

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS

GUILHERME BRANDT RIBEIRO

**O AVANÇO DAS FINTECHS ATRAVÉS DE UM MODELO DE NEGÓCIOS
DIGITAL COM FOCO NA INOVAÇÃO E SUA RELAÇÃO COM O PÚBLICO
JOVEM**

PORTO ALEGRE 2023

Guilherme Brandt Ribeiro

**O AVANÇO DAS FINTECHS ATRAVÉS DE UM MODELO DE NEGÓCIOS
DIGITAL COM FOCO NA INOVAÇÃO E SUA RELAÇÃO COM O PÚBLICO
JOVEM**

Trabalho de conclusão de curso de graduação
apresentado ao Departamento de Ciências
Administrativas da Universidade Federal do Rio
Grande do Sul, como requisito parcial para a
obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Antônio Domingos Padula

Porto Alegre

2023

Guilherme Brandt Ribeiro

**O AVANÇO DAS FINTECHS ATRAVÉS DE UM MODELO DE NEGÓCIOS
DIGITAL COM FOCO NA INOVAÇÃO E SUA RELAÇÃO COM O PÚBLICO
JOVEM**

Trabalho de conclusão de curso de graduação
apresentado ao Departamento de Ciências
Administrativas da Universidade Federal do Rio
Grande do Sul, como requisito parcial para a
obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Antônio Domingos Padula

Conceito final: _____

Aprovado em ____ **de** _____ **de** _____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Luis Felipe Machado do Nascimento - UFRGS

Orientador – Prof. Dr. Antônio Domingos Padula - UFRGS

Agradecimentos

Gostaria de agradecer à toda minha família e em especial aos meus pais, Junior e Silesia, e ao meu irmão Lucas por todo carinho e apoio que sempre tive durante todas as fases da minha vida pessoal e acadêmica.

Agradeço também ao meu orientador neste trabalho de conclusão de curso, Prof. Dr. Antônio Domingos Padula, pelo apoio e orientação durante todo esse processo de realização do tcc e à Universidade Federal do Rio Grande do Sul, instituição que me acolheu e me proporcionou grandes momentos e experiências.

Agradeço ainda a todos colegas de curso e amigos que fiz durante esta jornada, os quais foram muito importantes para eu chegar até aqui.

A todos que fizeram parte da minha trajetória, muito obrigado!

Resumo

Este trabalho tem como objetivo caracterizar a inovação e o modelo de negócios digital presentes nos serviços financeiros prestados por fintechs e analisar e relacionar estes com a valorização do público jovem por estas empresas e consequente utilização destes serviços. Para atingir os objetivos propostos foi feita uma caracterização inicial das fintechs a partir de estudos acadêmicos e dados disponíveis sobre o setor financeiro e das empresas de tecnologia financeira e, posteriormente, feita uma análise e interpretação de dados coletados via formulário com jovens usuários de fintechs. A pesquisa realizada contou com respostas de 120 participantes compostos em maioria por jovens e usuários de fintechs e buscou analisar e relacionar os aspectos dos serviços prestados por estas empresas que fazem com que o público jovem se identifique estes serviços financeiros, concluindo que estes fazem parte do avanço destas empresas e são atraídos por recursos tecnológicos, menor burocracia e custos e uma melhor experiência ao recorrer as empresas de tecnologia financeira.

Palavras-chave: Fintechs; Tecnologia; Inovação; Jovens; Experiência do usuário.

Abstract

This study seeks to characterize the innovation and digital business model present in the financial services provided by fintechs and analyze and relate them to the appreciation of the young public for these companies and the consequent use of these services. In order to achieve the proposed goals, initially it was made a characterization of fintechs based on academic studies e available data on the financial sector and its companies. Following that, an analysis and interpretation of collected data by a form answered by young users of fintechs was made. The survey involved answers from 120 participants, which were mostly young people and user of fintechs services, and sought to analyze and relate the aspects of the services provided by these companies that make the young public identify with these financial services and use them. The study concluded that these users are part of the growth of those companies and are attracted by technological resources, less bureaucracy and costs, and a better experience when resorting to financial technology companies.

Key words: Fintech; Technology; Innovation; Young people; Customer experience.

Lista de figuras

Figura 1: Os critérios de avaliação da qualidade do serviço	20
Figura 2: Fintechs por categoria	24
Figura 3: Razões para não fazer nenhum tipo de investimento em 2021.....	28

Lista de Gráficos

Gráfico 1 - Idade dos participantes	32
Gráfico 2 - Grau de escolaridade	32
Gráfico 3 - Fatores influenciadores para aquisição de serviços financeiros	33
Gráfico 4 - Confiança e segurança das empresas tradicionais em relação as Fintechs	34
Gráfico 5 - Plataformas de fintechs vs tradicionais	36
Gráfico 6 - Plataformas digitais de empresas tradicionais	36
Gráfico 7 - Serviços utilizados por meio de fintechs	37
Gráfico 8 - Conta Principal	38
Gráfico 9 - Instituição em que investe	38
Gráfico 10 - Serviços práticos e eficientes	39
Gráfico 11 - Mais utilização de fintechs	40

SUMÁRIO

1. Introdução.....	11
1.1 Justificativa.....	13
1.2 Objetivos	14
1.2.1 Objetivo geral	14
1.2.2 Objetivos Específicos	14
2. Revisão Teórica	15
2.1 Tecnologia e Inovação	15
2.2 Contexto Digital	16
2.3 Consumidores	18
2.4 Aspectos tecnológicos	21
2.5 Fintechs.....	22
2.5.1 Fintechs no setor de pagamentos e bancos digitais	24
2.5.2 Fintechs no setor de investimentos	27
3. Procedimentos Metodológicos.....	30
3.1 Levantamento de dados e tipo de pesquisa	30
3.2 Método de análise dos dados	31
3.3 Amostra	31
4. Análise dos dados	33
4.1 Preferências e confiança.....	33
4.2 Experiência dos usuários e contexto digital	35
4.3 Contas e investimento	37
5. Considerações finais	41
5.1 Conclusões	41

5.2 Limitações da pesquisa	43
Referências.....	44
Apêndices	52

1. Introdução

Pela falta de conexão histórica das palavras financeiro e tecnologia, conforme utilizado no termo fintech, a sensação que é trazida deste fato consiste no uso da tecnologia ser uma revolução no setor. Entretanto, esta relação sempre existiu e o que estamos presenciando consiste numa evolução desta conexão (MORALES; GRAY; RAJMIL, 2022).

Segundo Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017) a conectividade foi responsável por grandes mudanças na vida humana. Neste sentido, é inegável o fato de que a evolução da tecnologia e a maneira com que esta foi utilizada foram fatores muito importantes para uma grande transformação dos serviços no setor financeiro e consequente popularização das fintechs.

Fintechs são iniciativas inovadoras que aliam um eficiente uso de tecnologia a serviços financeiros afim de criar soluções para pessoas e empresas (FINTECHLAB, 2016). Para o Sebrae (2018), além das fintechs serem empresas que se utilizam da tecnologia para fornecer soluções ao setor financeiro, suas principais características consistem no foco pela satisfação de seus clientes e suas adaptações às necessidades destes.

De acordo com o RadarFintechLab, realizado pelo Fintechlab (2020), o Brasil apresentava um volume de 771 fintechs em agosto de 2020. Segundo dados apresentados pela plataforma Distrito (2022), empresa especializada em inovação e soluções para o setor, o número de fintechs no Brasil, em 2022, chega próximo aos 1300. Dentre os segmentos que mais se destacam no setor estão o de meios de pagamento e o de crédito.

O crescimento de investimentos e da quantidade de empresas neste setor é nítido. Não é à toa que, em 2021, foram investidos cerca de US\$ 3,76 bilhões em startups de tecnologia financeira (DISTRITO, 2022). Além de crédito e meios de pagamentos, as empresas de setor atuam em diversos outros ramos, como por exemplo: Investimentos, criptomoedas, funding, fidelização, dívidas, câmbio etc.

Recentemente, empresas deste segmento ganharam muita popularidade no Brasil, principalmente no setor bancário. Segundo Gupta e Tham (2018) a velocidade com

que as fintechs inovaram e melhoraram serviços bancários pegou a indústria financeira de surpresa.

Devido seu caráter inovador, digital e acessível as fintechs atingiram grande sucesso com um público jovem, conquistando muitos clientes nessa faixa etária. Os principais fatores de atratividade para este público consistem na facilidade de uso através da tecnologia (interface mais familiar ao jovem), em tarifas mais baixas e na agilidade dos serviços.

De acordo com a empresa Idwall (2021) com base em pesquisa realizada junto ao hub de conhecimento e conteúdo Cantarino Brasileiro, os principais fatores na hora da escolha de uma instituição financeira consistem em taxas/tarifas, facilidade de uso e de acesso. Além disso, a pesquisa ainda aponta bancos digitais são os mais valorizados por pessoas entre 20-30 anos, ao contrário de pessoas acima de 40 anos, as quais valorizam marcas tradicionais.

Um fator de grande destaque dos serviços das fintechs consiste na agilidade de seus serviços e consequente experiência positiva de seus clientes ao utilizarem os serviços, devido a qualidade destes. De acordo com uma pesquisa realizada pela PricewaterhouseCoopers (2018) a experiência do cliente é um fator de extrema relevância para o consumidor brasileiro e cerca de 89% dos consumidores apontam ela como fator importante em suas decisões de compra. Além disso, segundo a pesquisa da pwc, os consumidores também indicam fatores como atendimento, velocidade e conveniência como muito importantes para experiência positiva dos clientes.

As fintechs se estabeleceram como empresas que fornecem rápidas e práticas soluções inovadoras para seus clientes pelo uso da tecnologia. Os recentes avanços em áreas como a internet e nas tecnologias móveis além da base tecnologia para seus serviços confere a estas empresas o status de negócio digital (ZELTSER, 2017). Segundo Chen, Teng e Chen (2022) as fintechs geram o desenvolvimento de uma economia digital através da inovação tecnológica. Fatores estes que apresentam grande atratividade ao público jovem.

1.1 Justificativa

Segundo Edmondson (2020), conhecimento e inovação são fatores fundamentais para adquirir vantagens competitivas nos mais diversos setores. Nesse contexto, essas empresas que inovam no setor financeiro através de um diferente uso da tecnologia apresentam grandes vantagens competitivas em comparação a estruturas maiores e mais pesadas, como é o caso dos grandes bancos, por exemplo.

As fintechs, portanto, são importantes agentes de transformação no setor financeiro. O principal fator para isso consiste em seu modo inovador de ofertar serviços com apoio da evolução dos recursos tecnológicos disponíveis. O tema segue ganhando crédito e importância a partir do nítido e enorme crescimento da base de clientes destas empresas de tecnologia financeira, principalmente entre o público jovem.

De acordo com pesquisa realizada pela fintech alemã Mambu (2022) com jovens de idade entre 18 e 35 anos, no Brasil 54% dos entrevistados tem como primeira opção bancos digitais e 46% bancos tradicionais. Além disso, a pesquisa também aponta um elevado nível de satisfação dos usuários com os serviços prestados e também uma grande lealdade destes aos bancos digitais com 79% deles afirmando que não pretendem deixar suas instituições.

Para Batista (2022) as fintechs são negócios jovens que fornecem os mesmos serviços de instituições financeiras tradicionais, entretanto possuem um dna inovador em seu modelo de negócio e com a tecnologia como sustentação para prestação de seus serviços.

Deste modo, pode-se afirmar que as empresas de tecnologia financeira se inserem como empresas que se utilizam da evolução das “ferramentas tecnológicas” para inovar em seus produtos e serviços oferecendo um serviço de mais qualidade e agilidade focando nos interesses dos clientes. O modelo de negócios das fintechs superou o modelo tradicional do setor financeiro e mostra que a tecnologia será o grande diferencial na competição entre companhias do setor financeiro no futuro (CHEN et al.,2017).

