



Universidade de Brasília

Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas

Departamento de Administração

KALEBE LOPES DE ALENCAR

**Educação financeira e *Fintechs*:
Um investimento que vale cada centavo**

Brasília – DF
2025

KALEBE LOPES DE ALENCAR

**Educação financeira e *Fintechs*:
Um investimento que vale cada centavo**

Monografia apresentada ao Departamento de Administração como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

Professor Orientador: Msc, Abner Santos Belém

KALEBE LOPES DE ALENCAR

**Educação financeira e *Fintechs*:
Um investimento que vale cada centavo**

**A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de
Conclusão do Curso de Administração da Universidade de Brasília do
aluno**

Kalebe Lopes de Alencar

Msc, Abner Santos Belém

Professor-Orientador

Msc. João Batista Ribas de Moura,

Professor-Examinador

Msc. Isabela Camargo de Paula

Professor-Examinador

Brasília, 21 de fevereiro de 2025

AGRADECIMENTOS

Eu gostaria de expressar minha profunda gratidão a Deus pelo dom da vida, aos meus pais pelo constante apoio, e ao meu professor orientador, Abner, pela paciência exemplar e pela disposição em me orientar ao longo dessa jornada. Gostaria de agradecer também a todos os professores da banca avaliadora, que prontamente se disponibilizaram para me ajudar a encerrar este momento na universidade.

RESUMO

Este trabalho analisa a influência do conhecimento financeiro no relacionamento dos clientes com *fintechs* no Brasil. O objetivo principal é identificar o impacto do conhecimento básico de educação financeira no relacionamento e na experiência dos clientes com essas plataformas, considerando aspectos como confiança, satisfação e lealdade. Por meio de uma pesquisa quantitativa aplicada a 176 usuários de *fintechs*, os dados foram coletados por meio de um questionário estruturado e analisados com base em estatísticas descritivas. Os resultados indicam que, embora os clientes demonstrem interesse em aprimorar seu conhecimento financeiro, as estratégias educacionais oferecidas pelas *fintechs* ainda são insuficientes para atender às suas necessidades. Foi observado que o nível de conhecimento financeiro influencia diretamente a confiança, a satisfação e a lealdade dos clientes. Conclui-se que a melhoria das iniciativas de educação financeira pode não apenas fortalecer a confiança e a satisfação, mas também aumentar a fidelização dos clientes, promovendo decisões financeiras mais conscientes. A principal limitação do trabalho foi o número de pessoas que responderam à pesquisa ter sido menor do que o esperado. Uma possível direção para futuras pesquisas seria investigar como as tecnologias podem personalizar e melhorar o engajamento dos clientes com conteúdos financeiros.

Palavras-chave: Educação financeira; Fintechs; Confiança do cliente; Serviços financeiros digitais; Fidelização.

ABSTRACT

This study analyzes the influence of financial knowledge on the relationship between customers and fintechs in Brazil. The main objective is to identify the impact of basic financial education knowledge on the relationship and experience of customers with these platforms, considering aspects such as trust, satisfaction, and loyalty. Through a quantitative survey applied to 176 fintech users, data were collected using a structured questionnaire and analyzed based on descriptive statistics. The results indicate that although customers show interest in improving their financial knowledge, the educational strategies offered by fintechs are still insufficient to meet their needs. It was observed that the level of financial knowledge directly influences customer trust, satisfaction, and loyalty. It is concluded that improving financial education initiatives can not only strengthen trust and satisfaction but also increase customer loyalty, fostering more informed financial decisions. The main limitation of the study was the number of survey respondents, which was lower than expected. A possible direction for future research would be to investigate how technologies can personalize and improve customer engagement with financial content.

Keywords: Financial education; Fintechs; Customer trust; Digital financial services; Loyalty.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Caracterização sociodemográfica da amostra (N = 176).....	30
---	----

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Diagrama do SFN sintetizado	12
Figura 2 – Diagrama do SFN.....	16
Figura 3 – Gráfico do alcance da Semana ENEF	27
Figura 4 – Gráfico sobre recursos oferecidos pela fintech	31
Figura 5 – Gráfico sobre aproveitamento dos benefícios.....	32
Figura 6 – Gráfico sobre lealdade do cliente	32
Figura 7 – Gráfico sobre fontes de conhecimento	33
Figura 8 – Gráfico sobre ajuste do plano financeiro	34
Figura 9 – Gráfico sobre capacidade de poupar	34
Figura 10 – Gráfico sobre eficácia das estratégias.....	35
Figura 11 – Gráfico sobre melhora do conhecimento	35
Figura 12 – Gráfico sobre o cliente informado	37
Figura 13 – Gráfico sobre a confiança do cliente	37
Figura 14 – Gráfico sobre satisfação do cliente	38

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 Formulação do problema	10
1.2 Objetivo geral	10
1.2.1 <i>Objetivos específicos</i>	10
1.3 Justificativas e contribuição do estudo	11
2. REFERENCIAL TEÓRICO	11
2.1 O ambiente bancário brasileiro.....	12
2.2 Educação financeira.....	15
2.2.1 <i>Educação financeira no Brasil</i>	19
2.3 Experiência dos clientes de instituições do SFN	21
3. MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA.....	25
3.1 Tipo e descrição geral da pesquisa	25
3.2 Caracterização da organização	26
3.3 População e amostra (participantes do estudo)	26
3.4 Procedimentos de coleta dos da pesquisa	28
3.5 Instrumento(s) de coleta de dados da pesquisa.....	28
3.6 Procedimentos de análise dos dados.....	29
4. RESULTADOS	30
4.1 Análise sociodemográficas	30
4.2 Análise descritiva dos resultados.....	31
5. DISCUSSÃO	36
5.1 Repondendo aos objetivos.....	36
5.2 Contribuições teóricas e práticas	38
6. CONCLUSÃO.....	39
REFERÊNCIAS	41
APÊNDICE A	47

1 INTRODUÇÃO

O artigo 192 da Constituição Federal estabelece que o Sistema Financeiro Nacional (SFN) deve ser estruturado de forma a promover o desenvolvimento equilibrado do país. Além disso, determina que o SFN será regulado por leis complementares (BRASIL, 1988). Como exemplo de lei complementar sobre o SFN, destaca-se a Lei n.º 4.595, de 31 de dezembro de 1964, a qual define que os órgãos normativos são responsáveis pela criação das normas, enquanto os supervisores monitoram os operadores financeiros. As fintechs, por serem operadoras financeiras, são monitoradas pelo Banco Central do Brasil (BACEN), pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP), pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e pela Superintendência Nacional de Previdência Complementar (PREVIC) (BRASIL, 1964). Esse monitoramento garante a qualidade e a legalidade dos serviços oferecidos pelos operadores.

As fintechs são empresas que aplicam alta tecnologia em soluções voltadas para o setor financeiro, surgindo com o propósito de aumentar a competição e cooperar para a democratização e simplificação dos produtos financeiros (SEBRAE, 2018). O termo “fintech” resulta da junção das palavras “finanças” e “tecnologia” (SCHINDLER, 2017). De acordo com informações disponibilizadas pelo BACEN, as fintechs operam por meio de plataformas online e oferecem serviços digitais inovadores, proporcionando benefícios como o aumento da eficiência e da concorrência no mercado de crédito, a rapidez e a celeridade nas transações, a redução da burocracia no acesso ao capital e a criação de condições para a diminuição do custo do crédito (BACEN, 2020).

Os clientes percebem essas vantagens, uma vez que as fintechs apresentam um diferencial ao reduzir as cobranças de tarifas, pois possuem uma estrutura enxuta, sem grandes redes de agências físicas que encarecem os serviços (ARAÚJO, 2021).

Segundo Diniz (2020, p. 17), “o Brasil é um dos países mais receptivos à adoção de novas soluções e tecnologias no mercado financeiro”. Essa afirmação indica que a população brasileira está aberta à implementação de inovações que possam beneficiá-la, incluindo as fintechs e suas possibilidades.

Gustavo e Lara (2021) afirmam que a qualidade de vida está relacionada à boa saúde financeira, destacando que a ausência de educação financeira impacta negativamente toda a sociedade. Considerando a predisposição da população brasileira para adotar novidades no setor financeiro, compreende-se que a melhoria na qualidade de vida pode estar associada à união entre a tecnologia das fintechs e o conhecimento financeiro da população.

Dado que as fintechs são empresas que utilizam amplamente conceitos de matemática financeira e finanças, e considerando a importância do conhecimento básico nessas áreas para a população brasileira, o objetivo desta pesquisa é compreender como esse conhecimento influencia o relacionamento e a experiência dos clientes com as fintechs.

1.1 Formulação do problema

Para a formulação do problema desta pesquisa, partiu-se da análise das transformações no cenário financeiro atual, marcado pelo crescente protagonismo das fintechs e pela importância da educação financeira para consumidores cada vez mais exigentes e conectados.

Ao reconhecermos todas as informações que nos foram dadas, finalmente desenvolveu-se o problema desta pesquisa: Qual o impacto da educação financeira no relacionamento e na experiência dos clientes com as *fintechs*?

1.2 Objetivo geral

Diante da necessidade de compreender de que maneira a educação financeira pode influenciar a relação entre os clientes e as fintechs, considerando o papel estratégico que essas empresas desempenham no cenário financeiro digital nasce o objetivo geral expresso no próximo parágrafo.

Analisar como o entendimento de educação financeira dos clientes influencia sua experiência com fintechs e buscar estratégias para melhorar essa interação.

1.2.1 Objetivos específicos

A presente pesquisa busca explorar a relação entre a educação financeira e a experiência dos clientes com as fintechs, considerando a relevância crescente dessas empresas no cenário financeiro digital. Para alcançar o objetivo geral e responder ao problema de pesquisa, foram definidos três objetivos específicos:

- Avaliar o nível atual de conhecimento básico em educação financeira entre os usuários de *fintechs* e como isso influencia sua capacidade de utilizar e beneficiar-se dos serviços oferecidos.
- Identificar e analisar as estratégias de educação financeira adotadas pelas *fintechs* para melhorar o conhecimento financeiro de seus clientes, examinando sua eficácia em termos de engajamento do cliente e satisfação.

- Examinar como o aumento do conhecimento financeiro impacta a experiência geral do cliente com a *fintech*, incluindo confiança, satisfação e lealdade, além da capacidade de tomar decisões financeiras informadas.

1.3 Justificativas e contribuição do estudo

A pesquisa desenvolvida poderá contribuir para auxiliar na melhora dos produtos e serviços das *fintechs* fornecendo informações sobre o comportamento do cliente para essas empresas do segundo setor. Esse estudo mostrará para as empresas financeiras um pouco mais sobre o perfil de clientes, ele ajudará tais organizações a se alinharem com os seus consumidores. As *fintechs*, a partir desta pesquisa poderão oferecer um serviço mais personalizado que esteja de acordo com as necessidades dos consumidores, sendo assim, os clientes se beneficiarão ao terem acesso a serviços que contemplem seus desejos.

Os benefícios dessa pesquisa para a população poderão ser perceptíveis, pois, a população brasileira possivelmente conhecerá um pouco mais sobre o seu relacionamento com as *fintechs*, principalmente ao ver a diferença que faz o conhecimento do cliente na área financeira ao decidir usufruir dos serviços desse tipo de empresa.

Na literatura acadêmica os temas que serão vistos foram bem trabalhados individualmente, porém ainda existe muito o que não foi pesquisado em relação a interseção deles. Será mostrada a união entre as pessoas que possuem preferência nas *fintechs* e a educação financeira da população brasileira. Esse artigo é importante para o meio acadêmico pois traz essa perspectiva entre o conhecimento financeiro da população brasileira e a preferência dos clientes de *fintechs* mostrando também o contexto de que não foi minuciosamente pesquisada e trabalhada.

