



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CARIRI
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
MESTRADO ACADÊMICO EM ADMINISTRAÇÃO

LUANDA CAROL DE SOUSA FERNANDES

**FATORES QUE INFLUENCIAM A ADOÇÃO DE PLATAFORMAS DE APOSTAS
ONLINE**

JUAZEIRO DO NORTE

2026

LUANDA CAROL DE SOUSA FERNANDES

FATORES QUE INFLUENCIAM A ADOÇÃO DE PLATAFORMAS DE APOSTAS
ONLINE

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Acadêmico em Administração do Programa de Pós-Graduação em Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Cariri, como requisito à obtenção do título de mestre em Administração.

Linha de Pesquisa: Mercado e Inovação

Orientador: Mateus Ferreira

JUAZEIRO DO NORTE

2026

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Cariri
Sistema de Bibliotecas

F363f Fernandes, Luanda Carol de Sousa.

Fatores que influenciam a adoção de plataformas de apostas *online* /
Luanda Carol de Sousa Fernandes. - 2026.
105 f. il.: color. 30 cm.
(Inclui bibliografia, p.77-85).

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Cariri, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA), Juazeiro do Norte, 2026.

Orientador: Prof. Dr. Mateus Ferreira

1. Apostas online. 2. UTAUT3. 3. Risco percebido . 4. Retorno percebido
5. Intenção de uso I. Ferreira, Mateus - orientador. II. Título.

CDD 650

Bibliotecária: Maria Eliziana Pereira de Sousa – CRB 15/564

LUANDA CAROL DE SOUSA FERNANDES

FATORES QUE INFLUENCIAM A ADOÇÃO DE PLATAFORMAS DE APOSTAS
ONLINE

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Acadêmico em Administração do Programa de Pós-Graduação em Administração do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Cariri, como requisito à obtenção do título de mestre em Administração.

Aprovada em: 24 de março de 2026

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Mateus Ferreira (Orientador)
Universidade Federal do Cariri (UFCA)

Prof. Dr. Allysson Allex de Paula Araújo
Universidade Federal do Cariri (UFCA)

Prof. Dr. Diego de Sousa Guerra
Universidade Federal do Cariri (UFCA)

Prof. Dr. Márcio de Oliveira Mota
Universidade Estadual do Ceará (UECE)

AGRADECIMENTOS

Inicialmente, agradeço a Deus pela oportunidade de concluir esta etapa tão importante da minha vida, bem como por todas as bênçãos concedidas ao longo dessa trajetória. Agradeço também ao meu cônjuge, Ernandes Guedes Moura, pelo apoio constante durante essa jornada, mesmo diante das dificuldades impostas pela distância, cuja contribuição foi essencial.

Expresso minha gratidão ao meu orientador, prof. Dr. Mateus Ferreira, que, apesar de sua agenda apertada, sempre se mostrou disponível para esclarecer dúvidas e conduzir reuniões, demonstrando paciência, sensibilidade e comprometimento ao longo de todo o processo; sou profundamente grata por tê-lo como orientador.

Agradeço, ainda, à minha família pelo apoio incondicional, especialmente à minha mãe, Neuracelia Silva de Sousa Fernandes, e à minha irmã, Eva de Sousa Fernandes, que esteve sempre presente para dialogar, apoiar e colaborar na divulgação da pesquisa. Às minhas irmãs, Luma Carla de Sousa Fernandes e Larissa de Sousa Fernandes, agradeço o apoio e as conversas ao longo dessa caminhada. À minha segunda mãe, Francilene Martins Fernandes Lima, e ao meu pai, Otoniel Santana Lima, registro minha gratidão pelo cuidado e pela constante preocupação.

Agradeço também aos meus colegas de trabalho do IFMA Campus Barra do Corda, em especial ao meu amigo Jeziel, que sempre me acolheu em sua casa durante as idas e vindas para Juazeiro do Norte, e à Ana Lourdes, pelo carinho, incentivo e apoio na divulgação da pesquisa, estendendo esse agradecimento a todos os colegas do campus que me acompanharam nesse período.

Agradeço a minha amiga Rosalynn, com quem dividi apartamento no primeiro ano do mestrado, período em que compartilhamos momentos de aprendizado, desafios e conquistas que tornaram essa trajetória mais leve e significativa. Estendo um agradecimento especial à minha amiga Cristiane Vilar, pelo carinho, apoio e presença constante ao longo de toda essa jornada, bem como a todos os colegas que contribuíram com a coleta de dados e aos colegas do mestrado, com quem tive a satisfação de conviver em uma turma marcada pela união e pelo companheirismo.

Agradeço ao Prof. Dr. Diego de Sousa Guerra, ao Prof. Dr. Márcio de Oliveira Mota e ao Prof. Dr. Allysson Alex de Paula Araújo pela participação na banca e pelas valiosas contribuições apresentadas.

Por fim, agradeço ao Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) e a todos os professores que fizeram parte dessa trajetória, em especial ao prof. Dr. Ives Romero Tavares do Nascimento, ao prof. Dr. Elias Pereira Lopes Junior, à prof^a Dra. Beatriz Gondim Matos e

ao prof. Dr. Marcus Vinicius de Oliveira Brasil, bem como aos demais docentes que contribuíram de forma significativa para a minha formação acadêmica e pessoal.

RESUMO

Este estudo teve como objetivo analisar os fatores que influenciam a intenção de utilização de plataformas de apostas online, a partir de uma ampliação do modelo UTAUT3 pela incorporação de variáveis relacionadas ao risco percebido, retorno percebido, autocontrole e conhecimento financeiro. Para isso, foi realizada uma pesquisa quantitativa por meio da aplicação de um questionário estruturado a usuários de plataformas de apostas online, resultando em uma amostra final composta por 200 respondentes válidos. Os dados foram analisados por meio da Modelagem de Equações Estruturais baseada em mínimos quadrados parciais (PLS-SEM), contemplando a avaliação do modelo de mensuração e do modelo estrutural. De modo geral, os resultados mostram que a intenção de utilização de plataformas de apostas online é influenciada por uma combinação de fatores relacionados à aceitação tecnológica, às percepções de risco e às expectativas de retorno financeiro. Como contribuição, o estudo amplia a aplicação do modelo UTAUT3 no contexto das apostas online e integra variáveis oriundas da literatura de comportamento do consumidor em ambientes de risco. Em termos práticos, os resultados indicam que a decisão de utilizar plataformas de apostas envolve uma avaliação simultânea entre potenciais benefícios e riscos percebidos, evidenciando a complexidade do processo decisório dos usuários em ambientes digitais de jogo.

Palavras-chave: Apostas online; Intenção de uso; UTAUT3; Risco percebido; Retorno percebido.

ABSTRACT

This study aimed to analyze the factors that influence the intention to use online betting platforms through an extended version of the UTAUT3 model, incorporating additional variables related to perceived risk, perceived return, self-control, and financial knowledge. A quantitative research design was adopted, using a structured questionnaire applied to users of online betting platforms. The final sample consisted of 200 valid respondents. The data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), including the evaluation of both the measurement model and the structural model. Overall, the results suggest that the intention to use online betting platforms is influenced by a combination of factors related to technology acceptance, perceptions of risk, and expectations of financial return. As a contribution, the study extends the application of the UTAUT3 model to the context of online betting and integrates variables from the consumer behavior literature in risk-related environments. From a practical perspective, the findings indicate that the decision to use online betting platforms involves a simultaneous evaluation of potential benefits and perceived risks, highlighting the complexity of users' decision-making processes in digital gambling environments.

Keywords: Online betting; Behavioral intention; UTAUT3; Perceived risk; Perceived return.

LISTA DE QUADROS

Quadro 01: Aplicação da UTAUT em jogos de azar/aposta online.....	32
Quadro 02: Aplicação da UTAUT em games online.....	32
Quadro 03: Construtos e itens de mensuração adaptados ao contexto dos jogos de azar online.....	41
Quadro 04: Definições constitutivas dos construtos do modelo de pesquisa	43
Quadro 05: Resumo de resultados da análise de hipóteses	69

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Modelo TAM	20
Figura 02: Modelo de Aceitação da Tecnologia Estendida - TAM2	22
Figura 03: Teoria unificada de aceitação e uso da tecnologia (UTAUT)	25
Figura 04: Modelo Integrado de Aceitação de Tecnologia (TAM3)	27
Figura 05: Modelo UTAUT2	29
Figura 06: Modelo UTAUT3	31
Figura 07: Modelo de investigação proposto, compreendendo todas as hipóteses acima descritas	37
Figura 08: Análise Fatorial Confirmatória (CFA)	53
Figura 09: Teste de significância estatística dos construtos	55
Figura 10: Análise Fatorial Confirmatória (CFA) após a exclusão de alguns itens	59
Figura 11: Modelo estrutural e relações entre variáveis (PLS-SEM)	64
Figura 12: Significância estatística dos coeficientes de caminho estimados por <i>bootstrapping</i>	67

LISTA DE TABELAS

Tabela 01: Média e Desvio-Padrão	51
Tabela 02: Confiabilidade composta e variância média extraída (AVE) dos construtos	56
Tabela 03: Matriz de cargas cruzadas (<i>cross loadings</i>) dos construtos	57
Tabela 04: Confiabilidade composta e variância média extraída (AVE) dos construtos	60
Tabela 05: Matriz de correlações entre as variáveis latentes da Análise Fatorial Confirmatória (n=200)	61
Tabela 06: Matriz de cargas cruzadas (<i>cross loadings</i>) dos construtos	62
Tabela 07: Teste do fator único de Harman para avaliação do viés de método comum	63
Tabela 08: Matriz de correlações entre as variáveis latentes do Modelo Estrutural (n=200) .	65
Tabela 09: Confiabilidade composta (CR) e variância média extraída (AVE) dos construtos....	66
Tabela 10: Resultados da avaliação do modelo estrutural (PLS-SEM)	68

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

C-TAM-TPB	Versão combinada TAM-TPB (Combined TAM-TPB)
IDT	Teoria da Difusão da Inovação (Innovation Diffusion Theory)
LCS	Sistema de Gravação de Aulas (Lecture Capture System)
MM	Modelo Motivacional (Motivational Model)
MPCU	Modelo de Utilização de PCs (Model of PC Utilization)
PLS-SEM	Partial Least Squares Structural Equation Modeling
SCT	Teoria Cognitiva Social (Social Cognitive Theory)
SmartPLS	Software estatístico utilizado para estimar modelos de Modelagem de Equações Estruturais baseada em Mínimos Quadrados Parciais (PLS-SEM)
TAM	Modelo de Aceitação de Tecnologia (Technology Acceptance Model)
TAM	Technology Acceptance Model (Modelo de Aceitação de Tecnologia)
TAM2	Technology Acceptance Model 2 (Modelo de Aceitação de Tecnologia 2)
TAM3	Technology Acceptance Model 3 (Modelo integrado de Aceitação de Tecnologia 3)
TCLE	Termo de consentimento livre e esclarecido
TPB	Teoria do Comportamento Planejado (Theory of Planned Behavior)
TRA	Teoria da Ação Racional (Theory of Reasoned Action)
UTAUT	Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Teoria Unificada de Aceitação e Uso de Tecnologia)
UTAUT2	Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (Teoria Unificada de Aceitação e Uso de Tecnologia 2)
UTAUT3	Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 3 (Teoria Unificada de Aceitação e Uso de Tecnologia 3)

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
1.1 Contextualização	12
1.2 Lacuna	13
1.3 Pergunta de Pesquisa	15
1.4 Objetivos.....	15
1.4.1 <i>Objetivo geral</i>	15
1.4.2 <i>Objetivos específicos</i>	16
1.5 Justificativa e relevância da pesquisa	16
1.6 Estrutura da dissertação	17
2. REVISÃO DE LITERATURA	18
2.1 Evolução dos jogos de apostas online	18
2.2 Jogos de azar no Brasil	19
2.3 Evolução dos modelos e teorias de aceitação de tecnologia	20
2.4 Modelos e teorias de aceitação de tecnologia no contexto de apostas online	29
3. MODELO/HIPÓTESES.....	32
3.1 Conhecimento financeiro.....	33
3.2 Autocontrole	35
3.3 Risco percebido	36
3.4 Retorno percebido.....	38
4. MÉTODO.....	39
4.1 Caracterização da pesquisa.....	39
4.2 População e Amostra	40
4.2.1 <i>Processo de amostragem e amostra da pesquisa</i>	40
4.3 Materiais	40
4.3.1 <i>Definição dos Construtos</i>	40
4.3.2 <i>Descrição do Instrumento de coleta de dados</i>	42
4.4 Procedimentos de Coleta	46
4.4.1 <i>Pré-teste</i>	46
4.4.2 <i>Aplicação do questionário e Coleta de dados</i>	47
4.5 Procedimentos de Análise Estatística dos Dados	47
4.5.1 <i>Análise Descritiva</i>	48
4.5.2 <i>Análise Multivariada</i>	48
5. ANÁLISE DOS RESULTADOS	50
5.1 Estatística Descritiva	50
5.2 Análise Multivariada	52
5.2.1 <i>Validação do Modelo – Análise Fatorial Confirmatória</i>	53

5.2.2 Validação do Modelo Estrutural	63
6. DISCUSSÕES DOS RESULTADOS	70
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	74
REFERÊNCIAS	77

1. INTRODUÇÃO

Nesta introdução são apresentados os elementos fundamentais que orientam o desenvolvimento desta dissertação. Inicialmente, foi realizada a contextualização do tema de pesquisa, seguida da identificação da lacuna teórica presente na literatura. Em seguida, são apresentados a pergunta de pesquisa e os objetivos do estudo, contemplando o objetivo geral e os objetivos específicos que direcionam a investigação. Posteriormente, discutiu-se a justificativa e a relevância da pesquisa, evidenciando suas contribuições teóricas e práticas. Por fim, é apresentada a estrutura do trabalho, descrevendo de forma sintética a organização dos capítulos que compõem o trabalho.

1.1 Contextualização

O jogo de azar é uma prática milenar, entre as formas mais antigas de entretenimento humano, oferecendo a possibilidade de ganhos financeiros significativos ou prêmios de destaque (Konietzny *et al.*, 2019). Com a popularização da Internet, essas atividades migraram para o ambiente digital, tornando-se amplamente acessíveis e consolidando-se como um componente comum da vida online contemporânea (Konietzny; Caruana, 2021).

A digitalização transformou mercados e padrões de consumo, alterando o comportamento dos usuários e criando oportunidades para a realização de apostas, que podem ser feitas de forma instantânea e contínua, principalmente via smartphones. Esse processo reduziu custos de transação, aumentou a eficiência informacional e intensificou a dinâmica das apostas, tornando-as mais rápidas e constantemente disponíveis (Hing *et al.*, 2024; Torrance *et al.*, 2024; Vandenbruaene *et al.*, 2025).

No Brasil, entre janeiro e julho de 2024, aproximadamente 25 milhões de pessoas passaram a realizar apostas online. Dados de levantamento realizado pelo Instituto Locomotiva indicam que, entre os apostadores entrevistados, 86% relataram problemas relacionados a dívidas e 64% estavam negativados em serviços de proteção ao crédito, como a Serasa (Instituto Locomotiva, 2024).

Estima-se que aproximadamente 10,9 milhões de brasileiros com mais de 14 anos apostem em níveis capazes de comprometer seu bem-estar físico, psicológico ou financeiro, sendo 1,4 milhão diagnosticados com transtorno do jogo, condição comparável à dependência de substâncias (UNIFESP, 2024).

O setor de apostas digitais movimentou cerca de R\$37,9 bilhões em publicidade, um crescimento de 192% em relação ao ano anterior, impulsionado pelo uso intensivo de

smartphones e redes sociais (Poder360, 2024). Em escala macroeconômica, estimativas do Banco Central apontam que, em 2024, famílias brasileiras destinaram aproximadamente R\$ 240 bilhões às apostas em 2024 (CNC,2025). Esse redirecionamento de recursos reduziu o desempenho do varejo, que deixou de faturar cerca de R\$ 103 bilhões no período, além de contribuir para que 1,8 milhão de brasileiros entrassem em situação de inadimplência, com maior incidência entre famílias de baixa renda, cuja taxa de inadimplência subiu de 26% em janeiro para 29% em dezembro de 2024. Assim, a expansão das apostas online no contexto brasileiro evidencia impactos econômicos, sociais e comportamentais relevantes, reforçando a necessidade de estudos que aprofundem a compreensão desse fenômeno.

1.2 Lacuna

Mesmo sendo uma atividade amplamente difundida e economicamente relevante em diversos países, os jogos de azar online ainda ocupam espaço limitado na literatura de marketing e comportamento do consumidor. Embora os estudos tenham avançado na compreensão do jogo problemático e de seus efeitos sociais, o fenômeno das apostas permanece menos explorado sob a ótica do consumo e da tomada de decisão do usuário. Nesse sentido, pesquisas indicam que, apesar da expansão acelerada do setor e do crescimento das plataformas digitais, ainda é restrito o número de investigações voltadas a compreender os fatores que levam os consumidores a utilizar serviços de apostas online (Fortes; Moreira; Saraiva, 2016; Konietzny; Caruana, 2021). Essa lacuna torna-se ainda mais relevante diante da digitalização do mercado, que ampliou o acesso, a conveniência e a presença cotidiana desse tipo de entretenimento mediado por tecnologia.

Paralelamente, a Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) e suas extensões consolidaram-se como estruturas teóricas amplamente utilizadas para explicar a adoção de tecnologias em diferentes contextos. Diversos estudos aplicaram esses modelos em ambientes como educação, serviços financeiros digitais, internet banking, pagamentos móveis e sistemas de saúde, evidenciando sua capacidade explicativa em relação à intenção de uso de novas tecnologias (Ammenwerth, 2019; Rahi et al., 2019; Al-Saedi et al., 2020; Andrews; Ward; Yoon, 2021; Chatterjee et al., 2021; Chand et al., 2022; Ali; Warraich, 2023; Kahnbach et al., 2024; Xue; Rashid; Sha, 2024). A evolução do modelo, especialmente com a proposta do UTAUT2, ampliou sua aplicabilidade para o contexto do consumidor ao incorporar construtos como motivação hedônica, valor do preço e hábito, reconhecendo que a adoção de tecnologias também pode estar associada a experiências de consumo e entretenimento (Venkatesh et al., 2012).

No universo dos jogos digitais, diferentes pesquisas têm recorrido ao UTAUT2 para analisar a adesão a modalidades variadas de entretenimento online. Estudos como os de Giglio et al. (2017), Ramírez-Correa et al. (2019) e Erdoğan (2023) investigaram jogos eletrônicos e jogos móveis recreativos, destacando a influência de fatores como motivação hedônica, expectativa de desempenho e influência social sobre a intenção de uso. Outros trabalhos ampliaram essa aplicação para cenários específicos, como jogos baseados em blockchain do tipo play to earn (Pequeña et al., 2023), fantasy sports (Baber et al., 2024) e jogos do tipo gacha (Indah; Handayani, 2024), reforçando a utilidade dos modelos de aceitação tecnológica para compreender comportamentos em ambientes digitais de entretenimento.

Quando se observa especificamente o segmento dos jogos de azar online, a literatura também tem avançado, na aplicação desses modelos. Konietzny e Caruana (2021), por exemplo, investigaram os motivadores da intenção de apostar online em contexto recreativo, utilizando o UTAUT2 como base teórica e propondo extensões adicionais. Os autores incorporaram ao modelo as variáveis prazer antecipado e justiça percebida, ampliando a compreensão dos fatores psicológicos envolvidos nesse tipo de comportamento.

Mais recentemente, Antonio *et al.* (2025), ao empregarem uma extensão do UTAUT3 no contexto de jogos de aposta online entre integrantes da Geração Z e *Millennials* nas Filipinas, evidenciaram que fatores como risco percebido e retorno esperado exercem papel relevante na decisão de apostar, uma vez que os indivíduos tendem a ponderar simultaneamente a possibilidade de ganhos financeiros e as perdas potenciais associadas à atividade. Esses achados mostram que, embora o UTAUT3 apresente forte capacidade explicativa da intenção de uso em diferentes ambientes tecnológicos, seus construtos concentram-se predominantemente em dimensões utilitárias, sociais e comportamentais da adoção. No caso das plataformas de apostas online, entretanto, a decisão de uso envolve elementos adicionais relacionados à incerteza financeira, à expectativa de recompensa monetária e à capacidade de autocontrole do indivíduo.

Dessa forma, a inclusão das variáveis risco percebido, retorno percebido e autocontrole e conhecimento financeiro mostra-se teoricamente pertinente. O risco percebido pode reduzir a intenção de uso ao refletir preocupações com perdas financeiras, insegurança nas transações e possíveis consequências emocionais decorrentes da atividade (Antonio *et al.* 2025). O retorno percebido, por sua vez, representa a expectativa subjetiva de ganhos econômicos futuros, funcionando como importante motivador da prática de apostar, característica recorrente nesse mercado (Konietzny; Caruana, 2021). Já o autocontrole refere-se à capacidade do indivíduo de resistir a impulsos imediatos e regular seu comportamento diante de estímulos constantes,

recompensas rápidas e facilidade de acesso. Evidências indicam que níveis mais elevados de autocontrole estão associados a decisões financeiras mais equilibradas e a comportamentos econômicos mais saudáveis (Strömbäck et al., 2017). Assim, tais variáveis ampliam o alcance explicativo do UTAUT3 ao incorporar dimensões psicológicas e financeiras particularmente relevantes no contexto das *bets*.

Apesar dos avanços observados, a literatura ainda oferece espaço para maior integração entre fatores tecnológicos, psicológicos e financeiros em um mesmo modelo analítico aplicado ao comportamento de aposta. Em muitos casos, os estudos concentram-se na aceitação da tecnologia ou nos aspectos hedônicos da experiência de jogo, deixando em segundo plano processos cognitivos relacionados à avaliação de risco, expectativa de retorno e mecanismos de autorregulação individual e o conhecimento financeiro. Essa limitação reforça a necessidade de expandir os modelos teóricos utilizados para compreender o comportamento dos usuários em ambientes de apostas digitais.

Diante desse cenário, torna-se pertinente avançar na aplicação dos modelos de aceitação tecnológica em contextos marcados por maior complexidade comportamental, como as plataformas de apostas online. A incorporação de variáveis como risco percebido, retorno percebido, autocontrole e conhecimento financeiro pode contribuir para uma compreensão mais aprofundada dos fatores que influenciam a intenção de uso dessas plataformas, permitindo o desenvolvimento de modelos explicativos mais aderentes à realidade de ambientes digitais que combinam entretenimento, decisões sob risco e expectativas de ganhos monetários.

1.3 Pergunta de Pesquisa

Para tanto, buscou-se neste trabalho responder o seguinte pergunta de pesquisa: quais fatores que influenciam a intenção de uso de plataformas de apostas online entre os usuários brasileiros?

1.4 Objetivos

Para responder à pergunta levantada, estabeleceram-se o objetivo geral e os objetivos específicos, conforme descrito a seguir.

1.4.1 Objetivo geral

Investigar os fatores que influenciam a utilização de plataformas de apostas online por meio de modelo estendido da UTAUT3, incorporando variáveis como percepção de risco, retorno percebido, conhecimento financeiro e autocontrole.

1.4.2 Objetivos específicos

Para que se atinja o objetivo geral, os seguintes objetivos específicos foram traçados:

- Aplicar e validar o modelo estendido da Teoria Unificada de Aceitação e Uso de Tecnologia (UTAUT3) no contexto das plataformas de apostas online no Brasil.
- Examinar a influência das variáveis percepção de risco, retorno percebido, conhecimento financeiro e autocontrole sobre a intenção de uso das plataformas de apostas online brasileiras.
- Identificar os principais determinantes da intenção de utilização das plataformas de apostas online entre consumidores brasileiros.

1.5 Justificativa e relevância da pesquisa

Este estudo apresenta relevância científica ao ampliar a aplicação do modelo UTAUT3 por meio da incorporação de variáveis comportamentais e financeiras, como risco percebido, retorno percebido, autocontrole e conhecimento financeiro. Embora os modelos de aceitação tecnológica sejam amplamente empregados para explicar a adoção de sistemas digitais, sua aplicação tende a concentrar-se em fatores utilitários, sociais e operacionais da tecnologia, nem sempre contemplando de forma suficiente contextos em que o uso envolve simultaneamente entretenimento, exposição ao risco econômico e decisões de consumo mediadas por plataformas digitais.

No caso específico das apostas online, a intenção de uso não depende apenas da percepção de utilidade ou facilidade da plataforma, mas também da forma como os indivíduos avaliam possíveis ganhos, percebem perdas potenciais, controlam impulsos e mobilizam conhecimentos financeiros para decidir. Nesse sentido, ao integrar a literatura de aceitação tecnológica com perspectivas relacionadas ao comportamento do consumidor e à tomada de decisão sob risco, esta pesquisa contribui para uma compreensão mais abrangente dos fatores que influenciam a utilização de plataformas de apostas online. Além de avançar teoricamente ao propor um modelo explicativo mais aderente às particularidades desse mercado, o estudo também amplia o debate sobre adoção tecnológica em ambientes digitais caracterizados por maior complexidade comportamental.

No campo prático, os resultados oferecem contribuições relevantes especialmente para órgãos reguladores e formuladores de políticas públicas envolvidos na supervisão do mercado de apostas online. A compreensão de como fatores como risco percebido, expectativas de retorno, autocontrole e conhecimento financeiro influenciam a intenção de uso das plataformas pode auxiliar no aprimoramento das regulamentações já existentes, tornando-as mais aderentes

ao comportamento real dos usuários e às especificidades desse ambiente digital.

Além disso, os achados podem subsidiar a formulação de políticas voltadas à proteção do consumidor, à prevenção de práticas potencialmente nocivas e ao fortalecimento de mecanismos de transparência informacional. Isso envolve, por exemplo, diretrizes relacionadas à comunicação clara dos riscos, à publicidade responsável, à definição de limites operacionais, à adoção de ferramentas de autoexclusão e ao desenvolvimento de ações educativas voltadas ao uso consciente dessas plataformas. Dessa forma, o estudo contribui para que o processo regulatório não se restrinja apenas a aspectos tributários ou operacionais, mas também incorpore dimensões comportamentais relevantes para a construção de um mercado mais equilibrado, seguro e socialmente responsável.

Além das contribuições teóricas e regulatórias, esta pesquisa também apresenta relevância social ao se alinhar ao Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 3 (ODS 3) da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas, voltado à promoção da saúde e do bem-estar. Tal alinhamento torna-se especialmente importante ao considerar que o uso problemático de plataformas de apostas online pode estar associado ao endividamento, ao sofrimento emocional, à perda de autocontrole e a outros impactos sobre a saúde mental. Assim, compreender os fatores que influenciam a intenção de uso dessas tecnologias pode apoiar ações preventivas e estratégias regulatórias mais eficazes. Nesse sentido, o estudo contribui para fortalecer o debate sobre o uso responsável de tecnologias digitais e para a construção de políticas capazes de conciliar inovação, proteção do consumidor e bem-estar social.

1.6 Estrutura da dissertação

A presente pesquisa está estruturada de modo a assegurar clareza, coerência e progressão lógica da investigação. O Capítulo a seguir reúne a revisão de literatura, abrangendo três eixos principais: a evolução dos jogos de apostas online, a trajetória dos jogos de azar no Brasil e a evolução dos modelos e teorias de aceitação de tecnologia. O terceiro capítulo expõe o modelo de investigação e as hipóteses formuladas a partir do referencial teórico, seguido por capítulo com a metodologia, que está subdividido em caracterização da pesquisa, população e amostra, instrumento de coleta, pré-teste, e procedimentos de análise de dados. Por fim, seguem os capítulos com análise dos resultados, discussões e considerações finais.

2. REVISÃO DE LITERATURA

Esta revisão de literatura tem como objetivo fornecer o contexto necessário para a pesquisa, iniciando pela análise dos jogos de apostas online, considerando tanto a perspectiva global quanto o cenário brasileiro. Em seguida, discute-se a evolução dos modelos de aceitação de tecnologia até chegar à versão utilizada neste estudo, o UTAUT, finalizando com a apresentação do modelo teórico e das hipóteses formuladas.

2.1 Evolução dos jogos de apostas online

Os jogos de azar online consolidaram-se como uma nova fronteira da indústria do entretenimento a partir de meados da década de 1990, impulsionados por avanços tecnológicos como o desenvolvimento de softwares de jogos pela Microgaming (1994/1995) e de protocolos de segurança financeira pela CryptoLogic (1995). O primeiro registro de aposta real ocorreu em outubro de 1995, com a compra de bilhetes de loteria pela internet na Liechtenstein International Lottery (Williams; Wood, 2007). Nesse mesmo período, surgiram os primeiros cassinos virtuais e se popularizaram as apostas esportivas e loterias online, viabilizadas pela expansão da internet e pela maior confiabilidade nas transações eletrônicas (Griffiths *et al.*, 2007).