Em um contexto no qual a experiência dos consumidores é um fator decisivo para a aquisição de serviços financeiros, a agilidade e praticidade dos serviços prestados pelas fintechs conferem a estas, cada vez mais, a satisfação de seus clientes e

consequente aumento das bases de usuários. Com o amadurecimento de seus modelos de negócios digitais, estas empresas devem seguir gerando transformações no setor financeiro.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

O estudo buscará relacionar as características de inovação e uso da tecnologia por parte das fintechs com mudanças no setor financeiro, deste modo com o objetivo de gerar análises e conhecimento acerca de estratégias inovadoras de empresas financeiras que motivaram os consumidores, principalmente jovens, a dar preferência a serviços prestados por fintechs.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Caracterizar o modelo de negócio digital e inovador das fintechs;
- Identificar recursos tecnológicos utilizados e características dos serviços das fintechs que contribuíram para a melhora e maior eficiência nos serviços financeiros;
- Identificar os fatores que motivam as pessoas a utilizar serviços financeiros das fintechs;
- Analisar a utilização dos serviços prestados por fintechs dos segmentos de pagamentos, bancário de investimentos;

2. Revisão Teórica

Este capítulo tem a intenção de dar sustentação e fundamentação ao tema de estudo a partir da abordagem de conceitos e teorias relacionadas ao assunto contextualizando e relacionando estas. Esta parte será dividida em cinco itens os quais tratarão sobre fintechs, suas características e seu modelo de negócio, o papel desempenhado pelo grande foco em inovação e em tecnologia disruptivas na oferta de seus serviços e os fatores que motivam os consumidores a usufruir de serviços prestados por fintechs.

2.1 Tecnologia e inovação

Tecnologia e inovação são dois conceitos recorrentes quando se fala na recente evolução e avanço das fintechs, visto que consistem na base técnica que serve de suporte para os serviços e na aplicação de estratégias diferentes, focadas em melhores serviços para os clientes.

(Schumpeter, 1997, p.9) define o empresário inovador como:

agente econômico que traz novos produtos para o mercado por meio de combinações mais eficientes dos fatores de produção, ou pela aplicação prática de alguma invenção ou inovação tecnológica.

Segundo Kruglianskas (1996, p. 13) "tecnologia é o conjunto de conhecimentos necessários para se conceber, produzir e distribuir bens e serviços de forma competitiva". A tecnologia, portanto, é capaz de proporcionar instrumentos e capacidades de inovação aos negócios para satisfazer os desejos dos clientes (SCHOTKA, 2019).

Para Longo (1984), tecnologia são conhecimentos empíricos e científicos utilizados para produção e comercialização de bens e serviços. O avanço na utilização de tecnologias digitais está alterando diversos aspectos em nossa vida, como comunicação, consumo e relacionamento com outros (MASCARENHAS *et al.*, 2021).

Apesar do uso de tecnologias computacionais não ser algo novo no setor financeiro, a maneira com que elas vêm sendo utilizadas, recentemente, vem ganhando grande destaque. Segundo Mattos e Guimarães (2013, p.53) "As tecnologias não são isoladas e estão inseridas em redes de apoio".

Para Kruglianskas (1996), a inovação é um processo, o qual trata de tornar invenções em algo benéfico para empresas. Algumas inovações são baseadas em tecnologia, já outras são facilitadas por novas tecnologias, como é o caso de serviços financeiros (BURGELMAN; CHRISTENSEN; WHEELWRIGTH, 2012).

Mattos e Guimarães (2013) afirmam que a utilização de inovações tecnológicas por empresas depende de diversos fatores como recursos e tecnologias disponíveis e objetivos das empresas. Ainda assim, é seguro dizer que, dentro de suas capacidades, as empresas têm destinado uma boa quantidade de recursos para os setores de tecnologia.

Segundo dados de pesquisa da Febraban (2022), os investimentos em tecnologia – hardware, software, telecomunicações e serviços de TI- realizados pelos bancos, devem ultrapassar a marca dos R\$ 35 bilhões, em 2022.

Neste contexto, as fintechs apresentaram grande agilidade e perspicácia na utilização de inovações tecnológicas em seus serviços e consequente benefício no relacionamento com seus clientes e satisfação deles, muito por causa da tecnologia. A ascensão das fintechs é um grande marco de progresso tecnológico (LUO et al., 2022).

A tecnologia e a digitalização estão amplamente inseridas nos serviços das fintechs. Em seus serviços, as empresas de tecnologia fornecem soluções quase que exclusivamente digitais, de modo que o usuário possa utilizar dos serviços em plataformas, sites e aplicativos e resolver eventuais problemas sem precisar o suporte de estruturas físicas. O armazenamento em nuvem consiste em aspecto fundamental para viabilizar tudo isso.

2.2 Contexto digital

O processo de inovação também pode ocorrer em modelos de negócio gerando novas estruturas de mercado, as quais possuem características diferentes a estruturas presentes até então no setor (BARBOSA, 2018). Algo que ocorreu no setor financeiro, tendo como exemplo o surgimento das contas digitais em empresas dos setores de pagamentos e bancário.

De acordo com O’hanlon e Chishti (2021, p.33):

“Transformação digital é o que acontece em um negócio quando você aplica e integra a tecnologia digital. Inclui mudanças nos processos comerciais, modelos de negócios, especialização de domínio, tecnologia e cultura”.

“Um modelo de negócios é uma história sobre como uma empresa cria, oferece e captura valor” (KAPLAN, 2013, p.17). Para Gassmann, Frankenberger e Csik (2016) modelo de negócios consiste na junção de dois aspectos externos e dois internos da empresa, os quais definem quem são os clientes, quais são os produtos ou serviços da empresa, como isto é produzido e como gera rentabilidade para a empresa.

O avanço de tecnologias digitais e do acesso à internet consiste em um fator relevante para o avanço das fintechs. Segundo Zeltser (2017) os recentes avanços em tecnologias como a internet e as redes móveis demonstram a importância de modelos de negócios inseridos no contexto digital.

Um fator de grande destaque para a popularização destes serviços foi o grande aumento do número de pessoas com acesso à internet e a aparelhos eletrônicos. Segundo dados de pesquisa realizada pela NIC.br (2022), núcleo de informação do centro regional de estudos para o desenvolvimento da sociedade da informação (cetic), o Brasil, no ano de 2021, teve 152 milhões de usuários de internet, aproximadamente 81% da população acima dos 10 anos de idade.

As fintechs caracterizam-se, portanto, como negócios digitais. Negócios digitais são negócios baseados na utilização de tecnologias digitais afim de transformar processos da empresa e estratégias, além dos produtos e serviços oferecidos (BHARADWAJ et al., 2013 apud ZELTSER, 2017).

Com a recente digitalização e conseqüente aumento da concorrência e cenário competitivo, a inovação e sua aplicação aos modelos de negócios figuram como aspectos fundamentais para o sucesso de empresas. Gassmann, Frankenberger e Csik (2016) afirmam que o sucesso de empresas no longo prazo depende da criação de um modelo de negócio inovador.

Apesar da inovação em modelos de negócios consistir em uma grande transformação nas práticas existentes, ela também pode consistir na combinação e nova utilização de conhecimentos e práticas já existentes, a fim de gerar valor (KAPLAN, 2013). Ainda

segundo Kaplan (2013), as iniciativas de inovação corporativa, para obter sucesso, devem visar também inovação em modelos de negócios.

A partir de seu modelo de negócio inovador e digital, as fintechs vem se consolidando no setor financeiro e atraindo interesse de grandes companhias do ramo. De acordo com Lee e Shin (2017) as instituições financeiras tradicionais perceberam o poder disruptivo destes negócios e estão reavaliando seus modelos de negócio para aplicar as inovações das fintechs em seus próprios negócios.

Este modelo de negócios proporciona diversos benefícios e facilidades aos usuários dos serviços das empresas de tecnologia financeira como a redução de custos, rapidez e facilidade em realizar transações além da conveniência de localização e horários (MASCARENHAS *et al.*, 2021).

As fintechs, portanto, se inseriram em um contexto digital apresentando modelos de negócios inovadores e disruptivos, facilitando serviços e soluções para seus clientes. Com grande suporte tecnológico criaram modelos de negócio, os quais agradaram seus clientes e vem despertando atenção de grandes empresas em diversos ramos como bancos, seguradoras e até corretoras de investimento.

2.3 Consumidores

Quando falamos em fintechs uma das primeiras palavras que vem a mente é tecnologia. Apesar da importância desta para a execução e evolução dos serviços assim como a contribuição para captação de clientes ela não é a única responsável pelo sucesso e grande crescimento de usuários de serviços prestados por estas empresas.

Diniz (2020) aponta uma visão de especialistas e estudiosos do setor, na qual a volta ao foco no cliente trata-se da característica mais relevante do movimento de inovação das fintechs. A “volta ao básico”, conforme citado pelo autor, utilizou a tecnologia como meio para um fim que consiste na melhora da experiência dos clientes.

A experiência do consumidor consiste em todo o processo de utilização de um cliente com determinado produto ou serviço, desde a busca por informação até o pós-venda. Customer experience(cx) ou experiência do consumidor se baseia na combinação

entre os aspectos emocionais e físicos medidos intuitivamente em todos os pontos de contato de um usuário com determinado serviço ou produto (SHAW; IVENS, 2002).

Conforme citado anteriormente, pesquisas revelam a exigência do público brasileiro e a importância que o este fornece a sua experiência ao utilizar algum serviço ou produto. Outro dado que demonstra isso consiste no fato de que mais de 40% dos brasileiros deixam de interagir com uma marca que adoram após uma experiência negativa (PWC,2018).

Para Aaker (1996) a satisfação dos clientes consiste na relação entre as expectativas dos clientes e na percepção de qualidade dos produtos ou serviços das empresas, sendo que o sucesso em atingir as expectativas dos clientes ou superá-las gera a satisfação destes.

Uma importante métrica que avalia a satisfação dos clientes consiste no Net Promoter Score (nps), indicador o qual é constantemente associado as fintechs e bancos digitais. De acordo com pesquisa realizada pela Cva Solutions (2021) os bancos virtuais e os bancos premium possuem os maiores nps de seus clientes. Vale ressaltar que a pesquisa separa os segmentos comuns e premium (disponível para uma seleta clientela dos bancos).

“Identificar os critérios segundo os quais os clientes avaliam os serviços é uma maneira de compreender melhor as expectativas dos clientes” (CORRÊA e GIANESI, 2018, P.100). Além disso, estes critérios devem identificar e apontar os motivos que geram a satisfação dos clientes (CORRÊA E GIANESI 2018).

Medir a satisfação dos clientes e sua percepção acerca dos serviços prestados pela empresa é algo fundamental para o sucesso de qualquer marca e respaldo quanto a qualidade destes serviços.

Figura 1 - Os critérios de avaliação da qualidade do serviço.



Fonte: Corrêa E Giansesi (2018, p.103)

Tendo em vista os mais diversos aspectos levados em consideração na avaliação da qualidade de serviços e levando em consideração as características do setor financeiro, os jovens representam um grande desafio para as empresas financeiras tradicionais.

De acordo com Zmoginski (2019) a chamada geração Z (nascidos na segunda metade da década de 90 até 2010) apresenta pensamentos sobre serviços bancários os quais desafiam características de empresas tradicionais do setor como a preferência por não se deslocar até locais físicos como agências e a maior pesquisa por preços e características dos serviços em relação a outras faixas etárias.

Com esse foco na melhoria dos serviços e com o grande apoio de novas tecnologias disponíveis para dinamizar suas soluções, as fintechs inovaram gerando grandes transformações no setor financeiro, em geral. Tudo isso, a partir, de um novo modelo de negócios inovador e digital.

Nesse sentido, é inegável que as fintechs possuem um foco na experiência do cliente, e por meio de suas soluções fornecem serviços focados no cliente afim de tornar os serviços financeiros mais ágeis, eficientes e baratos, fatores os quais eram constante motivos de insatisfação por parte dos clientes com empresas financeiras tradicionais.