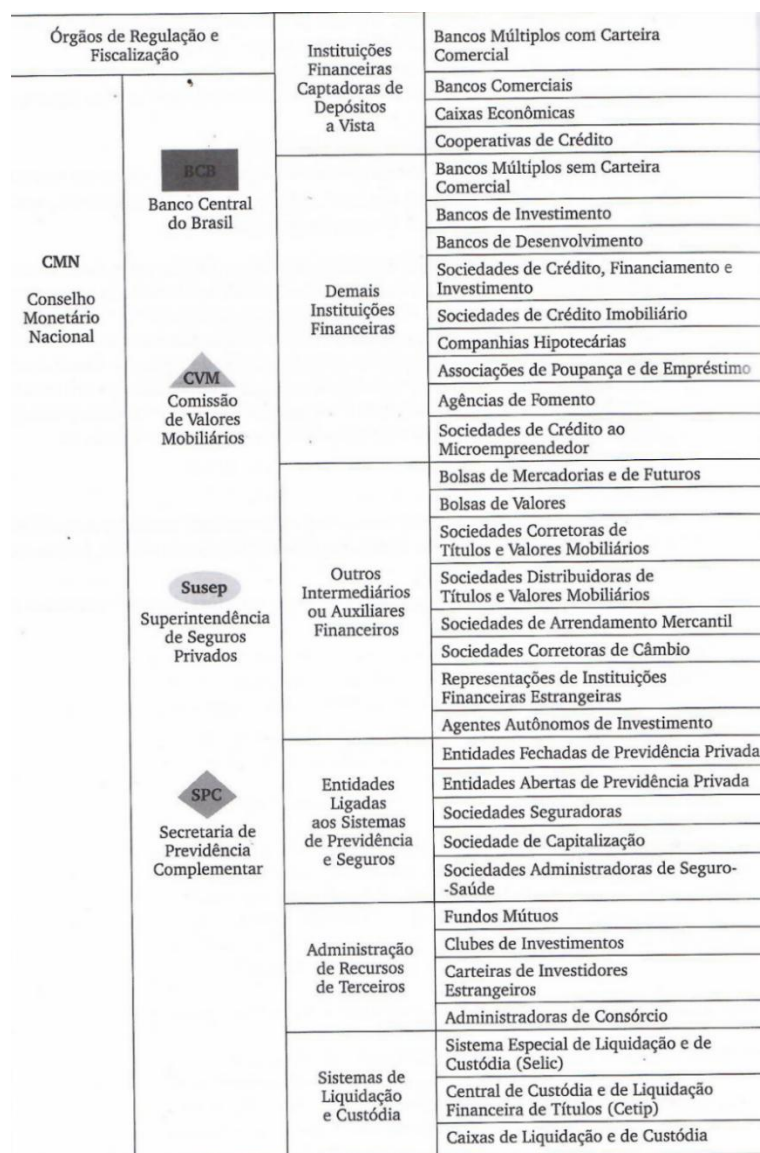
2. REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico desta pesquisa abrange três temas principais que são essenciais para a compreensão do impacto da educação financeira na experiência dos clientes com as *fintechs*. Primeiramente, será explorado o ambiente bancário brasileiro, com foco nas transformações do sistema financeiro nacional e o papel crescente das *fintechs*. Em seguida, abordaremos a educação financeira, destacando sua importância no desenvolvimento das habilidades dos consumidores. Por fim, será discutida a experiência dos clientes em instituições do Sistema Financeiro Nacional (SFN).

2.1 O ambiente bancário brasileiro

A divisão do sistema financeiro nacional (SFN) possui três principais atividades. A primeira sendo o mercado de moeda, crédito, capital e câmbio; a segunda está relacionada a seguros, previdência complementar aberta, capitalização e resseguros; e a terceira é a de previdência complementar fechada, que são os fundos de pensão (Silva e Abreu, 2016).

Figura 1 - Diagrama do SFN sintetizado



Fonte: Adaptado da obra de Vasconcelos (2023).

Como demonstrado na Figura 1, no SFN existem dois subsistemas, e são eles: o subsistema normativo que dentre outras atribuições está o ditar as normas e fiscalizar as instituições pertencentes do SFN, e existe também o subsistema de intermediação financeira e é nele que estão as instituições que atuam dentro do SFN oferecendo seus produtos e serviços. No subsistema normativo estão órgãos como o Banco Central do Brasil (BACEN), o Conselho Monetário Nacional (CMN) e a Comissão de Valores Mobiliários (CVM), já no subsistema de intermediação financeira estão os bancos comerciais, o Banco do Brasil, os bancos de desenvolvimento dentre outros.(Vasconcelos, 2023).

O setor financeiro do SFN havia se fundamentado, quase que unicamente, com o relacionamento entre gerentes e clientes, a internet teve um papel importante na queda desse fundamento, ela auxiliou na diversificação dos serviços prestados, oferecendo meios autônomos para os clientes. Essa mudança no cenário, possibilitada com o surgimento das *fintechs*, representa um desafio para os bancos tradicionais, pois se concretizou uma competição em torno do aumento da qualidade do produto e serviço prestado e na redução do valor cobrado (Leite, 2022).

Uma das primeiras aparições do termo *fintech* foi em 1980 no jornal britânico *Sunday Times*. *Fintech* é uma palavra que advém da junção de finanças com tecnologia. No final dos anos da década de 1990 surge o PayPal, uma empresa que funciona como intermediário entre as operações financeiras, com o aparecimento dessa nova instituição sucedeu um fortalecimento no movimento das *fintechs* até como se conhece hoje. Essa empresa teve um papel importante na mudança do comportamento das pessoas com relação à experiência de pagamentos na internet (Diniz, 2020).

Uma *fintech* é uma empresa que presta serviços financeiros por meio de novas tecnologias. Um banco digital é uma instituição financeira que opera exclusivamente por meio de plataformas digitais. *Fintechs* não são necessariamente bancos e, muitas vezes, não oferecem todos os serviços financeiros de um banco digital (Ricci, 2022).

Aqui no Brasil as *fintechs* são regulamentadas por leis específicas emitidas pelo BACEN e pela CVM. Um exemplo de lei que tem influência nas *fintechs* é a lei 12.865 de 9 de outubro de 2013. A categoria de *fintechs* que mais cresce no Brasil é a de *fintechs* baseadas em pagamentos. As *fintechs* unem feitos tecnológicos com padrões financeiros tradicionais para estimular processos transacionais (Godói, 2023).

O PIX, um novo meio de pagamento virtual instantâneo, foi lançado no Brasil em 2020 pelo BACEN. Sobre esse sistema de pagamento se tem a seguinte afirmação:

“O Pix não é uma nova forma ou representação do dinheiro do banco central, mas apenas um mecanismo que operacionaliza o Sistema de Pagamentos Instantâneo instituído pelo Banco Central do Brasil, assim como o conjunto de regras que o rege. O que o Pix faz é transferir instantaneamente montantes monetários denominados em reais mantidos em contas de diferentes bancos comerciais e outras instituições financeiras” (Kosinski, 2021, p.21).

Como foi visto, o BACEN criou o “PIX”, e inovações desse tipo trouxeram possibilidades novas para os bancos, essas possibilidades permitiram que nascessem a facilidade e a praticidade para os consumidores, e o governo recebeu as responsabilidades relativas à regulação e ao monitoramento. Os bancos tradicionais tiveram que se adaptar a essa nova realidade e os bancos digitais receberam uma oportunidade de expansão e crescimento (Veiga, 2022).

No estudo de Oliveira (2019, p. 14), foram analisadas três *fintechs* diferentes que apontam a inclinação do mercado, e nele foi possível perceber que a tendência das *fintechs* em geral é de entrar no mercado competitivamente, por meio de soluções inovadoras e tecnológicas para os consumidores, diferenciando-as das instituições bancárias tradicionais. Atender a necessidades personalizadas dos clientes é uma propensão nas *fintechs*. Uma dificuldade destacada nesse mesmo artigo relacionada à disposição do mercado seria o das regulamentações, podemos vê-la na seguinte citação: “Por atuar em um mercado regulamentado e restrito, às *Fintechs* se deparam com algumas limitações no momento de criar novas soluções aos seus clientes”.

Analisar o risco é importante para vermos a saúde de qualquer empresa, inclusive das instituições financeiras. o artigo de Carvalho (2020, p. 25) mostra que:

“As informações publicadas pelas instituições sobre os riscos corporativos objetivam apenas cumprir as exigências dos órgãos reguladores brasileiros e internacionais, desviando-se do real ganho com o conhecimento prévio das ocorrências: evitar efeitos surpresas prejudiciais às instituições financeiras”.

Tendo em vista essas tendências das instituições tanto com relação a inovação quanto em relação ao risco, sabe-se que existe uma relação entre inovação e risco, uma característica das instituições financeira seria delas estarem mais preocupadas com risco de crédito (risco advindo do não cumprimento das obrigações financeiras) e de mercado (risco relativos a oscilações externas) em detrimento do risco operacional (risco interno), porém esses riscos operacionais não são menos danosos do que os outros (Coimbra, 2007).

A pesquisa *Deep Dive* (PWC, 2023) feita em conjunto com a associação brasileira de *fintechs*, mostra o direcionamento que o mercado das *fintechs* estão tomando ao avaliarem os riscos e os retornos, nela se sabe que 56% das *fintechs* brasileiras possuem modelo de negócio voltado para B2B (empresa para empresa), sendo que 52% desses clientes de B2B são pequenas e médias empresas (com o valor entre 2,4 milhões - 90 milhões). Isso nos mostra que aquele modelo de negócio B2C(empresa para consumidor) já não é o foco das *fintechs* atualmente. O estudo mostra que as *fintechs* buscam suprir uma dor desses pequenos e médios negócios tratados pelas instituições bancárias como “varejo bancário”.

Em consonância com o que foi mostrado, o texto de Lucas (2020) nos revela que é possível existir parcerias entre as instituições financeiras tradicionais e *fintechs*, e essa junção dos modelos pode ser positiva para todos por meio de produtos e serviços novos vindos da união do tradicional com o moderno.

2.2 Educação financeira

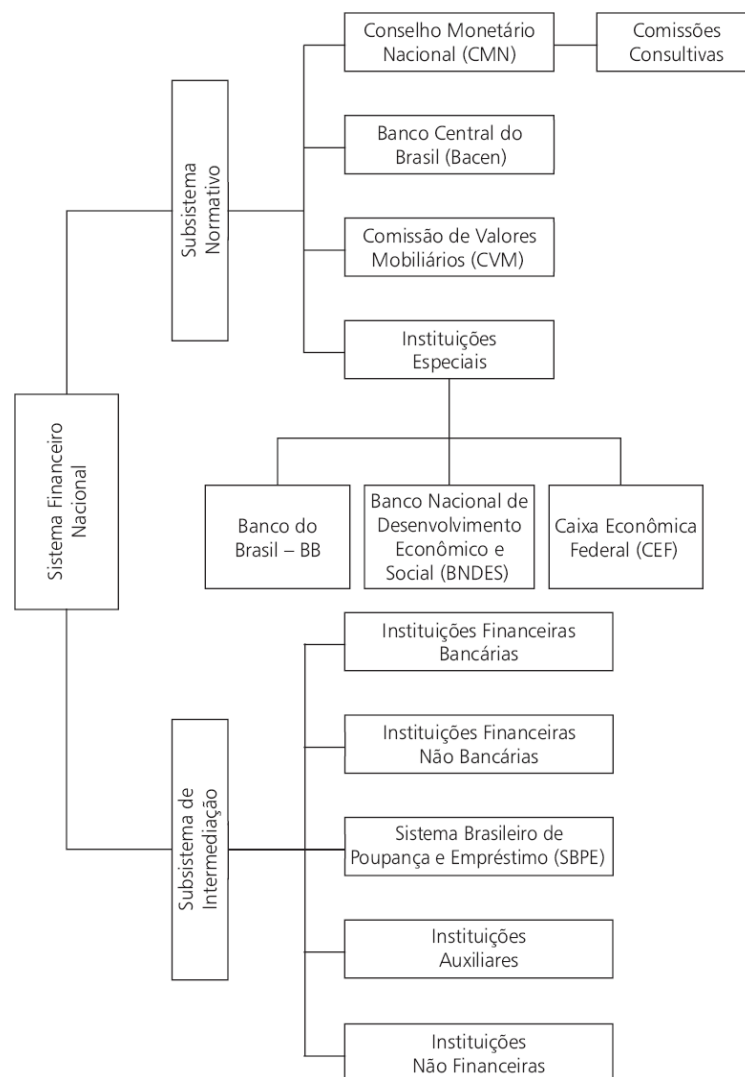
Robert Kiyosaki (2000), nos mostra em seu livro mais famoso que a inteligência financeira é constituída pelos seguintes conhecimentos: contabilidade (proficiência em ler números), investimento, entendimento de mercado e lei (conhecimento dos regulamentos estaduais e nacionais sobre contabilidade e empresas).

Os certificados feitos pela Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (AMBIMA) possuem o objetivo de examinar, por meio de provas, os conhecimentos dos inscritos para a atuação nas diferentes áreas do mercado financeiro. Tais certificados garantem que o profissional possui o conhecimento necessário para atuar em determinadas áreas do mercado financeiro (Machado, 2022).

