

**FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS  
ESCOLA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E DE EMPRESAS  
MESTRADO EXECUTIVO EM GESTÃO EMPRESARIAL**

**A REPRESENTAÇÃO SOCIAL DAS FINTECHS NA VISÃO DOS PROFISSIONAIS  
DO MERCADO FINANCEIRO BRASILEIRO**

DISSERTAÇÃO APRESENTADA À ESCOLA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E  
DE EMPRESAS PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE

**RODRIGO PROENÇA DOYLE DE OLIVEIRA**  
Rio de Janeiro - 2018

**FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS  
ESCOLA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E DE EMPRESAS  
MESTRADO EXECUTIVO EM GESTÃO EMPRESARIAL**

**RODRIGO PROENÇA DOYLE DE OLIVEIRA**

**A REPRESENTAÇÃO SOCIAL DAS FINTECHS NA VISÃO DOS PROFISSIONAIS  
DO MERCADO FINANCEIRO BRASILEIRO**

Dissertação apresentada ao programa do Mestrado Profissional em Gestão Empresarial da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientador: Luiz Antônio Joia

**RIO DE JANEIRO  
2018**

Oliveira, Rodrigo Proença Doyle de

A representação social das fintechs na visão dos profissionais do mercado financeiro brasileiro / Rodrigo Proença Doyle de Oliveira. – 2018.  
106 f.

Dissertação (mestrado) - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa.

Orientador: Luiz Antonio Joia.

Inclui bibliografia.

1. Mercado financeiro – Inovações tecnológicas. 2. Indústria de serviços financeiros. 3. Empresas novas. 4. Representações sociais. I. Joia, Luiz Antonio. II. Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas. Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa. III. Título.

CDD – 658.15

RODRIGO PROENÇA DOYLE DE OLIVEIRA

**“A REPRESENTAÇÃO SOCIAL DAS FINTECHS NA VISÃO DOS PROFISSIONAIS DO  
MERCADO FINANCEIRO BRASILEIRO”.**

Dissertação apresentado(a) ao Curso de Mestrado Profissional Executivo em Gestão Empresarial do(a) Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas para obtenção do grau de Mestre(a) em Administração.

Data da defesa: 03/12/18

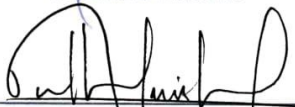
**ASSINATURA DOS MEMBROS DA BANCA EXAMINADORA**



Luiz Antonio Joia  
Orientador(a)



Eduardo Henrique Diniz  
Membro Interno



Valter de Assis Moreno Jr  
Membro Externo

Para todos os profissionais do mercado financeiro e entusiastas em tecnologia.

## **AGREDECIMENTOS**

Primeiramente agradeço a minha família, que esteve lado a lado comigo durante essa caminhada, me dando suporte e entendendo minha ausência.

À minha mãe, Marisa, por acreditar no meu potencial e ser a maior incentivadora desse sonho.

Ao meu pai, Marcos, pelos ensinamentos profissionais e por sempre apoiar minhas decisões.

Ao meu padrasto, Claudio, pela disposição de sempre me auxiliar e tirar dúvidas.

À minha madrasta, Izabel, por proporcionar tantos momentos agradáveis e descontraídos.

Obrigado ao meu irmão Felipe pela eterna presença, amizade e companheirismo. À minha irmã Luisa por sempre se preocupar comigo e à minha irmã caçula, Carol, por deixar a vida sempre mais leve.

Agradeço aos meus amigos, em especial os Amigões, por proporcionar momentos de descontração e pela compreensão durante todos os encontros que não pude estar presente.

Agradecimento aos meus colegas de mestrado, primeira turma do MEX Intensivo, pela amizade que desenvolvemos dentro e fora da sala de aula. Pessoas incríveis que tive o prazer de compartilhar tantas experiências e aprendizados. Vocês fizeram toda a diferença nessa caminhada!

Muito obrigado a todos os professores da Ebape por dividir o tempo e conhecimento de vocês, especialmente ao Héliu Arthur Irigaray, José Mauro Nunes e Paulo Figueiredo. Agradeço toda a estrutura fornecida pela FGV e pela intermediação do meu intercâmbio junto a IE Business School.

Por fim, agradeço ao meu orientador, Luiz Antônio Joia, pela constante ajuda no desenvolver deste trabalho.

Os investimentos em conhecimento geram os melhores dividendos.

(Benjamin Franklin)

## RESUMO

**Objetivo:** O estudo busca definir qual a representação social das fintechs na visão dos profissionais do mercado financeiro brasileiro, interpretá-la e compará-la com a literatura nacional e internacional.

**Metodologia:** Utilizou-se neste trabalho abordagem metodológica quali-quantitativa, buscando assim atender os requisitos necessários para pesquisas sobre representações sociais. Um teste de evocação de palavras e um questionário complementar com perguntas abertas e fechadas compuseram o *survey online* que foi disponibilizado aos respondentes. As palavras evocadas com base no termo indutor “fintech” foram analisadas com base na frequência, importância, conexidade e coocorrência. Por fim, uma análise lexical e de conteúdo foi aplicada a uma específica pergunta aberta. Todas as fases da pesquisa foram feitas com apoio de *softwares* que auxiliaram o pesquisador.

**Resultados:** Foi percebido que há dissonância entre a literatura pesquisada e a percepção dos profissionais do mercado financeiro. Notou-se que tais profissionais não estão totalmente alinhados com essa tecnologia e com as ameaças que podem ser desencadeadas.

**Limitações:** A principal limitação deste trabalho diz respeito à categorização dos dados, já que foi necessário papel ativo do pesquisador, o que pode ter enviesado os resultados encontrados.

**Aplicabilidade do trabalho:** Para a academia, este trabalho ressalta a utilização da Teoria das Representações Sociais no Campo da Administração. Enfatize-se, também, o uso de *softwares* como um facilitador na análise dos dados, tanto na área quantitativa quanto na qualitativa. Para a prática, o estudo ressalta que as instituições financeiras devem buscar alinhar seus funcionários com as novas tendências, tecnologias e novidades no mercado, preparando-se assim para uma possível ruptura de mercado, caso ocorra.

**Palavras-chave:** Teoria das Representações Sociais; Núcleo Central; Sistema Periférico; Fintechs, Mercado Financeiro.

**Categoria do artigo:** Dissertação de Mestrado / Artigo original



## ABSTRACT

**Purpose:** The aim of this study is to define the social representation of fintechs in the view of the Brazilian financial market professionals, interpret and compare it with the national and international literature.

**Design/Methodology:** In this work, we used a qualitative and quantitative methodological approach, seeking to fulfill the necessary pillars for research in social representations. An online survey, made up by a word evocation test and a complementary questionnaire, was available to the sample. The words were evoked based on the term "fintech" and were analyzed based on frequency, importance, connectivity and co-occurrence. Finally, a lexical and content analysis was used on a specific open question. All phases of the research were done with support of software that helped the researcher.

**Findings:** It was noticed that there is dissonance between the researched literature and the perception of the financial market professionals. It was also noted that such professionals are not fully aligned with this technology and with the threats that may be triggered.

**Research Limitations:** The main limitation of this work is the categorization of the data, where the active role of the researcher was necessary. It may bias the results found.

**Practical Implications:** For the academy, this paper highlights the use of Social Representation Theory in the Administration field. There is also emphasized the use of softwares as a facilitator in data analysis, for both quantitative and qualitative area. For the practice, this research stands out that financial institutions should seek to align their employees with the new trends, technologies and novelties in the market, being prepared for a possible market rupture, if happens.

**Keywords:** Social Representation Theory, Central Nucleus, Peripheral System, Fintechs, Financial Market.

**Paper category:** Master's thesis / Research paper

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: População adulta mundial que possui conta em banco.....	13
Figura 2: Os componentes das fintechs.....	21
Figura 3: Passo a passo para identificar o possível núcleo central.....	32
Figura 4: Nós de árvore máxima.....	33
Figura 5: Fluxograma da pesquisa.....	36
Figura 6: Distribuição de frequências gerada pela EVOC.....	44
Figura 7: Etapas para a composição do quadro de quatro casas de Vergès.....	46
Figura 8: Quadro de Vergès gerado pelo EVOC.....	48
Figura 9: Árvore máxima de similitude das fintechs.....	50
Figura 10: Análise fatorial de correspondências das fintechs.....	60

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Sumário das principais ideias dos autores.....	18
Quadro 2: Palavras-chave dos principais autores.....	19
Quadro 3: Exemplos de trabalhos com TRS.....	23
Quadro 4: Características do núcleo central e do sistema periférico.....	25
Quadro 5: Sumário descritivo dos quatro quadros de Vergès.....	30
Quadro 6: Sumário das características da amostra.....	41
Quadro 7: Representação social das fintechs.....	53
Quadro 8: Núcleo central e sistema periférico da representação social das fintechs.....	62
Quadro 9: Comparação entre a percepção dos profissionais e o referencial teórico de fintechs.....	66

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Números alcançados.....	38
Tabela 2: Acumulo Inverso de frequência de evocações.....	43
Tabela 3: Contagem e Frequência das categorias.....	44
Tabela 4: OME das categorias que compõe a RS das fitenchs.....	45
Tabela 5: Parâmetros definidos para construção do quadro dos quatro cantos.....	46
Tabela 6: Quadro de quatro casas de Vergès.....	47
Tabela 7: Índices para análise de similitude.....	49
Tabela 8: Conexidade dos elementos.....	51
Tabela 9: Média de coocorrências por arestas.....	52

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Idade dos profissionais.....	38
Gráfico 2: Tempo experiência no mercado financeiro.....	39
Gráfico 3: Relação entre idade e tempo de experiência.....	39
Gráfico 4: Distribuição da amostra por estados.....	40
Gráfico 5: Dendograma das fintechs.....	56

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
1.1 Contextualização.....	2
1.2 Justificativa do tema .....	2
1.3 Relevância do tema .....	3
1.4 Estrutura do trabalho.....	3
<b>2 PROBLEMÁTICA .....</b>	<b>4</b>
2.1 Pergunta de pesquisa.....	4
2.2 Objetivos .....	4
2.2.1 Objetivo principal.....	4
2.2.2 Objetivos secundários .....	5
2.3 Delimitação do estudo .....	5
<b>3 REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>6</b>
3.1 Fintech .....	6
3.1.1 Fintech como novo modelo de negócio.....	7
3.1.2 Fintech e a experiência do usuário .....	9
3.1.3 Fintech como inclusão financeira.....	13
3.1.4 Fintech como tecnologia disruptiva .....	15
3.1.5 Síntese do referencial sobre fintech .....	18
3.2 A teoria da representação social (TRS) .....	21
3.2.1 Teoria do núcleo central (TCN) .....	23
<b>4 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO .....</b>	<b>26</b>
4.1 Coleta de dados .....	27
4.2 Análise de dados .....	29
<b>5 RESULTADOS .....</b>	<b>37</b>
5.1 Perfil da amostra .....	37
5.2 Núcleo Central .....	41
5.3 Análise de similitude .....	48
5.4 Análise de conteúdo.....	54
5.3.1 Classificação Hierárquica Descendente .....	55
<b>6 DISCUSSÃO .....</b>	<b>61</b>
<b>7 CONCLUSÃO.....</b>	<b>68</b>

7.1 Implicações acadêmicas e gerenciais .....	70
7.2 Limitações da pesquisa .....	71
7.3 Futuras pesquisas .....	71
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>73</b>
<b>APÊNDICE A – E-MAIL E QUESTIONÁRIO UTILIZADOS NA PESQUISA .....</b>	<b>81</b>
<b>APÊNDICE B – PALAVRAS EVOCADAS NO TESTE .....</b>	<b>84</b>
<b>APÊNDICE C – CATEGORIZAÇÃO DAS PALAVRAS EVOCADAS .....</b>	<b>88</b>
<b>ANEXO A – MODELO HYPOTHESIS-DRIVEN ENTREPRENEURSHIP .....</b>	<b>91</b>

## 1 INTRODUÇÃO

As fintechs têm mudado a forma como as pessoas interagem com o mercado financeiro (BRUMMER; GOLINE, 2014). Tanto no mundo acadêmico quanto no gerencial, muito tem se debatido sobre o que são essas novas empresas. Apesar desse termo já ser utilizado desde a década de 1990 em aplicações tecnológicas que bancos utilizavam para melhorar suas operações (NEENU; HEMALATHA, 2016), foi somente a partir da crise financeira mundial de 2008 que a expressão começou a receber mais atenção (SALAMPASIS; MENTION, 2017). Para Salampasis e Mention (2017), foi com o descrédito do sistema financeiro tradicional que as pessoas começaram a procurar nas fintechs uma solução mais segura. O Bitcoin, exemplo de criptomoeda, foi lançado justamente no ano de 2008, como uma alternativa de transação de pagamento descentralizada entre usuários (TOMÉ, 2017).

Apesar de muitos autores investigarem este fenômeno, ainda não há consenso sobre do que realmente se trata. Enquanto alguns ancoram a ideia de fintech a um modelo de negócio, muitas vezes inerente a apenas certos tipos de empresa (CHUEN; TEO, 2015), outros argumentam que esse modelo pode estar também presente nas operações de bancos (ARNER; BARBERIS; BUCKLEY, 2015). Há também autores enfatizando que o propósito das fintechs é melhorar a experiência do usuário, focando em problemas que clientes tradicionais enfrentam (REED, 2016). Por outro lado, Salampasis e Mention (2017) sustentam que as fintechs devem ter um fim social, buscando potencializar a inclusão financeira e social.

Por fim, existem também muitos acadêmicos, como é o caso de Figurelli (2017), que acreditam que as fintechs podem causar uma ruptura no sistema financeiro tradicional. Isto é, mudar completamente a forma como as pessoas lidam com as finanças, impactando a forma de competir nesse mercado.

Devido à falta de consenso, evidencia-se a importância da clara definição do que se trata esse tema. Dessa forma, a Teoria da Representação Social, introduzida por Moscovici na década de 1950 e com o objetivo do melhor entendimento de um fenômeno social (MOSCOVICI, 2015), apresenta-se como uma alternativa paralela para construir e refinar o constructo Fintech.



## 1.1 Contextualização

O mercado financeiro tem operado em um mundo de constantes mudanças, marcado por alta complexidade, interconectividade e velocidade (SALAMPASIS; MENTION, 2017). Em meio a uma onda de novos modelos de negócios e tecnologias disruptivas, surge o termo FINTECH, provindo do inglês *financial technologies*. As fintechs são empresas emergentes do mercado financeiro que provem os mesmos serviços que os bancos e se destacam, especialmente, pela simplicidade e experiência do usuário (BID; FINNOVISTA, 2017).

As fintechs têm o potencial de mudar a estrutura do mercado financeiro tradicional, consagrando-se como os futuros *players* principais desta indústria (CITIGROUP, 2016), oferecendo serviços de maneira inteligente, e atendendo a uma parcela da população mundial que ainda não tem acesso ao sistema financeiro formal (SALAMPASIS; MENTION, 2017). Outras vertentes como Brummer e Golfine (2014), Giglio, Galegale e Azevedo (2017) e Dapp (2014) apontam as fintechs como uma ameaça ao setor financeiro tradicional, salientando que as instituições atuais precisam acompanhar essa tendência antes que essas novas empresas ganhem escala no mercado financeiro.

Nesse cenário, o Brasil se posiciona como o país da América Latina que possui o maior número de fintechs cadastradas (BID; FINNOVISTA, 2017), demonstrando sua capacidade em contribuir com o crescimento e compreensão do assunto. Além disso, a Federação Brasileira de Bancos – FEBRABAN (2018) destaca que o perfil e o hábito dos brasileiros estão mudando, uma vez que as transações financeiras via canal *mobile* já é a preferida pelo consumidor.