2.4 Aspectos tecnológicos

Através de suas plataformas online, por causa de um eficiente uso de tecnologia, com a oferta de serviços digitais as empresas dinamizaram os serviços financeiros existentes acelerando-os e reduziram despesas, redução a qual foi repassada ao consumidor (REIS, 2018).

Embora o “fenômeno fintech” não se resuma, somente, a transformações tecnológicas, estas permitiram a oferta de diversos serviços que não eram possíveis no passado (DINIZ,2020).

Por meio de tecnologias como armazenamento de dados em nuvem e a utilização de sistemas de Saas ou Software as a Service – utilização de dados na nuvem para fornecimento de soluções de tecnologia através do uso da internet – as fintechs diminuiram a burocracia de procedimentos, agilizando os mesmos e reduziram custos, visto a menor necessidade de gastos com recursos físicos.

Para Cândido e Junior (2022) grande parte da utilização de recursos na internet depende do armazenamento em nuvem. Computação em nuvem consiste em uma rede compartilhada de recursos computacionais como armazenamento, banco de dados e servidores, a qual concede constante disponibilidade e acesso a estes mecanismos. (MELL; GRANCE, 2011)

Segundo O’Hanlon e Chishti (2021, p.142) a nuvem:

“É um meio pelo qual uma corporação pode ter uma computação sob demanda e um armazenamento barato e simples. A nuvem pode ser usada para o armazenamento de dados e/ou processamento computacional, parecido com os servidores locais.”

Segundo O’Hanlon e Chishti (2021) os principais fatores que motivaram o grande aumento do armazenamento e computação em nuvem consistem na aceleração de processos e no fornecimento de interfaces mais simples. Além disso, os autores também citam que, atualmente, é impensável fintechs não utilizarem a computação em nuvem, visto que justamente o que diferencia elas das empresas tradicionais são a agilidade e praticidade de seus serviços.

Outro ponto importante consiste na forma que com que as empresas de tecnologia lidam com os dados coletados e sua análise futura destes, visto que a quantidade de

informação que empresas deste ramo coletam é imensa. Vale ressaltar, que o interesse nas informações extraídas por empresas tem crescido muito e vêm adquirindo, cada vez mais, valor. “Dados são o coração da economia digital” (GUPTA e THAM, 2018, p. 13).

Para Rossetti e Morales (2007) o avanço das tecnologias de informação e comunicação aliados ao uso de sistemas de informação, como por exemplo a internet, fornecem meios de extração de conteúdo e conhecimento para as organizações empresariais contribuindo para a tomada de decisões destas.

Apesar do rápido avanço das fintechs, muitas incertezas ainda envolvem o futuro seu futuro. Diversos riscos e desafios se tornam presentes no ambiente competitivo destas empresas. Para (DINIZ, 2020, p.231) “De certo não sabemos ainda quais bancos, fintechs ou bigtechs sairão vencedores após esse movimento ganhar ainda mais corpo e a competição se intensificar nos próximos anos”.

Segundo Chishti e Barberis (2017) cinco fatores serão fundamentais para as fintechs para o futuro das fintechs: Experiência do cliente, conexão entre tecnologia e finanças, monetização de dados, criptotecnologia/blockchain e adaptação ao provável aumento da atuação de órgãos reguladores nesse setor.

2.5 Fintechs

Fintechs, como o nome já diz, consistem, literalmente, na junção das palavras finanças e tecnologia. O aspecto essencial delas consiste na aplicação de tecnologia em seus serviços para oferecer serviços financeiros novos ou melhores (THAKOR, 2020).

Para Rubini (2019), a indústria de tecnologia financeira consiste em empresas que, apesar do ramo em que estão inseridas nessa indústria, estão, através do suporte de novas e modernas tecnologias, trazendo inovação a seus serviços e assim transformando os serviços financeiros.

As fintechs, a partir de seu jeito inovador e sua utilização da tecnologia, vem dinamizando os serviços financeiros para pessoas e empresas fornecendo com seus serviços mais agilidade, rapidez e custos mais baixos a seus clientes. Segundo Lee e

Shin (2017) as startups no ramo da tecnologia financeira conseguem lançar, rapidamente, serviços inovadores, a partir de seus times de desenvolvedores.

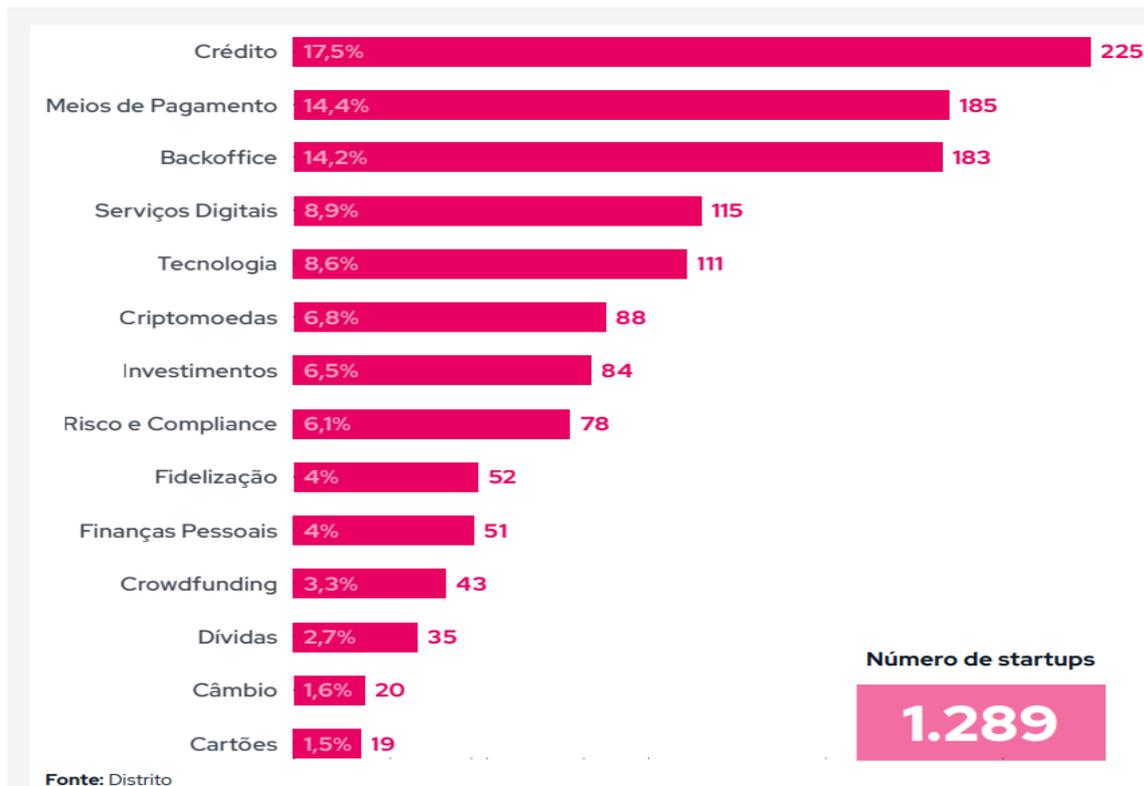
Segundo Thakor (2020) as fintechs são parte do processo de inovação financeira que podem gerar novos serviços, processos e modelos de negócio. Ainda conforme o autor, estas empresas representam uma ameaça a serviços financeiros tradicionais. Para Diniz (2020), as fintechs não vem apenas para transformar aspectos tecnológicos no setor, mas também para preencher lacunas deixadas por estruturas lentas.

Muito se fala na revolução que as fintechs causaram e nas mudanças que elas trouxeram, mas tudo isso consiste e é baseado no consumidor. Segundo Diniz (2020) o que realmente mudou foi o mundo, as necessidades e expectativas do consumidor, através da facilidade dos meios de comunicação que evoluíram.

Em um mundo mais dinâmico e conectado, como ocorre nos dias atuais, não faz mais sentido aos usuários e clientes esperar por horas para realizar simples serviços financeiros, ter que perder tempo com centrais telefônicas ou precisar se deslocar até as instituições para conseguir o que precisa.

O setor financeiro é enorme, complexo e composto por diversos segmentos. Como parte desta enorme estrutura e buscando se inserir nela em diversos nichos, as fintechs são divididas por tipos, com base em seu principal ramo de atividade, sendo que algumas escalaram seus negócios a ponto de prestar diversos serviços financeiros distintos.

A Redação Xp Educação (2022) nos apresenta dez tipos de fintechs que estão em alta no Brasil, são eles: Investimentos, criptomoedas e blockchain, seguros, pagamentos, gestão financeira, crowdfunding, empréstimos, eficiência financeira, contabilidade e negociação de dívidas.

Figura 2 – Fintechs por categoria

Fonte: Distrito (2020, p.15)

2.5.1 Fintechs no setor de pagamentos e bancos digitais

Entre as principais categorias no universo das fintechs brasileiras os segmentos de bancos digitais e meios de pagamento seguidamente recebem grande destaque devido a grande quantidade de empresas inseridas no setor e sua crescente popularidade e conseqüente aumento do número de clientes.

Historicamente, o Brasil concentra grande parte de seus serviços financeiros nos grandes bancos, fato que o tornou por muito tempo dependente destas grandes estruturas. Para Zogbi (2018) o Brasil é um país propício ao crescimento de fintechs dadas suas características e problemas das grandes empresas. Além disso, a autora ainda afirma que o país apresenta grande avanço em tecnologias voltadas ao setor financeiro.

Segundo Braido, Klein e Papaleo (2021, p.22): “As *fintechs* têm criado uma nova realidade financeira global, provendo acesso a serviços que antes se concentravam nos bancos”.

As fintechs de meios de pagamentos como pagseguro e picpay, por exemplo, consistem em instituições de pagamento e surgiram inicialmente com foco em facilitar as transações financeiras por partes seja com links de pagamento, transferências e máquinas de pagamento. Atualmente, diversas empresas já contam com plataformas muito completas com serviços voltados para pessoas físicas e jurídicas como contas de pagamentos, cartões de crédito além de lojas virtuais e serviços de fidelização. Por outro lado, os bancos digitais, como o banco inter, por sua vez consistem em instituições financeiras, as quais oferecem serviços financeiros como transferências, conta corrente, serviços de empréstimo, investimentos e contas de pessoa jurídica tudo de maneira 100% digital através de contas digitais (PAYSMART, 2021).

Recentemente, empresas destes segmentos no Brasil ganharam muita popularidade e viram um expressivo aumento em suas bases de clientes. Fatores socioeconômicos como a grande quantidade de pessoas desbancarizadas no país se encaixaram perfeitamente com os anseios de crescimento das empresas provedoras de contas digitais e de pagamentos.

De acordo com dados do global findex, o banco de dados internacional mais importante de pesquisas sobre inclusão financeira, em 2011, menos de 60% da população adulta brasileira (consideradas pessoas com mais de 15 anos) possuía contas em instituições financeiras (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2017). De acordo com dados mais recentes do global findex a porcentagem da população considerada adulta que possui contas financeiras saltou para 84% (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2023).

Considerando este grande espaço para crescimento, empresas como os bancos digitais e fornecedoras de contas de pagamento se aproveitaram e forneceram serviços financeiros ágeis e baratos focando em grupos os quais muitas vezes tinham dificuldades em conseguir contas bancárias e crédito de instituições financeiras, como jovens e pessoas com renda não muito elevada. O forte crescimento do número de clientes de empresas como o nubank e banco inter reforçam estes posicionamentos.

De acordo com dados disponibilizados pelo Nubank (2023), em sua apresentação de resultados do 4º trimestre de 2022, a empresa atingiu, no Brasil, a incrível marca de 70,9 milhões de clientes partindo da marca de 6 milhões de clientes em 2018. Já o banco inter, em sua apresentação do investor day 2023, revela ter atingido a marca

de 24,7 milhões de clientes, crescimento de mais de 16x em relação a quantidade de 1,5 milhões de clientes que o banco possuía em 2018 (INTER&CO, 2023).

