

Administração, Empreendedorismo e Inovação 3

Clayton Robson Moreira da Silva
(Organizador)



Atena
Editora

Ano 2019

Clayton Robson Moreira da Silva
(Organizador)

Administração, Empreendedorismo e Inovação 3

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Natália Sandrini e Lorena Prestes

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

A238 Administração, empreendedorismo e inovação 3 [recurso eletrônico] /
Organizador Clayton Robson Moreira da Silva. – Ponta Grossa
(PR): Atena Editora, 2019. – (Administração, Empreendedorismo
e Inovação; v. 3)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-316-3

DOI 10.22533/at.ed.163190805

1. Administração. 2. Empreendedorismo. 3. Inovações
tecnológicas. I. Silva, Clayton Robson Moreira da. II. Série.

CDD 658.421

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de
responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A obra “Administração, Empreendedorismo e Inovação” compreende uma série com três volumes de livros, publicados pela Atena Editora, os quais abordam diversas temáticas inerentes ao campo da administração. Este terceiro volume é composto por vinte e um capítulos desenvolvidos por pesquisadores renomados e com sólida trajetória na área.

Dessa forma, esta obra é dedicada àqueles que desejam ampliar seus conhecimentos e percepções sobre Administração, Empreendedorismo e Inovação, por meio de um arcabouço teórico especializado. Ainda, ressalta-se que este livro agrega ao campo da Administração, Empreendedorismo e Inovação à medida em que reúne um material rico e diversificado, proporcionando a ampliação do debate sobre os temas e conduzindo gestores, empreendedores, técnicos e pesquisadores ao delineamento de novas estratégias de gestão. A seguir, apresento os estudos que compõem os capítulos deste volume, juntamente com seus respectivos objetivos.

O primeiro capítulo é intitulado “*Accountability* e Transparência: análise das metas do CNJ” e faz uma análise das metas de gestão estratégica estabelecidas pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ) entre os anos de 2009 e 2014 e demonstra a ausência de instrumentos de controle do tipo *accountability* e transparência. O segundo capítulo tem como título “Administração Pública e a Gestão pela Qualidade: uso da escala SERVQUAL” e objetivou analisar a qualidade dos serviços prestados pelos servidores técnico-administrativos aos discentes do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal da Paraíba (CCSA/UFPB). O terceiro capítulo, intitulado “Clima Organizacional: avaliação de satisfação dos servidores públicos municipais em um órgão do Município de Ponta Porã – MS”, teve como objetivo avaliar a satisfação dos servidores públicos municipais de um órgão na cidade de Ponta Porã – MS.

O quarto capítulo, intitulado “Desenvolvimento de Bem-Estar no Trabalho e Proatividade como Estratégia de Prevenção de Intenção de Rotatividade entre Docentes de Rede Pública de Ensino”, objetivou analisar o impacto de bem-estar no trabalho e proatividade na intenção de rotatividade. O quinto capítulo, intitulado “Escala de Valores Organizacionais como Ferramenta para a Evolução da Cultura no Tribunal de Justiça do Estado de Rondônia”, buscou estudar os valores organizacionais no Poder Judiciário do Estado de Rondônia como forma de auxiliar no desenvolvimento de novas estratégias para a resolução dos problemas e satisfação das necessidades da organização. O sexto capítulo tem como título “Evidências do Padrão Lampedusa na Política de Ciência e Tecnologia no Estado do Tocantins” e objetivou analisar a influência da administração pública patrimonial sobre a gestão da Política de Ciência e Tecnologia no Estado do Tocantins.

O sétimo capítulo é intitulado “Gestão de Custos no Setor Público: um estudo em um restaurante universitário” e objetivou analisar como a gestão de custos pode contribuir para o processo decisório sobre a melhor aplicação dos recursos

em um restaurante universitário, analisando os possíveis ganhos e a aplicabilidade do sistema de custeio baseado em atividades (ABC). O oitavo capítulo tem como título “Gestão Estratégica em Âmbito Público: proposta de planejamento para polo em EaD” e objetivou propor um plano de ação para o polo de apoio presencial de Mari – PB. O nono capítulo, intitulado “Inovação e Governança na Gestão Pública: reflexões sobre um processo adotado na Assembleia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul”, objetivou descrever e refletir um tipo de inovação na gestão pública, mais especificamente aplicada ao Poder Legislativo do Estado do Rio Grande do Sul.

O décimo capítulo é intitulado “Gestão e Avaliação de Desempenho: um estudo de caso” e objetivou analisar as possibilidades e limitações do Manual de Orientação de Gestão de Desempenho da SEGEP. O décimo primeiro capítulo tem como título “Análise de Viabilidade Técnica e Econômica de Sistema Fotovoltaico em uma Residência na Região Norte do Ceará” e objetivou avaliar tecnicamente e economicamente a utilização de energia solar fotovoltaica em uma residência conectada à rede elétrica em Reriutaba, Ceará. O décimo segundo capítulo, intitulado “Recuperação de Cobre de Placas de Circuito Impresso por meio da Lixiviação Ácida”, teve como objetivo realizar a recuperação do metal, oriundo de placas de circuito impresso, visto a grande porcentagem do metal nesses materiais, de mesmo modo tratar uma medida para a redução de lixo eletrônico gerado pela sociedade atual, detendo o foco de sustentabilidade.

O décimo terceiro capítulo tem como título “Desenvolvimento Sustentável no Semiárido: a experiência da Cooperativa Agropecuária Familiar de Curaçá, Uauá e Canudos – COOPERCUC” e buscou descrever o contexto de desenvolvimento sustentável da COOPERCUC, tendo como objeto de estudo o impacto social transformador da cooperativa e a sua convivência com o semiárido. O décimo quarto capítulo é intitulado “Modelagem do Quadro Conceitual de ACV-Social para a Logística Reversa do Setor de Resíduo de Equipamento Eletroeletrônico no Município do Rio de Janeiro” e teve como objetivo realizar a modelagem de um quadro conceitual que define as partes interessadas, categorias de impacto, subcategorias de impacto e indicadores na perspectiva da avaliação social do ciclo de vida utilizando-se, como objeto de pesquisa, a logística reversa de REEE (Resíduo de Equipamento Eletroeletrônico) no Município do Rio de Janeiro. O décimo quinto capítulo é intitulado “Verificação do Potencial de Utilização dos Resíduos Orgânicos Provenientes do Restaurante Acadêmico para Vermicompostagem” e tem como objetivo utilizar o Restaurante acadêmico do IFCE, Campus Maracanaú, como fonte de resíduos orgânicos e com o intuito da redução do volume de resíduos gerados e descartados, uma vez que em lixos urbanos possuem a maior fração.

O décimo sexto capítulo tem como título “Uso de Ferramentas da ACV No Comércio Internacional: estudo de caso sobre rotulagem ambiental” e objetivou avaliar se a rotulagem ambiental, baseada em ACV, contribui para o aumento da competitividade de produtos nacionais em mercados globais. O décimo sétimo capítulo é intitulado

“Avaliação de Interações em Jogos de Guerra por Lógica Fuzzy” e objetivou aplicar a Lógica Fuzzy no apoio a Jogos de Guerra. O décimo oitavo capítulo tem como título “Adaptação Transcultural na Validação da *Survey* UTAUT2 para o Brasil” e objetivou apresentar o método adaptação transcultural de instrumento de coleta de dados aos estudantes, profissionais e pesquisadores do campo do marketing.

O décimo nono capítulo, intitulado “A Identidade e a Cultura Nacional pela Perspectiva da Corrupção”, teve como objetivo apresentar os principais elementos constituintes do que é tido como identidade nacional. O vigésimo capítulo tem como título “Entre Prescrito e o Real: a organização real do trabalho na intervenção em crises suicidas” e buscou compreender, à luz da Psicodinâmica do Trabalho, a organização real do trabalho na intervenção em crises suicidas. O vigésimo primeiro capítulo é intitulado “Hearing for All” e objetivou desenvolver produtos ligados à área de saúde, por meio do desenvolvimento de uma tecnologia de baixo custo.

