

O Efeito da Tecnologia e Idade na Predisposição ao Consumo Colaborativo

Autoria

Carlos Eduardo Paro - carlos.paro93@gmail.com

Prog de Pós-Grad em Admin de Organizações - PPGA/FEA-RP/USP - Facul de Economia, Admin e Contab de Ribeirão Preto/Univ de São Paulo

Hermes Moretti Ribeiro da Silva - hermes.silva@unesp.br

Prog de Pós-Grad em Admin/Esc Sup de Agricultura ?Luiz de Queiroz? - PPGA/ESALQ/USP - Universidade de São Paulo

Daniel Jugend - daniel.jugend@unesp.br

Pós graduação em engenharia de produção/Unesp

Resumo

As principais razões pela qual o consumo colaborativo ganhou maior relevância entre os consumidores foi o avanço da tecnologia e a crescente preocupação com o meio ambiente. Embora diversos autores apontem para a importância emergente da tecnologia nos hábitos de consumo, poucos estudos demonstram quantitativamente o quanto a tecnologia influencia nas intenções de consumo. Diante disso, o estudo propôs um modelo de pesquisa, tendo como base a prontidão para a tecnologia, a intenção de consumo colaborativo e os valores do consumidor verde, utilizando grupos de idades como uma variável moderadora. O modelo foi testado por meio de modelagem de equações estruturais. A amostra obtida foi de 374 respondentes (238 do grupo dos mais jovens; 136 do grupo dos mais velhos). Os resultados indicam que a prontidão para a tecnologia influencia positivamente na intenção de consumo colaborativo e nos valores do consumidor verde. Essa relação se mostra ainda maior para pessoas mais velhas, sendo que este público tem uma percepção de controle menor que os mais jovens. A pesquisa contribui para os estudos do comportamento do consumidor, demonstrando a importância da prontidão para o uso de tecnologias tanto na intenção de consumo colaborativo quanto nos valores dos consumidores verdes.

