

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
CENTRO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISAS EM ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO ESTRATÉGICA**

Sarah Cristian Guimarães

**A PERCEPÇÃO DOS USUÁRIOS DOS APLICATIVOS DIGITAIS BANCÁRIOS
SOBRE A PERSPECTIVA DO MINDSET FIXO E DO MINDSET DE
CRESCIMENTO E DA BIG FIVE FACTORS**

Belo Horizonte - MG

2021

Sarah Cristian Guimarães

**A PERCEPÇÃO DOS USUÁRIOS DOS APLICATIVOS DIGITAIS BANCÁRIOS
SOBRE A PERSPECTIVA DO MINDSET FIXO E DO MINDSET DE
CRESCIMENTO E DA BIG FIVE FACTORS**

Trabalho Final de Curso apresentado ao Curso de Especialização em Gestão Estratégica (Pós-Graduação Lato Sensu) do CEPEAD/CAD/FACE da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do Certificado de Especialista em Gestão Estratégica.

Orientador: Carlos Alberto Gonçalves

Belo Horizonte - MG

2021

Ficha catalográfica

Guimarães, Sarah Cristian.
G963c 2021 A percepção dos usuários dos aplicativos digitais bancários sobre a perspectiva do mindset fixo e do mindset de crescimento e da Big Five Factors [manuscrito] / Sarah Cristian Guimarães. – 2021.
18 f.: il.

Orientador: Carlos Alberto Gonçalves.
Monografia (especialização) – Universidade Federal de Minas Gerais, Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração.
Inclui bibliografia (f. 18).

1. Administração. I. Gonçalves, Carlos Alberto. II. Universidade Federal de Minas Gerais. Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração. III. Título.

CDD: 658

Elaborado por Leonardo Vasconcelos Renault CRB-6/2572
Biblioteca da FACE/UFMG. – AKR/029/2023

Universidade Federal de Minas Gerais
Faculdade de Ciências Econômicas
Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração
Curso de Especialização em Gestão Estratégica

ATA DA DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO da Senhora **SARAH CRISTIAN GUIMARÃES**, matrícula nº **2019707750**. No dia 29/03/2021 às 14:30 horas, reuniu-se em sala virtual, a Comissão Examinadora de Trabalho de Conclusão de Curso - TCC, indicada pela Coordenação do Curso de Especialização em Gestão Estratégica - CEGE, para julgar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado "**A PERCEPÇÃO DOS USUÁRIOS DOS APLICATIVOS DIGITAIS BANCÁRIOS SOBRE A PERSPECTIVA DO MINDSET FIXO E DO MINDSET DE CRESCIMENTO E DA BIG FIVE FACTORS**", requisito para a obtenção do Título de Especialista. Abrindo a sessão, o orientador e Presidente da Comissão, Prof. Carlos Alberto Gonçalves, após dar conhecimento aos presentes do teor das Normas Regulamentares de apresentação do TCC, passou a palavra a aluna para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores, seguido das respostas da aluna. Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença da aluna e do público, para avaliação do TCC, que foi considerado:

(x) APROVADO

() NÃO APROVADO

96 pontos (noventa e sete pontos). Os trabalhos com nota maior ou igual a **60** serão considerados aprovados.

O resultado final foi comunicado publicamente a aluna pelo orientador e Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, o Senhor Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente ATA, que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora. Belo Horizonte, 29/03/2021.

Prof. Carlos Alberto Gonçalves
(CEPEAD/UFMG - Orientador)



Prof. Márcio Augusto Gonçalves
(CEPEAD/UFMG)



RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo a analisar a percepção dos usuários em relação ao modelo de transações bancárias realizadas de forma digital via aplicativos (*app*) de celular. A partir desta análise pretende-se concluir como pessoas de *mindset* fixo ou de crescimento se comportam frente à rápida digitalização do sistema bancário e, conseqüentemente das transações financeiras. Além disso, pretende-se analisar as características de personalidade encontrada nos estudos chamados *The Big Five Factores*, ou seja, que são mais aderentes ao uso de aplicativos digitais do setor financeiro. A pesquisa adotou métodos quantitativo e qualitativo para coletar e interpretar os dados com uma amostragem diversificada de usuários e não-usuários. Por fim, pretende-se cruzar informações positivas e negativas de aceitação aos serviços via *app* e seus respectivos desdobramentos.

Palavras-chave: *Mindset* fixo, *mindset* de crescimento, *fintechs*, revolução digital bancária, *Digital Bank*.

