

# PROPOSIÇÃO DE FATORES QUE INFLUENCIAM O USO DE CRIPTOMOEDAS COMO FORMA DE PAGAMENTO DE SERVIÇOS TURÍSTICOS: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA E BIBLIOMETRIA

Proposition of factors that influence the use of cryptocurrencies as a form of payment for tourist services: A systematic review of literature and bibliometrics

GISLAINY SILVA<sup>1</sup> & LUIZ MENDES FILHO<sup>2</sup>

## RESUMO

O setor do turismo vem sendo impactado devido às novas inovações tecnológicas. As criptomoedas, por exemplo, definidas como uma moeda virtual, mais comumente conhecida no mundo pela moeda Bitcoin, passaram a ser uma alternativa de forma de pagamento dos turistas que estão começando a descobrir que elas oferecem diversas oportunidades. No entanto, ainda há uma carência de conhecimento sobre os fatores e mecanismos que afetam a inclinação dos turistas para adotar criptomoedas para o consumo relacionado a viagens. Este trabalho tem como objetivo propor um conjunto de fatores que podem influenciar o uso de criptomoedas como forma de pagamento de serviços turísticos baseado em uma revisão sistemática da literatura, somada a uma revisão bibliométrica da produção acadêmica encontrada, visando aprofundar este campo de discussão no contexto do turismo. Como estratégia metodológica, realizou-se a revisão sistemática sobre o tema “Criptomoedas”, mais especificamente “Adoção de Criptomoedas”. A partir disso, foram analisados 47 artigos científicos. Por meio da compilação e entendimento dos estudos analisados a revisão sistemática contribuiu para a proposição de um conjunto de fatores: utilidade percebida, facilidade de uso, atitude, diversidade de recursos de transação, segurança percebida, suporte regulatório, inovação pessoal e influência social, que podem interferir na intenção de um usuário de criptomoedas utilizá-las para pagar seus serviços turísticos, o qual será testado em futuras pesquisas. O conjunto de fatores propostos é projetado para considerar características das criptomoedas que permitem que pesquisadores e profissionais obtenham insights sobre os fatores que influenciam a aceitação e a intenção de usar criptomoedas.

## PALAVRAS-CHAVE

Criptomoedas; Revisão sistemática da literatura; Tecnologias; Serviços turísticos.

## ABSTRACT

The tourism sector has been impacted due to new technological innovations. Cryptocurrencies, for example, defined as a virtual currency, more commonly known in the world as the currency

<sup>1</sup> **Gislainy Silva** – Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, Brasil. <http://lattes.cnpq.br/7866626284860436>. E- mail: gislainylaise@hotmail.com

<sup>2</sup> **Luiz Mendes Filho** – Doutor. Professor Associado no Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, Brasil. <http://lattes.cnpq.br/7785924812425468>. E- mail: luiz.mendes@ufrn.br

Bitcoin, have become an alternative payment method for tourists who are beginning to discover that they offer various opportunities. However, there is still a lack of knowledge about the factors and mechanisms that affect tourists' inclination to adopt cryptocurrencies for travel-related consumption. This work aims to propose a set of factors that can influence the use of cryptocurrencies as a form of payment for tourist services based on a systematic review of the literature, added to a bibliometric review of the academic production found, aiming to deepen this field of discussion in the context of tourism. As a methodological strategy, a systematic review was carried out on the topic "Cryptocurrencies", more specifically "Adoption of Cryptocurrencies". From this, 47 scientific articles were analyzed. Through the compilation and understanding of the studies analyzed, the systematic review contributed to the proposition of a set of factors: perceived usefulness, ease of use, attitude, diversity of transaction resources, perceived security, regulatory support, personal innovation and social influence, which may interfere with the intention of a cryptocurrency user to use them to pay for tourist services, which will be tested in future research. The proposed set of factors is designed to consider characteristics of cryptocurrencies that allow researchers and practitioners to gain insights into the factors that influence acceptance and intention to use cryptocurrencies.

#### KEYWORDS

Cryptocurrencies; Systematic literature review; Technologies; Tourist services.

#### INTRODUÇÃO

O setor turístico vem sendo impactado por diversos avanços tecnológicos. Embora a insegurança e o desconforto retratem as complexidades e incertezas na adoção de novas tecnologias, indivíduos inovadores e otimistas estão ansiosos para experimentar coisas novas (Alharbi & Sohaib, 2021). A globalização e a digitalização das viagens e do turismo estão impulsionando a demanda por processos de transações internacionais e sistemas de pagamentos baratos e fáceis de usar (Treiblmaier, Leung, Kwok & Tham, 2020). Nesse cenário cada vez mais regido por tecnologias da informação e comunicação, é comum a presença de diversas formas de pagamentos disponíveis no mercado. As mais tradicionais existentes na atualidade são os cartões de crédito e débito, cheques, transferências bancárias, dinheiro em espécie, dentre outros. Com o advento tecnológico, surge então, novas modalidades, como pagamentos por aproximação, transferências instantâneas e as criptomoedas (Souza & Medeiros, 2020), definidas como uma moeda virtual, mais comumente conhecida no mundo pela moeda Bitcoin.

A denominação "criptomoeda" surge da junção de criptografia com moedas (Souza & Medeiros, 2020). Consiste em moedas virtuais que podem ser trocadas como uma moeda tradicional com exceção de que elas não são controladas por governos e instituições financeiras (Ozdemir, Ar & Erol, 2019; Tredinnick, 2019). As criptomoedas tem suporte no *blockchain*, formando um livro

razão de páginas infinitas onde o que é registrado não pode ser apagado nem repetido (Ovando & Ledger, 2017 apud Sallaberry, Hammes Junior, Silva & Flach, 2019).

No contexto do turismo, os turistas estão começando a descobrir que as criptomoedas oferecem diversas oportunidades, simplificando as transações internacionais e superando os custos de câmbio de moeda estrangeira associados. No entanto, ainda há uma carência de conhecimento sobre os fatores e mecanismos que afetam a inclinação dos turistas para adotar criptomoedas para o consumo relacionado a viagens (Treiblmaier, Leung, Kwok & Tham, 2020).

Em vista disso, este trabalho tem como objetivo propor um conjunto de fatores que podem influenciar o uso de criptomoedas como forma de pagamento de serviços turísticos baseado em uma revisão sistemática da literatura, tendo como referência o estudo de Tranfield, et al. (2003), sobre as publicações de pesquisas relacionadas aos termos “cryptocurrency adoption”, “cryptocurrency acceptance”, “bitcoin acceptance”, “bitcoin adoption” e “use of cryptocurrencies” no cenário nacional e internacional, somada a uma revisão bibliométrica da produção acadêmica encontrada, visando aprofundar este campo de discussão no contexto do turismo.

## **ADOÇÃO DAS CRIPTOMOEDAS E SEU USO NO TURISMO**

Por se tratar de uma temática recente, ainda existe desconfiança e desconhecimento no setor turístico para que haja efetiva adoção das moedas digitais. Alguns dos fatores que poderiam incentivar esse fato é que, além de evitar a necessidade de câmbio, trata-se de um método de pagamento relativamente seguro devido a utilização da tecnologia de Blockchain (Souza & Medeiros, 2020).

Existem na literatura, estudos que tratam sobre adoção de criptomoedas. A título de exemplo, Walton e Johnston (2018) investigaram os fatores (facilitadores e barreiras) que afetam a adoção do Bitcoin na África do Sul, para isso os autores utilizaram dimensões inerentes ao modelo de aceitação tecnológica e da teoria do comportamento planejado, acrescentando as dimensões benefícios e riscos percebidos. Similarmente, Gil-Cordero, Cabrera-Sánchez e Arrás-Cortés (2020) pesquisaram os diferentes fatores que afetam a intenção por trás do uso de criptomoedas, desenvolvendo um modelo de pesquisa.