A partir de 1996, o setor experimentou um crescimento vertiginoso, especialmente em países com regulamentações permissivas como Antígua e Curaçao, culminando no lançamento do InterCasino, o primeiro cassino online a aceitar apostas com dinheiro real. Entre 1996 e 2002, o número de sites ativos saltou de 15 para mais de 1.800. Ao longo desse processo, observou-se uma significativa diversificação das modalidades oferecidas, com o surgimento de bingo online (1998), salas de pôquer como a PlanetPoker (1998) e sites de backgammon e jogos de habilidade, como TrueMoneyGames (2001) e King.com (2004).

Com a criação de plataformas de troca de apostas como a BetFair, no ano 2000, o mercado de jogos online diversificou significativamente suas possibilidades. Um exemplo marcante desse crescimento foi o pôquer online, cuja receita saltou de US\$ 365 milhões em 2000 para US\$ 2,4 bilhões em 2006, impulsionada pela visibilidade alcançada em eventos como a World Series of Poker (Christiansen Capital Advisors, 2005). À medida que o setor evoluiu passaram a ser incorporadas novas modalidades, como as apostas em índices financeiros, e a oferta expandiu-se para plataformas móveis e televisão interativa (Williams; Wood, 2007). Simultaneamente, estratégias de marketing digital, como bônus de boas-vindas e programas de afiliados, tornaram-se essenciais para a atração de apostadores (Griffiths *et al.*, 2007). Em 2010,

o setor já contava com 2.679 sites de jogos de azar operados por 665 empresas distintas (H2 Gambling Capital, 2013).

2.2 Jogos de azar no Brasil

Historicamente, o tratamento jurídico conferido aos jogos de azar no Brasil foi marcado por alternâncias entre restrição e flexibilização, acompanhando mudanças políticas, econômicas e sociais ao longo do tempo. O Decreto-Lei nº 9.215, de 1946, proibiu a exploração e a prática dos jogos de azar em todo o território nacional. Anos depois, a Lei nº 5.768, de 1971, ao regulamentar promoções comerciais baseadas em sorteios e concursos, preservou essa orientação proibitiva, sem promover abertura relevante para a legalização das apostas.

Um movimento mais recente de mudança normativa ocorreu com a Lei nº 13.756, de 2018, que, além de destinar receitas lotéricas ao Fundo Nacional de Segurança Pública, instituiu a modalidade denominada aposta de quota fixa. Nessa modalidade, o valor do prêmio é previamente definido conforme o prognóstico realizado pelo apostador. Posteriormente, a Medida Provisória nº 1.182/2023 aprofundou a disciplina do tema ao tratar de aspectos operacionais relacionados, sobretudo, às apostas vinculadas a eventos esportivos reais.

Enquanto esse processo regulatório avançava, o mercado brasileiro de apostas digitais expandia-se rapidamente, tanto em número de operadores quanto em volume de usuários. Dados divulgados pelo UOL (2024), com base em levantamentos da Sports Value e da GWI, apontaram que 22% dos brasileiros utilizaram plataformas de apostas online em 2024, percentual superior ao observado no Reino Unido (19%). Em complemento, pesquisa Datafolha realizada em dezembro de 2023 indicou que 15% da população brasileira afirmou já ter apostado em plataformas esportivas digitais, com maior incidência entre homens e jovens.

A expansão do setor também passou a ser percebida em diferentes espaços sociais e culturais. No esporte, por exemplo, as casas de apostas ampliaram sua presença como patrocinadoras de clubes de futebol profissional. Segundo informações do GE/Globo (2025), todos os clubes da Série A do Campeonato Brasileiro passaram a contar com marcas do setor, muitas delas ocupando o espaço principal nas camisas. Em manifestações culturais, como o Carnaval, empresas de apostas intensificaram investimentos em escolas de samba, blocos de rua e eventos populares (O Globo, 2024). No Nordeste, sua presença também alcançou as vaquejadas, por meio do patrocínio a competidores, influenciadores e competições regionais (G1, 2025).

Esse contexto revela que as plataformas de apostas ultrapassaram a condição de simples ofertantes de jogos, assumindo papel relevante como agentes econômicos e comunicacionais

capazes de influenciar práticas esportivas, festividades populares e identidades regionais. À medida que essa inserção se ampliou, cresceram também preocupações relacionadas à proteção dos consumidores, à publicidade do setor, à prevenção de fraudes e aos possíveis impactos sociais da atividade. Como consequência, intensificou-se o debate público sobre a necessidade de regras mais claras e mecanismos permanentes de supervisão.

Nesse cenário, a Lei nº 14.790, de 2023, representou um passo decisivo na consolidação do marco regulatório das apostas de quota fixa no Brasil. A norma ampliou o alcance da legislação anterior ao incluir eventos virtuais realizados em jogos online, cujos resultados decorrem de sistemas aleatórios. Além disso, reconheceu a atividade como modalidade lotérica passível de exploração privada mediante autorização estatal, em regime concorrencial. A partir desse novo arranjo institucional, o Ministério da Fazenda assumiu a competência regulatória do setor e criou, em 2024, a Secretaria de Prêmios e Apostas (SPA-MF), órgão responsável pela supervisão do mercado.

Na sequência, foram editadas normas infralegais destinadas a estruturar o funcionamento do segmento. Entre as principais exigências estão procedimentos de identificação dos usuários, mecanismos de prevenção à lavagem de dinheiro, uso de contas bancárias previamente cadastradas, regras de segurança da informação e diretrizes relacionadas à integridade esportiva. Também foram reforçadas restrições de acesso por menores de idade e definidos critérios técnicos para a operação das empresas autorizadas. Tais medidas demonstram a tentativa estatal de compatibilizar crescimento econômico, proteção do consumidor e redução de riscos associados ao setor (Brasil, 2024).

Os primeiros efeitos desse modelo regulado já começaram a aparecer. Informações divulgadas pela Secretaria de Prêmios e Apostas indicam avanços no monitoramento do mercado, no enfrentamento à ilegalidade e na proteção dos usuários. No primeiro semestre de funcionamento pleno do novo sistema, dezenas de empresas autorizadas operavam sob supervisão estatal, enquanto milhares de páginas irregulares foram retiradas do ar com apoio da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). Também se intensificaram fiscalizações sobre instituições financeiras e meios de pagamento ligados a operadores não autorizados, além da remoção de publicidade irregular em plataformas digitais. Em conjunto, esses resultados mostram que a regulamentação brasileira vem avançando não apenas em termos normativos, mas também na capacidade prática de organizar o mercado e ampliar a segurança institucional do setor (Brasil, 2025)

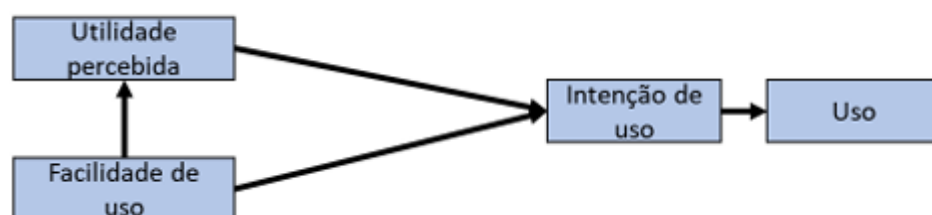
2.3 Evolução dos modelos e teorias de aceitação de tecnologia

Entre os diversos modelos desenvolvidos para analisar como as pessoas adotam novas tecnologias, o Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM), proposto por Davis (1989), é amplamente citado por sua robustez, capacidade explicativa e simplicidade na previsão do comportamento de aceitação do usuário (Venkatesh; Davis, 2000). Considerado uma evolução da Teoria da Ação Racional (TRA), formulada por Ajzen e Fishbein (1980), o TAM parte do princípio de que a intenção de uso resulta da interação entre atitudes individuais e normas subjetivas, ou seja, a percepção das expectativas sociais relevantes (Venkatesh, 1999). Nessa perspectiva, o comportamento é moldado tanto por convicções pessoais quanto por fatores externos percebidos como significativos.

O TAM aprofunda esse entendimento ao destacar dois determinantes centrais: a utilidade percebida (*perceived usefulness* – PU) e a facilidade percebida (*perceived ease* – PE) de uso, ambos fundamentais na formação da intenção de adotar uma tecnologia. Para Davis (1989), a utilidade percebida refere-se ao grau em que o indivíduo acredita que o uso da tecnologia contribuirá para seu desempenho no trabalho, enquanto a facilidade de uso está relacionada à percepção de quão simples é operar a tecnologia. No contexto do TAM, mesmo que um sistema seja considerado útil, a complexidade em seu uso pode desencorajar sua adoção; por isso, soluções mais simples tendem a ser preferidas, por exigirem menor esforço de adaptação (Stewart; Jürjens, 2018).

Venkatesh e Davis (2000) reforçam que a intenção comportamental de uso de um sistema é determinada justamente por essas duas crenças: a utilidade percebida e a facilidade de uso percebida. Embora ambas sejam influenciadas pelas características de *design* do sistema, a percepção de utilidade é também impactada pela percepção de facilidade de uso, uma vez que, mantidos os demais fatores constantes, sistemas mais fáceis de usar tendem a ser percebidos como mais úteis. Além disso, o TAM propõe que o efeito de variáveis externas, como características do sistema, processo de desenvolvimento e treinamento sobre a intenção de uso, é mediado por essas duas percepções (Venkatesh; Davis, 2000).

Figura 01 - Modelo TAM



Fonte: Davis, 1989.

Desde sua criação, o Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM) tem sido

continuamente aprimorado, dando origem a versões mais completas. A primeira ampliação foi o TAM2, apresentado por Venkatesh e Davis em 2000. Na sequência, Venkatesh *et al.* (2003) propuseram a Teoria Unificada de Aceitação e Uso da Tecnologia (UTAUT). Anos depois, Venkatesh e Bala (2008) desenvolveram o TAM3, com uma abordagem integrada. A evolução seguiu com o UTAUT2, formulado por Venkatesh, Thong e Xu em 2012, e mais recentemente, com o UTAUT3, proposto por Farooq *et al.* (2017). A exposição de cada versão é organizada a seguir em ordem cronológica de suas respectivas publicações.

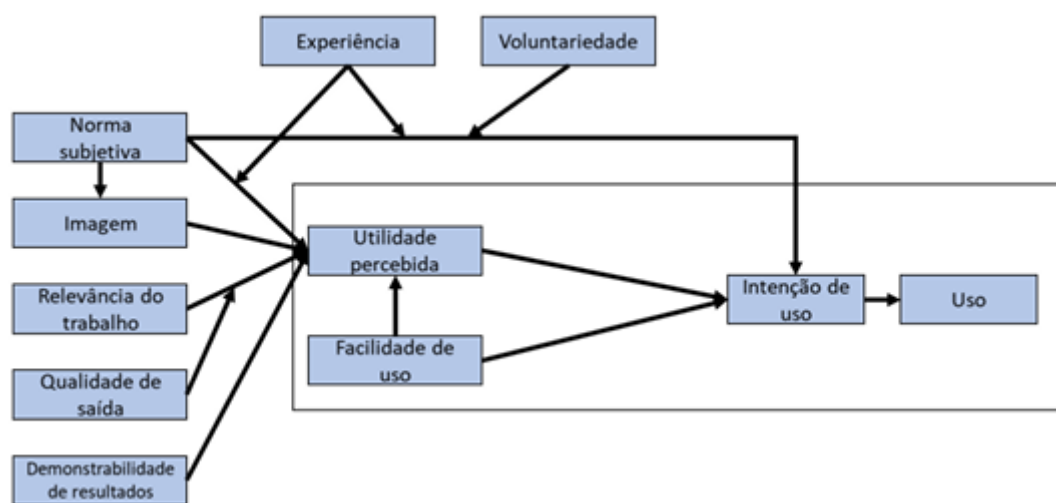
O TAM2, proposto por Venkatesh e Davis (2000), é uma ampliação do Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM), com o objetivo de aprofundar a compreensão sobre os fatores que determinam a utilidade percebida e a intenção de uso de sistemas tecnológicos. Essa versão estendida introduz novos construtos teóricos divididos em duas categorias: os de ordem social como norma subjetiva, voluntariedade e imagem e os de natureza cognitiva instrumental como relevância do trabalho, qualidade do sistema, demonstrabilidade dos resultados e facilidade percebida de uso. O modelo foi estruturado para avaliar como esses fatores influenciam a aceitação de tecnologias pelos usuários, especialmente conforme o crescimento do nível de familiaridade do usuário com o sistema. Em particular, o TAM2 destaca o papel de três forças sociais interligadas, norma subjetiva, voluntariedade e imagem, na decisão do indivíduo de adotar ou rejeitar uma nova tecnologia (Venkatesh; Davis, 2000),

Norma subjetiva diz respeito à percepção de que pessoas importantes para o indivíduo esperam que ele adote ou não determinado comportamento. Esse elemento atua como um determinante direto da intenção comportamental nas teorias da Ação Racional (Fishbein e Ajzen, 1975) e do Comportamento Planejado (Ajzen, 1991). Parte-se da premissa de que alguém pode optar por uma ação mesmo sem aprovação pessoal, se entender que figuras de referência valorizam essa conduta e se estiver motivado a atender a tais expectativas (Venkatesh; Davis, 2000). A voluntariedade, por sua vez, refere-se ao grau em que o usuário percebe que a adoção de uma tecnologia é opcional e não imposta. Já a imagem é compreendida como o quanto o uso de uma inovação é visto como capaz de melhorar o prestígio ou a posição do indivíduo em seu meio social (Venkatesh; Davis, 2000).

Além dos fatores sociais que influenciam a utilidade percebida e a intenção de uso, os autores propõem quatro determinantes cognitivos instrumentais que afetam diretamente essa percepção: relevância para o trabalho, qualidade dos resultados, demonstrabilidade dos resultados e facilidade de uso percebida. A relevância para o trabalho refere-se à percepção do indivíduo sobre o quanto o sistema é pertinente às suas atividades profissionais, estando associada à importância das tarefas que a tecnologia é capaz de apoiar. Trata-se de um

juízo cognitivo independente das pressões sociais e com impacto direto na percepção de utilidade. A qualidade dos resultados, por sua vez, diz respeito à avaliação do desempenho do sistema em relação às tarefas que executa. Caso os usuários não considerem a execução satisfatória, podem buscar alternativas mais eficazes. Já a demonstrabilidade dos resultados é entendida como o grau de tangibilidade dos benefícios decorrentes do uso da inovação. Quanto mais visível for a ligação entre o uso da tecnologia e os resultados positivos obtidos, maior tende a ser a percepção de utilidade atribuída ao sistema. Na Figura 02, visualizam-se as variáveis adicionais incorporadas ao modelo TAM2.

Figura 02 - Modelo de Aceitação da Tecnologia Estendida - TAM2



Fonte: Venkatesh; Davis (2000)

Anos depois, surgiu a Teoria Unificada de Aceitação e Uso da Tecnologia (UTAUT), desenvolvida por Venkatesh *et al.* (2003), tem origem no modelo TAM e foi criada com o objetivo de integrar e aprimorar a explicação dos fatores que influenciam a aceitação de tecnologias. Essa proposta teórica resulta da síntese de oito modelos consolidados na literatura: Teoria da Ação Racional (TRA), Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM), Modelo Motivacional (MM), Teoria do Comportamento Planejado (TPB), versão combinada TAM-TPB (C-TAM-TPB), Modelo de Utilização de PCs (MPCU), Teoria da Difusão da Inovação (IDT) e Teoria Cognitiva Social (SCT). O modelo UTAUT estabelece quatro variáveis fundamentais que afetam a intenção de adotar e o uso real da tecnologia: expectativa de desempenho, expectativa de esforço, influência social e condições facilitadoras. A proposta é buscar compreender tanto a predisposição dos indivíduos a utilizar novas tecnologias quanto seu comportamento após a adoção, considerando ainda como variáveis moderadoras a idade, o gênero, a experiência prévia e o grau de voluntariedade no uso, como ilustrado na Figura 03 (Venkatesh *et al.*, 2003).

Com base na psicologia social, a Teoria da Ação Racional (TRA) é reconhecida como uma das principais referências para explicar o comportamento humano. Aplicada à aceitação de tecnologias por Davis *et al.* (1989), fundamenta-se nos construtos de atitude em relação ao comportamento e à norma subjetiva (Sheppard *et al.*, 1988). Na sequência, o Modelo Motivacional (MM), proposto por Vallerand (1997), emprega teorias da motivação para compreender o comportamento humano, utilizando como base as motivações intrínseca e extrínseca.

A Teoria do Comportamento Planejado (TCP), por sua vez, amplia a Teoria da Ação Racional (TRA) ao incorporar o construto de controle comportamental percebido como fator adicional na formação da intenção e na execução do comportamento. Segundo Ajzen (1991), esse modelo tem demonstrado eficácia em prever intenções e comportamentos em diversos contextos. No campo da tecnologia, a TCP tem sido empregada com sucesso para analisar a aceitação e o uso individual de sistemas e ferramentas digitais. A combinação do Modelo de Aceitação de Tecnologia (TAM) com a TCP, conhecida como modelo C-TAM-TPB, originou uma abordagem integrada, que une a utilidade percebida do TAM aos preditores da TCP, formando um modelo híbrido sustentado pelos construtos: atitude em relação ao comportamento, normas subjetivas, controle comportamental percebido e utilidade percebida.

Já o Modelo de Utilização de PC (MPCU), derivado da teoria de Triandis (1977), foi adaptado por Thompson *et al.* (1991) para prever o uso de tecnologias da informação, com foco no comportamento real. Os principais elementos considerados são: ajuste ao trabalho, complexidade, consequências de longo prazo, efeitos do uso, fatores sociais e condições facilitadoras.

A Teoria da Difusão de Inovações (IDT), proposta por Rogers (1995) com base na sociologia, tem sido aplicada desde os anos 1960 para analisar diferentes tipos de inovações, incluindo tecnologias organizacionais. No contexto dos sistemas de informação, Moore e Benbasat (1991) adaptaram seus princípios e desenvolveram construtos voltados à aceitação individual de tecnologias, como vantagem relativa, facilidade de uso, imagem, visibilidade, compatibilidade, demonstração de resultados e uso voluntário.

A Teoria Social Cognitiva (SCT), formulada por Bandura (1986), é amplamente reconhecida por sua contribuição à compreensão do comportamento humano. Aplicada ao uso de computadores, inclui construtos como autoeficácia, expectativas de desempenho e pessoais, afeto e ansiedade. Dada sua estrutura, o modelo também permite avaliar a aceitação e o uso de novas tecnologias.

A partir da integração de elementos dos modelos previamente discutidos, foi desenvolvida a UTAUT, um framework teórico que abrange quatro construtos principais: expectativa de desempenho, expectativa de esforço, influência social e condições facilitadoras. Além disso, o modelo considera quatro moderadores essenciais: gênero, idade, experiência e voluntariedade do uso, ou seja, se a adoção da tecnologia é obrigatória ou opcional (Venkatesh *et al.*, 2003), conforme ilustrado na Figura 03.

De acordo com Venkatesh *et al.* (2003), a expectativa de desempenho refere-se ao grau em que uma pessoa acredita que a utilização de determinado sistema contribuirá para a melhoria de seu desempenho profissional. Cinco construtos de diferentes modelos estão associados a essa expectativa: utilidade percebida (TAM/TAM2 e C-TAM-TPB), motivação extrínseca (MM), adequação ao trabalho (MPCU), vantagem relativa (IDT) e expectativas de resultados (SCT).

Já a expectativa de esforço refere-se ao nível de facilidade percebido no uso de um sistema. Esse conceito é representado por três construtos de modelos teóricos distintos: facilidade de uso percebida (TAM/TAM2), complexidade (MPCU) e facilidade de uso (IDT) (Venkatesh *et al.*, 2003).

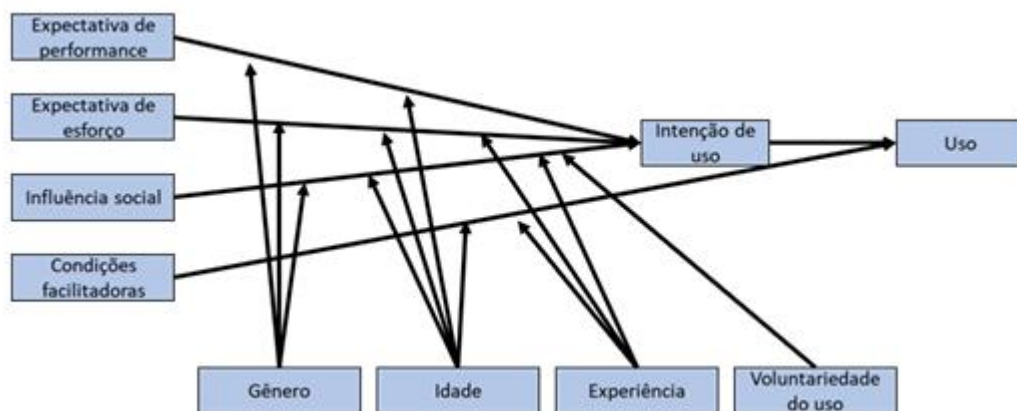
Influência social, por sua vez, refere-se ao quanto um indivíduo percebe que pessoas significativas para ele acreditam que ele deve adotar o novo sistema. Esse conceito atua como um determinante direto da intenção comportamental em diversos modelos, sendo representado pela norma subjetiva (TRA, TAM2, TPB/DTPB e C-TAM-TPB), pelos fatores sociais (MPCU) e pela imagem (IDT) (Venkatesh *et al.*, 2003). Nesse contexto, Venkatesh *et al.* (2012) definem influência social como o grau em que os consumidores acreditam que o uso de uma tecnologia é importante porque outras pessoas consideram que eles devem utilizá-la.

Ainda segundo os autores, as condições facilitadoras referem-se ao grau em que um indivíduo acredita na existência de uma infraestrutura organizacional e técnica que favoreça o uso do sistema. Essa definição integra conceitos presentes em três estruturas distintas: o controle comportamental percebido, conforme proposto na Teoria do Comportamento Planejado e em seus desdobramentos (TPB, DTPB e C-TAM-TPB); as condições facilitadoras, advindas do Modelo de Utilização de Computadores Pessoais (MPCU); e a compatibilidade, conforme estabelecida na Teoria da Difusão da Inovação (IDT) (Venkatesh *et al.*, 2003).

A validação da UTAUT foi conduzida por meio de um estudo longitudinal realizado em contexto organizacional, envolvendo funcionários de quatro instituições pertencentes a setores distintos, como entretenimento, telecomunicações, setor bancário e administração pública, contemplando cenários de uso voluntário e obrigatório de novas tecnologias. Os autores testaram empiricamente tanto os oito modelos teóricos preexistentes sobre aceitação

tecnológica quanto a proposta unificada da UTAUT. Os resultados revelaram que os modelos originais explicavam entre 17% e 53% da variação na intenção de uso da tecnologia, enquanto a UTAUT, ao ser aplicada aos mesmos dados, alcançou um R^2 ajustado de 69%, demonstrando desempenho preditivo significativamente superior. Para reforçar sua robustez e validar externamente o modelo, os autores submeteram a UTAUT a uma validação cruzada com dados de duas novas organizações, obtendo um R^2 ajustado de 70%. Esses achados confirmam a superioridade estatística do modelo unificado, consolidando sua validade empírica e sua utilidade prática na previsão do comportamento de adoção de tecnologias.

Figura 03 - Teoria unificada de aceitação e uso da tecnologia (UTAUT)



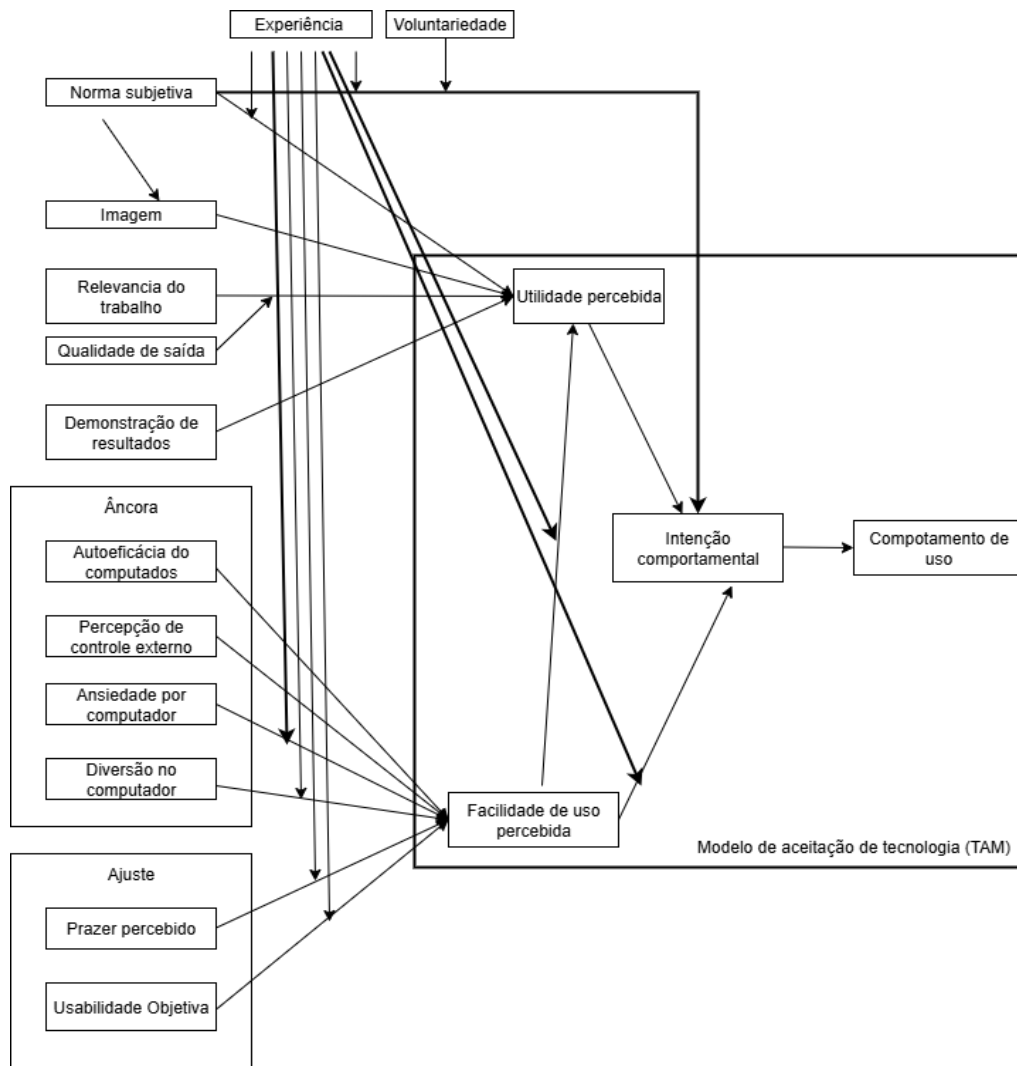
Fonte: Venkatesh *et al.* (2003).

Na sequência das evoluções do modelo TAM, foi desenvolvido o TAM3 (Integrated Model of Technology Acceptance), também denominado Modelo Integrado de Aceitação de Tecnologia, proposto por Venkatesh e Bala (2008). Esse modelo resulta da integração entre o TAM2 (Venkatesh; Davis, 2000) e o modelo dos determinantes da facilidade de uso percebida (Venkatesh, 2000). Neste último, o autor argumenta que a percepção de facilidade de uso é influenciada por crenças gerais relacionadas ao uso de computadores, denominadas 'âncoras', como a autoeficácia no uso do computador, ansiedade, a facilidade de uso e as percepções de controle externo (ou condições facilitadoras). Além dessas âncoras cognitivas, Venkatesh (2000) identificou dois determinantes adicionais relacionados às características do sistema, o prazer percebido e a usabilidade objetiva, que passam a influenciar a percepção de facilidade de uso após os indivíduos adquirirem experiência com o sistema.

No modelo TAM3, os autores analisam dois construtos centrais: a utilidade percebida e a facilidade de uso percebida. Entre os determinantes da facilidade de uso percebida, destacam-se a autoeficácia no uso do computador, a percepção de controle externo, a ansiedade em utilizar computadores, a diversão no uso do computador, o prazer percebido e a usabilidade objetiva

(Venkatesh; Bala, 2008). A autoeficácia no uso do computador é definida como o grau em que o indivíduo acredita possuir a capacidade de realizar tarefas específicas utilizando computadores (Venkatesh *et al*, 2003). A percepção de controle externo refere-se à crença de que existem recursos organizacionais e técnicos disponíveis para apoiar o uso do sistema. A ansiedade em utilizar o computador corresponde ao grau de apreensão ou medo experimentado diante da possibilidade de usar essas tecnologias. Já a diversão no computador é entendida como o grau de espontaneidade cognitiva manifestada durante a interação com microcomputadores. O prazer percebido é descrito como o grau em que o uso do sistema é considerado agradável em si, independentemente dos resultados de desempenho obtidos. Por fim, a usabilidade objetiva é caracterizada como a comparação entre sistemas com base no nível real, e não apenas percebido, de esforço necessário para a realização de tarefas específicas (Venkatesh; Bala, 2008). A Figura 04 apresenta a proposta atualizada do modelo TAM3.

Figura 04 - Modelo Integrado de Aceitação de Tecnologia (TAM3)



Fonte: Venkatesh; Bala (2008).