Vale ressaltar no levantamento do banco inter sua grande quantidade de clientes de faixa etária jovem com aproximadamente 70% dos clientes possuindo menos de 35 anos de idade, além disso a apresentação ainda revela um equilíbrio entre as faixas de renda e uma boa inclusão bancária com 46% dos clientes possuindo renda inferior a dois salários-mínimos (INTER&CO, 2023).

A ascensão destas empresas no setor de meios de pagamento também foi responsável por mudanças nas características das transações financeiras no país. Dados indicam o forte crescimento dos canais digitais e uma contribuição destes como impulsionadores do aumento do volume de transações financeiras, sendo que, atualmente, 70% das movimentações financeiras no país são feitas digitalmente (FEBRABAN, 2022).

Esta pesquisa de tecnologia bancária realizada pela Febraban (2022) ainda demonstra a importância da tecnologia em instituições financeiras através do exponente crescimento de 66% da abertura de contas por meios digitais que superou pela primeira vez a quantidade de contas abertas fisicamente.

Além do crescimento na base de clientes das fintechs destes segmentos nos últimos anos, elas vêm recebendo bastante atenção e notoriedade por causa da qualidade de seus serviços e pela satisfação de seus consumidores. Constantemente vemos estas empresas liderando índices de satisfação de clientes.

Conforme ranking elaborado pela Forbes USA, o qual avalia a satisfação dos clientes, confiabilidade, digitalização, atendimento e assessoria financeira, bancos digitais como nubank (1º), banco inter (2º), C6 bank(3º) e instituições de pagamentos como o pagbank (5º) ocupam as principais posições no ranking dos melhores bancos do Brasil em 2022, além disso vale ressaltar que apenas duas instituições fora do universo das fintechs estão entre as oito primeiras do ranking (FERNANDES,2022).

O nps (Net Promoter Score) indicador já mencionado, o qual mede desempenho e satisfação dos usuários e clientes, consiste em um importante indicador e é muito utilizado por empresas do ramo digital para avaliação da qualidade de seus serviços.

Segundo dados de pesquisa realizada pela SoluCX com importantes instituições, as fintechs Nubank, banco Inter e Pagbank apresentaram melhores resultados em relação a Itaú, Bradesco, Santander e Banco do Brasil sendo que nubank e banco Inter apresentar números muito superiores as demais instituições (CIECELSKI, 2022).

2.5.2 Investidores, jovens e fintechs

As fintechs de modo em geral vêm atraindo o interesse dos jovens devido a fatores como sua acessibilidade e rapidez, custos e taxas reduzidas além de sua flexibilidade. No setor dos investimentos isso não é diferente e deste modo estas empresas vem democratizando e facilitando o acesso das pessoas a produtos de investimento.

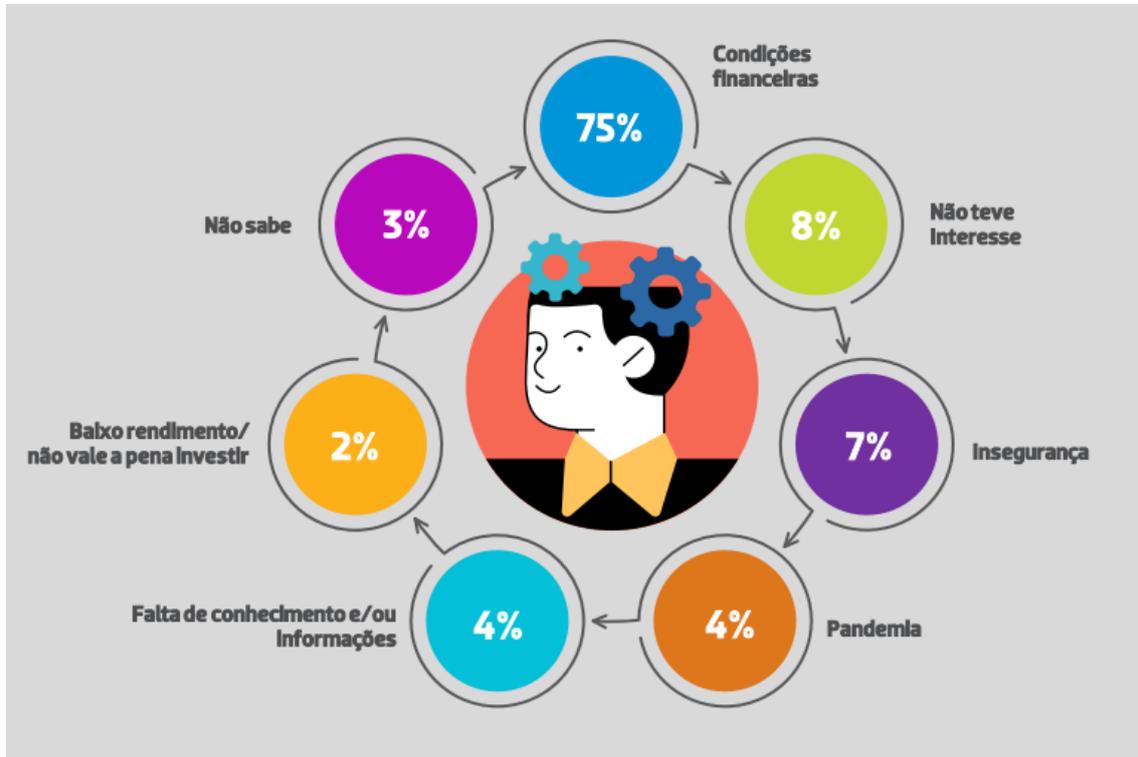
A população brasileira, historicamente, apresenta grandes problemas no quesito investimento. Seja por problemas com endividamento da população ou falta de conhecimento sobre produtos financeiros, a parcela da população que aplica seu dinheiro está longe de um número ideal.

Segundo a terceira edição da pesquisa Raio X do investidor brasileiro, a qual conta com participantes das classes a, b e c, publicada pela Anbima (2020), 52% dos brasileiros não têm, espontaneamente, conhecimento de nenhum produto financeiro, além disso apenas 44% da população tem algum dinheiro investido sendo 29% realizou investimentos no ano de 2019 (ano de realização da pesquisa).

A 5ª edição da pesquisa Raio X do investidor brasileiro, a qual contou também com participantes das classes D e E demonstra dados mais amplos e representativos de toda a população brasileira. Esta pesquisa demonstra que dos 84,5% dos participantes que possuem renda apenas 28,1% investem em produtos financeiros (ANBIMA, 2022).

Apesar de diversos fatores como falta de conhecimento sobre tipos de investimento e produtos financeiros assim como insegurança e medo ao investir, a principal razão para a população não investir mais segue sendo a falta de condições financeiras.

Figura 3 - Razões para não fazer nenhum tipo de investimento em 2021



Fonte: ANBIMA (2022, p.34)

A partir de fatores como as mudanças geradas pela reforma da previdência e o maior acesso a informação e serviços financeiros devido ao avanço dos meios digitais, a busca e interesse por produtos financeiros de investimento vem ganhando importância pela população, principalmente os mais jovens.

De acordo com Rocha (2021) o interesse de jovens por investimentos em bolsa de valores vem aumentando amplamente e a presença de jovens da geração Z nas bolsas de valores brasileira e americana vem aumentando de modo superior a outras faixas etárias.

O jovem brasileiro, atualmente, está mais preocupado com seu futuro e tem buscado formas de proteger seu dinheiro conquistado e rentabilizar este. De acordo com Rocha (2022) os jovens têm visto os investimentos como uma forma de estabilidade e o maior acesso à informação tem feito com que cada vez mais jovens se tornem investidores.

Assim como em outros segmentos do setor financeiro o avanço da tecnologia e a inovação aplicada ao setor de investimentos recentemente tem contribuído para a

atração de um público jovem para este mercado e, segundo dados da B3 (Brasil, bolsa e balcão), 62% dos investidores pessoa física possuem menos de 40 anos de idade sendo que a porcentagem dos novos entrantes na bolsa de valores desta faixa etária chega aos 72% (ROCHA, 2022).

Segundo dados da Anbima (2022) a utilização da tecnologia e dos meios digitais no ramo de investimentos também é uma característica marcante por parte dos jovens e membros das gerações Z e Y (pessoas com menos de 40 anos) os quais preferem aplicativos ao invés de ir pessoalmente a agências para realizar investimentos, ao contrário do que gerações com pessoas mais velhas.

Neste sentido, as fintechs de investimento através de seu dna digital vem atraindo bastante atenção dos investidores. Estas empresas deste segmento atuam junto ao mercado financeiro e nos ramos de capitais, criptoativos, câmbio e até no ramo imobiliário.

As fintechs de investimentos buscam oferecer aplicações financeiras a seus clientes de forma 100% digital e segura através de aplicativos, sites e suas plataformas (REDAÇÃO XP EDUCAÇÃO, 2022). Empresas desta categoria visam oferecer produtos financeiros e rentabilidade através de maneiras menos burocráticas e custosas ao consumidor.

3. Procedimentos Metodológicos

Neste capítulo serão apresentados os procedimentos e métodos que serão utilizados para atingir o objetivo da pesquisa. Segundo Gil (2017), método consiste em todo o percurso, composto por técnicas, procedimentos e estratégias, realizado pelo pesquisador desde a formulação do problema até a formulação das conclusões.

O setor das fintechs vem apresentando grande crescimento e gerando diversas transformações no setor financeiro, assim através de reportagens, estudos científicos e dados de fontes de pesquisa com referência no setor, foi uma caracterização e análise inicial a este avanço destas empresas.

Após isso, será realizada a coleta de dados a partir de pesquisa através de um formulário com um público jovem composto por diversos usuários de serviços fornecidos por empresas de tecnologia financeira nos setores de pagamentos, bancário e de investimentos.

A pesquisa buscará coletar dados através do questionário para analisar em conjunto e complementar a caracterização feita sobre o setor a partir de dados secundários que foram apresentados na revisão teórica.

3.1 Levantamento de dados e tipo de pesquisa:

Para elaboração da pesquisa foi escolhido realizar um levantamento de dados através de uma pesquisa Survey que contou tanto com algumas perguntas abertas quanto fechadas por meio de um formulário na plataforma google forms com uma amostra de 120 pessoas, entre elas a maioria de faixa etária jovem.

O formulário com clientes e usuários dos serviços das fintechs buscará entender e complementar a base teórica referente aos motivos do sucesso do modelo de negócios digital das empresas de tecnologia financeira com seus clientes e suas percepções e possíveis vantagens em relação a empresas tradicionais.

Pelo fato de a pesquisa conter perguntas abertas e fechadas e por causa da não utilização de ferramentas estatísticas para a interpretação dos dados e geração de resultados para a pesquisa, esta permite a caracterização como pesquisa survey qualitativa.

3.2 Método de análise dos dados

Para a análise dos dados obtidos através do formulário de pesquisa e de dados secundários coletados obtidos de instituições de prestígio no meio, será realizada a técnica de análise de conteúdo, a fim de interpretar motivações e o relacionamento do público com as fintechs.

“A análise de conteúdo é considerada uma técnica para o tratamento de dados que visa identificar o que está sendo dito a respeito de determinado tema” (VERGARA, 2015, p.7). Deste modo, a pesquisa deste trabalho buscará identificar a opinião dos usuários de fintechs com os aspectos que envolvem os seus serviços.

“A análise de conteúdo admite tanto abordagens quantitativas quanto qualitativas ou, ainda, ambas, apesar de ter sido concebida com base na quantificação” (BARDIN, 1977; FREITAS, CUNHA JR. e MOSCAROLA, 1996; LAVILLE e DIONNE, 1999 apud VERGARA, 2015, p.8).