O site “Economia do dia” oferece conteúdos e simulados para pessoas que irão participar dessas provas de certificação, e essa. Os certificados mais simples fornecidos pela a AMBIMA são CPA-10 e CPA-20. Por meio desses conteúdos dá-se para ter uma noção do que é o conhecimento financeiro básico para a população. Os conteúdos para essas certificações encontradas no site são dizem respeito a: Sistema Financeiro Nacional e Participantes do Mercado; Compliance legal, Ética e Análise de Perfil do Investidor; Princípios Básicos de Economia e Finanças; Instrumentos de Renda Variável, Renda Fixa e Derivativos, Fundos de Investimento, Previdência Complementar Aberta, PGBL e VGBL; Mensuração e Gestão de Performance e Riscos; Regulamentação e Princípios de Investimento.

O primeiro conteúdo mencionado seria relativo ao SFN e aos participantes do mercado. Com relação a ele não se faz necessário o aprofundamento no tema aqui, visto que o assunto já fora trabalhado em outra seção deste trabalho, dito isso, lembremos apenas a figura 2 e o seguinte conceito “O sistema financeiro é importante para o país, pois sustenta a economia intermediando ações financeiras entre os agentes econômicos superavitários e deficitários” (Machado, 2022, p. 1).

Figura 2 – Diagrama do SFN



Fonte: Adaptado da obra de Neto (2021).

Ao se definir o que é compliance legal temos a afirmação de que “é um conjunto de regras, padrões, procedimentos éticos e legais, que, uma vez definido e implantado, será a linha

mestra que orientará o comportamento da instituição no mercado em que atua, bem como a atitude dos seus funcionários”. Seu objetivo principal é relacionado a prevenir, detectar e reagir a comportamentos ilegais ou impróprios, minimizando riscos e protegendo a integridade da organização (Candeloro; Rizzo; Pinho, 2012, p. 30).

A questão da ética no mercado financeiro é extensa, mas boa parte dessa discussão é advinda do conflito de agência. Esse conflito advém da eventualidade de divergência de interesses entre gestores e acionistas, com um tentando se beneficiar em cima do outro, normalmente essa contenda envolve a assimetria de informação. Normalmente quando o objetivo do administrador se torna diferente do objetivo do “dono da empresa”, a busca pela maximização de um significa diminuição no outro e isso gera animosidades (Nassif, 2013).

Existem três tipos de investidores: o conservador, o moderado e o arrojado. A análise de perfil do investidor brasileiro médio mostra que quando se investe, o brasileiro prioriza a segurança ao invés de quantidade de rendimento. Esse investidor que busca segurança possui baixa tolerância ao risco e por isso possui investimentos mais sólidos, ou seja, possui mais renda fixa. É cada vez mais comum que exista instrução financeira para a população, e isso não se limita à população com nível superior na área de economia, administração, ciências contábeis e afins. A Maior porcentagem de investidores: são homens, casados, normalmente, ativos no mercado de trabalho, têm em média 35 a 44 anos e em sua grande maioria, habitam na região Sudeste do Brasil” (Cardozo, 2019, p.10).

O básico de finanças que a população brasileira tem acesso pode ser considerado o conteúdo de cálculo financeiro, que antecede conteúdos mais elaborados. É possível ter acesso a esse tema quando se compara o conteúdo o livro “matemática financeira aplicada” de Branco (2010) com o conteúdo do livro “matemática financeira” de Hazzan (2017), temos o foco em: Juros simples e composto; desconto; taxas de juros, taxa interna e taxa de retorno; valor presente; sequências uniformes e não uniformes; amortização de empréstimos. No livro de Garcia (2021), sobre os fundamentos da economia, feito para auxiliar estudantes do ensino médio a terem o mínimo de conhecimento na área. Neste livro o conteúdo é dividido em quatro partes, sendo elas introdução à economia (nesta introdução se aborda o conceito, objetivo, os problemas econômicos, curva de possibilidade e custo de oportunidade); estrutura de mercado; Demanda, oferta e equilíbrio de mercado; Teoria da firma.

O tripé do investimento está relacionado à rentabilidade, o risco e a liquidez. Normalmente um investimento em renda fixa é um empréstimo para bancos, governo, empresa, ou mais especificamente uma empresa “agro”, tais investimentos consistem em menos risco.

Quando o retorno do investimento não é fixo e pode variar, esse investimento é uma renda variável. exemplos comuns de renda variável são as ações e os derivativos, normalmente é mais arriscado investir em renda variável, mas a depender do investidor ele pode achar vantajoso correr esse risco por conta da rentabilidade e da liquidez. Os derivativos são instrumentos financeiros que se originam e dependem do valor de um outro ativo. O contrato derivativo não expõe valor próprio, derivando-se do valor de um outro bem básico. Existem dois principais tipos de derivativos: os financeiros e os não financeiros. Os derivativos financeiros são as taxas de juros, moedas, índices e ações. São exemplos de derivativos não financeiros o petróleo, ouro, boi gordo, café, soja, açúcar, milho e outros ativos agropecuários, além de derivativos de energia e clima, como crédito de carbono, gás, energia elétrica, dentre outros. Os Fundos de Investimentos são conjuntos de recursos monetários, formados por depósitos de grande conglomerado de cotistas, destinados à aplicação coletiva em carteira de títulos e valores mobiliários (Neto, 2021).

A previdência complementar aberta é um tipo de previdência privada disponível para quem queira contribuir para um adicional ao sistema público de previdência. As seguradoras e entidades abertas de previdência complementar oferecem esses planos. O objetivo comum do plano é complementar a aposentadoria. Os dois principais tipos de plano são o Plano Gerador de Benefício Livre (PGBL) e o Vida Gerador de Benefício Livre (VGBL). Para Rozendo (2017): “O VGBL é classificado como seguro de pessoa, tendo características previdenciárias, enquanto o PGBL é um plano tradicional de previdência complementar”.

O Risco é definido pela *International organization for standardization*, 2018 (ISO 31000/2018) como a probabilidade estatística de uma ameaça explorar uma vulnerabilidade. A probabilidade e o impacto são os pontos principais para a mensuração do risco. Nenhum risco pode ser totalmente extinguido, mas alguns são tão improváveis que chegam a não ser considerados nas avaliações. Os riscos podem ser gerenciados e o risco está relacionado com a performance. Os principais tipos de riscos são: risco de mercado, risco de crédito, risco de liquidez e risco operacional.

Com relação a regulamentação, já foi mostrado que o BACEN, a SUSEP e a CVM são as entidades que regulam o mercado financeiro, cada uma na sua especificidade. Existem muitos princípios de investimentos a serem levantados, mas um que merece o foco é o princípio da diversificação. O princípio da diversificação consiste no distribuir, dentro do portfólio, os investimentos em diferentes ativos, isso para diminuir o risco de perdas significativas (Neto, 2021).

2.2.1 Educação financeira no Brasil

A carta magna mostra ao brasileiro que a educação é um direito de todos (BRASIL, 1998, art. 205). A educação financeira é parte essencial da educação brasileira e é extremamente importante para a vida do cidadão, pois ela o auxilia na sua tomada de decisão, no seu planejamento e na forma como será a administração do seu capital financeiro (Hurtado e Freitas, 2020).

Alguns autores demonstram o quão importante a educação financeira é, consegue-se observar essa importância na seguinte afirmação:

“É possível afirmar que a educação financeira desempenha um papel fundamental na formação dos indivíduos. Ela fornece conhecimentos e habilidades necessárias para lidar com questões financeiras do cotidiano, como orçamento, poupança, investimentos e gestão de dívidas. Além disso, a educação financeira promove uma mentalidade consciente e responsável em relação ao dinheiro, contribuindo para a construção de uma sociedade mais financeiramente saudável” (Da Silva, 2023, p.14).

No artigo de Cordeiro fica claro como a educação financeira é primordial para que exista uma sociedade financeiramente saudável, sendo que nessa educação a população não deve apenas saber fazer as contas algébricas necessárias, porém, ela deve entender o mínimo com intenção de fazer o manuseio das ferramentas e de se organizar de maneira básica em questões como o orçamento e o investimentos. Tal estudo traz a seguinte relação sobre a atualidade do assunto:

“O tema Educação financeira é relativamente novo no Brasil. Surgiu com a preocupação de fornecer suporte e informação à população, preparando-a para a convivência em uma sociedade onde a manipulação do dinheiro é importante” (Cordeiro, 2018, p.14).

Pode-se verificar que o nível de escolaridade não influencia na taxa de poupança, porém, o nível de educação financeira influencia diretamente na decisão de quanto poupar dos indivíduos. O próprio artigo mostra: “embora a escolaridade tenha um papel fundamental na determinação da renda, tal como apontado nas teorias de capital humano e nos estudos empíricos, a escolaridade influencia pouco a determinação da taxa de poupança” (Costa, 2013, p.14).

Em consonância com o que foi mostrado, Domingos (2022), mostra como a educação financeira no Brasil é fundamental, trazendo a informação de que a falta dela afeta a integridade física e psicológica, a produtividade no trabalho e o relacionamento entre as pessoas, logo, uma melhora na administração financeira pessoal do brasileiro pode ter efeitos positivos para a própria economia do Brasil, mais de 50 milhões de cidadãos brasileiros estão endividados, ou seja, poderiam estar aplicando melhor o seu dinheiro na economia.

Essa população foi bastante afetada pela situação econômica vivenciada no Brasil. O grande período de inflação no Brasil colaborou para que a capacidade de planejamento econômico-financeiro de longo prazo das pessoas fosse diminuída. Países como o Reino Unido e os Estados Unidos possuem um desenvolvimento de educação financeira superior ao investimento brasileiro. Tais países possuem maior investimento tanto do governo como da área privada na educação financeira, investimento esse, que comparado ao Brasil, se mostra significativo (Savoia, 2007).

As instituições financeiras podem auxiliar esses cidadãos que não estão em países com tanto investimento na educação financeira. No estudo publicado por Vasconcelos sobre o Nubank, considerada como *fintech* brasileira, mostra que por conta da disponibilização de ferramentas que assistem os usuários nas finanças pessoais, o cartão consequentemente auxilia na educação financeira de tais clientes da marca. Outro argumento apontado pelo estudo seria que ainda existem lacunas na educação financeira do brasileiro (Vasconcelos, 2018).

As *fintechs* que atuam no mercado possuem a capacidade de gerar inclusão e melhorar o funcionamento do mercado. A inclusão de pessoas no mercado financeiro é uma forma de combate contra a pobreza e também contra as desigualdades sociais (Siqueira, 2018).

Tais empresas possuem a vantagem de serem mais práticas em relação às instituições tradicionais, porém, ainda existem muitos brasileiros que nem ao menos conhecem o termo *fintech*. Essas organizações tecnológicas adentraram no Sistema bancário brasileiro para preencher as lacunas deixadas pelas instituições tradicionais (Bonifácio et al., 2022).

Os bancos tradicionais continuam possuindo a sua importância, na pesquisa de Silva e Jorge (2021) mostra que ainda que não seja tão grande, existe um protagonismo das agências bancárias físicas para uma maior inclusão dos brasileiros no setor bancário, porém, é possível notar que com mais educação, mais renda e mais TIC (tecnologia da informação e comunicação) é pressuposto que possa existir uma maior inclusão da população brasileira no setor bancário.

Para que se tenha essa inclusão o país precisa que sua economia se desenvolva. Há uma correlação entre inclusão financeira e desenvolvimento econômico, essa correlação é reconhecida pelo próprio Banco Central do Brasil. Continua existindo uma falta de inclusão financeira em nosso país, muitas pessoas ainda não fazem uso de instrumentos e facilidades. Uma das opções viáveis na atualidade para inclusão financeira destes indivíduos reside nas *fintechs*, que utilizando de tecnologia, conseguem oferecer seus serviços financeiros de forma mais simplificada, facilitando com que a população seja integrada no setor bancário (Godoi, 2023).

