

MOBILE PAYMENT: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

Gabriel Machado Braido¹, Amarolinda Zanela Klein²

Resumo: Esta pesquisa objetivo revisar a literatura sobre *mobile payment* com enfoque em gestão. A amostra foi composta por 25 artigos, sendo 11 obtidos na base de dados *ISI Web of Science* e 14 em anais dos eventos da *Association for Information Systems* (AIS). Os resultados indicam que este é um tema de pesquisa recente e que ainda não há instituições ou redes de pesquisadores que despontem como referências centrais sobre o assunto. No que se refere às abordagens metodológicas, observa-se a prevalência de estudos quantitativos, em 60% das pesquisas, seguidos por qualitativos em 32% dos estudos e por abordagem mista em 8% das pesquisas. Dessa forma, este artigo propõe questões de pesquisa e abordagens teóricas que podem ser utilizadas na continuidade do estudo do *mobile payment* com enfoque em gestão.

Palavras-chave: *Mobile payment*. *M-payment*. Pagamentos móveis. Revisão sistemática da literatura.

MOBILE PAYMENT: A SYSTEMATIC REVISION OF THE LITERATURE

Abstract: The research goal is to review the literature on mobile payment with a focus on Management. The sample consisted of 25 articles, 11 from the Web of Science and 14 from proceedings of the Association for Information Systems (AIS) conferences. The results indicate that this is a new research issue and that there is still no institutions or research networks as central references on this topic. Regarding the methodological approaches, there is the prevalence of quantitative studies (60% of researches), followed by qualitative studies (32%) and mixed methods (8%). Therefore, this article proposes research questions and theoretical approaches that can be used in future studies on mobile payments with a focus on Management issues.

Keywords: Mobile payment. m-payment. Systematic revision of the literature.

1 Doutorando em Administração (Unisinos). Professor do Centro Universitário UNIVATES – Lajeado/RS. gabrielb@univates.br

2 Doutora em Administração (FEA/USP). Professora da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). aczanela@unisinos.br

1 INTRODUÇÃO

As últimas décadas têm sido marcadas por significativas mudanças nos contextos econômico e social, que têm interferido diretamente na forma com que as pessoas realizam negócios. As transações financeiras entre empresas e pessoas, por exemplo, evoluíram de uma simples troca de papel moeda e de cheques para pagamentos eletrônicos utilizando cartões de crédito, pelo telefone e até mesmo por meio da *internet* (MARTINS et al., 2008).

Desde que foi identificado que o telefone móvel está em toda parte e tornou-se um dispositivo essencial para o consumidor, percebeu-se que ele poderia ser usado também para a realização de pagamentos (MANTRI; FENG, 2011). Atentas a essa tendência, as instituições financeiras têm buscado inserir gradativamente o aparelho celular como meio de pagamento, fenômeno chamado de *mobile payment* ou *m-payment* (MARTINS et al., 2008), o qual pode ser definido como qualquer transação envolvendo a convergência entre uma rede de telecomunicação móvel e uma rede de pagamentos (ZHANG; DODGSON, 2007), permitindo aos usuários a facilidade do pagamento de bens e serviços por meio da utilização de dispositivos móveis (KIM et al., 2010).

Os pagamentos móveis têm contribuído para o desenvolvimento dos mercados emergentes, e alguns fatores, como os avanços na tecnologia, as condições socioeconômicas e a alta taxa de penetração de dispositivos móveis, estão impulsionando o desenvolvimento do *m-payment* em alguns mercados emergentes, como o Quênia, onde um ecossistema de *m-payment* evoluiu de tal maneira que em menos de um ano já conta com mais de 18 milhões de usuários, na Ásia-Pacífico, em que se espera crescimento de 15% ao ano nas operações, e na África, onde os serviços bancários móveis devem chegar ao montante de US\$ 22 bilhões ao ano (KSHETRI; ACHARYA, 2012). Martins et al. (2008) complementam que a tecnologia do *m-payment* possibilita a geração de valor para diversos elos da cadeia de cartão de crédito, incluindo a possibilidade de inserção de agentes que até então não atuavam nessa cadeia por ineficiências do sistema tradicional, como empresas de telefonia ou desenvolvedores de tecnologias de pagamento que não envolvam redes bancárias.

Barbosa (2010) considera que em virtude de os consumidores já estarem habituados a usarem os celulares como meio de pagamento de conteúdos móveis, como o *download* de toques, músicas e imagens, sua utilização como instrumento de pagamento generalizado pode ser bastante facilitada. Dessa forma, além de permitir operações bancárias completas, os celulares dos correntistas também são capazes de realizar pagamentos. Aplicativos instalados no celular fazem a conexão com terminais de ponto de venda e os sistemas dos bancos e processadoras de cartão de crédito e débito, de forma que o consumidor possa autorizar a compra. As possibilidades são variadas e vão desde acessos remotos à conta corrente até a possibilidade de pagar compras feitas remotamente, confirmando a despesa ao responder a um torpedo.

Devido à sua rápida evolução, as tecnologias de informação têm propiciado novas formas de organização do trabalho, novos modos de produção e de consumo, comunicação, novas relações com a informação, o saber e o conhecimento. O uso do telefone celular em transações financeiras, por exemplo, que há pouco tempo parecia algo tão distante, aos poucos começa a ganhar corpo e se difundir nos mais diversos mercados.

Diante desse contexto, estabeleceu-se como problema de pesquisa a seguinte questão: o que vem sendo publicado sobre *mobile payment* na área de gestão? Para responder a essa questão, este artigo tem como objetivo realizar revisão sistemática da literatura sobre *mobile payment* sob o enfoque de gestão.

O artigo está dividido nesta seção introdutória e em mais quatro seções, a saber: referencial teórico, procedimentos metodológicos, análise dos dados e considerações finais, seguido pelas referências consultadas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Esta seção tem o objetivo de contextualizar brevemente o *mobile payment*, apresentando sua definição e alguns conceitos relacionados a essa temática.

2.1 *Mobile payment*

O *mobile payment* (ou *m-payment*) pode ser definido como pagamentos efetuados ou habilitados por meio de tecnologias digitais de mobilidade, por dispositivos portáteis, com ou sem o uso de redes de telecomunicações móveis (DINIZ et al., 2011). Para o Banco Central do Brasil (2010, p. 64), pode ser caracterizado como *m-payment* quando “[...] o cliente faz uso de um dispositivo móvel para iniciar, autorizar ou confirmar um pagamento diretamente com a contraparte, representando a convergência entre serviços bancários e telefônicos”.

Na verdade, a tecnologia móvel, vista como um pagamento ou canal bancário, tem o potencial de permitir que duas questões importantes sejam abordadas ao mesmo tempo: no lado da demanda, representa uma oportunidade para a inclusão financeira de uma população que tem baixo acesso aos serviços bancários tradicionais; enquanto que no lado da oferta abre possibilidade para as instituições financeiras oferecerem uma grande diversidade de serviços, a baixo custo, para uma grande variedade de clientes das camadas sociais mais pobres ou de localizações mais remotas (DINIZ et al., 2011).

Brandão (2011) complementa que na definição do *m-payment* não consta a origem dos fundos para o pagamento realizado, visto que uma variedade de serviços de pagamento pode ser constituída via celular, como, por exemplo: (a) cartões de crédito ou débito de conta bancária; (b) celular como carteira eletrônica, usado para transações *off-line*, normalmente para pagamentos de baixo valor, com autenticação imediata e por proximidade (como passagens em ônibus, metrô e trem); e (c) conta de cartão pré-pago operada via celular para transações de pagamento *on-line*.

Alguns modelos de pagamentos e conceitos que podem ser confusos são apresentados na seção seguinte.

2.2 Modelos de *payment*

O termo *mobile payment*, por ser relativamente novo, ainda pode ser confundido com alguns conceitos mais conhecidos e difundidos, como o *mobile banking*, porém é importante que a diferença entre esses conceitos seja esclarecida. O *mobile banking* pode ser entendido

como um conjunto de serviços bancários móveis, envolvendo o uso de dispositivos portáteis conectados a redes de telecomunicações que fornecem aos usuários acesso a pagamentos móveis, transações e outros serviços bancários e financeiros ligados a contas de clientes, com ou sem a participação direta das instituições bancárias tradicionais. O *mobile payment*, por sua vez, inclui pagamentos efetuados ou autorizados por meio de tecnologias móveis, por dispositivos móveis com ou sem o uso de redes de telecomunicações, sendo esses pagamentos operações financeiras digitais e que não precisam estar diretamente ligados a instituições financeiras ou bancárias (DINIZ et al., 2011).