O modelo UTAUT foi inicialmente desenvolvido para explicar a aceitação e o uso de tecnologias por trabalhadores em ambientes organizacionais. Esse modelo consolidou os principais fatores que influenciam a intenção comportamental e o uso efetivo de tecnologias (Venkatesh; Thong; Xu, 2012).

Com o avanço do mercado de tecnologias voltadas ao consumidor, caracterizado pela crescente diversidade de dispositivos e serviços, tornou-se necessário expandir o modelo, estendendo sua aplicação para além do contexto organizacional (Stofega e Llamas, 2009 *apud* Venkatesh; Thong; Xu, 2012).

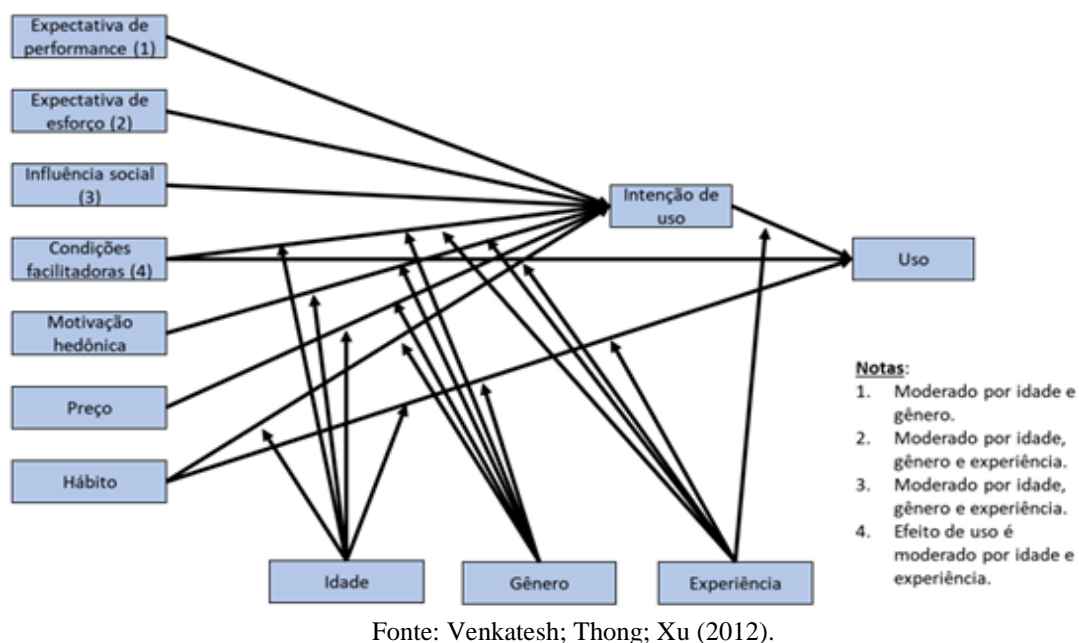
Assim, Venkatesh, Thong e Xu (2012) propuseram a UTAUT2, versão adaptada ao contexto do consumidor, incorporando os construtos motivação hedônica, custo percebido e hábito. A UTAUT2 mantém os quatro construtos originais: expectativa de desempenho, expectativa de esforço, condições facilitadoras e influência social, os quais continuam a atuar como determinantes da aceitação e do uso da tecnologia. A voluntariedade foi removida como moderador, pois os autores consideraram essa mudança necessária para adequar o modelo ao uso voluntário da tecnologia entre consumidores, sendo substituída pela inclusão da relação entre condições facilitadoras, moderadas por idade, gênero e experiência, e a intenção comportamental. Além disso, foram adicionadas moderações para os três novos construtos, preservando a lógica de moderação estabelecida no UTAUT original (Venkatesh; Thong; Xu, 2012).

De acordo com Venkatesh, Thong e Xu (2012), o construto motivação hedônica diz respeito ao grau de divertimento ou prazer que o indivíduo experimenta ao utilizar uma tecnologia, sendo reconhecido como um importante preditor da intenção comportamental de adoção por parte dos consumidores. Por sua vez, o construto preço-valor evidencia uma distinção central entre os contextos organizacional e de consumo: nas organizações, os custos relacionados ao uso da tecnologia geralmente são absorvidos pela instituição, enquanto no contexto do consumidor esses custos recaem diretamente sobre o indivíduo. Assim, o custo e a estrutura de preços podem afetar de maneira significativa a decisão de adoção tecnológica. Já o construto hábito foi incluído como preditor para analisar seu impacto no uso da tecnologia, sendo definido como a tendência dos indivíduos a realizarem determinados comportamentos de forma automática em função de aprendizados anteriores, o que gera uma preferência pelo uso de certas ferramentas. Nesse sentido, o hábito configura-se como uma construção perceptual que expressa os efeitos acumulados das experiências passadas (Venkatesh; Thong; Xu, 2012).

O modelo proposto por Venkatesh, Thong e Xu, (2012) foi validado empiricamente por meio de um estudo longitudinal com usuários de Internet móvel em Hong Kong. Os dados

foram coletados por meio de uma survey aplicado em duas fases e utilizados para testar tanto o modelo original da UTAUT quanto a versão estendida, com o propósito de comparar o poder preditivo de ambos. Foram estimados quatro modelos distintos: UTAUT com efeitos diretos, UTAUT com efeitos diretos e moderadores, UTAUT2 com efeitos diretos e UTAUT2 com efeitos diretos e moderadores. Os resultados indicaram que o modelo UTAUT2 apresentou desempenho superior, explicando 74% da variância na intenção comportamental e 52% no uso da tecnologia, em comparação com os 56% e 40% obtidos pela UTAUT (Venkatesh *et al.*, 2012). A Figura 05 apresenta a versão estendida do modelo UTAUT2.

Figura 05 - Modelo UTAUT2



2.4 Modelos e teorias de aceitação de tecnologia no contexto de apostas online

Embora o modelo UTAUT2 ainda seja pouco explorado no contexto específico das apostas online, dois estudos apontam seu potencial para explicar a intenção de uso dessas plataformas. A pesquisa de Fortes, Moreira e Saraiva (2016), conduzida com consumidores portugueses, e tinha como principal objetivo a construção de um modelo explicativo do comportamento de utilização de serviços de apostas online, baseado na incorporação do risco percebido (social, temporal, financeiro, físico, psicológico e de desempenho) no quadro conceptual da Teoria Unificada de Aceitação e Uso da Tecnologia 2 (UTAUT2). Identificou como fatores relevantes a expectativa de desempenho, a influência social, as condições facilitadoras, a motivação hedônica, o valor percebido do preço e, sobretudo, o hábito, que se mostrou ser o preditor mais influente sobre a intenção de uso de sites de apostas *online*, seguido de motivação hedônica e utilidade percebida. Já Konietzny e Caruana (2021) propuseram um

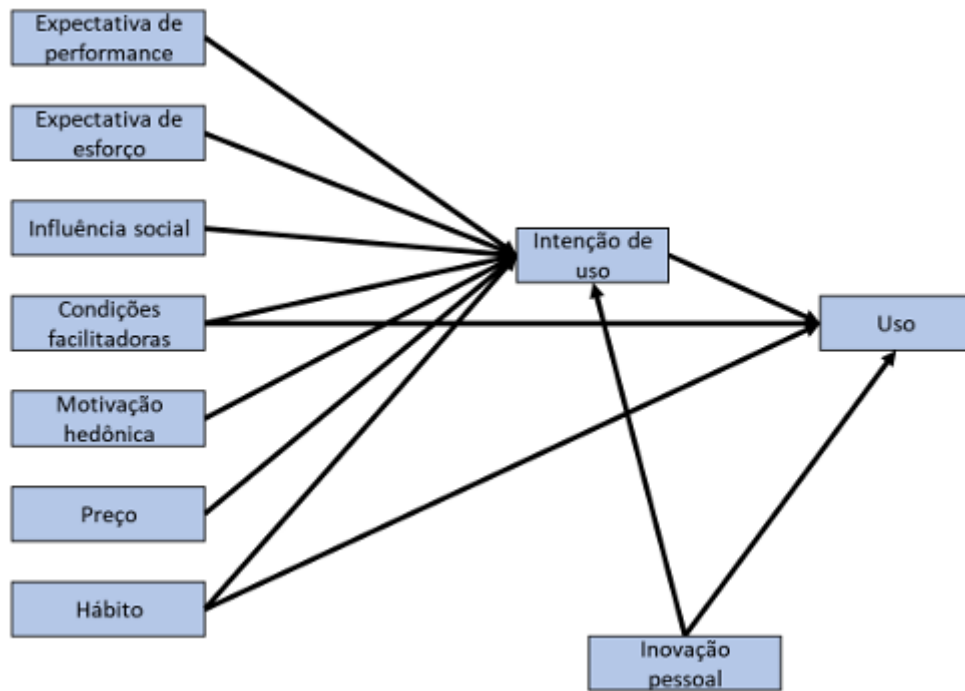
modelo expandido (UTAUT2-G), incorporando os construtos: prazer antecipado e percepção de justiça. Os resultados revelaram que o prazer antecipado é o principal determinante da intenção de jogar, seguido pela expectativa de esforço e pela percepção de justiça.

Visando aprofundar teoricamente a Teoria Unificada de Aceitação e Uso da Tecnologia Estendida (UTAUT2), proposta por Venkatesh, Thong e Xu (2012), Farooq *et al.* (2017) propuseram uma nova ampliação do modelo, que passou a ser referida na literatura como UTAUT3 (Figura 06). Essa versão incorpora o construto de inovação pessoal voltada para a tecnologia da informação (TI), definido como a predisposição individual percebida para experimentar, de forma independente, novas tecnologias. Em outras palavras, refere-se à disposição para adotar os dispositivos tecnológicos mais recentes ou à propensão a assumir riscos ao explorar novos recursos e avanços no campo da TI. Os autores destacam que esse conceito difere da ‘inovatividade’ definida por Rogers (1995) na Teoria da Difusão da Inovação, que se refere ao grau em que um indivíduo adota inovações mais precocemente do que outros. Já a inovação pessoal no domínio da TI é um atributo individual que expressa o desejo contínuo de explorar inovações tecnológicas, independentemente do comportamento dos demais (Farooq *et al.*, 2017).

A versão ampliada do modelo, proposta por Farooq *et al.* (2017), é denominada UTAUT3 e foi avaliada em um estudo transversal realizado no contexto educacional de campi offshore de universidades internacionais situadas na Malásia. O foco da pesquisa foi analisar a aceitação e o uso do Lecture Capture System (LCS) por estudantes executivos em cursos de gestão. Os resultados obtidos com o modelo estendido indicaram que ele explicou 58,1% da variância na intenção comportamental ($R^2 = 0,581$) e 68,2% da variância no comportamento efetivo de uso ($R^2 = 0,682$) do LCS.

Embora a UTAUT3 tenha demonstrado maior poder explicativo quanto ao uso efetivo da tecnologia, explicando 68,2% da variância, seu desempenho na previsão da intenção comportamental foi inferior ao da UTAUT2, que obteve 74% de variância explicada, frente aos 58,1% da UTAUT3. Importa destacar que os modelos foram validados em contextos distintos: a UTAUT2 em um estudo longitudinal sobre aceitação da internet móvel em uma cidade desenvolvida e a UTAUT3 em um estudo transversal no ambiente educacional de um país em desenvolvimento. Dessa forma, não se pode afirmar que a UTAUT3 supera a UTAUT2 em termos de poder preditivo global. Ao contrário, os resultados indicam que a UTAUT2 permanece mais robusta, especialmente na previsão da intenção comportamental, o que pode ser explicado, ao menos em parte, pelo maior rigor metodológico de sua validação.

Figura 06 - Modelo UTAUT3



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

Nesse contexto, um estudo recente conduzido por Antonio *et al.* (2025) investigou os fatores que influenciam as intenções de jogos de azar online entre as gerações Z e Millennials nas Filipinas, utilizando o modelo UTAUT3. Os autores expandiram esse modelo ao incluir novos construtos, como controle, curiosidade, risco percebido e retorno percebido. Os resultados mostraram que variáveis como expectativa de performance, expectativa de esforço, influência social, condições facilitadoras, motivação hedônica, preço, hábito e inovação pessoal exerceram uma influência positiva e significativa sobre a intenção de jogar jogos de azar online. Além disso, o retorno percebido, uma das variáveis recém-adicionadas, também teve um impacto positivo significativo. Em contrapartida, o risco percebido exerceu uma influência negativa significativa, conforme previsto, enquanto os construtos controle e curiosidade não demonstraram efeitos estatisticamente relevantes sobre a intenção de jogar online.

Neste estudo, a teoria UTAUT3 será aplicada com o objetivo de analisar os fatores que motivam os consumidores a adotar plataformas de jogos de azar online, comumente denominadas bets. Considerada a teoria mais recente nesse campo, o UTAUT3 oferece uma abordagem abrangente e adaptável, permitindo uma compreensão mais aprofundada dos determinantes que influenciam a decisão dos usuários em relação ao uso dessas plataformas digitais.

3. MODELO/HIPÓTESES

Conforme apresentado na seção anterior, o modelo UTAUT2 é amplamente consolidado e possui aplicações em diversos contextos, sintetizando esta abordagem teórica em contextos como jogos de apostas online e em ambientes digitais, evidenciando a pertinência e a capacidade de adaptação desse modelo a contextos novos como o analisado nesta dissertação.

Os Quadros 01 e 02, a seguir, apresentam um conjunto de estudos empíricos que validaram as hipóteses dos modelos UTAUT2 ou UTAUT3, seja para o contexto de apostas online (Quadro 01), ou para o contexto de games online (Quadro 02).

Quadro 01 - Aplicação da UTAUT em jogos de azar/aposta online

Autores	Modelo testado	Tipo de jogos
Fortes et al. (2016)	UTAUT2	Jogos de azar online (cassino, apostas esportivas).
Konietzny e Caruana (2021)	UTAUT2	Jogos de azar online com finalidade recreativa (ex.: cassino online).
Antonio et al. (2025)	UTAUT3	Jogos de aposta online (ex: cassino online, apostas esportivas, bingo, poker, etc.)

Fonte: Elaboração própria (2026)

Quadro 02 - Aplicação da UTAUT em games online

Autores	Modelo testado	Tipo de jogos
Giglio <i>et al.</i> (2017)	UTAUT2	Jogos eletrônicos (apps, console, PC).
Ramírez-Correa <i>et al.</i> (2019)	UTAUT2	Jogos online recreativos, voltados ao entretenimento, acessados via smartphones e tablets.
Erdoğan (2023)	UTAUT2	Jogos móveis recreativos, voltados ao entretenimento em dispositivos móveis como smartphones e tablets.
Pequeña <i>et al.</i> (2023)	UTAUT2	Jogo NFT do tipo “play-to-earn” (jogar para ganhar), com funcionalidades de combate, criação e negociação de personagens digitais; baseado em blockchain e criptomoedas.
Baber <i>et al.</i> (2024)	UTAUT2	Jogos online recreativos (fantasy sports).
Indah e Handayani (2024)	UTAUT2	Jogos online recreativos do tipo gacha (ex.: Genshin Impact, Honkai Star Rail, Wuthering Waves).

Fonte: Elaboração própria (2026)

Com base na literatura apresentada e na estrutura conceitual proposta por Venkatesh, Thong e Xu (2012) e Farooq *et al.* (2017), formulou-se inicialmente uma hipótese geral relacionada ao modelo UTAUT3 e à intenção de utilização de plataformas de apostas online. A

partir dessa hipótese geral, foram estabelecidas hipóteses específicas referentes às relações estruturais entre o construto UTAUT3 e seus domínios associados ao comportamento de adoção tecnológica.

H1 – O modelo UTAUT3 exerce influência positiva sobre a intenção de utilização de plataformas de apostas online.

A partir dessa hipótese geral, foram formuladas hipóteses específicas referentes às relações estruturais entre o construto UTAUT3 e seus domínios teóricos.

H1g – O modelo UTAUT3 exerce influência significativa sobre a expectativa de desempenho.

H1b – O modelo UTAUT3 exerce influência significativa sobre a expectativa de esforço.

H1j – O modelo UTAUT3 exerce influência significativa sobre a influência social.

H1c – O modelo UTAUT3 exerce influência significativa sobre as condições facilitadoras.

H1e – O modelo UTAUT3 exerce influência significativa sobre a motivação hedônica.

H1i – O modelo UTAUT3 exerce influência significativa sobre o valor do preço.

H1d – O modelo UTAUT3 exerce influência significativa sobre o hábito.

H1h – O modelo UTAUT3 exerce influência significativa sobre a inovação pessoal.

Além dos construtos tradicionalmente associados ao modelo UTAUT2 e UTAUT3, o presente estudo incorporou variáveis adicionais consideradas relevantes para compreender o comportamento dos usuários em plataformas de apostas online. A inclusão dessas variáveis segue a recomendação de Venkatesh, Thong e Xu (2012), que destacam a importância de adaptar o modelo a contextos específicos de pesquisa por meio da integração de construtos adicionais capazes de ampliar seu poder explicativo. Nesse sentido, foram incorporados ao modelo os construtos conhecimento financeiro e autocontrole, os quais foram modelados como variáveis relacionadas ao construto UTAUT3, contribuindo para a compreensão dos fatores individuais que podem influenciar a forma como os usuários percebem e utilizam tecnologias associadas às apostas online. Assim, foram adicionados os seguintes construtos:

3.1 Conhecimento financeiro

O construto conhecimento financeiro foi incorporado ao modelo com o objetivo de mensurar a relação entre literacia financeira e a adoção de tecnologias digitais que envolvem transações monetárias em contextos de incerteza, como os jogos de apostas online.

Sua inclusão aplicada a esse contexto amplia tanto a consistência teórica quanto a relevância prática do modelo. Do ponto de vista acadêmico, essa adaptação segue a orientação de Venkatesh, Thong e Xu (2012), que enfatizam a importância de integrar variáveis contextuais para adequar o modelo a diferentes domínios de pesquisa.

Estudos recentes reforçam a relevância de incluir variáveis relacionadas ao conhecimento e à literacia financeira nos modelos de aceitação tecnológica. Wei *et al.* (2025), ao investigar plataformas digitais de seguro saúde (Insurtech) na China, ampliaram o modelo UTAUT incorporando o conhecimento financeiro como variável explicativa na comparação entre usuários urbanos e rurais. Os resultados mostraram que esse fator não apenas exerce influência direta na intenção de adotar tais serviços, como também atua de forma moderadora na relação entre a adoção e construtos centrais do UTAUT, como expectativa de desempenho, esforço percebido e influência social. Em linha semelhante, Salim *et al.* (2025) integraram a variável “literacia financeira” ao UTAUT2 em um estudo sobre a intenção de uso de criptomoedas na Indonésia. A pesquisa analisou os construtos tradicionais do modelo em conjunto com confiança e conhecimento financeiro, revelando que, embora a literacia financeira possa estimular a adoção, ela também pode induzir maior cautela na decisão de aderir à tecnologia.

Além disso, evidências adicionais reforçam essa perspectiva. Pesquisas sobre plataformas de criptomoedas indicam que a literacia financeira exerce efeito positivo sobre o comportamento de investimento (Raj e Sudeep, 2024). De forma complementar, estudos em serviços bancários móveis na China identificaram que fatores como custos percebidos e consciência financeira influenciam diretamente a intenção de uso (Zhang *et al.*, 2024).

Em termos práticos, a inclusão do construto permite identificar perfis mais vulneráveis, já que indivíduos com baixo conhecimento financeiro tendem a superestimar ganhos e minimizar riscos, reforçando a necessidade de políticas regulatórias, estratégias educativas e ações de jogo responsável. Anggara e Fauzia (2024) evidenciam que, embora a literacia financeira islâmica favoreça decisões financeiras mais conscientes, ela isoladamente não impede a participação da Geração Z em jogos de azar online diante de pressões sociais e tecnológicas. Khan *et al.* (2024) também reforçam que o conhecimento financeiro exerce influência significativa sobre a intenção de investir em criptomoedas, sendo um fator determinante na adoção de plataformas financeiras complexas.

Esses achados corroboram a pertinência de inserir o conhecimento financeiro no UTAUT estendido, possibilitando compreender de forma mais ampla como os indivíduos avaliam riscos e decidem em ambientes digitais de apostas. Além das variáveis clássicas do UTAUT, expectativa de esforço, expectativa de desempenho, condições facilitadoras e influência social, o conhecimento financeiro apresenta efeito positivo e relevante sobre a intenção de uso, aumentando o poder explicativo do modelo.

H1f – O modelo UTAUT3 exerce influência significativa sobre o conhecimento

financeiro.

3.2 Autocontrole

Incluir o autocontrole no modelo em contexto dos jogos de azar online justifica-se pela necessidade de considerar fatores psicológicos que o modelo original não contempla diretamente. Embora o UTAUT3 aborde elementos como expectativa de desempenho, esforço, influência social e condições facilitadoras, ele não captura a capacidade do indivíduo de regular impulsos. O autocontrole é definido como a habilidade de adiar gratificações imediatas em prol de metas futuras (Tangney; Baumeister; Boone, 2004). Esse construto torna-se especialmente relevante em situações de risco e incerteza, típicas das plataformas de apostas online, nas quais decisões rápidas e emotivas podem afetar negativamente o bem-estar financeiro e emocional do usuário.

Estudos indicam que a sensação de incerteza tende a enfraquecer o autocontrole, favorecendo atitudes impulsivas e voltadas ao prazer imediato. Esse estado de dúvida exige grande esforço cognitivo, reduzindo a capacidade de resistir a tentações e elevando a chance de decisões precipitadas, até mesmo em maior grau do que diante da certeza de um desfecho negativo (Alquist, 2010). Ademais, a fragilidade do autocontrole em contextos incertos relaciona-se a dificuldades de regulação emocional, motivacional e comportamental, o que pode abrir espaço para práticas arriscadas, como aquelas comumente verificadas em jogos de azar online (Krasnoryadtseva; Najman, 2022).

H1a – O modelo UTAUT3 exerce influência significativa sobre o autocontrole.

A Figura 07 apresenta o modelo de investigação proposto, contemplando as relações estruturais entre os construtos do modelo UTAUT3 e as variáveis adicionais incorporadas ao modelo teórico.

Figura 07 - Modelo de investigação proposto, compreendendo todas as hipóteses acima descritas.



Fonte: Autora (2026)

A seguir, apresenta-se o suporte teórico das hipóteses adicionais incorporadas ao modelo UTAUT3, especialmente aquelas relacionadas aos construtos que exercem influência direta sobre a intenção de utilização de plataformas de apostas online.

3.3 Risco percebido

Este construto foi incluído no modelo conceitual deste estudo com o objetivo de avaliar a percepção de risco associada ao uso de plataformas de jogos de azar online. Segundo Fortes *et al.* (2016), sua incorporação é essencial devido à natureza específica desses sites e ao

envolvimento direto de dinheiro. Compreender como os usuários percebem os riscos inerentes a esse tipo de serviço é fundamental para explicar suas intenções de uso e comportamentos.

O risco percebido refere-se à antecipação de possíveis efeitos negativos relacionados à prática de jogos, como perdas financeiras, isolamento social, uso excessivo de tempo ou impactos na saúde mental. Essa percepção é influenciada por fatores como o contexto cultural, o tipo de jogo envolvido e as experiências individuais dos usuários (Chen, Lee e Wang, 2012; Jensen e Bengtsson, 2023; Fiedor *et al.* 2024). Além disso, constitui um elemento decisivo tanto para a continuidade no uso quanto para a experimentação de novos jogos, exercendo influência significativa sobre o comportamento dos jogadores em ambientes digitais (Kleijnen, De Ruyter e Wetzels, 2004; Sharma, Tak e Kesharwani, 2020; Sharma *et al.*, 2020; Suryono e Saifullah, 2025).

Em outros contextos esse construto já foi amplamente testado e validado. O estudo de Xu, Li e Hao (2019), por exemplo, aplicou o modelo UTAUT ao contexto das finanças digitais, com foco no comportamento de compra de produtos financeiros na internet. Para ampliar a explicação do comportamento do usuário, os autores incorporaram variáveis independentes adicionais ao modelo, incluindo risco percebido. E os resultados mostraram que o risco percebido apresenta efeito negativo, indicando que maiores percepções de risco inibem a adoção de produtos financeiros online. De modo semelhante, Xie *et al.* (2021) em seu estudo sobre adoção de serviços de FinTech, adicionaram ao modelo UTAUT entre outras variáveis o risco percebido e chegaram à conclusão de que o risco percebido constitui o principal inibidor da adoção de plataformas FinTech de gestão de patrimônio online, exercendo sobre a intenção de uso.

Apesar da expansão do setor de apostas online, observa-se que ainda são poucos os estudos que incorporaram o risco percebido ao modelo UTAUT e suas extensões. Entre os trabalhos existentes, destaca-se o de Fortes, Moreira e Saraiva (2016), que investigaram o mercado português de jogos de azar online com o objetivo de identificar os fatores determinantes da intenção de uso desses serviços digitais. Nesse estudo, o risco percebido foi incluído no modelo teórico, e os resultados revelaram que ele exerce um efeito negativo e estatisticamente significativo sobre a intenção de adoção, configurando-se como um importante inibidor do comportamento de uso. Em linha com essa evidência, Antonio *et al.* (2025) analisaram o crescimento acelerado dos casinos online nas Filipinas, especialmente entre jovens das gerações Z e Millennials, utilizando o UTAUT3 com a incorporação de construtos adicionais, entre eles o risco percebido. Os autores concluíram que esse fator reduz de maneira

expressiva a intenção de engajamento em apostas online, uma vez que os participantes associam essa prática a potenciais perdas financeiras e a consequências psicológicas adversas.

Tendo em vista os resultados de Fortes *et al.* (2016) e Antonio *et al.* (2025), no presente estudo, propõe-se investigar a influência da percepção de risco atribuída pelos usuários ao uso de plataformas de apostas online. Com base na literatura existente, considera-se que o risco percebido exerce uma influência direta e negativa sobre o construto intenção comportamental.

H2: O risco percebido tem um efeito negativo na intenção de utilização de sites de apostas online.

3.4 Retorno percebido

O construto retorno percebido foi incluído no modelo com o propósito de mensurar a percepção dos benefícios esperados pelo uso de plataformas de jogos de azar online. Essa percepção envolve tanto ganhos financeiros quanto aspectos emocionais e sociais, conforme definido por Donati *et al.* (2021), que associam o retorno percebido às recompensas antecipadas de comportamentos arriscados, como o jogo.

Antonio *et al.* (2025) reforçam essa compreensão ao destacar que os indivíduos tendem a ponderar os possíveis ganhos em relação aos riscos antes de se engajar nessas atividades, tornando o retorno percebido um fator motivacional central. Para esses autores, tal constructo exerce influência direta sobre a intenção de participar de jogos online, funcionando como um forte preditor desse comportamento.

De modo semelhante, Riley *et al.* (2021) argumentam que projeções de ganhos financeiros impactam significativamente a predisposição ao envolvimento em apostas. Os achados de Antonio *et al.* (2025) confirmam essa relação, indicando que quanto maior a expectativa de benefícios como lucro ou entretenimento, maior é a propensão ao engajamento em apostas online, especialmente entre jovens das gerações Z e Millennials, que veem essas plataformas como uma forma atrativa de obtenção rápida de recompensas.

No presente estudo, o construto retorno percebido tem como objetivo avaliar sua contribuição na formação da intenção de uso de plataformas de apostas online. Com base na literatura existente, entende-se que esse fator exerce uma influência positiva sobre a intenção comportamental, na medida em que usuários tendem a se engajar com maior probabilidade quando percebem benefícios associados à atividade, como ganhos financeiros ou entretenimento (Antonio *et al.*, 2025).

H3 - O retorno percebido influencia positivamente a intenção de uso de plataformas de jogos de azar online.

4. MÉTODO

Considerando os objetivos delineados e o contexto em que a investigação foi desenvolvida, inicialmente, definiu-se o método de pesquisa mais adequado para atender às finalidades do estudo, seguida pela descrição dos participantes do estudo, detalhando o processo de definição da amostra e os critérios de inclusão e filtragem utilizados na seleção dos respondentes.

Em seguida, são apresentados os materiais empregados na investigação, com ênfase no instrumento de pesquisa utilizado, incluindo o processo de elaboração do questionário, bem como as técnicas adotadas para adaptação, tradução e definição das escalas de mensuração.

Posteriormente, descrevem-se os procedimentos de coleta de dados, especificando como, onde e em que período as informações foram obtidas, além da realização de pré-testes e da aplicação do instrumento junto à amostra selecionada, e por fim são apresentados os procedimentos de análise dos dados, conduzidos por meio da Modelagem de Equações Estruturais baseada em Mínimos Quadrados Parciais (PLS-SEM), incluindo a avaliação do modelo de mensuração e do modelo estrutural, conforme recomendações metodológicas amplamente adotadas na literatura (Hair et al., 2019).