Assim como, no contexto do turismo Treiblmaier, Leung, Kwok e Tham (2020) desenvolveram um estudo exploratório com viajantes, onde identificaram fatores de contingência tecnológica

e antecedentes perceptuais positivos e negativos quanto ao uso de criptomoedas, o que resultou em uma proposta de modelo, a qual não foi testada. É importante frisar que uma característica constante nas referidas pesquisas é que a população alvo foram usuários já familiarizados com o uso de criptomoedas.

Além disso, Albayati, Kim e Rho (2020) investigaram elementos comportamentais que afetam a intenção dos clientes em relação às transações de criptomoedas, dentre as dimensões analisadas estavam as variáveis pertencentes ao modelo de aceitação tecnológica, bem como a confiança, o suporte regulatório, a influência social, o design e a experiência. Já Mendoza-Tello, Mora, Pujol-Lopez e Lytras (2019), realizaram uma pesquisa no âmbito organizacional, sendo aplicada a usuários (especificamente com professores e alunos da Universidade de Alicante) e empresas da cidade.

Da mesma forma, Nuryyev, Wang, Achyldurdyeva, Jaw, Yeh, Lin e Wu (2020) investigaram os fatores que influenciam a intenção de adotar pagamentos de criptomoedas entre pequenas e médias empresas de turismo e hospitalidade através da lente do modelo de aceitação tecnológica, tendo seus dados coletados por meio de uma pesquisa realizada entre proprietários e gerentes das empresas de turismo e hotelaria na área de Hualien, em Taiwan. Além das dimensões do modelo de aceitação tecnológica, foram adicionadas as dimensões auto eficácia, inovação, influência social e orientação estratégica.

As criptomoedas se tornaram uma das tendências tecnológicas emergentes dos últimos cinco anos (Tredinnick, 2019). A lista das principais empresas que aceitam pagamentos em criptomoedas cresce a cada dia e atualmente inclui Microsoft, Mastercard, PayPal, Expedia, Bic Camera, Newegg e Overstock (Lee, Hong & Min, 2019; Pickert, 2021). No entanto, o uso de criptomoedas como método de pagamento no mundo real ainda é raro, apesar da popularidade crescente e dos supostos benefícios, é questionável se as criptomoedas serão popularmente aceitas pelos consumidores comuns no mercado principal para uso diário. Logo, por ainda ser uma tecnologia recente, os indivíduos preferem a moeda fiduciária à criptomoeda, por ser mais comum e acessível, ter utilidade constante e ser mais estável em comparação com as criptomoedas (Jumde & Cho, 2020).

Decerto, a popularidade da tecnologia está crescendo. Os planejadores e formuladores de políticas nos diferentes níveis de negócios, sejam do setor público ou privado, precisam refletir sobre como gerenciar essa tecnologia e suas consequências de forma mais consistente

(Sobhanifard & Sadatfarizani, 2019). Kazerani, Rosati e Lesser (2017) corroboram que a taxa de adoção das criptomoedas é baixa e que seu uso não se tornou tão predominante quanto alguns estudos previam.

No contexto do turismo, vários pequenos destinos insulares vêm trabalhando no desenvolvimento de suas próprias criptomoedas ou aplicando moedas existentes (Kwok & Koh, 2018). Dessa maneira, se suas moedas são amplamente aceitas pelos parceiros em todo o mundo, os viajantes (durante suas viagens internacionais) não precisariam usar a moeda local, o que acabariam se beneficiando devido as taxas cobradas relacionadas à troca de moedas (Nam, Dutt, Chathoth & Khan, 2021). Os autores ainda citam que outra vantagem do uso de criptomoedas é que pode ser dada aos viajantes como recompensa para aqueles que escrevem comentários e opiniões nos sites de análise online.

Conforme Daryaei, Jassbi, Radfar e Khamseh (2020) dada a sua natureza inovadora, a criptomoeda ainda não penetrou completamente na indústria do turismo, em virtude no baixo número de participantes que estão conectados desde prestadores de serviços à turistas, agências e fornecedores.

## **METODOLOGIA**

A metodologia deste trabalho compreende a realização de revisão sistemática (RS) de literatura sobre os fatores que influenciam a adoção de criptomoedas, somada a uma revisão bibliométrica da produção acadêmica encontrada.

A RS visa minimizar o viés da busca, evitando que os autores supervalorizem estudos que estejam de acordo com suas hipóteses iniciais e ignorem estudos que apontem para outras perspectivas (Costa & Zoltowski, 2014). Assim, para a realização de uma RS criteriosa e transparente, visando a qualidade da bibliografia selecionada para embasar a pesquisa, faz-se necessário estabelecer estratégias para o levantamento das publicações, bem como definir critérios de inclusão e exclusão dos artigos.

Em vista disso, a revisão sistemática seguiu tendo como referência o estudo de Tranfield et al. (2003), onde os autores avaliam como o processo de revisão sistemática pode ser aplicado ao campo da gestão, a fim de produzir um estoque confiável de conhecimento e prática aprimorada por meio do desenvolvimento de pesquisas contextuais. A pesquisa supracitada teve como parâmetro o Manual dos Revisores Cochrane da Colaboração Cochrane (Clarke e Oxman, 2001)

e o National Health Service Dissemination (2001), os quais fornecem uma lista de estágios na realização de uma revisão sistemática (ver figura 1).

**Figura 1. Estágios na realização de uma revisão sistemática**

1. Delimitação da questão a ser pesquisada;
2. Escolha das fontes de dados;
3. Eleição das palavras-chave para busca;
4. Busca e armazenamento dos resultados;
5. Seleção de artigos pelo resumo, de acordo com critérios de inclusão e exclusão;
6. Extração dos dados dos artigos selecionados;
7. Avaliação dos artigos
8. Síntese e interpretação dos dados.

**Fonte:** Clarke e Oxman (2001) e National Health Service Dissemination (2001), apud Tranfield et.al (2003).

Entretanto, antes de iniciar a RS faz-se necessário identificar a necessidade da revisão, realizando estudos de escopo para avaliar a relevância e o tamanho da literatura e para delimitar a área de assunto ou tópico. Esses estudos precisam considerar as perspectivas interdisciplinares e as formas alternativas em que um tópico de pesquisa foi abordado anteriormente (Tranfield et.al, 2003). Em se tratando do problema de pesquisa em questão, constatou-se a necessidade de uma revisão detalhada da literatura para possibilitar uma melhor seleção dos estudos já realizados anteriormente. Visto que as pesquisas precedentes não elaboraram uma busca marcada por protocolos que a RS garante.

Admitida a necessidade de uma RS para a presente área de estudo, o protocolo de revisão também é considerado um estágio importante ao que antecede à construção da revisão propriamente dita (Tranfield et.al, 2003).