A solução para o êxito do *mobile payment* consiste na cooperação dos vários intervenientes dentro de um modelo colaborativo, já que os esforços individuais só terão êxito limitado e local. As empresas e os bancos, que expressam o maior interesse no *m-payment*, são essenciais para a proliferação e aceitação dos consumidores desses serviços, porém, como ele é apenas uma solução alternativa a outras formas de pagamento, o vendedor e o consumidor assumirão o papel principal na difusão dessa tecnologia (BARBOSA, 2010).

O modelo de negócios mais viável de *m-payment*, de acordo com Agrawal (2009), é aquele que permite aos intervenientes focarem em seu negócio e, ao mesmo tempo, explorarem novos serviços que gerem novas receitas, satisfazendo as exigências e necessidades dos clientes, facilitando a retenção e reforçando a lealdade dos consumidores.

Apresentado breve referencial teórico sobre *mobile payment*, na sequência são relatados os procedimentos metodológicos utilizados para realização deste estudo.

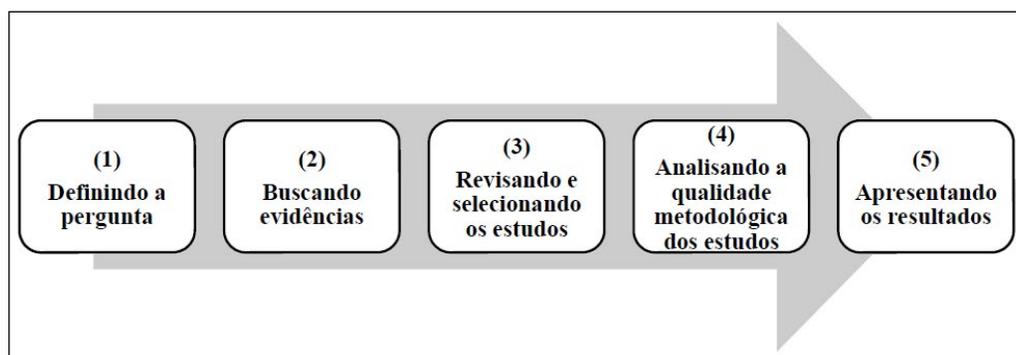
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para a elaboração deste artigo, realizou-se revisão sistemática da literatura, que consistiu em buscar e analisar artigos relacionados à temática *mobile payment*. As revisões sistemáticas servem para nortear o desenvolvimento de projetos, indicando rumos para futuras pesquisas e identificando quais os métodos de pesquisa que vêm sendo utilizados em uma determinada área (SAMPAIO; MANCINI, 2007).

A principal vantagem da revisão sistemática consiste na transparência, pois, como o próprio nome já diz, há uma sistematização do processo de busca, análise crítica e síntese dos resultados, reduzindo o viés do pesquisador responsável pela pesquisa (TRANFIELD et al., 2003). A revisão sistemática, assim como outros estudos de revisão, é uma forma de pesquisa que utiliza como fonte de dados a literatura sobre determinado tema, originando, de forma clara e explícita, um resumo de todos os estudos sobre a temática (SAMPAIO; MANCINI, 2007).

Sampaio e Mancini (2007) argumentam que em uma revisão sistemática há a necessidade de uma pergunta clara, a definição de uma estratégia de busca, o estabelecimento de critérios de inclusão e exclusão de artigos e, acima de tudo, uma análise criteriosa da qualidade da literatura selecionada. Assim, os autores sugerem a execução da pesquisa em cinco etapas, conforme apresentado na Figura 1.

Figura 1 – Etapas para realização de uma revisão sistemática



Fonte: elaborada pelos autores, com base em Sampaio e Mancini (2007).

A etapa 1 consiste na definição de uma questão de pesquisa; a partir disso, a etapa 2 busca evidências a partir da definição de termos ou palavras-chave, estratégias de busca, definição das bases de dados e de outras fontes de informação a serem pesquisadas; na etapa 3, os estudos são revisados de acordo com os critérios de inclusão e exclusão estabelecidos; a etapa 4 corresponde à análise da qualidade metodológica dos estudos; e, por fim, a etapa 5 apresenta os artigos selecionados para a revisão sistemática (SAMPAIO; MANCINI, 2007).

Inicialmente definiu-se como a seguinte questão de pesquisa para realização da revisão sistemática: o que vem sendo publicado sobre *mobile payment* na área de gestão? Para responder a essa questão, foram estabelecidos os termos “*mobile payment*” e “*m-payment*” para a realização das buscas de artigos.

Como base de dados para pesquisa selecionou-se a *ISI Web of Science*, mantida pela *Thompson Reuters*, devido à sua relevância e reconhecimento internacional. Assim, procedeu-se a busca por tópico no dia 08 de junho de 2015, em que foram localizados 1.720 resultados.

Com o intuito de refinar mais a amostra, focando em artigos versando sobre gestão, foi utilizado o filtro por categorias da *Web of Science*. Dessa forma, foram marcados os itens “*business*”, “*management*” e “*economics*”, o que reduziu a amostra para 89 artigos. Na sequência, foram selecionados apenas os artigos em Língua Inglesa, excluindo os artigos publicados em Língua Coreana ou Chinesa (reduzindo a amostra para 73 resultados), e, por fim, foram solicitados apenas “*articles*”, excluindo “*meetings*” e “*proceedings*”, o que resultou em uma amostra de 27 artigos.

De posse da amostra final, os resumos dos artigos foram analisados, de modo a excluir aqueles muito específicos da área da computação (envolvendo análise e proposição de protocolos ou desenvolvimento de tecnologias, por exemplo) e artigos teóricos. Dessa forma, encontrou-se amostra total de 11 artigos sobre a temática – compreendendo o período de 2006 a 2014, os quais são apresentados no Quadro 2, com o periódico e ano de publicação.

Quadro 2 – Artigos selecionados na base de dados *Web of Science*

Nº	Autores	Periódico	Ano
1	Thakur & Srivastava	<i>Internet Research</i>	2014
2	Chen & Chang	<i>The Service Industries Journal</i>	2013
3	Ionescu et al.	<i>Amfiteatru Economic</i>	2013
4	O'Reilly et al.	<i>Electron Markets</i>	2012
5	Keramati et al.	<i>The Service Industries Journal</i>	2012
6	Lu et al.	<i>Information & Management</i>	2011
7	Schierz et al.	<i>Electronic Commerce Research and Applications</i>	2010
8	Ondrus e Pigneur	<i>Information Systems and E-Business Management</i>	2009
9	Lim	<i>Electronic Commerce Research and Applications</i>	2008
10	Mallat	<i>Journal of Strategic Information Systems</i>	2007
11	Ondrus & Pigneur	<i>Electronic Commerce Research and Applications</i>	2006

Fonte: elaborado pelos autores.

Por indicação de um pesquisador especialista em mobilidade empresarial, com artigos publicados sobre o tema em diversos periódicos nacionais e internacionais, também foram consultados os anais dos últimos cinco anos dos eventos organizados pela *Association for Information Systems* (AIS).

Assim, foi realizada busca pelas palavras chave “*mobile payment*” e “*m-payment*” no *site* da AIS, em que se localizaram 17 artigos sobre essa temática – compreendendo o período de 2010 a 2014. Os resumos foram analisados e, novamente, optou-se pela exclusão de estudos teóricos ou que fugiam do foco da gestão. Dessa forma, foram considerados na análise os 14 artigos relacionados no Quadro 3.

Quadro 3 – Artigos selecionados nos eventos da AIS

Nº	Autores	Evento	Ano
1	Yan & Pan	<i>Wuhan International Conference on E-Business</i>	2014
2	Zhao & Kurnia	<i>Pacific Asia Conference on Information Systems</i>	2014
3	Alshare & Mousa	<i>International Conference on Information Systems</i>	2014
4	Park & Islam	<i>Pacific Asia Conference on Information Systems</i>	2014
5	Li et al.	<i>Pacific Asia Conference on Information Systems</i>	2014
6	Markendahl	<i>International Conference on Mobile Business</i>	2013
7	Jia & Hall	<i>Americas Conference on Information Systems</i>	2013
8	Xin et al.	<i>Pacific Asia Conference on Information Systems</i>	2013
9	Apanasevic	<i>International Conference on Mobile Business</i>	2013
10	Diniz et al.	<i>Workshop of the AIS Special Interest Group for ICT in Global Development</i>	2013
11	Guhr et al.	<i>Wirtschaftsinformatik Proceedings 2013</i>	2013
12	Perez et al.	<i>International Conference on Information Resources Management</i>	2013
13	Liu et al.	<i>International Conference on Mobile Business</i>	2012
14	Chandra et al.	<i>Communications of the Association for Information Systems</i>	2010

Fonte: elaborado pelos autores.