ABSTRACT

This research aims to analyze the perception of users in relation to the model of bank transactions carried out digitally mobile applications (*app*). From this analysis it is intended to obtain how people with a fixed mindset or growth behave in the face of the rapid digitalization of the banking system and, consequently, of financial transactions. In addition, it is intended to analyze the personality characteristics in the studies called The Big Five Factors, that is, which are more adherent to the use of digital applications in the financial sector. A survey adopted quantitative and qualitative methods to collect and interpret data with a diverse sample of users and non-users. Finally, it is intended to cross-check positive and negative information regarding acceptance of services via the *app* and its respective developments.

Keys-words: Mindset fixed, growth mindset , *fintechs*, digital revolution bank, Digital Bank.

Sumário

1. INTRODUÇÃO.....	4
1.1 Perspectivas dos usuários com mindset fixo e mindset de crescimento e os cinco traços de personalidade.....	7
1.2 Definição dos cinco traços de personalidade – <i>The Big Five Factors</i>	9
2 METODOLOGIA DE PESQUISA	11
3 ANÁLISE DO RESULTADO DA PESQUISA.....	13
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	17
5 REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA.....	18

1. INTRODUÇÃO

Estamos passando pela era da revolução digital e tem-se acompanhado uma rápida transformação na forma de fazer negócios, em especial, no sistema financeiro. Tradicionalmente, as pessoas saíam das suas casas ou de seus ambientes de trabalho para realizar atividades financeiras rotineiras como pagar as contas do mês, fazer transferências de recursos monetários para um terceiro ou até mesmo adquirir algum produto ou um serviço que fosse necessário para sua rotina ou planejamento de vida.

A internet mudou o mundo. Com seu surgimento, ingressa-se de vez na era da informação. A conexão entre pessoas e entre dispositivos – cada vez mais abrangente, veloz e acessível – transformou a forma como as empresas e a sociedade operam e interagem. Agora estamos diante de mais um ponto de mutação, à frente de um mundo digital conectado. (FORBES, 2019)

Neste cenário, o propósito do Sistema Financeiro é sustentar uma economia descentralizada, intensiva em capital. Sem moeda e sem crédito – ou seja, sem meios para efetuar pagamentos imediatos e diferidos as pessoas teriam que se limitar a produção de subsistência e ao escambo (MCMillan, 2018).

Pode-se dizer que atualmente há no mercado financeiro duas formas de efetuar os serviços bancários, algo fundamental na vida da maioria das pessoas. A primeira forma é consumir os serviços financeiros tradicionais, fazendo toda ou boa parte das movimentações financeiras de forma presencial nas estruturas (agências) físicas dos bancos. A segunda e, mais recente, consiste em realizar os movimentos financeiros por meio da internet, utilizando os aplicativos de celular.

Para delimitar a usabilidade do cliente de uma instituição financeira é importante segregar os conceitos de físico e digital nessas instituições. Caracteriza-se como instituições tradicionais os bancos que contam com a presença física de suas operações por meio de agências bancárias, muitas vezes em construções grandiosas e bem localizadas com postos de atendimento e caixas eletrônicos tanto em cidades grandes quanto em médias e pequenas em todo território nível nacional. Em muitas cidades há ruas e avenidas que se tornaram referências comerciais e financeiras a exemplo da avenida Brigadeiro Faria Lima, em São Paulo (SP) caracterizada por ser

um importante centro comercial e financeiro nacional abrigando, inclusive, a sede do Banco Central (Bacen).

Por serem tradicionais, esses bancos possuem uma imagem sólida e consolidada no mercado e configuram-se como grandes players deste setor. As tradições associadas ao seu modelo de negócio contribuem para que os clientes saibam o que esperar ao usarem seus serviços. A exemplo desses grandes bancos, detalhamos nomes expressivos do mercado nacional bem como seu ano de constituição (WIKIPEDIA, 2020):

- Banco do Brasil - Fundado em 1808 no Rio de Janeiro (RJ);
- Caixa Econômica Federal - Fundado em 1861 no Rio de Janeiro (RJ);
- Itaú Unibanco - Fundado em 1943 em São Paulo (SP). Neste caso, temos uma história de fusão entre duas instituições financeiras de grande porte nacional. O Unibanco foi fundado em 1924;
- Bradesco - Fundado em 1943 em Marília (SP);

De forma recente, porém promissora, nota-se o crescente desenvolvimento da tecnologia em especial da inteligência artificial (IA). Este movimento, relacionado ao crescimento exponencial da tecnologia, participa ativamente na vida das pessoas e é notado principalmente em 2020, ano marcado pela pandemia causada pelo novo *Corona-Virus* (OPAS, 2019). Boa parte das atividades rotineiras da sociedade com abrangência mundial passou a ser feita de casa e pelo computador entre outras tecnologias mobile.

Com isso nota-se também um processo de aceleração no surgimento de bancos digitais, *fintechs*¹ e bancos de varejo. Apenas entre os anos de 2017 e 2018, esse valor saltou 147% (Blog Seu Dinheiro, 2020). O surgimento dessas novas plataformas financeiras começou em meados de 2013 e se intensificou em 2019.