4.1 Caracterização da pesquisa

Esta pesquisa teve como objetivo analisar os fatores que influenciam a propensão ao uso de plataformas de jogos de azar online, popularmente conhecidas como *bets*. Para isso, foi adotada uma abordagem metodológica de natureza quantitativa. Conforme Malhotra (2012, p. 110), a pesquisa quantitativa busca quantificar os dados e possibilitar a generalização dos resultados obtidos na amostra para a população de interesse. A estratégia metodológica utilizada será a pesquisa de levantamento (*survey*), a qual, segundo o autor, envolve a coleta de dados por meio de questionários estruturados aplicados a uma amostra, com o propósito de descrever características de grupos específicos ou testar hipóteses previamente formuladas (Malhotra 2012, p. 140).

Quanto aos objetivos da *Survey*, teve natureza explicativa, uma vez que investigou as relações entre variáveis relevantes para compreender o comportamento dos consumidores de plataformas online de jogos de azar. A unidade de análise foi o consumidor individual, e o delineamento adotado foi transversal, conforme Babbie (1999) e Creswell (2010), considerando que os dados serão coletados em um único momento no tempo junto a uma amostra previamente selecionada.

4.2 População e Amostra

A população deste estudo foi composta por brasileiros usuários de jogos de azar por meio de plataformas de apostas online. Foram adotados critérios de inclusão, sendo elegíveis os participantes que atenderam simultaneamente aos seguintes requisitos: ter 18 anos ou mais e possuir experiência prévia com qualquer forma de aposta online, desde apostas esportivas, Slots (Caça-níqueis) até Loterias e raspadinhas digitais. A definição desses critérios baseia-se em sua recorrência na literatura, especialmente em estudos com objetivos similares.

Por exemplo, Fortes, Moreira e Saraiva (2016) focaram em jogadores portugueses com histórico de apostas online; Konietzny e Caruana (2023) selecionaram apenas usuários ativos de plataformas de jogos de azar online; e Antonio *et al.* (2024) restringiram a amostra a indivíduos das gerações Z e Millennial, entre 18 e 35 anos, residentes nas Filipinas, que participam de qualquer tipo de jogo de azar digital.

4.2.1 Processo de amostragem e amostra da pesquisa

No que tange ao método de seleção da amostra, optou-se pela amostragem não probabilística por conveniência que de acordo com Malhotra (2012), baseia-se na acessibilidade dos respondentes e no julgamento do pesquisador, em detrimento da seleção aleatória. A escolha justifica-se pela viabilidade operacional, uma vez que, conforme Babbie (1999), métodos não probabilísticos são adequados em contextos em que custos elevados ou a complexidade logística inviabilizam a amostragem probabilística rigorosa.

Para a definição do tamanho mínimo da amostra, utilizou-se o software G*Power (versão 3.1.9.7), estimando-se o quantitativo necessário com base na capacidade de detecção de um efeito médio ($f^2 = 0,15$) no modelo estrutural, nível de significância de 5% ($\alpha = 0,05$) e poder estatístico de 95% ($1-\beta = 0,95$). A análise indicou que o tamanho mínimo adequado da amostra seria de 119 observações, garantindo robustez estatística suficiente para a identificação dos efeitos propostos no estudo.

4.3 Materiais

4.3.1 Definição dos Construtos

Após a apresentação da operacionalização dos construtos e respectivos itens de mensuração, procede-se à explicitação das definições constitutivas que fundamentam teoricamente cada variável do modelo. Essas definições foram extraídas das obras originais que embasam a UTAUT3 e dos estudos que sustentam os construtos adicionais incorporados à pesquisa. O Quadro 03 sintetiza as definições conceituais adotadas, bem como suas respectivas

fontes teóricas.

Quadro 03 - Definições constitutivas dos construtos do modelo de pesquisa

Construto	Definição	Fonte
Expectativa de desempenho	Refere-se ao grau em que uma pessoa acredita que a utilização de determinado sistema contribuirá para a melhoria de seu desempenho profissional.	Venkatesh <i>et al.</i> (2003)
Expectativa de esforço	Refere-se ao nível de facilidade percebido no uso de um sistema.	Venkatesh <i>et al.</i> (2003)
Influência social	Refere-se ao quanto um indivíduo percebe que pessoas significativas para ele acreditam que ele deve adotar o novo sistema.	Venkatesh <i>et al.</i> (2003)
Condições facilitadoras	Referem-se ao grau em que um indivíduo acredita na existência de uma infraestrutura organizacional e técnica que favoreça o uso do sistema.	Venkatesh <i>et al.</i> (2003)
Intenção do comportamento	Avalia o grau em que o usuário pretende ou tem a intenção de utilizar o sistema em um futuro próximo.	Venkatesh <i>et al.</i> (2003)
Comportamento de uso	Refere-se ao uso efetivo do sistema por parte do usuário.	Venkatesh <i>et al.</i> (2003)
Motivação hedônica	Diz respeito ao grau de divertimento ou prazer que o indivíduo experimenta ao utilizar uma tecnologia, sendo reconhecido como um importante preditor da intenção comportamental de adoção por parte dos consumidores.	Venkatesh, Thong e Xu (2012)
Preço-valor	Refere-se à avaliação cognitiva feita pelos consumidores ao comparar os benefícios percebidos das aplicações com o custo monetário associado ao seu uso	Venkatesh, Thong e Xu (2012)
Hábito	Tendência dos indivíduos a realizarem determinados comportamentos de forma automática em função de aprendizados anteriores, o que gera uma preferência pelo uso de certas ferramentas.	Venkatesh, Thong e Xu (2012)
Inovação pessoal	Refere-se à disposição individual para experimentar tecnologias novas ou já consolidadas, caracterizando-se pela iniciativa de estar entre os primeiros a testá-las, demonstrando entusiasmo, motivação e interesse em seu uso.	Farooq <i>et al.</i> (2017)
Risco percebido	O risco percebido no contexto de jogos de azar envolve dois elementos principais: a probabilidade e a gravidade de resultados negativos, representando a avaliação subjetiva do indivíduo sobre as possíveis consequências adversas relacionadas à atividade	Antonio <i>et al.</i> (2025)
Retorno percebido	O retorno percebido é definido como os benefícios antecipados do jogo, que podem incluir ganhos financeiros ou experiências de entretenimento, influenciando a atitude em relação ao risco e a propensão a participar da atividade	Antonio <i>et al.</i> (2025)
Conhecimento financeiro	A literacia financeira reflete o domínio que um indivíduo tem sobre informações financeiras, bem como sua capacidade e confiança para tomar decisões informadas em diferentes contextos financeiros (Huston, 2010; Remund, 2010).	Wei <i>et al.</i> (2025)
Autocontrole	É definido como a capacidade percebida de resistir a tentações, controlar impulsos imediatos e superar hábitos indesejados em prol de objetivos de longo prazo.	Strömbäck <i>et al.</i> (2017)

Fonte: Elaboração própria (2025)

As definições apresentadas evidenciam a articulação entre determinantes tecnológicos,

fatores individuais e avaliações cognitivas associadas ao comportamento de apostas online, assegurando consistência entre o referencial teórico, a definição conceitual e a operacionalização empírica das variáveis.

4.3.2 Descrição do Instrumento de coleta de dados

O instrumento de coleta foi composto pelas escalas do modelo UTAUT3, conforme proposto por Farooq et al. (2017), acrescidas dos construtos Risco Percebido e Retorno Percebido, também adaptados de Antonio *et al.* (2025), além de Conhecimento Financeiro, baseado em Wei et al. (2025), e Autocontrole, adaptado de Strömbäck et al. (2017), conforme apresentado no Quadro 03.

A seleção dessas escalas fundamenta-se em sua consolidação na literatura e em sua adequação teórica ao modelo proposto. No geral o instrumento de coleta foi composto por 64 itens, abrangendo informações sociodemográficas, comportamento de apostas e os construtos teóricos do estudo. O instrumento foi organizado em cinco seções. A primeira seção apresentou uma breve descrição da pesquisa, seguida de cinco questões relativas ao comportamento de aposta, dentre elas duas eram perguntas-filtro destinadas à verificação de elegibilidade, além do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

As seções subsequentes reuniram os itens correspondentes aos construtos do modelo teórico, totalizando 52 afirmações em escala Likert de 7 pontos, distribuídas ao longo do questionário e intercaladas com três itens de verificação de atenção, com o objetivo de assegurar a qualidade das respostas. Para reduzir possíveis vieses de resposta, como efeito de ordem ou respostas automáticas, os itens das escalas foram apresentados de forma embaralhada, evitando o agrupamento por construto. A seção final contemplou 6 itens destinados à caracterização sociodemográfica dos participantes. Essa organização buscou garantir clareza estrutural, controle metodológico e maior confiabilidade das informações coletadas.

A escala utilizada foi a de Likert de 7 pontos, que varia de 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente). Essa escolha se justifica pelo fato de que, conforme Finstad (2010), escalas de sete pontos apresentam maior sensibilidade para captar avaliações subjetivas dos respondentes em relação aos itens do questionário, além de oferecer um equilíbrio adequado entre discriminação das respostas e um número manejável de opções, evitando complexidade excessiva (Fortes, Moreira e Saraiva, 2016). Ademais, essa mesma escala foi empregada em estudos anteriores, como os de Fortes, Moreira e Saraiva (2016), Konietzny e Caruana (2021) e Chan (2024).

O processo de tradução e adaptação dos itens dos construtos que compõem o instrumento de coleta de dados, seguiu as orientações de Douglas e Craig (2007), adotando abordagem colaborativa e iterativa com o objetivo de assegurar equivalência conceitual no contexto de jogos de azar online. Diante da presença de expressões idiomáticas e termos sem correspondência literal direta, empregou-se a técnica de tradução paralela (Hambleton, 1994), seguida de revisões sucessivas conduzidas por quatro pesquisadores doutores, garantindo preservação dos significados originais e adequação cultural e contextual das medidas. Os construtos do modelo e os respectivos itens já adaptados ao contexto da pesquisa são apresentados no Quadro 04.

Quadro 04 - Construtos e itens de mensuração adaptados ao contexto dos jogos de azar online

Construtos e fonte		Cod	Item
Expectativa de Desempenho (Venkatesh <i>et al.</i> , 2003)	UTAUT	PE1	As plataformas de apostas online são úteis para minha vida.
		PE2	As plataformas de apostas online aumentam minhas chances de alcançar meus objetivos.
		PE3	As plataformas de apostas online me ajudam a realizar meus desejos mais rapidamente.
		PE4	As plataformas de apostas online melhoram minha qualidade de vida.
Expectativa de Esforço (Venkatesh <i>et al.</i> , 2003)	UTAUT	EE1	As plataformas de apostas online são claras e compreensíveis.
		EE2	As plataformas de apostas online são fáceis de usar.
		EE3	Aprendo facilmente a usar as plataformas de apostas online
		EE4	Desenvolvo facilmente habilidades no uso de plataformas de aposta online
Influência Social (Venkatesh <i>et al.</i> , 2003)	UTAUT	SI1	Pessoas que são importantes para mim, acham que eu deveria usar plataformas de apostas online.
		SI2	Pessoas que influenciam meu comportamento acham que eu deveria usar plataformas de apostas online.
		SI3	Pessoas cujas opiniões eu valorizo recomendam que eu use plataformas de apostas online.
Condições Facilitadora (Venkatesh <i>et al.</i> , 2003)	UTAUT	FC1	Tenho os recursos necessários para jogar em plataformas de apostas online (Ex: acesso à internet, smartphone ou computador, e meios de pagamento digital disponíveis).
		FC2	Conheço bem as plataformas para realizar apostas online.
		FC3	As plataformas de apostas online funcionam facilmente em meu dispositivo.
		FC4	É fácil obter ajuda para utilizar as plataformas de apostas online.

Motivações Hedônicas (Venkatesh; Thong; Xu, 2012)	UTAUT2	HM1	Jogar em plataformas de apostas online é divertido.
		HM2	Jogar em plataformas de apostas online é prazeroso.
		HM3	Jogar em plataformas de apostas online é muito envolvente.
Valor do Preço (Venkatesh; Thong; Xu, 2012)	UTAUT2	PV1	Consigo jogar em plataformas de apostas online a um preço acessível.
		PV2	Eu consigo jogar em plataformas de apostas online com bom custo-benefício.
		PV3	Atualmente, consigo jogar em plataformas de apostas online a um preço convidativo.
Hábito (Venkatesh; Thong; Xu, 2012)	UTAUT2	HT1	O uso de plataformas de apostas online se tornou um hábito para mim.
		HT2	Sou viciado em jogar em plataformas de apostas online.
		HT3	Sinto necessidade de jogar em plataformas de apostas online.
		HT4	Utilizar plataformas de apostas online se tornou normal para mim.
Intenção de Utilização (Venkatesh; Thong; Xu, 2012)	UTAUT2	BI1	Pretendo continuar usando plataformas de apostas online no futuro.
		BI2	Planejo continuar usando plataformas de apostas online o máximo que eu puder.
		BI3	Sempre que puder, irei jogar em plataformas de apostas online no meu cotidiano.
Comportamento de utilização (Venkatesh; Thong; Xu, 2012)	UTAUT2	UB	Com que frequência você utiliza plataformas de apostas online? Nota: A frequência variou entre "nunca" e "muitas vezes por dia"
Inovação Pessoal (Farooq <i>et al.</i> , 2017)	UTAUT3	PI1	Gosto de experimentar os novos recursos em plataformas de apostas online.
		PI2	Fico empolgado para testar novas funcionalidades oferecidas pelas plataformas de apostas online que utilizo.
		PI3	Costumo experimentar as novas funcionalidades em plataformas de apostas online.
Risco Percebido (Antonio <i>et al.</i> , 2025)	Adicionadas	PR1	Há um risco considerável envolvido no uso de plataformas de apostas online.
		PR2	Reconheço que há um risco financeiro envolvido em apostas online.
		PR3	Compreendo que o uso de serviços de apostas online pode levar ao vício.
		PR4	Posso me descontrolar ao tentar recuperar dinheiro perdido em apostas online.
		PR5	Realizar apostas online pode me levar a ter perdas financeiras.
Retorno	Adicionadas	PG1	Considero que tenho ganhos nas apostas online, e isso me mantém

Percebido (Antonio <i>et al.</i> , 2025)			empolgado e entretido.
		PG2	Percebo que as recompensas das apostas online superam os riscos potenciais.
		PG3	Ganhar dinheiro é um dos principais motivos que me mantém envolvido com as apostas online.
		PG4	Geralmente, os ganhos são maiores que as perdas quando aposto online.
		PG5	Percebo que as recompensas oferecidas por plataformas de apostas online valem o tempo e o dinheiro investidos.
Conhecimento financeiro (Wei <i>et al.</i> , 2025)	Adicionadas	KF1	Sei o que significam a inflação e as mudanças nas taxas de juros.
		KF2	Comparo preços ao comprar um produto ou serviço.
		KF3	Considero à relação entre preço e desempenho ao comprar um produto ou serviço.
		KF4	Tenho conhecimento sobre produtos financeiros.
Autocontrole (Strömbäck <i>et al.</i> , 2017)	Adicionadas	AC1	Tenho dificuldade em abandonar maus hábitos.
		AC2	Me distraio facilmente.
		AC3	Tenho dificuldade em resistir à tentação.
		AC4	Faço coisas que me dão prazer no momento, mas das quais me arrependo depois.
		AC5	Costumo agir sem considerar todas as consequências.

Fonte: Elaboração própria (2025)

Conforme apresentado anteriormente, o modelo foi operacionalizado por meio de 63 itens distribuídos em 14 construtos teóricos. Vale ressaltar que 13 destes foram especificados como construtos de primeira ordem reflexivos e a UTAUT3 como construto hierárquico de segunda ordem. Especificamente, a UTAUT3 foi modelada como construto de segunda ordem composto por oito dimensões de primeira ordem: Expectativa de Desempenho (4 itens), Expectativa de Esforço (4 itens), Influência Social (3 itens), Condições Facilitadoras (4 itens), Motivação Hedônica (3 itens), Valor do Preço (3 itens), Hábito (4 itens) e Inovação Pessoal (3 itens). Além dessas dimensões, o modelo contemplou ainda os construtos Intenção de Utilização (3 itens) e Comportamento de Utilização (1 item).

Adicionalmente, foram incorporados ao modelo os construtos Risco Percebido (5 itens), Retorno Percebido (5 itens), Conhecimento Financeiro (4 itens) e Autocontrole (5 itens), todos especificados como construtos de primeira ordem. No modelo proposto, os construtos Conhecimento Financeiro e Autocontrole foram direcionados ao construto UTAUT3, enquanto Risco Percebido e Retorno Percebido foram direcionados à Intenção de Utilização. A inclusão dessas variáveis contribuiu para ampliar a capacidade explicativa do modelo, ao incorporar

dimensões cognitivas, avaliativas e autorregulatórias relacionadas ao comportamento de utilização de plataformas de apostas online.

4.4 Procedimentos de Coleta

A coleta de dados deste estudo foi realizada por meio de uma pesquisa quantitativa do tipo survey, de corte transversal, utilizando um questionário estruturado de autopreenchimento aplicado em ambiente online. Esse procedimento é amplamente empregado em estudos que buscam mensurar percepções, atitudes e intenções comportamentais por meio de escalas padronizadas, possibilitando a obtenção de dados comparáveis e passíveis de tratamento estatístico (Malhotra, 2019; Hair et al., 2019). A aplicação online foi adotada por favorecer maior alcance geográfico, reduzir custos operacionais e proporcionar maior conveniência aos participantes, além de contribuir para o anonimato dos respondentes e minimizar possíveis vieses decorrentes da presença do pesquisador. A coleta ocorreu em um único momento temporal, caracterizando o delineamento como transversal. A participação foi voluntária e condicionada ao aceite do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, sendo também implementados mecanismos para assegurar a qualidade das respostas, como perguntas-filtro e itens de verificação de atenção.

4.4.1 Pré-teste

Antes da coleta definitiva, o questionário foi submetido a duas etapas de pré-teste com o objetivo de avaliar a clareza dos itens, o tempo de preenchimento e o desempenho preliminar das medidas. O primeiro pré-teste foi realizado com cinco participantes que apresentavam o perfil-alvo da pesquisa, permitindo verificar a compreensão das perguntas, a adequação da linguagem e o tempo médio de resposta. Essa etapa possibilitou ajustes pontuais na redação dos itens e na organização do instrumento, contribuindo para o aprimoramento e a purificação dos indicadores, conforme recomendado por Vieira (2011).

Após essas adequações, realizou-se um segundo pré-teste com um número maior de respondentes, com a finalidade de examinar preliminarmente o comportamento estatístico das variáveis antes da aplicação final do questionário. Foram obtidas 59 respostas, das quais 49 estavam completas. Após a exclusão de quatro casos que não atenderam aos itens de verificação de atenção, permaneceram 45 observações válidas para análise. Em seguida, procedeu-se à identificação de valores discrepantes por meio da análise de escores padronizados, sendo detectados oito casos extremos. Esses valores foram tratados pela substituição pelo menor valor não discrepante observado na distribuição, procedimento considerado conservador e

recomendado em contextos de amostras reduzidas.

As análises estatísticas foram conduzidas no software SPSS, incluindo estatísticas descritivas e análise fatorial exploratória com finalidade diagnóstica, por meio da técnica de Análise de Componentes Principais. No construto Retorno Percebido, observou-se que a maioria dos itens apresentou comunalidades inferiores ao ponto de corte de 0,50, com valores de 0,331 (PG1), 0,391 (PG3), 0,194 (PG4) e 0,458 (PG5), enquanto apenas o item PG2 apresentou comunalidade superior (0,624). O fator extraído apresentou autovalor de 1,998, explicando 39,96% da variância total, percentual inferior ao recomendado para indicar convergência unidimensional adequada. Além disso, o item PG4 apresentou carga fatorial reduzida (0,441), sugerindo fragilidade na sua contribuição para o construto. Esses resultados indicaram a necessidade de revisão semântica e conceitual de alguns indicadores do construto. As melhorias decorrentes dessa etapa foram incorporadas ao instrumento definitivo, cuja validação foi realizada posteriormente com a amostra final da pesquisa.

4.4.2 Aplicação do questionário e Coleta de dados

O questionário foi elaborado e disponibilizado por meio da plataforma Google Forms, e o link de acesso foi divulgado via WhatsApp e e-mail, tanto em listas pessoais quanto institucionais. A coleta ocorreu entre novembro de 2025 e fevereiro de 2026. Ao final desse período, foram obtidas 255 respostas completas. Na etapa inicial de triagem, aplicaram-se critérios de elegibilidade relacionados à experiência prévia com apostas online. Foram excluídos 30 participantes que declararam nunca ter utilizado plataformas de apostas e 13 que indicaram frequência de uso igual a “nunca”, além de um respondente que não aceitou os termos de consentimento, totalizando 44 exclusões. Após essa etapa, permaneceram 223 respostas.

Em seguida, procedeu-se à verificação da qualidade das respostas por meio de três itens de controle de atenção e consistência, o que resultou na exclusão de 52 casos que não atenderam simultaneamente aos três checklists de atenção. Assim, restaram 203 respostas válidas. Posteriormente, realizou-se análise da variabilidade das respostas com o objetivo de identificar padrões de preenchimento inconsistentes. Nessa etapa, foram excluídos três casos adicionais: um por apresentar desvio padrão inferior a 0,5 em uma seção do instrumento e dois por apresentarem desvio padrão igual a zero em outra seção, indicando ausência de variabilidade nas respostas. Dessa forma, a amostra final utilizada nas análises foi composta por 200 respondentes válidos.

4.5 Procedimentos de Análise Estatística dos Dados

A análise estatística foi conduzida com o objetivo de assegurar a qualidade da base de dados e testar o modelo teórico proposto. Inicialmente, realizou-se o tratamento preliminar das informações, incluindo verificação de respostas incompletas, análise de valores discrepantes e avaliação dos pressupostos necessários às técnicas estatísticas empregadas. As análises foram estruturadas em duas etapas complementares: análise descritiva e análise multivariada.

4.5.1 Análise Descritiva

Após a realização dos procedimentos de limpeza e categorização da base de dados, conforme descrito anteriormente, procedeu-se à análise descritiva por meio do software SPSS. Essa etapa teve como finalidade caracterizar o perfil sociodemográfico e comportamental da amostra, bem como examinar as médias e os desvios-padrão dos itens e construtos de primeira e segunda ordem que compõem a escala utilizada na pesquisa. Tal procedimento possibilitou uma visão geral da distribuição dos dados, permitindo a identificação de padrões iniciais relevantes e eventuais indícios de assimetria ou dispersão nas variáveis investigadas.

4.5.2 Análise Multivariada

A análise multivariada foi conduzida por meio da Modelagem de Equações Estruturais com Mínimos Quadrados Parciais (PLS-SEM), utilizando o software SmartPLS 4, técnica adequada para modelos complexos com múltiplos construtos e indicadores reflexivos (Hair et al., 2019). Inicialmente, procedeu-se à avaliação do modelo de mensuração de forma sequencial.

Primeiramente, examinou-se a confiabilidade individual dos indicadores por meio das cargas externas, adotando-se como critério valores iguais ou superiores a 0,70. Em seguida, avaliou-se a consistência interna dos construtos com base na confiabilidade composta (ρ_c), considerando-se adequados valores acima de 0,70. A validade convergente foi verificada por meio da Variância Média Extraída (AVE), sendo recomendados valores iguais ou superiores a 0,50. Posteriormente, analisou-se a validade discriminante a partir das cargas cruzadas, assegurando que cada indicador apresentasse maior carga em seu construto de origem do que nos demais.

Após a avaliação do modelo de mensuração, examinou-se a possível presença de viés comum ao método, tendo em vista que os dados foram coletados por autorrelato e em único momento temporal. Para esse fim, aplicou-se o teste do fator único de Harman no SPSS, por meio de análise fatorial exploratória não rotacionada. A inexistência de um fator geral dominante que explicasse a maior parte da variância indicou que o viés comum ao método não

comprometeu de forma significativa os resultados.

Por fim, procedeu-se à avaliação do modelo estrutural, seguindo as orientações de Bido e Silva (2019), por meio da análise dos coeficientes de caminho e de sua significância estatística, o que permitiu o teste das hipóteses formuladas no modelo teórico.

5. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os dados coletados foram analisados com o auxílio do software SmartPLS, sendo o modelo estimado por meio da Modelagem de Equações Estruturais baseada em Mínimos Quadrados Parciais (PLS-SEM – Partial Least Squares Structural Equation Modeling). Trata-se de uma técnica orientada à variância que permite a estimação simultânea de múltiplas relações de dependência entre construtos latentes, representados por diferentes variáveis observáveis em um modelo integrado (Hair et al., 2022). Essa abordagem é particularmente adequada quando o objetivo da pesquisa envolve análise preditiva e a avaliação de modelos teóricos mais complexos, sendo amplamente utilizada em estudos nas áreas de marketing e ciências sociais aplicadas (Hair et al., 2019).

Esta seção inicia-se com a apresentação das estatísticas descritivas, obtidas por meio do software SPSS, referentes às variáveis sociodemográficas e ao comportamento de aposta, com o objetivo de caracterizar o perfil da amostra investigada. Em seguida, são descritos os procedimentos adotados para a avaliação do modelo de mensuração, etapa voltada à verificação da confiabilidade e da validade dos construtos. Por fim, apresentam-se os resultados da análise do modelo estrutural, na qual são examinadas as relações entre os construtos propostos no modelo teórico.

5.1 Estatística Descritiva

Foram recebidos 200 questionários válidos dos quais houve uma predominância de participantes do gênero masculino (52,0%), majoritariamente solteiros (67,5%), com idade média de 27,76 anos (DP = 9,19), indicando concentração em um público adulto jovem. Em termos educacionais e ocupacionais, destaca-se o ensino superior incompleto (33,5%) e a condição de estudante (36,5%), o que se articula com a maior presença de respondentes na faixa de renda de até um salário-mínimo (35,0%).

No que se refere ao comportamento de consumo, verificou-se que 35,0% utilizam plataformas de apostas há um período de 1 a 2 anos. A frequência de uso mostrou-se predominantemente baixa, com 38,0% relatando apostar menos de uma vez ao mês. Ainda assim, os dados de recência apontam participação relativamente ativa, visto que 23,5% realizaram apostas nos sete dias anteriores à coleta, enquanto 27,0% declararam não apostar há mais de um ano. O gasto médio mensal com apostas foi de R\$ 121,33, acompanhado de elevada dispersão (DP = 320,67), evidenciando heterogeneidade nos padrões de dispêndio entre os participantes.

Após a caracterização da amostra, realizou-se a análise da estatística descritiva dos itens que compõem o instrumento de pesquisa. Essa etapa considerou as medidas de média (M) e desvio padrão (DP), cujos resultados são apresentados na Tabela 01. Observa-se que as médias variaram entre 1,70 e 6,75 em uma escala de sete pontos, enquanto os desvios padrão oscilaram entre 0,79 e 2,40.

De modo geral, os valores médios indicam que as respostas dos participantes se distribuem ao longo de diferentes pontos da escala, evidenciando variações no posicionamento em relação aos construtos analisados. Em complemento, os desvios padrão observados revelam distintos níveis de dispersão nas respostas, indicando que, em alguns itens, há maior convergência entre os respondentes, enquanto, em outros, verifica-se maior heterogeneidade nas percepções.

Tabela 01 - Média e Desvio-Padrão.

