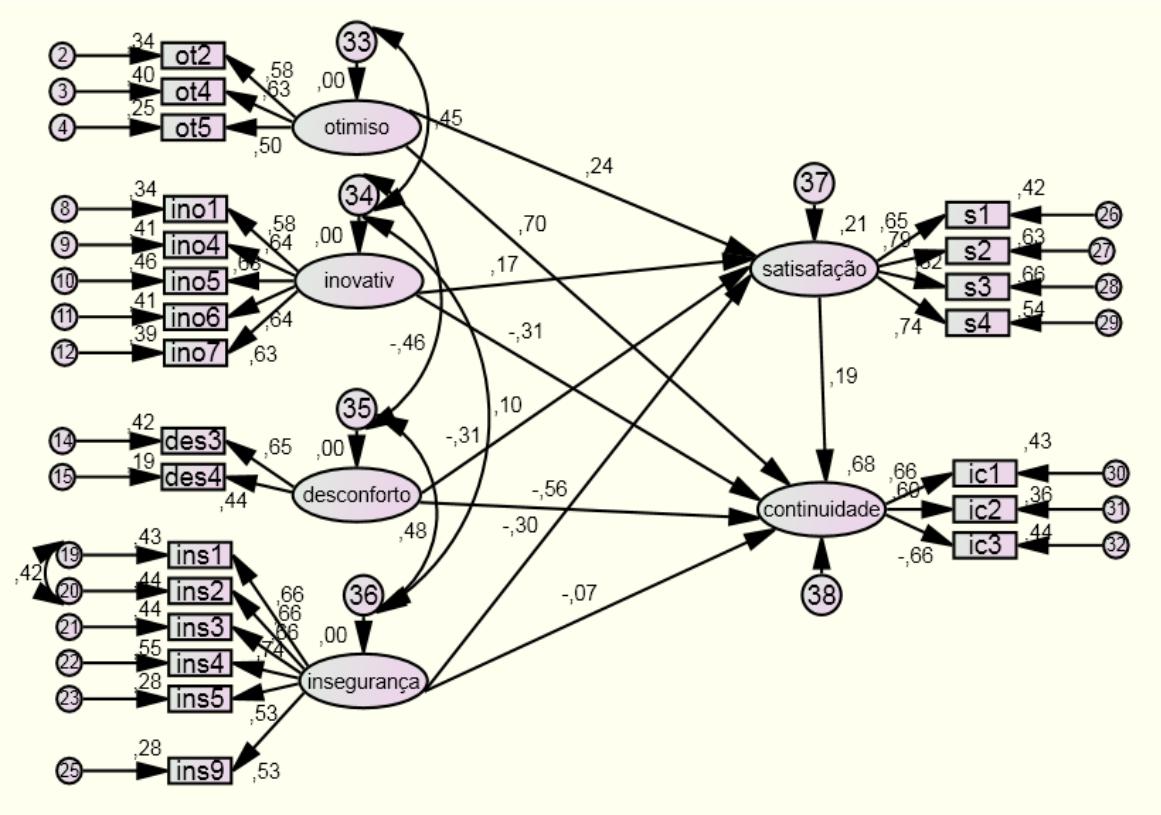


Figura 2 – Resultado da Modelagem de Equações Estruturais

Fonte: Elaborada pelas autoras

Para a obtenção deste ajuste foi necessário a exclusão de mais uma variável com carga fatorial inferior a 0,50 (ot8 - A tecnologia lhe dá mais liberdade de movimento) e a inclusão de correlações entre os erros: 35↔36 (correlação de 48,5%); 33↔34 (correlação de 44,9%); 34↔36 (correlação de -31,4%); 34↔35 (correlação de -46,6%) e 20↔19 (correlação de 41,7%).

As correlações adicionadas se referem ao desconforto estar associado positivamente com a insegurança, ou seja, quanto maior a tendência da pessoa estar desconfortável com a tecnologia, maior será o sentimento de insegurança, e vice-versa. As dimensões otimismo e a inovatividade também apresentaram uma relação positiva, no sentido que quanto maior o comportamento inovador, maior será o sentimento de otimismo, e vice-versa.

Foi percebida correlação negativa entre inovatividade e insegurança, uma vez que pessoas inseguras tendem a serem menos inovadoras, assim como indivíduos menos propensos a apresentarem comportamento inovador tendem a mostrarem-se mais inseguros com a tecnologia. De forma similar, indivíduos inovadores sentem-se menos desconfortáveis com a tecnologia, ao passo que as pessoas com maior tendência a apresentarem comportamento desconfortável com a tecnologia, são menos inovadoras.