Apresentados os procedimentos metodológicos que guiaram a execução desta pesquisa, na próxima seção apresenta-se a análise dos dados referente à revisão sistemática de literatura realizada sobre *mobile payment*.

4 ANÁLISE DOS DADOS

Nesta seção analisam-se os dados obtidos a partir da revisão sistemática realizada de literatura. Inicialmente, apresenta-se a análise dos periódicos, eventos e ano de publicação dos artigos analisados neste estudo.

4.1 Informações sobre periódicos, eventos e ano de publicação

Na Tabela 1, são apresentados os periódicos em que os pesquisadores da área têm publicado seus estudos, informando o seu fator de impacto. Observa-se que 54,55% dos artigos analisados estão publicados em *journals* com fator de impacto, com destaque para o “*Electronic Commerce Research and Applications*”, em que estão publicados três artigos sobre essa temática, correspondendo a 27,27% da amostra selecionada. O “*Journal of Strategic Information Systems*”, que apresenta o maior fator de impacto dos periódicos analisados, tem um único artigo sobre o tema em suas edições. É importante destacar, ainda, que outras quatro revistas não possuem fator de impacto e são responsáveis pela publicação de 45,45% dos artigos sobre essa temática.

Tabela 1 – Periódicos e fator de impacto

Periódico	Impacto	Nº de artigos	%	% acum.
<i>Journal of Strategic Information Systems</i>	2.571	1	9,09%	9,09%
<i>Information & Management</i>	1.788	1	9,09%	18,18%
<i>Internet Research</i>	1.638	1	9,09%	27,27%
<i>Electronic Commerce Research and Applications</i>	1.304	3	27,27%	54,55%
<i>Information Systems and e-business Management</i>	Sem fator	1	9,09%	63,64%
<i>Service Industries Journal</i>	Sem fator	2	18,18%	81,82%
<i>Amfiteatru Economic</i>	Sem fator	1	9,09%	90,91%
<i>Electronic Markets</i>	Sem fator	1	9,09%	100%

Fonte: elaborada pelos autores.

Na sequência, buscou-se verificar o número citações recebidas em cada artigo da amostra. Dessa forma, o título do artigo, autoria e fator de impacto do periódico e o número de citações são apresentados no Quadro 4.

Os 11 artigos publicados em periódicos, juntos, foram citados 217 vezes. Analisando o Quadro 4, evidencia-se que o artigo com o maior número de citações (71) está publicado na revista com o maior fator de impacto (2.571) entre as analisadas. Observa-se que os *papers* publicados em periódicos com fator de impacto somaram 202 citações, contra apenas 15 citações dos artigos em periódicos sem fator de impacto, o que comprova a importância da publicação de pesquisas em periódicos reconhecidos e com fator de impacto, pois os resultados terão maior visibilidade, sendo mais acessados e referenciados na academia.

Entre os artigos analisados, destaca-se o estudo de Mallat (2007), o qual teve o objetivo de explorar empiricamente a adoção de pagamentos móveis. Dessa forma, por ser uma tecnologia muito nova na época, o autor optara pela realização de pesquisa exploratória e qualitativa a fim de compreender melhor quais seriam os fatores determinantes para a adoção do *m-payment*.

Quadro 4 – Quantidade de citações por artigo

Título do Artigo	Autoria (ano)	Fator de impacto	Nº de citações*
<i>Exploring consumer adoption of mobile payments - A qualitative study</i>	Mallat (2007)	2.571	71
<i>Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis</i>	Schierz et al. (2010)	1.304	59
<i>Towards a holistic analysis of mobile payments: A multiple perspectives approach</i>	Ondrus e Pigneur (2006)	1.304	28
<i>Dynamics between the trust transfer process and intention to use mobile payment services: A cross-environment perspective</i>	Lu et al. (2011)	1.788	23
<i>Inter-consortia battles in mobile payments standardization</i>	Lim (2008)	1.304	18
<i>Near field communication: an assessment for future payment systems</i>	Ondrus e Pigneur (2009)	Sem fator	9
<i>User acceptance of 'near field communication' mobile phone service: an investigation based on the 'unified theory of acceptance and use of technology' model</i>	Chen e Chang (2013)	Sem fator	4
<i>Adoption readiness, personal innovativeness, perceived risk and usage intention across customer groups for mobile payment services in India</i>	Thakur e Srivastava (2014)	1.638	3
<i>A theory of the availability and level of consumer protection in online and mobile payments for public economic services</i>	Ionescu et al. (2013)	Sem fator	1
<i>To M-Pay or not to M-Pay-Realising the potential of smart phones: conceptual modeling and empirical validation</i>	O'Reilly et al. (2012)	Sem fator	1
<i>A combinative model of behavioural and technical factors affecting 'Mobile'-payment services adoption: an empirical study</i>	Keramati et al. (2012)	Sem fator	0

Obs.: * Dados do dia 27 de julho de 2015.

Fonte: elaborado pelos autores.

Dessa forma, entende-se que este artigo seja um dos seminais sobre a adoção de pagamentos móveis. Da mesma forma, outro estudo bastante citado, realizado por Schierz et al. (2010), que recebeu 59 citações, pode ser classificado como seminal no que se refere à aceitação dos serviços de pagamentos móveis.

Na Tabela 2 são apresentados os principais eventos, todos organizados pela AIS em que foram localizados os 14 artigos abordando a temática do *mobile payment* analisados

neste estudo. Vale lembrar que se optou por selecionar apenas os artigos publicados nos últimos cinco anos, compreendendo o período entre 2010 e 2014.

Observa-se que 64,29% dos artigos são originários de três eventos: *Pacific Asia Conference on Information Systems* (28,57%), *International Conference on Mobile Business* (21,43%) e *International Conference on Information Resources Management* (14,29%). Os demais eventos possuem apenas um único artigo publicado.

Tabela 2 – Quantidade de artigos por evento

Evento	Quantidade	%	% acum.
<i>Pacific Asia Conference on Information Systems</i>	4	28,57%	28,57%
<i>International Conference on Mobile Business</i>	3	21,43%	50,00%
<i>International Conference on Information Resources Management</i>	2	14,29%	64,29%
<i>Americas Conference on Information Systems</i>	1	7,14%	71,43%
<i>Communications of the Association for Information Systems</i>	1	7,14%	78,57%
<i>Wirtschaftsinformatik Proceedings</i>	1	7,14%	85,71%
<i>Workshop of the AIS Special Interest Group for ICT in Global Development</i>	1	7,14%	92,86%
<i>Wuhan International Conference on E-Business</i>	1	7,14%	100,00%
Total	14	100%	

Fonte: elaborada pelos autores.

Consolidando artigos publicados em eventos da AIS realizados entre 2010 e 2014 e periódicos (publicados até junho de 2015), obteve-se amostra total de 25 artigos. A Tabela 3 apresenta a quantidade de artigos publicados por ano.

Tabela 3 – Quantidade de publicações por ano

Ano	Nº de artigos	%	% acum.
2014	6	24,00%	24,00%
2013	9	36,00%	60,00%
2012	3	12,00%	72,00%
2011	1	4,00%	76,00%
2010	2	8,00%	84,00%
2009	1	4,00%	88,00%
2008	1	4,00%	92,00%
2007	1	4,00%	96,00%
2006	1	4,00%	100,00%
Total	25	100,00%	

Fonte: elaborada pelos autores.

Observa-se que o primeiro artigo publicado sobre a temática de pagamentos móveis foi de Ondrus e Pigner (2006) e consistiu em uma pesquisa exploratória com o objetivo de propor uma abordagem para analisar o contexto de *mobile payment*. As publicações científicas foram mais expressivas em 2013, ano em que foram publicados nove artigos (36% do total)

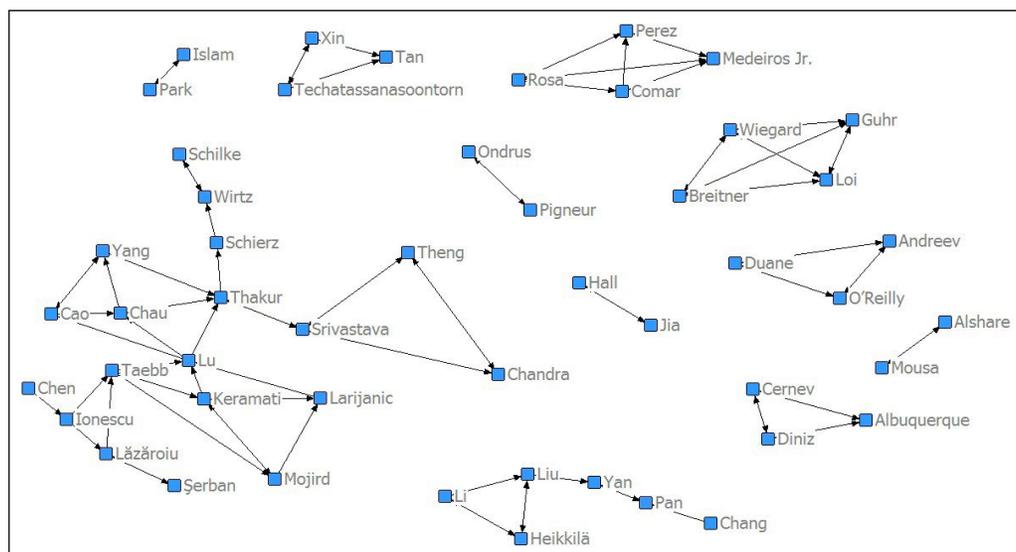
sobre essa temática. Consta-se, dessa forma, que esse tema está em expansão, haja vista que só nos últimos dois anos (2013 e 2014) foram publicados 15 artigos, o correspondente a 60% da amostra analisada nesta revisão sistemática.