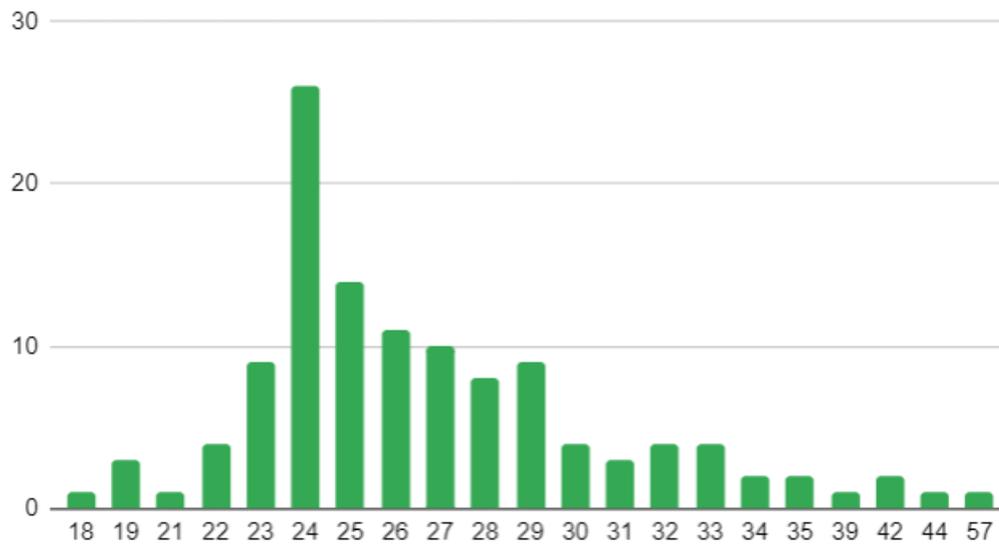
3.3 Amostra

A amostra da população dos usuários de serviços financeiros fornecidos por fintechs escolhida para aplicação da pesquisa e resposta do formulário foi composta majoritariamente por jovens em âmbito universitário, sejam estudantes ou pessoas que já concluíram sua graduação em ensino superior.

Amostra é uma parcela da população através da qual se busca obter dados sobre esta população, a amostra é utilizada como forma de poupar tempo e recursos no processo de pesquisas e delimitar aspectos para representar essa população (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013).

Gráfico 1 - Idade dos participantes

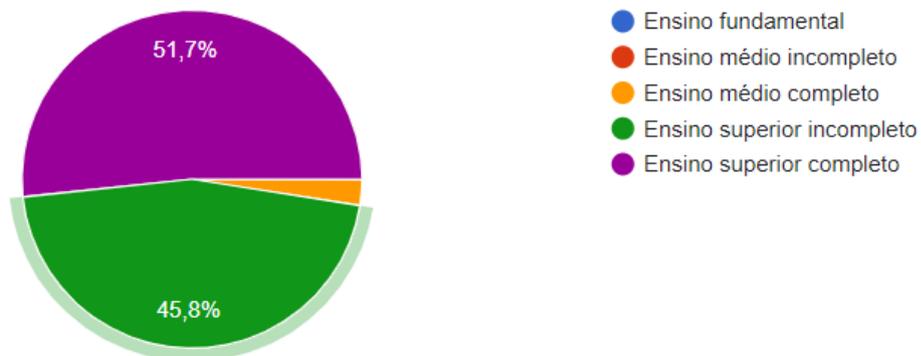
Idade dos participantes



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

A amostra escolhida, portanto, contou com, aproximadamente, 96% dos participantes tendo 35 anos de idade ou menos e concentrando a maior parte dos participantes entre os 23 e 29 anos de idade com a mediana de idade de 26 anos.

Gráfico 2 – Grau de escolaridade



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Os participantes dessa pesquisa consistem em grande maioria de estudantes universitários ou pessoas que já concluíram o ensino superior.

4. Análise dos dados

Com a evolução dos meios de pesquisa e grande aumento da quantidade informações sobre serviços financeiros o público em geral passou a aumentar o nível de exigência para contratar ou adquirir este tipo de serviço. A população jovem apoiada por maior facilidade e interação com os recursos tecnológicos liderou este processo.

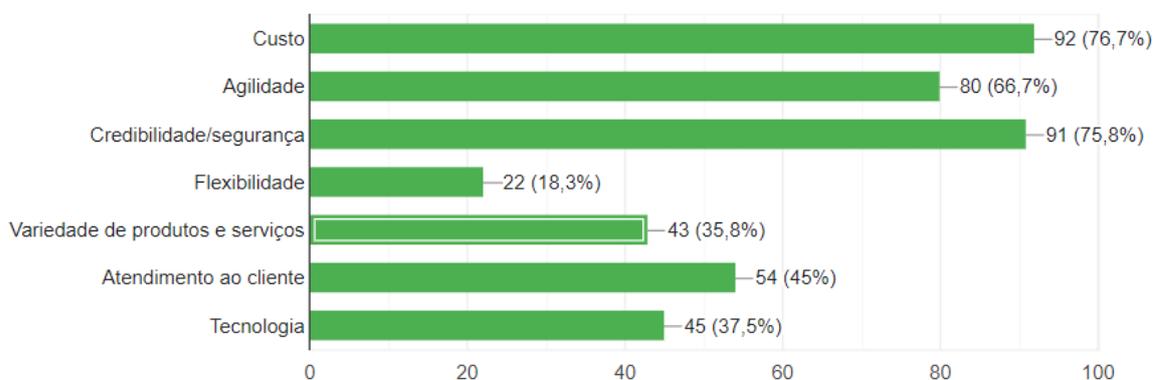
Nesta seção serão utilizados os dados obtidos através da pesquisa realizada e dados disponíveis de instituições de prestígio para analisar a relação dos jovens com os serviços ofertados por empresas de tecnologia financeira.

4.1 Preferências e confiança

A escolha de instituições financeira para contratar serviços consiste em uma importante etapa na vida das pessoas principalmente quando se trata de instituições bancárias e de investimentos, visto que são nessas instituições em que se mantém o dinheiro adquirido ao longo do tempo com o esforço do trabalho.

Diversos fatores impactam no ato de decisão de instituição, a qualidade dos serviços prestados é percebida através de diferentes motivos pelos consumidores como os custos e tarifas aplicadas pelas instituições, a rapidez dos serviços, a segurança em utilizar estes serviços etc.

Gráfico 3 – Fatores influenciadores para aquisição de serviços financeiros



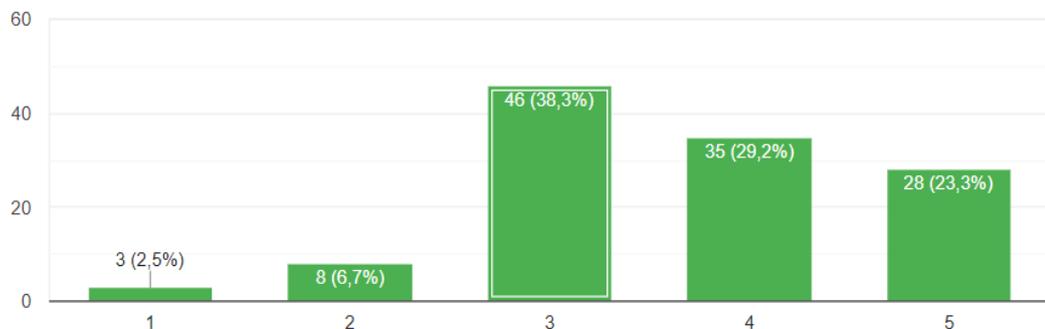
Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Segundo os dados coletados os fatores que mais influenciam na tomada de decisão para utilizar um serviço financeiro são o custo dos serviços, a agilidade destes e a credibilidade e segurança que a instituição financeira passa aos seus clientes.

Em pergunta aberta feita aos participantes da pesquisa a qual buscava identificar as principais razões que fazem com que para os participantes utilizem serviços prestados por fintechs ou fariam com que utilizassem, os motivos que mais foram mencionados são preço, agilidade e praticidade.

Gráfico 4 – Confiança e segurança das empresas tradicionais em relação as fintechs

As empresas financeiras tradicionais são mais confiáveis e seguras que as fintechs



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Em uma escala de 1 a 5 onde o menor equivale a discordo totalmente e o maior a concordo totalmente, nota-se que ainda há uma sensação de maior segurança por parte de empresas tradicionais, apesar disso pouco mais da metade dos participantes (52,5%) afirmou de fato acreditar que as fintechs são menos confiáveis e em outra pergunta a qual questionou se as fintechs eram empresas confiáveis mais de 90% dos participantes afirmaram que acreditava que sim.

Durante o período final de realização do trabalho ocorreu nos Estados Unidos um fato que abalou o cenário mundial das fintechs e gerou grande medo e desconfiança dos brasileiros com estas empresas e, principalmente, os bancos digitais. A falência do Silicon Valley Bank, considerado o 16º maior banco dos Estados Unidos pelo federal reserve ou FED (banco central americano), foi a segunda maior falência de um banco na história americana (ARAÚJO, 2023).

Este fato gerou muita repercussão e preocupação com startups e fintechs no Brasil, visto que este banco era focado em fornecer serviços de financiamento para startups e empresas de tecnologia. No momento, ainda é difícil saber os reais impactos nas fintechs brasileiras visto que as exposições destas a este banco são protegidas por sigilo bancário (ARAUJO, 2023).

Apesar do fato de que algumas startups brasileiras tinham exposição ao banco e serão atingidas com a falência do banco, muitas das principais fintechs brasileiras como nubank, c6 bank, banco inter e pagseguro emitiram notas afirmando que não possuem nenhuma exposição ao banco americano.

4.2 Experiência dos usuários e contexto digital

O público brasileiro consiste em uma base de consumidores altamente exigente quanto a qualidade dos serviços que adquire e com sua experiência durante a utilização destes serviços. A experiência do usuário por se tratar da percepção das qualidades deste em relação com as expectativas quanto a ele varia bastante de acordo com as preferências de cada usuário.

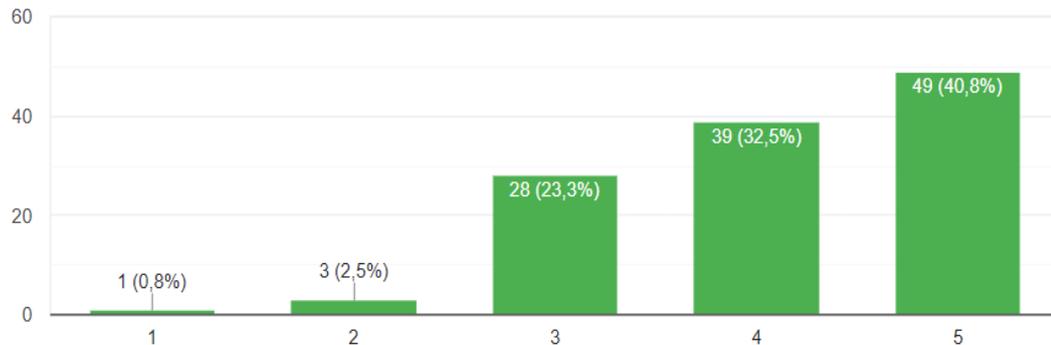
Segundo a Pwc (2018) as gerações z e y (millenials), pessoas com menos de 35 anos, não possuem diferenças significativas quanto a suas expectativas em relação a experiência de compra e o fator mais importante para a geração z consiste nas experiências com dispositivos móveis, fator mais relevante do que fidelidade a determinada marca e confiança.

Em linha com a exigência dos consumidores brasileiros 83,3% dos participantes afirmam que uma experiência positiva é um fator fundamental para a escolha dos clientes em utilizar um serviço financeiro, sendo que outros 15,8% consideram importante. Além disso, 93,3% concordam que os recursos tecnológicos oferecidos por empresas financeiras são fundamentais para uma experiência positiva.

Tendo em vista esta importância dos recursos tecnológicos para os usuários, a pesquisa buscou a percepção dos participantes quanto ao serviço digital que as empresas financeiras oferecem através de suas plataformas.