Como resultado, segundo estimativas noticiadas do Boston Consulting Group (BCG) 1, são abertas entre 500 mil e 1 milhão de contas nessas plataformas (VALOR ECONÔMICO, 2019). Hoje elas se configuram em estruturas específicas para

¹ Fintechs: A palavra Fintech é uma abreviação para financial technology (tecnologia financeira, em português). Ela é usada para se referir a startups ou empresas que desenvolvem produtos financeiros totalmente digitais, nas quais o uso da tecnologia é o principal diferencial em relação às empresas tradicionais do setor

investimentos como as *Home-brokers*², bancos digitais e *fintechs* com foco em crédito e meios de pagamento e já aqueles que se tornaram unicórnios³ e oferecem aos seus clientes ⁴um *mix* de produtos estrategicamente pensado para grupos específicos de usuários, pacote de tarifas reduzidas e desburocratização de processos.

Dito isso, assistimos a chegada dos bancos digitais e demais estruturas tecnológicas como as *fintechs* e entre outros modelos trazendo principalmente a inovação do setor bancário.

Em 2013, nasceu o Nubank que, em 2020, foi considerada a maior *fintech* da América Latina (Nubank.com, 2020). Após o *start* da empresa outros bancos desta mesma modalidade surgiram, como: o Banco Inter, Neon, C6 Bank, Digio, Banco Pan e Next. Todos eles apostam em uma estrutura sem agências bancárias físicas, redução ou isenção de taxas, cesta variada de produtos e facilidade e acessibilidade ao crédito e eficiência nos atendimentos online provocando a interação entre empresa e cliente.

Nessa corrida para não perder espaço no mercado os bancos tradicionais têm aumentado os investimentos em inteligência artificial, além de oferecer um leque cada vez maior de serviços digitais e integração em tempo real (ESTADÃO, 2019).

Nubank, Inter, Original e C6 Bank reportam crescimento contínuo da sua base de clientes. Em 2020, o Nubank atingiu a marca de 30 milhões de clientes. Os dados mais recentes do C6 Bank contabilizam 3 milhões de contas abertas. No terceiro trimestre deste ano, o Banco Inter alcançou 7,2 milhões de correntistas. O banco Original, por sua vez, informa que, atualmente, possui 3,8 milhões de clientes. Apenas nessas quatro instituições, a soma de clientes chega a 44 milhões (EXAME, 2020).

Bancos digitais, Fintech's e Home-brokers oferecem atividades e transações financeiras inteiramente por meio de aplicativos, seja no internet *banking* ou *mobile banking*, sem a necessidade de deslocamentos físicos ou processos manuais, nem por parte do usuário e nem por parte da Instituição Financeira (IF).

² Home Brokers: O Home Broker é um sistema que permite a negociação de ações e outros ativos financeiros por meio da internet, fazendo isso de uma forma simples e rápida

³ Unicórnio: é um apelido para empresas avaliadas em mais de U\$ 1 bilhão. O conceito é simples: **unicórnio** é o nome dado a startups avaliadas em mais de U\$ 1 bilhão.

Esse avanço provocado pela inovação e tecnologia vem causando disrupção do serviço tradicional ofertado pelos bancos tradicionais. Segundo o especialista em inovação e criador do termo, Clayton Christensen (2011) inovação de ruptura é aquela que causa mudanças relevantes no mercado, desestabilizam concorrentes e oferece produtos mais simples e baratos à população, por meio da melhoria de tecnologias já existentes.

Uma das grandes mudanças dessa estrutura das IFs é a redução nos custos de operação dos meios de pagamentos e o aumento do volume de transações, pela automatização e dinamismo dos processos atuais.

1.1 Perspectivas dos usuários com mindset fixo e mindset de crescimento e os cinco traços de personalidade

Esta pesquisa tem como objetivo identificar por amostragem a porcentagem de pessoas que aderem com o facilidade aos aplicativos de finanças e, com isso, analisar os tipos de *mindset* e as características das personalidades que estão mais disponíveis as revoluções tecnológicas e, no caso desta pesquisa trata-se da revolução tecnologia bancária. Portanto, com os dados coletados espera-se identificar as principais dificuldades e familiaridades dos usuários em relação aos aplicativos financeiros, a experiência do cliente enquanto usuário e a identificação do perfil deste público de interesse.

Desde o começo dos tempos, as pessoas pensaram, agiram e viveram de diferentes modos umas das outras. Alguns afirmavam que havia forte base física para as diferenças, que as tornava inevitáveis e inalteráveis. Ao longo do tempo, a essas alegadas diferenças físicas foram acrescentados às protuberâncias cranianas (frenologia), o tamanho e a forma do crânio (craniologia) e, hoje em dia, os genes. Outros apontaram para a grande diversidade de formação de cada pessoa, suas experiências, o treinamento ou formas de aprendizado. (Dweck, 2017).