4.2 Autores, instituições e parcerias

Buscando evidenciar algumas parcerias e o comportamento dos autores em pesquisas sobre *mobile payment*, verificou-se que 62 autores foram responsáveis pela publicação dos 25 artigos analisados. Dessa forma, constata-se que, em média, cada artigo é assinado por 2,48 autores. Observou-se, também, que 58 autores publicaram um único artigo e que apenas quatro autores (Hongxiu Li, Jan Ondrus, Yong Liu e Yves Pigneur) possuem a publicação de dois artigos dentre os analisados.

A fim de visualizar melhor as relações de parcerias entre pesquisadores, uma rede de relações foi desenhada utilizando-se o *software* UCINET, a qual é apresentada na Figura 2. Observa-se que os pesquisadores estão divididos basicamente em 11 *clusters*, possuindo a maioria deles entre dois e quatro autores envolvidos. Como os dados indicam, há bastante dispersão na rede de autores que abordam o tema, o que se deve ao estágio ainda embrionário do *mobile payment* no que se refere à pesquisa acadêmica.

Figura 2 – Rede de parceria entre pesquisadores



Fonte: elaborada pelos autores, utilizando o *software* UCINET.

No que se refere ao país de origem dos autores, observa-se prevalência de estudos realizados por autores chineses (16,13%), seguidos por brasileiros (11,29%), alemães e finlandeses (9,68% cada) e iranianos (6,45%), conforme observa-se na Tabela 4.

Quanto às parcerias entre universidades, observou-se que 52% das pesquisas (13 artigos) foram realizadas por pesquisadores de uma única instituição, enquanto 28% dos estudos (sete artigos) foram escritos em parceria entre duas instituições e outros 20%

(cinco artigos) foram conduzidos em parceria envolvendo três instituições. Verificou-se, também, que em duas pesquisas, o correspondente a 8% dos estudos, existiu parceria entre universidade e empresa, demonstrando que este tema tem despertado a atenção de outras instituições além da academia.

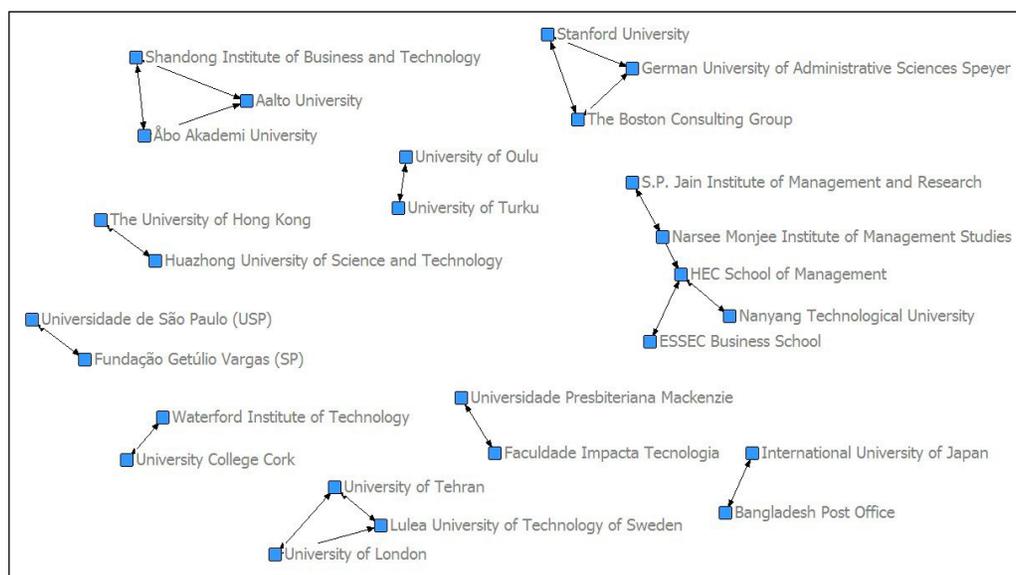
Tabela 4 – País de origem dos autores das pesquisas

País	Autores	%	% acumul.
China	10	16,13%	16,13%
Brasil	7	11,29%	27,42%
Alemanha	6	9,68%	37,10%
Finlândia	6	9,68%	46,77%
Irã	4	6,45%	53,23%
EUA	3	4,84%	58,06%
Nova Zelândia	3	4,84%	62,90%
Romênia	3	4,84%	67,74%
Suíça	3	4,84%	72,58%
Austrália	2	3,23%	75,81%
Catar	2	3,23%	79,03%
Índia	2	3,23%	82,26%
Irlanda	2	3,23%	85,48%
Singapura	2	3,23%	88,71%
Suécia	2	3,23%	91,94%
França	2	3,23%	95,16%
Bangladesh	1	1,61%	96,77%
Holanda	1	1,61%	98,39%
Japão	1	1,61%	100,00%
Total	62	100,00%	

Fonte: elaborado pelos autores.

Objetivando identificar as relações e parcerias entre universidades e instituições, uma rede de relações foi construída com o apoio do *software* UCINET. Essa rede é apresentada na Figura 3, em que se observa a existência de 10 *clusters* de universidades, sendo a grande maioria deles composta por duas ou três instituições. Novamente percebe-se dispersão no estudo do tema, sem que aja uma instituição líder ou referência no estudo de *m-payment* que efetivamente se destaque no contexto acadêmico.

Figura 3 – Rede de relações entre instituições



Fonte: elaborada pelos autores, utilizando o *software* UCINET.

4.3 Principais teorias e/ou modelos utilizados

Esta seção tem o objetivo de identificar e conhecer as principais teorias e/ou modelos que deram suporte aos artigos analisados nesta revisão. Observou-se que em cinco estudos (20% da amostra) os autores não deixam claro qual teoria ou modelo está suportando a pesquisa. A Tabela 5 apresenta as principais teorias ou modelos e a frequência com que foram utilizados nos artigos analisados.

Tabela 5 – Teorias e/ou modelos utilizados nas pesquisas

Teoria ou modelo	Qtde.	%	% acum.
<i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	8	32%	32%
<i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT)	4	16%	48%
Teoria da Difusão da Inovação	4	16%	64%
Teoria da Transferência de Confiança	4	16%	80%
Não apresenta teoria	5	20%	100%
Total	25	100%	

Fonte: elaborada pelos autores.

Os resultados sumarizados na Tabela 5 demonstram que o *Technology Acceptance Model* (TAM) é o modelo mais utilizado nas pesquisas sobre *mobile payment*, dando suporte a 32% das pesquisas sobre essa temática. O *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), a Teoria da Difusão da Inovação e a Teoria da Transferência de Confiança

suportaram, cada um, quatro estudos. Para melhor conhecimento sobre as teorias e modelos apresentados na Tabela 5, eles são brevemente descritos a seguir.

a) *Technology Acceptance Model (TAM):*

De acordo com a literatura existente, Davis (1989) propôs o conhecido *Technology Acceptance Model* (em português, Modelo de Aceitação Tecnológica) – TAM como uma primeira teoria de aceitação de TI/SI (KERAMATI et al., 2012). O TAM propõe que duas crenças particulares sejam os principais motores para a aceitação de uma tecnologia: a utilidade percebida, ou seja, o grau em que uma pessoa acredita que a utilização de um determinado sistema reforçaria o seu desempenho no trabalho; e a percepção da facilidade de utilização, ou seja, o grau em que uma pessoa acredita que a utilização de um sistema específico seria livre de esforço físico e mental (THAKUR; SRIVASTAVA, 2014) perceived risk (PR).