## 1.2 Justificativa do tema

Na literatura mundial, ainda não há consenso sobre a definição exata do que sejam as fintechs. Por se tratar de um conceito novo e ainda pouco difundido no mercado, existem diversas literaturas que abordam este tema de formas distintas.

A clarificação de um novo fenômeno social com potencial de trazer novas oportunidades, e até mesmo de mudar a estrutura da indústria, é importante para que tanto as empresas quanto os profissionais possam se adaptar e desenvolver estratégias condizentes.

### **1.3 Relevância do tema**

Vergara e Ferreira (2005) explicam que o senso comum que um grupo de pessoas tem a respeito de determinado tema contribui para um melhor entendimento do mesmo. Dessa forma, utilizar a Teoria das Representações Sociais para refinar o constructo de fintechs com base na percepção dos profissionais brasileiros do mercado financeiro se torna relevante para uma melhor clarificação desse tema. Além disso, comparar tais resultados com a literatura científica torna possível encontrar pontos em comum e divergência de opiniões, enriquecendo a discussão sobre fintechs.

### **1.4 Estrutura do trabalho**

Além da introdução, este trabalho está estruturado em mais cinco seções. A segunda seção aborda o problema a ser tratado, apresentando a pergunta de pesquisa, o objetivo principal e os secundários, e a delimitação do estudo.

Na terceira seção é feita uma revisão bibliográfica a respeito do tema fintech, utilizando-se autores nacionais e internacionais. Abordam-se também, nessa seção, os principais aspectos a respeito da Teoria das Representações Sociais e do Núcleo Central.

O capítulo seguinte apresenta os procedimentos metodológicos e as técnicas utilizadas na pesquisa.

Na quinta seção apresenta-se e analisa-se os resultados encontrados.

No sexto capítulo discute-se os resultados encontrados, comparando-o com o referencial teórico utilizado na seção 2, por meio de uma tabela com os pontos em comum e as divergências.

Por fim, na última seção, são apresentadas as conclusões, as implicações acadêmicas e gerenciais, as limitações da pesquisa e os futuros passos a serem seguidos nessa área do conhecimento.

## **2 PROBLEMÁTICA**

Devido à rápida expansão das fintechs, à mudança no perfil do consumidor para modelos de transações financeiras mais simples, e a possível ameaça às instituições financeiras tradicionais, o estudo das fintechs vem ganhando cada vez mais espaço, seja no mundo acadêmico ou na área empresarial.

Assim, buscar um entendimento mais claro desse fenômeno se torna importante para que as empresas e os profissionais da área possam se preparar para um novo mercado e uma mudança paradigmática.

### **2.1 Pergunta de pesquisa**

Esta pesquisa busca identificar a representação social das fintechs sob a ótica de profissionais do mercado financeiro brasileiro.

Para tanto, este trabalho busca responder à seguinte pergunta de pesquisa:

*“Qual a representação social das fintechs para os profissionais do mercado financeiro do Brasil?”*

### **2.2 Objetivos**

#### **2.2.1 Objetivo principal**

Este trabalho tem como objetivo principal investigar, identificar e discutir a representação social das fintechs na visão dos profissionais do mercado financeiro do Brasil, bem como compará-la com as definições encontradas na literatura científica atual.

### **2.2.2 Objetivos secundários**

A fim de atingir o objetivo acima estipulado, é necessário:

- Buscar na literatura recente as melhores definições para o conceito de fintech;
- Definir o que é a Teoria de Representação Social, bem como Núcleo Central e Sistema Periférico;
- Realizar pesquisa de campo com base na evocação de palavras;
- Calcular frequência média e ordem média das palavras evocadas;
- Elaborar o quadro de quatro casas;
- Realizar análise de similitude para confirmar os resultados encontrados.

### **2.3 Delimitação do estudo**

Esta pesquisa está restrita exclusivamente aos profissionais que atuam no mercado financeiro brasileiro, já que tais profissionais exercem atividades no mesmo campo que as fintechs, bem como partilham público-alvo semelhante. Além disso, existem casos de instituições financeiras tradicionais que estão optando por mudar seu modelo de negócio para se tornarem um fintech – Por exemplo: Banco Inter e Banco Original.

Para evitar com que pessoas que não estejam familiarizadas com o tema façam parte da amostra selecionada, optou-se por não expandir a pesquisa a profissionais que atuem em outras indústrias que não o mercado financeiro.

### 3 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção, é apresentada a fundamentação teórica dos principais temas desta dissertação. Em um primeiro momento será abordado o conceito de fintech, bem como suas origens, principais atribuições, tendências e desafios. Como o conceito de fintech é recente, a literatura usada é bem atual, sendo composta por artigos acadêmicos, livros, pesquisas de mercado, reportagens e *white papers* que abordam o assunto tanto de forma técnica, quanto sob a perspectiva de negócios. Posteriormente, será apresentada a Teoria da Representação Social (TRS) e os conceitos de núcleo central e sistema periférico, necessários para o desenvolvimento da pesquisa.

#### 3.1 Fintech

O conceito de fintech, apesar de ter ganhado importância somente nos últimos anos, já vem sendo discutido por especialistas há muito mais tempo. Arner, Barberis e Buckley (2015) explicam que o termo fintech já era utilizado desde meados de 1990, marcado por tentativas do Citigroup em usar a tecnologia para facilitar suas operações. Neenu e Hemalatha (2016) concordam com a ideia, alegando que o conceito de fintech se iniciou entre os bancos com o propósito de facilitar suas operações auxílio da tecnologia. Já Reed (2016) aborda que o termo fintech foi originalmente utilizado para descrever a tecnologia que era utilizada por consumidores em negociações feitas em instituições financeiras

No entanto, Salampasis e Mention (2017) explicam que foi somente após a crise de 2008 – com o descrédito de muitas pessoas em relação ao sistema financeiro tradicional – que o termo fintech começou a se popularizar, sendo associado ao deferimento dos mesmos serviços prestados pelas instituições financeiras (bancos, seguradoras, fundos de investimentos), porém de uma maneira nova e simplificada. Atualmente, esse termo engloba qualquer inovação tecnológica dentro do setor financeiro (REED, 2016); (NEENU; HEMALATHA, 2016).

Buckley e Webster (2016) explicam que as fintechs surgem com o propósito de melhorar a experiência do usuário ao utilizar os serviços financeiros. Os autores defendem que as fintechs entregam os mesmos serviços e produtos oferecidos pelas instituições

financeiras, fazendo a junção entre plataformas tecnológicas e modelos de negócios inovadores. Arner, Barberis e Buckley (2015) sustentam que as fintechs podem ser vistas como o casamento entre serviços financeiros e a tecnologia da informação, ou seja, elas representam a habilidade da tecnologia para gerar soluções financeiras.

De acordo com Brummer e Golfine (2014), as fintechs têm se apoiado em inovação para mudar a forma como as pessoas interagem no mundo financeiro, desenvolvendo plataformas amigáveis que melhoram a experiência do usuário e contribuem com a inclusão financeira. Não obstante, diversos autores já debatem o impacto que as fintechs poderiam provocar no mercado tradicional e até que ponto elas representariam uma ameaça a ele. A literatura atual é rica de autores que defendem o forte potencial que as fintechs tem para se tornar uma tecnologia disruptiva<sup>1</sup> e apontam a necessidade dos bancos e instituições acompanharem tal evolução (GIGLIO; GALEGALE; AZEVEDO, 2017).

Por meio da literatura científica atual sobre o tema, é possível encontrar quatro dimensões associadas ao conceito fintech:

- 1) **Modelo de negócio**
- 2) **Experiência do usuário**
- 3) **Inclusão financeira**
- 4) **Tecnologia disruptiva**

A seguir, serão exploradas essas quatro dimensões.

### **3.1.1 Fintech como novo modelo de negócio**

O conceito de modelo enxuto de negócio tem estado em geral bastante atrelado às *startups*, buscando a identificação e eliminação de quaisquer desperdícios nos processos da empresa. Ries (2011) suporta que as *startups* devem atentar à utilização e otimização de seus recursos e expõe, no livro *Lean Startup*, uma metodologia a ser adotada, baseada no conceitos

---

<sup>1</sup>O conceito de tecnologia disruptiva foi introduzido por Christensen (1997, p.264, tradução nossa): “Tecnologias disruptivas, no entanto, são distintamente diferentes de tecnologias incrementais. Tecnologias disruptivas alteram a proposta de valor em um mercado. Quando primeiramente aparecem, elas quase sempre apresentam baixo desempenho em relação aos atributos que os principais consumidores valorizam”.

de *Minimum Viable Product* (MVP) e *feedback* frequente. Eisenmann, Ries e Dillard (2013) também contribuem para que empreendedores do setor tecnológico consigam desenvolver seu modelo de negócio de maneira saudável, com base em um passo-a-passo a ser seguido até que o produto esteja pronto para ser lançado no mercado.

De acordo com Chuen e Teo (2015), as fintechs devem apoiar seu modelo de negócios no princípio LASIC (*Low margin, Asset light, Scalable, Innovative, Compliance easy*), na qual se busca prover garantia para criar negócios sustentáveis, conforme descrito abaixo:

- *Low Profit Margin*: Considerada como a chave do sucesso para uma fintech. Chuen e Teo (2015) explicam que em um mundo com rápido acesso à informação e diversos serviços grátis, a disposição a pagar de muitos usuários tende a cair. Logo, há de se esperar que as margens de lucro unitário (por cliente) sejam baixas, necessitando assim que tais empresas ganhem em escala.
- *Asset Light*: Infraestrutura que a empresa deve possuir para ter seus custos fixos minimizados e custos marginais baixos, permitindo que a mesma opere de forma inovadora e consiga se adaptar a futuras mudanças.
- *Scalability*: Qualquer fintech começa como um negócio pequeno, mas sua tecnologia tem que estar preparada para crescer sem aumentar drasticamente os custos ou comprometer sua eficiência.
- *Innovative*: As fintechs precisam ser inovadoras, tanto em seus produtos quanto em seus processos operacionais. Com o crescimento contínuo e generalizado dos celulares e da Internet, novas oportunidades de negócios aparecem.
- *Ease of Compliance*: As fintechs operam em um setor que é menos regulamentado que o das instituições financeiras tradicionais. Dessa forma, se torna possível operar com menos recursos destinados a atividades de *compliance* e encorajar as inovações.

Assim, desenvolver um modelo de negócio de baixo custo é crucial para a sobrevivência de qualquer fintech (INFOWESTER, 2016); (SALAMPASIS; MENTION, 2017). O desenvolvimento acelerado dos dispositivos móveis, os métodos modernos para análise de dados (*big data*), a mudança para se guardar dados nas nuvens, a personalização dos serviços *online* e a crescente convergência da tecnologia da informação fazem sustentar o

modelo requerido por tais empresas (DAPP, 2014). Dessa forma, as fintechs tendem a explorar ao máximo o potencial da digitalização no mercado financeiro, conforme abaixo:

"Fintech" é o termo que se tornou estabelecido para descrever a digitalização do setor financeiro. Fintech é um nome geral usado para tecnologias avançadas, principalmente baseadas na Internet, no setor financeiro. O termo descreve as tecnologias modernas para habilitação ou a prestação de serviços financeiros, tais como tecnologias baseadas na internet, comércio eletrônico, pagamentos móveis ou financiamento de colaboração coletiva (*crowd based*) de *startups*. (DAPP, 2014, p. 5, tradução nossa)

Por fim, Brummer e Golfine (2014) também defendem que baixos custos e baixas barreiras são cruciais para que os modelos de negócios das fintechs sejam eficazes – eles enfatizam que a facilidade de acesso a base de dados e informações democratiza o setor, fazendo com que as fintechs consigam desenvolver projeções e previsões tão apuradas quanto os bancos.

### 3.1.2 Fintech e a experiência do usuário

De acordo com Buckley e Webster (2016), as fintechs surgem com o propósito de melhorar a experiência do usuário para utilizar os serviços financeiros. Salampasis e Mention (2017) fazem uma boa explanação do que representam as inovações financeiras:

A inovação financeira se baseia na compreensão do cliente, valorizando as informações do parceiro e diferenciando-se da concorrência. A inovação financeira está fortemente focada no “como”, no processo de perceber as necessidades específicas de cada cliente, a fim de oferecer ofertas personalizadas, tanto quanto a regulamentação e outras restrições permitem fazê-lo. (SALAMPASIS e MENTION, 2017, p. 453, tradução nossa).

Assim, a empresa se utiliza da experiência do cliente para criar uma vantagem competitiva por diferenciação. Salampasis e Mention (2017) defendem que as fintechs devem sempre estar abertas a mudanças, conforme o gosto dos usuários for mudando; assim é preciso saber admitir quando se está errado e aceitar certos tipos de erros.

Neenu e Hemalatha (2016) explicam que as fintechs podem ser vistas como um setor econômico composto por várias companhias que, utilizando a tecnologia, tornam os serviços financeiros mais eficientes. Esses autores definem fintech como a tecnologia utilizada no



campo das finanças para se obter soluções mais rápidas, destacando os seguintes tipos de serviços:

- *Serviços de Varejo (retail banking)*: Enquadram todos os tipos de serviços que costumam ser oferecidos por grandes bancos comerciais, como investimentos, conta corrente, empréstimos pessoais, cartão de crédito e débito etc.
- *Empréstimos/Investimentos*: Solução especialmente para pequenas e médias empresas, como, por exemplo, empréstimo *peer-to-peer*.
- *Educação*: Atuando no assunto de finanças pessoais e na compreensão e conhecimento de assuntos relacionados a finanças.
- *Criptomoedas*: Moedas digitais baseadas na tecnologia do *blockchain*, utilizadas para realizar transações mais seguras, assim como controle da criação de moedas (controle de fraudes).

Já pela visão de Arner, Barberis e Buckley (2015), as fintechs abrangem principalmente cinco segmentos de atuação:

- *Finanças e Investimentos*: Fontes de financiamentos alternativos (ex: *crowdfunding* e *peer-to-peer lending*) têm chamado a atenção de investidores, pequenas e médias empresas e do sistema regulador. Com o intuito de continuar expandindo esse segmento, as fintechs têm se envolvido em áreas como serviços de robô *advisory*.
- *Operações Financeiras e Gestão de Risco*: A importância deste segmento ficou evidente após a crise de 2008. Aqui se utiliza todo o potencial da TI junto às instituições financeiras, desenvolvendo-se sistemas baseados em teorias qualitativas e técnicas financeiras capazes de controlar risco e maximizar ganhos.
- *Pagamentos e Infraestrutura*: As fintechs têm se mostrado com capacidade para desenvolver formas de pagamentos muito mais simples, chamando a atenção de pessoas e empresas que estão cansadas dos métodos oferecidos por bancos e instituições financeiras. A infraestrutura desenvolvida pelas fintechs é capaz de atingir um público que hoje está excluído do sistema financeiro tradicional.

- *Segurança de Dados e Monetização:* A estabilidade do sistema financeiro está diretamente ligada à vulnerabilidade dos dados e informações a crimes cibernéticos. As fintechs garantem maior eficiência e segurança para utilizar dados e informações na internet.
- *Interface com o Cliente:* Serviços e produtos oferecidos *online* e/ou por telefone. As fintechs se apoiam na tecnologia para conseguir competir com as instituições tradicionais, oferecendo uma experiência mais agradável e buscando crescer em escala.