Tais correlações corroboram com a literatura, a qual aborda os construtos condutores (inovatividade e otimismo) e os inibidores (insegurança e desconforto) como impulsionadores de duas forças opostas para a prontidão tecnológica.

Uma correlação positiva foi evidenciada entre duas questões do construto insegurança, que se referiam a pessoa não considerar seguro fornecer o número do seu cartão de crédito pelo computador e não considerar seguro fazer qualquer tipo de transação financeira pela Internet. Tais afirmações contemplam a insegurança com operações confidenciais do indivíduo, as quais incluem senhas sigilosas e compreendem a utilização de recursos financeiros.

A confiabilidade dos constructos foi realizada pelo cálculo do alpha de Cronbach, sendo que o valor considerado como satisfatório é de 0,60, segundo Malhotra (2001), porém alguns autores como Pestana e Gageiro (2000), consideram que em pesquisas de ciências sociais, valores de acima de 0,50 são aceitáveis. Os valores obtidos nos constructos do modelo, que variaram de 0,592 (otimismo) a 0,836 (satisfação), mostraram-se adequados (Tabela 1), ou seja, acima de 0,60. A exceção ocorreu no constructo desconforto, cujo alpha foi de 0,495, estando ainda dentro do limite aceitável. Desta forma, constatou-se a confiabilidade dos constructos do modelo.

A unidimensionalidade e a validade convergente do modelo foram comprovadas com as informações apresentadas na Tabela 1. O maior erro encontrado foi de 0,389 (des3), assim, todos os resíduos padronizados (erro) foram inferiores a 2,58 ($p<0,05$) e a unidimensionalidade foi comprovada. A validade convergente é analisada através das cargas fatoriais padronizadas que, além de serem superiores a 0,50, para um nível de confiança de 0,01, devem apresentar t-valor igual ou superior a 2,33. A menor carga fatorial foi de 0,499 (para a variável des4) e o menor t-valor foi de 3,884, para a variável des3, portanto, a validade convergente do modelo também foi comprovada.

Tabela 1 - Resultado da Análise Fatorial Confirmatória

Construto	Item	Carga pad.	Erro	T-valor	KMO	AVE	Alpha
Intenção de continuidade	ic1	0,659					
	ic2	0,600	0,168	6,465			
	ic3	0,663	0,148	7,743	0,638	61,07	0,624
Satisfação	s1	0,651					
	s2	0,795	0,128	10,113			
	s3	0,815	0,145	9,506			
	s4	0,736	0,143	8,964	0,778	67,18	0,836
Otimismo	ot5	0,501	0,173	4,878			
	ot4	0,632	0,200	6,006			
	ot2	0,581			0,596	54,67	0,592
Inovatividade	ino7	0,626	0,130	7,071			
	ino6	0,638	0,154	7,079			
	ino5	0,678	0,133	7,403			
	ino4	0,637	0,147	7,242			
	ino1	0,580			0,823	52,44	0,771
Desconforto	des4	0,499					
	des3	0,652	0,389	3,884	0,500	64,30	0,495
Insegurança	ins5	0,533	0,128	6,419			
	ins4	0,740	0,126	8,518			
	ins3	0,664	0,106	8,147			
	ins2	0,660	0,091	10,798			
	ins1	0,656					
	ins9	0,532	0,110	6,581	0,814	51,16	0,804

Fonte: Elaborada pelas autoras

Por fim, para analisar a validade discriminante, foi realizado o cálculo de correlações entre os constructos do modelo (Correlações de Pearson) e seus resultados encontram-se na Tabela 2. A maioria das correlações foi significativa, porém, não houve significância entre os constructos: insegurança e satisfação (correlação= -0,082); desconforto e otimismo (correlação= -0,079) e insegurança e otimismo (correlação= -0,086). As correlações significativas foram inferiores a 0,90, critério apontados por Hair Jr. et al (2005) para que haja validade discriminante. A maior correlação encontrada foi entre os fatores intenção de continuidade e otimismo, com valor de 0,414. Além disto, o quadrado das correlações (parte superior da matriz) é superior a variância extraída pelo fator. A menor variância extraída (Tabela 1) foi de 51,16%, no fator insegurança, e a maior correlação ao quadrado foi

de 11,80% (entre otimismo e inovatividade). Assim, a validade discriminante foi comprovada através de ambos os procedimentos.