Para explicar o principal ponto de análise deste artigo buscamos comparar os dois tipos de *mindset* existente no indivíduo: o *mindset* fixo e o *mindset* de crescimento. Ambos são distintos e intuitivamente entendemos que uma pessoa de *mindset* fixo, entre outras características possuem maior resistência ao novo e ao aprendizado e

garantem que as habilidades não imutáveis. Ou seja, as características técnicas e comportamentais são inatas ao indivíduo, que possui talentos específicos e que esses não necessariamente precisam ser aprimorados não cabem desenvolvimento. No livro *Mindset – A nova Psicologia do sucesso*, a autora Carol Dweck (2017) exemplifica o *mindset* fixo por meio do exemplo de John McEnroe (pag.54)

“John McEnroe tinha um mindset fixo.25 Acreditava que o talento era tudo. Não gostava de aprender. Não progredia com os desafios; quando as coisas ficavam difíceis, ele geralmente se entregava. Consequentemente, como ele próprio confessa, não realizou todo o seu potencial”.

Ao oposto disso, encontramos o chamado *mindset* de crescimento onde o indivíduo busca o crescimento e o desenvolvimento acreditando que todas ou boa parte de suas habilidades podem ser desenvolvidas. Para a autora Carol Dweck (2017), quando ensinamos a alguém esse *mindset* (crescimento), cujo ponto focal é o desenvolvimento, as ideias sobre desafio e esforço vêm em seguida.

Da mesma forma, não se trata somente de que para algumas pessoas o desafio e o esforço podem não ser agradáveis. Quando (temporariamente) colocamos alguém num *mindset* fixo, que se concentra nas características permanentes, essa pessoa rapidamente passa a temer o desafio e a desvalorizar o esforço.

Entretanto, percebemos que *mindsets* são disposições cognitivas ontológicas, personalidade que, por este motivo, pode-se escolher onde queremos ficar. No que tange os cinco traços de personalidade encontramos a expressão conhecida internacionalmente por *“The Big Five Personality Traits”*.

Quando falamos em personalidade, logo pensamos no conjunto de fatores psíquicos e comportamentais que compõem o indivíduo. Fatores esses que podem determinar a forma em como o indivíduo se percebe em sua realidade e que determina suas escolhas. Sabemos que muitas teorias e pesquisas permeiam o estudo sobre o conceito e aplicabilidade da personalidade.

Para Silva e Nakano (2011) a personalidade diz respeito aos padrões característicos de pensamentos, sentimentos e comportamentos originados de dentro do indivíduo que fazem com que uma pessoa seja única e tendem a permanecer consistentes durante o decorrer da vida.

Neste construto, com o objetivo de estudar um ponto focal do conceito e aplicabilidade de personalidade em relação aos novos canais digitais do mercado financeiro, utilizaremos a teoria da *BIG FIVE FACTORES*, além dos conceitos já citados

De acordo com Prinzie, Dekovic, Reijntjes, Stams e Belsky (2009), a pesquisa da personalidade ganhou novo ímpeto e direção a partir do estabelecimento de um consenso acerca da sua estrutura, por meio do modelo fatorial da personalidade baseado nos cinco fatores, a teoria do A teoria sugere a utilização de 5 fatores na avaliação da personalidade do indivíduo.

Esses cinco fatores de personalidade ou simplesmente *The Big Five Factors* são: Neuroticismo, Extroversão, Amabilidade, Consciência e Abertura. Eles formam disposições garantidas manifestadas em padrões de comportamento relativamente estáveis (COSTA JR.; MCCRAE, 1992; COBB-CLARK; SCHURER, 2011). O modelo de cinco fatores pode ser mais facilmente lembrado através da sigla em inglês: *ocean*

Os traços de personalidade podem ser usados para resumir, prever e explicar a conduta de um indivíduo, de forma a indicar que a explicação para o comportamento da pessoa será encontrada nela, e não na situação, sugerindo, assim, algum tipo de processo ou mecanismo interno que produza o comportamento (SILVA, Layse).