Os benefícios do TAM incluem instrumentos confiáveis com excelentes propriedades de medida, concisão e solidez empírica, além de ser aplicável a uma vasta gama de questões de pesquisa (SCHIERZ et al., 2010). Os autores reforçam, ainda, que embora o modelo tenha sido inicialmente destinado a prever o uso de sistemas de tecnologia da informação no local de trabalho, suas variáveis podem ser empregadas para prever a aceitação do consumidor nas mais variadas configurações, adicionando ou reconceituando as variáveis existentes no modelo.

Os artigos analisados que utilizaram o TAM como lente teórica destacam-se por encontrar resultados capazes de explicar o comportamento individual de adoção da tecnologia, como o estudo de Alshare e Mousa (2014), que examinou de que forma a disponibilidade tecnológica influencia a percepção e aceitação do *m-payment* por parte dos clientes, e o artigo de Li, Liu e Heikkilä (2014), que explorou os fatores que determinam a adoção de pagamento móvel via NFC³ pelos consumidores.

b) *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology – UTAUT:*

O UTAUT combina construtos de oito grandes teorias e modelos, a fim de explorar a intenção comportamental dos usuários de tecnologia da informação (CHEN; CHANG, 2013). Venkatesh et al. (2003) afirmam que pelo menos 70% dos estudos empíricos demonstram que o poder explicativo do UTAUT é mais eficaz do que outras teorias e modelos integrados.

Cheng e Chang (2013) apresentam os oito principais modelos ou teorias integrados pelo UTAUT, a saber: a Teoria da Ação Racionalizada (TRA), o Modelo de Aceitação da Tecnologia (TAM), o Modelo Motivacional (MM), a Teoria do Comportamento Planejado (TPB), a combinação entre a TAM e a TPB, o Modelo de Utilização do PC (MPCU), a Teoria da Difusão da Inovação (IDT) e a Teoria Social Cognitiva (SCT). Venkatesh et al. (2003) justificam a escolha por esses modelos devido a eles já terem sido amplamente

3 NFC (*Near Field communication*) foi integrado e desenvolvido pela tecnologia RFID (*radio frequency identification*) para permitir a comunicação segura de curto alcance entre dispositivos eletrônicos, como telefones celulares, PDAs e computadores, por meio de conexão sem fio fácil e rápida (CHEN; CHANG, 2013).

testados em ambientes de TI e aprovados pela comunidade acadêmica, visto que são referência em periódicos internacionais.

Os artigos analisados que utilizaram o UTAUT como abordagem teórica avançaram um pouco mais na compreensão do fenômeno, porém ainda ficaram muito restritos a uma análise individual (micro) e não do sistema de forma mais holística. Entre os estudos realizados, destacam-se o de Thakur e Srivastava (2014), que testou a relação funcional entre a prontidão para adoção, o risco percebido e a intenção de uso para pagamentos móveis na Índia, e o artigo de Chen e Chang (2013), que investigou os fatores comportamentais que contribuem para a aceitação do consumidor de aplicações NFC de telefonia móvel.

Observa-se que para análise em nível mais macro, porém, é necessária a combinação do modelo UTAUT com outras abordagens, como o realizado por Alshare e Mousa (2014) ao examinar o impacto de valores culturais nacionais defendidos na intenção do consumidor de usar dispositivos de pagamento móvel utilizando o UTAUT combinado com as dimensões culturais de Hofstede como base para o quadro investigativo.

c) Teoria da Difusão da Inovação:

A Teoria da Difusão de Inovação, de acordo com Mallat (2007), é uma teoria multidisciplinar frequentemente aplicada em pesquisas de adoção de tecnologia. De acordo com o autor, Rogers (1995) determinou cinco características da inovação que afetam a adoção: vantagem relativa, complexidade, a compatibilidade, a possibilidade de teste e visibilidade. Desses construtos, a vantagem relativa, complexidade e compatibilidade fornecem explicações mais consistentes para a adoção de sistemas de informação (MALLAT, 2007).

Entre os artigos analisados que aplicaram essa teoria destaca-se o de Mallat (2007), que explorou empiricamente a adoção de pagamentos móveis por consumidores, detectando os fatores determinantes de adoção que são relevantes para o novo contexto de pagamentos móveis. Observa-se, novamente, que o foco de análise do artigo está no indivíduo, não oferecendo visão holística da adoção de pagamentos móveis. Vale ressaltar, também, que a TDI é uma das teorias que já está compreendida no modelo UTAUT, analisado anteriormente e amplamente utilizado nas pesquisas sobre essa temática.

d) Teoria de Transferência da Confiança:

Transferência de confiança é um processo cognitivo que pode surgir a partir de um contexto familiar para um outro novo contexto ou de uma entidade confiável para outra entidade desconhecida (YAN; PAN, 2014). A Teoria de Transferência da Confiança assume que podem ocorrer dois tipos de transferência: a intracanal, em que a confiança em um canal pode influenciar na avaliação de um produto ou serviço no mesmo canal; ou a intercanal, que ocorre entre diferentes canais (LU et al., 2011).

Os artigos sobre *mobile payment* embasados por essa teoria buscaram analisar a transferência de confiança como forma de estabelecimento de confiança inicial em pagamentos móveis (YAN; PAN, 2014), explorar antecedentes e a influência da confiança na intenção de utilizar pagamentos móveis (XIN et al., 2013). Lu et al. (2011), por sua vez, analisaram, de forma empírica, se a confiança estabelecida de um cliente em serviços de pagamento na internet é capaz de influenciar sua confiança inicial em serviços de pagamento

móvel, e como essa confiança pode interagir de forma positiva e negativa e afetar a adoção de serviços de pagamento móvel.

4.4 Abordagens metodológicas utilizadas

Considerando a amostra total dos artigos selecionados para esta pesquisa, observa-se tendência para estudos quantitativos, visto que 60% das pesquisas utilizaram essa abordagem, 32% valeram-se de abordagem qualitativa e outros 8% empregaram abordagem mista, combinando pesquisa qualitativa e quantitativa.

Na sequência, buscou-se verificar as principais técnicas utilizadas para coletar os dados dos estudos. Os resultados são apresentados na Tabela 6, em que se percebe a predominância da utilização da pesquisa *survey* para coleta de dados, visto que essa técnica foi aplicada em 55,17% das pesquisas analisadas. Outra técnica utilizada foi a entrevista, a qual foi responsável pela coleta de dados em 27,59% dos estudos. Outras técnicas abordadas são a análise documental (6,90%), grupos focais (6,90%) e visitas de campo (3,45%).

Tabela 6 – Coleta de dados

Técnica	Nº de artigos	%	% acumul.
<i>Survey</i>	16	55,17%	55,17%
Entrevistas	8	27,59%	82,76%
Análise documental	2	6,90%	89,66%
Grupos focais	2	6,90%	96,55%
Visitas de campo	1	3,45%	100,00%
Total	29	100,00%	

Fonte: elaborada pelos autores.

Essa análise demonstra que as pesquisas sobre *mobile payment* têm utilizado procedimentos metodológicos e de coleta de dados bastante usuais, como aplicação de questionários e/ou entrevistas, não tendo sido observado nenhum artigo que fizesse uso de experimentos, por exemplo. Pode-se sugerir o experimento como uma ideia de pesquisa futura, visto que essa técnica ainda vem sendo pouco utilizada em estudos na área da gestão.

4.5 Objetivos de pesquisa

Após identificar as principais abordagens metodológicas e teóricas empregadas nas pesquisas, os artigos tiveram seus objetivos explorados. Para tanto, eles foram analisados e divididos em cinco categorias, conforme seu objetivo: **adoção da tecnologia *mobile payment*** (14 artigos), **confiança** (cinco artigos), **aceitação da tecnologia** (quatro artigos), **intenção de uso do *mobile payment*** (quatro artigos) e **outros** (cinco artigos que apresentavam objetivos muito específicos, não se enquadrando em nenhuma categoria única). Vale ressaltar, ainda, que alguns artigos puderam ser classificados em mais de uma categoria, conforme seu objetivo.

As seções subsequentes discorrem acerca dos objetivos, suporte teórico e abordagens metodológicas empregadas nos artigos, de acordo com seus objetivos.

4.5.1 Adoção da tecnologia

Analisando os artigos selecionados para este estudo, observou-se que 14 pesquisas, o correspondente a 56% do total de artigos investigados, tiveram o objetivo de analisar a adoção da tecnologia *mobile payment*. Acredita-se que como esse tema ainda está em desenvolvimento, justifica-se a presença de tantas pesquisas preocupadas em entender os motivos que levam os consumidores a adotarem ou não a tecnologia.