Dessa forma, a validade discriminante foi comprovada pelo critério do quadrado das correlações que apresenta valor inferior à variância extraída, porém, nem todas as correlações foram significativas e, portanto, a validade discriminante não foi totalmente confirmada.

Tabela 2 - Correlações entre os Constructos

	μ	Σ	IC	S	OT	IN	DES	INS
Continuidade (IC)	4,35	0,65	1	0,079	0,171	0,076	0,090	0,100
Satisfação (S)	3,78	0,92	0,281 **	1	0,062	0,085	0,007	0,083
Otimismo (OT)	3,86	0,74	0,414 **	0,249 **	1	0,118	0,006	0,007
Inovatividade (IN)	3,34	0,81	0,276 **	0,292 **	0,343 **	1	0,081	0,083
Desconforto (DES)	2,71	0,96	-0,300 **	-0,082	-0,079	-0,285 **	1	0,108
Insegurança (INS)	3,30	0,95	-0,317 **	-0,288 **	-0,086	-0,288 **	0,329 **	1

**. Correlações significantes ao nível de 0,01 (2-tailed).

Fonte: Elaborada pelas autoras

Observa-se que a maior média foi obtida pelo construto intenção de continuidade (4,35), seguido do otimismo (3,86) e satisfação (3,78). Considerando que a escala compreendia valores de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), as médias foram superiores a 2,5, evidenciando concordância pelos respondentes a respeito das afirmações e, consequentemente, dos construtos. O construto desconforto apresentou dispersão 48% maior em torno da média, indicada pelo desvio-padrão, em comparação ao construto intenção de continuidade.

A última análise dos resultados refere-se ao teste das hipóteses (Tabela 3). As duas primeiras hipóteses possuíam o otimismo como fator antecedente e, os testes estatísticos comprovaram que o otimismo é um antecedente da satisfação e da intenção da continuidade de uso. A hipótese 1 foi significativa, com $\beta= 0,238$, comprovando que o otimismo do indivíduo em relação à tecnologia afeta positivamente sua satisfação com a tecnologia. E a hipótese 2 apresentou a relação mais forte entre os testes de regressão ($\beta= 0,696$), sendo que o otimismo afeta fortemente a intenção de continuidade de uso da tecnologia.

Tabela 3 - Teste de Hipóteses

	Relação		Carga	Carga Pad.	P	Conclusão
Satisfação	<---	otimismo	0,285	0,238	0,045	Suportada
Continuidade	<---	otimismo	0,678	0,696	***	Suportada
Satisfação	<---	inovatividade	0,166	0,172	0,180	Rejeitada
Continuidade	<---	inovatividade	-0,244	-0,310	0,081	Rejeitada
Satisfação	<---	desconforto	0,126	0,097	0,498	Rejeitada
Continuidade	<---	desconforto	-0,589	-0,558	0,011	Suportada
Satisfação	<---	insegurança	-0,220	-0,300	0,004	Suportada
Continuidade	<---	insegurança	-0,041	-0,068	0,618	Rejeitada
Continuidade	<---	satisfação	0,157	0,193	0,064	Suportada

Fonte: Elaborada pelas autoras

No que se refere às hipóteses da inovatividade como antecedente, não foi comprovada a relação entre inovatividade e satisfação com a tecnologia ($\beta= 0,172$; $sig= 0,180$), portanto a hipótese 3 foi rejeitada. Em relação à hipótese 4, a inovatividade do indivíduo afetando positivamente a intenção de continuidade de uso da tecnologia, os resultados apontaram uma relação significativa, porém inversa ($\beta= -0,310$; $sig= 0,081$).

O comportamento inovador do indivíduo implica na tendência do mesmo estar buscando produtos tecnológicos novos, o que justifica a relação inversa com a intenção de continuidade de uso da tecnologia. Nessa perspectiva, Trepton (2003) salienta que pessoas inovadoras não costumam ser fiéis às marcas. Chen, Chen e Chen (2009) também evidenciaram que a inovatividade influencia negativamente a intenção de continuidade de uso. Os autores justificaram o resultado argumentando que pessoas que possuem maior personalidade de inovação adotam voluntariamente novas tecnologias, e, assim, apresentam experiência comparativamente maior do que outros. Dessa forma, ao perceberem dificuldades para comparar determinado serviço ou produto, os indivíduos inovadores acreditam que o serviço é de difícil utilização e por isso, optam por não continuar usando.