Gráfico 5 – Plataformas de fintechs vs tradicionais

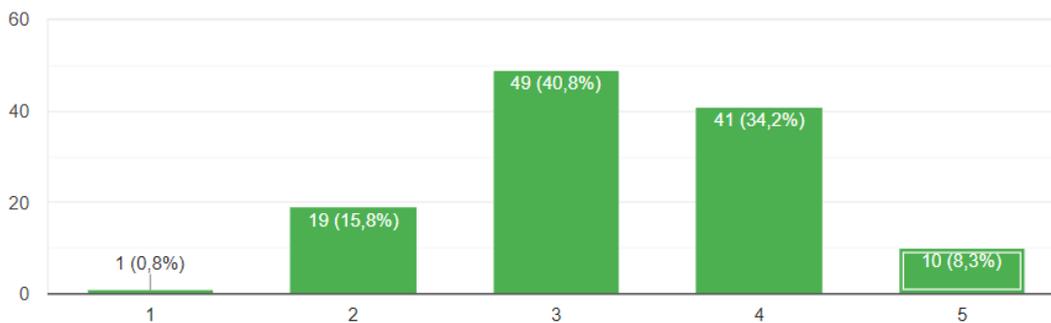
As fintechs possuem melhores plataformas digitais em relação as empresas financeiras tradicionais



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Gráfico 6 – Plataformas digitais de empresas tradicionais

As empresas financeiras tradicionais possuem boas plataformas digitais



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Com base na escala 1 (discorda totalmente) a 5 (concorda totalmente) nota-se que 73,3% dos participantes acredita que as fintechs possuem plataformas digitais superiores a empresas financeiras tradicionais e apenas 42,5% acredita que as empresas tradicionais possuem boas plataformas digitais.

Vale ressaltar que este é um aspecto muito relevante para gerações mais jovens, as quais estão, cada vez mais, inseridas no setor financeiro e consistem em fortes

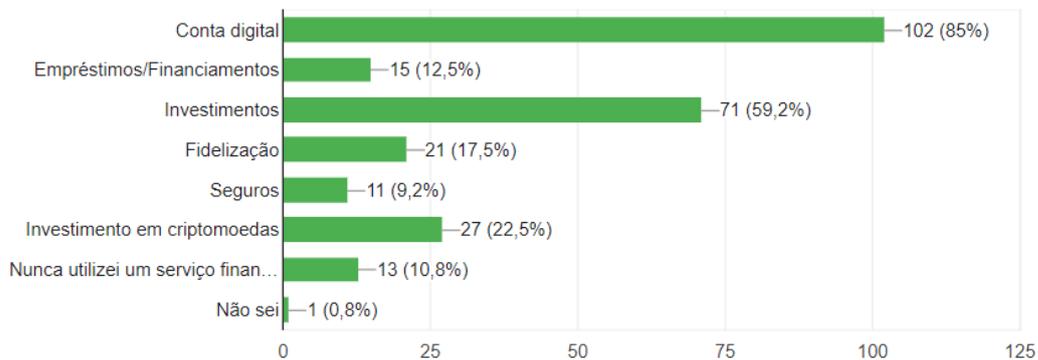
incentivadores e parcela relevante das bases de clientes de empresas financeiras digitais.

4.3 contas e investimento

Contando com uma grande maioria de usuários de fintechs a pesquisa buscou também identificar quais os serviços destas empresas que as pessoas costumavam utilizar.

Gráfico 7 – Serviços utilizados por meio de fintechs

Quais desses serviços financeiros você já utilizou por meio de uma fintech?



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

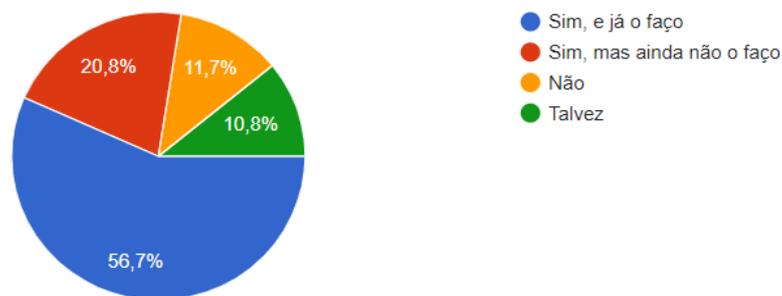
Conforme esperado, nota-se que os serviços mais populares entre os participantes consistem nas contas digitais e investimentos. Em pergunta realizada na sequência, nota-se que a esmagadora maioria dos participantes que utilizaram estes serviços ficou satisfeita com eles de modo que apenas 2,5% afirmaram que não tiveram uma experiência positiva.

Quanto a questão das contas bancárias digitais a grande maioria dos participantes afirmou possuir conta deste tipo e mais de 90% dos participantes afirmou estar satisfeito com os serviços recebidos. O grande avanço das fintechs neste segmento também é ressaltado pelas iniciativas de bancos tradicionais em fornecer serviços dessa natureza, como por exemplo os bancos Itaú e Bradesco ao criar a conta digital Iti e o banco digital next, respectivamente.

A partir dos dados coletados, percebe-se também uma boa intenção de uso e utilização das contas em bancos digitais como contas bancárias principais dos usuários em questão.

Gráfico 8 – Conta Principal

Você adotaria uma conta em um banco digital como sua conta principal?



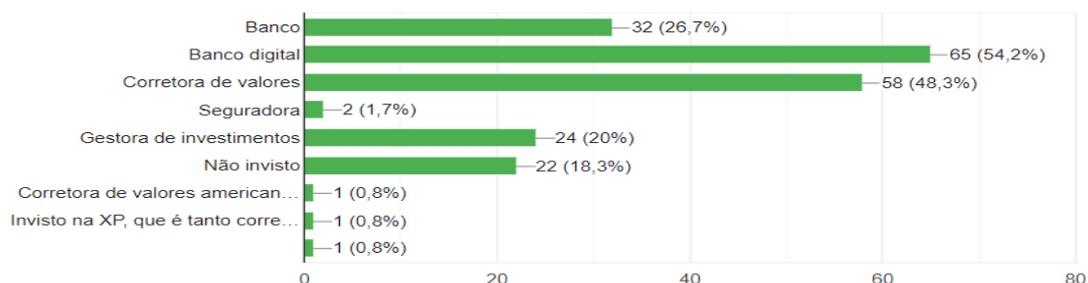
Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Nota-se que 77,5% dos respondentes afirmaram que adotariam uma conta em banco digital como conta bancária principal e destes 56,7% já faz isso. Apenas 11,7% afirmaram de fato que não adotaria esta prática e 10,8% estão na dúvida se utilizariam ou não.

Em relação a investimentos, os dados coletados vão de acordo conforme a tendência de crescente interesse por parte dos jovens sobre este tema. Pouco mais de 80% de quem respondeu o formulário declarou investir o seu dinheiro em produtos financeiros que não sejam poupança ou rendimento automático de contas digitais.

Gráfico 9 - Instituição em que investe

Em que tipo de instituição você investe?



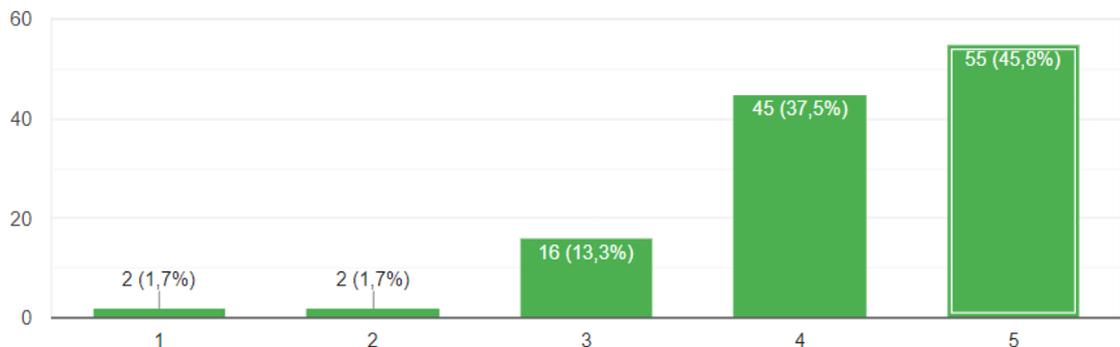
Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Para realizar investimentos, os tipos de instituições preferidos dos usuários foram os bancos digitais e as corretoras de valores, segmento no qual as empresas digitais vem adquirindo bastante relevância. Apesar de um número relevante de investidores que utilizam bancos e outras empresas sem ser fintechs, o elevado número de pessoas da amostra que investe através de bancos digitais chama atenção e demonstra a confiança que os jovens vêm adquirindo e depositando nas empresas digitais.

Conforme podemos perceber, os jovens possuem uma relação muito positiva com as fintechs e apreciam os aspectos inovadores e digitais presentes nos serviços prestados por elas. A rapidez e praticidade destes serviços conferem um dinamismo e uma facilidade no uso destes que gera grande destaque na percepção dos jovens.

Gráfico 10 – Serviços práticos e eficientes

As fintechs oferecem serviços mais práticos e eficientes do que empresas financeiras tradicionais



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

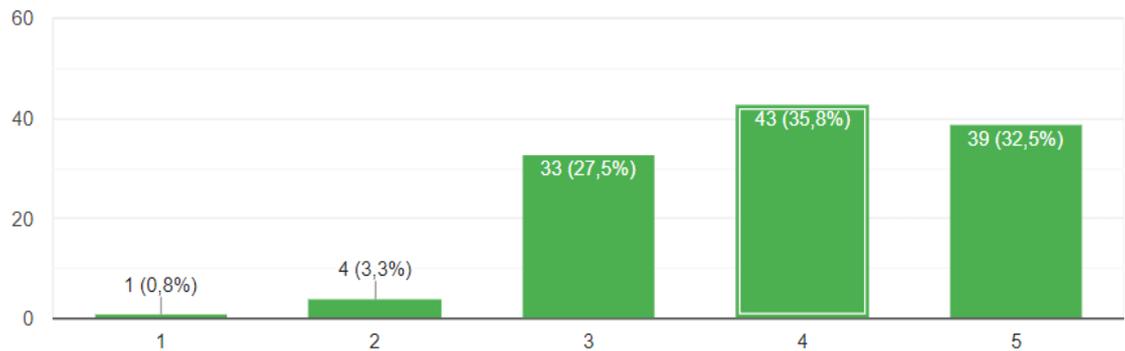
Neste contexto, de praticidade e agilidade, o gráfico nos mostra que mais de 80% dos participantes acredita que as fintechs oferecem serviços mais práticos e eficientes do que empresas tradicionais. Fatores estes que, além dos custos, são muito importantes e estão inseridos na percepção dos jovens em geral e dos que participaram desta pesquisa nos motivos que fazem escolher entre os serviços financeiros disponíveis.

Com o acesso a informação e a crescente uso de dispositivos móveis e digitais para a realização de serviços assim como os financeiros, as fintechs vem avançando e conquistando uma grande base de clientes, principalmente, entre faixas etárias mais

jovens, visto que possuem mais afinidade com os aspectos tecnológicos presentes nos serviços.

Gráfico 11 – Mais utilização de fintechs

Pretendo utilizar, cada vez mais, serviços prestados por fintechs



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

É possível afirmar que a população em geral e, especialmente os mais jovens, vem adotando o uso de serviços prestados por fintechs no dia-a-dia a fim de adquirir mais agilidade tanto em serviços rotineiros quanto serviços financeiros mais impactantes em suas vidas.

Conforme estes dados apresentados, as pessoas pretendem utilizar mais vezes os serviços financeiros prestados por fintechs sendo que apenas pouco mais de 30% dos participantes da pesquisa consideram não utilizar mais vezes do que já utiliza os serviços dessas empresas.

5. Considerações finais

Neste capítulo serão apresentadas as considerações finais sobre o conteúdo apresentado nesta pesquisa. Esta parte será dividida em duas seções, sendo que a primeira abordará as conclusões extraídas do estudo com base nos objetivos propostos e a segunda irá apresentar as principais limitações no âmbito desta pesquisa.