1.2 Definição dos cinco traços de personalidade – *The Big Five Factors*

CINCO TRAÇOS DE PERSONALIDADE		
NEUROTISMO	<ul style="list-style-type: none"> • pessimistas • ansiosas • tímidas • inseguras • autocríticas. 	<p>O Neuroticismo é a única dimensão do Big Five que indica traços mais negativos. No entanto, não se trata de um fator de maldade ou incompetência, mas um indicador de insegurança e falta de autoconfiança. Abrange a estabilidade emocional e o temperamento geral. Os indivíduos que pontuam no extremo inferior do neuroticismo são mais propensos a se sentir confiantes, de fácil trato e aventureiras. Eles também tendem a ser corajosos ou despreocupados devido ao seu otimismo nato.</p>

<p>AMABILIDADE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • confiáveis • pacientes • polidas • sensíveis • atenciosas 	<p>Este fator diz respeito ao bom relacionamento das pessoas com os outros. Enquanto a extroversão é mais focada na busca de interações, a simpatia é uma construção que se baseia em como essas interações acontecem. Sendo assim, é totalmente possível ser introvertido e simpático ao mesmo tempo. Muitos pontos de simpatia indicam pessoas com poucos inimigos, respeitadas e sensíveis às necessidades dos outros. Por outro lado, as pessoas na extremidade baixa desse espectro são menos propensas à popularidade, sendo mais retraídas e egocêntricas.</p>
<p>EXTROVERSÃO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • sociáveis • assertivas • falantes • amigáveis 	<p>Conforme já foi explicado antes por Hans Eysenck, você já sabe que esta dimensão possui duas extremidades: a extroversão e a introversão. A extroversão diz respeito ao indivíduo que se energiza por meio da interação com os outros, enquanto os introvertidos tendem a se cansar com essa atividade e necessitam de um pouco mais solidão para “recarregar” as energias. As pessoas com baixo nível de extroversão, por outro lado são mais propensas a ser pessoas “de poucas palavras”, quietas e bastante pensativas.</p>
<p>CONSCIÊNCIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • persistentes • ambiciosas • disciplinadas • confiáveis • previsíveis • energéticas. 	<p>A conscienciosidade (não confundir com “consciência”!) é uma dimensão que pode ser descrita como a tendência de controlar impulsos e agir de maneira socialmente aceitável. Tratam-se de características que facilitam o alcance de metas e objetivos pessoais. As pessoas desse grupo se destacam em sua boa capacidade para seguir regras, planejar e se organizar de forma eficaz. As pessoas que já possuem esse traço dominante provavelmente serão bem-sucedidas nos estudos e em suas carreiras. Elas são propícias a se destacar em posições de liderança e a perseguir seus objetivos com determinação. No entanto, quem tem baixa conscienciosidade é muito mais propenso a procrastinar e ser impetuoso ou impulsivo.</p>

ABERTURA	<ul style="list-style-type: none"> • imaginativas • originais • criativas • curiosa • ecléticas • intelectuais 	<p>A abertura às novas experiências (também chamada às vezes de “intelecto” ou “imaginação”) diz respeito à energia e vontade de um indivíduo para experimentar o novo, arriscar, sair da zona de conforto e “pensar fora da caixa”. Um indivíduo que possui grande abertura é provavelmente alguém que gosta de aprender, tem interesse pelas artes e se engaja em uma carreira ou hobby criativo. Na outra ponta da escala encontram-se os ordeiros, que preferem a rotina à variedade e tem senso um apurado sobre o que é “certo” e “errado” para si mesmos e a sociedade.</p>
-----------------	--	--

Fonte: Revista Digital Rock Content

O surgimento destes cinco fatores léxicos possibilitou a elaboração de uma taxonomia, através da qual é possível classificar todos os traços de personalidade reconhecidos tanto por psicólogos quanto por leigos (McCrae, 2006). Dessa forma, os traços de personalidade serviriam como um auxílio à forma como interpretamos nosso ambiente e respondemos a ele, o que explica as diferenças individuais. O modelo dos cinco grandes fatores “sustenta que os traços com base biológica interagem com o ambiente social para orientar nosso comportamento a cada instante” (MCCRAE, 2006).

2 METODOLOGIA DE PESQUISA

Método científico pode ser definido como um conjunto de etapas e instrumentos pelo qual o pesquisador científico, direciona seu projeto de trabalho com critérios de caráter científico para alcançar dados que suportam ou não sua teoria inicial (CIRIBELLI, 2003).

Neste artigo será apresentada uma pesquisa exploratória, por meio de uma revisão literária, que busca familiarizar-se com dados coletados encontrados durante a pesquisa. Para a pesquisa exploratória, se necessário realizar uma revisão literária com o tema abordado aplicando as palavras-chave na busca por publicações acadêmicas recentes sobre o assunto.

Além disso, será aplicado um questionário *survey* enviado por link construído no *google forms* com questões que buscam encontrar traços das personalidades dos usuários quanto a usabilidade dos *app* bem como o principal objetivo é encontrar a resposta sobre a usabilidade dos aplicativos financeiros para as pessoas que possuem o *mindset* fixo e de crescimento. A amostragem foi feita por conveniência, sendo o *link* compartilhado com conhecidos da autora deste estudo. Utilizou-se também o método bola de neve, uma vez que o respondente compartilhou o *link* com seus conhecidos.