Essa problemática da inclusão financeira no Brasil vem se tornando cada vez menor. É possível ver no relatório *deep dive* (2023), que os investimentos das *fintechs* pelo B2C caíram do ano de 2021 para o ano de 2022, de 10% para 6%, ou seja, o mercado de produção financeira visando o consumidor final já foi bastante explorado e está desacelerando. As *fintechs* inicialmente entraram no mercado brasileiro priorizando a forma B2C com o foco na experiência do consumidor final, porém atualmente rentabilizar nesse mercado vem sendo mais difícil. Os especialistas desse estudo mostram que provavelmente os negócios B2C já foram largamente explorados no Brasil. “as menções à inclusão financeira como um problema a ser resolvido tem caído de 40% para 28%”, isso do ano de 2021 para 2022. Essas informações deixam evidente que as *fintechs* já conseguiram alcançar os consumidores finais e que esse já não é o grande foco delas por agora (Willer, 2023, p. 21).

2.3 Experiência dos clientes de instituições do SFN

As *fintechs* apresentam soluções que desburocratizam os produtos e serviços prestados e reduzem os custos, isso permite que mais pessoas tenham acesso ao mercado bancário, contribuindo então para a inclusão financeira, isso tudo com relação às instituições tradicionais. As *fintechs* remodelaram o mercado possibilitando uma maior autonomia dos clientes, pois eles podem ter acessos aos serviços e produtos, por meio da tecnologia, de forma mais facilitada do que era antes (Furlani, 2021).

O artigo de Ferreira discorre sobre como ocorre essa inclusão e mostra que: “com as *fintechs*, o fator limitante de inclusão (ser cliente de banco) praticamente desapareceu. Ao propiciar a inclusão social e ofertar serviços financeiros simplificados, as *fintechs* inserem os cidadãos como membros ativos da sociedade, com implicação na melhoria da qualidade de vida” (Ferreira, 2023, p. 10).

Segundo o livro de introdução a economia de Mankiw (2019, p. 6): “Um incentivo é algo que induz uma pessoa a agir, tal como a perspectiva de uma punição ou recompensa. Como as pessoas racionais tomam decisões comparando custo e benefícios, elas respondem a incentivos”.

A forma como a população brasileira vem respondendo aos incentivos dados pelas instituições financeiras demonstra o que é importante para ela. Antes da vinda das *fintechs*, os bancos tradicionais negligenciaram em parte, algo que era bastante considerável, o relacionamento do consumidor: “Como praticamente não havia produto substituto no mercado, as instituições financeiras sempre estavam focadas em melhorar a sua rentabilidade, reduzindo custos e elevando receitas, deixando a experiência do cliente em segundo plano”. Com a chegada dos bancos digitais para o mercado, os bancos tradicionais tiveram que melhorar no seu trato com o cliente para que continuassem competitivos (Marques, 2019, p. 54).

A forma como ocorreu a inovação das *fintechs* foi por meio da ruptura de mercado, advinda da percepção de necessidades dos clientes (criação de valor) relacionados a insatisfação referente aos serviços anteriormente oferecidos pelos bancos brasileiros. Sendo assim, as *fintechs*, identificaram um nicho de atuação no mercado onde existia uma demanda por mudanças, com a tecnologia digital essas empresas conseguiram atender aos problemas dos clientes de bancos (Pinto, 2018).

Com esse sucesso em atender os clientes, as *fintechs* começaram a ser alvos das mais diversas especulações. A grande mídia mostra as *fintechs* como uma ameaça às instituições financeiras tradicionais. As *fintechs* são apresentadas como um campo para negócios emergentes além de serem uma oportunidade de investimento. Essa mesma mídia propaga para a população que as *fintechs* são sinônimo de inovação, perspectivas de lucro futuro e desenvolvimento tecnológico (Rocha, 2023).

Em seu artigo, Araújo nos mostra que “as instituições financeiras são as que mais investem em tecnologia, com vistas a realizar a manutenção e assegurar o grande número de dados de seus clientes, bem como ofertar as melhores experiências em atendimento”. Outro ponto ressaltado seria que mesmo as instituições bancárias tradicionais se adaptaram ao mercado digital e oferecem serviços pelos meios eletrônicos, mesmo assim, o crescimento dos bancos inteiramente digitais é mostrado como tendência Araújo (2021, p. 45).

Pode-se observar que com relação a possuir contas em *fintechs*, as barreiras geracionais, socioeconômicas e de gênero não fazem diferença, como poderia se imaginar que

fariam. Para a população brasileira os bancos tradicionais não possuem os mesmos atrativos que as *fintechs* (Koyama, 2021).

O surgimento das *fintechs* assegurou um ambiente propício à novidade. O *open banking* é uma inovação tecnológica, ela vem do inglês que seria “banco aberto” e é em suma o compartilhamento de informações financeiras entre bancos, autorizada pelo cliente. Segundo o texto de Guimarães (2021) o *open banking* pode corrigir imperfeições na comunicação do cliente com o banco, pois permite que exista mais clareza por parte do banco, permitindo-o oferecer um serviço personalizado direcionado conforme o cliente.

Segundo Vargo e Lusch (2004, p.11) “a produção não termina com o processo de manufatura; a produção é um processo intermediário”. Os mesmos autores mostram que vem se tornando um consenso a ideia do consumidor ser um co-produtor, o cliente no mercado está sendo cada vez mais pró-ativo e está adaptando os serviços e produtos fornecidos perante as suas necessidades. Outra perspectiva mostrada no artigo seria o relacionamento dos clientes, pois é o consumo do produto ou serviço que cria o valor para a empresa, ou seja, conhecer o consumidor é fundamental para a empresa.

Como visto anteriormente, o *open banking* é um serviço que dispõe do consumidor produzindo parte dos insumos para o seu próprio uso. O processo de construção, determinação e incentivo do *open banking* no Brasil vem sendo conduzido principalmente pelo Banco Central. O objetivo do BACEN com isso é a inovação, inclusão, concorrência, competitividade, transparência e redução de custos, tudo isso favorecendo prioritariamente o consumidor de serviços do sistema bancário brasileiro (Barroso, 2020).

Os parágrafos anteriores mostram o exemplo do open banking e a facilidade na fluidez de informação que ele gera no contato entre o banco com o cliente, porém, mesmo que exista um contato positivo entre banco digital e cliente, atualmente há também uma facilidade em se trocar de banco, ou seja, a lealdade do cliente está mais líquida, pode-se ver isso no seguinte trecho:

“Além da preocupação com a captação de novos usuários, o banco digital deve atentar para aspectos relacionados à retenção desse consumidor. Algo que é bastante comum nos bancos físicos tradicionais, onde boa parte dos correntistas acabam sendo clientes do banco por décadas. Esse novo consumidor que demanda outros atributos de valor do banco digital, parece ter vínculos mais fracos com esse fornecedor, e, portanto, requer uma análise mais profunda (Rohden, 2023, p. 11)”.

Com a chegada das *fintechs* no SFN existiu uma mudança em toda a dinâmica do

sistema bancário, trazendo facilidades e novidades. Os bancos tradicionais tiveram que se atualizar para oferecer competitividade. Essa atualização relaciona-se com a disponibilidade de novos serviços e ferramentas para a população brasileira. A inclusão da população brasileira no sistema bancário não está terminada, porém, houve grandes avanços nesses últimos anos e isso se deve tanto a chegada das *fintechs* quanto a permanência dos bancos tradicionais. O bem-estar dessa população é influenciado pelo resultado de como lidam com as ferramentas (*open banking* e *pix*) e com os serviços disponibilizados.

3. MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

3.1 Tipo e descrição geral da pesquisa

Nesta pesquisa decidiu-se pela utilização de um método quantitativo. Segundo Manzato (2012), o método quantitativo, diferentemente do método qualitativo, é escolhido geralmente quando se decide medir opiniões, reações, sensações, hábitos e atitudes. Nesse método pode-se usar levantamento de dados através de questionários. Muitas são as áreas do conhecimento que utilizam do método quantitativo para o levantamento de dados. Com relação a esse levantamento de dados é necessário que se saiba analisar estatisticamente as informações coletadas, isso para a validação dos resultados.

O modelo quantitativo é caracterizado pela determinação da quantidade em algo, esse modelo é comumente acompanhado por levantamentos de dados. O método quantitativo, como se observa na citação, busca demonstrar o resultado de maneira exata: “ele possui como diferencial a intenção de garantir a precisão dos trabalhos realizados, conduzindo a um resultado com poucas chances de distorções” (Dalfovo, 2008, p.7).

A pesquisa quantitativa é feita quando se tem controle e quando se conhece o que irá pesquisar. Logo, a pesquisa quantitativa não será aplicada em problemas “inéditos”. Os dados da perspectiva quantitativa da pesquisa possuem o caráter numérico, o que permite uma análise estatística (Da Silva, 2014).

A pesquisa também demonstra característica descritiva, tendo em vista que, a pesquisa descritiva usualmente tem a forma de levantamento, tal pesquisa tem o objetivo de estabelecer associações entre variáveis ou, descrever características de determinada população ou fenômeno. Esses estudos regularmente são usados para se aprender características de grupos. Pode ser que algumas dessas pesquisas descritivas determinem a natureza do que se está sendo estudado, porém, continuam sendo pesquisas descritivas que nesse caso se assemelham com as explicativas. Normalmente as pesquisas descritivas são feitas por pessoas que se preocupam com a atuação prática (Gil, 2002).

Os benefícios de se usar a pesquisa quantitativa são diversos, porém, apenas os mais relacionados ao trabalho serão colocados em destaque. Inicialmente os benefícios seriam a objetividade e a análise rigorosa advindos da utilização dos dados numéricos e estatísticos, como nesta pesquisa utilizou-se a estatística para fornecer informações contundentes buscando

auxiliar em medidas estratégicas, logo, ela possibilita a análise de dados exatos e podem ser replicados.

A pesquisa quantitativa foi escolhida, pois com ela é possível mensurar uma tendência. A finalidade do método quantitativo é confirmada na seguinte afirmação: “tem como campo de práticas e objetivos trazer à luz dados, indicadores e tendências observáveis” (Minayo, 1993, p.9).

O método quantitativo está mais alinhado com os objetivos propostos na introdução, sendo eles: Investigar como a compreensão e a educação financeira por parte dos clientes afetam seu relacionamento e experiência com as *fintechs*, visando identificar estratégias que possam melhorar a interação entre essas entidades e seus usuários. Avaliar o nível atual de conhecimento básico em educação financeira entre os usuários de *fintechs* e como isso influencia sua capacidade de utilizar e beneficiar-se dos serviços oferecidos. Identificar e analisar as estratégias de educação financeira adotadas pelas *fintechs* para melhorar o conhecimento financeiro de seus clientes, examinando sua eficácia em termos de engajamento do cliente e satisfação. Examinar como o aumento do conhecimento financeiro impacta a experiência geral do cliente com a *fintech*, incluindo confiança, satisfação e lealdade, além da capacidade de tomar decisões financeiras informadas. Tais objetivos não estão tão relacionados com opiniões, crenças, representações, hábitos, atitudes e valores, essas características são mostradas por Minayo (1993) como pertencentes a pesquisas de natureza qualitativa.

3.2 Caracterização da organização

As informações foram retiradas do segmento dos usuários de bancos digitais do Brasil. A maioria dos usuários é jovem, com uma grande presença da faixa etária entre 25 e 34 anos, e são adeptos de novas tecnologias e inovações financeiras. Estes usuários buscam principalmente facilidade e praticidade nas operações financeiras, além de custos mais baixos e menos burocracia em comparação aos bancos tradicionais. A popularização das *fintechs* no Brasil está associada ao aumento do acesso à internet e à crescente demanda por serviços financeiros mais ágeis e menos complicados. As *fintechs* oferecem soluções diversas que incluem desde pagamentos e gestão financeira até empréstimos e investimentos.

3.3 População e amostra (participantes do estudo)

O público-alvo desta pesquisa foram pessoas entre 18 anos até 80 anos, que moram em áreas urbanas, sem definição de renda, com ou sem formação acadêmica, usuários de smartphone que possuem apps de banco digital, que gerenciam as suas próprias finanças.

Na pesquisa de saúde financeira dos brasileiros da Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN) de 2023, é disponibilizado o Índice de Saúde Financeira do Brasileiro (I-SFB) e ele deu uma leve melhorada saindo de 56% em 2022, para 56,2% em 2023, essa medida vem se aproximando da linha do equilíbrio financeiro no limite, com pouca margem para erro que fica entre 57% - 60%. A atual pesquisa demonstra que o índice geral da saúde financeira do brasileiro está se regulando, porém o orçamento do consumidor segue justo. Tal cenário destaca a relevância das ações de educação financeira, de modo que o consumidor possa recuperar o controle dos seus gastos e se afastar do ciclo de irritação e confusão financeira.