5.1 Conclusões

As fintechs, portanto, consistem em empresas de tecnologia voltadas ao setor financeiro as quais através da inovação e adoção de um modelo de negócios digital e focado no cliente agilizaram e dinamizaram os serviços financeiros gerando mais benefícios e uma melhor experiência para seus clientes e usuários.

A partir de suas plataformas digitais e de tecnologias como a computação em nuvem, estas empresas facilitaram e agilizaram o acesso das pessoas a serviços financeiros cotidianos como contas correntes (neste caso contas digitais) e transferências assim como outros serviços mais complexos como investimentos, tudo isso com mais rapidez, menos burocracia e menor custo.

Devido a acessibilidade e ampliação de seus serviços as fintechs rapidamente conquistaram uma grande quantidade de clientes, os quais, muitas vezes, tinham dificuldades em obter serviços financeiros com empresas tradicionais ou que estavam insatisfeitos com fatores como burocracia e tarifas destas empresas.

O público brasileiro conforme os dados levantados apresenta uma grande exigência quanto a suas experiências ao adquirir produtos e serviços e facilmente pode buscar outras instituições caso não esteja satisfeito com os serviços recebidos.

Com o aumento das informações disponíveis e capacidade de pesquisa da população, principalmente a partir dos avanços digitais, este exigente público passou a obter mais ferramentas e meios para se informar acerca dos serviços disponíveis e assim facilitar seu processo de escolha.

Segundo a pesquisa realizada, fatores como custos, agilidade e segurança estão entre os mais importantes no processo de decisão dos consumidores ao escolher as

suas instituições financeiras. Além disso, é possível afirmar que as pessoas e, principalmente, os jovens atribuem grande importância nos recursos tecnológicos utilizados por empresas e que estes consistem na percepção do público como aspecto muito importante para uma experiência do consumidor positiva.

Com base nas informações levantadas fica evidente que as fintechs obtêm vantagens em relações a empresas tradicionais nos quesitos de preços e tarifas, rapidez e agilidade dos serviços e na utilização dos recursos tecnológicos disponíveis. Apesar de, no geral, haver mais confiança na credibilidade e segurança dos serviços de bancos e empresas tradicionais, os participantes do questionário de pesquisa, os quais em maioria possuem menos de 35 anos de idade, afirmaram, em grande maioria, acreditar que as fintechs são empresas confiáveis sendo que estes ficaram divididos ao ser questionados sobre a maior confiabilidade e segurança das empresas tradicionais em relação as empresas tecnologia e, apenas, pouco mais da metade afirmou concordar com este fato.

Deste modo, percebe-se, cada vez mais, uma aceitação e adoção das fintechs por parte dos brasileiros e, principalmente, dos jovens os quais possuem grandes afinidades com o modelo de negócios digital das fintechs e as implicações que este gera nos serviços financeiros com menores custos, menor burocracia e mais agilidade.

As fintechs vem, portanto, dinamizando e transformando os serviços financeiros tornando-os mais ágeis e baratos ao consumidor e, deste modo, ampliando rapidamente sua base de consumidores. Os serviços que mais se destacam estão nas contas de pagamento e em bancos digitais, assim como o setor de investimentos, o qual vem ganhando maior relevância, no Brasil.

O público jovem vem liderando na utilização de serviços prestados por essas empresas digitais e consistem em parte fundamental para as estratégias de negócios das fintechs, as quais vem adquirindo mais e mais relevância dentro do mundo dos negócios e transformando práticas e modelos de negócios utilizados no setor financeiro a nível global.

5.2 Limitações da pesquisa

A pesquisa survey realizada limita-se pelo tamanho e contexto de sua amostra, a qual engloba uma maioria de jovens e de estudantes universitários ou pessoas que já concluíram o ensino superior, sendo que estes participantes são em enorme maioria gaúchos das cidades de Porto Alegre e Santa Maria.

Neste sentido, os dados coletados pelo formulário ficam limitados as percepções e opiniões desta amostra, jovem, e deste contexto social, ensino superior, em que os participantes estão inseridos, sendo que, apenas, os dados secundários englobam dados mais relevantes de outras faixas e contextos sociais.

Por fim, a escolha de método de análise dos dados coletados também pode gerar limitações visto que estas análises, limitadas a amostra, são baseadas na interpretação do conteúdo dos dados obtidos pelo autor desta pesquisa, o qual pode não captar todos aspectos e complexidades de certas respostas dos participantes da pesquisa.

REFERÊNCIAS:

AAKER, David A. **Building Strong Brands**. New York: Free Press, 1996.

ANBIMA. **Raio x do Investidor Brasileiro**. 2020. 3ª edição. Disponível em: https://www.anbima.com.br/pt_br/especial/raio-x-do-investidor-2020.htm. Acesso em: 12 mar. 23.

ANBIMA. **Raio x do Investidor Brasileiro**. 2022. 5ª edição. Disponível em: https://www.anbima.com.br/data/files/D2/53/F2/3D/A5AB0810B5890B086B2BA2A8/Relatorio_5_edicao_do_Raio_X_do_Investidor_Brasileiro.pdf. Acesso em: 13 mar. 23.

ARAÚJO, Luiz. **Crise nos bancos: saiba tudo sobre a falência do Silicon Valley Bank (SVB)**. 2023. Estadão. Disponível em: <https://einvestidor.estadao.com.br/mercado/tudo-sobre-a-falencia-do-svb-silicon-valley-bank/>. Acesso em: 15 mar. 2023.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Crescimento no uso de pagamentos digitais no Brasil reduz desigualdade em indicadores de inclusão financeira**. 2023. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/detalhenoticia/663/noticia>. Acesso em: 05 mar. 2023.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **GLOBAL FINDEX – O BRASIL NA COMPARAÇÃO INTERNACIONAL**. 2017. Elaborado pelo Departamento de Promoção da Cidadania Financeira (Depef), do Banco Central, com contribuições de Victor Motta, professor da Fundação Getulio Vargas (FGV/SP).. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/nor/relcidfin/docs/art4_comparacao_internacional.pdf. Acesso em: 04 mar. 2023.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Global Findex: o Brasil na comparação internacional**. 2023. Série Cidadania Financeira Estudos sobre Educação, Proteção e Inclusão. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/content/cidadaniafinanceira/documentos_cidadania/serie_cidadania/serie_cidadania_financeira_7_Global_Findex.pdf. Acesso em: 05 mar. 2023.

BATISTA, Guilherme. **Fintech: o que é e entenda como impacta no mercado**. 2022. Distrito. Disponível em: <https://distrito.me/blog/fintech/>. Acesso em: 28 ago. 2022.

BARBOSA, Roberto Rodrigues. **Fintechs: A atuação das empresas de tecnologia de serviço financeiro no setor bancário e financeiro brasileiro**. 2018. 129 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.

BRAIDO, Gabriel; KLEIN, Amarolinda; PAPALEO, Guilherme. **Facilitators and Barriers faced by Mobile Payment Fintechs in the Brazilian Context**. *Brazilian Business Review*, [S.L.], v. 18, n. 1, p. 22-44, 6 jan. 2021. Fucape Business School. <http://dx.doi.org/10.15728/bbr.2021.18.1.2>.

BURGELMAN, Robert A.; CHRISTENSEN, Clayton M.; WHEELWRIGTH, Steven C. **Gestão estratégica da tecnologia e da inovação: conceitos e soluções**. Porto Alegre: Grupo A, 2012. E-book. ISBN 9788580550917. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788580550917/>. Acesso em: 07 set. 2022.

CÂNDIDO, Ana Clara; ARAUJO JÚNIOR, Rogério Henrique de. Potencialidades do desenvolvimento de cloud computing no âmbito da gestão da informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, [S.L.], v. 27, n. 1, p. 57-80, mar. 2022. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/1981-5344/25731>.

CHEN, Zhuming; LI, Yushan; WU, Yawen; LUO, Junjun. **The transition from traditional banking to mobile internet finance: an organizational innovation perspective - a comparative study of citibank and icbc**. *Financial Innovation*, [S.L.], v. 3, n. 1, p. 1-16, 24 jul. 2017. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1186/s40854-017-0062-0>.

CHEN, Xiaohui; TENG, Lei; CHEN, Wen. **How does FinTech affect the development of the digital economy? Evidence from China**. *The North American Journal Of Economics And Finance*, [S.L.], v. 61, p. 101697, jul. 2022. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.najef.2022.101697>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1062940822000511>. Acesso em: 12 set. 2022.

CHISHTI, Susanne; BARBERIS, Janos. **A revolução fintech: o manual das startups financeiras**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.

CIECELSKI, Luana. **O que é o Ranking NPS dos bancos e quem tem a melhor pontuação?** 2022. Disponível em: <https://www.poupardinheiro.com.br/ranking-nps-dos-bancos-melhores-pontuacoes>. Acesso em: 10 mar. 23.

CORRÊA, Henrique L.; GIANESI, Irineu Gustavo N. **Administração Estratégica de Serviços**, 2ª edição. São Paulo: Grupo GEN, 2018. E-book. ISBN 9788597018578. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597018578/>. Acesso em: 28 fev. 2023.

CVA SOLUTIONS. **Bancos ‘premium’ e digitais têm NPS maior, mostra estudo**. 2021. Disponível em: <https://www.cvasolutions.com/en/bancos-premium-e-digitais-tem-nps-maior-mostra-estudo-2/>. Acesso em: 18 fev. 2023.

DINIZ, Bruno. **O Fenomeno Fintech**. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2020. E-book. 9788550815459. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550815459/>. Acesso em: 18 ago. 2022.

DISTRITO. **FINTECH REPORT**. 2022. Disponível em: <https://distrito.docsend.com/view/vmxaiv5emg6657g6>. Acesso em: 03 ago. 2022.

EDMONDSON, Amy C. **A Organização Sem Medo**. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2020. E-book. 9786555204087. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555204087/>. Acesso em: 24 ago. 2022.

FEBRABAN. **Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2022: Volume 2: Investimentos em tecnologia**. 2022. Deloitte. Disponível em: <https://cmsarquivos.febraban.org.br/Arquivos/documentos/PDF/pesquisa-febraban-2022-vol-2.pdf>. Acesso em: 31 jul. 2022.

FEBRABAN. **Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2022: volume 3: transações bancárias**. Volume 3: Transações bancárias. 2022. Deloitte. Disponível em: <https://cmsarquivos.febraban.org.br/Arquivos/documentos/PDF/pesquisa-febraban-2022-vol-3.pdf>. Acesso em: 26 fev. 2023.

FERNANDES, Vitória. **Os 15 melhores bancos do Brasil em 2022: Nubank lidera pela quarta vez.** 2022. Forbes. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-money/2022/04/15-melhores-bancos-do-brasil-em-2022-segundo-a-forbes/>. Acesso em: 26 fev. 2023.

FINTECHLAB. RadarFintechLab. 2020. Disponível em: <https://fintechlab.com.br/index.php/2020/08/25/edicao-2020-do-radar-fintechlab-detecta-280-novas-fintechs-em-um-ano/>. Acesso em 20 jul.2022.

FINTECHLAB. **ReportFintechLab.** 2016. Disponível em: http://fintechlab.com.br/wp-content/uploads/2017/02/Report_FintechLab_2016_alta.pdf. Acesso em: 20 jul. 2022.

GASSMANN, Oliver; FRANKENBERGER, Karolin; CSIK, Mechaela. **O Navegador de Modelos de Negócios.** Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2016. E-book. ISBN 9786555203622. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555203622/>. Acesso em: 14 set. 2022.

Gil, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.**6.ed São Paulo: Atlas, 2017.

GUPTA, Pranay; THAM, T. Mandy. **Fintech : The New DNA of Financial Services.** Boston: De Gruyter, 2018. eBook., Disponível em: eBook Collection (EBSCOhost). Acesso em: 19 ago. 2022.

IDWALL. **Melhor experiencia digital.** 2021. Disponível em: https://cantarinobrasileiro.com.br/wp-content/uploads/2022/03/Ranking_de_Onboarding_2021.pdf. Acesso em: 19 fev. 2023.