Cód.	Item	Média	Dev.Pad
PE1	As plataformas de apostas online são úteis para minha vida.	1,99	1,36
PE2	As plataformas de apostas online aumentam minhas chances de alcançar meus objetivos.*	5,41	1,59
PE3	As plataformas de apostas online me ajudam a realizar meus desejos mais rapidamente.	2,20	1,60
PE4	As plataformas de apostas online melhoram minha qualidade de vida.	1,90	1,36
EE1	As plataformas de apostas online são claras e compreensíveis.	4,19	1,90
EE2	As plataformas de apostas online são fáceis de usar.*	2,25	1,57
EE3	Aprendo facilmente a usar as plataformas de apostas online.	5,42	1,74
EE4	Desenvolvo facilmente habilidades no uso de plataformas de aposta online.	3,97	2,12
SI1	Pessoas que são importantes para mim, acham que eu deveria usar plataformas de apostas online.	1,86	1,44
SI2	Pessoas que influenciam meu comportamento acham que eu deveria usar plataformas de apostas online.	2,27	1,72
SI3	Pessoas cujas opiniões eu valorizo recomendam que eu use plataformas de apostas online.	2,08	1,59
FC1	Tenho os recursos necessários para jogar em plataformas de apostas online (ex: acesso à internet, smartphone ou computador, e meios de pagamento digital disponíveis).	6,18	1,49
FC2	Conheço bem as plataformas para realizar apostas online.*	3,94	2,07
FC3	As plataformas de apostas online funcionam facilmente em meu dispositivo.	5,97	1,57
FC4	É fácil obter ajuda para utilizar as plataformas de apostas online.	5,00	1,88
HM1	Jogar em plataformas de apostas online é divertido.	4,53	1,94
HM2	Jogar em plataformas de apostas online é prazeroso.	4,10	2,00
HM3	Jogar em plataformas de apostas online é muito envolvente.	4,82	1,95
PV1	Consigo jogar em plataformas de apostas online a um preço acessível.	5,25	1,82
PV2	Eu consigo jogar em plataformas de apostas online com bom custo-benefício.	3,85	2,12
PV3	Atualmente, consigo jogar em plataformas de apostas online a um preço convidativo.	4,40	2,11
HT1	O uso de plataformas de apostas online se tornou um hábito para mim.	2,39	1,78
HT2	Sou viciado em jogar em plataformas de apostas online.	1,70	1,45
HT3	Sinto necessidade de jogar em plataformas de apostas online.	1,94	1,50
HT4	Utilizar plataformas de apostas online se tornou normal para mim.	2,90	2,11
BI1	Pretendo continuar usando plataformas de apostas online no futuro.	2,80	1,99
BI2	Planejo continuar usando plataformas de apostas online o máximo que eu puder.	2,22	1,61
BI3	Sempre que puder, irei jogar em plataformas de apostas online no meu cotidiano.	2,41	1,78
PI1	Gosto de experimentar os novos recursos em plataformas de apostas online.	2,80	2,00
PI2	Fico empolgado para testar novas funcionalidades oferecidas pelas plataformas de apostas online que utilizo.	2,65	2,02
PI3	Costumo experimentar as novas funcionalidades em plataformas de apostas online.	2,75	2,03
PR1	Há um risco considerável envolvido no uso de plataformas de aposta online.	6,52	1,12
PR2	Reconheço que há um risco financeiro envolvido em apostas online.	6,70	0,88
PR3	Compreendo que o uso de serviços de aposta online pode levar ao vício.	6,75	0,79
PR4	Posso me descontrolar ao tentar recuperar dinheiro perdido em apostas online.*	4,33	2,51
PR5	Realizar apostas online pode me levar a ter perdas financeiras.	6,44	1,31

PG1	Considero que tenho ganhos nas apostas online, e isso me mantém empolgado e entretido.	3,15	2,01
PG2	Percebo que as recompensas das apostas online superam os riscos potenciais.	2,59	1,85
PG3	Ganhar dinheiro é um dos principais motivos que me mantém envolvido com as apostas online.	4,59	2,35
PG4	Geralmente, os ganhos são maiores que as perdas quando aposto online.*	2,64	1,97
PG5	Percebo que as recompensas oferecidas por plataformas de apostas online valem o tempo e o dinheiro investidos.	2,81	1,97
KF1	Sei o que significam a inflação e as mudanças nas taxas de juros.	5,56	1,67
KF2	Comparo preços ao comprar um produto ou serviço.	6,22	1,24
KF3	Considero à relação entre preço e desempenho ao comprar um produto ou serviço.	5,74	1,55
KF4	Tenho conhecimento sobre produtos financeiros.	5,32	1,62
AC1	Eu tenho dificuldade em abandonar maus hábitos.	4,08	2,10
AC2	Me distraio facilmente.	3,62	2,02
AC3	Tenho dificuldade em resistir à tentação.	5,00	1,98
AC4	Faço coisas que me dão prazer no momento, mas das quais me arrependo depois.	4,04	2,16
AC5	Costumo agir sem considerar todas as consequências.	5,14	1,87

*Itens excluídos do modelo final.

Fonte: Dados da pesquisa (2026)

Percebe-se que os itens de expectativa de desempenho apresentam polarização: enquanto PE2 revela avaliação elevada ($M = 5,41$), sugerindo percepção favorável quanto ao alcance de objetivos, PE1, PE3 e PE4 exibem médias baixas (≈ 2), indicando menor concordância quanto à utilidade e aos benefícios percebidos. Em expectativa de esforço, destaca-se EE3 ($M = 5,42$), contrastando com EE2 ($M = 2,25$), o que indicam percepções distintas entre aprendizagem e facilidade operacional. A influência social apresenta médias consistentemente baixas (≈ 2), evidenciando fraca pressão social percebida. Já as condições facilitadoras registram médias elevadas (até $M = 6,18$), indicando ampla percepção de disponibilidade de recursos. Os itens de motivação hedônica e valor percebido concentram-se em níveis intermediários a altos, sugerindo reconhecimento de prazer e custo-benefício.

Em contraste, hábito, intenção comportamental e propensão à inovação apresentam médias baixas, sinalizando baixa internalização comportamental. O construto percepção de risco exhibe as maiores médias ($>6,5$) e menor dispersão em alguns itens, como é o caso do PR2 ($M = 6,67$; $DP = 0,93$) e PR3 ($M = 6,75$; $DP = 0,81$), o que era de se esperar pois indica forte concordância entre os participantes e mostram percepção amplamente compartilhada quanto à presença de riscos associados ao uso de plataformas de apostas online.

Por fim, ganhos percebidos, conhecimento financeiro e autocontrole mostram variação intermediária, refletindo percepções menos homogêneas. Em conjunto, os desvios-padrão, especialmente elevados em itens como PR4 e PG3, evidenciam diferenças substanciais de posicionamento entre os participantes, sugerindo diversidade de experiências e julgamentos captados pelas escalas.

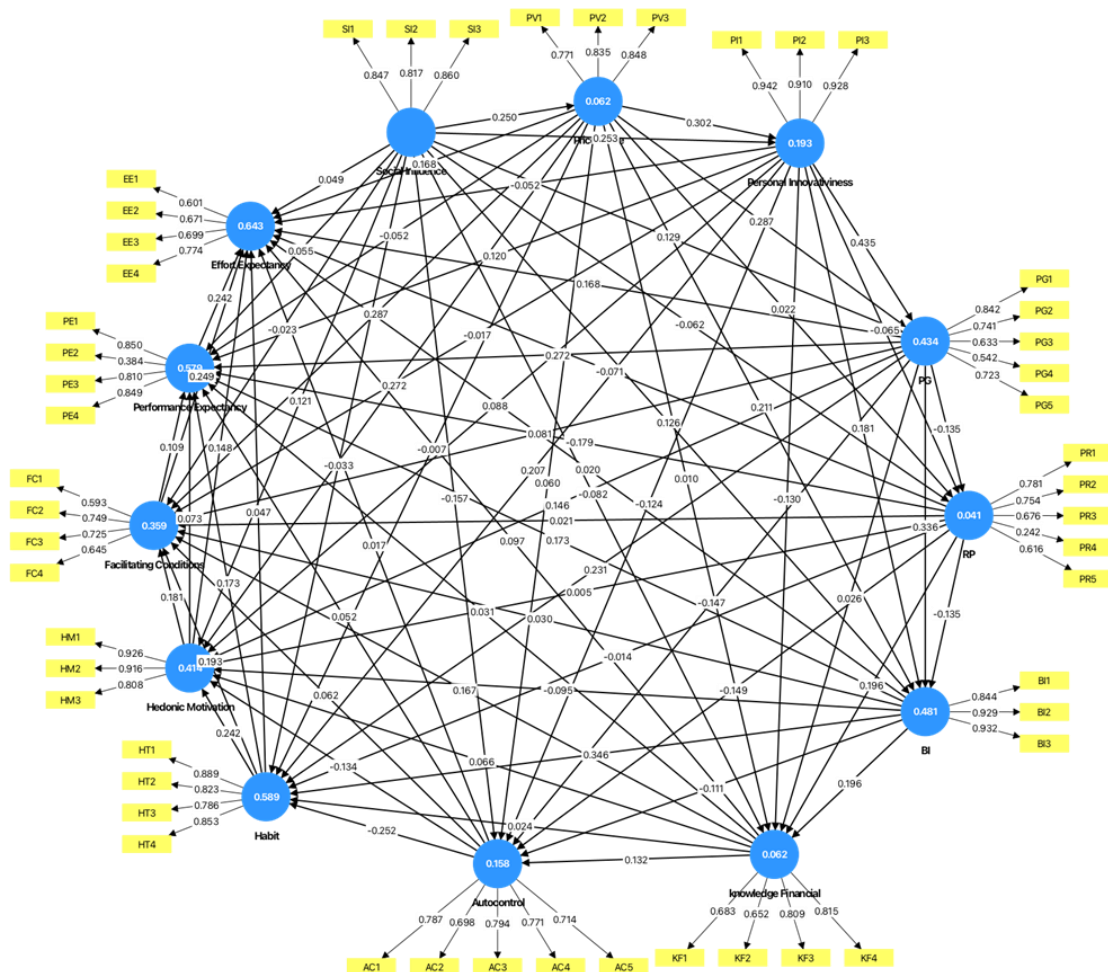
5.2 Análise Multivariada

Para a avaliação do modelo de mensuração, utilizou-se o software SmartPLS 4, seguindo os procedimentos recomendados por Bido e Silva (2019). O processo foi conduzido em etapas sucessivas: inicialmente, realizou-se a validação do modelo de mensuração e, posteriormente, a validação do modelo estrutural, conforme apresentado nas subseções a seguir.

5.2.1 Validação do Modelo – Análise Fatorial Confirmatória

A análise de validação do modelo de mensuração iniciou-se com uma Análise Fatorial Confirmatória, como mostra a Figura 08, cujo objetivo é avaliar a adequação do modelo de mensuração, verificando se os indicadores observados representam adequadamente os construtos teóricos propostos. Na CFA, os valores associados às setas que ligam os construtos aos indicadores correspondem às cargas fatoriais padronizadas, que indicam o grau de associação entre cada item e o construto latente. De acordo com a literatura metodológica, cargas fatoriais acima de 0,70 são consideradas ideais, embora valores acima de 0,50 possam ser aceitos em pesquisas exploratórias ou em estágios iniciais de validação de escalas (Hair *et al.*, 2019).

Figura 08 - Análise Fatorial Confirmatória (CFA)

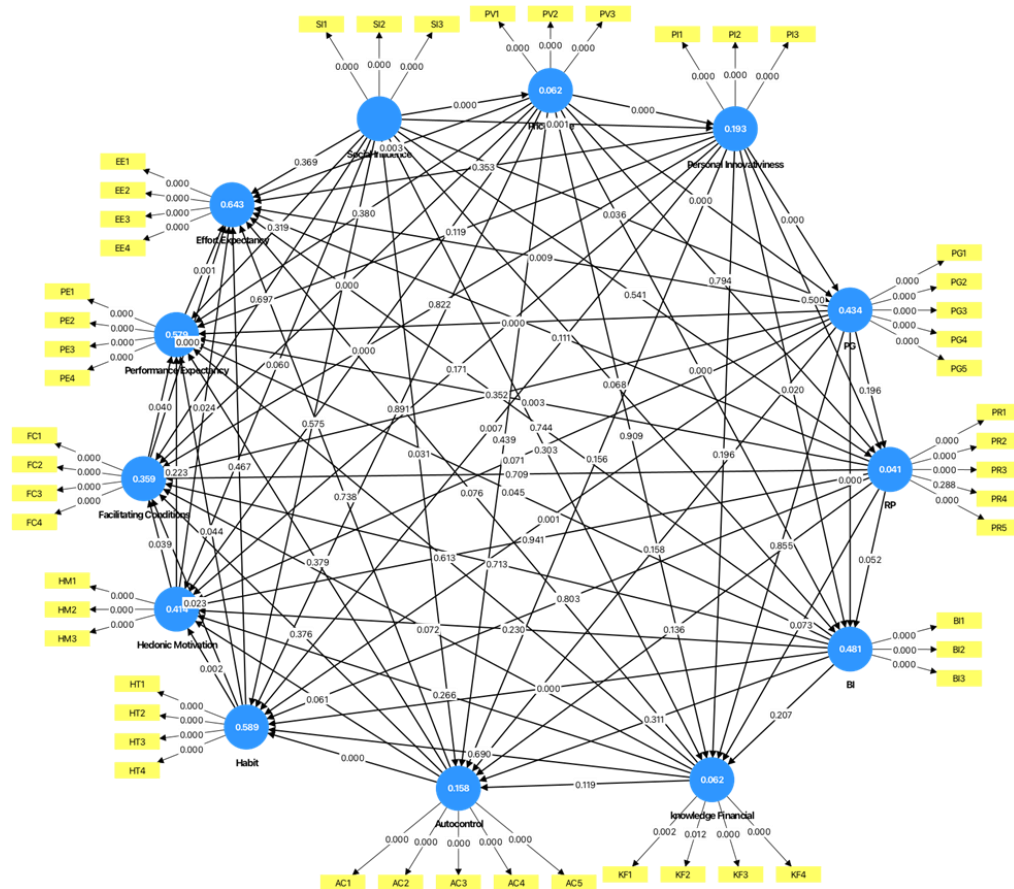


Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Nota-se que diversos indicadores apresentam cargas elevadas, como ocorre em Motivação Hedônica (0,926; 0,916; 0,808) e Inovação Pessoal (0,942; 0,910; 0,928), indicando forte associação entre os itens e os construtos correspondentes. Da mesma forma, construtos como Hábito e Intenção Comportamental também apresentam cargas predominantemente altas, sugerindo boa representação dos indicadores. Entretanto, alguns itens apresentam cargas mais baixas, como observado em determinados indicadores de Expectativa de esforço, Condições Facilitadoras e Risco percebido, o que pode indicar menor contribuição desses itens para a mensuração do construto. De modo geral, os resultados da CFA comprovam que a maior parte dos indicadores apresenta cargas fatoriais satisfatórias, indicando evidências de validade convergente do modelo de mensuração, conforme discutido na literatura de modelagem de equações estruturais (Hair *et al.*, 2019).

Após a CFA, realizou-se o procedimento de *bootstrapping* para avaliar a significância estatística das relações estruturais estimadas. O *bootstrapping* é amplamente utilizado na modelagem de equações estruturais baseada em mínimos quadrados parciais por permitir a obtenção de erros padrão, valores *t* e valores de *p* sem pressupor normalidade na distribuição dos dados, sendo recomendado para testar a significância dos coeficientes de caminho do modelo estrutural (Hair *et al.*, 2019). Na Figura 09 apresentada a seguir, os valores exibidos ao longo das setas representam os valores de *p* associados às relações entre os construtos.

Figura 09 - Teste de significância estatística dos construtos



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Observa-se que diversas relações apresentam p-valor igual a 0,000. Por exemplo, os caminhos associados aos construtos Expectativa de Esforço (EE), Influência Social (SI) e Valor de Preço (PV) apresentam, de forma recorrente, $p = 0,000$, indicando significância estatística ao nível de 5%, uma vez que valores de p inferiores a 0,05 comprovam que a relação estimada é estatisticamente significativa.

Por outro lado, algumas relações apresentam valores de p superiores a esse limiar, como 0,119, 0,196, 0,288 e 0,311, associados aos construtos Autocontrole (AC), Conhecimento Financeiro (KF), Retorno Percebido (PG) e Risco Percebido (RP), indicando ausência de significância estatística para esses caminhos específicos.

Esses resultados evidenciam que parte das relações hipotetizadas no modelo recebe suporte empírico, enquanto outras não apresentam evidências estatísticas suficientes para confirmar a influência entre os construtos analisados. Dessa forma, a interpretação conjunta dos coeficientes de caminho e de seus respectivos níveis de significância permite identificar quais relações estruturais são estatisticamente relevantes para a explicação dos construtos endógenos do modelo.

Na sequência, procedeu-se à avaliação da confiabilidade composta (*Composite Reliability*) e da variância média extraída (*Average Variance Extracted – AVE*), indicadores amplamente utilizados para examinar a consistência interna e a validade convergente dos construtos em modelos de equações estruturais. De acordo com a literatura metodológica, valores de confiabilidade composta superiores a 0,70 indicam níveis adequados de consistência interna, enquanto valores de AVE iguais ou superiores a 0,50 indicam que o construto explica pelo menos metade da variância de seus indicadores, evidenciando validade convergente (Fornell; Larcker, 1981; Hair Jr. *et al.*, 2019). Os resultados obtidos para esses indicadores podem ser observados na Tabela 02.

Tabela 02 - Confiabilidade composta e variância média extraída (AVE) dos construtos

	Confiabilidade Composta (CR)	Variância Média Extraída (AVE)
Autocontrole	0,868	0,569
Intenção Comportamental	0,929	0,814
Expectativa de Esforço	0,782	0,475
Condições Facilitadoras	0,774	0,463
Hábito	0,904	0,703
Motivação Hedônica	0,915	0,783
Retorno Percebido	0,828	0,495
Expectativa de Performance	0,827	0,561
Inovação Pessoal	0,948	0,859
Valor do Preço	0,859	0,670
Risco Percebido	0,763	0,415
Influência Social	0,879	0,709
Conhecimento Financeiro	0,830	0,553

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Podemos notar que todos os construtos apresentam confiabilidade composta satisfatória, com valores variando entre 0,763 e 0,948, evidenciando consistência interna adequada das escalas utilizadas. No que se refere à AVE, a maioria dos construtos apresentou valores superiores ao limiar recomendado de 0,50, como Autocontrole (0,569), Intenção Comportamental (0,814), Hábito (0,703), Motivação Hedônica (0,783), Expectativa de Desempenho (0,561), Inovação Pessoal (0,859), Valor do Preço (0,670), Influência Social (0,709) e Conhecimento Financeiro (0,553), indicando evidências de validade convergente. Entretanto, alguns construtos apresentaram valores ligeiramente inferiores ao limite recomendado, como Expectativa de Esforço (0,475), Condições Facilitadoras (0,463), Retorno Percebido (0,495) e Risco Percebido (0,415), sugerindo que esses construtos explicam menos da metade da variância média de seus indicadores.

Na sequência, procedeu-se à análise das cargas cruzadas (*cross loadings*), como pode ser visto na Tabela 03, com o objetivo de examinar a validade discriminante do modelo de mensuração. Esse procedimento consiste em comparar a carga fatorial de cada indicador em seu respectivo construto com as cargas apresentadas nos demais construtos do modelo. De acordo com a literatura metodológica, um indicador deve apresentar sua maior carga fatorial no construto ao qual está teoricamente associado, sendo desejável que essa carga seja superior às cargas observadas nos demais construtos (Hair Jr. *et al.*, 2019).

Tabela 03: Matriz de cargas cruzadas (cross loadings) dos construtos

	Autocontrol	BI	Effort Expect	Facilitating C	Habit	Hedonic Mot	PG	Performance	Personal Inn	Price Value	PR	Social Influ	knowledge Fi
AC1	0,787	-0,231	-0,145	-0,15	-0,314	-0,232	-0,178	-0,172	-0,197	-0,148	-0,069	-0,152	0,064
AC2	0,698	-0,078	-0,085	-0,073	-0,192	-0,245	-0,158	-0,159	-0,205	-0,065	0,006	-0,149	0,108
AC3	0,794	-0,276	-0,183	-0,15	-0,449	-0,283	-0,245	-0,218	-0,264	-0,162	0,035	-0,164	0,031
AC4	0,771	-0,147	-0,113	-0,07	-0,34	-0,266	-0,239	-0,121	-0,195	-0,005	-0,051	-0,277	0,102
AC5	0,714	-0,154	-0,196	-0,019	-0,336	-0,271	-0,23	-0,13	-0,193	-0,097	-0,068	-0,251	0,156
BI1	-0,206	0,844	0,47	0,395	0,491	0,279	0,482	0,452	0,31	0,486	-0,168	0,269	0,113
BI2	-0,229	0,929	0,487	0,299	0,607	0,386	0,554	0,61	0,526	0,389	-0,319	0,367	0,05
BI3	-0,231	0,932	0,535	0,368	0,637	0,422	0,607	0,59	0,537	0,436	-0,204	0,359	0,033
EE1	-0,009	0,317	0,601	0,348	0,237	0,24	0,346	0,337	0,219	0,419	-0,136	0,235	0,148
EE2	-0,203	0,475	0,671	0,272	0,457	0,352	0,554	0,704	0,294	0,306	-0,305	0,289	0,09
EE3	-0,162	0,319	0,699	0,544	0,368	0,455	0,331	0,322	0,291	0,439	-0,045	0,14	0,127
EE4	-0,139	0,386	0,774	0,514	0,403	0,475	0,44	0,347	0,369	0,391	-0,067	0,229	0,093
FC1	-0,117	0,181	0,321	0,593	0,204	0,288	0,187	0,186	0,088	0,312	0,096	0,035	0,197
FC2	-0,067	0,439	0,541	0,749	0,458	0,348	0,43	0,436	0,359	0,363	-0,142	0,251	0,052
FC3	-0,159	0,221	0,35	0,725	0,164	0,266	0,203	0,164	0,12	0,328	0,046	0,039	0,174
FC4	-0,018	0,102	0,362	0,645	0,194	0,27	0,199	0,255	0,148	0,297	-0,011	0,049	0,201
HM1	-0,321	0,41	0,513	0,415	0,496	0,926	0,463	0,463	0,462	0,445	-0,099	0,356	0,002
HM2	-0,338	0,377	0,541	0,432	0,508	0,916	0,497	0,411	0,375	0,434	-0,059	0,304	0,011
HM3	-0,248	0,276	0,423	0,296	0,355	0,808	0,345	0,329	0,301	0,353	-0,017	0,22	0,122
HT1	-0,294	0,618	0,518	0,391	0,889	0,46	0,566	0,577	0,512	0,367	-0,153	0,239	0,061
HT2	-0,474	0,354	0,338	0,313	0,823	0,357	0,458	0,391	0,387	0,145	-0,087	0,196	-0,049
HT3	-0,446	0,429	0,375	0,262	0,786	0,426	0,439	0,463	0,473	0,236	-0,115	0,302	-0,054
HT4	-0,332	0,692	0,55	0,409	0,853	0,48	0,592	0,574	0,541	0,439	-0,164	0,285	0,036
KF1	0,137	0,069	0,129	0,099	0,045	0,032	0,047	0,024	-0,024	-0,072	0,029	0,057	0,683
KF2	0,114	-0,112	0,022	0,15	-0,097	0,007	-0,117	-0,041	-0,058	-0,028	0,165	-0,058	0,652
KF3	0,06	0,045	0,089	0,215	-0,057	-0,013	-0,042	0,043	-0,09	0,07	0,187	-0,142	0,809
KF4	0,076	0,157	0,219	0,121	0,113	0,097	0,122	0,053	-0,021	0,069	0,103	-0,006	0,815
PE1	-0,187	0,559	0,496	0,275	0,518	0,341	0,568	0,85	0,507	0,288	-0,239	0,366	0,003
PE2	-0,055	0,198	0,476	0,495	0,24	0,303	0,254	0,384	0,25	0,291	-0,065	0,062	0,175
PE3	-0,181	0,447	0,517	0,286	0,514	0,434	0,515	0,81	0,358	0,334	-0,284	0,198	-0,013
PE4	-0,187	0,56	0,441	0,274	0,491	0,295	0,537	0,849	0,461	0,231	-0,341	0,331	-0,008
PG1	-0,299	0,5	0,496	0,347	0,604	0,481	0,842	0,554	0,529	0,463	-0,095	0,292	0,017
PG2	-0,168	0,432	0,468	0,301	0,487	0,373	0,741	0,497	0,506	0,24	-0,163	0,355	0,001
PG3	-0,208	0,434	0,405	0,332	0,41	0,285	0,633	0,357	0,307	0,435	-0,096	0,204	-0,054
PG4	-0,048	0,266	0,305	0,179	0,217	0,2	0,542	0,365	0,227	0,146	-0,204	0,036	0,059
PG5	-0,209	0,475	0,472	0,254	0,377	0,349	0,723	0,48	0,401	0,337	-0,133	0,237	0,031
PI1	-0,238	0,508	0,396	0,255	0,511	0,407	0,547	0,516	0,942	0,36	-0,17	0,269	-0,08
PI2	-0,32	0,435	0,365	0,273	0,54	0,432	0,535	0,448	0,91	0,359	-0,101	0,349	-0,084
PI3	-0,227	0,491	0,437	0,31	0,556	0,371	0,535	0,541	0,928	0,298	-0,161	0,297	-0,024
PR1	0,023	-0,24	-0,189	-0,072	-0,15	-0,055	-0,164	-0,284	-0,139	-0,122	0,781	-0,058	0,116
PR2	-0,018	-0,171	-0,119	0,04	-0,128	-0,046	-0,132	-0,224	-0,121	0,048	0,754	-0,136	0,137
PR3	-0,008	-0,118	-0,146	-0,031	-0,106	-0,112	-0,077	-0,2	-0,127	-0,075	0,676	-0,109	0,19
PR4	-0,253	-0,221	-0,034	-0,021	0,077	0,185	0,006	-0,013	0,013	-0,085	0,242	0,044	-0,09
PR5	-0,086	-0,165	-0,131	-0,027	-0,075	-0,012	-0,149	-0,222	-0,05	-0,056	0,616	-0,071	0,061
PV1	-0,01	0,257	0,444	0,388	0,176	0,341	0,236	0,214	0,12	0,771	-0,048	0,186	0,054
PV2	-0,178	0,466	0,471	0,391	0,367	0,397	0,535	0,386	0,386	0,835	-0,052	0,231	-0,013
PV3	-0,103	0,418	0,45	0,406	0,334	0,402	0,35	0,297	0,339	0,848	-0,097	0,191	0,052
SI1	-0,25	0,292	0,29	0,144	0,279	0,293	0,293	0,306	0,258	0,218	-0,14	0,847	0,012
SI2	-0,233	0,346	0,24	0,139	0,289	0,329	0,289	0,279	0,318	0,212	-0,081	0,817	-0,102
SI3	-0,178	0,295	0,298	0,153	0,2	0,221	0,283	0,275	0,249	0,199	-0,091	0,86	-0,074

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Os resultados indicam que, de modo geral, a maioria dos indicadores (treze) apresentou comportamento adequado, evidenciado por cargas fatoriais mais elevadas em seus respectivos construtos. Contudo, alguns itens evidenciaram potencial problema de discriminação, destacando-se EE2, FC2, PE2, PG4 e PR4, os quais estão destacados em vermelho. O item EE2, pertencente ao construto Expectativa de Esforço, apresentou carga mais elevada em Expectativa de Performance (0,704) do que no construto ao qual deveria estar associado (0,671), sugerindo

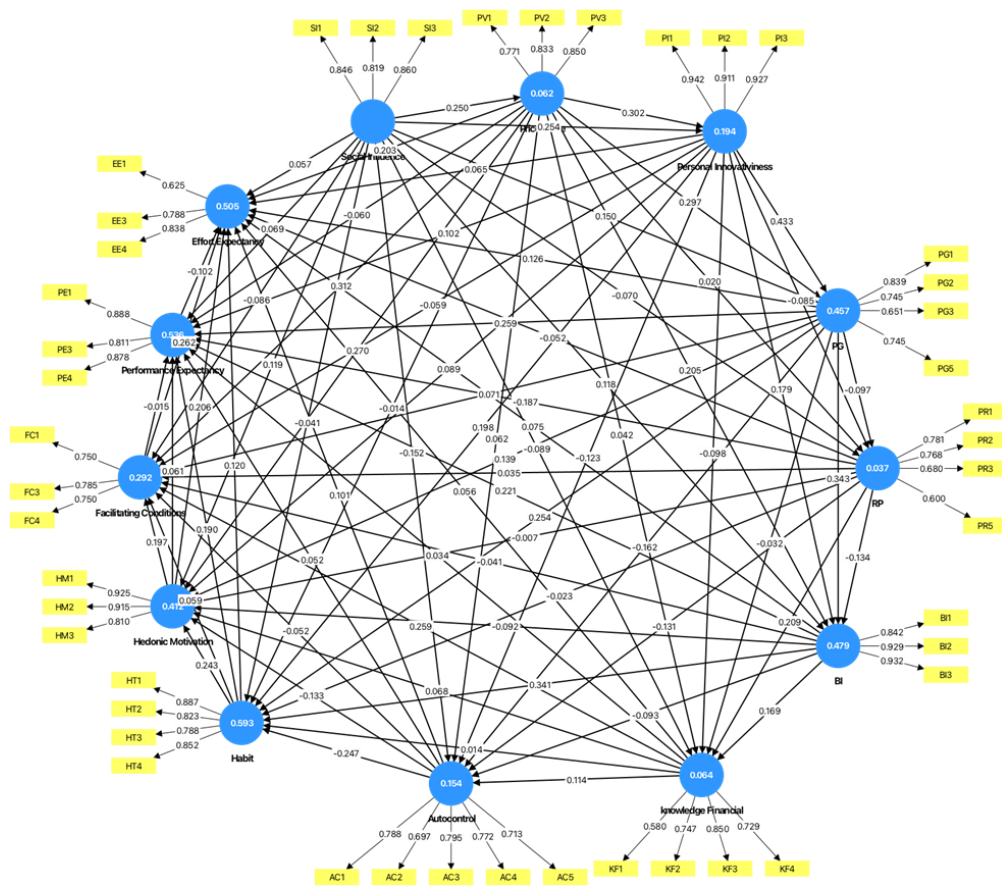
possível sobreposição conceitual entre facilidade de uso e expectativa de desempenho. Situação semelhante foi observada para FC2, cujo valor se mostrou relativamente elevado em outro construto em comparação com Condições Facilitadora, indicando fragilidade na distinção conceitual do indicador.