Por meio deste questionário espera-se encontrar, por amostragem, o perfil de público que está mais predisposto a essa transição e revolução do mercado financeiro desenvolvendo uma análise estatística sobre o assunto.

A grande parte das informações coletadas foram encontradas em sites especializados, revistas eletrônicas de alta credibilidade e principalmente artigos desenvolvidos com temas específicos e de forma isolada, como: Tecnologia, estudo de *mindset* e teoria cognitivo comportamental, revolução digital bancária etc. Não encontrou-se nenhum trabalho acadêmico que discorresse em sua totalidade todos os temas necessários para o desenvolvimento deste construto.

Algumas fontes de artigos acadêmicos foram encontradas na pesquisa inicial. O *Google Scholar* e o *Scielo* e *Webscience* foram as bases mais utilizadas na pesquisa na busca utilizando as palavras-chave relacionadas no início deste artigo em duas línguas: português e inglês.

Tanto o site do Banco Central do Brasil (Bacen) quando o site da Federação Brasileira dos Bancos (Febraban) foram fundamentais para a coleta de dados históricos desta pesquisa e entendimento do sistema tradicional financeiro nacional. Além disso, as revistas especializadas EXAME e Valor Econômico foram fundamentais para a busca de informações sobre as *fintechs* mais expressivas na atualidade bem como os bancos digitais. Algumas delas receberam aportes financeiros e se tornaram empresas *start-up* unicórnios nos últimos anos.

Para efetivar a pesquisa e análise pretendida foi aplicada uma pesquisa para uma amostra de 100 respondentes. A pesquisa foi aplicada via *google forms*, por meio de um questionário misto que contemplava escala *likert*, dados pessoais sem identificação de nome e questão aberta.

Aplicada uma pesquisa qualitativa para um público aleatório alcançou-se a marca de 240 respondentes do formulário desenvolvido via *google forms*. Neste caso, usa-se a análise estatística. Segundo Gil (2002) o desenvolvimento dessas técnicas tem sido notáveis e sua aplicabilidade na pesquisa é tão adequada que não pode deixar de utilizá-las no processo de análise de dados.

3 ANÁLISE DO RESULTADO DA PESQUISA

Para coleta de dados referente às características dos respondentes da amostra foram utilizadas as variáveis: sexo, idade, escolaridade conforme exposto abaixo por meio dos gráficos:

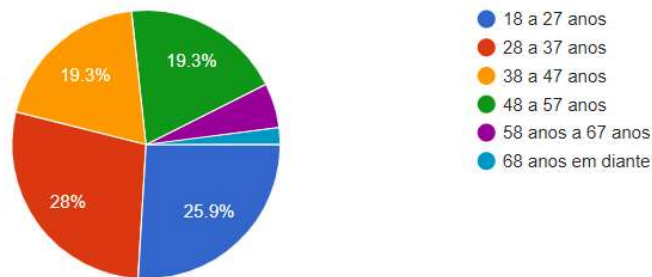


Gráfico 1: relação das faixas etárias dos respondentes.

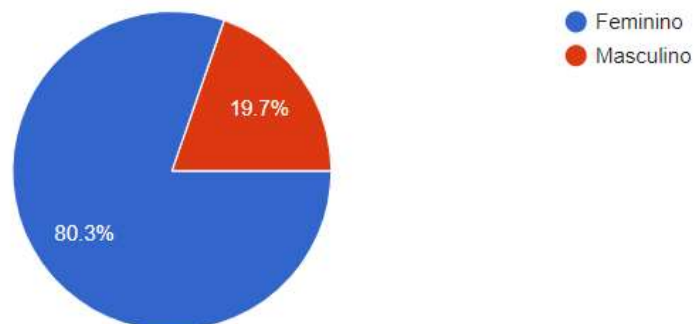


Gráfico 2: gênero dos respondentes da pesquisa

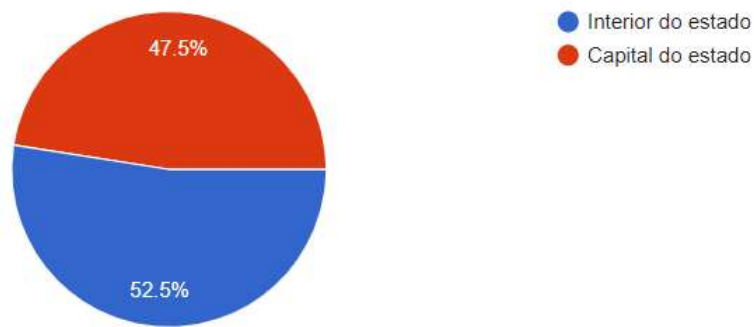


Gráfico 3: perfil geográfico dos respondentes



Gráfico 4: nível de escolaridade dos correspondentes

Sendo assim, conforme apresentado nos gráficos tem-se 28% de faixa etária dominante entre 28 a 37 anos. As mulheres configuram como maior parte dos respondentes aparecendo em 80% e 52,5% das pessoas presentes nesta amostra estão localizadas no interior do estado. Ademais, quando abordamos o critério de escolaridade encontramos uma maioria de 31,3% de respondentes com uma pós-graduação concluída e 29,2% com ensino superior concluído o que eleva a nível acadêmico das respostas.