Assim, agradecemos aos autores pelo empenho e dedicação que possibilitaram a construção dessa obra de excelência, e esperamos que este livro possa contribuir para a discussão e consolidação de temas relevantes para a área de Administração, Empreendedorismo e Inovação, levando pesquisadores, docentes, gestores, analistas, técnicos, consultores e estudantes à reflexão sobre os assuntos aqui abordados.

Clayton Robson Moreira da Silva

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
ACCOUNTABILTY E TRANSPARÊNCIA: ANÁLISE DAS METAS DO CNJ	
Clerilei Aparecida Bier	
Mariana Pessini Mezzaroba	
Gisiela Klein	
Carlos Roberto de Rolt	
Adrián Sánchez Abraham	
DOI 10.22533/at.ed.1631908051	
CAPÍTULO 2	22
ADMINISTRAÇÃO PUBLICA E A GESTÃO PELA QUALIDADE: USO DA ESCALA SERVQUAL	
Amanda Raquel de França Filgueiras Damorim	
Luciane Albuquerque Sá de Souza	
Luciano de Santana Medeiros	
Eduardo Albuquerque de Sá	
Emanoela Moura Toscano	
Simone Moura Cabral	
Odaelson Clementino da Silva	
Manuelle Cristine Silva	
DOI 10.22533/at.ed.1631908052	
CAPÍTULO 3	41
CLIMA ORGANIZACIONAL: AVALIAÇÃO DE SATISFAÇÃO DOS SERVIDORES PÚBLICOS MUNICIPAIS EM UM ÓRGÃO DO MUNICÍPIO DE PONTA PORÃ-MS	
Juliana Gonçalves	
Paulo Sérgio Vasconcelos	
DOI 10.22533/at.ed.1631908053	
CAPÍTULO 4	52
DESENVOLVIMENTO DE BEM-ESTAR NO TRABALHO E PROATIVIDADE COMO ESTRATÉGIA DE PREVENÇÃO DE INTENÇÃO DE ROTATIVIDADE ENTRE DOCENTES DE REDE PÚBLICA DE ENSINO	
Pedro Afonso Cortez	
Heila Magali da Silva Veiga	
DOI 10.22533/at.ed.1631908054	
CAPÍTULO 5	62
ESCALA DE VALORES ORGANIZACIONAIS COMO FERRAMENTA PARA A EVOLUÇÃO DA CULTURA NO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE RONDÔNIA	
Enilton da Silva Santos	
José Moreira da Silva Neto	
DOI 10.22533/at.ed.1631908055	
CAPÍTULO 6	78
EVIDÊNCIAS DO PADRÃO LAMPEDUSA NA POLÍTICA DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA NO ESTADO DO TOCANTINS	
Jeany Castro dos Santos	
Fernanda Rodrigues da Silva	
Lauro Santos Pinheiro	
Airton Cardoso Cançado	
DOI 10.22533/at.ed.1631908056	

CAPÍTULO 7	90
GESTÃO DE CUSTOS NO SETOR PÚBLICO: UM ESTUDO EM UM RESTAURANTE UNIVERSITÁRIO	
Greiciele Macedo Morais	
Valdeci Ferreira dos Santos	
Mário Teixeira Reis Neto	
DOI 10.22533/at.ed.1631908057	
CAPÍTULO 8	107
GESTÃO ESTRATÉGICA EM ÂMBITO PÚBLICO: PROPOSTA DE PLANEJAMENTO PARA POLO EM EAD	
Amanda Raquel de França Filgueiras Damorim	
Luciane Albuquerque Sá de Souza	
Luciano de Santana Medeiros	
Eduardo Albuquerque de Sá	
Emanoela Moura Toscano	
Simone Moura Cabral	
Odaelson Clementino da Silva	
Manuelle Cristine Silva	
DOI 10.22533/at.ed.1631908058	
CAPÍTULO 9	119
INOVAÇÃO E GOVERNANÇA NA GESTÃO PÚBLICA: REFLEXÕES SOBRE UM PROCESSO ADOTADO NA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL	
Sandro Trescastro Bergue	
Janaina Mendes de Oliveira	
Matheus Boni Barbosa	
DOI 10.22533/at.ed.1631908059	
CAPÍTULO 10	136
GESTÃO E AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO: UM ESTUDO DE CASO	
Leonardo Ferreira Bezerra	
Marcus Brauer	
Luiz Pereira Pinheiro Junior	
Leonel Estevão Finkelsteinas Tractenberg	
DOI 10.22533/at.ed.16319080510	
CAPÍTULO 11	151
ANÁLISE DE VIABILIDADE TÉCNICA E ECONÔMICA DE SISTEMA FOTOVOLTAICO EM UMA RESIDÊNCIA NA REGIÃO NORTE DO CEARÁ	
Victoria Rodrigues Taumaturgo Pontes	
Adson Bezerra Moreira	
Dandara Martins Ferreira	
Flavia Peroza Ruiz	
DOI 10.22533/at.ed.16319080511	
CAPÍTULO 12	160
RECUPERAÇÃO DE COBRE DE PLACAS DE CIRCUITO IMPRESSO POR MEIO DA LIXIVIAÇÃO ÁCIDA	
Camila Iamamoto de Siqueira	
Roberta Martins da Costa Bianchi	
DOI 10.22533/at.ed.16319080512	

CAPÍTULO 13 168

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NO SEMIÁRIDO: A EXPERIÊNCIA DA COOPERATIVA AGROPECUÁRIA FAMILIAR DE CURAÇÁ, UAUÁ E CANUDOS - COOPERCUC

Luama Soraia Coelho Lins
Bruno Emanuel Correia da Silva
Iuric Pires Martins
Alvany Maria dos Santos Santiago

DOI 10.22533/at.ed.16319080513

CAPÍTULO 14 183

MODELAGEM DO QUADRO CONCEITUAL DE ACV-SOCIAL PARA A LOGÍSTICA REVERSA DO SETOR DE RESÍDUO DE EQUIPAMENTO ELETROELETRÔNICO NO MUNICÍPIO DO RIO DE JANEIRO

Leonardo Mangia Rodrigues
Thiago da Silva Ferreira

DOI 10.22533/at.ed.16319080514

CAPÍTULO 15 193

VERIFICAÇÃO DO POTENCIAL DE UTILIZAÇÃO DOS RESÍDUOS ORGÂNICOS PROVENIENTES DO RESTAURANTE ACADÊMICO PARA VERMICOMPOSTAGEM

Vitória Natália Barbosa dos Santos
Carine Maria Ferreira Queiroga
Rossana Barros Silveira

DOI 10.22533/at.ed.16319080515

CAPÍTULO 16 199

USO DE FERRAMENTAS DA ACV NO COMÉRCIO INTERNACIONAL. ESTUDO DE CASO SOBRE ROTULAGEM AMBIENTAL

Antônio José Juliani
Thiago Rodrigues

DOI 10.22533/at.ed.16319080516

CAPÍTULO 17 211

AValiação de Interações em Jogos de Guerra por Lógica Fuzzy

Luiz Octávio Gavião
Annibal Parracho Sant'Anna
Gilson Brito Alves Lima
Pauli Adriano de Almada Garcia
Sergio Kostin

DOI 10.22533/at.ed.16319080517

CAPÍTULO 18 229

ADAPTAÇÃO TRANSCULTURAL NA VALIDAÇÃO DA *SURVEY* UTAUT2 PARA O BRASIL

Luiz Henrique Lima Faria
Nádia Kassouf Pizzinatto
Christiano França da Cunha
Antônio Carlos Giuliani
Adriano Dias de Carvalho
Rumenning Abrantes dos Santos
Rafael Buback Teixeira
Renata Sossai Freitas Faria

DOI 10.22533/at.ed.16319080518

CAPÍTULO 19	247
A IDENTIDADE E A CULTURA NACIONAL PELA PERSPECTIVA DA CORRUPÇÃO	
Lucas Coimbra de Araújo	
Cid Gonçalves Filho	
Suzana Braga Rodrigues	
DOI 10.22533/at.ed.16319080519	
CAPÍTULO 20	255
ENTRE PRESCRITO E O REAL: A ORGANIZAÇÃO REAL DO TRABALHO NA INTERVENÇÃO EM CRISES SUICIDAS	
Silvanir Destefani Sartori	
Eloisio Moulin de Souza	
Jeremias Campos Simões	
DOI 10.22533/at.ed.16319080520	
CAPÍTULO 21	270
HEARING FOR ALL	
Isadora Paloma Linhares Ribeiro	
João Marcelo Soares Bahia	
João Gabriel Alves Ribeiro Rosa	
Eduardo Romeiro Filho	
DOI 10.22533/at.ed.16319080521	
SOBRE O ORGANIZADOR	275

ADAPTAÇÃO TRANSCULTURAL NA VALIDAÇÃO DA SURVEY UTAUT2 PARA O BRASIL

Luiz Henrique Lima Faria

Instituto Federal do Espírito Santo – IFES,
Coordenadoria do Curso Técnico em
Administração, Cariacica – ES.