Pode-se perceber que as fintechs visam encontrar lacunas a serem preenchidas dentro do setor financeiro. Essas empresas entendem o que seus clientes querem, e, principalmente, o que não querem. Outra característica importante é que maioria das fintechs são criadas para prestar um tipo de serviço específico, diferentemente dos bancos comerciais que costumam operar com diversos produtos – isso faz com que as fintechs se especializem no que oferecem, fazendo com que suas operações ocorram com o mínimo de falhas (INFOWESTER, 2016). Bid e Fennovista (2016) corroboram com esta ideia:

Ao optar por se concentrar em segmentos específicos, as fintechs procuram resolver problemas concretos, colocando o consumidor no cerne da sua atividade. Isso resulta em um desenho mais adequado dos produtos e pode resolver desafios relacionados com a falta de propostas de valor adequadas, o que afeta a demanda por produtos e serviços oferecidos atualmente pelo setor financeiro tradicional. (BID e FENNOVISTA, 2016, p.9).

Dessa forma, as fintechs vêm ganhando espaço e crescendo no mercado. Brummer e Golfine (2014) apontam, ainda, quatro dimensões das fintechs que estão em forte ascensão:

- *Moedas Digitais e Eletrônicas:* Com mais de 200<sup>2</sup> tipos de moedas já existentes, este se destaca como o maior potencial oferecido pelas fintechs, capaz de mudar toda a estrutura do mercado moderno, trazendo maior segurança e inclusão financeira.
- *Sistemas de Pagamento Digitais:* Transforma a maneira como consumidores e empresas interagem. Atualmente, diversas empresas já criaram uma plataforma própria de pagamento e transações (ex: google play, apple play, samsung play). Baseadas na tecnologia *Near Field Communication* (NFC), muitas inovações

---

<sup>2</sup> Dados fornecidos por Brummer e Golfine (2014).

financeiras já buscam implantar formas de pagamento sem necessidade de cartão ou dinheiro.

- *Plataformas Online de Investimento e Financiamento:* Estas plataformas desafiam o sistema tradicional. Oferecem serviços de forma mais eficiente, com baixo custo e fácil acesso. Os empréstimos *peer-to-peer*, por exemplo, oferecem oportunidades de financiar projetos a uma taxa menor que as praticadas no mercado tradicional, enquanto os robôs *advisory* buscam maximizar resultados de fundos de investimentos, automatizando processos de compra e venda de carteiras em diversos fundos.
- *Big Data:* Com o auxílio da tecnologia da informação, torna-se possível desenvolver métodos de análise e mensuração de dados mais eficientemente, potencializando a tomada de decisões e minimizando os riscos.

Dessa forma, percebe-se que as fintechs abrangem segmentos específicos de produtos e serviços, todos, porém associados ao oferecimento de uma melhor experiência para o usuário.

Para Reed (2016), as fintechs buscam tornar as coisas mais fáceis para o usuário. As pessoas e empresas que buscam soluções financeiras junto aos modelos de fintech esperam obter processos desburocratizados e facilidade na forma com que recebem e enviam pagamento, bem como administram dinheiro. Para Buckley e Webster (2016), é condizente o fato das fintechs limitarem seu nicho de produtos e serviços, de modo a garantir a qualidade dos mesmos:

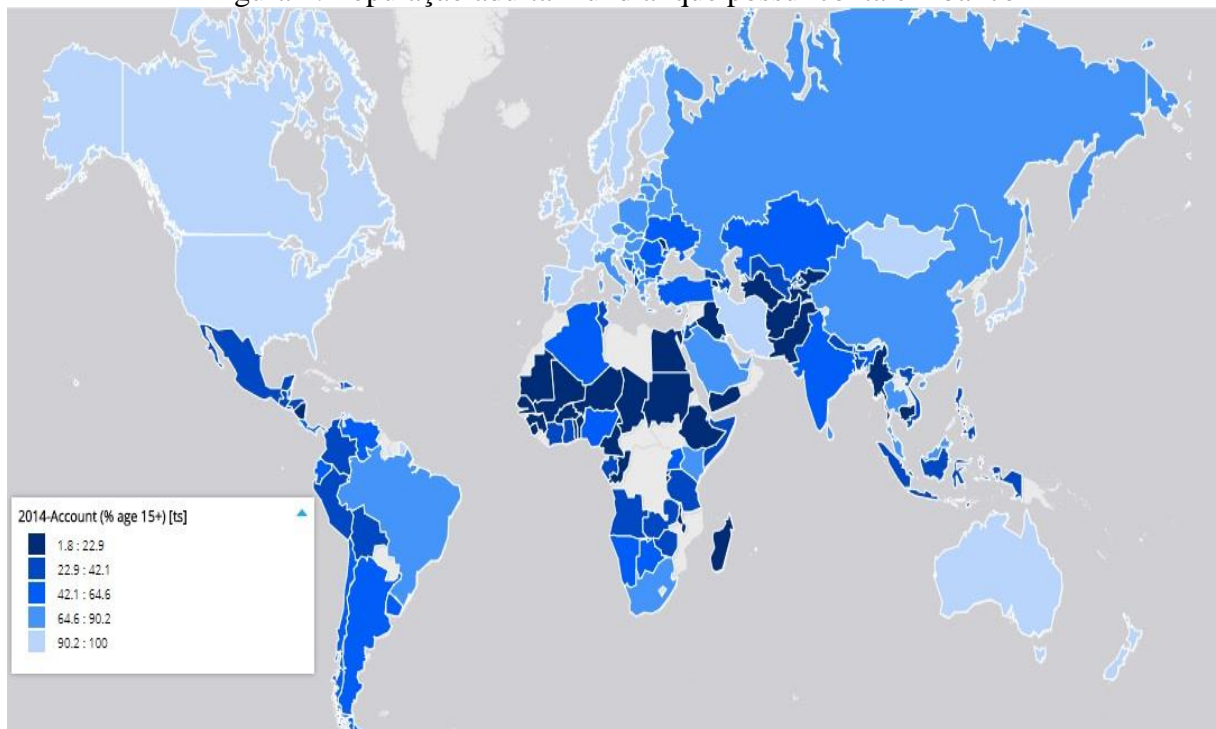
O foco de muitas empresas fintech em um número seletivo de ofertas significa que elas são mais capazes de simplificar os processos de negócios, permitindo aos clientes satisfazer suas necessidades e desejos financeiros predominantemente, se não exclusivamente, por meio de canais online de fácil uso. (BUCKLEY; WEBSTER, 2016, p. 6, tradução nossa).

Todas as fintechs constroem e implementam tecnologia para tornar o mercado financeiro mais eficiente. Tais companhias cobrem um leque de subindústrias do setor, desde operações comuns do dia-a-dia (como uma transação bancária ou uma compra no cartão de crédito), a procedimentos mais especializados (empréstimos e moedas digitais). Assim, segundo Dapp (2014), o objetivo das fintechs é atender ao desejo dos clientes.

### 3.1.3 Fintech como inclusão financeira

Baseando-se em sistemas de infraestrutura simplificada, as fintechs conseguem atingir clientes descartados pelos bancos tradicionais. Estima-se que atualmente 42%<sup>3</sup> da população mundial adulta é excluída do sistema financeiro formal, sendo que esta distribuição se acentua quando analisam-se países emergentes e subdesenvolvidos. A Figura 1 compara a porcentagem da população adulta que possui algum tipo de conta em banco em diversos países.

Figura 1: População adulta mundial que possui conta em banco



Fonte: World Bank Group / Data Base (2017)

Com base nessas informações, surge mais uma oportunidade para que as fintechs se consagrem no mercado, oferecendo serviços de maneira mais inteligente e atendendo a uma parcela da população que ainda não tem acesso ao mercado financeiro formal (CITIGROUP, 2016).

Arner, Barberis e Buckley (2015) apontam que os objetivos das fintechs se diferenciam segundo o país de atuação e segmento industrial. Enquanto em países desenvolvidos as fintechs buscam oferecer simplicidade e novas oportunidades de operar e

<sup>3</sup> Dados fornecidos pelo World Bank Group (2017) em <http://ufa.worldbank.org/>

transacionar, países subdesenvolvidos estão carentes de serviços básicos como uma simples conta bancária. De acordo com Arner, Barberis e Buckley (2015), as fintechs têm potencial de cobrir esta lacuna que o mercado tradicional despreza (ou não acha rentável), colaborando com a inclusão financeira. Salampasis e Mention (2017) associam a inclusão financeira com a capacidade de disseminar acesso aos serviços financeiros de forma igualitária:

Inclusão financeira pede democratização dos serviços financeiros, cuidando para que exista acesso igual, irrestrito, universal e utilização de diferentes tipos de serviços financeiros fornecidos, de forma responsável, por instituições legítimas, em um preço razoável e de forma rentável. Seu foco é na criação de soluções auto-sustentáveis e replicáveis, aproveitando a relação simbiótica entre o desenvolvimento sustentável, desenvolvimento humano e empoderamento econômico (SALAMPASIS e MENTION, 2017 p. 456, tradução nossa).

Especialmente pelo modelo enxuto de negócio, custos baixos e infraestrutura simplificada, as fintechs conseguem atender uma população que não tem acesso às conveniências oferecidas pelas instituições financeiras tradicionais, como agências bancárias, caixas eletrônicos e cartões de crédito/débito. Os celulares se tornam a plataforma adequada para se alcançar essas pessoas, já que não necessitam de estrutura tecnológica significativa (REED, 2016). Strategy (2016) aprofunda como os celulares alcançam populações em áreas remotas com baixa infraestrutura:

Para começar a chegar aos desprovidos de bancos, o alcance ou acesso onipresente é necessário, e o celular provou ser a resposta. O celular passou a ser mais que um novo canal de entrega e agora fornece serviços básicos de banco às populações que não tem acesso aos serviços bancários (*unbanked*) em áreas remotas que não têm infraestrutura de serviços financeiros. (STRATEGY, 2016, p. 8, tradução nossa).

Salampasis e Mention (2017) defendem que as fintechs desafiam velhas vertentes sobre o capitalismo, utilizando o potencial das inovações financeiras e tecnológicas para facilitar a inclusão social. Eles ressaltam que as fintechs não devem priorizar a experiência do usuário, mas sim atentar para o lado social, focando nas pessoas, economia e ambiente, e potencializando a inclusão digital financeira. Assim, as fintechs precisam tirar o melhor dos seus recursos para contribuir com o progresso social (STRATEGY, 2016).

Chishti e Barberis (2016) também enfatizam bastante a respeito da questão da inclusão social e da discriminação. Acredita-se que essas plataformas são capazes de atingir a base da pirâmide econômica e ter forte impacto socioeconômico em mercados emergentes. Para os autores, o ponto inicial está usar a internet e demais tecnologias para educar e conscientizar a

população desbancarizada. A conscientização dessas pessoas a respeito das capacidades oferecidas pelo setor financeiro é crucial para que tenham mais oportunidades de inclusão social. Destaca-se também que as fintechs fornecem maior poder de decisão aos consumidores, facilitando o acesso à informação e cobrando juros menores que o dos bancos (CHISHTI; BARBERIS, 2016).

Além disso, para que o crescimento das fintechs possa se consolidar de maneira saudável e sustentável, é imprescindível que haja colaboração entre o setor público e privado para estabelecer uma regulamentação que acompanhe essa tendência (BRUMMER e GOLFINE, 2014); (NEENU; HEMALATHA, 2016); (BID; FINNOVISTA, 2017); (CHISHTI; BARBERIS, 2016).

### **3.1.4 Fintech como tecnologia disruptiva**

Até este momento, foram exploradas três dimensões de extrema relevância para compreensão do tema fintech. Com um modelo de negócio mais eficiente, maior proposição de valor aos consumidores e poder de inclusão social, não surpreende que as fintechs representem uma ameaça aos *players* tradicionais do mercado.

De acordo com Dapp (2014), as fintechs exploram a vulnerabilidade do sistema financeiro moderno, buscando oferecer serviços simplificados para clientes que estão insatisfeitos. Já Infowester (2016) defende a ideia de que fintechs não querem desafiar os bancos, mas sim oferecer serviços que estão hoje defasados, buscando satisfazer as necessidades de clientes específicos.

De toda a forma, esse assunto tem ganhado bastante destaque na mídia e no mundo acadêmico. Salampasis e Mention (2017) concordam que as fintechs têm pressionado os bancos de uma maneira sem precedentes, gerando uma nova proposição de valor de uma forma nunca feita antes. Elas trazem consigo uma lógica diferente do que o mercado tradicional está acostumado, com novas estruturas e missões que muitas instituições financeiras podem não estar prontas para encarar.

De acordo com Figurelli (2017), o sistema financeiro como se conhece hoje está com seu futuro comprometido. O autor acredita que, com auxílio do *blockchain* e da inteligência artificial, as operações associadas a qualquer tipo de transação financeira serão muito mais simples. Buckley e Webster (2016) também acreditam que o crescimento acelerado das

fintechs pode impactar uma possível ruptura de mercado, tornando os métodos tradicionais de transação obsoletos.

Os investimentos em fintechs têm crescido ano após ano (WHARTON, 2016), chamando a atenção de empreendedores e visionários que enxergam boas oportunidades de negócio. Ao fazer uma comparação entre os bancos tradicionais e as fintechs, Brear (2015) explica que as fintechs se diferenciam especialmente pela sua conveniência, estando sua tecnologia disruptiva apoiada nos seguintes aspectos:

- Funcionalidade
- Simplicidade
- Big Data
- Acessibilidade
- Agilidade
- Cloud Computing
- Contextualidade
- Personalização

Brummer e Golfine (2014), por sua vez, destacam seis características que as fintechs apresentam para se tornarem tecnologias disruptivas:

- *Inovação*: A natureza e ritmo da inovação e adaptação são fatores cruciais para tornar a fintech uma tecnologia disruptiva. A crescente velocidade da tecnologia, Internet e acesso a informações vem tornando as pessoas cada vez mais próximas e acostumadas a plataformas virtuais e modelos de negócios *online*. Ao mesmo tempo, a população vem ganhando mais confiança em realizar transações e operações via *mobiles* e aplicativos.
- *Desintermediação*: Diferente dos meios de transação atuais, as fintechs operam sem necessidade de um intermediário para validar a operação. O exemplo de empréstimos e financiamentos *peer-to-peer* faz com que pequenas empresas saiam dos oligopólios dos bancos na hora de recorrer a taxas de juros mais atrativas. Investidores também podem ter acesso a investimentos e projetos específicos das quais têm interesse em participar, destacando-se aqui o potencial do *crowdfunding*.

- *Convergência:* As plataformas de Internet e *mobile* não estão ancoradas a nenhum setor da indústria específico. Muitas dessas empresas se expandem de maneira horizontal (entrando em novos mercados), buscando clientes em todo o mundo. Isso faz com que o sistema regulatório enxergue a necessidade de mudança nas leis e obrigações exigidas.
- *Baixos Custos e Barreiras:* Com base no modelo enxuto de negócio, muitas empresas conseguem se lançar no mercado. A facilidade de acesso à informação, base de dados e comunicação serve como trampolim para essas novas empresas. Até alguns anos atrás, era necessário um grande investimento para penetrar no mercado financeiro, paradigma este quebrado nos dias de hoje.
- *Sem Fronteiras:* A Internet não vê barreiras nem fronteiras para as transações no mercado. Ela facilita que qualquer pessoa ou empresa possa engajar-se em um novo negócio e se comunicar com o restante do mundo. No entanto, Brummer e Golfine (2014) destacam a importância de um sistema regulatório que seja justo para com as empresas e seus respectivos países.
- *Democratização:* A democratização das finanças e das oportunidades de investimento é tida como um ponto de muita importância para empresas e pessoas que tem opções limitadas de serviços financeiros. As fintechs (e suas respectivas inovações) trazem consigo uma diminuição nos custos de transação, promovendo inclusão financeira global e aumentando as oportunidades para esse grupo.