INTER&CO. **Investor Day 2023.** 2023. Disponível em: <https://ri.bancointer.com.br/informacoes-aos-investidores/central-de-resultados-interco/>. Acesso em: 05 mar. 2023.

KAPLAN, Saul. **Modelos de negócios imbatíveis: como sua empresa e você podem se manter relevantes em meio às mudanças.** Rio de Janeiro: Editora Saraiva, 2013. E-book. ISBN 9788502211360. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502211360/>. Acesso em: 15 set. 2022.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

KRUGLIANSKAS, Isak. **Tornando a pequena e média empresa competitiva**. São Paulo: Instituto de Estudos Gerenciais e Editora. 1996 .

LEE, In.; SHIN, Yong. Jae. Fintech: **Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges**. *Business Horizons*, v. 61, n. 1, p. 35–46, 2017.

LONGO, W.P., **Tecnologia e soberania nacional**. São Paulo: Nobel, Promocet. 1984.

LUO, Sumei; SUN, Yongkun; YANG, Fan; ZHOU, Guangyou. **Does fintech innovation promote enterprise transformation? Evidence from China**. *Technology In Society*, [S.L.], v. 68, p. 1-13, fev. 2022. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101821>. Acesso em: 02 ago. 2022.

MAMBU. **Youthquake. A relação dos jovens adultos com o setor bancário na região**. 2022. Disponível em: [https://fs.hubspotusercontent00.net/hubfs/461804/2022/LATAM/Consumer%20Research%20LATAM/1674_Mambu_Disruption_Diaries_LATAM_GenZ_Millennial_Consumer_Research_Report_Portuguese%20\(3\).pdf](https://fs.hubspotusercontent00.net/hubfs/461804/2022/LATAM/Consumer%20Research%20LATAM/1674_Mambu_Disruption_Diaries_LATAM_GenZ_Millennial_Consumer_Research_Report_Portuguese%20(3).pdf). Acesso em: 21 fev. 2023.

MASCARENHAS, Artur *et al.* **The Influence of Perceptions of Risks and Benefits on the Continuity of Use of Fintech Services**. *Brazilian Business Review*, [S.L.], v. 18, n. 1, p. 1-21, 6 jan. 2021. Fucape Business School. <http://dx.doi.org/10.15728/bbr.2021.18.1.1>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/bbr/a/QnbXC6Rty7crb4WTdT6xsBy/?lang=pt>. Acesso em: 05 set. 2022.

MATTOS, João Roberto Loureiro D.; GUIMARÃES, Leonam dos S. **Gestão da tecnologia e inovação: uma abordagem prática - 2ª edição**. Rio de Janeiro: Editora Saraiva, 2013. E-book. ISBN 9788502178960. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502178960/>. Acesso em: 07 set. 2022.

MEIRELLES, Fernando S.. **Panorama do Uso de TI no Brasil - 2022**. 2022. Disponível em: <https://portal.fgv.br/artigos/panorama-uso-ti-brasil-2022>. Acesso em: 14 ago. 2022.

MELL, Peter; GRANCE, Timothy. **The NIST Definition of Cloud Computing**. 2011. Disponível em: <https://nvlpubs.nist.gov/nistpubs/legacy/sp/nistspecialpublication800-145.pdf>. Acesso em: 14 jan. 2023.

MORALES, Lúcia; GRAY, Geraldine; RAJMIL, Daniel. **Emerging Risks in the FinTech Industry – Insights from Data Science and Financial Econometrics Analysis. Economics, Management, And Financial Markets**, [S.L.], v. 17, n. 2, p. 9-36, 2022. Addleton Academic Publishers. <http://dx.doi.org/10.22381/emfm17220221>.

NUBANK. **Apresentação de Resultados do 4T22**. 2023. Disponível em: <https://www.investidores.nu/financas/central-de-resultados/>. Acesso em: 05 mar. 2023.

NÚCLEO DE INFORMAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PONTO BR (NIC.br). (2022). **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: pesquisa TIC Domicílios, ano 2021**. Disponível em: <https://cetic.br/pt/arquivos/domicilios/2021/individuos/>. Acesso em: 13 ago. 2022.

O'HANLON, Steven; CHISHTI, Susanne. **Fintech Para Leigos**. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2021. E-book. ISBN 9786555204988. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555204988/>. Acesso em: 18 jan. 2023.

PAYSMART. **Instituição Financeira e/ou de Pagamento: o que fazem e quais as suas diferenças**. 2021. Disponível em: <https://www.paysmart.com.br/instituicao-financeira-x-instituicao-de-pagamento/>. Acesso em: 04 mar. 2023.

PWC. **Experiência é tudo - Descubra o que realmente importa para seu cliente**. 2018. Disponível em: https://www.pwc.com.br/pt/consultoria-negocios/assets/experiencia_e_tudo_18_.pdf. Acesso em: 19 fev. 2023.

REDAÇÃO XP EDUCAÇÃO. **Conheça os 10 tipos de fintech em alta no mercado brasileiro!** 2022. Disponível em: <https://blog.xpeducacao.com.br/tipos-de-fintech/>. Acesso em: 04 mar. 2023.

REIS, Tiago. **Fintechs: saiba como essas empresas estão revolucionando do mercado.** 2018. Disponível em: <https://www.sunoo.com.br/artigos/fintechs/>. Acesso em: 24 ago. 2022.

ROCHA, Daniel. **Geração Z: os novos investidores que chegam com força ao mercado.** 2021. Estadão. Disponível em: <https://einvestidor.estadao.com.br/educacao-financeira/investidores-geracao-z/>. Acesso em: 13 mar. 2023.

ROCHA, Daniel. **Jovens buscam Bolsa e renda fixa para assegurar futuro.** 2022. Estadão. Disponível em: <https://einvestidor.estadao.com.br/comportamento/investidores-b3-pessoa-fisica-jovens/>. Acesso em: 13 mar. 23.

ROSSETTI, Adroaldo; MORALES, Aran Bey. **O papel da tecnologia da informação na gestão do conhecimento.** Ciência da Informação, [S.L.], v. 36, n. 1, p. 124-135, abr. 2007. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0100-19652007000100009>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/FzcdzslpNJ43cXj5RcRWg5v/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 15 jan. 2023.

RUBINI, Agustin. **Fintech in a Flash : Financial Technology Made Easy.** 3. ed. Boston: De Gruyter, 2019.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, María del Pilar Baptista. **Metodologia de Pesquisa.** 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013. Edição Português.

SANTOS, B.P et al. **INDÚSTRIA 4.0: DESAFIOS E OPORTUNIDADES.** Revista Produção e Desenvolvimento, v.4, n.1, p.111-124, 2018, [s. l.], v. 4, ed. 1, p. 111- 124, 2018.

SCHOTKA, Carlos Eduardo Correa. **Transformação digital no âmbito da transformação tecnológica.** 2019. Disponível em: <https://itforum.com.br/colunas/transformacao-digital-no-ambito-da-transformacao-tecnologica/>. Acesso em: 29 ago. 2022.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **TEORIA DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO.** São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SEBRAE. **CATÁLOGO FINTECHS 2018**. 2018. ABFINTECHS. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/cat%C3%A1logo_abfintechs_full4.pdf. Acesso em: 18 ago. 2022.

SHAW, Colin; IVENS, John. **Building Great Customer Experiences**. New York: Palgrave Macmillan, 2002.

THAKOR, Anjan V.. Fintech and banking: what do we know?. **Journal Of Financial Intermediation**, [S.L.], v. 41, jan. 2020. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jfi.2019.100833>. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S104295731930049X?via%3Dihub>. Acesso em: 06 set. 2022.

VERGARA, Sylvia C. **Métodos de Pesquisa em Administração, 6ª edição**. São Paulo: Grupo GEN, 2015. *E-book*. ISBN 9788522499052. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522499052/>. Acesso em: 09 mar. 2023.

ZELTSER, Thaís Touguinha. **QUALIDADE DA INFORMAÇÃO E QUALIDADE DO SERVIÇO DE INFORMAÇÃO COMO FATORES DE ADOÇÃO DOS SERVIÇOS DE FINTECH**. 2017. 65 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

ZMOGINSKI, Felipe. **A geração que desafia os bancos**. 2019. Disponível em: <https://febrabantech.febraban.org.br/temas/banco-digital/a-geracao-que-desafia-os-bancos>. Acesso em: 26 fev. 2023.

ZOGBI, Paula. **Brasil é um dos países mais disruptivos nas finanças – e o varejo já percebeu**. 2018. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/mercados/brasil-e-um-dos-paises-mais-disruptivos-nas-financas-e-o-varejo-ja-percebeu/>. Acesso em: 16 jul. 2022.

Apêndices

Apêndice 1 – Questionário

Seção 1: Perguntas iniciais:

1. Qual é a sua idade?

2. Qual é o seu grau de escolaridade?

Fundamental	Médio incompleto	Ensino Médio completo	Superior incompleto	Superior completo
-------------	------------------	-----------------------	---------------------	-------------------

3. Quando você pensa em utilizar um serviço financeiro, quais fatores você mais leva em consideração em sua tomada de decisão?

Custo	Agilidade	Credibilidade /segurança	Flexibilidade	Variedade de produtos e serviços	Atendimento ao cliente	Tecnologia
-------	-----------	--------------------------	---------------	----------------------------------	------------------------	------------

4. Você já utilizou algum serviço financeiro prestado por uma fintech?

Sim	Não
-----	-----

5. Caso não tenha, você utilizaria?

Sim	Não	Talvez
-----	-----	--------

6. Qual o principal motivo que faz/faria você utilizar um serviço financeiro prestado por uma fintech?

7. Quais desses serviços financeiros você já utilizou por meio de uma fintech?

Conta digital	Empréstimos financiamento	Investimentos	Fidelização	Seguros	criptomoedas	N
---------------	---------------------------	---------------	-------------	---------	--------------	---

8. Você teve/tem uma experiência positiva ao utilizar este serviço?

Sim	Não	Nunca Utilizei
-----	-----	----------------

9. Você indicaria a empresa prestadora desse serviço a outra pessoa?

Sim	Não	Talvez
-----	-----	--------

Seção 2: Contas

*a escala utilizada foi de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente)

1. Você possui conta em um banco digital?

Sim	Não
-----	-----

2. Caso possua, você está satisfeito com os serviços fornecidos?

Sim	Não	Não sei dizer/estou em dúvida
-----	-----	-------------------------------

3. Você adotaria uma conta em um banco digital como sua conta principal?

Sim, e já o faço	Sim, mas ainda não o faço	Não	Talvez
------------------	---------------------------	-----	--------

4. O quão satisfeito você é/está com as suas contas em bancos digitais?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

5. Você investe seu dinheiro?

Sim	Não
-----	-----

6. Em que tipo de instituição você investe?

Banco	Banco Digital	Corretora de Valores	Seguradora	Gestora de Investimentos	Não invisto
-------	---------------	----------------------	------------	--------------------------	-------------

7. Você considera a tecnologia utilizada pelas empresas como fator importante na hora da escolha de onde abrir uma conta bancária ou de investimentos?

Sim	Não
-----	-----

Seção 3: Afirmações

1. Uma experiência positiva é um fator fundamental para a escolha dos clientes em utilizar um serviço financeiro

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

2. Os recursos tecnológicos ofertados por empresas financeiras são fundamentais para uma experiência positiva

Sim	Não
-----	-----

3. As fintechs possuem melhores plataformas digitais em relação as empresas financeiras tradicionais

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

4. As empresas financeiras tradicionais possuem boas plataformas digitais

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

5. Considero as fintechs empresas confiáveis

Sim	Não
-----	-----

6. As empresas financeiras tradicionais são mais confiáveis e seguras que as fintechs

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

7. As fintechs oferecem serviços mais práticos e eficientes do que empresas financeiras tradicionais

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

8. Pretendo utilizar, cada vez mais, serviços prestados por fintechs

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---