Nádia Kassouf Pizzinatto

Universidade Metodista de Piracicaba – UNIMEP,
Programa de Pós-Graduação em Administração,
Piracicaba – SP.

Christiano França da Cunha

Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP,
Faculdade de Ciências Aplicadas, Campinas – SP.

Antônio Carlos Giuliani

Universidade Metodista de Piracicaba – UNIMEP,
Programa de Pós-Graduação em Administração,
Piracicaba – SP.

Adriano Dias de Carvalho

Faculdade de Tecnologia de Mococa – FATEC/
Mococa, Curso Superior de Tecnologia em Gestão
Empresarial, Mococa – SP.

Rumenning Abrantes dos Santos

Universidade Federal de Tocantins – UFT,
Diretoria de Extensão da Pró Reitoria de Extensão
e Cultura, Araguaína – TO.

Rafael Buback Teixeira

Instituto Federal do Espírito Santo – IFES,
Coordenadoria do Curso Técnico em
Administração, Cariacica – ES.

Renata Sossai Freitas Faria

Secretaria Municipal de Educação de Vila Velha
– SEMED, UMEI Luiz Augusto Aguirre, Vila Velha
– ES.

RESUMO: Este artigo apresenta, de forma didática, o método de adaptação transcultural de instrumentos de coleta de dados por meio de uma aplicação empírica. Esse método, organizado por Guillemín, Bombardier e Beaton (1993) e atualizado por Beaton *et al* (2007), possui utilização disseminada entre pesquisadores brasileiros das ciências biomédicas, mas é inédito entre os seus pares do campo do marketing. Neste estudo, o método de adaptação transcultural de instrumentos de coleta de dados foi aplicado sobre a *survey UTAUT2*, instrumento de coleta oriundo da pesquisa de Venkatesh *et al* (2012) que estendeu a teoria unificada da aceitação e uso de tecnologia ao contexto do consumo. O método aplicado neste artigo tratou da realização das etapas da adaptação transcultural, conforme indicado por Beaton (2007), que consistiam em: tradução, síntese da tradução, tradução reversa, síntese da tradução reversa, comitê de especialistas e pré-teste. Os resultados obtidos pela aplicação do método foram satisfatórios, tornando o instrumento *UTAUT2* apto para ser utilizado no contexto cultural brasileiro. O estudo deixa como contribuições ao campo do marketing: um método alternativo viável que oportuniza a utilização de instrumentos desenvolvidos em outros países no contexto cultural brasileiro, bem como, um instrumento adaptado e validado, *UTAUT2*, que já se

encontra apto para ser utilizado nas pesquisas referentes à aceitação de novas tecnologias no contexto do consumo.

PALAVRAS-CHAVE: métodos de pesquisa em marketing, adaptação transcultural, *UTAUT2*.

TRANSCULTURAL ADAPTATION IN THE VALIDATION OF SURVEY UTAUT2 FOR BRAZIL.

ABSTRACT: This article presents, in a didactic way, the method of transcultural adaptation of data collection instruments through an empirical application. This method, organized by Guillemin, Bombardier and Beaton (1993) and updated by Beaton et al. (2007), has a widespread use among Brazilian researchers in the biomedical sciences, but is unprecedented among its peers in the field of marketing. In this study, the method of cross-cultural adaptation of data collection instruments was applied to the UTAUT2 survey, a collection tool from Venkatesh et al's (2012) research that extended the unified theory of acceptance and use of technology to the context of consumption. The method applied in this article dealt with the accomplishment of the stages of cross-cultural adaptation, as indicated by Beaton (2007), which consisted of: translation, translation synthesis, reverse translation, reverse translation synthesis, expert committee and pretest. The results obtained by the application of the method were satisfactory, making the UTAUT2 instrument apt to be used in the Brazilian cultural context. The study leaves as contributions to the field of marketing: a viable alternative method that allows the use of instruments developed in other countries in the Brazilian cultural context, as well as an adapted and validated instrument, UTAUT2, which is already suitable for use in research acceptance of new technologies in the context of consumption.

KEYWORDS: marketing research methods, transcultural, UTAUT2.

1 | INTRODUÇÃO

A adaptação transcultural de instrumentos de coleta de dados é um método que objetiva oferecer maior segurança aos casos de utilização de instrumentos de coleta que tenham sido desenvolvidos em determinado contexto cultural diverso ao da localidade na qual esses instrumentos serão aplicados.

Esse método possui utilização disseminada entre as ciências biomédicas e suas orientações centrais estão firmadas no estudo de Guillemin, Bombardier e Beaton (1993) que preconizava que instrumentos de coleta de dados não devem ser somente traduzidos linguisticamente, mas adaptados culturalmente ao local de sua utilização. Mais recentemente, conforme Beaton et al (2007), com apoio da American Academy of Orthopaedic Surgeons (AAOS), os elementos basilares para a realização da adaptação transcultural foram analisados e atualizados para que sua utilização adquirisse maior uniformidade, visto o crescente número de estudos transnacionais desenvolvidos

dentro do escopo das ciências biomédicas.

No Brasil, tendo como base as publicações acadêmicas dos últimos quinze anos (de 2000 a 2015), a adaptação transcultural de instrumentos de coleta de dados tornou-se um método comum entre as pesquisas dos campos da Medicina, Enfermagem, Odontologia e Psicologia (BONANATO, 2011; BORGES, 2013; CAMPOS e MAROCO, 2012; WESSHEIMER, 2007), enquanto, nesse mesmo período, somente um trabalho foi publicado em Administração tratando especificamente do tema gestão pública da saúde (WEBER et al, 2012). Não há, portanto, nenhuma pesquisa publicada no Brasil que tenha utilizado o método da adaptação transcultural de instrumentos de coleta de dados entre os estudos acadêmicos do campo do marketing nos últimos quinze anos.

Tendo em vista a oportunidade de trazer um método com aplicação inédita no campo de pesquisa sobre marketing, o propósito central deste artigo é apresentar, de forma didática, o método adaptação transcultural de instrumentos de coleta de dados, desenvolvendo um estudo empírico por meio da aplicação real do método sobre a survey do Modelo Estendido ao Consumo da Teoria Unificada de Aceitação e Uso de Tecnologia (UTAUT2), instrumento de coleta de dados que foi desenvolvido originalmente em língua inglesa no contexto cultural norte-americano.

O instrumento UTAUT2 é parte do estudo de Venkatesh et al. (2012) estendeu ao contexto do consumo uma longa linha de pesquisas, iniciada com o trabalho de Davis (1986) que objetivou uma melhor compreensão dos processos psicossociais antecedentes à aceitação e uso de novas tecnologias. A adaptação transcultural da survey UTAUT2 para o contexto cultural brasileiro é útil a pesquisadores interessados em ampliar o entendimento sobre o comportamento do consumidor de novas tecnologias

Diante disso, o presente estudo se justifica por tratar-se do primeiro artigo acadêmico brasileiro do campo do marketing a apresentar didaticamente e a aplicar empiricamente, o método denominado adaptação transcultural de instrumentos de coleta de dados. Oferece, assim, como contribuições aos estudos mercadológicos, um método alternativo viável que oportuniza a utilização de instrumentos desenvolvidos em outros países no contexto cultural brasileiro. Além disso, deixa como legado um instrumento adaptado e validado, UTAUT2, que já se encontra apto para ser utilizado nas pesquisas referentes à aceitação de novas tecnologias no contexto do consumo.