Para Nenu e Hemalatha (2016) e Reed (2016), as organizações financeiras precisam acompanhar a evolução do mercado e se adaptar a novas tecnologias e tendências, buscando atender às necessidades de seus clientes de maneira eficiente e redefinindo seus modelos de negócio. No entanto, Reed (2016) enfatiza que a impressão é de que os bancos, em geral, ainda relutam por mudar. He et al. (2017) alegam que o mercado tradicional é repleto de imperfeições e que sua infraestrutura cara é refletida em custos altos para os consumidores. Além disso, para He et al. (2017), as fintechs têm o potencial para mudar significativamente o mercado financeiro, não sabendo porém, se ocorrerá uma evolução ou revolução – dependendo de como os bancos e instituições financeiras responderão a esse novo cenário.



### 3.1.5 Síntese do referencial sobre fintech

Percebe-se que a abordagem acerca do assunto fintech pode ser bem ampla. No Quadro 1, a seguir, é apresentada uma síntese das principais perspectivas abordadas nesta revisão bibliográfica, com as suas respectivas referências.

Quadro 1: Sumário dos assuntos sobre fintech

Síntese das principais ideias	Referências
As fintechs se apoiam na tecnologia e inovação para mudar a forma como as pessoas interagem no sistema financeiro, buscando desenvolver plataformas mais amigáveis e inclusão financeira. A facilidade e baixo custo ao acesso a informação sustenta esse novo modelo de negócio. Possui as seguintes características para se tornar tecnologia disruptiva: (1) inovação, (2) desintermediação, (3) convergência, (4) baixos custos e barreiras, (5) sem fronteiras, (6) democratização.	Brummer e Golfine (2014)
O objetivo das fintechs é atender o desejo dos clientes. Elas se aproveitam do desenvolvimento acelerado dos dispositivos móveis e da tecnologia da informação para sustentar seu modelo de negócio. As fintechs exploram a vulnerabilidade do sistema financeiro moderno, buscando oferecer serviços simplificados para clientes que estão insatisfeitos.	Dapp (2014)
As fintechs devem apoiar seu novo modelo de negócio no princípio LASIC ( <i>low margin, asset light, scalable, innovative, compliance easy</i> ).	Chun e Teo (2015)
As fintechs se diferenciam pela sua conveniência e sua tecnologia disruptiva se apoiando em (1) funcionalidade, (2) simplicidade, (3) big data, (4) acessibilidade, (5) agilidade, (6) cloud computing, (7) contextualidade, (8) personalização	Brear (2015)
As fintechs representam o casamento entre serviços financeiros e a tecnologia da informação. São empresas que têm a habilidade de gerar soluções financeiras e atuam em segmentos específicos, com o potencial de operar em países emergentes e precários nesses serviços.	Arner, Barberis e Buckley (2015)
Qualquer inovação dentro do setor financeiro que, utilizando tecnologia, é capaz de tornar os serviços mais rápidos e eficientes. As organizações financeiras tradicionais precisam acompanhá-las e se adaptar.	Neenu e Hemalatha (2016)
Surtem com o propósito de melhorar a experiência do usuário, entregando os mesmo serviços oferecidos pelos bancos e fazendo junção entre tecnologia e modelos de negócios inovadores. Por meio de um canal “amigável” <i>online</i> , o foco de muitas fintechs é satisfazer às necessidades e desejos financeiros dos clientes. Acredita-se que o crescimento acelerado das fintechs pode tornar os métodos tradicionais obsoletos e provocar uma possível ruptura de mercado.	Buckley e Webster (2016)
Baseadas em um modelo de negócio de baixo custo, atuam em segmentos específicos, procurando resolver problemas concretos de consumidores específicos. Isso faz com que as fintechs tenham um desenho mais adequado para atender tais necessidades. As fintechs não querem desafiar os bancos, mas sim cobrir uma carência do mercado.	Infowester (2016)
O objetivo das fintechs é facilitar o uso dos serviços financeiros para o usuário. Clientes desse segmento querem soluções descomplicadas e processos desburocratizados. As organizações financeiras precisam acompanhar e se adaptar.	Reed (2016)

O objetivo principal das fintechs é fomentar a inclusão financeira e social, buscando serviços que visam atingir a base da pirâmide econômica e gerar um impacto socioeconômico positivo em mercados emergentes. Os autores acreditam que as fintechs devem ser utilizadas para educar e conscientizar a população desbancarizada, oferecendo novas oportunidades de inclusão social.	Chishti e Barberis (2016)
As fintechs trazem a oportunidade de acesso aos serviços financeiros para a população desbancarizada, especialmente em nações que possuem fraca infraestrutura. Os celulares são essenciais para acesso ubíquo desses serviços, oferecendo um novo canal de entrega a taxas mais acessíveis.	Strategy (2016)
As fintechs representam uma indústria composta por empresas que utilizam a tecnologia para fazer o sistema financeiro mais eficiente.	Wharton (2016)
As fintechs vão mudar a estrutura do sistema financeiro tradicional, e as empresas que não acompanharem tal evolução estarão com seu futuro comprometido. O <i>blockchain</i> e inteligência artificial (A.I.) vão mudar as operações formais.	Figurelli (2017)
São empresas que oferecem o mesmo que os bancos e seguradoras, porém de maneira simplificada. A inovação financeira das fintechs busca entender o consumidor, para se diferenciar dos serviços tradicionais. Assim, o foco dessas empresas deve estar não somente nos consumidores já existentes, mas também na inclusão financeira, focando em desenvolvimento sustentável, desenvolvimento humano e fortalecimento econômico. As fintechs têm gerado uma nova proposição de valor, o que pressiona os bancos de maneira sem precedente.	Salampasis e Mention (2017)
O mercado financeiro tradicional é repleto de imperfeições e altos custos de transação, consolidando uma infraestrutura que deixa os custos caros para o consumidor. As fintechs apresentam potencial para mudar o setor, mas ainda não se sabe se de forma evolucionária ou revolucionária (tudo depende da resposta dos bancos e instituições).	He et al. (2017)

Por mais que alguns autores tenham uma ideia muito específica a respeito do tema, percebe-se que os assuntos mais discutidos reforçam as quatro dimensões que foram separados anteriormente: novo modelo de negócio, experiência do usuário, inclusão financeira e tecnologia disruptiva. O Quadro 2 apresenta um *link* entre as palavras chaves associadas a cada autor estudado na revisão bibliográfica e a qual dimensão elas se associam.

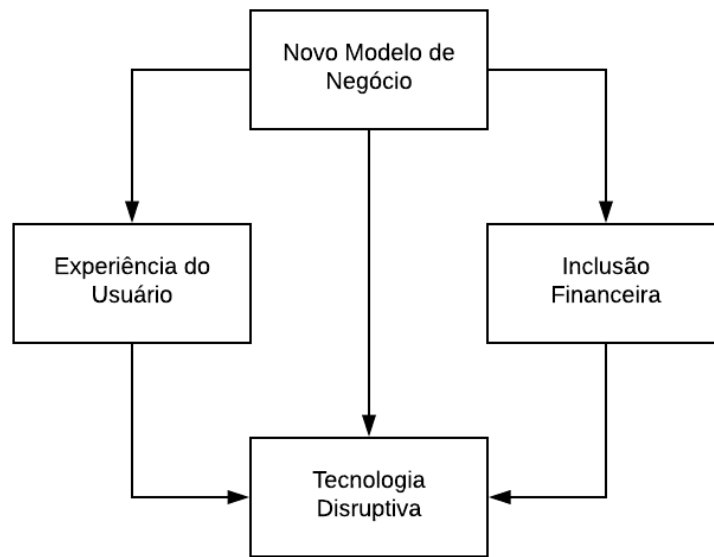
Quadro 2: Palavras-chave dos principais autores

<b>Autores</b>	<b>Palavras-chave</b>	<b>Dimensão</b>
Brummer e Golfine (2014)	Tecnologia e inovação	Novo Modelo de Negócio
	Baixo custo de modelo	
	Plataformas amigáveis	Experiência do Usuário
	Tecnologia disruptiva	Tecnologia Disruptiva
Dapp (2014)	Desejo dos clientes	Experiência do Usuário
	Serviços simplificados	
	Tecnologia da informação	Novo Modelo de Negócio
	Vulnerabilidade de mercado	Tecnologia Disruptiva
Chun e Teo (2015)	Princípio LASIC	Novo Modelo de Negócio
Brear (2015)	Convergência	
	Tecnologia disruptiva	Tecnologia Disruptiva
Arner, Barberis e Buckley (2015)	Finanças e tecnologia	Novo Modelo de Negócio
	Soluções financeiras	Experiência do Usuário
	Países emergentes	Inclusão Financeira

Neenu e Hemalatha (2016)	Inovação financeira	Novo Modelo de Negócio
	Melhores serviços	Experiência do Usuário
	Tendência de mercado	Tecnologia Disruptiva
Buckley e Webster (2016)	Melhorar a experiência do usuário	Experiência do Usuário
	Canal amigável	
	Satisfazer necessidades	
	Modelo de negócios inovadores	Novo Modelo de Negócio
	Ruptura de mercado	Tecnologia Disruptiva
Infowester (2016)	Baixo custo	Novo Modelo de Negócio
	Resolver problemas	Experiência do Usuário
	Atender necessidades	
Reed (2016)	Simplicidade	Experiência do Usuário
	Soluções descomplicadas	
	Tendência de mercado	Tecnologia Disruptiva
Chishti e Barberis (2016)	Inclusão social	Inclusão Financeira
	Impacto socioeconômico	
	Mercados emergentes	
	Tecnologia	Novo Modelo de Negócio
Strategy (2016)	Oportunidade aos desbancarizados	Inclusão Financeira
	Acesso ubíquo	
	Celulares	Novo Modelo de Negócio
Wharton (2016)	Tecnologia	Novo Modelo de Negócio
	Eficiência	
Figurelli (2017)	Mudança de estrutura	Tecnologia Disruptiva
	Tendência de mercado	
	Blockchain e A.I.	Novo Modelo de Negócio
Salampasis e Mention (2017)	Simplicidade	Experiência do Usuário
	Entender o consumidor	
	Inovação financeira	Novo Modelo de Negócio
	Inclusão Social	Inclusão Financeira
	Desenvolvimento sustentável	
	Desenvolvimento humano	
	Fortalecimento econômico	
	Nova proposição de valor	Tecnologia Disruptiva
	Pressão nos bancos	
He et al. (2017)	Imperfeições do mercado	Tecnologia Disruptiva
	Potencial de mudança	

Assim, o termo fintech é subdividido em quatro dimensões, consideradas neste trabalho com maior relevância na literatura atual. Conforme Figura 2, é possível fazer um elo entre essas dimensões. O novo modelo de negócio associado às fintechs – com sua respectiva proposição de valor – propicia melhoria na experiência do usuário e tem potencial para inclusão financeira da população desbancarizada. A junção dessas dimensões, por sua vez, tem o potencial de tornar as fintechs uma tecnologia de ruptura para o setor financeiro.

Figura 2: Os componentes das fintechs



FONTE: AUTOR

Assim, baseando-se na literatura levantada, a seguinte definição é aqui estipulada: Fintech é todo o tipo de empresa atuante no setor financeiro que, ao fazer bom uso do avanço tecnológico, consegue maior eficiência em suas operações, potencializando seu valor de mercado, incrementando o valor percebido pelo usuário, fomentando a inclusão financeira e tendo potencial para desencadear uma reestruturação total ou parcial do mercado financeiro tradicional.

### 3.2 A teoria da representação social (TRS)

A Teoria da Representação Social (TRS) foi introduzida na França por Serge Moscovici, na década de 1950. Sua gênese está na publicação de 1961 *La Psychanalyse, son image, son public*, (MOSCOVICI, 2015), bastante revisada em 1976. Com base em vastas publicações, a TRS tornou-se uma das abordagens predominantes na Psicologia Social (VERGARA; FERREIRA, 2007), para o entendimento de como o senso comum se forma em diferentes grupos humanos (JOIA, 2017).

Para Machado e Aniceto (2010, p. 352), Moscovici queria entender “como são compartilhados os conhecimentos e de que modo um conhecimento científico se transforma em um saber prático, numa teoria do senso comum”. Para esses autores, as falas e ações dos

indivíduos são cruciais ao tentar explicar o mundo e os fenômenos sociais, onde a participação ativa das pessoas é essencial para a representação social. Ao debater sobre a psicologia social e como o senso comum pode ser formado pela interação entre as pessoas, Blumer (1969, p. 2-5, *apud* GOLDSCHMIDT) enfatiza três aspectos que devem ser levados em consideração.

1) os seres humanos agem em relação às coisas, tendo como base o significado que elas, as coisas, têm para eles, as pessoas. Dito de outra forma, as ações individuais podem até ser influenciadas pelas interações nas quais estamos envolvidos, mas elas são, também, resultado de nossa própria definição e interpretação da realidade; 2) o significado das “coisas” resulta da interação social entre os seres humanos. A construção e a interpretação simbólica da realidade se dão por meio das interações entre os indivíduos, em contraposição a uma imagem do ser humano como um ser passivo e determinado; 3) os significados não são aceitos e aplicados automaticamente, mas estão sujeitos a um processo de interpretação, no qual são aplicados ou alterados como meios para a orientar ou construir a ação dos atores no processo de interação social.

Vergara e Ferreira (2005) explicam que as teorias psicanalíticas então existentes estabeleciam distinção entre os fenômenos individuais e coletivos, já as representações sociais contribuem com uma nova forma de entender o todo, buscando relacionar os indivíduos com a sociedade, para a construção de significados. Para Vergara e Ferreira (2005), as representações sociais são construções simbólicas da sociedade, por meio das quais indivíduos buscam dar significado ao mundo que os cerca. Farr (2002) afirma que as representações sociais levam em consideração a percepção que cada indivíduo tem a respeito de determinado fenômeno social, o que torna possível compreender como uma identidade social é formada.

Arruda (2002) denota que a TRS utiliza o universo consensual para gerar conhecimento sobre determinado assunto. Para Moscovici (2015), a representação precisa ser estipulada através de relações interpessoais entre indivíduos que compartilham o mesmo contexto histórico e social. Bortolai, Aguilar e Rezende (2016) contribuem com a relevância do universo em que o indivíduo está inserido:

A realidade a que este autor se refere é aquela presente no dia a dia das pessoas que fazem parte de um mesmo grupo social e que partilham ideias e experiências sobre a ciência e o conhecimento acessível ao senso comum. A essas formas de representação Moscovici chama de representação social, que se constituem através das relações que identificam o sujeito como um ser que acumula conhecimentos e experiências do que viveu, criando representações do real e interiorizando os costumes da sociedade, passados através das gerações e compartilhados pelos grupos sociais. (BORTOLAI, AGUILAR E REZENDE, 2016, p. 2-3)

Apesar das representações sociais terem sido criadas para estudos do ser humano e da sua relação com a sociedade, Jodelet (2001) defende que essa teoria também pode ser aplicada na relação de um sujeito com um determinado objeto, o que, neste trabalho, se trata do fenômeno das fintechs. No entanto, é necessário levar em consideração a proximidade e a inter-relação entre o sujeito e o objetivo a ser estudado, conforme exposto por Crusoé (2004, p. 106):

A representação social da psicanálise preocupa-se fundamentalmente com a inter-relação entre sujeito e objeto e como se dá o processo de construção do conhecimento, ao mesmo tempo individual e coletivo na construção das Representações Sociais, um conhecimento de senso comum.