Entre os artigos que analisaram a adoção do *mobile payment*, destacam-se alguns estudos que buscaram identificar os fatores determinantes (MALLAT, 2007), os fatores comportamentais (IONESCU et al., 2013) e os fatores culturais (ALSHARE; MOUSA, 2014) que influenciam na adoção dessa tecnologia. Outros estudos investigaram simplesmente as razões pelas quais os usuários utilizam a tecnologia (KERAMATI et al., 2012; ZHAO; KURNIA, 2014) ou a forma com que a confiança influencia na adoção (ou não) da tecnologia (CHANDRA et al., 2010; LU et al., 2011; YAN; PAN, 2014).

Foi possível identificar, também, artigos que focaram na adoção da tecnologia baseada em diferentes plataformas, verificando quais *drivers*, benefícios e barreiras podem ser observados nos diferentes tipos de soluções de pagamento (MARKENDAHL, 2013), quais são os fatores que influenciam a baixa taxa de penetração de pagamentos móveis baseados em NFC na Europa Ocidental (APANASEVIC, 2013) ou explorando os fatores que determinam a adoção, por parte dos consumidores, de pagamento móvel baseados em NFC (LI et al., 2014).

O Quadro 5 sumariza os artigos, principais teorias/modelos e abordagens metodológicas utilizadas nas pesquisas sobre adoção da tecnologia.

Quadro 5 – Artigos e abordagens teóricas e metodológicas mais utilizadas

Artigo	Principais teorias e/ou modelos	Abordagem metodológica
Alshare; Mousa (2014)	UTAUT	Quantitativa
Apanasevic (2013)	TAM	Qualitativa
Chandra; Srivastava; Theng (2010)	Não informa	Quantitativa
Diniz; Cervev; Albuquerque (2013)	Não informa	Qualitativa
Ionescu; Lăzăroiu; Șerban (2013)	Não informa	Mista
Jia; Hall (2013)	Não informa	Quantitativa
Keramati et al. (2012)	Não informa	Quantitativa
Li; Liu; Heikkilä (2014)	TAM	Quantitativa
Liu; Yang; Li (2012)	Não informa	Quantitativa
Lu et al. (2011)	Teoria da Transferência da Confiança Teoria da Difusão da Inovação	Quantitativa
Mallat (2007)	Teoria da Difusão da Inovação	Qualitativa
Markendahl (2013)	Não informa	Qualitativa
Yan; Pan (2014)	Teoria da Transferência da Confiança TAM	Quantitativa
Zhao; Kurnia (2014)	Não informa	Qualitativa

Fonte: elaborado pelos autores.

No que se refere aos modelos e teorias que deram suporte a esses estudos, observou-se a utilização do TAM em três artigos, a Teoria da Transferência de Confiança em dois artigos, a Teoria da Difusão da Inovação em outros dois estudos e o UTAUT em um artigo.

Quanto às abordagens metodológicas utilizadas nos estudos sobre a adoção do *mobile payment* é possível observar a prevalência de estudos quantitativos, haja vista que oito estudos (57,14%) utilizaram essa abordagem, enquanto que a abordagem qualitativa foi utilizada em cinco estudos (35,72%) e a combinação das duas abordagens foi utilizada em apenas uma pesquisa (7,14%). No que tange à coleta de dados, constata-se a dominância da aplicação de questionários (*survey*), utilizado em 64,29% das pesquisas analisadas, contra 35,71% que coletaram seus dados por meio de entrevistas.

4.5.2 Confiança

Um segundo objetivo que tem recebido atenção significativa nas pesquisas sobre *mobile payment* é a confiança, abarcando pesquisas que buscaram identificar o que constitui a confiança dos consumidores no *m-payment* (CHANDRA et al., 2010), analisar a possibilidade de transferência da confiança de serviços móveis para pagamentos móveis (LU et al., 2011; XIN et al., 2013; YAN; PAN, 2014) e determinar as associações entre confiança e o desejo do usuário em realizar pagamentos móveis utilizando *smartphones* (O'REILLY et al., 2012).

O Quadro 6 sumariza os artigos cujo objetivo centrou na confiança, assim como as principais teorias e/ou modelos que suportaram esses estudos e a abordagem metodológica predominante.

Quadro 6 – Artigos e abordagens teóricas e metodológicas mais utilizadas

Artigo	Principais teorias e/ou modelos	Abordagem metodológica
Chandra; Srivastava; Theng (2010)	Não informa	Quantitativa
Lu et al. (2011)	Teoria da Transferência da Confiança Teoria da Difusão da Inovação	Quantitativa
O'Reilly; Duane; Andreev (2012)	Não informa	Quantitativa
Xin; Techatassanasoontorn; Tan (2013)	Não informa	Quantitativa
Yan; Pan (2014)	Teoria da Transferência da Confiança TAM	Quantitativa

Fonte: elaborado pelos autores.

Observa-se que a Teoria da Transferência da Confiança deu suporte a duas pesquisas, enquanto que o TAM e a Teoria da Difusão da Inovação suportaram, cada um, um estudo. Quanto à abordagem metodológica, constata-se a dominância da abordagem quantitativa, valendo-se todos os artigos dessa abordagem e coletando seus dados por meio de questionários.

4.5.3 Aceitação da tecnologia

Verificou-se que quatro estudos buscaram analisar a aceitação da tecnologia *mobile payment*, examinando como a disponibilidade tecnológica influencia a percepção e aceitação da tecnologia pelos usuários (GUHR et al., 2013), investigando os fatores comportamentais que contribuem para a aceitação de aplicações NFC de telefonia móvel (CHEN; CHANG, 2013), desenvolvendo e testando um modelo integrador dos fatores determinantes da aceitação dos serviços móveis de pagamento dos consumidores (SCHIERZ et al., 2010) e explorando os fatores que influenciam no comportamento do consumidor sobre a aceitação de pagamentos móveis (IONESCU et al., 2013).

Quadro 7 – Artigos e abordagens teóricas e metodológicas mais utilizadas

Artigo	Principais teorias e/ou modelos	Abordagem metodológica
Chen; Chang (2014)	UTAUT	Quantitativa
Guhr et al. (2013)	TAM	Quantitativa
Ionescu; Lăzăroiu; Șerban (2013)	TAM	Mista
Schierz; Schilke; Wirtz (2010)	TAM	Quantitativa

Fonte: elaborado pelos autores.

O Quadro 7 consolida os artigos, teorias/modelos e abordagens metodológicas utilizadas nos artigos investigados. Observa-se que dos quatro artigos, três foram suportados pelo TAM e um pelo UTAUT. Quanto às abordagens metodológicas, é possível identificar a prevalência das pesquisas quantitativas, visto que todos os artigos englobaram análises quantitativas, e um deles utilizou abordagem mista (qualitativa e quantitativa).

4.5.4 Intenção de uso da tecnologia

No que tange à intenção de uso da tecnologia *mobile payment*, foram identificados quatro estudos que desenvolveram suas pesquisas abrangendo essa temática. Os artigos selecionados exploraram antecedentes da confiança e sua influência na intenção de utilizar pagamentos móveis (O'REILLY et al., 2012; XIN et al., 2013), o impacto de valores culturais defendidos na intenção do consumidor em usar dispositivos móveis (ALSHARE; MOUSA, 2014) e a relação entre disponibilidade para adoção, o risco percebido e a intenção de uso de pagamentos móveis (THAKUR; SRIVASTAVA, 2014) perceived risk (PR).

O Quadro 8 relaciona os artigos que contribuíram com pesquisas nessa temática, assim como as teorias e/ou modelos que deram suporte a elas e a abordagem metodológica utilizada.

Quadro 8 – Artigos e abordagens teóricas e metodológicas mais utilizadas

Artigo	Principais teorias e/ou modelos	Abordagem metodológica
Alshare; Mousa (2014)	UTAUT	Quantitativa
O'Reilly; Duane; Andreev (2012)	Não informa	Quantitativa
Thakur; Srivastava (2014)	Teoria da Difusão da Inovação TAM e UTAUT	Quantitativa
Xin; Techatassanasoontorn; Tan (2013)	Não informa	Quantitativa

Fonte: elaborado pelos autores.

Quanto às principais teorias e/ou modelos, percebe-se que o modelo UTAUT deu suporte a duas pesquisas (50%) sobre intenção de uso da tecnologia *mobile payment*. O TAM e a Teoria da Difusão da Inovação também suportaram, cada um, uma pesquisa que versou sobre esse objetivo. Observa-se, também, que a abordagem metodológica dominante nessas pesquisas foi a quantitativa, visto que todos os artigos valeram-se dessa abordagem, coletando dados por meio de pesquisas *survey*.