Ademais, pessoas inovadoras mostraram-se não satisfeitas com a tecnologia, o que pode estar associado com o fato de que esses indivíduos apresentam grandes expectativas com a adoção de tecnologia, em função de serem caracterizados como consumidores à frente de seu tempo, atentos a novidades e interessados em manter uma identidade individual (Zanardo & Dadalto, 2010). Em contraste, Son e Han (2011) afirmam que pessoas inovadoras adotam produtos novos, mesmo quando o valor potencial é incerto e o desempenho não é convincente, resultando na possibilidade de não satisfazer-se com sua escolha.

Os resultados, em relação ao desconforto como antecedente, demonstraram que a hipótese 5 é rejeitada e, desta forma, não comprovou-se que o desconforto do indivíduo em relação à tecnologia afeta inversamente a satisfação com a tecnologia ($\beta= 0,097$; $sig= 0,498$). Porém, comprovou-se a relação inversa entre desconforto do indivíduo em relação à tecnologia e a intenção de continuidade de uso e tal apresenta um valor relativamente alto, de 55,8% ($\beta= -0,558$; $sig= 0,011$).

A hipótese 7 sugeriu que a insegurança do indivíduo em relação à tecnologia afeta inversamente a satisfação com a tecnologia e os resultados comprovaram que a relação é significativa e inversa, comprovando-se a hipótese ($\beta= -0,300$; $sig= 0,004$). Considerando a suposição de que a insegurança afeta negativamente a intenção de continuidade de uso (hipótese 8), os resultados demonstram que a relação não é significativa ($\beta= -0,068$; $sig= 0,618$) e, portanto, a hipótese é refutada.

Por fim, os resultados demonstram que a relação entre satisfação com a tecnologia e intenção de continuidade de uso da tecnologia é significativa e positiva, porém é uma relação de dependência fraca, com valor de 19,3% ($\beta= 0,193$; $sig= 0,064$).

Na Figura 3, são apresentados os resultados das hipóteses da pesquisa, sendo que cinco hipóteses foram comprovadas ao nível de significância de 95%, uma hipótese foi comprovada para o nível de significância de 90% e três hipóteses não foram confirmadas.

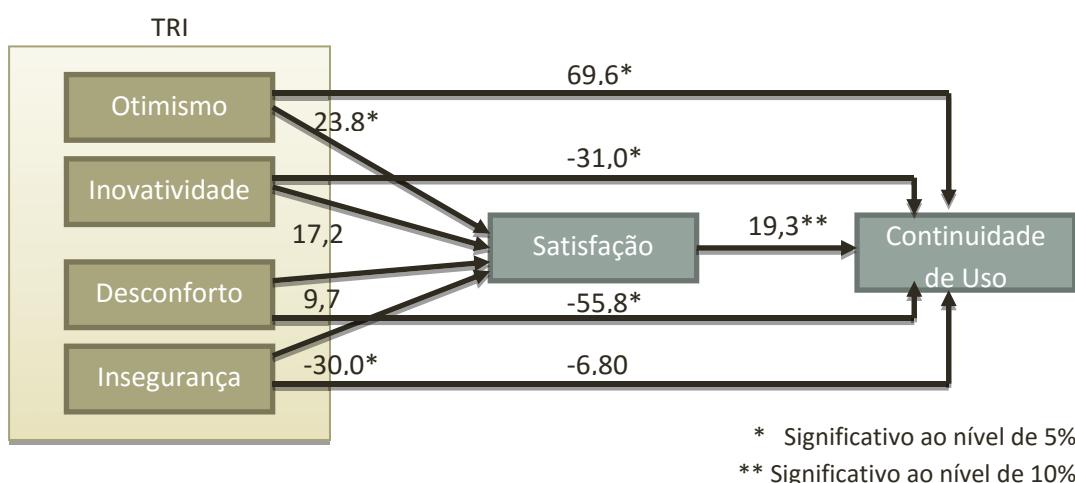


Figura 3 – Resultados das Hipóteses do Estudo

Fonte: Elaborada pelas autoras

Observa-se que, das nove hipóteses propostas nesse estudo, quatro delas foram rejeitadas, mostrando que o construto inovatividade não influencia positivamente na satisfação e intenção de continuidade de uso; o desconforto não impacta negativamente na satisfação com a tecnologia e a insegurança não exerce influência negativa na intenção de continuidade de uso.