Em outras palavras, é importante que a realidade em que o sujeito esteja inserido, tenha alguma relação com o objeto a ser investigado.

De acordo com Joia (2017), a definição clara de um constructo é fundamental para qualquer pesquisa científica, e, dentro do campo da administração, diversos estudos têm utilizado essa metodologia para refinar a definição de determinado conceito. O Quadro 3 mostra exemplos de trabalhos que já foram feitos utilizando a TRS.

Quadro 3: Exemplos de trabalhos com TRS

ARTIGO	CONSTRUCTO PESQUISADO
<b>Correa e Joia (2014)</b>	Competências Essenciais ao CIO
<b>Marchisotti (2014)</b>	<i>Cloud Computing</i>
<b>Teodoro, Przybilovicz e Cunha (2014)</b>	Governança de TI
<b>Salvador (2015)</b>	Governança de TI
<b>Gomes (2016)</b>	Gestão de Portfólio em Projetos
<b>Melon (2016)</b>	Sucesso em Projetos

Fonte: Adaptado de Joia (2017, p.6)

### 3.2.1 Teoria do núcleo central (TCN)

A teoria desenvolvida por Moscovici (1961) serviu de base para que muitos outros estudos complementares surgissem, o que, de acordo com Vergara e Ferreira (2007), tornou o estudo das representações sociais complexo e multifacetado.

Em 1976, Jean-Claude Abric complementou a TRS com a teoria do núcleo central (TCN), defendendo-a como elemento essencial da representação social (MAZZOTTI, 2002). Para Bortolai, Aguilar e Rezende (2016), a TNC é uma forma de organizar a estrutura interna das representações sociais, buscando encontrar quais elementos fazem parte do senso comum. De acordo com Sá (2002), é possível hierarquizar o ordenamento dos elementos internos de uma representação social, uma vez que estes não necessariamente possuem a mesma importância (ABRIC, 1996).

As propriedades que sustentam o NC, conforme explicado por Sá (1996) podem ser distinguidas em cunho qualitativo e quantitativo. De acordo com o autor, a primeira diz respeito ao **valor simbólico** e **poder associativo** dos elementos do NC em relação ao objeto de estudo e demais elementos da representação. Já a última se refere à **relevância** dos rótulos centrais no discurso e a **conexidade** entre os demais elementos que compõe a representação (SÁ, 1996).

De acordo com Sá (2002), a verdadeira representação social se organiza em torno do núcleo central, o que, conforme Mazzotti (2002) determina seu significado e sua organização interna. Assim, entende-se o núcleo central como a parte rígida da representação social (SÁ, 2002), onde existe consenso sobre o significado, sendo esse núcleo, portanto, quase imutável.

Franco (2004) corrobora a importância da definição do núcleo central, alegando que a tarefa fundamental da investigação das representações sociais é gerar e explicitar o núcleo central. Para Mazotti (1997), o núcleo central é a base sólida e rígida da representação social – uma estabilidade não negociável que garantirá a existência da representação social. Machado e Aniceto (2010) relacionam o núcleo central à memória coletiva, o que dá significação, consistência e permanência à representação social.

Percebe-se então que o núcleo central é a base consensual a respeito de determinado tema, onde não há dúvidas quanto ao significado. Vergara e Ferreira (2007) explicam que qualquer alteração no núcleo central, gera uma nova identidade para a representação social, uma vez que novos significados lhe são atribuídos.

Por outro lado, existem na representação social elementos que não são consensuais, gerando divergência entre pessoas de determinado grupo e dúvidas quanto a seu significado (VERGARA; FERREIRA, 2005). Mazzotti (1997, p. 90) explica que “uma representação social não é, necessariamente, consensual, uma vez que apresenta divergências e negociações em torno dela com vistas a manter seu núcleo central”. Para tanto, deve-se considerar a existência de um sistema periférico, o qual, de acordo com Abric *apud* Sá (2002), é constituído pelos elementos de menor importância da representação social.

Diferentemente do núcleo central, que possui característica sólida, consensual e homogênea (VERGARA; FERREIRA, 2005), o sistema periférico é caracterizado por permitir a integração das experiências e histórias individuais, suportar a heterogeneidade do grupo e evoluir e ser sensível ao contexto imediato (SÁ, 1996). Almeida, Santos e Trindade (2014) contribuem para um melhor entendimento:

Os elementos periféricos, assim, terminam sendo aqueles que dão a cara multifacética da representação, escapando à constância e homogeneidade do núcleo central por carregarem os aspectos mais individuais e mais contingentes, situacionais, da representação. (ALMEIDA, SANTOS e TRINDADE, 2014, p. 449).

Para Vergara e Ferreira (2005), o sistema periférico é uma parte distinta da representação social, composta por elementos posicionados em volta do núcleo central, onde o indivíduo estaria disposto a rever e negociar seus conceitos, percepções e valores.

No Quadro 4, conforme apresentado por Mazzotti (2002), é possível resumir as principais ideias desenvolvidas a respeito do núcleo central e sistema periférico.

Quadro 4: Características do núcleo central e do sistema periférico

<b>Núcleo Central</b>	<b>Sistema Periférico</b>
Ligado à memória coletiva e à história do grupo	Permite a integração das experiências e das histórias individuais
Consensual: define a homogeneidade do grupo	Suporta a heterogeneidade do grupo
Estável, coerente e rígido	Flexível, suporta contradições
Resiste à mudança	Se transforma
Pouco sensível ao contexto imediato	Sensível ao contexto imediato
Gera a significação da representação e determina sua organização	Permite a adaptação à realidade concreta e a diferenciação de conteúdo; protege o sistema central

Fonte: Adaptado de Mazzotti (2002, p.23)

Dessa forma, é possível alegar que toda representação social se organiza em torno do núcleo central e sistema periférico (MACHADO; ANICETO, 2010). Baseando-se nesse ponto, o presente trabalho buscará compreender qual o entendimento mútuo a respeito das fintechs na visão dos profissionais do mercado financeiro brasileiro, definindo seu núcleo central e seu sistema periférico.



#### 4 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

Joia (2017) defende que a clareza de um constructo é de suma importância para a validade e confiabilidade dos resultados de qualquer pesquisa, especialmente na área de administração da informação, onde os avanços tecnológicos são constantes e novos constructos surgem sistematicamente. Dessa forma, a representação social (RS) auxilia a identificar diferentes visões e interpretações de novos contextos e fenômenos sociais de uma realidade que esteja mudando (NASCIMENTO-SCHULZE; CARMARGO, 2000).

Vergara e Ferreira (2007) argumentam que a Teoria das Representações Sociais pode ser aplicada para um melhor entendimento de fenômenos sociais, como é o caso das fintechs. Dessa forma, ao alegar que a RS é uma forma de enfrentamento simbólico, Wagner (1998) (*apud* Nascimento-Schulze e Camargo, 2000) denota sobre a busca em domesticar fatos brutos da realidade para dominar algo que seja desconhecido ou não familiar. Tal percepção é corroborada por Franco (2004, p. 170):

Sabemos que as representações sociais são elementos simbólicos que os homens expressam mediante o uso de palavras e de gestos. No caso do uso de palavras, utilizando-se da linguagem oral ou escrita, os homens explicitam o que pensam, como percebem esta ou aquela situação, que opinião formulam acerca de determinado fato ou objeto, que expectativas desenvolvem a respeito disto ou daquilo... e assim por diante. Essas mensagens, mediadas pela linguagem, são construídas socialmente e estão, necessariamente, ancoradas no âmbito da situação real e concreta dos indivíduos que as emitem.

Assumindo que as representações sociais estão vinculadas aos grupos sociais em que as pessoas estão inseridas, Franco (2004) também explica a importância de conhecer as condições de contexto onde cada indivíduo está inserido. Logo, buscar profissionais que trabalhem dentro do mercado financeiro se torna crucial para garantir a confiabilidade da amostragem desta pesquisa.

De acordo com Nascimento-Schulze e Camargo (2000, p. 288), trabalhar com uma “metodologia diversificada pode contribuir para cercar a complexidade do fenômeno estudado”. Dessa forma, nesta dissertação utilizou-se a metodologia baseada em princípios quali-quantitativos (GOMES; ARAÚJO, 2005), fazendo com que a coleta de dados ocorresse via teste de evocação de palavras (ABRIC, 1998) e questionário misto (VERGARA, 2012), enquanto o tratamento de dados ocorreu pela técnica do quadro de quatro casas proposta por

Vergès (VERGÈS, 2003), análise de similitude (FLAMONT, 1985) e análise de conteúdo (VERGARA, 2005).

O uso de abordagens metodológicas mistas – qualitativa e quantitativa – evoluiu muito nos últimos anos, tendo se mostrado mais como complementar do que contraditória (YIN, 2010). Baseado no objeto de estudo e pergunta a ser respondida, a utilização de uma abordagem híbrida pode ser desejável para conferir validade e confiabilidade da pesquisa, salientam Mozzato e Grzybovski (2011).

Adotou-se para fins desta pesquisa, um questionário eletrônico hospedado na plataforma da FGV (APÊNDICE A), sendo este dividido em duas partes: o teste principal de evocação de palavras e questionário misto complementar. O *link* com questionário eletrônico foi submetido a uma população com características previamente definidas (trabalhar no mercado financeiro). A primeira seção do questionário contém o teste de evocação de palavras, tendo sido solicitado aos respondentes que escrevessem as cinco primeiras palavras e/ou expressões que lhe viessem à mente ao ver a palavra indutora “fintech”. A segunda parte do questionário foi composta por questões mistas, buscando assim melhor compreensão acerca das palavras evocadas. Dessa forma, considera-se que este trabalho se baseia no que Flick (2009) caracteriza como amostragem formal com um desenho de pesquisa rígido.

#### **4.1 Coleta de dados**

De acordo com Nascimento-Schulze e Camargo (2000), a coleta de dados para pesquisas de RS pode ser realizada de duas formas, falado ou por escrito. Os autores explicam que enquanto o primeiro se refere “ao ato da fala, que responde a uma situação dada [o segundo se refere ao] material produzido originalmente na forma escrita” (NASCIMENTO-SCHULZE; CAMARGO, 2000, p.293).

Conforme já mencionado, a coleta de dados desta dissertação ocorreu via questionário eletrônico suportado pela plataforma *online* da FGV. De acordo com Vergara (2012) o uso de questionários eletrônicos é útil quando se busca trabalhar com um grande número de respondentes, e, especialmente, quando se pretende utilizar softwares na análise dos dados, facilitando a importação dos mesmos.

A evocação livre de palavras é um método associativo (ABRIC, 1996), baseando-se na obtenção das primeiras palavras que vêm à mente de um indivíduo após ser apresentado um

termo indutor (VERGARA, 2005). Para Sá (2002), a hierarquização da ordem que as palavras são evocadas está relacionada com a importância delas para o sujeito. De acordo com Machado e Aniceto (2010, p. 353), indica-se o uso dessa técnica quando se busca determinar o universo semântico de um objeto:

A técnica de associação livre de palavras é um tipo de investigação aberta que se estrutura a partir da evocação de respostas dadas com base em um estímulo indutor, o que permite colocar, em evidência, universos semânticos relacionados a determinado objeto.

Contemplou-se, assim, a primeira parte do questionário, onde foi solicitado aos respondentes que preenchessem as cinco primeiras palavras que lhes vêm à mente ao se depararem com o termo *fintech* (JOIA, 2017).

Em seguida, questões mistas fizeram parte do questionário complementar, com intuito de conduzir uma análise de conteúdo para melhor compreensão e entendimento do núcleo central, bem como para compreensão dos dados estatísticos da amostra (JOIA, 2017).

Conforme orientação de Nascimento-Schulze e Camargo (2000, p. 293), deve-se tomar cuidado na aplicação de questionários para pesquisas de representação social, uma vez que “as instruções fornecidas aos participantes da pesquisa deve ser o ponto de partida para a compreensão do sentido das suas respostas”.

Para alcançar uma amostra desejada, este trabalho utilizou o método *snowball sampling* (bola de neve), apresentado por Goodman (1961), onde cada indivíduo que recebeu o questionário foi solicitado a encaminhá-lo para pessoas que fizessem parte de seu círculo e que atuassem dentro do contexto de estudo deste trabalho (mercado financeiro). Apesar deste método ser aparentemente efetivo, Correio et al. (2016) colocam como limitação a possibilidade de os respondentes possuírem características demográficas semelhantes, deixando a amostra pouco diversificada.

Para que possa eliminar as fragilidades da técnica de bola de neve anteriormente mencionada, utilizou-se, paralelamente, recursos disponíveis na Internet para alcançar indivíduos que estivessem inseridos no contexto onde as *fintechs* atuam, de forma a contribuir para uma amostragem válida (FRANCO, 2004). Assim, a ferramenta “publicidade” do *LinkedIn* foi utilizada para que o questionário fosse submetido apenas para profissionais que atuassem em bancos e demais instituições de serviços financeiros.

A análise de dados seguiu a orientação proposta por Nascimento-Schulze e Camargo (2000), sendo subdivida em duas fases, consideradas como complementares e explicadas na

seção seguinte. Na primeira fase, foi feito o tratamento das palavras evocadas, a fim de medir sua relevância e conexidade. Posteriormente, analisou-se o conteúdo dos discursos abertos, buscando-se em seu corpus qualquer complemento à representação que pudesse ter ficado fora da análise inicial.

## **4.2 Análise de dados**

De acordo com Nascimento-Schulze e Camargo (2000), a análise da RS sob a perspectiva estrutural se inicia por meio dos dados recolhidos pela técnica de evocação e associação de palavras, sendo complementada pelas respostas abertas coletadas.

De acordo com os autores, a análise de evocação é uma espécie de análise lexicográfica, onde cada palavra corresponde a um elemento da RS. Os principais elementos encontrados indicam a existência do Núcleo Central e são confirmados mediante sua relevância e conexidade (NASCIMENTO-SCHULZE; CAMARGO, 2000). De acordo com Bortolai, Aguilar e Rezende (2016), em seu estudo sobre a representação social de ciência entre alunos do ensino médio, a relevância corresponde à frequência e importância dos elementos e pode ser representada pelo Quadro de Vergès, enquanto a conexidade mede a quantidade de ligações ocorridas em dois termos evocados, podendo ser representada pela Árvore Máxima de Similitude.

Para que seja possível tratar as palavras que foram evocadas e identificar o Núcleo Central e o Sistema Periférico, foi utilizada a técnica do quadro de quatro casas proposta por Pierre Vergès. O objetivo dessa técnica, segundo Abric (2003), é cruzar a frequência média das palavras evocadas, de natureza quantitativa, com a ordem média de evocação das mesmas, de natureza qualitativa. Para Vergès (2003), cruzar a frequência com a ordem de evocação permite analisar a representação social de determinado objeto social.

Encontrar a frequência média de evocação (FME) e a ordem média de evocação (OME), se tornam, então, peças-chaves para desenvolver o quadro de quatro casas (VERGARA; FERRERAI, 2005). O Quadro 5, apresentado por Marchisotti (2014), ilustra o quadro de quatro casas.