O mesmo padrão foi identificado para PE2, PG4 e PR4, que apresentaram cargas cruzadas relevantes em construtos distintos daqueles para os quais foram originalmente especificados. Esses resultados revelam que tais itens não discriminam adequadamente seus respectivos construtos, podendo comprometer a validade discriminante do modelo de mensuração.

Diante desses resultados, procedeu-se ao refinamento do modelo de mensuração por meio da exclusão dos indicadores que apresentaram desempenho insatisfatório. Esse procedimento é recomendado na modelagem de equações estruturais quando determinados itens comprometem a qualidade psicométrica dos construtos, afetando a consistência interna e a validade convergente das escalas (Hair et al., 2019). Assim, os itens PE2, FC2, PR4, PG4 e EE2 foram removidos do modelo, uma vez que apresentaram problemas de discriminação e contribuíam negativamente para os indicadores de qualidade dos construtos.

Após a exclusão dos indicadores que apresentaram desempenho psicométrico inferior, foi realizada uma nova análise fatorial confirmatória (CFA), como podemos observar na Figura 10, com o objetivo de reavaliar o modelo de mensuração e verificar se os ajustes promovidos resultaram em melhor adequação dos construtos. Conforme apresentado na figura, observa-se que os indicadores remanescentes passaram a apresentar cargas fatoriais adequadas em seus respectivos construtos, indicando maior consistência entre os itens e as variáveis latentes. De acordo com a literatura metodológica em modelagem de equações estruturais, cargas fatoriais superiores a 0,70 são consideradas desejáveis, pois indicam que o construto explica uma parcela substancial da variância do indicador (Hair Jr. *et al.*, 2019).

Figura 10 - Análise Fatorial Confirmatória (CFA) após a exclusão de alguns itens



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

No modelo reespecificado, a maior parte dos indicadores apresenta cargas elevadas, como observado em construtos como Motivação Hedônica, Hábito, Intenção Comportamental e Inovação Pessoal, evidenciando forte associação entre os itens e seus respectivos construtos. Além disso, os valores apresentados no interior dos construtos indicam a variância explicada (R^2) das variáveis endógenas do modelo estrutural, demonstrando níveis distintos de explicação entre os construtos analisados.

De modo geral, os resultados da nova CFA indicam melhora na qualidade do modelo de mensuração após a exclusão dos itens problemáticos, reforçando a adequação das escalas utilizadas e contribuindo para maior robustez das análises subsequentes do modelo estrutural.

Com a exclusão de alguns itens do modelo procedeu-se novamente à avaliação da confiabilidade composta (CR) e da variância média extraída (AVE), como mostra a Tabela 04, com o objetivo de verificar se os construtos passaram a apresentar níveis adequados de consistência interna e validade convergente.

Conforme recomendado na literatura de modelagem de equações estruturais, valores de confiabilidade composta superiores a 0,70 indicam consistência interna satisfatória, enquanto valores de AVE iguais ou superiores a 0,50 evidenciam que o construto explica mais da metade da variância média de seus indicadores (Fornell; Larcker, 1981; Hair Jr. *et al.*, 2019).

Tabela 04 - Confiabilidade composta e variância média extraída (AVE) dos construtos

	Confiabilidade Composta (CR)	Variância Média Extraída (AVE)
Autocontrole	0,868	0,569
Intenção Comportamental	0,929	0,814
Expectativa de Esforço	0,798	0,572
Condições Facilitadoras	0,806	0,580
Habito	0,904	0,703
Motivação Hedônica	0,915	0,783
Retorno Percebido	0,834	0,560
Expectativa de Performance	0,895	0,739
Inovação Pessoal	0,948	0,859
Valor do Preço	0,859	0,670
Risco Percebido	0,802	0,505
Influência Social	0,879	0,709
Conhecimento Financeiro	0,820	0,537

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Os resultados indicam que todos os construtos do modelo apresentam confiabilidade composta acima do limite recomendado, com valores variando entre 0,798 e 0,948, evidenciando adequada consistência interna das escalas utilizadas. No que se refere à AVE, observa-se que todos os construtos passaram a apresentar valores superiores ao limiar de 0,50, variando entre 0,505 e 0,859. Esse resultado indica que, após os ajustes realizados no modelo de mensuração, os construtos passaram a apresentar níveis satisfatórios de validade convergente, demonstrando que os indicadores remanescentes explicam adequadamente a variância dos construtos latentes. Dessa forma, os resultados mostram que o modelo de mensuração final apresenta qualidade psicométrica adequada, permitindo avançar com maior robustez para as etapas subsequentes de avaliação do modelo estrutural.

Posteriormente, procedeu-se à avaliação da validade discriminante do modelo de mensuração por meio da matriz de correlações entre os construtos, conforme apresentado na Tabela 05. Esse procedimento baseia-se no critério de *Fornell–Larcker*, segundo o qual a raiz quadrada da variância média extraída (AVE) de cada construto deve ser superior às correlações desse construto com os demais construtos do modelo, indicando que a variável latente compartilha mais variância com seus próprios indicadores do que com outras variáveis latentes (Fornell; Larcker, 1981).

Tabela 05 - Matriz de correlações entre as variáveis latentes da Análise Fatorial Confirmatória (n=200)

	AC	EE	FC	HT	HM	PE	PI	PV	SI	KF	PG	PR	BI
Autocontrole	0,754												
Expectativa de Esforço	-0,145	0,756											
Condições Facilitadoras	-0,130	0,496	0,762										
Hábito	-0,448	0,452	0,245	0,838									
Motivação Hedônica	-0,345	0,528	0,360	0,519	0,885								
Expectativa de Performance	-0,215	0,334	0,160	0,590	0,413	0,860							
Inovação Pessoal	-0,282	0,394	0,156	0,578	0,435	0,517	0,927						
Valor do Preço	-0,131	0,546	0,411	0,371	0,467	0,330	0,365	0,819					
Influência Social	-0,264	0,263	0,054	0,307	0,337	0,350	0,329	0,250	0,842				
Conhecimento Financeiro	0,115	0,132	0,283	-0,028	0,029	-0,021	-0,077	0,033	-0,086	0,733			
Retorno Percebido	-0,299	0,497	0,271	0,636	0,505	0,613	0,591	0,493	0,366	-0,032	0,748		
Risco Percebido	-0,025	-0,103	0,057	-0,165	-0,080	-0,336	-0,158	-0,076	-0,129	0,196	-0,163	0,711	
Intenção Comportamental	-0,246	0,451	0,220	0,645	0,407	0,609	0,517	0,479	0,371	0,034	0,615	-0,249	0,902
CR	0,868	0,798	0,806	0,904	0,915	0,895	0,948	0,859	0,879	0,820	0,834	0,802	0,929
AVE	0,569	0,572	0,580	0,703	0,783	0,739	0,859	0,670	0,709	0,537	0,560	0,505	0,814

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Observa-se que os valores posicionados na diagonal da matriz correspondem à raiz quadrada da AVE de cada construto, enquanto os demais valores representam as correlações entre as variáveis latentes. De modo geral, verifica-se que a maior parte dos construtos apresenta valores diagonais superiores às correlações observadas com os demais construtos, o que indica evidências satisfatórias de validade discriminante no modelo analisado. Por exemplo, construtos como Motivação Hedônica, Inovação Pessoal, Valor do Preço e Intenção Comportamental apresentam raízes da AVE substancialmente superiores às correlações estabelecidas com outras variáveis do modelo. Esse padrão indica que os construtos mantêm distinção conceitual adequada entre si, reforçando a qualidade psicométrica do modelo de mensuração. Assim, os resultados da matriz de correlação indicam que o modelo atende ao critério de *Fornell-Larcker*, fornecendo evidências adicionais de validade discriminante entre os construtos analisados.

Adicionalmente, analisou-se novamente as cargas cruzadas (*cross loadings*), com mostra a Tabela 06, com o objetivo de confirmar a validade discriminante do modelo após os ajustes realizados no modelo de mensuração. Esse procedimento permite verificar se cada indicador apresenta maior associação com o construto ao qual foi teoricamente atribuído do que com os demais construtos do modelo. De acordo com a literatura de modelagem de equações estruturais, considera-se evidência adequada de validade discriminante quando a carga de um indicador em seu construto é superior às cargas observadas nos demais construtos (Hair Jr. *et al.*, 2019).

Tabela 06 - Matriz de cargas cruzadas (*cross loadings*) dos construtos

	Autocontrol	BI	Effort Expect	Facilitating	Habit	Hedonic Mot	PG	Performance	Personal Inn	Price Value	PR	Social Influe	knowledge Fi
AC1	0,788	-0,231	-0,122	-0,192	-0,314	-0,232	-0,197	-0,164	-0,197	-0,148	-0,063	-0,152	0,035
AC2	0,697	-0,078	-0,035	-0,105	-0,193	-0,244	-0,162	-0,15	-0,206	-0,065	0,017	-0,149	0,082
AC3	0,795	-0,276	-0,124	-0,149	-0,45	-0,283	-0,255	-0,223	-0,264	-0,162	0,044	-0,164	0,043
AC4	0,772	-0,147	-0,091	-0,069	-0,341	-0,266	-0,254	-0,114	-0,195	-0,005	-0,036	-0,277	0,112
AC5	0,713	-0,154	-0,154	0,031	-0,337	-0,271	-0,242	-0,149	-0,194	-0,096	-0,059	-0,25	0,17
BI1	-0,206	0,842	0,388	0,253	0,49	0,279	0,493	0,443	0,31	0,486	-0,151	0,269	0,092
BI2	-0,229	0,929	0,381	0,166	0,606	0,386	0,55	0,61	0,526	0,389	-0,314	0,367	0,011
BI3	-0,231	0,932	0,452	0,189	0,637	0,422	0,613	0,58	0,537	0,436	-0,2	0,359	0
EE1	-0,009	0,317	0,625	0,285	0,237	0,24	0,343	0,255	0,219	0,419	-0,129	0,235	0,118
EE3	-0,162	0,319	0,788	0,459	0,368	0,455	0,346	0,214	0,291	0,44	-0,047	0,141	0,116
EE4	-0,138	0,386	0,838	0,371	0,403	0,474	0,435	0,291	0,369	0,391	-0,071	0,229	0,072
FC1	-0,118	0,18	0,326	0,75	0,203	0,287	0,195	0,11	0,088	0,312	0,097	0,035	0,227
FC3	-0,159	0,221	0,397	0,785	0,164	0,266	0,205	0,09	0,12	0,328	0,048	0,039	0,182
FC4	-0,019	0,102	0,409	0,75	0,194	0,27	0,219	0,165	0,148	0,298	-0,014	0,049	0,238
HM1	-0,321	0,411	0,468	0,323	0,496	0,925	0,473	0,424	0,463	0,445	-0,106	0,356	-0,004
HM2	-0,338	0,377	0,511	0,331	0,508	0,915	0,505	0,381	0,376	0,434	-0,068	0,304	-0,004
HM3	-0,248	0,276	0,419	0,304	0,355	0,81	0,344	0,274	0,301	0,353	-0,028	0,22	0,104
HT1	-0,294	0,619	0,417	0,215	0,887	0,459	0,564	0,57	0,512	0,366	-0,156	0,239	0,033
HT2	-0,474	0,354	0,297	0,178	0,823	0,357	0,475	0,363	0,387	0,145	-0,099	0,197	-0,072
HT3	-0,446	0,43	0,313	0,158	0,788	0,426	0,464	0,45	0,473	0,236	-0,124	0,302	-0,092
HT4	-0,332	0,692	0,457	0,256	0,852	0,479	0,606	0,557	0,541	0,439	-0,163	0,285	0,014
KF1	0,137	0,069	0,117	0,061	0,046	0,032	0,033	0,014	-0,025	-0,072	0,034	0,057	0,58
KF2	0,114	-0,112	0,03	0,239	-0,098	0,008	-0,106	-0,081	-0,058	-0,028	0,166	-0,058	0,747
KF3	0,06	0,044	0,083	0,304	-0,058	-0,013	-0,057	-0,001	-0,09	0,07	0,193	-0,143	0,85
KF4	0,076	0,157	0,219	0,11	0,113	0,097	0,114	0,028	-0,021	0,069	0,111	-0,006	0,729
PE1	-0,187	0,559	0,297	0,133	0,518	0,341	0,568	0,888	0,507	0,287	-0,239	0,366	-0,011
PE3	-0,181	0,447	0,3	0,168	0,514	0,434	0,5	0,811	0,358	0,334	-0,289	0,198	-0,021
PE4	-0,187	0,56	0,264	0,113	0,49	0,294	0,509	0,878	0,461	0,231	-0,342	0,331	-0,023
PG1	-0,299	0,5	0,391	0,228	0,603	0,48	0,839	0,535	0,53	0,462	-0,097	0,292	-0,012
PG2	-0,168	0,432	0,359	0,153	0,487	0,372	0,745	0,495	0,506	0,239	-0,167	0,355	-0,027
PG3	-0,208	0,434	0,343	0,261	0,41	0,285	0,651	0,341	0,307	0,434	-0,094	0,204	-0,067
PG5	-0,209	0,475	0,396	0,176	0,377	0,349	0,745	0,443	0,401	0,336	-0,135	0,237	0,003
PI1	-0,238	0,509	0,364	0,105	0,511	0,407	0,547	0,502	0,942	0,36	-0,17	0,269	-0,091
PI2	-0,32	0,436	0,351	0,178	0,54	0,432	0,556	0,415	0,911	0,358	-0,106	0,349	-0,088
PI3	-0,227	0,492	0,381	0,152	0,556	0,371	0,54	0,519	0,927	0,297	-0,163	0,297	-0,033
PR1	0,022	-0,241	-0,11	-0,015	-0,149	-0,055	-0,159	-0,29	-0,139	-0,122	0,781	-0,057	0,131
PR2	-0,018	-0,171	-0,031	0,086	-0,128	-0,046	-0,118	-0,241	-0,121	0,047	0,768	-0,136	0,144
PR3	-0,008	-0,118	-0,083	0,032	-0,106	-0,112	-0,059	-0,206	-0,127	-0,075	0,68	-0,109	0,188
PR5	-0,086	-0,165	-0,064	0,076	-0,075	-0,012	-0,119	-0,207	-0,05	-0,056	0,6	-0,071	0,096
PV1	-0,01	0,257	0,45	0,347	0,176	0,341	0,248	0,176	0,12	0,771	-0,04	0,186	0,039
PV2	-0,178	0,465	0,427	0,311	0,366	0,397	0,546	0,363	0,386	0,833	-0,047	0,231	-0,007
PV3	-0,103	0,418	0,474	0,36	0,334	0,402	0,366	0,24	0,339	0,85	-0,097	0,192	0,057
SI1	-0,25	0,292	0,221	0,059	0,279	0,293	0,317	0,311	0,258	0,218	-0,142	0,846	-0,01
SI2	-0,233	0,346	0,197	0,05	0,289	0,329	0,298	0,287	0,319	0,212	-0,088	0,819	-0,115
SI3	-0,178	0,295	0,249	0,026	0,2	0,22	0,309	0,284	0,249	0,199	-0,093	0,86	-0,094

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Conforme apresentado na matriz acima observa-se que os indicadores apresentam suas maiores cargas fatoriais nos construtos correspondentes, destacados na diagonal da matriz. Por exemplo, os indicadores do construto Autocontrole apresentam cargas mais elevadas nesse construto (AC1 = 0,788; AC3 = 0,795; AC4 = 0,772; AC5 = 0,713) quando comparadas às cargas observadas nos demais construtos. Padrão semelhante é observado nos indicadores de Intenção Comportamental (BI1 = 0,842; BI2 = 0,929; BI3 = 0,932), Motivação Hedônica (0,925; 0,915; 0,810), Hábito (0,887; 0,823; 0,788; 0,852) e Inovação Pessoal (0,942; 0,911; 0,927), indicando forte associação entre os itens e seus respectivos construtos. De modo geral, os resultados indicam que os indicadores apresentam maior correlação com seus construtos teóricos do que com os demais construtos do modelo, reforçando a evidência de validade discriminante e confirmando a adequação do modelo de mensuração após os ajustes realizados.

Adicionalmente, foi realizado o teste de fator único de Harman, como pode ser visto na Tabela 07, com o objetivo de avaliar a presença de viés de método comum (common method bias), uma vez que os dados foram coletados por meio de um único instrumento de pesquisa.

Esse procedimento consiste em realizar uma análise fatorial exploratória sem rotação, forçando a extração de um único fator, de modo a verificar a proporção de variância total explicada por esse fator. De acordo com a literatura metodológica, considera-se que o viés de método comum não representa uma ameaça significativa quando o primeiro fator não explica a maior parte da variância total dos dados, sendo frequentemente adotado como referência o limite de 50% (Harman; Podsakoff *et al.*, 2003).

Tabela 07 - Teste do fator único de Harman para avaliação do viés de método comum

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	11,693	25,985	25,985
2	3,330	7,399	33,384
3	2,904	6,454	39,838
4	2,078	4,618	44,457
5	1,880	4,178	48,634

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Conforme apresentado na tabela acima, o primeiro fator apresentou autovalor de 11,693 e explicou 25,985% da variância total dos dados. Esse valor é substancialmente inferior ao limite de 50% indicado na literatura, sugerindo que a variância observada nas respostas não pode ser atribuída predominantemente a um único fator associado ao método de coleta. Assim, os resultados do teste de Harman indicam que o viés de método comum não representa uma ameaça para a validade dos resultados obtidos na pesquisa.

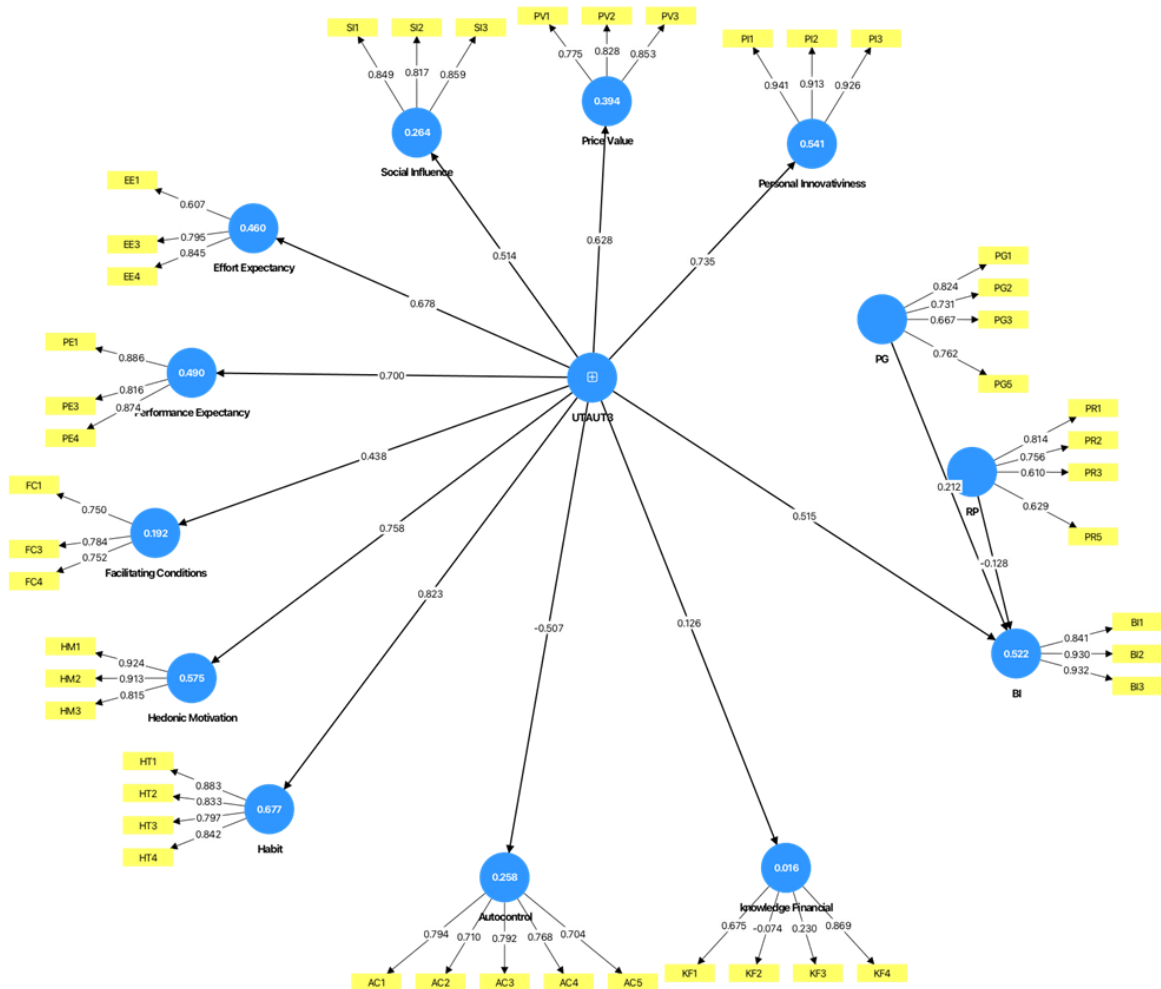
Para avaliar a normalidade dos dados, aplicou-se o teste de Shapiro-Wilk, cujos resultados revelaram desvios significativos ($p < 0,05$), atribuíveis à sensibilidade do teste a amostras moderadas a grandes e à presença de assimetrias nas distribuições. Essa não normalidade não compromete a análise, pois a PLS-SEM é robusta a violações do pressuposto de normalidade multivariada, conforme demonstrado em simulações e estudos empíricos (Hair *et al.*, 2019). Para aprimorar a confiabilidade das inferências, utilizou-se o bootstrapping, que gera erros padrão, intervalos de confiança e valores-p mais estáveis e precisos. Superada essa etapa preliminar, procedeu-se à avaliação do modelo estrutural.

5.2.2 Validação do Modelo Estrutural

Após a validação do modelo de mensuração, procedeu-se à avaliação do modelo estrutural, conforme ilustrado na Figura 11. Nessa etapa, analisaram-se os coeficientes de caminho (β) entre os construtos e os valores de coeficiente de determinação (R^2) das variáveis endógenas, os quais indicam o poder explicativo do modelo. De acordo com a literatura de

modelagem de equações estruturais baseada em PLS, os valores de R^2 representam a proporção da variância explicada pelos construtos antecedentes, sendo utilizados para avaliar a capacidade preditiva do modelo (Hair Jr. *et al.*, 2019).

Figura 11 - Modelo estrutural e relações entre variáveis (PLS-SEM)



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Nota-se que a Intenção Comportamental (BI) é influenciada por um conjunto de construtos associados ao modelo UTAUT3, evidenciando a presença de relações entre os fatores tecnológicos e a decisão de uso das plataformas de apostas online. Observa-se que os construtos Expectativa de Desempenho, Expectativa de Esforço, Condições Facilitadoras, Motivação Hedônica, Hábito, Influência Social, Valor de Preço e Inovação Pessoal apresentam relações positivas com os construtos do modelo, enquanto o Autocontrole apresenta relação negativa.

Verifica-se também que o Risco Percebido apresenta relação negativa com a Intenção Comportamental, indicando que a percepção de riscos associados às apostas online está

associada à redução da intenção de uso dessas plataformas. Por outro lado, o Retorno Percebido apresenta relação positiva com o Risco Percebido, sugerindo associação entre a expectativa de ganhos e a percepção de risco.

No que se refere aos construtos endógenos, observa-se que os resultados indicam diferentes níveis de explicação entre as variáveis analisadas, evidenciando que alguns construtos apresentam maior capacidade explicativa no modelo em comparação a outros.

Posteriormente, procedeu-se novamente à verificação da validade discriminante do modelo por meio da matriz de correlações entre os construtos latentes, como pode ser visto na Tabela 08, utilizando o critério de *Fornell–Larcker*. Nesse procedimento, a raiz quadrada da variância média extraída (AVE) de cada construto, representada na diagonal da matriz, deve ser superior às correlações observadas entre esse construto e os demais construtos do modelo, indicando que a variável latente compartilha mais variância com seus próprios indicadores do que com outros construtos (Fornell; Larcker, 1981).

Tabela 08 - Matriz de correlações entre as variáveis latentes do Modelo Estrutural (n=200)

	AC	EE	FC	HT	HM	PE	PI	PV	SI	KF	PG	PR	BI
Autocontrole	0,755												
Expectativa de Esforço	-0,145	0,756											
Condições Facilitadoras	-0,132	0,497	0,762										
Hábito	-0,449	0,450	0,244	0,839									
Motivação Hedônica	-0,344	0,530	0,360	0,516	0,885								
Expectativa de Performance	-0,216	0,333	0,161	0,587	0,414	0,860							
Inovação Pessoal	-0,283	0,395	0,157	0,576	0,435	0,515	0,927						
Valor do Preço	-0,130	0,544	0,411	0,364	0,467	0,329	0,364	0,819					
Influência Social	-0,262	0,261	0,054	0,307	0,337	0,349	0,329	0,249	0,842				
Conhecimento Financeiro	0,053	0,213	-0,010	0,164	0,097	0,067	0,006	0,057	0,043	0,563			
Retorno Percebido	-0,296	0,498	0,273	0,627	0,500	0,609	0,585	0,492	0,363	0,165	0,748		
Risco Percebido	-0,025	-0,102	0,055	-0,164	-0,072	-0,338	-0,154	-0,079	-0,123	0,008	-0,170	0,707	
Intenção Comportamental	-0,245	0,450	0,220	0,638	0,406	0,608	0,517	0,478	0,371	0,213	0,617	-0,257	0,902
CR	0,868	0,797	0,806	0,905	0,915	0,894	0,948	0,859	0,879	0,514	0,835	0,798	0,929
AVE	0,570	0,571	0,580	0,704	0,783	0,739	0,859	0,671	0,709	0,317	0,560	0,500	0,814

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Conforme apresentado na matriz acima, observa-se que a maioria dos construtos atende a esse critério, uma vez que os valores da raiz quadrada da AVE são superiores às correlações estabelecidas com os demais construtos. Por exemplo, Intenção Comportamental apresenta raiz da AVE de 0,902, superior às suas correlações com outros construtos, enquanto Inovação Pessoal apresenta valor de 0,927 e Motivação Hedônica 0,885, também superiores às correlações correspondentes. Esse padrão indica adequada distinção conceitual entre esses construtos. Contudo, observa-se que o construto Conhecimento financeiro apresenta AVE de 0,317, valor inferior ao limiar recomendado de 0,50, o que pode indicar limitações quanto à validade convergente desse construto. Ainda assim, considerando o conjunto das evidências

apresentadas, os resultados apresentam que o modelo apresenta, de modo geral, níveis satisfatórios de validade discriminante entre as variáveis latentes

Em complemento à avaliação do modelo de mensuração, foram analisados novamente os indicadores de confiabilidade composta (CR) e variância média extraída (AVE) dos construtos, conforme apresentado na Tabela 09. A confiabilidade composta é utilizada para avaliar a consistência interna das escalas, sendo considerados adequados valores superiores a 0,70, enquanto a AVE mede o nível de variância explicada pelos indicadores de cada construto, sendo recomendado valor mínimo de 0,50 para indicar validade convergente satisfatória (Fornell; Larcker, 1981; Hair Jr. *et al.*, 2019).