2 | REFERENCIAL TEÓRICO

Neste tópico são apresentados dois assuntos que fundamentam o desenvolvimento da presente pesquisa, sendo eles: a adaptação transcultural de instrumentos de coleta de dados e o modelo estendido ao consumo da teoria unificada da aceitação e uso de tecnologia (*UTAUT2*).

2.1 A adaptação transcultural de instrumentos de coleta de dados

Os instrumentos de coleta de dados são desenvolvidos no contexto cultural da localidade na qual serão aplicados. Sua utilização em outras localidades, dependendo da existência de diferenças culturais, exige mais do que uma tradução idiomática. Foi devido a essa problemática que pesquisadores da área da saúde perceberam a necessidade de desenvolver um método para que os instrumentos de coleta de dados fossem adaptados culturalmente.

O estudo de Guillemin, Bombardier e Beaton (1993) é considerado seminal no que tange à revisão da literatura existente sobre o assunto em sua época, bem como ao estabelecimento das orientações centrais para a utilização do método. Anos depois, no trabalho de Beaton *et al* (2007), as orientações centrais foram atualizadas.

Segundo Beaton *et al.* (2007), o método se processa em seis etapas: tradução, síntese da tradução, tradução reversa, comitê de especialistas, pré-teste e submissão a um comitê científico. O Quadro 1, caracteriza cada uma das etapas citadas.

Etapas	Caracterização
Tradução.	A tradução é realizada por dois tradutores que dominem o idioma original e o idioma para qual o instrumento será adaptado. Nesse estágio, esses tradutores trabalham separados para que cada um apresente uma versão independente.
Síntese da tradução.	Os tradutores da primeira etapa examinam o instrumento original e as duas versões da tradução, conjuntamente, objetivando a produção de uma versão única. Importante frisar que devem operar com o consenso, não apenas fazendo concessões.
Tradução reversa.	Dois tradutores, diferentes daqueles que participaram do primeiro estágio, que dominem o idioma original e o idioma para qual o instrumento será adaptado, realizam a tradução reversa com base da síntese produzida, sem ter acesso ao instrumento original. Além disso, de forma diferente do primeiro estágio, a tradução reversa é produzida em conjunto pelos dois tradutores, portanto em versão única.
Comitê de especialistas.	Um comitê de especialistas é formado por, no mínimo, dois indivíduos experientes no campo de pesquisa ao qual o instrumento de coleta de dados se destina. Esse comitê, tendo por base o instrumento original, a síntese da tradução e a tradução reversa, examinam quatro aspectos: semântico, que se refere à tradução correta das palavras; idiomático, que se refere às expressões coloquiais de difícil tradução; cultural ou experimental, que se refere à obtenção de equivalência cultural no contexto em que será aplicado o instrumento de coleta de dados; conceitual, que se refere à equivalência de conceitos nas diferentes culturas. Após esse exame, o comitê produz uma versão no idioma para qual o instrumento será adaptado.
Pré-teste.	A versão produzida pelo comitê de especialistas é aplicada em uma amostra de 30 a 40 indivíduos da população alvo da pesquisa, a fim de verificar a robustez estatística do instrumento adaptado.
Comitê científico.	Após a verificação da robustez estatística do instrumento de coleta de dados adaptado, esse instrumento é enviado para um comitê científico para que seja aferida a qualidade do resultado da adaptação transcultural.

Quadro 1: Etapas do método da adaptação transcultural de instrumentos de coleta de dados.

Fonte: adaptado de Beaton *et al.* (2007).

Cabe ressaltar que no Brasil não há um comitê científico que possa certificar a qualidade dos instrumentos produzidos por meio da adaptação transcultural de instrumentos de coleta de dados. Assim, o desenvolvimento de cada um dos estágios em estrita conformidade com o descrito em sua caracterização, torna-se a principal garantia da eficácia do método.

2.2 O modelo estendido ao consumo da teoria unificada da aceitação e uso de tecnologia (UTAUT2).

O modelo seminal que examinava a aceitação de novas tecnologias no contexto organizacional foi apresentado por Davis (1986) e denominava-se *Technology Acceptance Model (TAM)*. Utilizava como fundamento teórico os estudos de Fishbein e Ajzen (1974, 1975), nos quais foi desenvolvida a *Theory of Planned Behavior (TPB)* os estudos de Ajzen (1985, 1991) no qual se elaborou a *Theory of Reasoned Action (TRA)*. A publicação de *TAM* iniciou um grande movimento de pesquisas e o desenvolvimento de novos modelos que analisavam os diversos aspectos da aceitação e uso de novas tecnologias.

Nesse contexto, o estudo de Venkatesh *et al.* (2003) desenvolveu um modelo teórico que unificava os oito modelos mais proeminentes que tratavam da aceitação e uso de tecnologia (*TRA - Theory of Reasoned Action; TAM - Technology Acceptance Model; MM – Motivational Model; TPB – Theory of Planned Behavior; C-TPB-TAM - TPB e TAM combinados; MPCU – Model of PC Utilization; IDT – Innovation Diffusion Theory e SCT – Social Cognitive Theory*) e concebeu o modelo *UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)*. O modelo *UTAUT*, a partir de sua publicação, tornou-se academicamente central (SCIENCEWATCH.COM, 2009) para o entendimento do processo de aceitação e uso de novas tecnologias, sendo, inclusive, adotado para pesquisas fora do escopo para que fosse desenvolvido, como o caso do contexto do consumo.

Motivados pela oportunidade de atender esse novo contexto de pesquisa foi desenvolvido o Modelo Estendido ao Contexto do Consumo da Teoria Unificada da Aceitação e Uso de Tecnologia, denominado *UTAUT2*. A concepção do modelo *UTAUT2*, segundo Venkatesh *et al.* (2012), tratava-se de um desenvolvimento natural e necessário para o campo de pesquisas sumarizados no modelo *UTAUT*. Novos constructos e novas relações foram explorados, ampliando o entendimento sobre os fatores que afetam a intenção de uso e o uso de novas tecnologias, demonstrando que, para o contexto do consumo, o modelo *UTAUT2* é um instrumento de análise mais adequado que o modelo anterior, *UTAUT*. O Quadro 2 apresenta a caracterização do processo de evolução entre os dois modelos de forma comparada.

Modelo	Características
UTAUT	Foi elaborado para verificar a aceitação e uso de tecnologia no contexto laboral. Utilizou um modelo estrutural, no qual as variáveis Expectativa de desempenho, Expectativa de Esforço, Influência Social, Condições Facilitadoras buscavam explicar o comportamento da variável Intenção de Comportamento, como também as variáveis Condições Facilitadoras e Intenção de Comportamento buscavam explicar a variável Intenção de Uso. Obteve como resultado que o modelo explicou 70% da variância da Intenção de Comportamento e 48% para comportamento de uso, sendo considerado eficaz para prever a aceitação e uso de tecnologia no contexto do trabalho.
UTAUT2	Foi elaborado para verificar a aceitação e uso de tecnologia no contexto do consumo. Utilizou um modelo estrutural, no qual as variáveis Expectativa de desempenho, Expectativa de Esforço, Influência Social, Condições Facilitadoras, Motivações Hedônicas, Preço e Hábito buscavam explicar o comportamento da variável Intenção de Comportamento, como também as variáveis Condições Facilitadoras e Intenção de Comportamento buscavam explicar a variável Intenção de Uso. Obteve como resultado que o modelo explicou 74% da variância da Intenção de Comportamento e 52% para comportamento de uso, sendo considerado eficaz para prever a aceitação e uso de tecnologia no contexto do consumo.

Quadro 2 - Extensão ao contexto do consumo do modelo *UTAUT* para o *UTAUT2*

Fonte: Elaborado pelo autor.

As novas variáveis independentes, incluídas no modelo *UTAUT2*, a Motivação Hedônica que se refere à diversão e/ou prazer proporcionado ao indivíduo devido ao uso da nova tecnologia, o Preço que diz respeito ao *trade off* percebido pelos consumidores entre os benefícios percebidos das aplicações e o custo monetário para usá-los e o Hábito, trouxeram novas perspectivas para o entendimento sobre o comportamento de consumo de novas tecnologias.