Chen, Chen e Chen (2009) desenvolveram anteriormente um estudo semelhante, visando explicar a satisfação e a intenção de continuidade de uso da tecnologia por meio da integração dos modelos de Prontidão Tecnologia - TRI (Parasuraman, 2000), Modelo de Aceitação de Tecnologia – TAM (Davis, 1989) e Teoria do Comportamento Planejado -TPB (Ajzen, 1991).

Considerando a investigação desses autores, verifica-se que as hipóteses apresentaram comportamento semelhante nos dois estudos, sendo que apenas três delas obtiveram resultados diferentes, conforme mostrado na Tabela 4.

Tabela 4 - Comparação de Estudos

Estudo Chen, Chen e Chen (2009)		Presente Estudo	
Relação	Conclusão	Relação	Conclusão
satisfação	← otimismo Suportada ($\beta= 0,29$)	satisfação	← otimismo Suportada ($\beta= 0,24$)
continuidade	← otimismo Suportada ($\beta= 0,13$)	continuidade	← otimismo Suportada ($\beta= 0,70$)
satisfação	← Inovativ. Suportada ($\beta= 0,24$)	satisfação	← Inovativ. Rejeitada ($\beta= 0,17$)
continuidade	← Inovativ. Rejeitada ($\beta= 0,01$)	continuidade	← Inovativ. Rejeitada ($\beta= -0,31$)
satisfação	← desconforto Rejeitada ($\beta= 0,06$)	satisfação	← desconforto Rejeitada ($\beta= 0,10$)
continuidade	← desconforto Rejeitada ($\beta= -0,01$)	continuidade	← desconforto Suportada ($\beta= -0,56$)
satisfação	← insegurança Rejeitada ($\beta= -0,02$)	satisfação	← insegurança Suportada ($\beta= -0,30$)
continuidade	← insegurança Rejeitada ($\beta= -0,08$)	continuidade	← insegurança Rejeitada ($\beta= -0,07$)
continuidade	← satisfação Suportada ($\beta= 0,35$)	continuidade	← satisfação Suportada ($\beta= 0,19$)

Fonte: Elaborada pelas autoras

Em termos de comprovação das hipóteses, houve diferença nas seguintes relações: inovatividade impactar positivamente a satisfação; o desconforto influenciar negativamente a continuidade de uso; e, a insegurança impactar negativamente na satisfação com a tecnologia.

Os resultados apontam que, nos consumidores brasileiros, a inovatividade possui relação inversa com a satisfação, o que não ocorre entre os consumidores de Taiwan que apresentam uma relação direta entre os constructos. Além disso, comprovou-se que os entrevistados da presente pesquisa

relacionam inversamente o desconforto com a intenção de continuidade de uso da tecnologia e a insegurança com a satisfação, o que não ocorreu na pesquisa de Chen, Chen e Chen (2009).

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo teve por objetivo principal identificar as relações entre as dimensões da prontidão tecnológica (inovatividade, otimismo, desconforto e insegurança) com a satisfação e a intenção de continuidade de uso da tecnologia.

Neste sentido, constatou-se que o otimismo é um antecedente da satisfação, num grau de relação de 23,8% (hipótese 1), e também um antecedente da intenção de continuidade (hipótese 2), consistindo numa relação extremamente forte, de grau de 70%. Dessa forma, pessoas otimistas tendem a apresentar maior nível de satisfação e disposição para continuar a usar a tecnologia.

A inovatividade é antecedente da satisfação (hipótese 3) e da continuidade de uso (hipótese 4). A terceira hipótese não foi suportada devido à relação estabelecida entre os construtos não ser significativa. A quarta hipótese não foi confirmada em função da presença de uma relação negativa entre inovatividade e continuidade de uso, ou seja, pessoas inovadoras tendem a não continuar utilizando a tecnologia. Evidências teóricas demonstram que indivíduos inovadores buscam novos produtos constantemente, o que pode justificar a intenção de não continuar usando a tecnologia.