Tabela 09 - Confiabilidade composta (CR) e variância média extraída (AVE) dos construtos

	CR	AVE
Autocontrole	0,868	0,570
Expectativa de Esforço	0,797	0,571
Condições Facilitadoras	0,806	0,580
Hábito	0,905	0,704
Motivação Hedônica	0,915	0,783
Expectativa de Performance	0,894	0,739
Inovação Pessoal	0,948	0,859
Preço Valor	0,859	0,671
Influência Social	0,879	0,709
Conhecimento Financeiro	0,514	0,317
Retorno Percebido	0,835	0,560
Risco Percebido	0,798	0,500
Intenção Comportamental	0,929	0,814

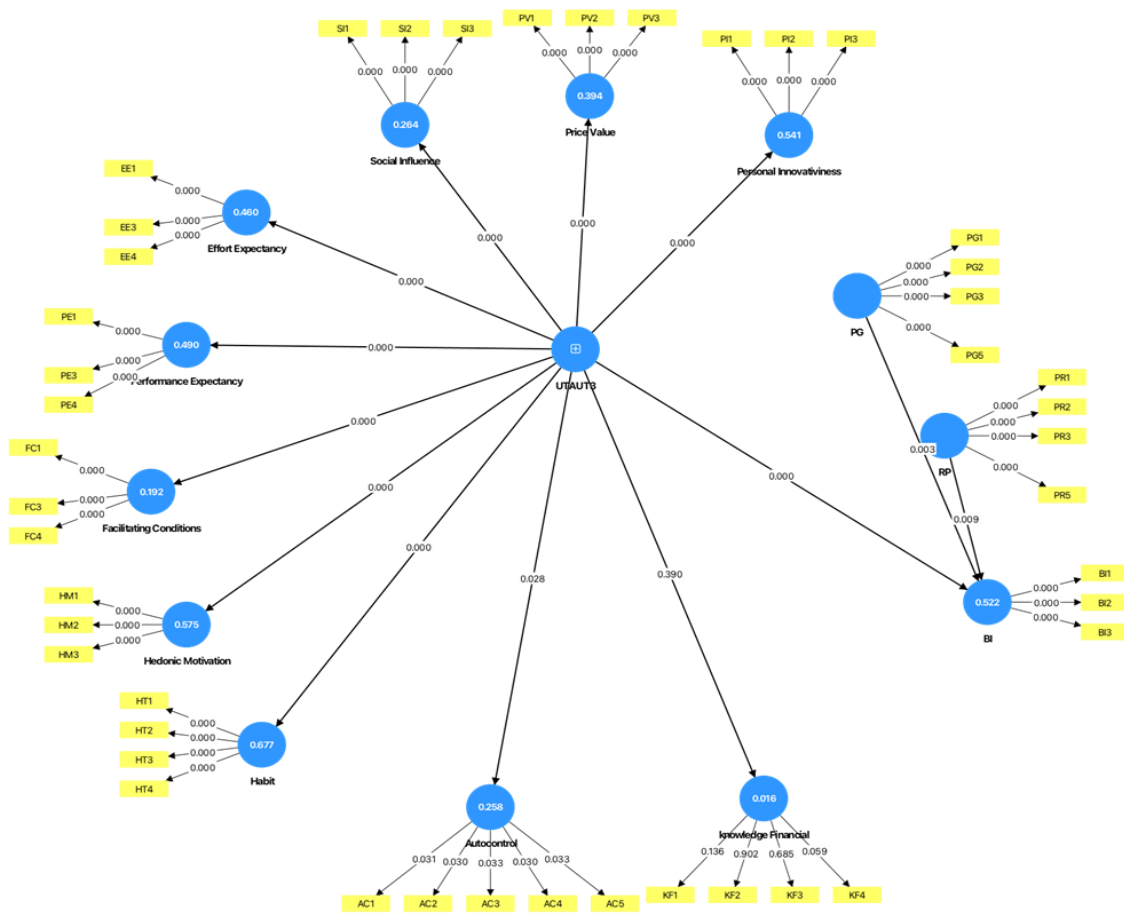
Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Observa-se que a maioria dos construtos apresenta valores adequados de confiabilidade composta, variando entre 0,797 e 0,948, indicando consistência interna satisfatória das escalas utilizadas. Da mesma forma, a maior parte dos construtos apresenta valores de AVE superiores ao limite recomendado de 0,50, evidenciando validade convergente adequada. Destacam-se construtos como Inovação Pessoal (CR = 0,948; AVE = 0,859), Motivação Hedônica (CR = 0,915; AVE = 0,783) e Intenção Comportamental (CR = 0,929; AVE = 0,814), que apresentam elevados níveis de variância explicada por seus indicadores. Entretanto, o construto Conhecimento Financeiro apresentou valores inferiores aos limites recomendados, com CR de 0,514 e AVE de 0,317, indicando limitações quanto à consistência interna e à validade convergente desse construto. Esses resultados indicam que, embora o modelo apresente, de modo geral, níveis adequados de confiabilidade e validade convergente, do construto

Conhecimento Financeiro deve ser interpretado com cautela devido aos indicadores psicométricos mais baixos.

Após a estimação do modelo estrutural, procedeu-se à análise da significância estatística dos coeficientes de caminho por meio do procedimento de *bootstrapping*, utilizando os valores de p para avaliar o suporte empírico das relações propostas no modelo. Conforme apresentado na Figura 12, a maioria das relações entre o construto central do modelo (UTAUT3) e os demais construtos apresenta valores de p iguais a 0,000, indicando significância estatística ao nível de 5%.

Figura 12 - Significância estatística dos coeficientes de caminho estimados por *bootstrapping* (PLS-SEM)



Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Observa-se que o construto UTAUT3 apresentou relações estatisticamente significativas com quase todos os construtos a ele ligados diretamente, uma vez que os valores de p foram iguais a 0,000 para Expectativa de Esforço, Expectativa de Desempenho, Condições Facilitadoras, Motivação Hedônica, Hábito, Influência Social, Valor de Preço, Inovação Pessoal e para sua relação direta com a Intenção Comportamental (BI). Além disso, a relação

entre UTAUT3 e Autocontrole também se mostrou significativa, porém com significância mais limítrofe ($p = 0,028$), o que indica um efeito estatisticamente detectável, mas menos robusto que os demais. Em contraste, a relação entre UTAUT3 e Conhecimento Financeiro não foi significativa ($p = 0,390$), indicando ausência de evidência empírica para afirmar influência desse construto central sobre essa variável no modelo estimado. No bloco à direita da figura, as duas relações adicionais direcionadas à Intenção Comportamental também foram significativas: Retorno Percebido (PG) \rightarrow BI apresentou $p = 0,003$, e Risco Percebido (PR) \rightarrow BI apresentou $p = 0,009$. Portanto, o ponto central da interpretação é que, no modelo final, BI é explicada significativamente por UTAUT3, por Retorno Percebido e por Risco Percebido, enquanto Conhecimento Financeiro foi o único construto sem suporte estatístico entre as relações diretas oriundas de UTAUT3.

Os resultados do modelo estrutural apresentados na Tabela 10 foram avaliados a partir dos coeficientes de caminho (β), valores t obtidos pelo procedimento de *bootstrapping* e respectivos valores de p , permitindo verificar a significância estatística das relações estimadas no modelo.

Tabela 10 - Resultados da avaliação do modelo estrutural (PLS-SEM)

Relação estrutural	Hipótese	VIF	f^2	β	Erro padrão	t	p
UTAUT3 \rightarrow Autocontrole	H1a	–	0,347	-0,507	0,230	2,205	0,028
UTAUT3 \rightarrow Expectativa de Esforço	H1b	–	0,853	0,678	0,046	14,835	0,000
UTAUT3 \rightarrow Condições Facilitadoras	H1c	–	0,238	0,438	0,070	6,264	0,000
UTAUT3 \rightarrow Hábito	H1d	–	2100,000	0,823	0,023	36,040	0,000
UTAUT3 \rightarrow Motivação Hedônica	H1e	–	1352,000	0,758	0,031	24,349	0,000
UTAUT3 \rightarrow Conhecimento Financeiro	H1f	–	0,016	0,126	0,146	0,861	0,390
UTAUT3 \rightarrow Expectativa de Performance	H1g	–	0,959	0,700	0,041	17,073	0,000
UTAUT3 \rightarrow Inovação Pessoal	H1h	–	1177,000	0,735	0,044	16,880	0,000
UTAUT3 \rightarrow Valor do Preço	H1i	–	0,651	0,628	0,054	11,646	0,000
UTAUT3 \rightarrow Influência Social	H1j	–	0,359	0,514	0,061	8,455	0,000
Retorno Percebido \rightarrow Intenção Comportamental	H3	2,243	0,042	0,212	0,072	2,933	0,003
Risco Percebido \rightarrow Intenção Comportamental	H2	1,036	0,033	-0,128	0,049	2,632	0,009
UTAUT3 \rightarrow Intenção Comportamental	H1	2,251	0,247	0,515	0,068	7,562	0,000

Nota: R^2 ajustado da Intenção Comportamental = 0,515.

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

Os resultados do modelo estrutural mostram que o construto central UTAUT3 apresentou efeitos estatisticamente significativos sobre Autocontrole ($\beta = -0,507$; $p = 0,028$), Expectativa de Esforço ($\beta = 0,678$; $p < 0,001$), Condições Facilitadoras ($\beta = 0,438$; $p < 0,001$), Hábito ($\beta = 0,823$; $p < 0,001$), Motivação Hedônica ($\beta = 0,758$; $p < 0,001$), Expectativa de Desempenho ($\beta = 0,700$; $p < 0,001$), Inovação Pessoal ($\beta = 0,735$; $p < 0,001$), Valor de Preço ($\beta = 0,628$; $p < 0,001$) e Influência Social ($\beta = 0,514$; $p < 0,001$), mas não sobre Conhecimento Financeiro ($\beta = 0,126$; $p = 0,390$). Além disso, verificou-se que Retorno Percebido exerce efeito positivo e significativo sobre a Intenção Comportamental ($\beta = 0,212$; $p = 0,003$), enquanto Risco

Percebido exerce efeito negativo e significativo sobre Intenção Comportamental ($\beta = -0,128$; $p = 0,009$). Por fim, UTAUT3 também influencia positivamente Intenção Comportamental ($\beta = 0,515$; $p < 0,001$), com R^2 ajustado de 0,515 para a intenção comportamental.

Com base nos resultados obtidos na análise do modelo estrutural, observa-se que três hipóteses principais foram suportadas, correspondentes às hipóteses H1, H2 e H3. As hipóteses aceites no modelo dizem respeito ao efeito positivo na intenção de utilização da UTAUT3 acrescida das variáveis autocontrole e conhecimento financeiro, bem como o efeito positivo na intenção de utilização da Retorno Percebido e efeito negativo na intenção de utilização do Risco Percebido ou seja, quanto maior é o risco percebido menor é a intenção de utilização.

Quadro 05: Resumo de resultados da análise de hipóteses

Hipóteses	Resultado
H1 - O UTAUT3 e seus domínios exercem um efeito significativo sobre a intenção de utilização de plataformas de apostas online.	Aceita
H1a - O modelo UTAUT-3 exerce influência significativa sobre o autocontrole dos usuários.	Aceita
H1b - O modelo UTAUT-3 exerce influência significativa sobre a Expectativa de Esforço.	Aceita
H1c - O modelo UTAUT-3 exerce influência significativa sobre as Condições Facilitadoras.	Aceita
H1d - O modelo UTAUT-3 exerce influência significativa sobre o Hábito.	Aceita
H1e - O modelo UTAUT-3 exerce influência significativa sobre a Motivação Hedônica.	Aceita
H1f - O modelo UTAUT-3 exerce influência significativa sobre o Conhecimento Financeiro.	Rejeitada
H1g - O modelo UTAUT-3 exerce influência significativa sobre a Expectativa de Performance.	Aceita
H1h - O modelo UTAUT-3 exerce influência significativa sobre a Inovação Pessoal.	Aceita
H1i - O modelo UTAUT-3 exerce influência significativa sobre o Valor do Preço.	Aceita
H1j - O modelo UTAUT-3 exerce influência significativa sobre a Influência Social.	Aceita
H2 - O risco percebido tem um efeito negativo na intenção de utilização de plataformas de apostas online.	Aceita
H3 - O retorno percebido influencia positivamente a intenção de uso de plataformas de jogos de azar online.	Aceita

Fonte: Dados da pesquisa (2026).

6. DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

Os resultados descritivos permitem algumas interpretações iniciais sobre o perfil dos participantes e suas percepções acerca das apostas online. A predominância de indivíduos jovens, com média etária próxima de 28 anos e forte presença de estudantes, aproxima-se do perfil identificado em pesquisas recentes sobre apostas online, nas quais usuários mais jovens tendem a apresentar maior familiaridade com tecnologias digitais e maior exposição a plataformas de jogos online. Nesse sentido, Antonio *et al.* (2025) observam que gerações mais jovens, especialmente *Millennials* e membros da Geração Z, apresentam maior envolvimento com ambientes digitais de entretenimento, o que contribui para explicar a presença expressiva desse grupo etário em estudos sobre apostas online.

Além do perfil sociodemográfico, os dados também revelam aspectos relevantes do comportamento de consumo dos participantes. A baixa frequência de apostas relatada por parcela relevante dos respondentes apresenta um comportamento predominantemente ocasional ou recreativo. Esse padrão também é observado em pesquisas que analisam a adoção de plataformas de jogo online entre usuários não profissionais. Konietzny e Caruana (2021), por exemplo, ao investigarem a intenção de participação em jogos online recreativos, destacam que muitos usuários interagem com essas plataformas de forma esporádica, motivados principalmente por entretenimento e curiosidade.

No que se refere à avaliação do modelo de mensuração, verificou-se que, após os procedimentos de validação, as escalas apresentaram níveis satisfatórios de confiabilidade e validade convergente, assegurando a adequação das medidas empregadas na pesquisa, com exceção do construto conhecimento financeiro, que apresentou níveis insatisfatórios nesses mesmos critérios.

A presença de cargas fatoriais elevadas em diversos indicadores, especialmente nos construtos Motivação Hedônica e Inovação Pessoal, evidencia forte associação entre os itens observados e suas respectivas variáveis latentes. Esses resultados mostram que os indicadores capturam de forma consistente os conceitos teóricos propostos no modelo. Esse achado é particularmente relevante considerando que estudos sobre comportamento em plataformas de apostas online frequentemente destacam o papel de dimensões relacionadas ao prazer percebido e à predisposição para experimentar novas tecnologias.

Nesse contexto, Konietzny e Caruana (2021) apontam que elementos associados ao entretenimento e à experiência hedônica desempenham papel importante na avaliação de atividades de jogo online. De forma semelhante, Antonio *et al.* (2025) indicam que

características individuais relacionadas à abertura para novas tecnologias e experiências digitais podem influenciar a forma como usuários interagem com ambientes de apostas online. Esses argumentos ajudam a compreender a consistência observada nos construtos de motivação hedônica e inovatividade pessoal no presente estudo.

Durante o processo de avaliação do modelo de mensuração, alguns indicadores apresentaram desempenho psicométrico inferior. Procedeu-se então com a exclusão desses itens seguindo recomendações metodológicas amplamente adotadas na literatura de modelagem de equações estruturais, segundo as quais indicadores com cargas fatoriais reduzidas podem comprometer a validade convergente dos construtos. Após esses ajustes, observou-se melhora nos índices de confiabilidade composta e de variância média extraída, indicando que o modelo final apresenta qualidade psicométrica adequada.

Além disso, as análises de validade discriminante, realizadas por meio das cargas cruzadas e do critério de *Fornell–Larcker*, indicaram que os construtos mantêm distinção conceitual adequada entre si. Esse resultado mostra que cada variável latente captura dimensões específicas do fenômeno investigado, o que é particularmente importante em pesquisas que analisam comportamentos complexos em ambientes digitais, como as plataformas de apostas online (Fortes, Moreira e Saraiva, 2016; Antonio *et al.*, 2025).

Uma vez confirmada a adequação do modelo de mensuração, tornou-se possível avançar para a análise do modelo estrutural. Os resultados indicam que a intenção comportamental de utilização de plataformas de apostas online é explicada de forma significativa por diferentes dimensões associadas ao modelo UTAUT3, bem como pelas variáveis adicionais relacionadas à percepção de risco e retorno.

O valor de R^2 obtido para a Intenção Comportamental foi de 0,522, indicando que os construtos incluídos no modelo explicam 52,2% da variância da intenção de uso dessas plataformas. Em termos práticos, isso significa que 52,2% da variação média da intenção de utilização de sites de apostas online é explicada pelos construtos propostos no modelo, com exceção do conhecimento financeiro, que não apresentou significância estatística. A parcela restante da variância (47,8%) pode ser atribuída a outros fatores não contemplados nesta pesquisa.

Esse resultado mostra capacidade explicativa moderada e é consistente com estudos que empregam modelos derivados da UTAUT para investigar o comportamento de usuários em ambientes digitais de apostas. Fortes, Moreira e Saraiva (2016), por exemplo, identificaram que variáveis associadas ao modelo UTAUT2 desempenham papel relevante na explicação da intenção de utilização de serviços de jogos de azar online, reforçando a adequação desse

arcabouço teórico para compreender a adoção de plataformas digitais de apostas.

Entre os resultados observados, destaca-se o efeito negativo e significativo do risco percebido sobre a intenção de utilização. Esse achado indica que quanto maior a percepção de risco associada às apostas online, menor tende a ser a intenção dos indivíduos de utilizar essas plataformas. A literatura sobre comportamento do consumidor em contextos de incerteza financeira também destaca a relevância dessa variável. Fortes, Moreira e Saraiva (2016) argumentam que a possibilidade de perdas monetárias pode influenciar negativamente a disposição dos indivíduos em participar de atividades de jogo online.

Em contraste, o retorno percebido apresentou influência positiva e significativa sobre a intenção comportamental. Esse resultado revela que expectativas relacionadas à possibilidade de ganhos financeiros podem estimular o interesse dos indivíduos em utilizar plataformas de apostas online. Antonio *et al.* (2025) apontam que avaliações relacionadas ao potencial de retorno financeiro podem influenciar a forma como os indivíduos percebem atividades de jogo online, uma vez que a expectativa de ganhos representa um elemento importante na avaliação custo-benefício dessas plataformas.

A presença simultânea dos efeitos de risco percebido e retorno percebido indica que os indivíduos avaliam as apostas online a partir de um processo de decisão que envolve simultaneamente potenciais benefícios e possíveis perdas. Assim, a intenção de utilização dessas plataformas parece resultar de um equilíbrio entre percepções de oportunidade de ganho e avaliações de risco associadas à atividade.

Por fim, observa-se que o construto UTAUT3 apresentou relações significativas com a maior parte dos construtos associados ao modelo, incluindo expectativa de desempenho, expectativa de esforço, condições facilitadoras, motivação hedônica, hábito, influência social, valor de preço e inovatividade pessoal. Esses resultados indicam que as dimensões relacionadas à aceitação tecnológica continuam desempenhando papel importante na formação das percepções dos usuários em relação às plataformas de apostas online.

Entretanto, diferentemente do observado para os demais construtos, o construto conhecimento financeiro não apresentou validade convergente adequada no modelo de mensuração, uma vez que o valor da variância média extraída (AVE) ficou abaixo do limite recomendado de 0,50. Esse resultado indica que os indicadores utilizados não foram capazes de representar satisfatoriamente o construto, sugerindo que menos da metade da variância dos itens foi explicada pela variável latente correspondente. Dessa forma, não é possível afirmar com segurança se a relação entre conhecimento financeiro e os demais construtos do modelo, incluindo o UTAUT3, foi ou não significativa.

Os resultados deste estudo demonstraram que, entre os antecedentes propostos para explicar o construto UTAUT3, apenas o conhecimento financeiro não apresentou relação estatisticamente significativa, sugerindo que seus indicadores não foram capazes de representar satisfatoriamente o construto no contexto analisado. Dessa forma, conclui-se que o modelo foi parcialmente suportado, uma vez que nem todas as hipóteses inicialmente propostas pelo pesquisador foram confirmadas empiricamente.

Conforme o modelo estimado, os jogadores brasileiros de apostas online consideram relevantes fatores como expectativa de performance, expectativa de esforço, influência social, condições facilitadoras, motivação hedônica, preço/valor, hábito, inovação pessoal, autocontrole, risco percebido e retorno percebido.

Esses achados diferem parcialmente dos resultados de Fortes, Moreira e Saraiva (2016), que identificaram que fatores como expectativa de esforço, confiança, risco social, risco de performance, risco físico, segurança e privacidade não são relevantes para explicar a intenção de utilização de sites de apostas online.

Por outro lado, os resultados desta pesquisa convergem com os achados de Antonio *et al.* (2025), que verificaram relações estatisticamente significativas para expectativa de esforço, condições facilitadoras, motivação hedônica, hábito, expectativa de performance, inovação pessoal, preço/valor, influência social, risco percebido e retorno percebido. Tais evidências reforçam que esses fatores exercem influência relevante sobre a intenção de uso de plataformas de apostas online.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo analisar os fatores que influenciam a intenção de utilização de plataformas de apostas online a partir de uma extensão do modelo UTAUT3, incorporando variáveis adicionais relacionadas ao risco percebido, retorno percebido, autocontrole e conhecimento financeiro. De maneira geral, o objetivo foi alcançado, uma vez que os resultados permitiram compreender, de forma consistente, quais fatores exercem maior influência sobre a intenção de uso dessas plataformas no contexto brasileiro. Da mesma forma, os objetivos específicos também foram contemplados, pois foi possível aplicar e validar o modelo estendido da UTAUT3, examinar o efeito das variáveis adicionais propostas e identificar os principais determinantes da intenção de utilização entre consumidores brasileiros.

De modo geral, os resultados mostram que o modelo apresentou capacidade explicativa moderada para a intenção comportamental, evidenciando que as dimensões associadas à aceitação tecnológica desempenham papel relevante na compreensão do comportamento dos usuários nesse contexto.

A influência positiva e significativa dos construtos da UTAUT3 sobre a intenção de utilização reforça a relevância de fatores como expectativa de desempenho, facilidade de uso, motivação hedônica e hábito na avaliação dessas plataformas, resultado que converge com estudos que aplicam modelos derivados da UTAUT para explicar a adoção de serviços digitais de apostas (Fortes, Moreira e Saraiva, 2016; Konietzny e Caruana, 2021). Esses achados mostram que a interação dos usuários com plataformas de apostas online é fortemente influenciada por percepções relacionadas à utilidade, experiência de uso e entretenimento proporcionado pela atividade.

Além disso, os resultados evidenciaram que o risco percebido exerce efeito negativo sobre a intenção de utilização, indicando que, quanto maior a percepção de riscos associados às apostas online, menor tende a ser a disposição dos indivíduos em utilizar essas plataformas. Esse achado reforça a relevância do risco percebido como elemento importante na avaliação de atividades marcadas por incerteza financeira, conforme discutido na literatura sobre comportamento do consumidor em contextos de jogo online (Fortes, Moreira e Saraiva, 2016; Antonio *et al.*, 2025).

Sob a perspectiva prática, tais evidências oferecem subsídios para a formulação de políticas públicas e para o fortalecimento de ações regulatórias voltadas à proteção dos consumidores, especialmente no ambiente digital. Medidas como campanhas educativas, mecanismos de alerta, limites de depósito, ferramentas de autoexclusão, regulamentação da

comunicação das plataformas e estratégias de prevenção ao jogo problemático podem contribuir para a redução de danos sociais, financeiros e psicológicos associados às apostas online. Nesse sentido, os resultados também dialogam com a Agenda 2030, especialmente com o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 3 (ODS 3), que busca assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, ao destacar a importância de iniciativas voltadas à saúde mental, ao consumo responsável e à prevenção de comportamentos de risco.

Em contraste, o retorno percebido apresentou efeito positivo e significativo sobre a intenção de uso, sugerindo que expectativas relacionadas à possibilidade de ganhos financeiros podem estimular o interesse dos indivíduos em participar dessas atividades. A presença simultânea desses dois efeitos evidencia que os usuários realizam uma avaliação que considera tanto os benefícios potenciais quanto os riscos associados às apostas online, aspecto também discutido em estudos recentes sobre a dinâmica decisória em ambientes digitais de jogo (Antonio *et al.*, 2025).

Outro aspecto relevante refere-se ao construto conhecimento financeiro, que não apresentou validade convergente adequada no modelo de mensuração, uma vez que a variância média extraída (AVE) ficou abaixo do limite recomendado de 0,50. Esse resultado indica que os indicadores utilizados não representaram de forma satisfatória a variável latente, sugerindo limitações na capacidade dos itens em captar adequadamente o construto no contexto investigado.

Do ponto de vista teórico, este estudo contribui para a literatura ao ampliar a aplicação do modelo UTAUT3 no contexto das apostas online, incorporando variáveis adicionais que permitem compreender de forma mais abrangente os fatores que influenciam a intenção de utilização dessas plataformas. A inclusão das dimensões risco percebido, retorno percebido e autocontrole enriquece a compreensão do processo decisório dos usuários, evidenciando que a adoção desse tipo de serviço envolve, simultaneamente, avaliações de ganhos potenciais e percepções de incerteza. Dessa forma, os resultados reforçam a utilidade de abordagens integradas que combinam modelos de aceitação tecnológica com contribuições da literatura de comportamento do consumidor e de tomada de decisão em contextos de risco.

Em termos gerenciais e institucionais, os achados também indicam que fatores ligados à experiência de uso, facilidade de acesso e entretenimento influenciam a intenção de utilização, o que demanda atenção de órgãos reguladores e entidades de proteção ao consumidor quanto às estratégias de comunicação e ao design dessas plataformas. Ao mesmo tempo, a conscientização sobre perdas financeiras, impactos emocionais e comportamentos problemáticos pode reduzir a propensão ao uso, reforçando a importância de ações preventivas

e de informação qualificada ao público.

Por fim, este estudo apresenta algumas limitações que devem ser consideradas na interpretação dos resultados. Primeiramente, destaca-se a concentração predominante de participantes jovens, o que pode limitar a generalização dos achados para outros perfis de usuários. Além disso, os dados foram coletados por meio de questionário de autorrelato, procedimento que pode estar sujeito a vieses associados às percepções individuais dos respondentes.

Diante disso, pesquisas futuras podem ampliar a análise por meio da utilização de amostras mais diversificadas, contemplando diferentes faixas etárias e perfis socioeconômicos. Também se recomenda a inclusão de outras variáveis psicológicas ou comportamentais que possam contribuir para uma compreensão mais abrangente da participação em plataformas de apostas online. Adicionalmente, estudos futuros podem aprofundar a investigação ao comparar o poder explicativo das variáveis clássicas do modelo UTAUT com as variáveis adicionais incorporadas neste estudo, avaliando sua contribuição para a compreensão do comportamento de adoção tecnológica em contextos que envolvem simultaneamente risco e entretenimento digital. Por fim, investigações comparativas entre diferentes contextos culturais ou entre distintos perfis de usuários podem oferecer evidências adicionais sobre os fatores que influenciam o comportamento de apostas em ambientes digitais.

REFERÊNCIAS

AGGELIDIS, V.; CHATZOGLOU, P. Using a modified technology acceptance model in hospitals. **International Journal of Medical Informatics**, v. 78, n. 2, p. 115–126, 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2008.06.006>. Acesso em: 6 jul. 2025.

AJZEN, Icek. The theory of planned behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, v. 50, p. 179–211, 1991.

ALQUIST, J. What You Don't Know Can Hurt You: Uncertainty Depletes Self-Control Resources. 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/e527772014-710>. Acesso em: 20 ago. 2025.

ANTONIO, Jerald C. *et al.* The perceived risk and return, curiosity, and control analysis of online gambling intention among Gen Z and Millennials using extended UTAUT3. **Entertainment Computing**, v. 52, p. 100918, 2025.

BABBIE, Earl. **Métodos de pesquisas de survey**. Tradução de Guilherme Cezarino. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999. 519 p. (Coleção Aprender). Tradução de: *Survey Research Methods*.

BIDO, Diógenes de Souza; SILVA, Dirceu da. SmartPLS 3: especificação, estimação, avaliação e relato. **Administração: Ensino e Pesquisa**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 2, p. 488–536, maio/ago. 2019. DOI: 10.13058/raep.2019.v20n2.1545.

BRASIL. Câmara dos Deputados. Comissão Parlamentar de Inquérito destinada a investigar a manipulação de resultados no futebol e a exploração de apostas esportivas. Brasília: Câmara dos Deputados, 2024.

BRASIL. Lei nº 14.790, de 29 de dezembro de 2023. Dispõe sobre a modalidade lotérica denominada apostas de quota fixa. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 29 dez. 2023. CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO (CNC). **Panorama das bets – janeiro de 2025**. Brasília, 16 jan. 2025. Disponível em: https://portaldocomercio.org.br/publicacoes_posts/panorama-das-bets-janeiro-de-2025/#:~:text=Compartilhe:,e%20a%20inadimpl%C3%Aancia%20das%20fam%C3%ADlias. Acesso em: 15 set. 2025.

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. **Regulamentação da legislação de bets torna atividade mais segura no Brasil**. Brasília, DF, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/fatos/brasil-contra-fake/noticias/2024/09/regulamentacao-da-legislacao-de-bets-torna-atividade-mais-segura-no-brasil>. Acesso em: 20 abr. 2026

BRASIL. Ministério da Fazenda. **No primeiro semestre, 17,7 milhões de brasileiros realizaram apostas de quota fixa e ultrapassou-se o total de 15 mil sites ilegais bloqueados**. Brasília, DF, 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/fazenda/pt-br/assuntos/noticias/2025/agosto/no-primeiro-semester-17-7-milhoes-de-brasileiros-realizaram-apostas-de-quota-fixa-e-ultrapassou-se-o-total-de-15-mil-sites-ilegais-bloqueados>. Acesso em: 20 abr. 2026.

CAI, L. *et al.* Consumer use of logistics technologies: integrating habit into the unified theory

of acceptance and use of technology. **Technology in Society**, v. 64, 101789, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101789>.

CHEN, C. *et al.* The effect of personal innovativeness on mobile payment to behavioral intentions: perceived enjoyment as a moderator. **In: IEEE International Conference on Consumer Electronics – Taiwan (ICCE-TW)**, 2019, [S.l.]. Anais [...]. Piscataway: IEEE, 2019. p. 1-2. DOI: <https://doi.org/10.1109/ICCE-TW46550.2019.8992013>.

CHEN, L.; LEE, Y.; WANG, E. Impact of intangibility on perceived risk associated with online games. **Behaviour & Information Technology**, v. 31, p. 1021–1032, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1080/0144929X.2011.624640>.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3. ed. Tradução de Magda Lopes. Consultoria, supervisão e revisão técnica Dirceu da Silva. Porto Alegre: Artmed, 2010. 296 p. ISBN 978-85-363-2300-8.

DAVIS, Fred. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance. **MIS Quarterly**, v. 13, n. 3, p. 319–340, 1989.