4.5.5 Outros objetivos

Com as análises, verificou-se que cinco estudos apresentaram objetivos mais específicos, não podendo ser enquadrados em nenhuma das categorias anteriores. Ondrus e Pigneur, por exemplo, possuem dois artigos nessa amostra, tendo o primeiro o objetivo de propor uma abordagem para analisar o contexto de pagamentos móveis (ONDRUS; PIGNEUR, 2006) e o segundo buscando avaliar, de forma sistemática, o potencial do NFC como uma futura tecnologia para esse tipo de pagamento (ONDRUS; PIGNEUR, 2009).

Outros artigos tiveram o objetivo de verificar se um sistema de transferência eletrônica de dinheiro realmente faz diferença na prestação de serviços de pagamento para os cidadãos rurais que não possuem conta bancária (PARK; ISLAM, 2014), identificar quais as tendências de uso em escala do *m-payment* no Brasil, do ponto de vista de especialistas e profissionais com experiência no assunto (PEREZ et al., 2013), e descrever e analisar o papel dos grupos que foram formados para gerar soluções padronizadas para pagamentos móveis e como eles influenciam no desenvolvimento deles (LIM, 2008).

Quanto às abordagens metodológicas utilizadas nessas pesquisas, observa-se prevalência de abordagens qualitativas, visto que três artigos fizeram uso dela, seguidas da abordagem quantitativa, presente em um artigo, e da combinação das abordagens qualitativa e quantitativa, também utilizada em um artigo.

Discorrido sobre as principais abordagens teóricas e metodológicas utilizadas em cada objetivo de pesquisa, na próxima seção apresenta-se agenda de pesquisa a partir das sugestões de pesquisas futuras identificadas pelos autores nos artigos analisados.

4.6 Agenda para pesquisas futuras

Finalizando esta revisão sistemática, buscou-se identificar algumas sugestões de pesquisas futuras apontadas pelos estudos que podem ser abordadas por pesquisadores interessados na temática *mobile payment*. Essas sugestões são apresentadas no Quadro 9, divididas nas categorias dos objetivos apresentados anteriormente.

Quadro 9 – Sugestões para pesquisas futuras

ADOÇÃO DA TECNOLOGIA	
(ZHAO; KURNIA, 2014)	Como essa pesquisa foi conduzida apenas com usuários da tecnologia, seria interessante conduzir um estudo com não-usuários, para explorar as razões para não utilizar <i>m-payment</i> .
(APANASEVIC, 2013)	As entrevistas com representantes da indústria apresentaram preocupações sobre a falta de serviços atraentes baseados em NFC. Assim, os autores sugerem a análise e o desenvolvimento de recomendações de serviços NFC adicionais que poderiam ser fornecidos com os pagamentos.
(KERAMATI et al., 2012)	Analisar a cultura como um moderador para a adoção da tecnologia <i>m-payment</i> .
(CHANDRA et al., 2010)	Explorar ainda mais a diferença entre percepção de facilidade de uso e a utilidade percebida, expandindo a agenda de pesquisas futuras sobre a adoção de novas tecnologias.
CONFIANÇA	
(XIN et al., 2013)	Comparar a confiança do usuário pré e pós-adoção de pagamentos móveis a fim de descobrir se o comportamento da confiança muda ao longo do tempo.
(CHANDRA et al., 2010)	Explorar os diferentes fatores contextuais em que a confiança torna-se a consideração vital e explica a maior variância na variável dependente final da intenção de adoção da tecnologia. Examinar o impacto de outras pressões que podem influenciar a adoção de sistemas de <i>m-payment</i> , como pressões institucionais, pressões reguladoras e as disposições legais.
ACEITAÇÃO DA TECNOLOGIA	
(GUHR et al., 2013)	Abordar as diferenças socioculturais na aceitação de novas tecnologias, visto que esse campo não tem recebido considerável atenção.
INTENÇÃO DE USO DA TECNOLOGIA	
(ALSHARE; MOUSA, 2014)	Investigar o efeito moderador do sexo, idade, experiência, entre outros, sobre as relações das hipóteses propostas.
(THAKUR; SRIVASTAVA, 2014) perceived risk (PR)	Estudos com grupos de clientes variados, incluindo clientes rurais que têm acesso limitado a serviços financeiros formais.

Fonte: elaborado pelos autores.

Observa-se no Quadro 9 que são várias as possibilidades de pesquisa apontadas pelos artigos analisados, o que demonstra que a temática sobre pagamentos móveis está em expansão e ainda possui muitos aspectos a serem explorados. Vale ressaltar, ainda, que outras sugestões de pesquisa apontadas nos artigos, como a replicação do estudo em outro país ou

contexto, ou com uma amostra maior e mais significativa, não foram consideradas neste estudo, pois buscou-se identificar possibilidades originais de continuidade das pesquisas.

Após a análise dos dados obtidos a partir desta revisão sistemática de literatura, na próxima seção são apresentadas as considerações finais do estudo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve o objetivo de realizar revisão sistemática da literatura sobre *mobile payment* a partir de artigos relacionados à gestão. Para tanto, foram analisados 25 artigos, sendo 11 deles publicados em periódicos internacionais indexados na *ISI Web of Science* e outros 14 em eventos da AIS. Os resultados evidenciam que a temática investigada é bastante recente, tendo o primeiro estudo sido publicado no ano de 2006 e 60% das pesquisas publicadas nos últimos dois anos (2013 e 2014). A imaturidade no estudo do tema também é revelada pelo fato de não terem sido encontradas redes de pesquisa ou instituições que sejam referências centrais na pesquisa sobre o assunto.

No que se refere às teorias e/ou modelos que deram suporte às pesquisas investigadas, o TAM destacou-se como o modelo mais utilizado, suportando 32% dos artigos, seguido pelo UTAUT, pela Teoria da Difusão da Inovação e pela Teoria da Transferência da Confiança. Cabe ressaltar, também, que 20% dos artigos analisados não utilizaram ou não deixaram claro em seus manuscritos a adoção de uma teoria ou modelo de base.

Os resultados revelaram predominância de pesquisas quantitativas, visto que 60% dos estudos fizeram uso dessa abordagem, seguidas de 32% que utilizaram pesquisas qualitativas e apenas 8% que empregaram uma combinação das duas abordagens. Quanto à coleta de dados, observa-se a prevalência da utilização de pesquisas *survey* (55,17%), seguidas de entrevistas (27,59%), análise documental (6,9%), grupos focais (6,9%) e visitas de campo (3,45%).

Ao analisar os objetivos das pesquisas, foi possível identificar quatro categorias em que os estudos foram concentrados, a saber: adoção da tecnologia *mobile payment*, confiança, intenção de uso da tecnologia e aceitação da tecnologia.

Acredita-se que o objetivo estabelecido para esta pesquisa foi alcançado, no entanto, este estudo apresenta algumas limitações que devem ser listadas. A primeira refere-se à utilização de apenas uma base de dados para obtenção dos artigos, o que pode ter deixado de fora da análise algum estudo importante que não estava indexado na base analisada. Outra limitação diz respeito à exclusão de artigos mais específicos da área da computação e do desenvolvimento da tecnologia, o que pode ser interessante para pesquisadores de áreas mais aplicadas.

É importante ressaltar, também, que a revisão sistemática aqui apresentada resultou da seleção de artigos por meio de palavras-chave em busca realizada no dia 08 de junho de 2015, ou seja, como a ciência está em constante evolução, novos estudos podem ter sido publicados após essa data e não estão contemplados nesta análise. Dessa forma, novas pesquisas, mesmo que utilizando os mesmos procedimentos apresentados na seção de métodos deste estudo, possivelmente encontrarão um quadro teórico distinto do aqui apresentado.

Para pesquisas futuras sugere-se a investigação de artigos em outras bases de dados e congressos científicos. A pesquisa pode ser realizada, também, em nível de Brasil para traçar o panorama de pesquisas brasileiras sobre a temática, investigando as principais revistas e eventos científicos, especialmente a Conferência Internacional sobre Sistemas de Informação e Gestão de Tecnologia (CONTECSI) e os eventos organizados pela Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD). Outra análise possível consiste na condução de um estudo bibliométrico, analisando as principais referências e autores mais citados nas pesquisas sobre *mobile payment*.

Por fim, espera-se que este trabalho seja uma contribuição para a área da gestão, especialmente para os pesquisadores interessados na temática de pagamentos móveis, que, embora incipiente na pesquisa acadêmica, está em evolução e tem se mostrado um campo de pesquisa promissor.