Não se comprovou, pelo critério de significância, que o construto desconforto influencia negativamente a satisfação (hipótese 5), sendo que não se pode afirmar que pessoas que sentem-se oprimidas pela tecnologia e apresentam falta de controle sobre a mesma, tornam-se menos satisfeitas com a tecnologia. Constatou-se que o desconforto impacta negativamente a continuidade de uso (hipótese 6), num grau de relação de 55,8%. Assim, pessoas desconfortáveis em relação à tecnologia tendem a não continuar utilizando a mesma.

A insegurança influencia negativamente a satisfação (hipótese 7), expressa numa relação de grau de 30%. No entanto, não se comprovou que a insegurança impacta negativamente a continuidade de uso (hipótese 8), devido a relação não ser significativa. A satisfação com a tecnologia é antecedente da intenção de continuidade de uso (hipótese 9), apresentando uma relação de grau de 19,3%. Essa constatação corrobora estudos anteriores, que abordam a continuidade de uso como consequente da satisfação com a tecnologia (Bhattacherjee, 2001; Chen, Chen & Chen, 2009; Fialho, Löbler & Lütz, 2010). Dessa forma, ao se alcançar a satisfação com a tecnologia, os indivíduos continuam a utilizá-la,

o que pode levar a comportamentos de lealdade do cliente (Fornell, 1996; Szymanski & Henard, 2001).

Um dos objetivos secundários do trabalho foi o de validar o modelo global. Os resultados obtidos pelo estudo comprovaram a validade do modelo global (união do Índice de Prontidão Tecnológica e Modelo de Pós Aceitação de Tecnologia). As análises realizadas comprovaram que o modelo apresenta bons índices de ajustes, unidimensionalidade, validade convergente e validade discriminante. O cálculo do alpha de Cronbach atestou que os constructos possuem confiabilidade.

Mesmo com o modelo validado, os resultados apontaram que o constructo desconforto necessita de ajustes visto que muitas variáveis foram excluídas e seu índice de confiabilidade atingiu o mínimo necessário ($\alpha=0,50$). Portanto, uma das sugestões desta pesquisa é a de novos estudos que visem aprimorar a mensuração de desconforto com a tecnologia.

Como resposta ao último objetivo do estudo, identificou-se que há grande semelhanças nos estudos desenvolvidos no Brasil e em Taiwan, porém, em três hipóteses ocorreram divergências. O que comprova, mais uma vez, a influência dos aspectos culturais no comportamento dos indivíduos, sendo que neste caso, em comportamentos específicos sobre a utilização de tecnologias.

O estudo apresenta limitações referentes à amostra ser formada apenas por universitários e embora a escala de prontidão tecnológica (TRI) já ter sido utilizada no contexto nacional, nota-se carência de trabalhos com foco único em sua validação e melhoria e que combinem os construtos da escala com constructos de outros modelos. Neste sentido, sugerem-se novos estudos sobre a prontidão tecnológica, satisfação e continuidade de uso, assim como o acréscimo de construtos que podem auxiliar na explicação da adoção e uso de tecnologias.

A investigação da prontidão tecnológica pelos jovens acadêmicos mostrou-se relevante ao contemplar um público que apresenta diferentes formas de interação digital. Observa-se que a amostra da pesquisa se constitui em grande parte de jovens entre 18 e 25 anos, sendo que indivíduos com menos de 22 anos são classificados na geração Z. Essa geração é denominada de “digital” e apresenta o desejo de adquirir produtos inovadores e modernos, no intuito de contribuir para seu status social e para sua autoimagem positiva (Tapscott, 2010).

No estudo se demonstrou que a tecnologia, embora seja amplamente utilizada pelos jovens, apresenta desafios relacionados à satisfação e continuidade de uso, especialmente em função dos traços de personalidade dos indivíduos: otimismo, inovatividade, insegurança e desconforto.

O estudo apontou, também, um aspecto interessante até então não apresentado na grande maioria dos estudos sobre comportamentos de adoção de tecnologias. O grau de inovatividade no comportamento do indivíduo pode ser crucial para produtos e serviços tecnológicos. Pessoas com

poucos traços de inovatividade tendem a rejeitar a inovação, porém, pessoas com elevado nível de inovatividade tende a “enjoar” rapidamente da inovação, apresentando necessidade de outra inovação e, portanto, não estando disposta a continuar utilizando o mesmo produto ou serviço. Em outras palavras, o estudo aponta que deve haver um nível ótimo de inovatividade que beneficie a continuidade de uso.