3 | MÉTODO

Neste tópico são apresentados o design do presente estudo, destacando os instrumentos e procedimentos utilizados para sua realização, bem como, o tratamento dos dados e a caracterização dos participantes.

3.1 Instrumentos E Procedimentos

Para o alcance do propósito deste estudo, utilizou-se do método oferecido por Beaton *et al.* (2007), para a realização da adaptação transcultural do instrumento de coleta de dados denominado *UTAUT2*. Cabe esclarecer que houve necessidade do acréscimo de mais uma etapa no método: para que etapa denominada tradução reversa obtivesse um melhor resultado foi acrescentada mais uma etapa de síntese.

Dessa forma, as etapas adotadas para este estudo, foram: tradução, síntese da tradução, tradução reversa, síntese da tradução reversa, comitê de especialistas e pré-teste. O Quadro 3 apresenta o resultado esperado para cada uma das etapas da adaptação transcultural do instrumento de coleta de dados *UTAUT2*.

Etapas	Resultado Esperado
Tradução.	Duas traduções para a língua portuguesa, realizadas de forma independente, com base no instrumento de coleta de dados original.
Síntese da tradução.	Uma versão sintetizada das duas traduções para língua portuguesa, construída consensualmente.
Tradução reversa.	Duas traduções para a língua inglesa, realizadas de forma independente, com base na versão sintetizada das duas traduções para língua portuguesa.
Síntese da tradução reversa.	Uma versão sintetizada das duas traduções para língua inglesa, construída consensualmente.
Comitê de especialistas.	Uma versão adaptada em relação aos aspectos: semântico, idiomático, cultural ou experimental e conceitual, construída com base no instrumento original e nas sínteses da tradução e da tradução reversa.
Pré-teste.	Uma versão adaptada em relação à robustez estatística, examinando a consistência interna, a validade convergente e a validade discriminante dos constructos e de suas relações.

Quadro 3: Resultado Esperado para as etapas da adaptação transcultural de *UTAUT2*.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Devido ao processo de adaptação transcultural de instrumentos de coleta de dados ser composto por um número considerável de etapas e pelo fato de que o resultado de cada etapa ser um insumo absolutamente necessário para a realização da próxima, os pesquisadores utilizaram como método de controle de prazos, o acompanhamento do desenvolvimento dos trabalhos e da entrega dos resultados por meio de cronograma.

3.2 Tratamento dos dados e a caracterização dos participantes

Neste estudo foram utilizados dois tipos de dados: textuais nas cinco primeiras etapas do processo (tradução, síntese da tradução, tradução reversa, síntese da tradução reversa, comitê de especialistas) e numéricos na sexta etapa do processo (pré-teste).

Os dados textuais foram trabalhados por meio dos aplicativos *word* e *excel*, aplicativos de utilização amigável e com vasta base de usuários, fato que facilitou a comunicação entre os participantes de cada uma das etapas. Os dados numéricos foram trabalhados por meio do aplicativo *excel* durante a tabulação dos dados e por meio do aplicativo *smartpls* para a análise dos aspectos consistência interna, a validade convergente e a validade discriminante dos constructos e de suas relações.

O texto original do instrumento de coleta de dados *UTAUT2* foi colhido diretamente do artigo de Venkatesh *et al.* (2012), já os dados para as análises estatísticas, foram colhidos por meio da aplicação da versão do instrumento de coleta de dados produzida pelo comitê de especialistas sobre uma amostra de 30 a 40 estudantes dos cursos de graduação e pós-graduação de cursos da área de gestão em instituições privadas de ensino superior. Essa caracterização da amostra foi escolhida devido ser comumente utilizada em diversas pesquisas publicadas do campo do marketing.

4 | ANÁLISE DOS RESULTADOS

O processo de adaptação transcultural do instrumento de coleta de dados, do tipo *survey*, denominado *UTAUT2*, iniciou-se pelo recolhimento desse instrumento em sua publicação original (VENKATESH *et al.* 2012), conforme pode ser visto na Figura 1.

Survey Items

Performance Expectancy

- PE1. I find mobile Internet useful in my daily life.
- PE2. Using mobile Internet increases my chances of achieving things that are important to me. (dropped)
- PE3. Using mobile Internet helps me accomplish things more quickly.
- PE4. Using mobile Internet increases my productivity.

Effort Expectancy

- EE1. Learning how to use mobile Internet is easy for me.
- EE2. My interaction with mobile Internet is clear and understandable.
- EE3. I find mobile Internet easy to use.
- EE4. It is easy for me to become skillful at using mobile Internet.

Social Influence

- SI1. People who are important to me think that I should use mobile Internet.
- SI2. People who influence my behavior think that I should use mobile Internet.
- SI3. People whose opinions that I value prefer that I use mobile Internet.

Facilitating Conditions

- FC1. I have the resources necessary to use mobile Internet.
- FC2. I have the knowledge necessary to use mobile Internet.
- FC3. Mobile Internet is compatible with other technologies I use.
- FC4. I can get help from others when I have difficulties using mobile Internet.

Hedonic Motivation

- HM1. Using mobile Internet is fun.
- HM2. Using mobile Internet is enjoyable.
- HM3. Using mobile Internet is very entertaining.

Price Value

- PV1. Mobile Internet is reasonably priced.
- PV2. Mobile Internet is a good value for the money.
- PV3. At the current price, mobile Internet provides a good value.

Habit

- HT1. The use of mobile Internet has become a habit for me.
- HT2. I am addicted to using mobile Internet.
- HT3. I must use mobile Internet.
- HT4. Using mobile Internet has become natural to me. (dropped)

Behavioral Intention

- BI1. I intend to continue using mobile Internet in the future.
- BI2. I will always try to use mobile Internet in my daily life.
- BI3. I plan to continue to use mobile Internet frequently.

Use

Please choose your usage frequency for each of the following:

- a) SMS
- b) MMS
- c) Ringtone and logo download
- d) Java games
- e) Browse websites
- f) Mobile e-mail

Note: Frequency ranged from "never" to "many times per day."

Figura 1: *Survey* Original *UTAUT2*.

Fonte: Venkatesh *et al.* (2012).

Produzido originalmente no idioma inglês e formado por 9 constructos e seus respectivos indicadores formadores, o *UTAUT2*, conforme já explicitado, foi adaptado transculturalmente por meio do método oferecido por Beaton *et al.* (2007), operacionalizado em 6 etapas: tradução, síntese da tradução, tradução reversa, síntese da tradução reversa, comitê de especialistas e pré-teste.

Na primeira etapa, denominada tradução, o instrumento *UTAUT2* foi traduzido

do inglês para o português por dois indivíduos. Para que essa etapa tivesse êxito, conforme preconizado por Beaton *et al.* (2007), a qualidade dos indivíduos escolhidos para realizar a tradução é sumamente importante, por foi necessário rigor na escolha dos indivíduos que além de dominar os dois idiomas, inglês e português, deveriam ter perfis de formação diferenciadas, um com formação em Administração ou Psicologia, ciências das quais o instrumento de coleta de dados originou-se e outro com foco em Letras ou Literatura para garantir a qualidade gramatical. Para o desenvolvimento dessa etapa, participaram um primeiro tradutor, mestre em Administração e doutorando em Psicologia e uma segunda tradutora psicóloga, mestra em Estudos Literários. As duas traduções, como é comum nesse tipo de processo, apresentaram incompatibilidades sendo necessário, então, a realização da segunda etapa do método.

Na segunda etapa do método, denominada síntese das traduções, os dois indivíduos devem reunir-se para a elaboração de uma versão única, síntese de suas traduções, conforme pode ser visto no Quadro 4.

Itens da *Survey*

Expectativa de Desempenho

PE1: Considero que a internet no celular é útil no meu dia-a-dia.

PE2: Consigo fazer coisas importantes para mim, usando internet no celular.

PE3: A utilização de internet do celular ajuda-me a realizar tarefas rapidamente.

PE4: O uso da internet no celular aumenta a minha produtividade.

Expectativa de Esforço

EE1: Aprender a usar a internet no celular é algo fácil para mim.