A presente revisão sistemática objetivou identificar as publicações nacionais e internacionais que têm como foco a discussão sobre o tema “Criptomoedas”, mais especificamente “Adoção de Criptomoedas”. Logo, foram selecionados apenas artigos completos sobre esta temática localizados em periódicos e conferências que se enquadrassem na faixa temporal do ano de 2017 a 2021, escritos nos idiomas inglês, português ou espanhol. Outro critério que os artigos deveriam atender era que eles precisavam abordar os fatores que influenciam na adoção das criptomoedas, sendo eles usuários com ou sem experiência nesta nova tecnologia, embora

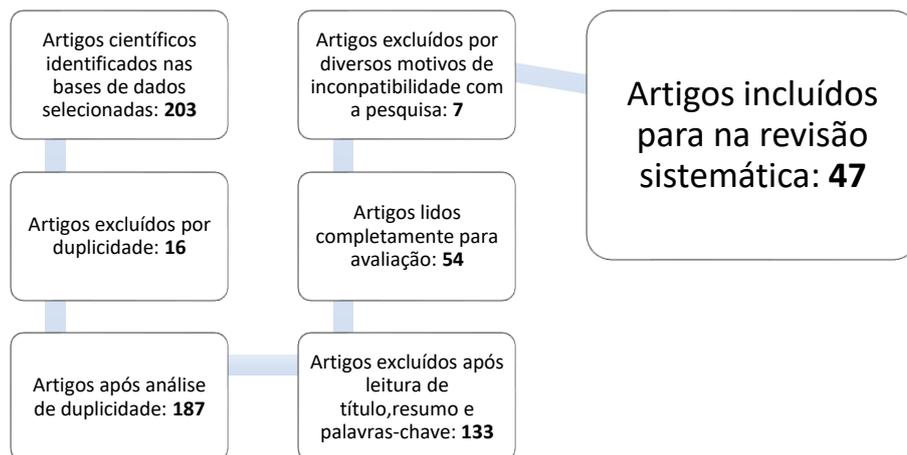
algum artigo que tenha trabalhado de uma forma mais geral sobre o assunto também tenha sido contemplado devido à sua relevância teórica.

Conforme ilustrado na figura 1, Tranfield et.al (2003) estabelece que é necessário seguir oito passos para seguir com rigor uma revisão sistemática, que são: **1) Delimitação da questão a ser pesquisada**, onde se inicia a revisão, que se tratando da presente pesquisa refere-se à: “Quais são os fatores que influenciam a adoção de criptomoedas? ”; **2) Escolha das fontes de dados**, as quais existem diversas, sendo as bases eletrônicas, as mais utilizadas por ter uma grande quantidade de material para consulta. As escolhidas para esta revisão foram a base “Periódicos Capes” e a “Scopus”, através do acesso CAPES-UFRN, considerando que são bases de dados populares para pesquisadores das Universidades brasileiras; **3) Eleição das palavras-chave para busca**, determinando quais os termos mais importantes a serem pesquisados. As palavras-chave utilizadas para esta pesquisa incluíram algumas combinações de palavras relacionadas a adoção de criptomoedas, como “cryptocurrency adoption”, “cryptocurrency acceptance”, “bitcoin acceptance”, “bitcoin adoption” e “use of cryptocurrencies”. Deve ser levado em consideração que os mesmos termos foram utilizados no idioma espanhol e português, porém não foram localizados artigos com os filtros citados anteriormente nas referidas bases definidas para a busca. Faz-se necessário esclarecer que o termo “bitcoin” fez parte das palavras-chave, pelo fato desse tipo de criptomoeda ser uma das mais conhecidas no mundo, logo, a maioria das pesquisas a tem como objeto de pesquisa.

O passo **4** refere-se à **Busca e armazenamento dos resultados**, nesta fase, a presente pesquisa empregou alguns critérios de seleção dos artigos, os que seriam incluídos e os que seriam excluídos. O número total de artigos nesta primeira seleção, contando com as duas plataformas analisadas, foram de 203. Nesse momento, verificou-se a existência de artigos repetidos, em caso positivo, excluí-los, o que totalizaram 16. Sendo assim, na fase **5) Seleção de artigos pelo resumo**, foi um processo de selecionar os artigos a partir do título, resumo e palavras-chave, sendo utilizado o Excel para ajudar no processo de análise. Os artigos foram cadastrados em uma lista padrão com informações contendo título, resumo, palavras – chaves, e referência bibliográfica completa. No processo de leitura dos resumos, observaram-se e identificaram-se os estudos e pesquisas que possuem afinidade com esta tese. Portanto, foram excluídos aqueles que não se encaixaram nesse aspecto.

No passo **6, Extração dos dados dos artigos selecionados**, realizou-se uma análise crítica do material. Foram selecionados e avaliados 54 artigos para leitura completa. Após essa leitura integral do material selecionado, restaram 47 artigos que se enquadraram nos requisitos definidos no início da revisão, dos quais foram extraídos o tipo de estudo realizado, os procedimentos metodológicos, as teorias que os autores se embasaram para a construção da pesquisa, a amostra escolhida para a coleta de dados e especialmente as variáveis/fatores analisados nas pesquisas como influenciadores da intenção de uso das criptomoedas - fase **7) Avaliação dos artigos**. Após a avaliação dos artigos, chegou-se à oitava etapa do processo, que é a **8) Síntese e interpretação dos dados**, os quais foram discutidos no tópico resultados e discussão do presente artigo. A figura 2 mostra em síntese o resultado da revisão sistemática.

**Figura 1. Síntese dos resultados da revisão sistemática**



**Fonte:** Dados da Pesquisa (2022)

Após selecionados os 47 artigos que se enquadraram nos requisitos definidos no início da RS, verificou-se que o número de pesquisas que investigam fatores influenciadores na adoção de criptomoedas, é extenso, levando em consideração que a tecnologia foi desenvolvida no ano de 2008 e os estudos começaram a ser desenvolvidos após o ano de 2015 (de acordo com os artigos localizados nas bases de dados escolhidas). Embora haja um expressivo número de publicações relacionadas aos fatores influenciadores na adoção das criptomoedas, infere-se que quando relacionados ao setor de turismo/viagens, estas pesquisas ainda são incipientes, dando destaque aos estudos de Daryaei *et.al.*, (2020); Nuryyev *et.al.*, (2020); Treiblmaier *et.al.*, (2020).

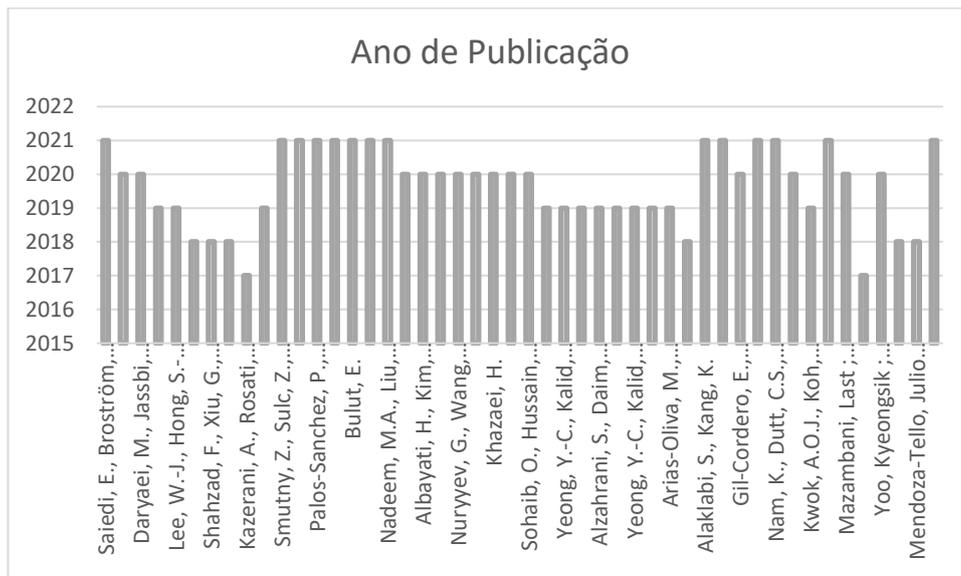
## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Esta seção está estruturada em duas partes. Numa primeira etapa, estão apresentados e analisados, por meio do *software* Excel e NVivo - Versão 1.6.1, os dados descritivos resultantes da revisão da literatura abordando uma análise bibliométrica dos artigos selecionados para compor a amostra deste trabalho, tais como: 1) Evolução do número de publicações ao longo dos anos; 2) Periódicos localizados por área de estudo; 3) Abordagem identificada nos trabalhos; 4) Síntese das principais teorias identificadas para analisar a intenção de uso das criptomoedas; e 5) Nuvem de palavras sobre os fatores influenciadores na adoção de criptomoedas. Numa segunda etapa, é apresentada uma discussão sobre os principais fatores encontrados nos artigos analisados da revisão sistemática, que podem influenciar o uso de criptomoedas como forma de pagamento de serviços turísticos.