O site do IBGE, em 2021, traz a seguinte informação: “Cerca de 72,4% da população brasileira viviam em famílias com alguma dificuldade para arcar com as despesas mensais”. nessa mesma abordagem ainda é mostrado que 58,3% das famílias brasileiras têm dificuldades com a área financeira e 14,1% possuem muitos problemas na área.

A semana nacional da educação financeira é coordenada pelo Comitê Nacional de Educação Financeira (CONEF), ela tem o objetivo de disseminar conhecimentos sobre educação financeira, promover a conscientização sobre a importância do planejamento financeiro e incentivar práticas que contribuam para a saúde financeira das pessoas. Na seguinte figura será apresentado os dados do alcance da campanha em massa de 2023.

Figura 3 – Gráfico do alcance da Semana ENEF

2023 - Campanhas em massa				
Área de Atuação	Alcance	% Alcance	Campanhas	% Campanhas
Cooperativismo	36.755.661	77,1%	766	91,6%
Bancos e outras IFs	9.160.838	19,2%	23	2,8%
Associações de classe	1.034.139	2,2%	10	1,2%
Governo	468.781	1,0%	18	2,2%
Serviços	152.654	0,3%	7	0,8%
Outros	66.772	0,1%	4	0,5%
Pessoa física	14.725	0,03%	8	1,0%
Fundos de pensão	-	0,0%	0	0,0%
TOTAL	47.653.570	100%	836	100%

Fonte: Adaptado do relatório ENEF 2022/2023.

No Brasil, o número de contas usuárias ativas de bancos digitais já superam 170 milhões. O Nubank é o maior banco digital que no ano de 2023 atingiu mais de 58 milhões de clientes ativos, ele é seguido pelo PicPay e pelo MercadoPago (MONEY TIMES, 2024).

Ao se levar em consideração o parágrafo anterior, que mostra que o número de usuários brasileiros ativos em bancos digitais supera 170 milhões, utilizou-se esse dado para calcular a amostra.

A partir desse dado, calculou-se o tamanho da amostra necessária para a pesquisa, utilizando a calculadora Comento, com um erro amostral de 5% e um nível de confiança de 95%. O tamanho da amostra resultou em 246 pessoas.

3.4 Procedimentos de coleta dos dados da pesquisa

O método descritivo, como foi mostrado anteriormente, normalmente tem forma de levantamento de opiniões, e tal levantamento pode ser feito por um questionário (*survey*). Por questionário entende-se um conjunto de questões que são respondidas pelo pesquisado (Gil, 2002).

O questionário foi escolhido como instrumento a ser utilizado pois possui muitas vantagens como economia de tempo; alcance de pessoas aumentado; abrange um território geográfico maior; maior liberdade nas respostas (por conta do anonimato); menos risco de distorção pela influência do pesquisador (Oliveira, 2016).

Gil (2002) demonstra que um questionário não dispõe de normas rígidas fixas, mas, possui regras claras, dentre elas: ele deve preferencialmente ter questões fechadas, que contemple as possíveis respostas; as perguntas devem estar ligadas ao problema a ser trabalhado; pergunta não deve recomendar resposta; os questionários devem ter inicialmente as perguntas mais fáceis e posteriormente as mais complicadas; a pergunta deve possibilitar apenas uma interpretação; as perguntas devem ser claras, concretas e precisas e não devem invadir a intimidade do entrevistado. O questionário é um instrumento bem simples. Transpor os objetivos específicos da pesquisa em itens bem redigidos é sobretudo o desenvolvimento de um questionário.

3.5 Instrumento(s) de coleta de dados da pesquisa

Serão utilizados questionários (*survey*), sendo um deles a escala *likert* e algumas escalas próprias baseada nela. A vantagem dessa escala é que ela transforma dados qualitativos em quantitativos. Será utilizada também a escala semântica diferencial, essa escala mede o nível de concordância ou intensidade. Esse questionário poderá ser encontrado na sessão de apêndice.

No Questionário terão quatro questões sociodemográficas e seis questões relacionadas ao conteúdo do trabalho (educação financeira). O questionário usou como referencial as questões de Vieira, Bataglia e Sereia (2011). O questionário possui seis perguntas de escala *likert*. O *survey* está disponível no apêndice A.

3.6 Procedimentos de análise dos dados

Por todas as características deste trabalho a técnica de análise de dados que mais faz sentido de ser utilizada é a análise estatística descritiva, já que ela simplifica grandes volumes de dados, demonstra as tendências e variações e por fim, ela torna mais fácil a interpretação de tabelas, gráficos e estatísticas (Reis e Reis, 2002). Com relação aos instrumentos utilizados o Site QuestionPro(2002) mostra que “as estatísticas inferenciais nos permitem extrapolar informações de uma amostra para fazer afirmações significativas sobre uma população maior”. Foram utilizadas as seguintes análises estatísticas iniciais para o tratamento dos dados: Outliers e distribuição normal. Para a continuação das análises, utilizou-se de interpretações descritivas de frequências e proporções nas respostas dos questionários.

4. RESULTADOS

Para esta pesquisa, foi aplicado um questionário por meio de um formulário disponibilizado na internet em dezembro de 2024, obtendo 176 respostas de pessoas com idades entre 13 e 87 anos. Inicialmente, o objetivo era alcançar cerca de 246 respondentes, mas esse número não foi atingido por conta do prazo apertado, tornando a amostragem não-probabilística. Todos os participantes declararam, voluntariamente, concordar em participar da pesquisa.

4.1 Análise sociodemográficas

O perfil dos respondentes do questionário é composto por pessoas com idade média de 37 anos. Cerca de 55,7% possuem ensino superior completo, 26,7% possuem ensino superior incompleto, e 10,8% têm pós-graduação, mestrado, doutorado ou pós-doutorado. Os dados sobre os respondentes podem ser consultados de forma mais detalhada na Tabela 1.

Esse mesmo perfil dos respondentes do formulário se assemelha, em alguns aspectos, como a idade média e a atuação no mercado de trabalho, ao perfil do investidor médio brasileiro apresentado por Cardozo (2019).

Tabela 1 - Caracterização sociodemográfica da amostra (N = 176).

Variáveis		N	%
Idade	Menor de 18 anos	4	2,3%
	18 - 25 anos	67	38,1%
	26 - 35 anos	25	14,2%
	36 - 45 anos	30	17,1%
	mais de 45 anos	50	28,4%
	Média (DP)	37	-
Ocupação	Estudante	49	27,8%
	Empregado	66	37,5%
	Desempregado	8	4,5%
	Aposentado	24	13,6%
	Autônomo	17	9,7%
	Empresário	3	1,7%
	Outros	9	5,2%
Nível de escolaridade	Ensino Fundamental	5	2,8%
	Ensino Médio Completo	5	2,8%
	Ensino Fundamental Incompleto	1	0,6%
	Ensino Superior Completo	98	55,7%
	Ensino Superior Incompleto	47	26,7%

	Pós-graduação (Mestrado/Doutorado/MBA)	19	10,8%
Renda Familiar Bruta	< R\$ 1.412,00	14	8,0%
	R\$ 1.412,00 - R\$ 4.236,00	23	13,1%
	R\$ 4.236,00 - R\$ 7.060,00	21	11,9%
	R\$ 7.060,00 - R\$ 14.120,00	51	29,0%
	R\$ 14.120 até R\$ 28.240	32	18,2%
	R\$ 28.240 até R\$ 50.000	25	14,2%
	Acima de R\$ 50.000	10	5,7%
Total da amostra		176	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

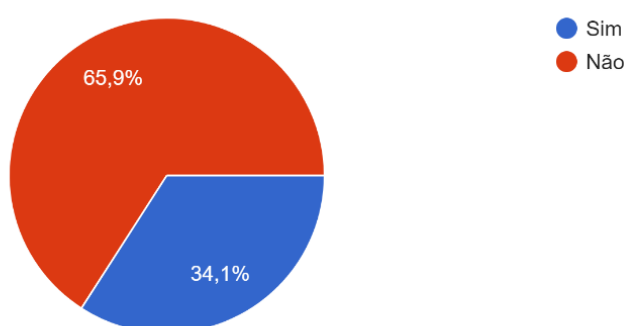
4.2 Análise descritiva dos resultados

Por meio do formulário, constatou-se que 65,9% dos respondentes não utilizaram os recursos oferecidos pela *fintech* para obter conhecimento na área de educação financeira, enquanto apenas 34,1% fizeram uso desses recursos para se instruírem nessa área. Esses resultados vão de encontro ao artigo de Vasconcelos (2018), evidenciando que a ampla maioria das pessoas não utiliza os recursos oferecidos pela *fintech* para se instruir.

Figura 4 – Gráfico sobre recursos oferecidos pela *fintech*

5. Você já utilizou algum aplicativo ou serviço de fintech para aprender sobre educação financeira?

176 respostas

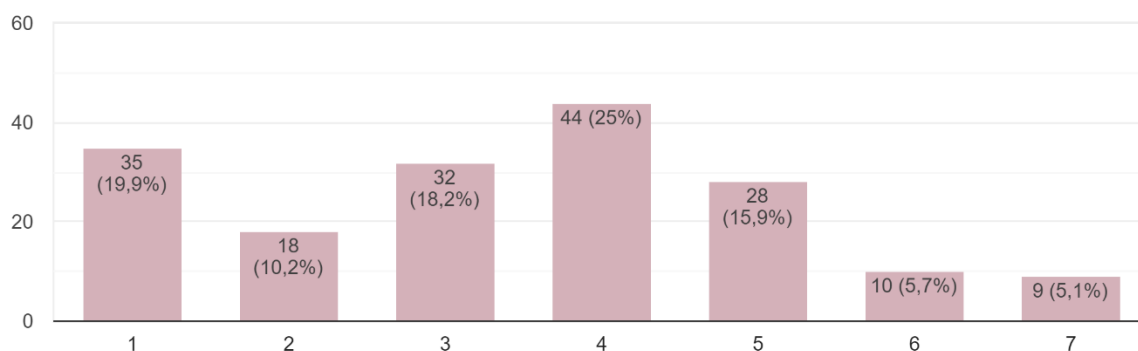


Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Na pergunta sobre 'Como você avalia o impacto do seu nível de conhecimento em sua capacidade de aproveitar os serviços oferecidos pela *fintech*?', poucos respondentes demonstraram aproveitar os benefícios disponibilizados pela *fintech*, essas respostas estão demonstradas na figura 5.

Figura 5 – Gráfico sobre aproveitamento dos benefícios

11. Em uma escala de 1 a 7, sendo 1 equivalente a "nenhuma influência" e 7 a "influência total," como você avalia o impacto do nível em sua capacid...e aproveitar os serviços oferecidos pela fintech?
176 respostas



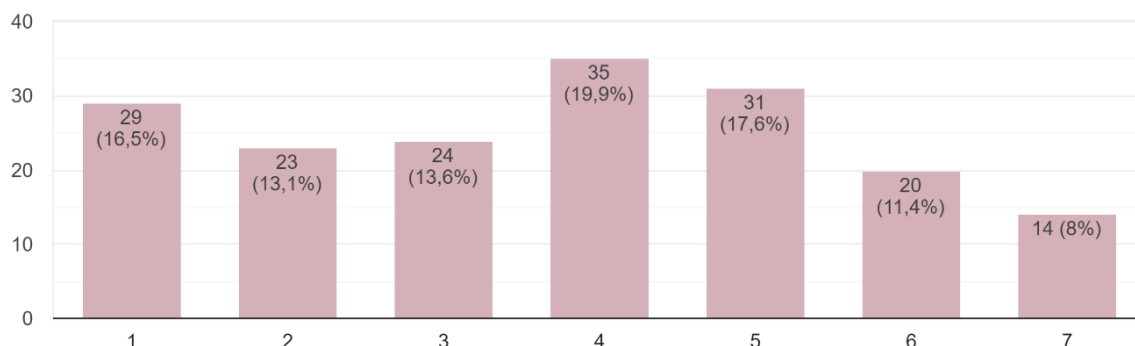
Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

A partir do formulário, foi possível averiguar que o conhecimento financeiro adquirido pelo cliente em determinada *fintech* pode contribuir para sua fidelização à empresa. Conforme argumentado por Mankiw (2019) sobre a racionalidade das pessoas, elas tendem a comparar custos e benefícios, sendo possível que o benefício 'intelectual' oferecido pelo banco compense o custo envolvido.

Figura 6 – Gráfico sobre lealdade do cliente

16. Em uma escala de 1 a 7, como você avalia o efeito do conhecimento financeiro que você adquiriu por meio da *fintech* na sua lealdade à empresa?