EE2: Minha interação com a internet no celular é clara e compreensível.

EE3: Eu considero que a internet no celular é simples de usar.

EE4: É fácil para mim tornar-me mais hábil no uso de internet no celular.

Influência social

SI1: Pessoas que são importantes para mim, pensam que eu deveria usar internet no celular.

SI2: Pessoas que influenciam meu comportamento pensam que eu deveria usar internet no celular.

SI3: Pessoas que eu valorizo a opinião acham que eu deveria ter internet no celular.

Condições Facilitadoras

FC1: Tenho os recursos necessários para usar internet no celular.

FC2: Tenho o conhecimento necessário para usar internet no celular.

FC3: A internet do celular é compatível com outras tecnologias que eu uso.

FC4: Consigo assistência de outras pessoas se eu tiver algum problema no uso de internet no celular.

Motivação Hedônica

HM1: Usar a internet no celular é divertido.

HM2: Usar a internet no celular é agradável.

HM3: Usar a internet no celular traz muito entretenimento.

Preço

PV1: A internet no celular tem um preço razoável.

PV2: A internet no celular tem um bom custo-benefício.

PV3: Ao preço atual, a internet está com uma boa qualidade.

Hábito

HT1: Usar a internet no celular tornou-se um hábito para mim.

HT2: Sou viciado em usar internet no celular.

HT3: Eu devo usar internet no celular.

HT4: Usar a internet no celular tornou-se algo natural para mim.

Intenção de Comportamento

BI1: Pretendo continuar usando internet no celular.

BI2: Tentarei sempre usar internet no celular em minha rotina diária.

BI3: Planejo continuar usando a internet no celular frequentemente.

Uso

Por favor, informe a frequência com que você usa cada um desses itens diariamente:

a) Mensagem de texto.

b) Mensagem de multimídia.

c) Download de toques e imagens.

d) Jogos em Java.

e) Navegadores de internet.

f) E-mail.

Nota: A frequência vai de “nunca” até “muitas vezes por dia”

Quadro 4: Síntese das Traduções do Instrumento de Coleta de Dados *UTAUT2*.

Fonte: Elaborado pelo autor com base na síntese das traduções.

Importante ressaltar que, conforme preconizado por Beaton *et al.* (2007), os dois indivíduos que realizaram a tradução foram orientados a produzir a síntese de suas traduções utilizando o método de consenso, aprofundando as discussões sempre que houvesse impasse, nunca partindo para uma solução tipificada como sorteio. Dessa forma, a síntese produzida teve caráter unânime. Com a síntese pronta, partiu-se para a terceira etapa do método.

Na terceira etapa, denominada tradução reversa, dois novos indivíduos foram convidados a realizar, separadamente, a tradução reversa, do português para o inglês, tendo como base apenas a síntese produzida na etapa anterior. Para a realização da tradução reversa, o conhecimento profundo do idioma inglês é fundamental, por isso, para realizar esta etapa foram contratadas duas profissionais que prestavam serviço de tradução do português para o inglês, que realizaram o trabalho separadamente. Nesse processo foram produzidas duas novas versões no idioma inglês que apresentaram poucas inconsistências entre si, mesmo assim, seguindo o método, foi realizada a quarta etapa.

Na quarta etapa, síntese da tradução reversa, as duas versões foram sintetizadas pelas tradutoras, obtendo o resultado que pode ser visto no Quadro 5:

Survey Items

Performance Expectation

PE1: I believe that internet on mobile is useful in my daily routine.

PE2: Using internet on mobile, I can do important things for me.

PE3: Using internet on mobile helps me helps me to accomplish things quickly.

PE4: Internet use on the mobile increases my productivity.

Effort Expectation

EE1: Learning how to use the internet on the mobile is easy for me.

EE2: My interaction with internet on the mobile is clear and understandable.

EE3: I believe internet on the mobile is easy to use.

EE4: It's easy for me becoming more skilfull using the internet on the mobile.

<p>Social Influence</p> <p>SI1: People that are important to me, think I should use internet on the mobile.</p> <p>SI2: People who influence my behavior think I should use internet on the mobile.</p> <p>SI3: People I value the opinion think I should have internet on the mobile.</p> <p>Facilitating Conditions</p> <p>FC1: I have the resources required to use internet on the mobile.</p> <p>FC2: I have the knowledge required to use internet on the mobile.</p> <p>FC3: The mobile internet is compatible with other technologies I use.</p> <p>FC4: I can have the help of other people if I have some problem when using internet on the mobile.</p> <p>Hedonic Motivation</p> <p>HM1: Using the internet on the mobile is fun.</p> <p>HM2: Using the internet on the mobile is pleasant.</p> <p>HM3: Using the internet on the mobile brings a lot of entertainment.</p> <p>Price</p> <p>PV1: The internet on the mobile has a reasonable price.</p> <p>PV2: The internet on the mobile has a good cost-benefit.</p> <p>PV3: At the current price, internet has a good quality.</p> <p>Habit</p> <p>HT1: Using the internet on the mobile has become a habit for me.</p> <p>HT2: I'm addicted to internet on the mobile.</p> <p>HT3: I must use the internet on the mobile.</p> <p>HT4: Using the internet on the mobile has become something natural to me.</p> <p>Behavior Intention</p> <p>BI1: I intend to continue using internet on the mobile.</p> <p>BI2: I'll always try to use the internet on the mobile during my daily routine.</p> <p>BI3: I plan to continue using the internet on mobile frequently.</p> <p>Use</p> <p>Please, Report the frequency you use each of the items daily:</p> <p>a) Text message.</p> <p>b) Multimedia message.</p> <p>c) Images and touch downloads.</p> <p>d) Games in Java.</p> <p>e) Internet browsers.</p> <p>f) E-mail.</p> <p>Note: The frequency goes to "never" to "many times a day".</p>

Quadro 5: Síntese da Tradução Reversa do Instrumento de Coleta de Dados *UTAUT2*.

Fonte: Elaborado pelo autor com base na síntese das traduções reversas.

O processo de tradução reversa, segundo Beaton *et al.* (2007), deve ser utilizado para identificar palavras que não ficaram claras no idioma para o qual foi traduzido, fornecendo mais subsídios para os realizadores da próxima etapa da adaptação transcultural.

Na quinta etapa, comitê de especialistas, dois reconhecidos conhecedores do campo científico para qual se destina o instrumento de coleta de dados, de posse da versão original, da síntese das traduções e da síntese das traduções reversas, analisam e, se necessário, sugerem melhorias na versão que será encaminhada para o pré-teste. Para a adaptação transcultural do instrumento *UTAUT2*, foram convidados para participar do comitê de especialistas dois professores doutores, profícuos pesquisadores do campo da administração. O resultado da versão produzida pelo comitê de especialistas, pode ser vista, no Quadro 6.