### ANÁLISE DESCRITIVA

Quando se trata sobre a quantidade de trabalhos publicados sobre a temática ao longo do tempo, nota-se que houve estudos, em todos os anos, como ilustrado na figura 3, todavia, houve uma evolução no número de trabalhos publicados nos anos de 2019, 2020 e 2021, o que certifica que as pesquisas sobre a temática são consideradas recentes.

**Figura 3. Evolução do número de publicação ao longo dos anos**



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Dos 47 artigos selecionados, percebe-se no Quadro 1, que existe uma variedade de periódicos/conferências em diferentes áreas de estudo, como a área de economia/finanças, tecnologia da informação e comunicação, administração, turismo, dentre outras.

**Quadro 1. Periódicos localizados por área de estudo**

Áreas de estudo	Periódicos/Conferências
<i>Economia/Finanças</i>	Small Business Economics
	Journal of economics and behavioral studies
	African journal of economic and management studies
	Economics and Sociology
	Journal of Economic Studies
	International Journal of Finance and Economics
<i>Tecnologia da Informação e Comunicação</i>	IFIP Advances in Information and Communication Technology
	Technology in Society
	SIGDOC 2017 - 35th ACM International Conference on the Design of Communication
	Technological forecasting & social change
	ComTech (Jakarta)
	International Journal on Informatics Visualization
	Bottom Line
	Telematics and informatics
	ACM International Conference Proceeding Series
<i>Administração</i>	Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management
	International Journal of Information Management
	IBIMA Business Review
	Journal of Distribution Science
	Electronic Commerce Research and Applications
	Information Systems and e-Business Management
	Thunderbird International Business Review
<i>Matemática</i>	Mathematics
<i>Turismo</i>	Current Issues in Tourism
	Asia Pacific Journal of Tourism Research
	Journal of Hospitality and Tourism Technology
<i>Sustentabilidade</i>	Sustainability
<i>Engenharia</i>	IEEE Access
	International Journal of Engineering and Advanced Technology
	PICMET 2019 - Portland International Conference on Management of Engineering and Technology
	Physica A: Statistical Mechanics and its Applications
	International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering
<i>Ciências Comportamentais</i>	Frontiers in Psychology
	SAGE open
<i>Saúde</i>	PLoS ONE
	PervasiveHealth: Pervasive Computing Technologies for Healthcare
<i>Diversas áreas</i>	EPJ Data Science
	Social Currents

**Fonte:** Dados da Pesquisa (2022).

Em relação às abordagens utilizadas para compreender os fatores que influenciam a adoção das criptomoedas, verifica-se na Tabela 1, a quantidade de trabalhos para cada abordagem metodológica, a qual se submeteu. Vê-se que a maioria absoluta dos trabalhos utilizaram da

abordagem quantitativa para se obter os elementos que expliquem a intenção de utilizar criptomoedas.

**Tabela 1. Abordagem identificada nos trabalhos**

<b>Abordagem</b>	<b>Quantidade</b>
<i>Quantitativo</i>	37
<i>Qualitativo</i>	4
<i>Quanti/Quali</i>	1
<i>Apenas teórico</i>	5

**Fonte:** Dados da Pesquisa (2022)

A síntese das principais teorias que investigam a intenção de adotar criptomoedas, pode ser observada na Tabela 2, onde são discriminadas quais foram as mais utilizadas nos estudos encontrados pela revisão sistemática.

**Tabela 2. Síntese das principais teorias identificadas para analisar a intenção de uso das criptomoedas**

<b>Teoria</b>	<b>Definição</b>	<b>Referência</b>	<b>Pesquisas identificadas</b>
<b>Teoria da Ação Racional -TRA</b>	Extraído da psicologia social. Para prever aceitação individual da tecnologia. Constructos que compõem: Atitude/ Comportamento/ Norma Subjetiva.	Davis <i>et al.</i> (1989)	Alaklabi & Kang (2021)
<b>Modelo da Aceitação Tecnológica - TAM</b>	Para prever aceitação e uso da tecnologia. Constructos que compõem: Utilidade Percebida/ Facilidade de Uso/ Atitude e Intenção de uso.	Davis <i>et al.</i> (1989)	Shahzad <i>et al.</i> (2018); Murko & Vrhovec (2019); Lee <i>et al.</i> (2019); Jankeepsard & Tewari (2018); Sohaib <i>et al.</i> (2020); Palos-Sanchez <i>et al.</i> (2020); Nuryyev <i>et al.</i> (2020); Gil-Cordero <i>et al.</i> (2020); Mendoza-Tello <i>et al.</i> (2019); Walton & Johnston (2018); Nadeem <i>et al.</i> (2021); Gupta <i>et al.</i> (2020); Albayati <i>et al.</i> (2020).
<b>Teoria do Comportamento Planejado -TPB</b>	Extensão do TRA. Para prever a intenção e o comportamento em amplos contextos. Constructos que compõem: Atitude/Norma Subjetiva/Controle Comportamental Percebido	Ajzen (1991)	Daryaei <i>et al.</i> (2020); Mazambani & Mutambara (2020); Yoo <i>et al.</i> (2020); Schaupp & Festa (2018); Walton & Johnston (2018).
<b>Teoria Unificada de Aceitação e Uso de Tecnologia e sua Extensão – UTAUT e UTAUT 2</b>	Objetiva entender o uso e aceitação da tecnologia no contexto de consumo. Constructos que compõem: Expectativa de desempenho/Expectativa de esforço/Influência social/Condições facilitadoras/Gênero/Idade/Experiência/Voluntariedade de	Venkatesh <i>et al.</i> (2003; 2012)	Gunawan & Novendra (2017); Ter Ji-Xi <i>et al.</i> (2021); Daryaei <i>et al.</i> (2020); Arias-Oliva <i>et al.</i> (2021); Khazaei, H. (2020); Abbasi <i>et al.</i> (2020); Yeong <i>et al.</i> (2019); Treiblmaier <i>et al.</i> (2021); Gupta <i>et al.</i> (2020); Arias-Oliva <i>et al.</i> (2019).

	uso/Intenção/Comportamento de uso (UTAUT). Já o UTAUT 2 tem o acréscimo dos constructos: Motivação Hedônica/Custo-Benefício/Hábito.		
<b>Índice de Prontidão para uso da Tecnologia - TRI</b>	Modelo de escala psicométrica que permite medir a propensão de indivíduos em adotar e utilizar novas tecnologias. Constructos que compõem: Otimismo/Inovatividade/Desconforto/Insegurança	Parasuraman (2000)	Alharbi et al. (2021); Sohaib et al. (2020)
<b>Teoria de Difusão de Inovação -IDT</b>	Buscar compreender as inovações e aceitação de tecnologia individual. Constructos que compõem: Vantagem Relativa/ Facilidade de Usar/ Imagem /Visibilidade/ compatibilidade/ Demonstrabilidade de resultados/Voluntariedade de Uso	Rogers (1995)	Yoo et al. (2020).