176 respostas



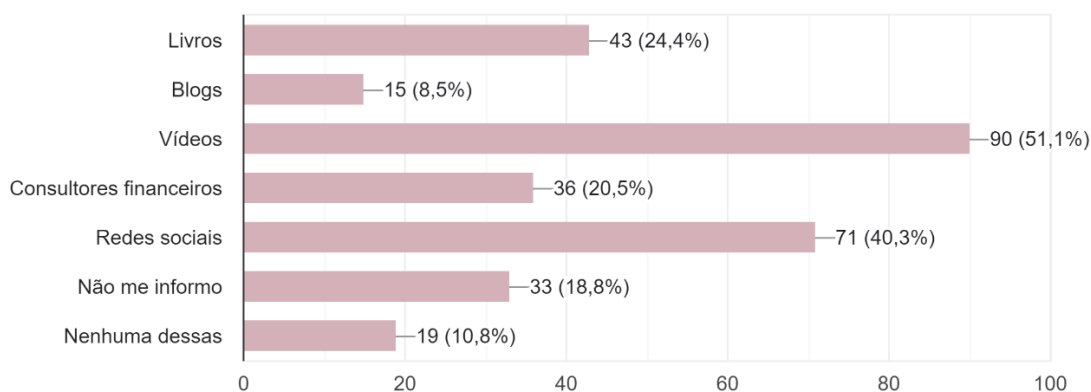
Fonte: elaborado pelo autor, 2024.

Com base no formulário, fica evidente que o usuário de *fintech* é alguém conectado à internet, utilizando redes sociais (40,3%) e vídeos (51,1%) como suas principais fontes de educação e conhecimento financeiro. Essa característica pode ser representativa do perfil de clientes de *fintechs*, já que eles acessam o banco pelo celular. Conforme destacado por Bonifácio (2022), essas empresas possuem a vantagem de serem mais práticas em comparação às instituições financeiras tradicionais.

Figura 7 – Gráfico sobre fontes de conhecimento

7. Quais fontes de informação você utiliza para aprender sobre finanças pessoais?

176 respostas



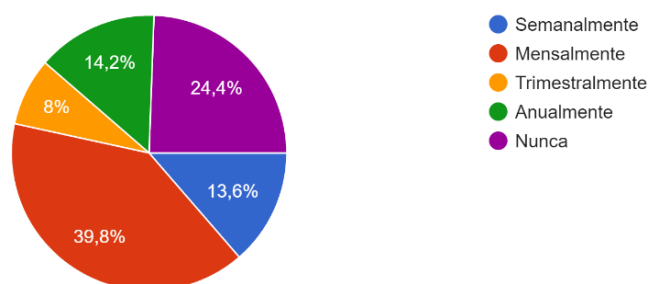
Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Em relação ao ajuste financeiro, aproximadamente um quarto dos respondentes indicou que não realiza qualquer ajuste em seu plano financeiro. Conforme apontado por Godoi (2023), a inclusão financeira possui uma correlação com o desenvolvimento econômico. No entanto, embora haja um crescimento da inclusão financeira no Brasil, é importante reconhecer que a falta de planejamento financeiro não é saudável

Figura 8 – Gráfico sobre ajuste do plano financeiro

6. Com que frequência você revisa ou ajusta seu plano financeiro?

176 respostas



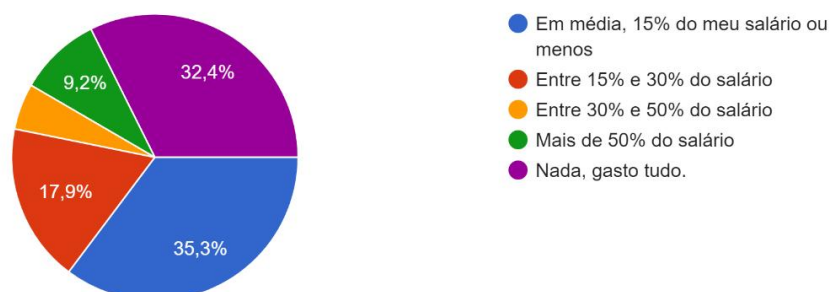
Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Conforme mostrado por Savoia (2007), os brasileiros foram significativamente impactados pelo longo período de inflação no país, o que reduziu sua capacidade de planejamento econômico-financeiro a longo prazo. Esse cenário é confirmado pela pesquisa, que revelou que 32,4% dos respondentes não economizam nada, gastando tudo o que recebem.

Figura 9 – Gráfico sobre capacidade de poupar

9. Dentro da sua renda mensal, qual é o percentual que você consegue poupar ou investir?

173 respostas



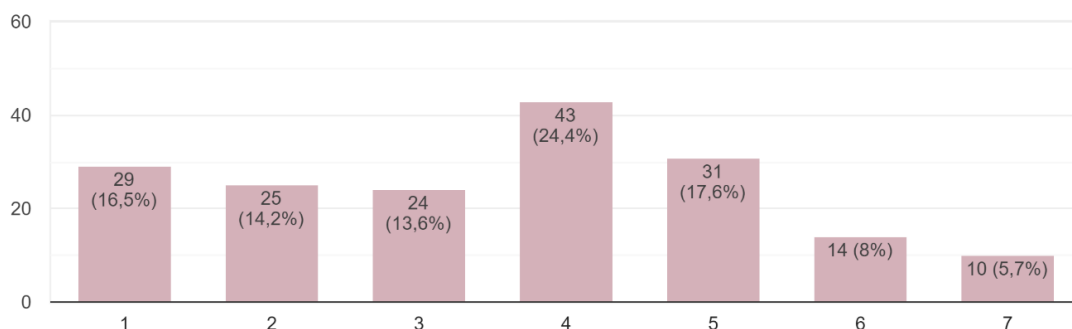
Fonte: Elaborado pelo autor, 2024

Na pergunta 'Como você avalia a eficácia das estratégias de educação financeira adotadas pela *fintech* na melhoria do seu conhecimento financeiro?', poucos respondentes avaliaram como 'boa' a eficácia das *fintechs* na educação financeira, o que indica que essa área ainda tem muito a crescer.

Figura 10 – Gráfico sobre eficácia das estratégias

12. Em uma escala de 1 a 7, onde 1 representa 'eficácia nula' e 7 representa 'eficácia total', como você avalia a eficácia das estratégias de educação...ntech na melhoria do seu conhecimento financeiro?

176 respostas

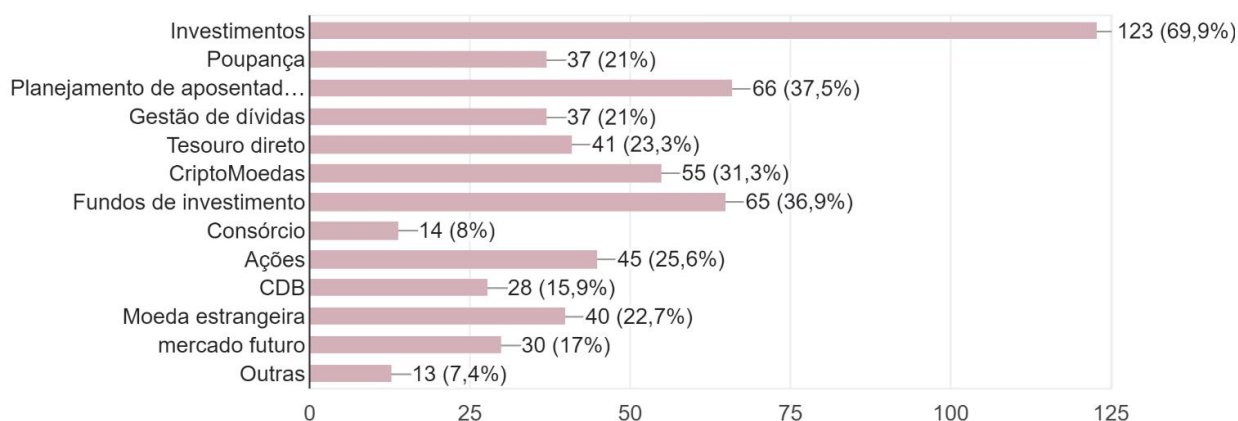


Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Quando apresentadas diversas opções de aprimoramento intelectual, como criptomoedas, poupança e fundos de investimento, os respondentes do formulário demonstraram amplo interesse no tema de investimentos. Quase 70% expressaram o desejo de aumentar seu conhecimento nessa área. Ainda que muitos não tenham selecionado opções específicas de investimentos apresentadas no formulário, observa-se um desejo consistente de compreender melhor o universo dos investimentos.

No artigo de Da Silva (2023), há a ideia de que a educação financeira disponibiliza conhecimentos e habilidades necessárias para lidar com questões financeiras corriqueiras, como orçamento, poupança, investimentos e gestão de dívidas. Caso os clientes recebessem mais conhecimento na área, eles poderiam saber onde colocariam seu dinheiro de maneira mais confiante, responsável e benéfica para ambas as partes.

Figura 11 – Gráfico sobre melhora do conhecimento



Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

5. DISCUSSÃO

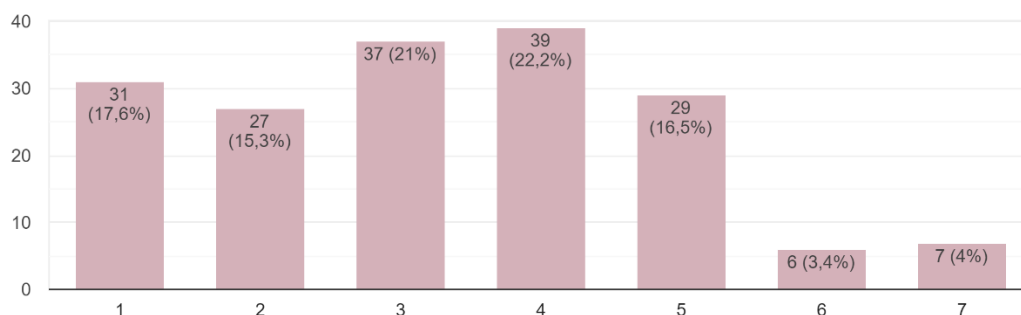
5.1 Metas conquistadas

O primeiro objetivo específico da pesquisa era: “Avaliar o nível atual de conhecimento básico em educação financeira entre os usuários de *fintechs* e como isso influencia sua capacidade de utilizar e beneficiar-se dos serviços oferecidos.” Por meio do formulário, foi possível perceber que, ao se fazer a pergunta: “Em uma escala de 1 a 7, onde 1 representa 'discordo totalmente' e 7 representa 'concordo totalmente', como você avaliaria a seguinte afirmação: 'Tenho conhecimento financeiro e me considero bem-informado nessa área'” a maior parte dos que responderam o formulário não se considera bem-informada.

Ao levarmos em conta a seguinte afirmação de Costa (2013), de que “o nível de educação financeira influencia diretamente na decisão de quanto poupar dos indivíduos”, percebemos, com os resultados do formulário, a noção de que, possivelmente, o brasileiro, ao não poupar, demonstra sua falta de educação financeira.

Figura 12 – Gráfico sobre o cliente informado

10. Em uma escala de 1 a 7, onde 1 representa 'discordo totalmente' e 7 representa 'concordo totalmente', como você avaliaria a seguinte afirm...nanceiro e me considero bem informado nessa área
176 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

O segundo objetivo específico era: “Identificar e analisar as estratégias de educação financeira adotadas pelas *fintechs* para melhorar o conhecimento financeiro de seus clientes, examinando sua eficácia em termos de engajamento do cliente e satisfação.” Pelo que foi mostrado na figura 4, poucas são as pessoas que se instruem a partir dos recursos disponibilizados pelas próprias *fintechs*. Os recursos que esses clientes de *fintechs* mais demonstraram utilizar são vídeos e redes sociais.

Como mostrado por Marques (2019), existia uma negligência dos bancos tradicionais em relação aos seus clientes, causada pelo comodismo, o que criou a oportunidade para o surgimento das *fintechs*. Essas *fintechs*, no entanto, não devem deixar de fornecer um serviço de qualidade aos seus clientes.