<p>Itens da <i>Survey</i></p> <p>Expectativa de Desempenho</p> <p>PE1: Considero que a internet móvel é útil no meu dia-a-dia.</p> <p>PE2: O uso de internet móvel aumenta as minhas probabilidades de conseguir coisas que são importantes para mim.</p> <p>PE3: A utilização de internet móvel ajuda-me a realizar tarefas rapidamente.</p> <p>PE4: O uso da internet móvel aumenta a minha produtividade.</p> <p>Expectativa de Esforço</p> <p>EE1: Aprender a usar a internet móvel é algo fácil para mim.</p> <p>EE2: Minha interação com a internet móvel é clara e compreensível.</p> <p>EE3: Eu considero que a internet móvel é simples de usar.</p> <p>EE4: É fácil para mim tornar-me mais hábil no uso de internet móvel.</p> <p>Influência social</p> <p>SI1: Pessoas que são importantes para mim, pensam que eu deveria usar internet móvel.</p> <p>SI2: Pessoas que influenciam meu comportamento pensam que eu deveria usar internet móvel.</p> <p>SI3: Pessoas cujas opiniões valorizo, preferem que use a internet móvel.</p> <p>Condições Facilitadoras</p> <p>FC1: Tenho os recursos necessários para usar internet móvel.</p> <p>FC2: Tenho o conhecimento necessário para usar internet móvel.</p> <p>FC3: A internet móvel é compatível com outras tecnologias que eu uso.</p> <p>FC4: Eu posso obter ajuda de outros quando eu tenho dificuldades no uso de internet móvel.</p> <p>Motivação Hedônica</p> <p>HM1: Usar a internet móvel é divertido.</p> <p>HM2: Usar a internet móvel é agradável.</p> <p>HM3: Usar a internet móvel dá muito entretenimento.</p> <p>Preço</p> <p>PV1: A internet móvel tem um preço razoável.</p> <p>PV2: A internet móvel representa uma boa aplicação do meu dinheiro.</p> <p>PV3: Ao preço atual, a internet móvel ainda agrega valor.</p> <p>Hábito</p> <p>HT1: Usar a internet móvel tornou-se um hábito para mim.</p> <p>HT2: Sou viciado em usar internet móvel.</p> <p>HT3: Eu devo usar internet móvel.</p> <p>HT4: Usar a internet móvel tornou-se algo natural para mim.</p> <p>Intenção de Comportamento</p> <p>BI1: Eu pretendo continuar usando a internet móvel no futuro.</p> <p>BI2: Eu tentarei sempre usar a internet móvel em minha vida diária.</p> <p>BI3: Planejo continuar usando a internet móvel frequentemente.</p> <p>Uso</p> <p>Por favor, relate a frequência de uso para cada um dos seguintes:</p> <p>a) Mensagem de texto.</p> <p>b) Mensagem de multimídia.</p> <p>c) <i>Download</i> de toques e imagens.</p> <p>d) Jogos em Java.</p> <p>e) Navegadores de <i>internet</i>.</p> <p>f) E-mail.</p> <p>Nota: A frequência vai de “nunca” até “muitas vezes por dia”</p>
--

Quadro 6: Versão do Comitê de Especialistas para o Instrumento de Coleta de Dados *UTAUT2*.

Fonte: Elaborado pelo autor com base na versão do comitê de especialistas.

As análises realizadas pelo comitê de especialistas resultaram em 10 modificações sobre os trinta e quatro indicadores presentes na *survey*, o que representou a alteração, significativa, em 29,41% dos itens da tradução inicial. Essas modificações são esperadas, visto a profundidade e amplitude dessa etapa da adaptação transcultural, visto que, segundo Beaton *et al.* (2007), envolve a avaliação dos aspectos semântico,

que se refere à tradução correta das palavras; idiomático, que se refere às expressões coloquiais de difícil tradução; cultural ou experimental, que se refere à obtenção de equivalência cultural no contexto em que será aplicado o instrumento de coleta de dados; conceitual, que se refere à equivalência de conceitos nas diferentes culturas. Com a versão do instrumento de coleta de dados traduzido para o português e validado pelo comitê de especialistas, foi possível iniciar a última etapa da adaptação transcultural da *survey UTAUT2*.

Na sexta etapa, pré-teste, são avaliados aspectos referentes à robustez estatística do instrumento de coleta de dados. Para essa etapa, de acordo com Beaton *et al.* (2007) recomenda-se que a versão sugerida pelo comitê de especialistas seja submetida a um número de 30 a quarenta indivíduos da população alvo da pesquisa. Neste estudo, o instrumento de coleta de dados foi submetido a uma amostra de 40 estudantes de graduação e pós-graduação de uma instituição de ensino superior da cidade de Vitória do estado do Espírito Santo, no Brasil. O instrumento de coleta de dados (Apêndice A) foi aplicado, em dois momentos distintos em duas turmas de estudantes, primeiramente em uma turma de graduandos do curso de administração e, após, em uma turma de pós-graduandos de um curso da área de gestão. O Quadro 7 contém as características descritivas da amostra utilizada no pré-teste.

Característica	Tipo	Quantidade	Percentual
Gênero	Masculino	23	45,09
	Feminino	28	54,91
	Outro	0	0
	Total	51	100
Faixa etária	Entre 18 a 24 anos	27	52,94
	Entre 25 e 40 anos	18	35,29
	Entre 41 e 52 anos	6	11,77
	53 anos e acima	0	0
	Total	51	100
Escolaridade	Graduando	29	56,86
	Pós-Graduando	22	43,14
	Total	51	100
Viveu no Brasil dos 17 aos 21 anos.	Sim	51	100
	Não	0	0
	Total	51	100

Quadro 7: Características Descritivas da Amostra.

Fonte: Dados da Pesquisa.

Analisando as características descritivas da amostra do pré-teste, verifica-se, que estão alinhadas ao público-alvo que será analisado pela tese, visto que todos viveram no Brasil entre seus 17 e 21 anos, todos estão atualmente com idade entre 18 e 52 anos, pertencendo, portanto, às três coortes geracionais que serão exploradas.

Os aspectos indicativos de robustez estatística verificados pelo pré-teste para os fins da adaptação transcultural do instrumento de coleta de dados *UTAUT2*, foram: a validade e confiabilidade dos constructos. Nessa direção, três focos foram examinados: a consistência interna do modelo, a validade dos indicadores formadores dos constructos e a validade discriminante.

A verificação da consistência interna foi realizada por meio de dois testes: *Alpha de Crombach* e *Composite Reliability*, como pode ser visto no Quadro 8.

Constructos	<i>Alpha de Crombach</i>	<i>Composite Reliability</i>
Expectativa de Desempenho (PE)	0,7915	0,8249
Expectativa de Esforço (EE)	0,8333	0,8525
Influência Social (SI)	0,8091	0,8428
Motivação Hedônica (HM)	0,7683	0,8128
Preço (PV)	0,8349	0,8499
Condições Facilitadoras (FC)	0,8022	0,8317
Hábito (HT)	0,8562	0,9025
Intenção de Comportamento (BI)	0,7756	0,8685

Quadro 8: Testes de Consistência Interna.

Fonte: Dados da Pesquisa.

Os indicadores *Alpha de Crombach* e *Composite Reliability* são representados por valores que variam de 0 a 1, sendo que quanto maior o valor, maior será a consistência interna do constructo. Segundo Hair *et al* (2014), valores acima de 0,70 demonstram que os constructos são aceitáveis, além disso, sugere que a utilização dos dois testes tornam a verificação mais robusta, visto que o *Alpha de Crombach* é um indicador mais conservador e o *Composite Reliability* mais adequado para a aplicação de *PLS-SEM*. Devido aos resultados apresentados na fase de pré-teste, a consistência interna do instrumento de coleta de dados *UTAUT2*, após passar pelo processo de adaptação transcultural, é considerada satisfatória.

A verificação da validade convergente foi realizada por meio de dois testes: *Outer Loadings* e *Average Variance Extracted (AVE)*, como no Quadro 9.

Constructos	Indicadores	<i>Outer Loadings</i>	<i>AVE</i>
Expectativa de Desempenho (PE)	PE1	0,7623	0,6549
	PE2	0,8247	
	PE3	0,7807	
	PE4	0,8058	
Expectativa de Esforço (EE)	EE1	0,8247	0,7338
	EE2	0,8448	
	EE3	0,7602	
	EE4	0,8204	

Influência Social (SI)	SI1	0,7736	0,7462
	SI2	0,8714	
	SI3	0,8122	
Motivação Hedônica (HM)	HM1	0,8919	0,7777
	HM2	0,8301	
	HM3	0,8199	
Preço (PV)	PV1	0,8747	0,7636
	PV2	0,8312	
	PV3	0,7805	
Condições Facilitadoras (FC)	FC1	0,7942	0,6735
	FC2	0,7625	
	FC3	0,8176	
	FC4	0,8411	
Hábito (HT)	HT1	0,7538	0,6987
	HT2	0,8442	
	HT3	0,7776	
	HT4	0,8644	
Intenção de Comportamento (BI)	BI1	0,7562	0,6885
	BI2	0,8188	
	BI3	0,7677	

Quadro 9: Testes de Validade Convergente.

Fonte: Dados da Pesquisa.