**Fonte:** Dados da pesquisa (2022).

O maior número de trabalhos utilizou elementos do TAM, UTAUT e TPB, respectivamente. Infere-se que os estudos tiveram como finalidades identificar os fatores influenciadores na adoção de criptomoedas, porém nem todos testaram os modelos desenvolvidos nas pesquisas.

Quanto à coleta de dados, constatou-se que a amostra selecionada para participar das pesquisas foi diversificada, desde usuários de fato, de criptomoedas, como também potenciais usuários, pessoas que estão usando tecnologias de transação de dinheiro para fins domésticos e internacionais (Albayati et al., 2020), por exemplo. Outro perfil de respondente observado foram os usuários de jogos online (Shahzad et al., 2018), bem como investidores individuais (Gupta et al., 2020). Além disso, alunos e funcionários de faculdades de engenharia e tecnologia (Alharbi & Sohaib, 2021) também integraram as amostras dos estudos levantados na RS. Bem como, pessoas que possuem conhecimentos básicos de internet também foram contempladas nas coletas, levando em consideração que estas pessoas estão propensas ao uso de uma nova tecnologia como a criptomoeda. Do mesmo modo que as coletas dos estudos foram direcionadas aos usuários e potenciais usuários de criptomoedas, os que não faziam uso também foram investigados nas pesquisas (Murko & Vrhovec, 2019; Ter Ji-Xi et al., 2021), visto que o que estava sendo analisado era a intenção de uso desses participantes.

O software NVivo – versão 1.6.1 foi utilizado para realizar uma nuvem de palavras, contribuindo na visualização dos resultados da revisão sistemática, especificamente dos fatores

influenciadores na adoção de criptomoedas apresentados nos estudos da RS. Conforme ilustrado na figura 4, nota-se que as palavras: expectativa, uso, intenção, confiança, social, risco, utilidade, facilidade, atitude, inovação, segurança, por exemplo, surgem em evidência, as quais fazem parte direta e indiretamente das variáveis propostas que o presente estudo pretende apresentar.

**Figura 4. Nuvem de palavras sobre os fatores influenciadores na adoção de criptomoedas**



Fonte: Elaborado no NVivo - Versão 1.6.1 (2022)

#### **ANÁLISE DOS FATORES INFLUENCIADORES NO USO DE CRIPTOMOEDAS**

Após o levantamento dos resultados de pesquisas anteriores sobre adoção de criptomoedas, verificou-se que a maioria dos estudos fez uso do modelo de aceitação tecnológica, do inglês *Technology Acceptance Model - TAM* (Davis, 1989). A partir disso, o presente estudo tem como proposta unir o TAM às particularidades das criptomoedas, contribuindo para a pesquisa atual ao desenvolver um modelo baseado em teoria que ilustra fatores já utilizados. Considerando que este modelo é comprovado empiricamente para explicar a variação na inclinação dos consumidores para adotar/não adotar novas tecnologias, a pesquisa em questão fez uso dessa teoria.

Por conseguinte, dentre os fatores identificados na revisão, foram selecionados cinco fatores para serem agregados ao TAM: Diversidade de recursos de transação, Suporte regulatório,

Segurança Percebida, Inovação pessoal e Influência social, os quais revelam o contexto dentro do qual este estudo está sendo conduzido. E, portanto, precisam ser integrados aos modelos de adoção como motivadores ou como variáveis contextuais. À vista disso, serão descritos a seguir os fatores que irão compor a proposta de avaliação da adoção das criptomoedas como forma de pagamento de serviços turísticos.

Para melhor prever, explicar e aumentar a aceitação do usuário, é necessário entender por que os indivíduos aceitam ou rejeitam tais tecnologias (Davis *et. al*, 1989). Desse modo, o TAM postula que duas crenças particulares, a facilidade de uso e a percepção de utilidade, são de relevância primária para analisar as atitudes e intenção em usar determinada tecnologia (Davis, 1989; Davis *et. al*, 1989; Mendes Filho, Jorge, & Sena Júnior, 2016). O Modelo original estabelece relações causais entre as variáveis de utilidade percebida, facilidade de uso percebida, atitude e intenção de usar, incluindo a influência da atitude de uso e intenção comportamental de uso por meio da utilidade (Palos-Sanchez, Saura, & Ayestaran, 2021).

Conforme Davis (1989), as pessoas tendem a usar ou não uma tecnologia na medida em que acreditam que isso as ajudará a desempenhar melhor suas atividades. Dessa maneira, a variável "Utilidade Percebida" é definida como o grau em que uma pessoa acredita que o uso de um determinado sistema melhoraria seu desempenho, decorrendo da definição da palavra útil: "capaz de ser usado com vantagem" (Davis, 1989). O modelo prevê que há uma ligação direta entre a utilidade e a intenção. Essa relação está no princípio de que as pessoas desenvolvem suas intenções nas atitudes que considera útil.

Dentre os fatores que atraem os usuários de criptomoedas estão a oportunidade de investimento, o anonimato, privacidade, a aceitação por empresas como forma de pagamento e a rápida transferência de fundos (Alzahrani & Daim, 2019). Da mesma maneira que turistas já estão começando a descobrir que as criptomoedas oferecem essas oportunidades - simplificando as transações internacionais e superando os custos de câmbio de moeda estrangeira associados (Treiblmaier *et. al*, 2020). Com esses benefícios potenciais, os consumidores tendem a acreditar que as criptomoedas são úteis e beneficiam as suas transações. O que pode ser corroborado por estudos anteriores (Yeong *et. al*, 2019; Cordero, Sánchez, & Cortés, 2020; Nuryyev, Wang, Achyldurdyeva, *et. al*, 2020) que afirmam que a utilidade influencia positivamente a intenção de uso de criptomoedas.

Dentre os subcritérios inerentes à variável utilidade, foi identificado em um estudo realizado por Gupta, Gupta, Mathew e Sama (2020), que os usuários acreditam que usando criptomoeda em seus pagamentos os ajudam a melhorar a eficácia, lucratividade e investimento do seu dinheiro. Palos-Sanchez *et. al* (2021) confirmam que existe a relação de mediação entre utilidade e atitude no efeito de intenção de adoção de criptomoedas. Dessa maneira, o presente estudo faculta formular duas proposições: a Utilidade percebida uso de criptomoedas influencia na atitude e na intenção em utilizá-las como forma de pagamento de serviços turísticos.

De acordo com o TAM, mesmo que os usuários de determinada tecnologia acreditem que ela seja útil, eles podem ao mesmo tempo acreditar que os sistemas são muito difíceis de usar. Ou seja, além da utilidade, Davis (1989) teoriza que o uso é influenciado pela “facilidade percebida”, a qual é definida como o grau em que uma pessoa acredita que o uso de um determinado sistema se daria sem esforço.

Uma das características que diferenciam as criptomoedas das moedas tradicionais é a descentralização, elas não são controladas por nenhuma autoridade central, como um banco central (Trednick, 2019), os usuários devem se munir de conhecimentos financeiros básicos para monitorar o valor do preço para evitar perda financeira inesperada, como também é necessário possuir conhecimentos do ponto de vista técnico para proteger sua carteira, que está sujeita a ataques de segurança e as transações de pagamento são irreversíveis (Yeong *et. al*, 2019). Estudos anteriores (Nadeem *et. al*, 2021; Nuryyev *et. al*, 2020) revelam que a relação entre mediadores, facilidade de uso e utilidade percebida têm impactos significativos na intenção de adotar criptomoedas. Por conseguinte, este estudo propõe que a Facilidade percebida do uso de criptomoedas influencia na utilidade percebida em utilizá-las como forma de pagamentos de serviços turísticos.