Quadro 5: Sumário descritivo das quatro casas de Vergès

<p><b>NÚCLEO CENTRAL</b></p> <p>Evocações com frequência de evocação maior do que a FME e com ordem de evocação inferior à OME.</p>	<p><b>PRIMEIRA PERIFERIA</b></p> <p>Evocações com frequência de evocação maior do que a FME e com ordem de evocação superior à OME.</p>
<p><b>ZONA DE CONTRASTE</b></p> <p>Evocações com frequência de evocação menor do que a FME e com ordem de evocação inferior à OME.</p>	<p><b>SISTEMA PERIFÉRICO</b></p> <p>Evocações com frequência de evocação menor do que a FME e com ordem de evocação superior à OME.</p>

Fonte: Adaptado de Marchisotti (2014, p.48)

De acordo com Vergès (2003), Abric (2003) e Machado e Aniceto (2010):

- O quadrante superior esquerdo é constituído pelos elementos mais importantes, citados com frequência maior do que a FME e com ordem de evocação menor que a OME. Aqui se constituirá o **núcleo central**, com a função de gerar o significado da representação social das fintechs.
- O quadrante inferior direito é constituído pelos elementos de menor importância, possuindo assim uma frequência de evocação menor que a FME e ordem de evocação maior que a OME. Constituirá o **sistema periférico**, concentrando-se os elementos sem significância para a representação, estando muito distantes do núcleo central.
- O quadrante superior direito é constituído pelos elementos que são muito citados, mas de pouca relevância, ou seja, possuem a frequência de evocação maior que a FME, porém com a ordem de evocação maior que a OME. Constituirá a **primeira periferia**, próxima ao núcleo central.
- O quadrante inferior esquerdo é constituído pelos elementos que são pouco citados, mas com alta relevância. Possuem a frequência de evocação menor que a FME e ordem de evocação menor que a OME. Constituirá a **zona de contraste**, também próxima ao núcleo central.

O software EVOC, desenvolvido por Pierre Vergès (2003), se tornou uma ferramenta fundamental para construção do quadro de quatro casas, uma vez que processa o provável

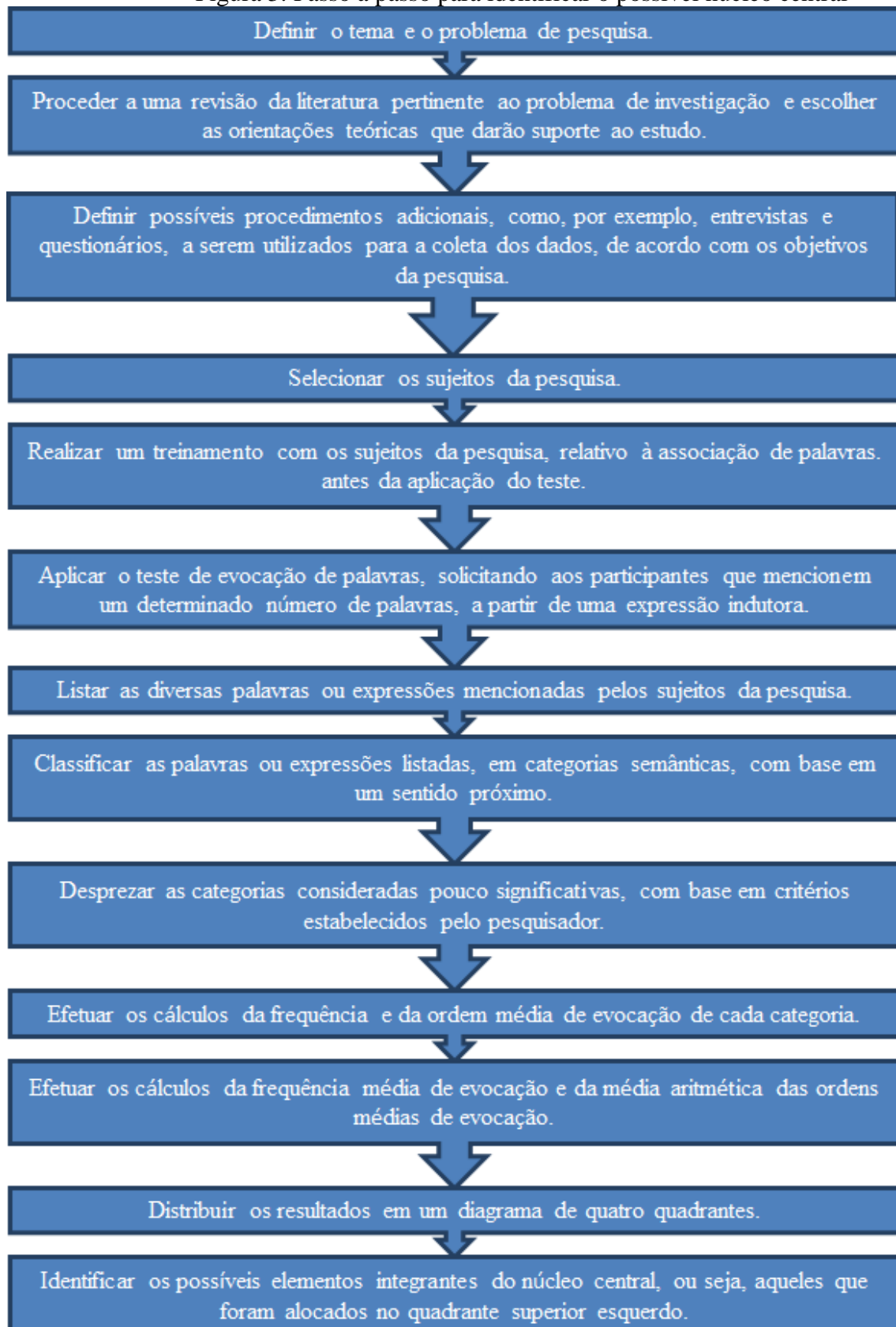
núcleo central e sistema periférico referentes à representação social das fintechs. Para tanto, Marchisotti (2014) sugere seguir as seguintes etapas: (1) organizar as palavras evocadas; (2) calcular a frequência das palavras por meio do software EVOC e (3) calcular a ordem média das palavras também pelo software EVOC. Ainda no primeiro passo, conforme recomendação de Joia (2017) e Vergara (2005), as palavras serão agrupadas por grupos semânticos (evitando-se que palavras com o mesmo significado sejam consideradas distintas).

Machado e Aniceto (2010) explicam que o software EVOC auxilia na construção do quadro de quatro casas, uma vez que o *software* permite realizar cálculos estatísticos e construir matrizes de coocorrências. Para Machado e Aniceto (2010), das 16 funções oferecidas pela EVOC, se fazem necessárias apenas cinco para elaborar o quadro de quatro casas:

- 1) *Lexique*: função de isolar as unidades lexicais do arquivo utilizado.
- 2) *Trievoc*: triagem das evocações, organizadas por ordem alfabética.
- 3) *Nettoie*: limpeza do arquivo e eliminação de possíveis erros de digitação.
- 4) *Rangmot*: listagem de todas as palavras evocadas, quantificando a frequência total de cada palavra, a média ponderada da ordem de evocação, e a frequência total e média geral das ordens de evocação.
- 5) *Rangfrq (tabrgfrq)*: organização, em um quadro de quatro casas, dos elementos que compõem o núcleo central e o sistema periférico da representação.

Como auxílio metodológico, utiliza-se aqui um passo a passo sequencial proposto por Vergara (2005), conforme exposto na Figura 3, facilitando o caminho para chegar ao quadrante de Vergès e para a identificação dos possíveis elementos que compõe o núcleo central das fintechs.

Figura 3: Passo a passo para identificar o possível núcleo central



Fonte: Adaptado de Vergara (2005, p. 236-237)

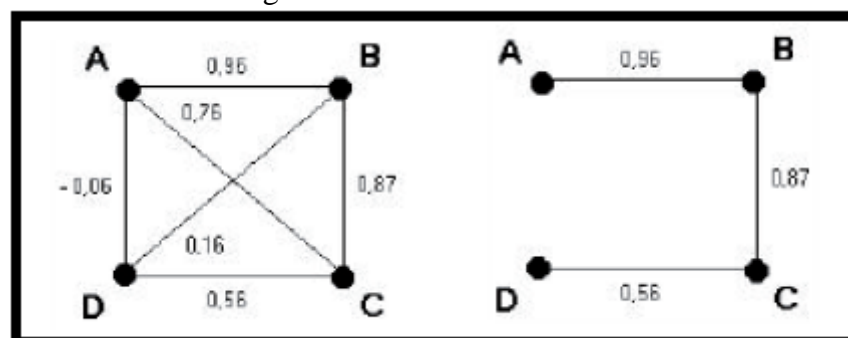
Encontrado o núcleo central com base na relevância (frequência e importância) das palavras evocadas, e a fim de eliminar possíveis fragilidades da principal técnica utilizada neste trabalho, bem como reforçar uma estrutura mais fina da representação, Pereira (1997) recomenda que uma análise de semelhança seja feita. Esta segunda técnica, também conhecida como análise de similitude (FLAMENT, 1985), torna possível averiguar o grau de conexão entre os elementos evocados, ou seja, a coocorrência entre palavras que foram evocadas por cada respondente da amostra.

Convém retomar as quatro propriedades que constituem o núcleo central, conforme explicado por Sá (1996). O valor simbólico e a relevância foram definidos via técnica do quadro de quatro casas. Já o poder associativo e a conexão são construídos pela análise de similitude.

Dessa forma, a análise de similitude pode ser considerada como um complemento à técnica usada anteriormente, buscando organizar a estrutura e os elementos da representação social (MAZZOTTI, 2007).

De acordo com Marchand e Ratinaud (2012), a análise de similitude se baseia na teoria dos grafos, sendo convencionalmente utilizada para descrever representações sociais. Por meio de Árvores Máximas – que representam o número ou percentual de ligações entre dois itens –, obtém-se a relação entre os elementos de um conjunto. Pereira (1997) explica que a espessura das arestas que ligam os elementos representa o nível de conexão entre os elementos, ou seja, quanto maior, mais intensa a conexão. Dessa forma, conforme a Figura 4, os nós mais fracos que ligam os nós ABCD à esquerda devem ser descartados, fazendo com que apenas os nós mais significativos permaneçam, como é apresentado no lado direito da figura.

Figura 4: Nós de árvore máxima



Fonte: Marchand e Ratinaud (2012, p.688)



Marchand e Ratinaud (2012) argumentam que a análise de similitude de uma matriz textual pode ser conduzida por meio do software IRAMUTEQ, desenvolvido por Pierre Ratinaud, tornando possível construir a árvore máxima, e sintetizar, de forma gráfica, o conjunto de conexões existentes entre tais elementos (PECORA; SÁ, 2008). Busca-se, assim, compreender a associação entre os elementos que compõe a representação social das fintechs, confirmando-se o núcleo central e o sistema periférico gerados pelo EVOC (GRAS; ALMOULOU, 2002).

Conforme exposto por Mozzato e Grzybovski (2011), é importante destacar que o uso adequado de *softwares*, tanto para pesquisas de cunho quantitativo quanto qualitativo, pode potencializar a validação dos dados trabalhados.

Por fim, foi feita uma análise complementar de dados em cima das respostas abertas referente à seguinte pergunta do questionário complementar “*O que você entende sobre fintechs?*” Algumas respostas não puderam ser aproveitadas e precisaram ser descartadas, pois não continham informações relevantes para o objetivo deste estudo.

Essa última etapa teve como objetivo enriquecer o conhecimento a respeito do fenômeno a ser estudado (VERGARA, 2005). Dessa forma, a análise de dados ocorreu por meio de técnicas de análise de léxico e de conteúdo, feita de formas sequenciais, com o objetivo de categorizar os dados da pesquisa (FREITAS e JANISSEK, 2000).

Freitas e Janissek (2000) definem a análise léxica como uma análise de todas as palavras encontradas na pesquisa, enquanto a análise de conteúdo passa por aprofundar cada uma das respostas, codificando-as, para obter uma ideia sobre o todo.

Por se tratar de um estudo sobre Representação Social, recomenda-se que a análise lexicográfica seja elaborada pelo método de classificação hierárquica descendente (CHD), considerada como complementar às duas outras técnicas anteriormente utilizadas na associação livre de palavras (NASCIMENTO-SZCHULZE; CAMARGO, 2000). Apesar de esse método ter sido desenvolvido inicialmente para ser operacionalizado junto ao *software* ALCESTE (REINERT, 1990), o IRAMUTEQ possui os algoritmos e configurações necessárias para realizar a mesma análise – e ir ainda mais além (CAMARGO; JUSTO, 2013). Por se tratar de um *software open source*, utilizou-se o IRAMUTEQ nesta dissertação.

Como o propósito da CHD é classificar e organizar, de acordo com suas respectivas semelhanças, os segmentos de textos que compõem o *corpus*, torna-se possível indicar possíveis representações sociais (CAMARGO, 2005). Dessa forma, após agrupar e categorizar segmentos de textos em diferentes classes, aplicou-se a análise de conteúdo, enfatizando o papel ativo do pesquisador na interpretação dos dados e enriquecendo a análise.

Observa-se ainda que a análise de conteúdo tem se mostrado importante e de crescente utilização e legitimação em estudos no campo de administração, ou, conforme apontado por Mozzato e Grzybovski (2011, p. 745), como uma “técnica de análise de dados rica, importante e com grande potencial para o desenvolvimento teórico no campo da administração”.

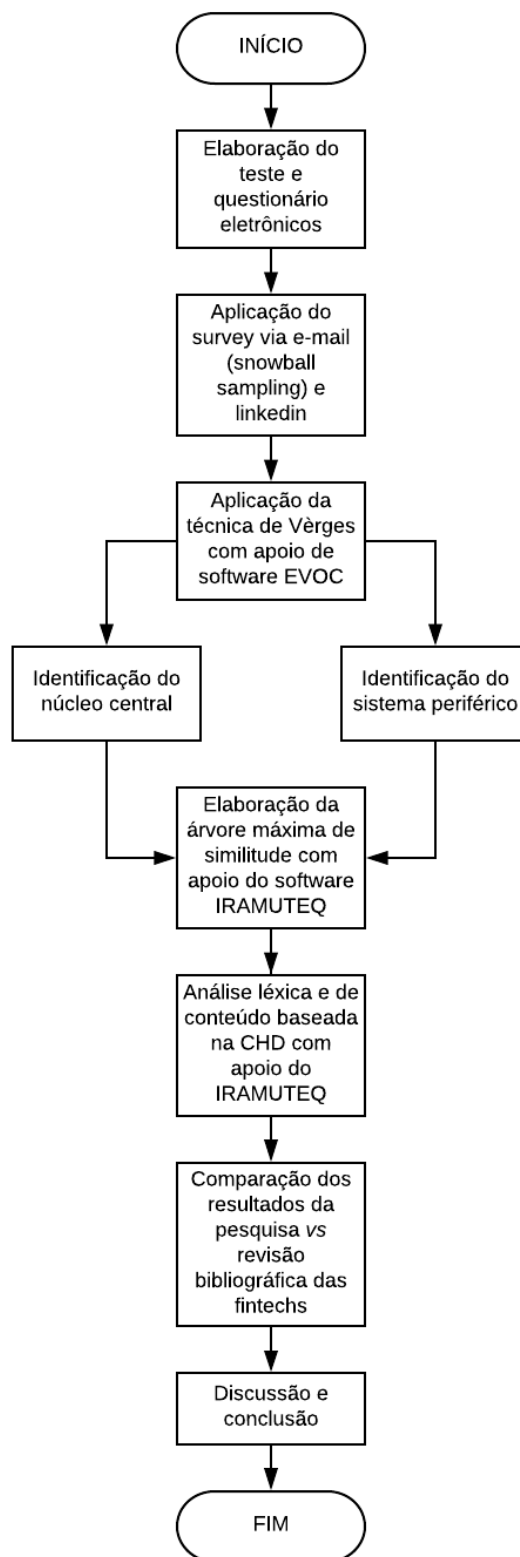
Como as técnicas acima mencionadas foram aplicadas na análise de resultados, elas serão mais detalhadas na sequência deste trabalho.