Normalmente, como você faz suas movimentações bancárias?

241 responses

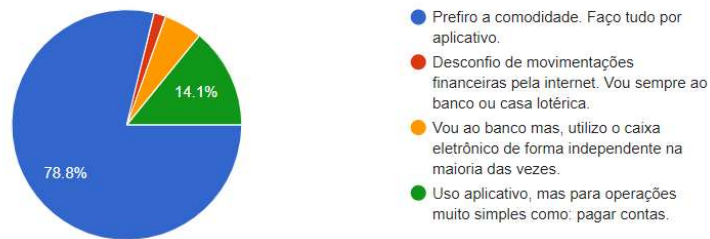


Gráfico 5: nível de usabilidade dos aplicativos financeiros.

De acordo com os 241 respondentes dessa pesquisa, 78,8% afirmam que preferem utilizar aplicativos de celular para realizar suas transações financeiras somadas aos 14% que responderam que utilizam o *app*, porém para aplicações mais simples. Partindo dessa amostragem entende-se a tecnologia apresentada pelos bancos já é bem aceita entre os públicos incluindo àqueles de faixa etária mais avançada. Relacionando com o gráfico acima obteve-se 40% de respondentes que possuem aplicativos de celular para transações financeiras entre 4 a 6 anos e 28% entre 2 a 4 anos.

Caso tenha um aplicativo financeiro há quanto tempo possui?

241 responses

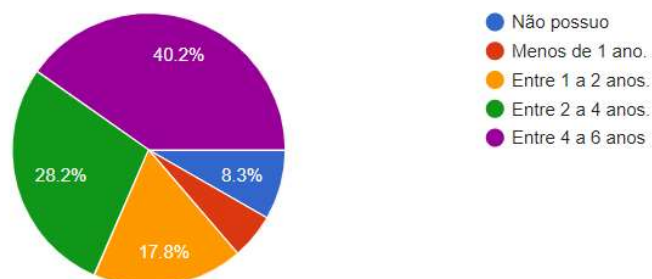


Gráfico 6: Temporalidade de uso dos aplicativos financeiros.

Sobre o processo de aprendizado. Como você se considera?

240 responses

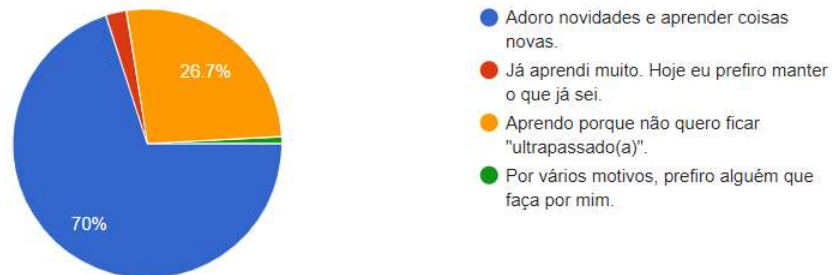
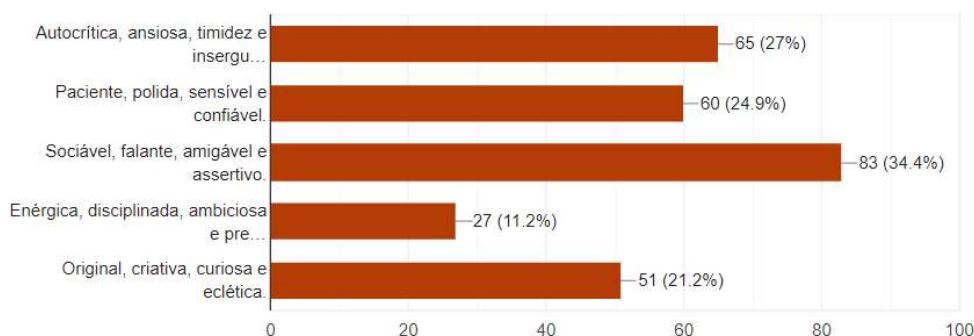


Gráfico 7: análise de nível de interesse ao aprendizado.
Gráficos elaborados pelo autor deste construto

Na pergunta relacionada ao processo de aprendizado, um dos grandes pilares do *mindset* de crescimento, os respondentes se mostraram abertos e entusiasmados ao aprendizado onde 70% apresentou resposta positiva ao aprendizado de novas informações. Já em segundo plano 26,7% apresentaram dificuldades para este processo de aprendizado e afirmaram que só se movimentam nesta direção em razão da necessidade dos novos tempos.