Os testes de validade convergente verificam se os indicadores formadores dos constructos convergem ou compartilham grande proporção da variância. Hair *et al* (2014), afirmam, em relação aos *Outer Loadings*, que valores iguais ou superiores a 0,708, indicam validade convergente satisfatória, em relação ao *Average Variance Extracted (AVE)* valores acima de 0,50 são considerados aceitáveis, por indicarem que o constructo examinado explica mais da metade da variância de seus indicadores. Devido aos resultados apresentados na fase de pré-teste, a validade convergente dos indicadores formadores dos constructos do instrumento de coleta de dados *UTAUT2*, após passar pelo processo de adaptação transcultural, é considerada satisfatória.

A validade discriminante, foi testada pelo *Fornell-Larker Criterion*, como pode ser visto no Quadro 10, no qual os constructos receberam seguinte codificação: UB para Comportamento de Uso, FC para Condições Facilitadoras, EE para Expectativa de Esforço, PE para Expectativa de Desempenho, HT para Hábito, SI para Influência Social, BI para Intenção de Comportamento, HM para Motivações Hedônicas e PV para Preço.

	UB	FC	EE	PE	HT	SI	BI	HM	PV
UB	n.a.								
FC	0,7681	0,8206							
EE	0,4214	0,6447	0,8566						
PE	0,4832	0,5735	0,5705	0,8092					
HT	0,5601	0,5963	0,5846	0,7661	0,8358				
SI	0,4797	0,5044	0,3097	0,5137	0,6889	0,8638			
BI	0,7426	0,7843	0,6248	0,7014	0,6973	0,4765	0,8297		
HM	0,3448	0,4467	0,5584	0,5768	0,5843	0,3237	0,4865	0,8818	
PV	0,1673	0,0653	0,0418	-0,0036	0,1079	0,0164	0,0968	-0,0818	0,8738

Quadro 10: Testes de Validade Discriminante.

Fonte: Dados da Pesquisa.

Os testes que avaliam a validade discriminante verificam se cada constructo captura aspectos singulares, que não estejam sendo, portanto, captados por outros constructos presentes no modelo. Hair *et al* (2014), afirmam que o *Fornell-Larker Criterion* é o teste mais robusto para a verificação da validade discriminante, nele a raiz quadrada da *Average Variance Extracted (AVE)* de cada constructo deve ser maior do que sua correlação com cada um dos outros constructos presentes no modelo estrutural. Devido aos resultados apresentados na fase de pré-teste, a validade discriminante dos constructos presentes no instrumento de coleta de dados *UTAUT2*, após passar pelo processo de adaptação transcultural, é considerada satisfatória.

Todos os resultados apresentados demonstraram que o instrumento de coleta de dados *UTAUT2* encontra-se validado e consistente após ter sido processado pela adaptação transcultural para o contexto brasileiro.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo apresentar o método adaptação transcultural de instrumento de coleta de dados aos estudantes, profissionais e pesquisadores do campo do marketing. Por esse motivo, mesmo contendo em seu escopo uma pesquisa empírica, não apresenta, como é convencional, conclusão, mas considerações finais.

Sobre os benefícios advindos da utilização do método é possível tecer algumas considerações. Não há dúvida sobre o fato de que cada uma das etapas da adaptação transcultural, isoladamente, não seja novidade para os estudiosos do marketing, visto que há estudos que já utilizaram tradução, tradução reversa, como também algo similar a um comitê de especialistas. Porém, a operacionalização ordenada das etapas, como também, a utilização dos parâmetros semântico, idiomático, cultural ou experimental e conceitual durante a etapa do comitê de especialistas, oferece um método que torna o instrumento de coleta de dados mais próximo da realidade cultural dos respondentes, o que não aconteceria no caso da utilização de uma simples tradução ou da atuação de um comitê em uma única etapa.

Já a respeito da utilização do método sobre a *survey UTAUT2*, verificou-se um resultado satisfatório, atestado pelo pré-teste. Dessa forma, pode-se afirmar que o instrumento de coleta de dados oriundo do modelo estendido ao consumo da Teoria Unificada da Aceitação e Uso de Tecnologia está adaptado transculturalmente para o Brasil, podendo ser utilizado por pesquisadores e profissionais do marketing que tenham por objetivo investigar o comportamento do consumidor de novas tecnologias.

Por fim, pode-se considerar que este estudo cumpriu o que pretendeu realizar, visto que deixa como contribuições ao campo do marketing, a apresentação do método adaptação transcultural de instrumentos de coleta de dados por meio de uma aplicação empírica e de forma didática, bem como, um outro legado, a *survey UTAUT2* apta para ser utilizada no contexto cultural brasileiro. Cabe, aqui, indicar como limitações deste trabalho o fato de ter realizado apenas um pré-teste, além de não ter realizado um estudo comparativo entre os resultados de uma simples tradução e da aplicação da adaptação transcultural sobre o instrumento de coleta de dados. As limitações apresentadas abrem, portanto, oportunidades para que sejam realizados novos estudos que preencham essas lacunas.

REFERÊNCIAS

- BEATON, D.; BOMBARDIER, C.; GUILLEMIN, F.; FERRAZ, M. B. (2007). *Recommendations for the Cross-Cultural Adaptation of the DASH & Quick DASH Outcome Measures*. *American Academy of Orthopaedic Surgeons and Institute for Work & Health*. pp. 03-45.
- BONANATO, K. (2011). Tradução, adaptação transcultural e validação da versão brasileira de uma escala de Saúde Bucal para pessoas com Síndrome de Down. Tese de Doutorado. Faculdade de Odontologia – Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, Minas Gerais. 89 p.
- BORGES, C. L. (2013). Adaptação transcultural do instrumento *Groningen Frailty Indicator* em idosos brasileiros. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual do Ceará. Fortaleza, Ceará. 150 p.
- CAMPOS, J. A. D. B.; MAROCO, J. (2012). Adaptação transcultural Portugal/Brasil do Inventário de *Burnout de Maslach* para estudantes. *Revista de Saúde Pública*, vol. 46, núm. 5, pp. 816-824.
- DAVIS, F. D. (1986). *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results*. *Ph.D. Thesis. Sloan School of Management, MIT*.
- GUILLEMIN, F.; BOMBARDIER, C.; BEATON, D. (1993). *Cross-cultural adaptation of health-related quality of life measures: literature review and proposed guidelines*. *Journal of Clinical Epidemiology, United States*, v. 46, n. 12, pp. 1417-1432.
- FISHBEIN, M.; AJZEN, I. (1974). *Attitudes toward objects as predictors of single and multiple behavioral criteria*. *Psychological Review*, v. 81, pp. 59-74.
- FISHBEIN, M.; AJZEN, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: an introduction to theory and research*. Reading: Addison-Wesley.
- HAIR, F. H.; HULT, G. T. M.; RINGLE, C. M.; SARSTEDT, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: SAGE.

SCIENCEWATCH.COM (2009). *Top Topics: Technology Acceptance Model*. Thomson Reuters.

VENKATESH, V.; MORRIS, M.G.; DAVIS, G.B.; DAVIS, F.D. (2003). *User acceptance of information technology: toward a unified view*. *MIS Quart.*, v. 27, n. 3, pp. 425-478.

VENKATESH, V.; THONG, J.Y.L.; XU, X. (2012). *Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*. *MIS Quarterly*, v. 36, n. 1, pp. 157-178.

WEBER, B; FRATEZI, F. R.; SUZUMURA, E. A.; GUTIERREZ, B.A. O.; De NEGRI FILHO, A. A. (2012). Tradução e adaptação transcultural do *Interdisciplinary Medicine Instrument (INTERMED)*: método de avaliação biopsicossocial no Brasil. *RAHIS – Revista de Administração Hospitalar e Inovação em Saúde*, pp. 87-98.

WESSHEIMER, A. M. (2007). Tradução, adaptação transcultural e validação, para uso no Brasil, do instrumento *Prenatal Psychosocial Profile*. Tese de Doutorado. Departamento de Enfermagem – Universidade de São Paulo. Ribeirão Preto, São Paulo. 133 p.

SOBRE O ORGANIZADOR

CLAYTON ROBSON MOREIRA DA SILVA Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI). Doutorando em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Mestre em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Possui MBA em Gestão em Finanças, Controladoria e Auditoria pelo Centro Universitário INTA (UNINTA). Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA).

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-316-3