A utilização de diferentes metodologias e técnicas para análise de dados, chamada por Flick (2009) de triangulação, aufere à pesquisa e seus resultados maior robustez, quando empregadas de forma coerente e adequadas. Além disso, combinou-se nesta dissertação duas de quatro dimensões metodológicas aplicáveis à pesquisa social e representações sociais: a obtenção de dados por meio de questionário e a análise de dados tanto no aspecto formal – envolvendo modelos estatísticos e estruturais (núcleo central e similitude) –, quanto no aspecto informal – envolvendo análise de conteúdo (NASCIMENTO-SCHULZE; CARMARGO, 2000).

Os resultados obtidos foram comparados com a revisão bibliográfica, conforme indicado por Joia e Correia (2018), tornando-se possível comparar as lacunas e pontos em comum entre ambos. Dessa forma, foi possível averiguar o que há na literatura científica e que não foi constado na visão dos profissionais do mercado financeiro do Brasil e vice-versa.

Na Figura 5, apresenta-se o fluxograma de como esta pesquisa se estrutura metodologicamente.

Figura 5: Fluxograma da pesquisa



## 5 RESULTADOS

Na primeira seção deste capítulo busca-se descrever e analisar o perfil da amostra utilizada, bem como a mesma pode ser considerada eficaz para consolidar os resultados atingidos. As demais seções têm como propósito analisar os dados coletados, buscando, na metodologia quali-quantitativa, interpretar os resultados que foram encontrados.

### 5.1 Perfil da amostra

Utilizando-se de plataformas disponíveis na Internet, tais como *e-mail*, *whatsapp* e *linkedin*, o teste e questionário complementar online alcançaram cerca de 20.000 usuários. Deste total, 569 se propuseram a responder às perguntas propostas. No entanto, apenas 206 responderam todas as perguntas postas como obrigatórias para ambos os testes. Uma vez que a representação social é definida pelo senso comum de pessoas que compartilhem da mesma realidade e estejam próximas do objeto de interesse a ser estudado (MOSCOVICI, 2015), utilizou-se a pergunta “*Trabalha no mercado financeiro?*” como filtro, para que fosse possível analisar somente as respostas de profissionais que atuassem no mesmo campo em que as fintechs operam. Dessa forma, a amostra final a ser estudada neste trabalho foi constituída por 152 respostas.

O número da amostra é pertinente, uma vez que se enquadra no estudo realizado por Wachelke, Wolter e Matos (p. 153, 2016), onde “os resultados apontam que as amostras de 200 e 100 casos têm padrões próximos [de uma amostra maior] em termos de concordância com a composição do primeiro quadrante”.

Os profissionais considerados para esta pesquisa responderam todas as questões abertas do questionário complementar, bem como todos evocaram as 5 palavras e/ou expressões solicitadas. Logo, obteve-se 760 palavras evocadas e 152 respostas abertas a serem analisadas. A Tabela 1 sintetiza os números alcançados com o *survey online*, disponibilizado durante o período de 20 de Março de 2018 a 17 de Junho de 2018.

Tabela 1: Números alcançados

Situação	Total
Alcance dos questionários	20.000
Questionários iniciados	569
Questionários completos	206
Questionários utilizados	152
Total de palavras evocadas	760
Total de respostas abertas	152

Verificou-se que dos 152 profissionais, 144 (94,74%) já tinham ouvido falar de fintechs, o que potencializa a capacidade de elaborar uma representação social próxima à realidade. Respondentes do sexo masculino caracterizaram 106 contagens da amostra (70%). A idade média da amostra é de 34,6 anos, enquanto que o tempo médio de atuação no mercado financeiro é de 10,4 anos. Os Gráficos 1 e 2 representam as respectivas distribuições de idade e tempo de mercado.

Gráfico 1: Idade dos profissionais

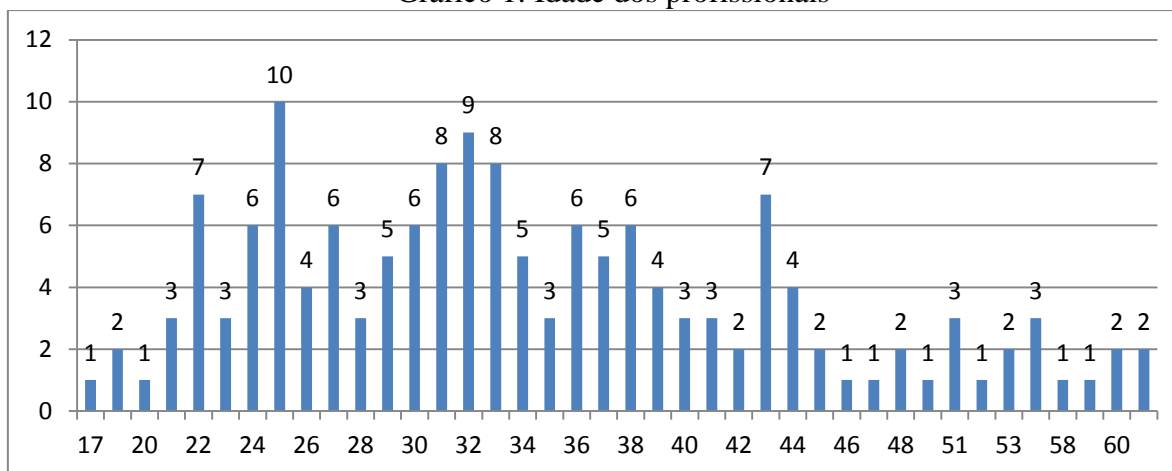
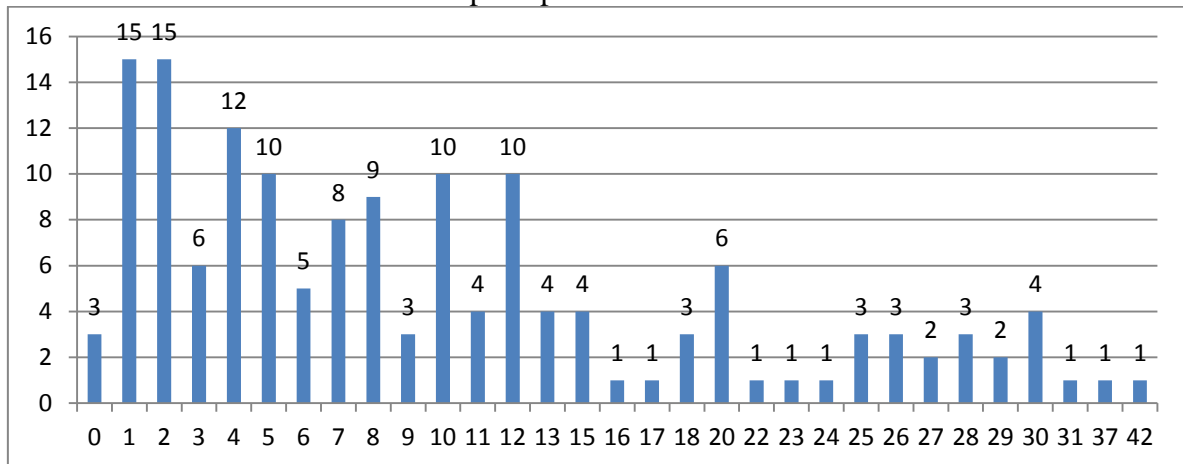
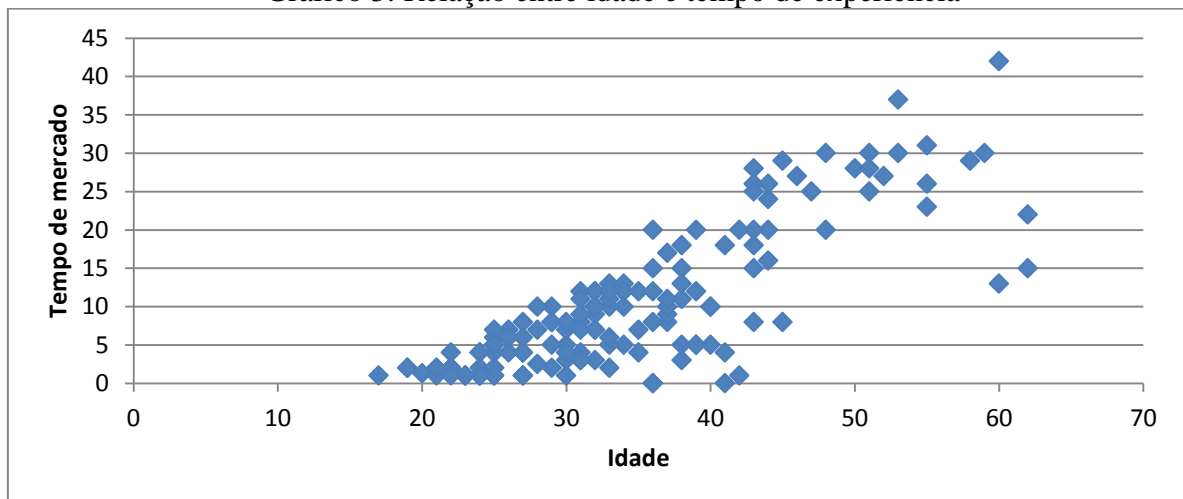


Gráfico 2: Tempo experiência no mercado financeiro



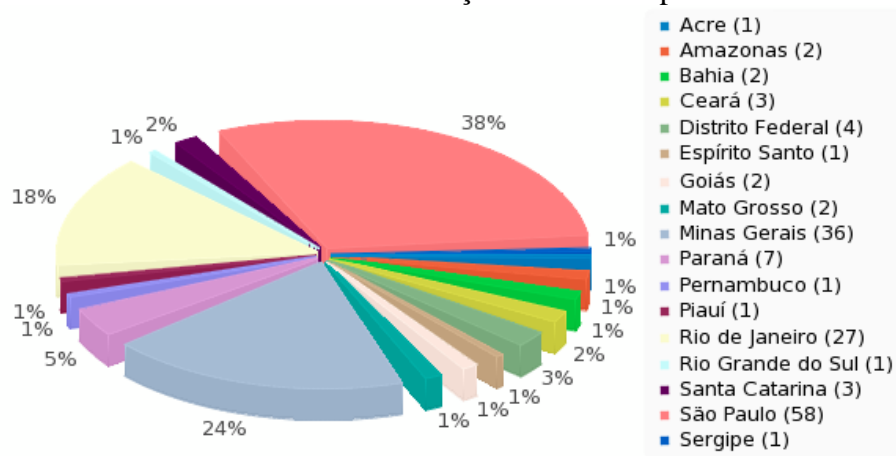
Percebe-se que tanto os gráficos da idade quanto do tempo de atuação no mercado não possuem distribuição uniforme, gerando assim uma distribuição assimétrica à direita para ambos os casos (AGRESTI; FINLAY, 2012). Buscando correlacionar essas duas variáveis, demonstra-se no Gráfico 3 a dispersão entre ambas, o que mostra que há uma correlação positiva entre a idade e o tempo de mercado.

Gráfico 3: Relação entre idade e tempo de experiência



Ao analisar os resultados pelo aspecto regional, verifica-se que amostra se concentrou no sudeste brasileiro, representando 122 (81%) do total da amostra, sendo dentro destes, 58 (38%) são de São Paulo, 36 (24%) de Minas Gerais e 27 (18%) do Rio de Janeiro. A região Sul ficou com 11 (7%), o Nordeste com 10 (6%), região Centro-Oeste com 6 (4%) e Norte com 3 (2%). O Gráfico 4 representa em pizza a distribuição de respondentes por estado brasileiro.

Gráfico 4: Distribuição da amostra por estados



Quanto ao perfil de trabalho desses profissionais, 134 (88,5%) atuam dentro de empresas privadas, enquanto que 9 (6%) em empresas públicas, 2 (1,3%) em empresas sem fins lucrativos, 2 (1,3%) em empresas mistas e o restante se enquadra como outros. Atuam em empresas de grande porte (acima de 500 funcionários) 83 (54,6%) respondentes, enquanto empresas de porte médio (100 à 500 funcionários) representam 28 (18,4%) e pequenas (20 à 100) e micro (até 20) possuem 19 (12,5%) e 22 (14,5%), respectivamente.

A formação acadêmica da amostra evidência que maioria dos respondentes provém de formação gerencial, uma vez que 108 (71%) estudaram Administração, Economia ou Contabilidade na faculdade. Destaca-se também que 11 (7,2%) são formados em algum engenharia e 9 (5,9%) são da área de TI. O nível máximo de escolaridade é marcado por 65 (42,7%) com graduação, 77 (55,6%) com MBA ou pós-graduação e 8 (5,3%) com nível de mestrado. O alto número de pessoas aqui com diploma de MBA ou pós-graduação corrobora os trabalhos apresentados por Cruz e Wood (2013) e Loyola et al. (2017), que denotam que houve um expressivo aumento nos cursos de pós-graduação *lato sensu* nos últimos anos, e como estes tem impactado de maneira positiva a carreira dos profissionais.

A maior parte desses profissionais está alocada em áreas comerciais e financeiras das organizações, representado 61 (40,13%) e 63 (41,45%), respectivamente. A área de tecnologia, por sua vez, foi marcada pela presença de 11 (7,24%) dos profissionais. Dentre as funções exercidas, 49 (32,2%) exercem cargo de gerência, 21 (13,8%) como trainee e/ou junior, 20 (13,1%) estão alocados como analistas, 10 (6,6%) são estagiários e 9 (5,9%) fazem parte da diretoria, fazendo com que a distribuição de cargos da amostra seja heterógena.

Dessa forma, os resultados obtidos com base na amostra levantada são adequados para entender qual a real percepção dos profissionais do mercado financeiro sobre as fintechs, estando de acordo com o que é imposto por Moscovici (2015) para estudar a representação social de determinado fenômeno.

As características da amostra estão sumarizadas no Quadro 6.

Quadro 6: Sumário das características da amostra

Item	Características da amostra sumarizadas
1	Quantidade de amostra atende o requisito mínimo para ser considerada adequada à pesquisa proposta, com 152 respondentes.
2	Pessoas do sexo masculino representam 70% da amostra.
3	A idade média de 34 anos e tempo médio de mercado em 10 anos garante experiência necessária responder
4	O alto número de pessoas pós-graduadas ou com MBA está de acordo com o mercado brasileiro.
5	O fato de 70% da amostra ter sua formação em área gerencial, faz com que já tenham estudado matérias ligadas ao mercado financeiro em sua formação.
6	95% dos entrevistados conhecem ou já ouviram falar de fintechs, garantindo a proximidade com o objeto de estudo dessa pesquisa.
7	A amostra se concentra no Sudeste brasileiro.
8	Amostra heterogênea, quando comparado ao cargo exercido atualmente.
9	Mais da metade dos entrevistados atuam grandes empresas, com mais de 500 colaboradores.
10	85% estão alocadas em empresas privadas.

Com base nos resultados obtidos pela amostra desta pesquisa, é apresentada na próxima seção a Representação Social das fintechs, bem como o Núcleo Central e Sistema Periférico.

## 5.2 Núcleo Central

Conforme exposto no tópico 4.2, a Representação Social das fintechs sob a ótica dos profissionais brasileiros que atuam no mercado financeiro será formada pela identificação do Núcleo Central e do Sistema Periférico. Para tanto, utilizou-se amostra de 760 palavras que foram evocadas por 152 profissionais, uma vez que cada um destes deveria evocar as 5 primeiras palavras e/ou expressões que lhe vinham à mente após o termo indutor “fintech”.