Conte-me sobre sua personalidade. Qual opção abaixo possui a maioria dos traços / características que se aproximam da sua personalidade?

241 responses



Quando apontamos as principais características das *big five* na pesquisa foram descritas na pergunta apenas os traços de personalidade com objetivo de fazer os respondentes a marcassem a opção que mais se aproximava daquilo que eles consideram real à sua personalidade. No montante, 34,4% de pessoas responderam estar mais alinhadas com as características da Extroversão enquanto o Neurotismo

aparece em seguida como maior respondente – características que são antagônicas na taxonomia da *big five factors*.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebe-se pelas respostas obtidas pelo questionário *survey* que, de uma forma geral, as pessoas já estão habituadas a realizar transações financeiras por meio digital. Isso configura uma perspectiva de que o *mindset* de crescimento, ou seja, àquele apto ao aprendizado contínuo é predominante entre as pessoas, principalmente os mais jovens, já que nesta pesquisa a maior parcela de respondentes são mais jovens.

Também pode-se considerar que, nesta amostra obtida, a característica mais marcante de personalidade encontrada nesta pesquisa foi da Extroversão e, em seguida, o Neurotismo. Isso nos leva a concluir que as características marcantes de personalidade pouco interferem na usabilidade dos *app* financeiros. A intervenção ocorre em maior proporção quando relacionamos o uso dos *app* de acordo com o *mindset* e o fator social como nível de escolaridade e idade. Neste construto, 60% dos respondentes total somados possuem nível superior de escolaridade completos o que facilita o entendimento e o objetivo do uso dos aplicativos. .

Por ser uma pesquisa com uma limitação de respondentes por amostragem, obtida por conveniência, podendo gerar impacto nos resultados e não refletindo a população em geral. Outros fatores que também podem impactar nos resultados estão relacionados aos sócios demográficos que podem estar relacionados ao perfil recolhido na amostra deixando uma lacuna para complementar pesquisas futuras.

5 REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

CAMPBELL-SILLS, Laura; COHAN, Sharon L.; STEIN, Murray B. - Relationship of resilience to personality, coping, and psychiatric symptoms in young adults. *Behaviour Research and Therapy*. 44:4 (2006) 585–599

CARAM, Lucas. FINTECHS BRASILEIRAS CRESCEM 34% EM 2020 E LEVANTAM QUASE US\$ 1 BILHÃO EM INVESTIMENTOS. Disponível em: cointelegraph.com.br/news/brazilian-fintechs-grow-34-in-2020-and-raise-almost-us-1-billion-in-investments> Acesso em: 18/02/2021

CHRISTINO, J. M. M. et al. Aceitação e Uso de Programas de Cashback: Um Estudo Estendido a partir do Modelo UTAUT2. (A. N. de P.-G. e P. em Administração/ANPAD, Ed.)VIII Encontro de Marketing da ANPAD - EMA. Anais...Porto Alegre: Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração/ANPAD, 2018

CHRISTENSEN, C. M. 1997. *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business School Press. Boston, Massachusetts.

CHRISTENSEN, C. M., RAYNOR, M. E., MCDONALD, R. 2015. *What Is Disruptive Innovation?* Harvard Business Review.

DWECK, C. S. *Mindset: a nova psicologia do sucesso*. São Paulo: Objetiva, 2017.

O QUE SÃO BANCOS? Banco Central do Brasil, 2002. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/content/cidadaniafinanceira/Documents/publicacoes/cadernosbc/cadernosbc_bancos.pdf>. Acesso em: 05/01/2020.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 1987

PORTER, M. E. 1980. *Estratégia Competitiva*. Rio de Janeiro: Elsevier

SCHUMPETER, J. A. *Teoria do desenvolvimento econômico*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 112 1961.

COSTA JR.; MCCRAE, 1992; COBB-CLARK; SCHURER, 2011

RODRIGUES, Edilma. 44 MILHÕES DE CLIENTES TÊM CONTAS EM QUATRO BANCOS DIGITAIS. Disponível em: < <https://cantarinobrasileiro.com.br/blog/44-milhoes-de-clientes-tem-contas-em-quatro-bancos-digitais>> Acesso em: 20/01/2021.

REVOLUÇÃO TECNOLÓGICA DEVE TRANSFORMAR A VIDA NO MUNDO. Disponível em: < [Revolução tecnológica deve transformar a vida no mundo | Forbes Brasil](#)> Acesso em: 18/02/2021