No caso deste estudo, o constructo “atitude” faz alusão à atitude dos indivíduos utilizarem as criptomoedas como forma de pagamento de serviços turísticos. Silva e Mendes Filho (2014) em seu estudo argumentam que a atitude está diretamente relacionada com a intenção. Tal relação pode ser corroborada por Palos-Sanchez *et. al* (2021) que atestam que a facilidade de uso influencia a atitude, bem como a atitude influencia a intenção de uso de criptomoedas. Vários estudos encontraram as medidas de atitude e, em seguida, estimaram sua relação com a intenção comportamental (Arias-Oliva, Pelegrín-Borondo & Matías-Clavero, 2019; Schaupp & Festa, 2018). Dessa maneira, são formuladas duas proposições: a Facilidade percebida do uso

de criptomoedas influencia na atitude em utilizá-las como forma de pagamentos de serviços turísticos, e a atitude de usar criptomoedas influencia positivamente na intenção em utilizá-las como forma de pagamentos de serviços turísticos.

A aceitação das criptomoedas é complexa, e embora o modelo TAM tenha aprovado bons resultados para avaliar a intenção comportamental de uso de criptomoedas, sozinho pode não ser uma ferramenta abrangente para isso, precisando ser customizado para atingir um modelo que contenha todos os aspectos inerentes a esta nova tecnologia. Os modelos de adoção de tecnologia existentes são em sua maioria genéricos e não levam em consideração as idiosincrasias das criptomoedas (Treiblmaier, Leung, Kwok & Tham, 2020).

À vista disso, a seguir são apresentadas as dimensões adicionadas ao modelo TAM propostas pelo presente estudo, as quais trata-se de particularidades das criptomoedas que precisam ser integrados aos modelos de adoção como motivadores ou como variáveis contextuais relacionados ao seu uso por viajantes.

As criptomoedas possuem características versáteis que podem redefinir a forma tradicional de fazer pagamentos eletrônicos (Mendoza-Tello, Mora, Pujol-López & Lytras, 2019), permitindo muitas oportunidades, tais como transações rápidas, eficientes, rastreáveis e seguras (Arias-Oliva, Pelegrín-Borondo & Matías-Clavero, 2019). Por serem baseadas em *blockchain*, as criptomoedas eliminam qualquer intervenção de terceiros nas transações, diminuindo custos e tempos de envio (de usuário para usuário), independentemente da jurisdição e da distância entre o remetente e o destinatário (Mendoza-Tello *et. al*, 2019; Arias-Oliva *et. al*, 2019).

Apesar da combinação de aspectos positivos e negativos sobre as criptomoedas, existem usuários que já adotaram as novas moedas como forma de pagamento. Yeong, Kalid e Sugathan (2019), apontaram que na Malásia existe uma quantidade significativa de indivíduos que optaram por aceitar as criptomoedas. Os autores propuseram um modelo de pesquisa utilizando o modelo UTAUT2 (Venkatesh *et al*, 2012) como base teórica para examinar os fatores que contribuem para a aceitação da criptomoeda na Malásia. Além dos sete construtos-chave definidos no modelo UTAUT2 original, foram propostas três novas variáveis relacionadas às criptomoedas (Recursos de transação, Regulamentação e volatilidade). No referente estudo, recursos de transação se referem aos benefícios que as criptomoedas proporcionam aos usuários. Dentre estes benefícios se destacam a eliminação da necessidade de autoridade

central para controlar seu próprio dinheiro e transações de transferências de longa distância, realizadas em um menor tempo em comparação a um banco convencional (Young *et. al*, 2019).

Em conformidade com as pesquisas anteriores, o presente estudo estabelece a proposição de que a diversidade de recursos de transação das criptomoedas influencia na intenção em utilizá-las como forma de pagamento de serviços turísticos.

Além disso, atualmente, apenas um número relativamente pequeno de empresas de turismo, oferece pagamentos em criptomoedas. Esse número varia amplamente por país e pode ser parcialmente explicado por diferentes jurisdições, demanda flutuante do consumidor e disponibilidade de conhecimento tecnológico necessário para a implementação e operação de plataformas de ponto de venda habilitadas para criptomoeda (Treiblmaier, Leung, Kwok & Tham, 2020). Dessa maneira, uma pesquisa exploratória foi conduzida com consumidores na região da Ásia-Pacífico que já usaram criptomoedas para pagar por produtos e serviços relacionados a viagens e os resultados propuseram a inserção nos modelos de análise, os fatores legislação e regulamentação, considerados como as regras e regulamentos que definem o arcabouço regulatório das criptomoedas, o que pode variar de acordo com o país (Treiblmaier *et. al*, 2020).

Correspondente com esta ideia, Yeong, Kalid e Sugathan (2019); Albayati, Kim & Rho, (2020) afirmam que apesar dos mecanismos regulatórios atuais estarem em sua infância e as criptomoedas não serem universalmente reconhecidas como curso legal, entende-se que as regulamentações governamentais desempenhem um papel importante em afetar a aceitação de um indivíduo. Tendo em vista a importância do papel do governo no estabelecimento de regulamentações, este estudo propõe que o suporte regulatório das criptomoedas influencia na intenção em utilizá-las como forma de pagamentos de serviços turísticos.

Ademais, indivíduos que realizam transações online possuem preocupações características específicas, uma delas é em relação aos arranjos de segurança dos sistemas que utilizam (Nadeem *et. al*, 2021), gerando determinada insegurança, caracterizada mais como uma consequência das percepções das pessoas e não tanto de mecanismos de segurança inadequados (Roussou, Stiakakis & Sifaleras, 2019).

Pesquisas anteriores já investigaram sobre a percepção de segurança na intenção de utilizar criptomoedas. Palos-Sanchez, Saura e Ayestaran (2021), avaliaram se a variável segurança percebida, referindo-se aos problemas de segurança que usuários acreditam que poderiam ter

ao utilizar criptomoedas, influencia na intenção de uso de executivos espanhóis. O estudo propôs as hipóteses de que a segurança percebida influencia a atitude em relação ao uso de criptomoedas, bem como propôs que a segurança percebida influencia na intenção comportamental de uso de criptomoedas. Entretanto, apenas a primeira hipótese foi confirmada, inferindo que a segurança percebida ajuda a melhorar a atitude das empresas em relação à tecnologia de blockchain.

Outro estudo que teve como objetivo analisar os fatores que afetam a decisão de usuários comerciais na adoção de moedas digitais (Rousou *et. al*, 2019), observou-se que se os usuários comerciais perceberem o nível de segurança que as moedas digitais oferecem a eles e aos seus clientes, isso os afetará positivamente em sua decisão de adotar moedas digitais nas transações diárias. De acordo com as pesquisas apresentadas, o presente estudo propõe que a segurança percebida do uso de criptomoedas influencia na utilidade percebida e na intenção em utilizá-las como forma de pagamento de serviços turísticos.

Outro fator identificado foi a Inovação pessoal que é descrita por Khazaei (2020), como a ânsia dos indivíduos em avaliar, testar ou usar qualquer nova tecnologia ou ideia. Espera-se que aqueles indivíduos com alta inovação pessoal sejam comumente mais determinados a adotar tecnologias inovadoras. Isso indica que os indivíduos considerados inovativos devem desenvolver uma atitude positiva, e isso aumenta a chance de experimentar uma nova tecnologia.