REFERÊNCIAS

AGRAWAL, M. 2009. **Mobile Payments Business Models**. Telecom Circle. Disponível em: <<http://www.telecomcircle.com/2009/03/mobile-payments-business-models/>>. Acesso em 21 jul 2015.

ALSHARE, K. A.; MOUSA, A. A. The Moderating Effect of Espoused Cultural Dimensions on Consumer's Intention to Use Mobile Payment Devices. Conference on Information Systems. **Anais...** . p. 1-15, 2014.

APANASEVIC, T. Factors Influencing the Slow Rate of Penetration of NFC Mobile Payment in Western Europe. International Conference on Mobile Business. **Anais...** . p. 1-13, 2013.

Banco Central do Brasil. (2010). **Relatório de Inclusão Financeira**. Disponível em: <http://www.bcb.gov.br/Nor/relinfin/relatorio_inclusao_financeira.pdf>. Acesso em 20 jul 2015.

BARBOSA, P. M. M. da R. **Perspectiva de evolução e potencialidade do NFC *m-payment***. Dissertação (Mestrado) – Mestrado em Inovação e Empreendedorismo Tecnológico, Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, Porto, 2010.

BRANDÃO, A. J. L. Perspectivas para os celulares dos pobres servirem a políticas de inclusão financeira e de governo eletrônico: a proposição do Ministério de Desenvolvimento Social no Governo Lula. In: XXXV Encontro da Associação Nacional dos Cursos de Pós-Graduação em Administração, 2011, Rio de Janeiro, RJ. **Anais...** Rio de Janeiro, Rio de Janeiro: ANPAD, 2011.

CHANDRA, S.; SRIVASTAVA, S. C.; THENG, Y.-L. Evaluating the Role of Trust in Consumer Adoption of Mobile Payment Systems: An Empirical Analysis. Communications of the Association for Information Systems. **Anais...** . v. 27, 2010.

CHEN, K.-Y.; CHANG, M.-L. User acceptance of NFC mobile phone service: an investigation based on the UTAUT model. **The Service Industries Journal**, v. 33, n. 1, p. 1–15, 2013.

DINIZ, E. H.; ABULQUERQUE, J. P. de.; CERNEV, A. K. Mobile money and payment: A literature review based on academic and practitioner-oriented publications (2001–2011). **Proceedings of SIG GlobDev Fourth Annual Workshop, Shanghai, China**, 2011.

DINIZ, E. H.; CERNEV, A. K.; ALBUQUERQUE, J. P. DE. Mobile Platform for Financial Inclusion: the Case of an Unsuccessful Pilot Project In Brazil. **Proceedings of SIG GlobDev Sixth Annual Workshop**, Milan, Italy December 14, 2013, p. 1-20, 2013.

GUHR, N.; LOI, T.; WIEGARD, R.; BREITNER, M. H. Technology Readiness in Customers' Perception and Acceptance of M(obile)-Payment : An Empirical Study in Finland, Germany, the USA and Japan. International Conference on Wirtschaftsinformatik, **Anais...** . p. 119-133, 2013.

IONESCU, L.; LĂZĂROIU, G.; ȘERBAN, S. A theory of the availability and level of consumer protection in online and mobile payments for public economic services. **Amfiteatru Economic**, v. 15, n. 34, p. 369-384, 2013.

JIA, L.; HALL, D. Consumer Learning to Promote Behavioral Intention Toward IT Innovation : Is Word of Mouth Needed ? Consumer Learning and Adoption of IT Innovation. **Anais...** . p. 1–9, 2013.

KERAMATI, A.; TAEB, R.; LARIJANI, A. M.; MOJIR, N. A combinative model of behavioural and technical factors affecting “Mobile”-payment services adoption: an empirical study. **Service Industries Journal**, v. 32, n. 9, p. 1489–1504, 2012.

KIM, C.; MIRUSMONOV, M.; LEE, I. An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. **Computers in Human Behavior**, v. 26, n. 3, p. 310-322, 2010.

KSHETRI, N.; ACHARYA, S. Mobile Payments in Emerging Markets. **IT Pro**, p. 9–13, 2012.

LI, H.; LIU, Y.; HEIKKILÄ, J. Understanding the Factors Driving NFC-Enabled Mobile Payment Adoption : an Empirical Investigation. PACIS (Pacific Asia Conference on Information Systems). **Anais...** , 2014.

LIM, A. S. Inter-consortia battles in mobile payments standardisation. **Electronic Commerce Research and Applications**, v. 7, n. 2, p. 202-213, 2008.

LIU, Y.; YANG, Y.; LI, H. A Unified Risk-Benefit Analysis Framework for Investigating Mobile Payment Adoption. International Conference on Mobile Business. **Anais...** , 2012.

LU, Y.; YANG, S.; CHAU, P. Y. K.; CAO, Y. Dynamics between the trust transfer process and intention to use mobile payment services: A cross-environment perspective. **Information and Management**, v. 48, n. 8, p. 393-403, 2011.

MALLAT, N. Exploring consumer adoption of mobile payments - A qualitative study. **Journal of Strategic Information Systems**, v. 16, n. 4, p. 413-432, 2007.

MANTRI, R.; FENG, J. Exploring the Key Challenges: Adaptability, Sustainability, Interoperability and Security to M-payment. **International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM)**, v. 5, n. 2, p. 34-40, 2011.

MARKENDAHL, J. Change of Market Structure for Mobile Payments Services in Sweden - The Case of SMS Tickets. International Conference on Mobile Business. **Anais...** , 2013.

MARTINS, G. S. et al. *Mobile Payment: Competitividade da Tecnologia de Pagamento via Telefonia Celular na Cadeia Brasileira de Cartão de Crédito*. In: XXXII Encontro da Associação Nacional dos Cursos de Pós-Graduação em Administração, 2008, Rio de Janeiro, RJ. **Anais...** Rio de Janeiro, Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.

O'REILLY, P.; DUANE, A.; ANDREEV, P. To M-Pay or not to M-Pay-Realising the potential of smart phones: conceptual modeling and empirical validation. **Electronic Markets**, v. 22, p. 229-241, 2012.

ONDRUS, J.; PIGNEUR, Y. Near field communication: An assessment for future payment systems. **Information Systems and e-Business Management**, v. 7, n. 3, p. 347-361, 2009.

ONDRUS, J.; PIGNEUR, Y. Towards a holistic analysis of mobile payments: A multiple perspectives approach. **Electronic Commerce Research and Applications**, v. 5, n. 3, p. 246-257, 2006.

PARK, H. M.; ISLAM, M. T. The potential and limitations of a public mobile payment service: Did Bangladesh Electronic Money Transfer System make a difference in "unbanked" communities? Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS). **Anais...** , 2014.

PEREZ, G.; ROSA, A. D.; JR, A. M.; COMAR, M. Tendências de Uso do Mobile Payment no Brasil : Uma Análise Utilizando o Método Delphi Palavras-chave Trends in the Use of Mobile Payment in Brazil : An Analysis Using the Delphi Method Abstract.

International Conference on Information Resources Management (CONF-IRM). **Anais...** p. 1-13, 2013.

SAMPAIO, R.F.; MANCINI, M. C. Estudos de revisão sistemática: um guia para a síntese criteriosa da evidência científica. **Revista Brasileira de Fisioterapia**, v. 11, n. 1, p. 83-89, 2007.

SCHIERZ, P. G.; SCHILKE, O.; WIRTZ, B. W. Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. **Electronic Commerce Research and Applications**, v. 9, n. 3, p. 209-216, 2010.

THAKUR, R.; SRIVASTAVA, M. Adoption readiness, personal innovativeness, perceived risk and usage intention across customer groups for mobile payment services in India. **Internet Research**, v. 24, n. 3, p. 369-392, 2014.

TRANFIELD, D.; DENYER, D.; SMART, P. Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review. **British Journal of Management**, v. 14, p. 207-222, 2003.

VENKATESH, V. et al. User of acceptance of information technology: Toward a unified view. **MIS Quarterly**, 27 (3), 425-478.

XIN, H.; TECHATASSANASOONTORN, A. A.; TAN, F. B. Exploring the influence of trust on mobile payment adoption. Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS). **Anais...** . v. 143, p. 1-17, 2013.

YAN, H.; PAN, K. Examine User Adoption of Mobile Payment Using the TAM : A Trust Transfer Perspective. Wuhan International Conference on e-Business. **Anais...** , 2014.

ZHANG, M.Y.; DODGSON, M. "A roasted duck can still fly away": a case study of technology, nationality, culture and the rapid and early internationalization of the firm. **Journal of World Business**, v.42, p. 336-349, 2007.

ZHAO, Y.; KURNIA, S. Exploring Mobile Payment Adoption in China. Pacific Asia Conference on Information Systems. **Anais...** , 2014.