Nesse sentido, mensurar a propensão para a adoção de tecnologia, satisfação, intenção de continuidade e, principalmente, o grau de inovatividade é o primeiro passo para compreender o comportamento dos consumidores e, assim, inserir no mercado produtos que atendam as necessidades e desejos das pessoas.

REFERÊNCIAS

- Anderson, E. W., & Mittal, V. (2000). Strengthening the satisfaction-profit chain. *Journal of Service Research*, 3(2), 107-120.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50, 179-211.
- Bhattacherjee, A. (2001). Understanding information systems continuance: an expectation confirmation model. *MIS Quarterly*, 25(3), 351-70.
- Costa Filho, B. A., & Pires, P. J. (2005). Avaliação dos fatores relacionados na formação do índice de prontidão à tecnologia - TRI (Technology Readiness Index) como antecedentes do modelo TAM (Technology Acceptance Model). *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa*, Brasília, DF, Brasil, 29.
- Chan, C. L., & Lin, C. L. (2009). Determinants of satisfaction and intention to use self-service technology - technology readiness and computer self-efficacy. *Proceedings of the Fifth International Conference on Intelligent Information Hiding and Multimedia Signal Processing*, 893-897.
- Chen, S. C., Chen, H. H., & Chen, M. F. (2009). Determinants of satisfaction and continuance intention towards self-service technologies. *Industrial Management & Data Systems*, 109(9), 1248-1263.
- Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of user, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Dishaw, M. T., & Strong, D. M. (1999). Extending the technology acceptance model with tasktechnology fit constructs. *Information and Management*, 36, 9-21.
- Ferreira, J. B., & Rocha, A. (2011). Aceitação e prontidão do consumidor para tecnologia: proposta de um novo modelo e teste empírico. *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 35.

Fialho, C. B., Löbler, M. L., & Lutz, C. (2010). Análise da intenção de continuidade de uso de sistemas mandatários e voluntários através do modelo de aceitação continuado de tecnologia de informação. *Anais do Seminário de Administração*, São Paulo, SP, Brasil, 13.

Fornell, C. (1996). The American customer satisfaction index: nature, purpose and findings. *Journal of Marketing*, 58(4), 7-18.

Haga, W. J., & Zviram, M. (1994). Information systems effectiveness: research designs for causal inference. *Journal of Information Systems*, 4, 141-166.

Hair Jr. J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2005). *Análise Multivariada de Dados* (5a ed.). Porto Alegre: Bookman.

Kulviwat, S., Bruner Ii, G. C., Kumar, A., Suzanne, A. N., & Clark, T. (2007). Toward a unified theory of consumer acceptance technology. *Psychology and Marketing*, 24(12), 1059-1084.

Lam, S. Y., Chiang, J., & Parasuraman, A. (2008). The effects of the dimensions of technology readiness on technology acceptance: an empirical analysis. *Journal of Interactive Marketing*, 22(4), 19-39.

Liljander, V., Gillberg, F., Gummerus, J., & Riel, A. (2006). Technology readiness and the evaluation and adoption of selfservice technologies. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 13(3), 177–191.

Lin, C. H., Shih, H. Y., & Sher, P. J. (2007). Integrating technology readiness into technology acceptance: the TRAM model. *Psychology & Marketing*, 24(7), 641–657.

Lin, J. S. C., & Hsieh, P. L. (2007). The influence of technology readiness on satisfaction and behavioral intentions toward self-service technologies. *Computers in Human Behavior*, 23, 1597–1615.

Lunardi, G. L., & Dolci, P. C. (2006). Adoção de tecnologia de informação (TI) e seu impacto no desempenho organizacional: um estudo realizado com micro e pequenas empresas. *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa*, Salvador, BA, Brasil, 30.

Maia, M. de C., & Meirelles, F. (2005). Evasão nos cursos a distância e sua relação com as tecnologias de informação e comunicação. *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa*, Brasília, DF, 29.

Malhotra, N. (2001). *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. Porto Alegre: Bookman.

Meuter, M. L., Ostrom, A. L., Roundtree, R. I., & Bitner, M. J. (2000). Self-service technologies: understanding customer satisfaction with technology-based service encounters. *Journal of Marketing*, 64(3), 50-64.

Mick, D. G., & Fournier, S. (1998). Paradoxes of Technology: Consumer Cognizance, Emotions and Coping Strategies. *Journal of Consumer Research*, 25, 123-143.

Mowen, J. C., & Minor, M. S. (2003). *Comportamento do consumidor*. São Paulo: Prentice Hall.