Khazaei (2020) apontou uma influência significativa da capacidade de inovação pessoal, na intenção de usar a tecnologia base das criptomoedas, o *blockchain*, entre as pequenas e médias empresas da Malásia. Isso significa que os usuários extremamente inovadores tentarão adotar o uso de criptomoedas como uma nova tecnologia em suas vidas diárias (Abbasi, Tiew, Tang, Goh & Thurasamy, 2021).

Uma pesquisa realizada por Sohaib et al. (2019) com alunos e funcionários de uma universidade de tecnologia identificou que o otimismo e a inovação pessoal têm um impacto positivo, sendo dessa maneira, motivadores para a adoção de novas tecnologias como as criptomoedas, em contrapartida, a insegurança e o desconforto suprimem seu uso. Os autores ainda corroboram que a inovação pessoal é positivamente relacionada à utilidade percebida em relação à intenção de uso de criptomoeda, como bitcoin. Com base na discussão acima, propõe-se que a inovação

peçoal influencia na utilidade percebida e na intenção em utilizar criptomoedas como forma de pagamento de serviços turísticos.

Por fim, outro fator identificado trata-se da Influência Social, também referida em outros estudos sobre aceitação de tecnologia como normas subjetivas ou sociais. É definida como a percepção de um indivíduo das opiniões de outras pessoas significativas sobre se ele deve ou não realizar um determinado comportamento ou uso de um sistema particular (Chau & Hu, 2001 apud Jankeeparsad & Tewari, 2018).

Em um estudo realizado por Jankeeparsad e Tewari (2018), um usuário de criptomoedas em potencial terá mais probabilidade de adotar seu uso se aqueles que são importantes para ele (por exemplo, mentores, amigos, família, etc.) estão usando criptomoedas ou as defendem. Os resultados do estudo revelaram que o constructo inovação pessoal tem um efeito significativo na intenção comportamental de usar criptomoeda.

Outro estudo Arias-Oliva, Andrés-Sánchez & Pelegrín-Borondo (2021), corrobora a influência social impacta na intenção de usar criptomoedas quando combinados com outros fatores. A influência social atua como um “fator habilitador” para o resto das variáveis explicativas e está ligada positivamente à intenção de usar criptomoedas. Similarmente a este estudo, diversos autores também constataam relação positiva (Walton & Johnston, 2018; Gunawan & Novendra, 2017; Murko & Vrhovec, 2019; Khazaei, 2020) afirmando que a influência social desempenha um papel importante na intenção comportamental das pessoas de usar criptomoeda. De acordo com as pesquisas apresentadas, o presente estudo propõe a que a influência social influencia na intenção em utilizar criptomoedas como forma de pagamento de serviços turísticos.

## **CONCLUSÃO**

A crescente importância da tecnologia de criptomoedas e blockchain gerou intensa atenção à pesquisa em diversas áreas, especialmente no domínio da tecnologia da informação, finanças e economia. Embora a quantidade de estudos de aceitação de criptomoedas no contexto do turismo seja relativamente escassa, este trabalho teve por objetivo propor um conjunto de fatores que podem influenciar o uso de criptomoedas como forma de pagamento de serviços turísticos baseado em uma revisão sistemática da literatura.

Para tal, foi realizada uma análise bibliográfica e bibliométrica da amostra identificada. Nesse sentido, foram analisados 47 artigos científicos. Por meio da compilação e entendimento dos

conceitos anteriores à investigação, que já foram objeto de tratamento analítico em estudos precedentes, a revisão sistemática da literatura visou contribuir para a proposição de um conjunto de fatores, o qual poderá ser testado em futuras pesquisas.

O modelo proposto tem a finalidade de avaliar como as variáveis utilidade percebida, facilidade de uso, atitude, diversidade de recursos de transação, segurança percebida, suporte regulatório, inovação pessoal e influência social podem interferir na intenção de um usuário de criptomoedas utilizá-las para pagar seus serviços turísticos. O modelo apresentado é projetado para considerar características das criptomoedas que permitem que pesquisadores e profissionais obtenham insights sobre os fatores que influenciam a aceitação e a intenção de usar as criptomoedas.

Em suma, espera-se que os resultados deste artigo tragam contribuições teóricas e práticas para o corpo de conhecimento e partes interessadas em criptomoedas. Em relação às contribuições teóricas esperadas estão uma visão geral dos fatores potenciais que influenciam o uso de criptomoedas e um instrumento de pesquisa confiável e válido para estudar a adoção das criptomoedas. No tocante às implicações práticas, a presente pesquisa traz descobertas através do conjunto de fatores propostos que podem beneficiar diversas esferas da sociedade, como os bancos comerciais, as instituições financeiras, gestores de empreendimentos turísticos, formuladores de políticas públicas e o público em geral (usuários de criptomoedas, consumidores e turistas). Essas organizações podem usar dos resultados provenientes deste estudo para melhorar seu desempenho e capitalizar as ofertas da tecnologia em seus empreendimentos.

Enquanto limitação de pesquisa, este estudo considerou em sua coleta de dados, apenas artigos publicados em periódicos e conferências, excluindo, portanto, teses e dissertações, o que pode limitar a generalização de seus resultados. Sugere-se que em estudos futuros seja ampliada a amostra para incluir teses e dissertações.

## REFERÊNCIAS

Abbasi, G.A., Tiew, L.Y., Tang, J., Goh, Y.-N. & Thurasamy, R. (2021). The adoption of cryptocurrency as a disruptive force: Deep learning-based dual stage structural equation modelling and artificial neural network analysis. *PLoS ONE*, 16(3), e0247582. [Link](#)

- Ajzen, I. (1989). Attitude, structure, and behavior. In: A. R. Pratkanis, S. J. Breckler, & A. G. Greenwald (Eds.), *Attitude Structure and Function* (pp. 241-274). Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ. [Link](#)
- Albayati, H., Kim, S. K., & Rho, J. (2020) Accepting financial transactions using blockchain technology and cryptocurrency: A customer perspective approach. *Technology in Society* 62, 101320. [Link](#)
- Alharbi, A., & Sohaib, O. (2021). Technology Readiness and Cryptocurrency Adoption: PLS-SEM and Deep Learning Neural Network Analysis. *IEEE Access*, 9. [Link](#)
- Alzaharani, S., & Daim, T. U. (2019). Analysis of the Cryptocurrency Adoption Decision: Literature Review. *Portland International Conference on Management of Engineering and Technology (PICMET)* (pp. 1-11). IEEE. [Link](#)
- Arias-Oliva, M., Pelegrín-Borondo, J., & Matías-Clavero, G. (2019). Variables Influencing Cryptocurrency Use: A Technology Acceptance Model in Spain. *Frontiers in Psychology*, 10, 475. [Link](#)
- Clarke, M., & Oxman, A. D. (2001). *Introduction. Cochrane Reviewers' Handbook 4.1* [updated March; Section 1. In: Review Manager [Computer program]. Version 4.1. Oxford, England: The Cochrane Collaboration. [Link](#)
- Costa, A. B., & Zoltowski, A.P.C. (2014). Como escrever um artigo de revisão sistemática. In: Koller, S. H., Couto, M. C. P. de P., & Hohendorff, J. V. (organizadores), *Manual de Produção Científica*. Porto Alegre: Penso. [Link](#)
- Daryaei, M., Jassbi, J., Radfar, R., & Khamseh, A. (2020). Bitcoin Adoption as a New Technology for Payment Mechanism in a Tourism Collaborative Network. *IFIP Advances in Information and Communication Technology*, 598, 167-176. [Link](#)
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13, 319-339. [Link](#)
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989) User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1003. [Link](#)
- Gil-Cordero, E., Cabrera-Sánchez, J. P., & Arrás-Cortés, M. J. (2020). Cryptocurrencies as a Financial Tool: Acceptance Factors. *Mathematics*, 8(11), 1974. [Link](#)
- Gupta, S., Gupta, S., Mathew, M., & Sama, H. R. (2020) Prioritizing intentions behind investment in cryptocurrency: a fuzzy analytical framework. *Journal of Economic Studies*, 48(8), 1442-1459. [Link](#)
- Jankeepsad, R. W., & Tewari, D. (2018). End-User Adoption of Bitcoin in South Africa. *Journal of economics and behavioral studies*, 10(5), 230-243. [Link](#)