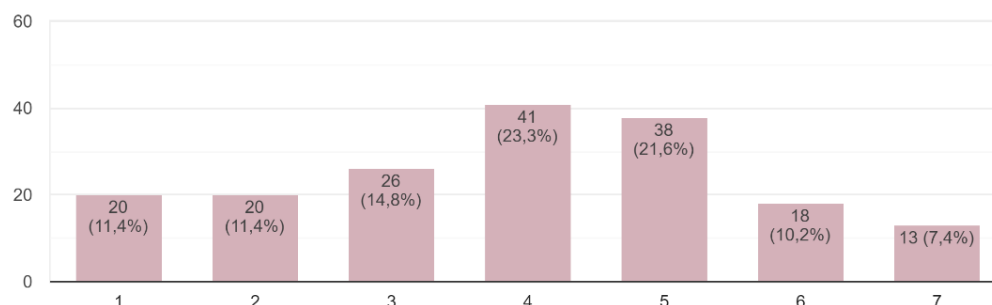
O terceiro objetivo específico era: “Examinar como o aumento do conhecimento financeiro impacta a experiência geral do cliente com a *fintech*, incluindo confiança, satisfação e lealdade, além da capacidade de tomar decisões financeiras informadas.”

Na figura 6 é mostrado que a lealdade do cliente é bastante afetada pelo conhecimento financeiro. De modo semelhante, a confiança e a satisfação também são significativamente influenciadas pelo conhecimento financeiro oferecido pela *fintech*. Isso é confirmado por uma simples análise das figuras 13 e 14.

Figura 13 – Gráfico sobre a confiança do cliente

14. Em uma escala de 1 a 7, como você avalia o impacto do conhecimento financeiro da fintech na sua confiança na empresa e em suas decisões financeiras?

176 respostas

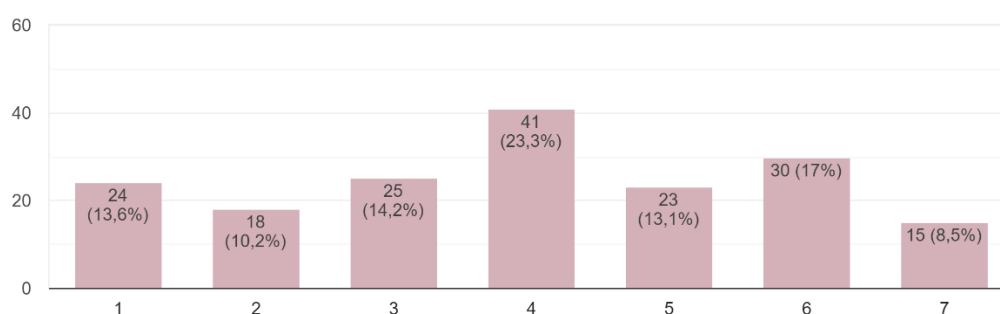


Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Figura 14 – Gráfico sobre satisfação do cliente

15. Em uma escala de 1 a 7, como o(a) senhor(a) avaliaria o impacto do conhecimento financeiro adquirido por meio da fintech na sua satisfação com a empresa?

176 respostas



Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

O impacto do conhecimento básico em educação financeira no relacionamento e na experiência dos clientes com as *fintechs* é significativo. O cliente de *fintech* demonstra um forte desejo de adquirir mais conhecimento na área, e isso afeta diretamente sua confiança, lealdade e satisfação na empresa. No entanto, as estratégias de educação financeira adotadas pelas *fintechs* não são tão efetivas quanto poderiam ser, o que faz com que o cliente não se sinta plenamente satisfeito com sua educação financeira.

5.2 Contribuições teóricas e práticas

Mankiw (2019), sugere que as pessoas tendem a comparar custos e benefícios ao tomar decisões. A pesquisa revelou que a maioria dos clientes demonstra maior lealdade quando compreende melhor os serviços financeiros oferecidos pelas fintechs, validando a teoria de Mankiw de que a racionalidade das decisões financeiras está ligada ao conhecimento adquirido e ao custo-benefício percebido.

Da Silva (2023), que afirma que a educação financeira é essencial para que os indivíduos tomem decisões financeiras informadas. Os resultados indicam um forte interesse dos respondentes em aprender sobre investimentos, com quase 70% expressando o desejo de aprimorar seu conhecimento nessa área. Esse comportamento está alinhado com a teoria de Da Silva, que defende que a educação financeira capacita os indivíduos a fazerem escolhas mais responsáveis, impactando diretamente na gestão de suas finanças pessoais e investimentos.

6. CONCLUSÃO

A pesquisa revelou que o conhecimento financeiro tem um impacto significativo no relacionamento dos usuários com as fintechs, afetando sua confiança, lealdade e satisfação com os serviços oferecidos. Embora muitas fintechs disponibilizem recursos educativos, a maioria dos respondentes não os utilizou para aprimorar seu entendimento sobre finanças, evidenciando uma lacuna entre as estratégias de educação financeira implementadas pelas empresas e as expectativas dos clientes. A busca por mais informações sobre investimentos e finanças pessoais entre os usuários de fintechs é uma demanda crescente, o que demonstra que, apesar do crescimento desse setor, há um grande potencial de melhoria nas ações educativas dessas plataformas. A educação financeira, portanto, surge como uma chave para fortalecer o vínculo entre fintechs e seus clientes, contribuindo para a fidelização e o aumento da satisfação.

Para futuras pesquisas, recomendo que a amostra seja expandida para alcançar o número desejado de respondentes. Considerem, também, em uma próxima pesquisa, utilizar um questionário mais extenso que avalie o nível de conhecimento dos entrevistados. Além disso, seria interessante investigar formas de promover uma maior difusão das fintechs no que se refere ao conhecimento financeiro de seus clientes. Outra questão importante é compreender em quais áreas os clientes de fintechs se sentem mais desamparados no que diz respeito ao conhecimento financeiro. Por fim, é relevante investigar como as tecnologias podem ser utilizadas para personalizar e melhorar o engajamento dos clientes com conteúdos financeiros.

REFERÊNCIAS

ABREU, Edgar; SILVA, Lucas. **Sistema Financeiro Nacional**. : Grupo GEN, 2016. E-book. ISBN 9788530974657. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788530974657/>. Acesso em: 26 mar. 2024.

ARAÚJO, Alefson Freitas de. *Fintechs: inovação e otimização do sistema financeiro no Brasil*. 2021.

ABFINTECHS; SEBRAE. Catálogo *Fintechs* 2018 de A a Z. encontrado em: https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/catalogo_abfintechs_full4.pdf

BACEN. Banco Central do Brasil. **Fintechs**. Estabilidade financeira, Sistema Financeiro Nacional, Organização, Composição do SFN, *Fintechs*. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/fintechs>>. Acesso em: 14 de fev. de 2024.

BARROSO, Liliane Cordeiro. Open banking: origens, experiências internacionais e a proposta brasileira. 2020, **Banco do Noroeste**.

BRASIL. [Constituição (1988)]. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF: Presidente da República, [2016].

BRASIL. Relatório Semana ENEF 2022 e 2023. Disponível em: https://www.gov.br/semanaenef/pt-br/relatorio-semana-enef-2022-e-2023_vf.pdf. Acesso em: 20 set. 2024.

BRANCO, Anísio Costa Castelo. Matemática financeira aplicada: método algébrico. **HP 12C, Microsoft Excel. Cengage Learning, São Paulo**, 2010.

Bezerra de Medeiros, Gustavo e Navarro, Lara. Ausência de educação financeira no Brasil: O impacto à sociedade e a possibilidade de reversão. Curitiba: **Brazilian Journal of Development**, 2021

CANDELORO, Ana Paula P.; RIZZO, Maria Balbina Martins de; PINHO, Vinícius. Compliance 360º: riscos, estratégias, conflitos e vaidades no mundo corporativo. São Paulo: Trevisan Editora Universitária, 2012.

CARDOZO, Tuane et al. Análise do Perfil de Investidores Brasileiros. In: **Proceedings of the IX Congresso Brasileiro de Engenharia de Produção, Ponta Grossa-Paraná, Brazil**. 2019. p. 4-6.

Coimbra, Fábio. Riscos Operacionais: Estrutura para gestão em bancos. São Paulo: Saint Paul, 2007.

CORDEIRO, Nilton José Neves; COSTA, Manoel Guto Vasconcelos; DA SILVA, Márcio Nascimento. Educação Financeira no Brasil: uma perspectiva panorâmica. **Ensino da Matemática em Debate**, v. 5, n. 1, p. 69-84, 2018.

COSTA, Cristiano Machado; MIRANDA, Cléber José. Educação Financeira e taxa de poupança no Brasil. **Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade**, v. 3, n. 3, p. 57-74, 2013.

Diniz, Bruno. **O Fenômeno Fintech**: Editora Alta Books, 2020. E-book. ISBN 9788550815459. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550815459/>. Acesso em: 19 mar. 2024.

Daniel Kenzo Koyama Azeka, Fernanda Cristina Vianna, O PERFIL DOS CLIENTES DAS **FINTECHS**. XI Simpósio de Iniciação Científica, Didática e de Ações Sociais da FEI. 2021. São Bernardo do Campo.

DALFOVO, Michael Samir; LANA, Rogério Adilson; SILVEIRA, Amélia. Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico. **Revista interdisciplinar científica aplicada**, v. 2, n. 3, p. 1-13, 2008.

DA SILVA, Dirceu; LOPES, Evandro Luiz; JUNIOR, Sérgio Silva Braga. Pesquisa quantitativa: elementos, paradigmas e definições. *Revista de gestão e secretariado*, v. 5, n. 1, p. 01-18, 2014.

Da cruz, Ana Julia Bonifacio et al. *Fintech*: Tecnologia, Inovação e Revolução no Sistema Bancário. **Revista Eletrônica Anima Terra**, Faculdade de Tecnologia de Mogi das Cruzes – FATEC-MC. Mogi das Cruzes-SP., nº15, ano VII, p.119-132, 2, 2022.

DA SILVA, Bruno Araujo Bispo; MONTEIRO, Jamir Mendes. Educação financeira: um estudo sobre a sua importância na gestão pessoal. **Research, Society and Development**, v. 12, n. 6, p. e16212642125-e16212642125, 2023.

De Carvalho, Ana Paula Alves Freire. Dos Bancos Tradicionais aos Digitais: quais riscos corporativos os bancos brasileiros enfrentam ao investirem em *Fintechs*?. **Caderno Virtual**, v. 1, n. 46, 2020.

DOMINGOS, R. A. EDUCAÇÃO FINANCEIRA UMA CIÊNCIA COMPORTAMENTAL. RECIMA21 - **Revista Científica Multidisciplinar** - ISSN 2675-6218, [S. l.], v. 3, n. 4, p. e341217, 2022. DOI: 10.47820/recima21.v3i4.1217. Disponível em: <https://recima21.com.br/index.php/recima21/article/view/1217>. Acesso em: 19 mar. 2024.

DINIZ, Bruno. **O Fenômeno Fintech**. [Digite o Local da Editora]: Editora Alta Books, 2020. E-book. ISBN 9788550815459. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788550815459/>. Acesso em: 27 fev. 2024.

ECONOMIA DO DIA. Simulado CPA-10. Economia do Dia, 2024. Disponível em: <https://www.economiadodia.com.br/simulado/cpa-10>. Acesso em: 20 set. 2024.

ECONOMIA DO DIA. Simulado CPA-20. Economia do Dia, 2024. Disponível em: <https://www.economiadodia.com.br/simulado/cpa-20>. Acesso em: 20 set. 2024.

Ferreira, Ítalo Moisés. *Fintechs e inclusão financeira*. 2023.

Furlani, Camila. As transformações recentes no sistema financeiro nacional: o caso das *fintechs*. 2021.

Freitas de Araújo, Alefson. *Fintechs: inovação e otimização do sistema financeiro no Brasil*. Guarapari, 2021.

GARCIA, Suélen. Fundamentos de economia. 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. Editora Atlas SA, 2002.

Godoi, Ana Flávia et al. A população desbancarizada e as *fintechs* de meios de pagamento no Brasil, Paraná, **Revista Fanorpi**, 2023, p. 72-100

GUIMARÃES, Olavo. Concorrência bancária e o Open Banking no Brasil. **Revista de Defesa da Concorrência**, v. 9, n. 1, p. 125-147, 2021.

HAZZAN, Samuel; POMPEO, José Nicolau. **Matemática financeira**. Saraiva Educação SA, 2017

HURTADO, Antonio Paulo Guillen; FREITAS, Carlos Cesar Garcia. A importância da educação financeira na educação de jovens e adultos. **Revista de Educação Popular**, v. 19, n. 3, p. 56-76, 2020.

INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION. ISO 31000:2018 - Risk management – Guidelines. Geneva: ISO, 2018. Disponível em: <https://www.iso.org/standard/65694.html>. Acesso em: [data de acesso].

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 72,4% dos brasileiros vivem em famílias com dificuldades para pagar as contas. Agência de Notícias IBGE, 20 out. 2022.

Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/31401-72-4-dos-brasileiros-vivem-em-familias-com-dificuldades-para-pagar-as-contas>. Acesso em: 20 set. 2024.

KOSINSKI, Daniel Santos. A digitalização dos meios de pagamento: o pix e as central bank digital currencies em perspectiva comparada. **Textos de Economia**, v. 24, n. 1, p. 1-26, 2021.

KIYOSAKI, Robert T.; LECHTER, Sharon L. Pai rico, pai pobre. **Rio de Janeiro: Campus**, 2000.

LEÃO, Lucas et. al. As instituições financeiras e sua relação com as *fintechs* no Brasil. Belo Horizonte, **E&G Economia e Gestão**, 2020, v. 20, n. 55

LEITE, Luiza; CAMARGO, Matheus. Open Banking: inovação aberta no sistema financeiro. [Digite o Local da Editora]: **Editora Saraiva**, 2022. E-book. ISBN 9786553620353. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786553620353/>. Acesso em: 19 mar. 2024.

MACHADO, Ana Clara; DELGADO, Darlan Marcelo. A CERTIFICAÇÃO DE COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS NO SETOR BANCÁRIO E FINANCEIRO BRASILEIRO: ESTUDO DOS DADOS DOS EXAMES ANBIMA NO PERÍODO DE 2015 A 2021. In: **Congresso de Tecnologia-Fatec Mococa**. 2022.

MANKIW, N G. Introdução à economia – Tradução da 8ª edição norte-americana. [Digite o Local da Editora]: **Cengage Learning Brasil**, 2019. E-book. ISBN 9788522127924. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522127924/>. Acesso em: 19 mar. 2024.

MANZATO, Antonio José; SANTOS, Adriana Barbosa. A elaboração de questionários na pesquisa quantitativa. Departamento de Ciência de Computação e Estatística–**IBILCE**–UNESP, v. 17, p. 1-17, 2012.

MARQUES, Frank Borges. Bancos digitais X bancos tradicionais: uma análise das implicações causadas pelos bancos digitais no mercado bancário brasileiro. 2019. 64 f. Dissertação (Mestrado em Gestão Organizacional) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2019. DOI <http://dx.doi.org/10.14393/ufu.di.2019.1011>.

MINAYO, Maria Cecília de S.; SANCHES, Odécio. Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade?. **Cadernos de saúde pública**, v. 9, p. 237-248, 1993.

MONEY TIMES. Bancos digitais podem ter atingido saturação de clientes no Brasil, diz BofA. Money Times, 20 set. 2024. Disponível em: <https://www.moneytimes.com.br/bancos-digitais-podem-ter-atingido-saturacao-de-clientes-no-brasil-diz-bofa/#:~:text=A%20pesquisa%20afirma%20que%20o,uma%20possível%20saturação%20de%20consumidores>. Acesso em: 20 set. 2024.

NASSIFF, Elaina; DE SOUZA, Crisomar Lobo. Conflitos de agência e governança corporativa. **Caderno de Administração**, v. 7, n. 1, 2013.

NETO, Alexandre A. **Mercado Financeiro**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2021. *E-book*. ISBN 9788597028171. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597028171/>. Acesso em: 23 jul. 2024.

OLIVEIRA, Gabriela Sterzi et al. *Fintech Serviços Financeiros: Uma Abordagem de Serviços 4.0*. **XLIII Encontro da ANPAD**, 2019.

OLIVEIRA, José Clovis Pereira de et al. O questionário, o formulário e a entrevista como instrumentos de coleta de dados: vantagens e desvantagens do seu uso na pesquisa de campo em ciências humanas. In: **III Congresso Nacional de Educação**. 2016. p. 1-13.

PESQUISA PWC, deep dive, Marcondes Willer e Schmoller Lindomar, 2023, acessada em: <https://www.pwc.com.br/pt/estudos/setores-atividade/financeiro/2023/pesquisa-fintech-deep-dive-2023.html>

PINTO, Andréa Aparecida Bressani. *Fintechs: o futuro dos serviços financeiros no Brasil*. 2018.

QUESTIONPRO.Estatística.inferencial.Disponível em: <https://www.questionpro.com/blog/pt-br/estatisticainferencial/#:~:text=A%20principal%20distinção%20entre%20estatística,a%20partir%20de%20uma%20amostra>. Acesso em: [20/09/2024].

REIS, E.A.; REIS, I.A. Análise descritiva de dados. 2002. Belo Horizonte: Departamento de Estatística da UFMG

RICCI, Stefano Rocha. Bancos digitais no Brasil: Panorama e perspectivas. 2022

ROCHA, Ricardo Humberto; VEIGA, Juliana Paulino. Efeito das novas tecnologias no sistema bancário brasileiro. 2022.

ROCHA, Janes; CHRISTOPOULOS, Tania Pereira. A visão da grande mídia sobre a revolução *Fintech*. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 46, p. e2023203, 2023.

ROHDEN, Simoni Fernanda; RODE, Jéssica. O impacto da experiência de consumo na percepção e no comportamento dos clientes de bancos digitais. **Retail Management Review**, v. 3, n. 1, p. e22-e22, 2023.

ROZENDO, Henrique. O mercado da previdência privada aberta no Brasil. *SER Social*, Brasília, v. 18, n. 39, p. 391–406, 2017. DOI: 10.26512/ser_social.v18i39.14630. Disponível em: https://periodicos.unb.br/index.php/SER_Social/article/view/14630. Acesso em: 30 jul. 2024.

SAVOIA, José Roberto Ferreira; SAITO, André Taue; SANTANA, Flávia de Angelis. Paradigmas da educação financeira no Brasil. **Revista de Administração pública**, v. 41, p. 1121-1141, 2007.

SCHINDLER, J. W. *Fintech and Financial Innovation: Drivers and Depth*. [s.l.] Board of Governors of the Federal Reserve System (US), 2017.

SILVA A., A. E.; JORGE, M. A. *Fintech*, inclusão digital e bancarização no Brasil (2014-2017). **Revista de Economia Mackenzie**, [S. l.], v. 18, n. 2, p. 80–108, 2021. Disponível em: <https://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/rem/article/view/14317>. Acesso em: 9 abr. 2024.

SIQUEIRA, Erica S.; DINIZ, Eduardo H.; ALBINO, Raphael. *Fintech Social: Definição, Categorização e Ilustrações Empíricas*. In: **Twent-fourth Americas Conference on Informations Systems, New Orleans**. 2018.

VARGO, Stephen L.; LUSCH, Robert F. Evolving to a new dominant logic for marketing. **Journal of marketing**, v. 68, n. 1, p. 1-17, 2004.

Vasconcelos, Marco Antonio Sandoval de; Braga, Marcio B. **Economia Micro e Macro: Teoria, Exercícios e Casos**. : Grupo GEN, 2023. *E-book*. ISBN 9786559774968. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559774968/>. Acesso em: 21 mai. 2024.

Vasconcelos, Mayara Afonso de Oliveira. O Nubank contribui para a educação financeira dos seus usuários?. 2018.

VIEIRA, Saulo Fabiano Amancio; BATAGLIA, Regiane Tardiolle Manfre; SEREIA, Vanderlei José. Educação financeira e decisões de consumo, investimento e poupança: uma análise dos alunos de uma universidade pública do norte do Paraná. **Revista de Administração da UNIMEP**, v. 9, n. 3, p. 61-86, 2011.

APÊNDICE A

***SURVEY* / Questionário**

1. Você concorda em participar dessa pesquisa?:

- a. Sim
- b. Não

2. Qual é o seu nível de escolaridade?

- a. Ensino Fundamental Incompleto
- b. Ensino médio
- c. Ensino Superior Incompleto
- d. Ensino médio incompleto
- e. MBA
- f. Mestrado
- g. Doutorado
- h. Pós-doutorado

3. Renda salarial da família?

- a. Até R\$ 1.412
- b. entre R\$ 1.412 e R\$ 4.236
- c. entre R\$ 4.236 e R\$ 7.060
- d. entre R\$ 7.060 e R\$ 14.120
- e. entre R\$ 14.120 e R\$ 28.240
- f. entre R\$ 28.240 até R\$ 50.000
- g. Acima de R\$ 50.000

4. Ocupação?

- a. Estudante
- b. Empregado
- c. Desempregado
- d. Aposentado

- e. Autônomo
- f. Bolsista
- g. “Outra opção”

5. Você já utilizou algum aplicativo ou serviço de fintech para aprender sobre educação financeira?

- a. Sim
- b. Não

6. Com que frequência você revisa ou ajusta seu plano financeiro?

- a. Semanalmente
- b. Mensalmente
- c. Trimestralmente
- d. Anualmente
- e. Nunca

7. Quais fontes de informação você utiliza para aprender sobre finanças pessoais?

- a. Livros
- b. Blogs
- c. Vídeos
- d. Consultores financeiros
- e. Redes sociais
- f. Não me informo
- g. Nenhuma dessas

8. Quais são as principais áreas em que você gostaria de **melhorar** seu conhecimento financeiro?

- a. Investimentos
- b. Poupança
- c. Planejamento de aposentadoria
- d. Gestão de dívidas
- e. Tesouro direto
- f. CriptoMoedas
- g. Fundos de investimento
- h. Consórcio
- i. Ações
- j. CDB
- k. Moeda estrangeira
- l. mercado futuro
- m. Outras

9. Dentro da sua renda mensal, qual é o percentual que você consegue poupar ou investir?

- a. Em média, 15% do meu salário ou menos
- b. Entre 15% e 30% do salário
- c. Entre 30% e 50% do salário
- d. Mais de 50% do salário
- e. Nada, gasto tudo.

10. Em uma escala de 1 a 7, onde 1 representa 'discordo totalmente' e 7 representa 'concordo totalmente', como você avaliaria a seguinte afirmação: 'Tenho conhecimento financeiro e me considero bem informado nessa área.'

- a. "1"
- b. "2"
- c. "3"
- d. "4"
- e. "5"
- f. "6"
- g. "7"

11. Em uma escala de 1 a 7, sendo 1 equivalente a "nenhuma influência" e 7 a "influência total," como você avalia o **impacto** do nível em sua capacidade de **aproveitar** os serviços oferecidos pela fintech?

- a. "1"
- b. "2"
- c. "3"
- d. "4"
- e. "5"
- f. "6"
- g. "7"

12. Em uma escala de 1 a 7, onde 1 representa 'eficácia nula' e 7 representa 'eficácia total', como você avalia a **eficácia** das estratégias de educação financeira adotadas pela fintech na **melhoria do seu conhecimento financeiro**?

- a. "1"
- b. "2"
- c. "3"
- d. "4"
- e. "5"

f. “6”

g. “7”

13. Em uma escala de 1 a 7, onde 1 representa 'impacto nulo' e 7 representa 'impacto total', como você avalia o **impacto** dessas estratégias no seu **nível de engajamento** com a empresa?

a. “1”

b. “2”

c. “3”

d. “4”

e. “5”

f. “6”

g. “7”

14. Em uma escala de 1 a 7, como você avalia o **impacto** do conhecimento financeiro da fintech na sua **confiança** na empresa e em suas decisões financeiras?

a. “1”

b. “2”

c. “3”

d. “4”

e. “5”

f. “6”

g. “7”

15. Em uma escala de 1 a 7, como o(a) senhor(a) avaliaria o **impacto** do conhecimento financeiro adquirido por meio da fintech na sua **satisfação com a empresa?**

- a. “1”
- b. “2”
- c. “3”
- d. “4”
- e. “5”
- f. “6”
- g. “7”

16. Em uma escala de 1 a 7, como você avalia o **efeito** do conhecimento financeiro que você adquiriu por meio da fintech na sua **lealdade à empresa?**

- a. “1”
- b. “2”
- c. “3”
- d. “4”
- e. “5”
- f. “6”
- g. “7”

*Questionário baseado do: VIEIRA, Saulo Fabiano Amancio; BATAGLIA, Regiane Tardiolle Manfre; SEREIA, Vanderlei José. Educação financeira e decisões de consumo, investimento e poupança: uma análise dos alunos de uma universidade pública do norte do Paraná. **Revista de Administração da UNIMEP**, v. 9, n. 3, p. 61-86, 2011.