Nakagawa, S. S. Y. (2008). *A lealdade de consumidores nos ambientes de comércio online e off-line* (Tese de Doutorado). Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.

- Oliver, R. L. (1993). Cognitive, affective, and attribute bases of the satisfaction response. *Journal of Consumer Research*, 20(3), 418-30.
- Oliver, R. L (1997). *Satisfaction*: a behavioral perspective on the consumer. New York: McGraw-Hill.
- Parasuraman, A. (2000). Technology readiness index (TRI): a multiple-item scale to measure readiness to embrace new technologies. *Journal of Service Research*, 2, 307- 320.
- Parasuraman, A., & Colby, C. L. (2001). *Techno-ready marketing*: how and why your customers adopt technology. New York: The Free Press.
- Pestana, M., & Gageiro, J. (2000). *Análise de dados para ciências sociais*. Lisboa: Edições Silabo.
- Rubens, P. (2003). *Eles gastam muito*. Recuperado em 18 outubro, 2012, de www.veja.abril.com.br.
- Son, M., & Han, K. (2011) Beyond the technology adoption: Technology readiness effects on post-adoption behavior. *Journal of Business Research*, 64, 1178–1182.
- Souza, R. V., & Luce, F. B. (2002). *Adoção de produtos e serviços baseados em tecnologia pelo consumidor: uma avaliação da aplicabilidade da Technology Readiness Index no contexto brasileiro* (Dissertação de Mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, Brasil
- Souza, R. V., & Luce, F. B. (2003). Adoção de produtos e serviços baseados em tecnologia: uma avaliação da aplicabilidade do Technology Readiness Index (TRI) no Brasil. *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa*, Atibaia, SP, Brasil, 27.
- Sugianto, L. F., & Tojib, D. R. (2006). Modelling User Satisfaction with an Employee Portal. *International Journal of Business and Information*, 1(2), 239-255.
- Szymanski, D. M., & Henard, D. H. (2001). Customer satisfaction: a meta-analysys of the empirical evidence, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 29(1), 16-35.
- Tapscott, D. (2010). *A hora da geração digital*: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos. Rio de Janeiro: Agir Negócios.
- Trepton, D. (2003). *Inventando moda*: planejamento de coleção (2a ed.). Brusque: D.Trepton.
- Westjohn, S. A., & Arnold, M. J. (2009). Technology readiness and usage: a global-identity Perspective. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 37, 250-265.
- Wu, J. H., & Wang, Y. M. (2007). Measuring ERP success: the key-users' viewpoint of the ERP to produce a viable IS in the organization. *Computers in Human Behavior*, 23(3), 1582-96.
- Zanardo, A., & Dadalto, M. C. (2010). Análise do Comportamento do Consumidor Inovador. *Anais do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste*, Vitória, ES, Brasil, 15.
- Zviran, M., Pliskin, N., & Levin, R. (2005). Measuring user satisfaction and perceived usefulness in the ERP context. *Journal of Computer Information Systems*, 45(3), 43-52.

UNDERSTANDING OF SATISFACTION AND INTENTION OF CONTINUITY OF USE OF TECHNOLOGY THROUGH THE INDEX OF TECHNOLOGICAL READINESS

ABSTRACT

In the current context, there is a growing trend of highly sophisticated technology products for consumption. For this reason is necessary to investigate the consumers' adoption of technologies. The present study aims to investigate the influence of technological readiness (optimism, innovativeness, discomfort and insecurity) on satisfaction and intent to continue to use technology. To this end, we conducted a descriptive study with 250 college students, using two theoretical models, the Technology Readiness Index (TRI), proposed by Parasuraman (2000) and the Post Acceptance Model (PAM) developed by Bhattacherjee (2001). The results, analyzed by Structural Equation Modeling showed that: optimism positively influences satisfaction and intention to continue; discomfort negatively impacts the intention of continuity; insecurity negatively influences satisfaction, and satisfaction is the antecedent of intention continuity. And that, contrary to what was expected, innovativeness has a significant relationship with the intention of continuity, but in reverse, ie, people with a high level of innovativeness tend not continue to use the technology. In short, the study found that the rate of technological readiness is an antecedent of satisfaction and intention to continue to use technology.

Key words: Technological Readiness, Satisfaction; Continuity of use.

Data do recebimento do artigo: 15/12/2013

Data do aceite de publicação: 15/07/2014