Silva, G., & Mendes Filho, L. (2024). Proposição de fatores que influenciam o uso de Criptomoedas como forma de pagamento de Serviços Turísticos: Uma revisão sistemática da literatura e bibliometria. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 16(1), 117-140. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v16i1p140>

- Jumde, A., & Cho, B. Y. (2020). Can cryptocurrencies overtake the fiat money? *International Journal of Business Performance Management*, 21(1-2), 6-20. [Link](#)
- Kazerani, A., Rosati, D., & Lesser, B. (2017). Determining the usability of Bitcoin for beginners using ChangeTip and Coinbase. *SIGDOC 2017 - 35th ACM International Conference on the Design of Communication*. [Link](#)
- Khazaei, H. (2020). Integrating cognitive antecedents to utaut model to explain adoption of blockchain technology among malaysian smes. *International Journal on Informatics Visualization*, 4(2), 85-90. [Link](#)
- Kwok, A. O., & Koh, S. G. (2019). Is blockchain technology a watershed for tourism development? *Current Issues in Tourism*, 22(20), 2447-2452. [Link](#)
- Lee, W.-J., Hong, S.-T. & Min, T. (2019). Bitcoin distribution in the age of digital transformation: Dual-path approach. *Journal of Distribution Science*, 16(12), 47-56. [Link](#)
- Mendes Filho, L., Jorge, V. A., & Sena Júnior, O. B. (2016). Percepção do uso de sites de compras coletivas ao adquirir cupons de serviços turísticos. *Revista Brasileira em Pesquisa de Turismo*, 10(3), 574-593. [Link](#)
- Mendoza-Tello, J. C., Mora, H., Pujol-López, F. A., & Lytras, M. D. (2019). Disruptive innovation of cryptocurrencies in consumer acceptance and trust. *Information Systems and e-Business Management*, 17(2), 195-222. [Link](#)
- Murko, A., & Vrhovec, S. L. R. (2019). Bitcoin adoption: Scams and anonymity may not matter but trust into Bitcoin security does. *PervasiveHealth: Pervasive Computing Technologies for Healthcare a15*, November 14–15. [Link](#)
- Nadeem, M. A., Liu, Z., Pitafi, A. H., Younis, A., & Xu, Y. (2021). Investigating the Adoption Factors of Cryptocurrencies - A Case of Bitcoin: Empirical Evidence From China. *SAGE Open*, 11, 1–15. [Link](#)
- Nam, K., Dutt, C. S., Chathoth, P., & Khan, M. S. (2021). Blockchain technology for smart city and smart tourism: latest trends and challenges. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(4), 454-468. [Link](#)
- National Health Service Dissemination. Centre for Reviews and Dissemination (2001). *Undertaking Systematic Reviews of Research on Effectiveness. CRD's Guidance for those Carrying Out or Commissioning Reviews*. CRD Report Number 4 (2nd Edition). New York. [Link](#)
- Nuryyev, G., Wang, Y. P., Achyldurdyeva, J., Jaw, B. S., Yeh, Y. S., Lin, H. T., & Wu, L. F. (2020). Blockchain Technology Adoption Behavior and Sustainability of the Business in Tourism and Hospitality SMEs: An Empirical Study. *Sustainability*, 12, 1256. [Link](#)

- Ozdemir, A. I., Ar, I. M., & Erol, I. (2019). Assessment of blockchain applications in travel and tourism industry. *Quality & Quantity*, 54(5), 1549-1563. [Link](#)
- Palos-Sanchez, P; Saura, J. R. & Ayestaran, R. (2021). An Exploratory Approach to the Adoption Process of Bitcoin by Business Executives. *Mathematics*, 9(4), 355. [Link](#)
- Pickert, L. (2021, 03 mar.). *As 8 maiores empresas que investem e aceitam pagamentos por Bitcoin*. AAA innovation. [Link](#)
- Roussou, I., Stiakakis, E., & Sifaleras, A. (2019). An empirical study on the commercial adoption of digital currencies. *Information Systems and e-Business Management*, 17(2), 223–259. [Link](#)
- Sallaberry, J. D., Hammes Junior, D. D., Silva, R. O., & Flach, L. (2019). Benefício e risco percebidos como determinantes do uso de criptomoedas em tecnologia Blockchain. *Contabilidad y Negocios*, 14(27), 118-137. [Link](#)
- Schaupp, L. C. & Festa, M. (2018). Cryptocurrency Adoption and the Road to Regulation. *Association for Computing Machinery*. ACM. [Link](#)
- Shahzad, F., Xiu, G., Wang, J. & Shahbaz, M. (2018). An empirical investigation on the adoption of cryptocurrencies among the people of mainland China. *Technology in Society*, 55, 33-40. [Link](#)
- Silva, M. M., & Mendes Filho, L. (2014) Intenção de uso de comentários de viagem online na escolha de um meio de hospedagem: Fatores influenciadores. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 8(3), 419-434. [Link](#)
- Sobhanifard, Y., & Sadatfarizani, S. (2019). Consumer-based modeling and ranking of the consumption factors of cryptocurrencies. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 528, 121263. [Link](#)
- Sohaib, O., Hussain, W., Asif, M., Ahmad, M., & Mazzara, M. (2019). A PLS-SEM neural network approach for understanding cryptocurrency adoption. *IEEE Access*, 8, 13138-13150. [Link](#)
- Souza, E., & Medeiros, M. L. (2020). Criptomoedas e suas aplicações no mercado turístico. *Marketing & Tourism Review*, 5(1). [Link](#)
- Ter Ji-Xi, J., Salamzadeh, Y., & Teoh, A.P. (2021). Behavioral intention to use cryptocurrency in Malaysia: an empirical study. *Bottom Line*, 34(2), 170-197. [Link](#)
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British journal of management*, 14(3), 207-222. [Link](#)
- Tredinnick, L. (2019). Cryptocurrencies and the blockchain. *Business Information Review*, 36(1), 39-44. [Link](#)

Silva, G., & Mendes Filho, L. (2024). Proposição de fatores que influenciam o uso de Criptomoedas como forma de pagamento de Serviços Turísticos: Uma revisão sistemática da literatura e bibliometria. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 16(1), 117-140. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v16i1p140>

Treiblmaier, H., Leung, D., Kwok, A. O. J., & Tham, A. (2020). Cryptocurrency adoption in travel and tourism – an exploratory study of Asia Pacific travelers. *Current Issues in Tourism*, 1-17. [Link](#)

Venkatesh, V., Thong, J. Y. & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS quarterly*, 157-178. [Link](#)

Walton, A., & Johnston, K. (2018). Exploring perceptions of bitcoin adoption: The South African virtual community perspective. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 13. [Link](#)

Yeong, Y. C., Kalid, K. S., & Sugathan, S. K. (2019). Cryptocurrency Acceptance: A Case of Malaysia. *International conference on Recents Advancements in Engineering and Technology (ICRAET-18)*, 15th and 16<sup>th</sup> March, Siddhartha Institute of Technology & Sciences, Telangana, India. [Link](#)

#### **PROCESSO EDITORIAL**

Recebido: 09 OUT 23

Aceito: 14 MAR 24