DEL CHIAPPA, Giacomo; FORLANO, Giulia; VANNINI, Ilenia; AHMAD, Salmah. Analyzing the adoption of online tourism purchases: effects of perceived tourism value and personal innovativeness. *Journal of Retailing and Consumer Services*, v. 60, p. 102481, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102481>.

DONATI, M.; WELLER, J.; PRIMI, C. Using the risk-return model to explain gambling disorder symptoms in youth: an empirical investigation with Italian adolescents. **Journal of Gambling Studies**, [S.l.], v. 37, p. 779–794, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s10899-020-09992-9>.

DOUGLAS, Susan P.; CRAIG, C. Samuel. Collaborative and iterative translation: An alternative approach to back translation. **Journal of International Marketing**, v. 15, n. 1, p. 30-43, 2007.

FANG, W.; NA, M.; ALAM, S. Usage intention of AI among academic librarians in China: extension of UTAUT model. **Sustainability**, [S.l.], v. 17, n. 7, 2025. DOI: <https://doi.org/10.3390/su17072833>.

FAROOQ, M. S. *et al.* Acceptance and use of lecture capture system (LCS) in executive business studies: extending UTAUT2. **Interactive Technology and Smart Education**, v. 14, n. 4, p. 329–348, 2017.

FAUZIA, Ika Yunia; ANGGARA, Yanuar; SYA'BANA, Ibnu; PUTRI, Dian Puspita; HIDAYAT, Muhammad Adib. The role of Islamic financial literacy in preventing online slot gambling among Gen Z. **Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah**, v. 8, n. 2, p. 1190-1201, 2024.

FIEDOR, D. *et al.* Perceived riskiness and problem gambling across different forms of gambling: a focus on 'soft' gambling. **Journal of Gambling Studies**, v. 41, p. 821–839, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10899-024-10370-y>.

FORTES, Nuno; MOREIRA, António Carrizo; SARAIVA, João. Determinants of consumer intention to use online gambling services: an empirical study of the Portuguese market.

International Journal of E-Business Research (IJEER), v. 12, n. 4, p. 23–37, 2016.

G1. Bets mudam vaquejadas no Nordeste e transformam vaqueiros em influencers de jogos de azar. G1, 13 jul. 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2025/07/13/bets-mudam-vaquejadas-no-nordeste-e-transformam-vaqueiros-em-influencers-de-jogos-de-azar.ghtml>. Acesso em: 16 set. 2025.

GRAF-VLACHY, L.; BUHTZ, K.; KÖNIG, A. Social influence in technology adoption: taking stock and moving forward. **Management Review Quarterly**, v. 68, p. 37–76, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11301-017-0133-3>. Acesso em: 6 jul. 2025.

GE (Globo). Todos os clubes do Brasileirão 2025 são patrocinados por bets. *GE*. Rio de Janeiro, 11 mar. 2025. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/futebol-internacional/noticia/2025/03/11/todos-os-clubes-do-brasileirao-2025-sao-patrocinados-por-bets.ghtml>. Acesso em: 16 set. 2025.

GRIFFITHS, Mark; PARKE, Adrian. **Internet gambling**. In: FREEMAN, M. (org.). Encyclopedia of internet technologies and applications. Hershey: IGI Global Scientific Publishing, 2008. p. 228–234.

GUPTA, S.; MATHUR, N.; NARANG, D. E-leadership and virtual communication adoption by educators: an UTAUT3 model perspective. Global Knowledge, **Memory and Communication**, [S.l.], 2022. DOI: <https://doi.org/10.1108/gkmc-01-2022-0001>.

GUPTA, S.; MATHUR, N.; PRIYANKA, P. Demystifying youth’s play intention of multiplayer online mobile game: an UTAUT3 model perspective. Global Knowledge, **Memory and Communication**, [S.l.], 2024. DOI: <https://doi.org/10.1108/gkmc-01-2024-0030>.

GUPTA, S.; PRIYANKA, P. Navigating the path to ChatGPT adoption among Indian students: unveiling the integration of UTAUT3 and TTF model. **VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems**, [S.l.], 2025. DOI: <https://doi.org/10.1108/vjikms-02-2024-0052>.

HAIR JR., Joseph F.; BLACK, William C.; BABIN, Barry J.; ANDERSON, Rolph E. **Multivariate data analysis. 8th ed.** Andover: Cengage Learning, 2019.

HAIR, J. F.; RINGLE, C. M.; SARSTEDT, M. PLS-SEM: indeed a silver bullet. **Journal of Marketing Theory and Practice**, v. 19, n. 2, p. 139-152, 2011. DOI: <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>

HING, Nerilee; *et al.* Feature preferences of sports betting platforms: A discrete choice experiment shows why young bettors prefer smartphones. **Journal of Behavioral Addictions**, v. 13, n. 1, p. 134-145, 2024.

INDARNINGSIH, N.; SETYONO, J. Determinants of intention to use QRIS as a transaction tool for mobile banking users of Islamic banking. **IQTISHADIA**, [S.l.], v. 17, n. 1, 2024. DOI: <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v17i1.23691>.

INSTITUTO LOCOMOTIVA. Pesquisa: 25 milhões de brasileiros começaram a apostar online em 2024. São Paulo: Instituto Locomotiva, 2024. Disponível em:

<https://rncd.org/crescimento-de-bets-e-jogos-online-aponta-a-necessidade-de-medidas-intersectoriais-de-regulamentacao/>. Acesso em: 21 ago. 2025.

IYER, P.; BRIGHT, L. Navigating a paradigm shift: Technology and user acceptance of big data and artificial intelligence among advertising and marketing practitioners. **Journal of Business Research**, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114699>.

JENSEN, K.; BENGTTSSON, T. Gaming between leisure and addiction: how young people perceive risk in video games. **International Criminal Justice Review**, v. 34, p. 284–298, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1177/10575677231212179>.

JEON, H.; SUNG, H.; KIM, H. Customers' acceptance intention of self-service technology of restaurant industry: expanding UTAUT with perceived risk and innovativeness. **Service Business**, v. 14, p. 533–551, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11628-020-00425-6>.

KASIH, J.; WASIS, G.; BUNYAMIN, H. Exploring technology integration in education: lecturers perspective on outcomes-based education platforms. JOIV: **International Journal on Informatics Visualization**, [S.l.], v. 8, n. 2, 2024. DOI: <https://doi.org/10.62527/joiv.8.2.2691>.

Khan, K.; Khan, M. U.; Gupta, N.; Gulyani, G.; Singh, P.; Rasool, I.; Nisa, S. Extension of the UTAUT Model: Assessing the Impact of Consumers' Financial Literacy on Intention to Adopt Cryptocurrency Platforms in India. **International Journal of Economics and Financial Issues**, v. 14, n. 5, p. 37-46, 2024. DOI: <https://doi.org/10.32479/ijefi.16417>

KHOSRAVI, M.; MOJTABAEIAN, S.; ZARE, Z. Factors influencing the use of big data within healthcare services: a systematic review. **Health Information Management Journal**, v. 54, p. 190–201, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1177/18333583241270484>.

KIM, J.; LUCAS, A. Perceptions and acceptance of cashless gambling technology: an empirical study of U.S. and Australian consumers. **Cornell Hospitality Quarterly**, v. 65, p. 251–265, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1177/19389655231216123>.

KLEIJNEN, M.; DE RUYTER, K.; WETZELS, M. Consumer adoption of wireless services: discovering the rules, while playing the game. **Journal of Interactive Marketing**, v. 18, p. 51–61, 2004. DOI: <https://doi.org/10.1002/dir.20002>.

KONIETZNY, H. W.; SCHULTE, F.; SCHULTE, P. Anticipated enjoyment and fairness as drivers of online gambling adoption: an extension of UTAUT2. In: **INTERNATIONAL CONFERENCE ON HUMAN-COMPUTER INTERACTION**, 22., 2020, Copenhagen. Proceedings [...]. Cham: Springer, 2020. p. 236–250.

KONIETZNY, J.; CARUANA, A. Fair and easy: the effect of perceived fairness, effort expectancy and user experience on online slot machine gambling intention. **International Gambling Studies**, v. 19, p. 183–199, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1080/14459795.2018.1526313>.

KOPPLIN, C. A configurational view on technology acceptance: the example of highly integrated collaboration platforms. **Australasian Journal of Information Systems**, v. 27, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.3127/ajis.v27i0.4043>. Acesso em: 6 jul. 2025.

KRASNORYADTSEVA, O.; NAJMAN, A. Psychosemantic Markers of Deficiency in Self-Regulation Components during Situations of Increasing Uncertainty. **Sibirskiy Psikhologicheskii Zhurnal**, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.17223/17267080/85/10>. Acesso em: 20 ago. 2025.

Malhotra, N. K. (2012). **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada** (6. ed.). Porto Alegre: Bookman.

MESKE, C.; JUNGLAS, I.; STIEGLITZ, S. Explaining the emergence of hedonic motivations in enterprise social networks and their impact on sustainable user engagement. **Journal of Enterprise Information Management**, v. 32, p. 436–456, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1108/jeim-08-2018-0177>.

MOORE, G. C.; BENBASAT, I. Integrating diffusion of innovations and theory of reasoned action models to predict utilization of information technology by end-users. In: KAUTZ, K.; PRIES-HEJE, J. (ed.). **Diffusion and Adoption of Information Technology**. IFIP: The International Federation for Information Processing, 1996.

MOU, J.; SHIN, D.; COHEN, J. Trust and risk in consumer acceptance of e-services. **Electronic Commerce Research**, [S.l.], v. 17, p. 255-288, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10660-015-9205-4>.

MOUSSAÏD, M. *et al.* Social influence and the collective dynamics of opinion formation. **PLoS ONE**, v. 8, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0078433>. Acesso em: 6 jul. 2025.

NGUSIE, H. *et al.* Understanding the predictors of health professionals' intention to use electronic health record system: extend and apply UTAUT3 model. **BMC Health Services Research**, [S.l.], v. 24, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1186/s12913-024-11378-1>.

NNAJI, C. *et al.* A systematic review of technology acceptance models and theories in construction research. **Journal of Information Technology in Construction**, v. 28, p. 39–69, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.36680/j.itcon.2023.003>. Acesso em: 6 jul. 2025.

O Globo. Carnaval 2024: bets apostam nos desfiles das escolas de samba do Rio e de São Paulo. *O Globo*, Rio de Janeiro, 11 fev. 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/noticia/2024/02/11/carnaval-2024-bets-apostam-nos-desfiles-das-escolas-de-samba-do-rio-e-de-sao-paulo.ghtml>. Acesso em: 16 set. 2025.

PATIL, Pushp; TAMILMANI, Kuttimani; RANA, Nripendra P.; RAGHAVAN, Vishnupriya. Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal. *International Journal of Information Management*, v. 54, p. 102144, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102144>.

PARK, S.; LEE, L.; YI, M. Group-level effects of facilitating conditions on individual acceptance of information systems. **Information Technology and Management**, v. 12, p. 315–334, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s10799-011-0097-2>. Acesso em: 6 jul. 2025.

PFUND, R. A. *et al.* Influence of social interaction on women college students' electronic gambling machine behaviour. **Journal of Gambling Issues**, n. 38, 2018.
<https://doi.org/10.4309/JGI.2018.38.12>

PODER360. Jogos e apostas lideram crescimento em publicidade digital no Brasil. Brasília: Poder360, 2024. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/poder-sportsmkt/jogos-e-apostas-lideram-crescimento-em-publicidade-digital-no-brasil/>. Acesso em: 21 ago. 2025.

RILEY, B. J.; OSTER, C.; RAHAMATHULLA, M.; LAWN, S. Attitudes, risk factors, and behaviours of gambling among adolescents and young people: a literature review and gap analysis. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, [S.l.], v. 18, n. 3, p. 984, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/ijerph18030984>.

ROGERS, E. M. **Diffusion of Innovations**. New York: Free Press, 1995.

RUSSELL, A. M. T.; LANGHAM, E.; HING, N. Social influences normalize gambling-related harm among higher risk gamblers. **Journal of Behavioral Addictions**, v. 7, n. 4, p. 1100–1111, 2018. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.139>

SANG, G. *et al.* Effort expectancy mediate the relationship between instructors' digital competence and their work engagement: evidence from universities in China. **Educational Technology Research and Development**, p. 1–17, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11423-023-10205-4>.

SALIM, Hans Christian; ANGRIAWAN, Ricky; WIDURI, Rindang. Factors affecting cryptocurrency adoption: Extending the UTAUT2 model with financial literacy and trust. **Edelweiss Applied Science and Technology**, v. 9, n. 7, p. 46-65, 2025.

SARAIVA, João Henrique Abrantes. **Determinantes da Utilização de Sites de Apostas Online em Portugal**. 2014. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Aveiro, Portugal.
 SEWANDONO, Raden Edi *et al.* Performance expectancy of E-learning on higher institutions of education under uncertain conditions: Indonesia context. **Education and information technologies**, v. 28, n. 4, p. 4041-4068, 2023. <https://doi.org/10.1007/s10639-022-11074-9>.

SHARMA, T.; TAK, P.; KESHARWANI, A. Understanding continuance intention to play online games: the roles of hedonic value, utilitarian value and perceived risk. **Journal of Internet Commerce**, v. 19, p. 346–372, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1080/15332861.2020.1756189>.

SHELAT, B.; EGGER, F. What makes people trust online gambling sites? In: **CHI '02 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems**, Minneapolis, MN, USA. Anais [...]. New York: ACM, 2002. p. 852-853. DOI: <https://doi.org/10.1145/506443.506631>.

SPEARS, R. Social influence and group identity. **Annual Review of Psychology**, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-070620-111818>. Acesso em: 6 jul. 2025.

STRÖMBÄCK, Camilla *et al.* Does self-control predict financial behavior and financial well-being?. **Journal of Behavioral and Experimental Finance**, v. 14, p. 30-38, 2017.
 SURYONO, H.; SAIFULLAH, A. Understanding consumer purchase intention in cloud

gaming: the role of perceived risk, ease of use, and trust. **The International Journal of Business Review** (The Jobs Review), v. 7, n. 2, 2025. DOI: <https://doi.org/10.17509/tjr.v7i2.81304>.

TAMILMANI, K.; RANA, N.; PRAKASAM, N.; DWIVEDI, Y. The battle of brain vs. heart: a literature review and meta-analysis of "hedonic motivation" use in UTAUT2. **International Journal of Information Management**, v. 46, p. 222–235, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.01.008>.

THOMPSON, R. L.; HIGGINS, C. A.; HOWELL, J. M. Personal computing: toward a conceptual model of utilization. **MIS Quarterly**, v. 15, n. 1, p. 124–143, 1991.

THONG, J.; VENKATESH, V.; XU, X.; HONG, S.; TAM, K. Consumer acceptance of personal information and communication technology services. **IEEE Transactions on Engineering Management**, v. 58, n. 4, p. 613–625, 2011. DOI: <https://doi.org/10.1109/TEM.2010.2058851>.

TORRANCE, Jamie; *et al.* The structural characteristics of online sports betting: a scoping review of current product features and utility patents as indicators of potential future developments. **Addiction Research & Theory**, v. 32, n. 3, p. 204–218, 2024.

TYRVÄINEN, O.; KARJALUOTO, H.; SAARIJÄRVI, H. Personalization and hedonic motivation in creating customer experiences and loyalty in omnichannel retail. **Journal of Retailing and Consumer Services**, v. 57, 102233, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102233>.

UCHENNA, E.; OLUCHUKWU, N. An appraisal of students' adoption of e-learning communication tools: a SEM analysis. **Education and Information Technologies**, v. 27, p. 10239–10260, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10639-022-10975-z>.

UNIFESP – Universidade Federal de São Paulo. Quase 11 milhões de brasileiros apostam de modo a pôr em risco a saúde e as finanças. São Paulo: **UNIFESP**, 2024. Disponível em: <https://namidia.fapesp.br/quase-11-milhoes-de-brasileiros-apostam-de-modo-a-por-em-risco-a-saude-e-as-financas/603328>. Acesso em: 21 ago. 2025.

UOL. Brasil tem grande crescimento em uso de casas de apostas e ultrapassa Inglaterra. UOL, São Paulo, 11 set. 2024. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/gazeta-esportiva/2024/09/11/brasil-tem-grande-crescimento-em-uso-de-casas-de-apostas-e-ultrapassa-inglaterra.htm>. Acesso em: 16 set. 2025.

VALLERAND, R. J. Toward a hierarchical model of intrinsic and extrinsic motivation. **Advances in Experimental Social Psychology**, v. 29, n. 1, p. 271–360, 1997.

VAN DER WERFF, L. *et al.* Trust motivation: the self-regulatory processes underlying trust decisions. **Organizational Psychology Review**, [S.l.], v. 9, n. 2-3, p. 123-199, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1177/2041386619873616>.

VANDENBRUAENE, Jonas; ANNAERT, Jan; DE CEUSTER, Marc. How digitalization can shape markets: the case of sports betting. **Economica**, v. 92, n. 366, p. 644-673, 2025.

VENKATESH, V.; BALA, H. Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. **Journal of Decision Sciences Institute**, v. 39, n. 2, p. 273–315, 2008.

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

VENKATESH, Viswanath. Creation of favorable user perceptions: exploring the role of intrinsic motivation. **MIS Quarterly**, v. 23, n. 2, p. 239–260, 1999.

VENKATESH, Viswanath; DAVIS, Fred D. A theoretical extension of the technology acceptance model: four longitudinal field studies. **Management Science**, v. 46, n. 2, p. 186–204, 2000.

VENKATESH, Viswanath; THONG, James Y. L.; XU, Xin. Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. **MIS Quarterly**, v. 36, n. 1, p. 157–178, 2012.

WANG, M. *et al.* Health workers' adoption of digital health technology in low- and middle-income countries: a systematic review and meta-analysis. **Bulletin of the World Health Organization**, v. 103, p. 126–135F, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.2471/BLT.24.292157>. Acesso em: 6 jul. 2025.

WEI, Anni; ABDUL TALIB, Yurita Yakimin; SHARIF, Zakiyah. Comparative analysis of digital health insurance platform adoption among urban–rural users: A UTAUT and financial literacy integration perspective. **Digital Health**, v. 11, p. 20552076251346656, 2025. DOI: 10.1177/20552076251346656

WEI, Anni; ABDUL TALIB, Yurita Yakimin; SHARIF, Zakiyah. Comparative analysis of digital health insurance platform adoption among urban–rural users: A UTAUT and financial literacy integration perspective. **Digital Health**, v. 11, 2025. DOI: 10.1177/20552076251346656.

WILLIAMS, Robert J.; WOOD, Robert T. **Internet gambling**: A comprehensive review and synthesis of the literature. [S. l.], 2007. Disponível em: <https://www.uleth.ca/dspace/handle/10133/432>.

WU, Q.; TIAN, J.; LIU, Z. Exploring the usage behavior of generative artificial intelligence: a case study of ChatGPT with insights into the moderating effects of habit and personal innovativeness. **Current Psychology**, [S.l.], 2025. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12144-024-07193-w>.

XIE, J.; YE, L.; HUANG, W.; YE, M. *Understanding FinTech Platform Adoption: Impacts of Perceived Value and Perceived Risk*. **Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research**, v. 16, n. 5, p. 1893–1911, 2021. DOI: <https://doi.org/10.3390/jtaer16050106>.

Xu, Z., Li, Y., & Hao, L. (2019). An empirical examination of UTAUT model and social network analysis. **Libr. Hi Tech**, 40, 18-32. <https://doi.org/10.1108/lht-11-2018-0175>.

Zahid, H., Ali, S., Abu-Shanab, E., & Javed, H. M. U. (2022). Determinants of intention to

use e-government services: An integrated marketing relation view. **Telematics and Informatics**, 68, 101778.

APÊNDICE A

Carta de Apresentação da Pesquisa

Prezada(o) participante, você está sendo convidada(o) a participar voluntariamente de uma pesquisa acadêmica sobre o uso de plataformas de apostas online.

Sua participação consiste no preenchimento de um questionário eletrônico, dividido em três partes: (1) Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, (2) questões sobre apostas online e (3) questões sociodemográficas. O tempo estimado para conclusão é de menos de 12 minutos e suas respostas são confidenciais, não havendo identificação individual dos participantes e não havendo respostas certas ou erradas.

Sua colaboração é de grande importância para o desenvolvimento deste estudo.

Agradecemos desde já por sua contribuição.

Mestranda: Luanda Carol de Sousa Fernandes

Orientador: Mateus Ferreira

Instituição: Universidade Federal do Cariri.

APÊNDICE B

Termo De Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE

Prezado(a) Respondente,

Você está sendo convidado(a) a participar, como voluntário(a), desta pesquisa sobre o “**uso de plataformas de apostas online**”, desenvolvida no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Cariri, e deverá indicar se concorda ou não em participar desta pesquisa.

O(a) participante poderá esclarecer dúvidas sobre a pesquisa e sua participação ao longo de todo o período da pesquisa por meio dos contatos abaixo:

PESQUISADORA RESPONSÁVEL: Luanda Carol de Sousa Fernandes – Mestranda

ORIENTADOR(A): Prof. Dr. Mateus Ferreira

TELEFONE: (99) 98517-9125

E-MAIL: luanda.fernandes@aluno.ufca.edu.br

A participação dos respondentes consistirá no preenchimento de um questionário online, não havendo riscos físicos ou psíquicos previsíveis. Os(as) participantes não terão quaisquer custos nem receberão gratificação financeira pela participação.

Serão garantidos o **anonimato** e o **sigilo** das informações, e os resultados serão utilizados exclusivamente para fins acadêmicos e científicos.

Muito obrigada, Luanda Carol de Sousa Fernandes.

Você concorda e aceita os termos desta pesquisa?

() Aceito e concordo com os termos desta pesquisa.

() Não aceito e nem concordo com os termos desta pesquisa.

APÊNDICE C**QUESTIONÁRIO ESTRUTURADO**

Você tem 18 anos ou mais anos e já utilizou alguma plataforma de aposta online (por exemplo, Bet365, Betano, Superbet, Sportingbet, BetNacional, PokerStars, Loterias da Caixa (Mega-Sena, Lotofácil, etc), entre outras).

Sim

Não

Quando foi a última vez que você realizou uma aposta online?

Nos últimos 7 dias

Entre 8 dias e 1 mês

Entre 1 e 6 meses

Entre 6 e 12 meses

Há mais de 1 ano

Quando você joga (ou jogava), com que frequência você utiliza (ou utilizava) plataformas de apostas online.

Nunca

Menos de uma vez por mês

De uma a três vezes por mês

De uma a duas vezes por semana

Três a seis vezes por semana

Uma vez por dia

Muitas vezes por dia

Quando você joga (ou jogava), quantos reais costuma (ou costumava) gastar no mês em apostas online? (responda apenas com números)

Tipo de pergunta

Nunca

Menos de uma vez por mês

De uma a três vezes por mês

De uma a duas vezes por semana

Três a seis vezes por semana

Uma vez por dia

Muitas vezes por dia

As plataformas de apostas online são úteis para minha vida.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

As plataformas de apostas online aumentam minhas chances de alcançar meus objetivos.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

As plataformas de apostas online me ajudam a realizar meus desejos mais rapidamente.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

As plataformas de apostas online melhoram minha qualidade de vida.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente

Concordo totalmente

As informações das plataformas de apostas online são claras e compreensíveis.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

As plataformas de apostas online são fáceis de usar.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

Aprendo facilmente a usar as plataformas de apostas online.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

Desenvolvo facilmente habilidades no uso de plataformas de aposta online.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

Pessoas que são importantes para mim, acham que eu deveria usar plataformas de

apostas online.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Pessoas que influenciam meu comportamento acham que eu deveria usar plataformas de apostas online.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Pessoas cujas opiniões eu valorizo recomendam que eu use plataformas de apostas online.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Por favor, selecione DISCORDO nesta pergunta para verificar se você está prestando atenção.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente

Concordo totalmente

Tenho os recursos necessários para jogar em plataformas de apostas online (Ex: acesso à internet, smartphone ou computador, e meios de pagamento digital disponíveis).

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

Tenho o conhecimento necessário para jogar em plataformas de apostas online.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

As plataformas de apostas online funcionam facilmente em meu dispositivo.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

Posso obter ajuda de outros quando tenho dificuldades ao utilizar plataformas de apostas online.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

Jogar em plataformas de apostas online é divertido.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

Jogar em plataformas de apostas online é prazeroso.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

Jogar em plataformas de apostas online me proporciona muito entretenimento.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

Consigo jogar em plataformas de apostas online a um preço acessível.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

Considero que jogar em plataformas de apostas online tem um bom custo-benefício.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Atualmente, consigo jogar em plataformas de apostas online a um preço convidativo.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Há quanto tempo você utiliza plataformas de apostas online?

Menos de 1 mês

- De 1 a 6 meses
- De 7 a 11 meses
- De 1 a 2 anos
- De 3 a 5 anos
- Mais de 5 anos

Eu tenho dificuldade em abandonar maus hábitos.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Me distraio facilmente.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

Sou bom em resistir à tentação.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

Faço coisas que me dão prazer no momento, mas das quais me arrependo depois.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

Costumo agir sem pensar em todas as alternativas.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

O uso de plataformas de apostas online se tornou um hábito para mim.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

Sou viciado em jogar em plataformas de apostas online.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

Sinto necessidade de jogar em plataformas de apostas online.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

Utilizar plataformas de apostas online se tornou normal para mim.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

Por favor, selecione DISCORDO nesta pergunta para verificar se você está prestando atenção.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

Pretendo continuar usando plataformas de apostas online no futuro.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

Planejo continuar usando plataformas de apostas online o máximo que eu puder.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

Sempre que puder, irei jogar em plataformas de apostas online no meu cotidiano.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

Gosto de experimentar os novos recursos em plataformas de jogos online.

Discordo totalmente

Discordo parcialmente

Discordo

Nem discordo nem concordo

Concordo

Concordo parcialmente

Concordo totalmente

Fico empolgado para testar novas funcionalidades oferecidas pelas plataformas de

apostas online que utilizo.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Entre meus colegas, costumo ser um dos primeiros a experimentar as novas funcionalidades em plataformas de apostas online.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Há um risco considerável envolvido no uso de plataformas de apostas online.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Reconheço que há um risco financeiro envolvido em apostas online.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Compreendo que o uso de serviços de apostas online pode levar ao vício.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Posso me descontrolar se continuar perdendo dinheiro em apostas online para tentar recuperá-lo.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

O uso de plataformas de apostas online pode me levar a uma perda financeira

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Por favor, selecione DISCORDO nesta pergunta para verificar se você está prestando atenção.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Experimentar novas plataformas de apostas me empolga e me mantém entretido,

especialmente quando estou ganhando.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Percebo que as recompensas do jogo superam os riscos potenciais.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

A possibilidade de ganhar dinheiro é um dos principais motivos para me envolver com apostas.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Geralmente, o retorno é maior do que as perdas quando aposto online.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Percebo que as recompensas oferecidas por plataformas de apostas online valem o

tempo e o dinheiro investidos.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Sei o que significam a inflação e as mudanças nas taxas de juros.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Comparo preços ao comprar um produto ou serviço.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Considero a relação entre preço e desempenho ao comprar um produto ou serviço.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Tenho conhecimento sobre produtos financeiros.

- Discordo totalmente

- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Por favor, selecione DISCORDO nesta pergunta para verificar se você está prestando atenção.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Discordo
- Nem discordo nem concordo
- Concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Gênero:

- Masculino
- Feminino
- Outros

Qual sua idade? (responda apenas com números)

Qual sua escolaridade?

- Ensino fundamental incompleto
- Ensino fundamental completo
- Ensino médio incompleto
- Ensino médio completo
- Ensino superior incompleto
- Ensino superior completo
- Pós-graduação incompleta
- Pós-graduação completa

Indique sua renda familiar mensal.

- Até 1 salário mínimo
- Mais de 1 até 2 salários mínimos
- Mais de 2 até 3 salários mínimos

- () Mais de 3 a 5 salários mínimos
- () Mais de 5 até 10 salários mínimos
- () Mais de 10 até 20 salários mínimos
- () Acima de 20 salários mínimos

Qual seu estado civil?

- () Solteiro(a)
- () Casado(a)
- () Desquitado(a)/ Divorciado(a)/ Separado(a)
- () Viúvo(a)
- () União estável
- () Outros


Qual sua ocupação principal?

- () Empregado com carteira assinada
- () Trabalhador autônomo
- () Empresário/empreendedor
- () Servidor público
- () Profissional liberal
- () Estudante
- () Desempregado
- () Aposentado/pensionista
- () Trabalho doméstico
- () Outros...

ANEXO
DECLARAÇÃO

Declaro para os devidos fins que este Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia/Tese/Dissertação), escrito sob minha orientação, está em versão final, de acordo com as solicitações realizadas pela banca examinadora.

Informo também que procedi à revisão final do texto, constatando que atende às especificações das normas da ABNT para apresentação de trabalhos acadêmicos da UFCA, no que diz respeito ao conteúdo e à formatação.

 Documento assinado digitalmente
MATEUS FERREIRA
Data: 24/04/2026 16:36:14-0300
verifique em <https://validar.it.gov.br>

Data e local da assinatura eletrônica