Para atingir os objetivos propostos, os dados foram operacionalizados pelos *softwares* Microsoft Excel e EVOC. Conforme Vergara (2005) explica, após aplicar o teste de evocação deve-se analisar e agrupar todas as 760 palavras por grupos de categorias semânticas. Dessa forma, palavras como *Baixo Custo*, *Custo Baixo*, *Redução de Tarifas e Custo Zero* ou *Ágil*, *Agilidade*, *Velocidade e Rapidez* pertencem ao mesmo grupo semântico, ou seja, que possuem o mesmo significado. Ademais, conforme recomendado por Marchisotti (2014), adotou-se também a estratégia de utilizar, dentro de cada grupo semântico, as palavras que foram evocadas um maior número de vezes como referência do grupo. Dessa forma, se a palavra *Ágil* foi evocada 3 vezes, mas a palavra *Agilidade* foi evocada 10, a palavra *Agilidade* servirá como referência para todo o grupo de palavras. O Apêndice C apresenta a tabela com a organização das palavras e expressões com seus respectivos grupos semânticos.

Para a elaboração do Núcleo Central e Sistema Periférico de qualquer Representação Social, representada pelo quadro de quatro casas de Vergès, três premissas precisam ser cumpridas, tais quais: (1) definição de frequência mínima de evocação de palavras; (2) calcular a frequência intermediária dessas palavras; e (3) calcular a média da OME.

Após agrupar as palavras, identificou-se 85 grupos de palavras e expressões distintas. O passo seguinte é verificar que grupos de palavras serão analisados na técnica dos quatro quadrantes e respectivo Núcleo Central e Sistema Periférico, ou seja, são significativos o suficiente para fazer parte do quadro de quatro casas a ser construído. Para encontrar tais palavras e/ou expressões, é necessário definir um valor mínimo de frequência. No entanto, Wachelke e Wolter (2011) denotam que não há consenso acerca de como se deve definir tal valor para realizar a análise. Dessa forma, esse trabalho se baseia na métrica adotada por Vergès – autor responsável pela metodologia aqui utilizada – pela qual é utilizado no estudo da representação social do dinheiro, o ponto de acúmulo de evocações em torno de 54% como a frequência mínima (SÁ, 2002). Trabalhos que buscam seguir o pesquisador, como o de Marchisotti (2014), utilizam frequências mínimas próximas a 50%. Há, no entanto, estudos que utilizam um corte maior, como é o caso de Polli e Camargo (2015) que utilizam como frequência mínima 71,4% em seu estudo de representação social do meio ambiente e da água.

A Tabela 2 mostra o acúmulo inverso da frequência de ordem de evocação.

Tabela 2: Acumulo Inverso de frequência de evocações

<b>Frequência de Evocação</b>	<b>Nº Categorias</b>	<b>Acúmulo Evocações</b>		<b>Acúmulo Inverso</b>	
1	27	27	3,55%	760	100,00%
2	9	45	5,92%	733	96,45%
3	5	60	7,89%	715	94,08%
4	7	88	11,58%	700	92,11%
5	4	108	14,21%	672	88,42%
6	3	126	16,58%	652	85,79%
7	5	161	21,18%	634	83,42%
8	3	185	24,34%	599	78,82%
9	2	203	26,71%	575	75,66%
11	1	214	28,16%	557	73,29%
12	2	238	31,32%	546	71,84%
13	3	277	36,45%	522	68,68%
14	1	291	38,29%	483	63,55%
16	1	307	40,39%	469	61,71%
18	1	325	42,76%	453	59,61%
<b>19</b>	<b>3</b>	<b>382</b>	<b>50,26%</b>	<b>435</b>	<b>57,24%</b>
22	1	404	53,16%	378	49,74%
30	1	434	57,11%	356	46,84%
31	1	465	61,18%	326	42,89%
35	2	535	70,39%	295	38,82%
51	1	586	77,11%	225	29,61%
82	1	668	87,89%	174	22,89%
92	1	760	100,00%	92	12,11%

Baseando-se no trabalho de Vergès, utiliza-se aqui como ponto de corte para definir a frequência mínima de evocações o acumulo de 57,24%, fazendo com que o quadrante de Vergès possua somente grupos que foram evocados ao menos 19 vezes. Isso faz com que apenas 11 (12,9%) dos 85 grupos que foram identificados atendam o requisito de critério mínimo para fazer parte da representação social das fintechs. A Tabela 3 apresenta quais são esses respectivos grupos, bem como a contagem da frequência e a sua respectiva proporção em relação ao total de palavras.

Tabela 3: Contagem e Frequência das categorias

Nome	Contagem	%
<b>Tecnologia</b>	92	12,11%
<b>Inovação</b>	82	10,79%
<b>Agilidade</b>	51	6,71%
<b>Baixo Custo</b>	35	4,61%
<b>Finanças</b>	35	4,61%
<b>Facilidade</b>	31	4,08%
<b>Evolução</b>	30	3,95%
<b>Segurança</b>	22	2,89%
<b>Modernidade</b>	19	2,50%
<b>Startup</b>	19	2,50%
<b>Praticidade</b>	19	2,50%

Os cálculos que foram inicialmente elaboradas pelo Excel foram posteriormente confirmados pelo software EVOC, com base na função *Rangmot*, conforme demonstrado na Figura 6.

Figura 6: Distribuição de frequências gerada pela EVOC

freq.	*	nb. mots	*	Cumul	evocations et	cumul	inverse
1	*	25		25	3.3 %	756	100.0 %
2	*	8		41	5.4 %	731	96.7 %
3	*	5		56	7.4 %	715	94.6 %
4	*	7		84	11.1 %	700	92.6 %
5	*	4		104	13.8 %	672	88.9 %
6	*	3		122	16.1 %	652	86.2 %
7	*	5		157	20.8 %	634	83.9 %
8	*	3		181	23.9 %	599	79.2 %
9	*	2		199	26.3 %	575	76.1 %
11	*	1		210	27.8 %	557	73.7 %
12	*	2		234	31.0 %	546	72.2 %
13	*	3		273	36.1 %	522	69.0 %
14	*	1		287	38.0 %	483	63.9 %
16	*	1		303	40.1 %	469	62.0 %
18	*	1		321	42.5 %	453	59.9 %
19	*	3		378	50.0 %	435	57.5 %
22	*	1		400	52.9 %	378	50.0 %
30	*	1		430	56.9 %	356	47.1 %
31	*	1		461	61.0 %	326	43.1 %
35	*	2		531	70.2 %	295	39.0 %
51	*	1		582	77.0 %	225	29.8 %
82	*	1		664	87.8 %	174	23.0 %
92	*	1		756	100.0 %	92	12.2 %

Das 760 palavras e expressões que foram evocadas, identificou-se 85 grupos semânticos, dos quais 11 atenderam o critério de frequência mínima de 19 evocações, representando 57,24% do grupo total (Tabela 2). Para que seja possível definir as limitações do Núcleo Central, Sistema Periférico, Primeira Periferia e Zona de Contraste, Wachelke e Wolter (2011) explicam que é necessário fazer um corte, tanto na FME como na OME. Apesar de existirem critérios diferentes a serem adotados, esses autores sugerem que o ponto intermediário para ambas as medidas, é melhor definido pela mediana, uma vez que em muitos casos – como neste trabalho – os resultados não seguem uma distribuição simétrica.

Define-se assim que o ponto intermediário da FME corresponde ao valor de 31, cumprindo o critério 2 para a construção dos quatro quadrantes de Vergès.

A última premissa para definir o quadrante de Vergès corresponde ao cálculo da média ponderada das ordens média de evocações, ou seja, a OME média. Para tanto, o primeiro passo é calcular a ordem média de evocação de cada grupo de palavras selecionadas (VERGARA, 2005). Com base na seguinte fórmula, torna-se possível calcular esses valores:

$$OME = \frac{(f \text{ 1º lugar} \times 1) + (f \text{ 2º lugar} \times 2) + (f \text{ 3º lugar} \times 3) + (f \text{ 4º lugar} \times 4) + (f \text{ 5º lugar} \times 5)}{\Sigma f}$$

Como apenas as 11 categorias que cumpriram o requisito de frequência mínima de evocação farão parte da representação social, cabe aqui apresentar os resultados somente destes (Tabela 4).

Tabela 4: OME das categorias que compõe a RS das fitenchs

<b>Lista de palavras</b>	<b>Freq</b>	<b>1°</b>	<b>2°</b>	<b>3°</b>	<b>4°</b>	<b>5°</b>	<b>OME</b>
<b>Tecnologia</b>	92	43	25	14	8	2	1,92
<b>Inovação</b>	82	32	14	16	10	10	2,41
<b>Agilidade</b>	51	6	15	9	12	9	3,06
<b>Baixo custo</b>	35	3	13	6	8	5	2,97
<b>Finanças</b>	35	9	9	12	3	2	2,43
<b>Facilidade</b>	31	4	5	6	8	8	3,35
<b>Evolução</b>	30	1	2	5	8	14	4,07
<b>Segurança</b>	22	2	3	5	8	4	3,41
<b>Modernidade</b>	19	2	2	2	7	6	3,68
<b>Startup</b>	19	6	2	2	6	3	2,89
<b>Praticidade</b>	19	5	4	4	2	4	2,79

Dessa forma, conforme proposto por Wachelke e Wolter (2011) e para garantir a robustez da pesquisa, considerou-se a média somente das categorias acima listadas, obtendo-se para a OME média o valor de 2,99.

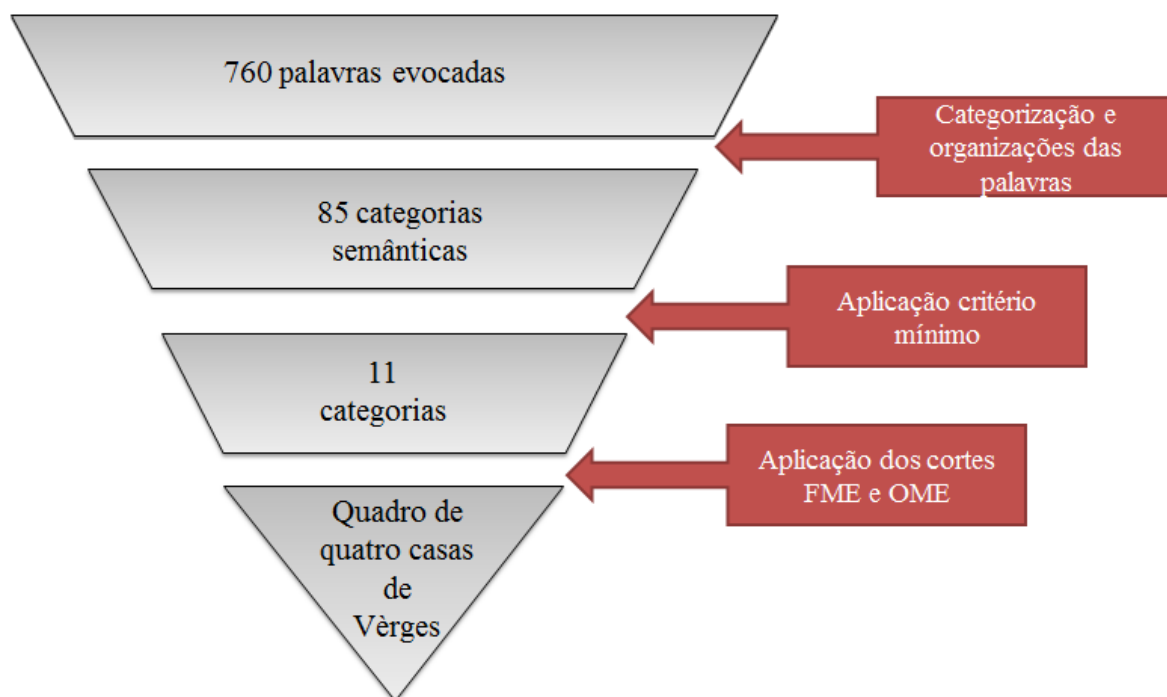
Definiu-se assim, todas as três premissas necessárias para construir o quadrante de Vergès: (1) frequência mínima de evocação de palavras (19); (2) frequência intermediária dessas palavras (31); e (3) OME média (2,99). A Tabela 5 consolida esses parâmetros.

Tabela 5: Parâmetros para construção do quadro dos quatro casas de Vergès

<b>Critério (ou parâmetro)</b>	<b>Valor</b>
<b>Frequência mínima de evocações</b>	19
<b>Frequência intermediária de evocações</b>	31
<b>OME média</b>	2,99

A Figura 7 sumariza como, a partir de todas as palavras evocadas, se tornou possível elaborar o respectivo quadro de quatro casas de Vergès para a representação social das fintechs.

Figura 7: Etapas para a composição do quadro de quatro casas de Vergès



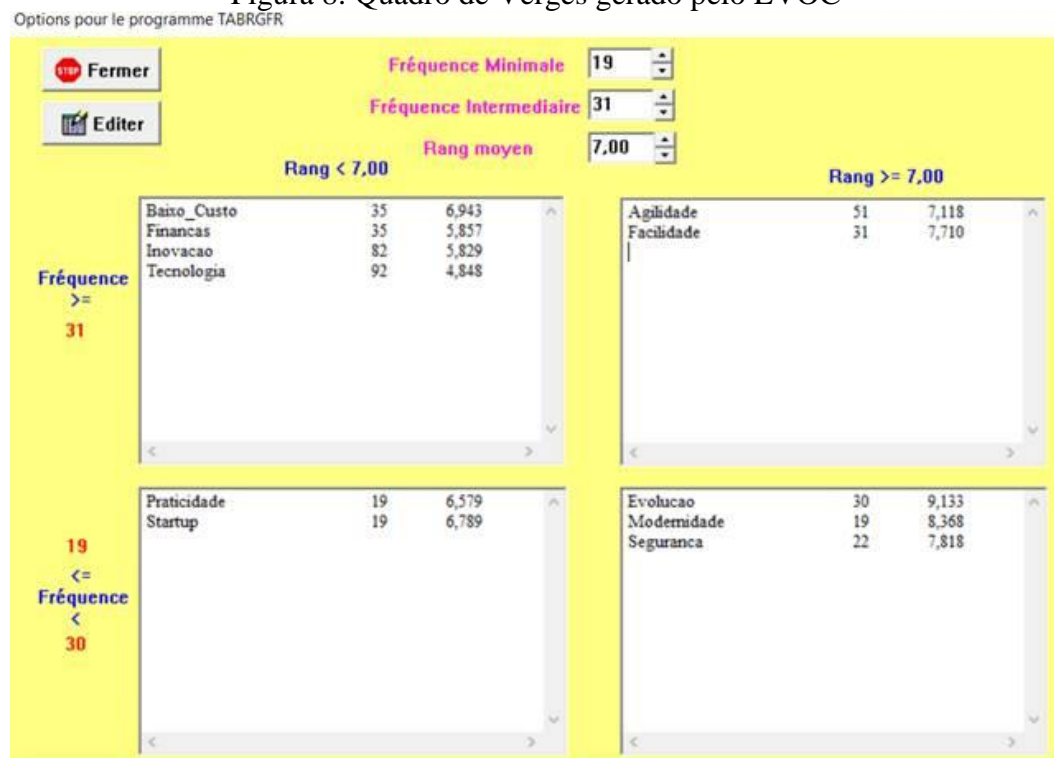
Finalmente, a Tabela 6 apresenta o quadrante de todas as respectivas quatro casas de Vergès, bem como as categorias semânticas encontradas.

Tabela 6: Quadro de quatro casas de Vergès

	OME menor que 2,99 (média)	OME maior ou igual a 2,99 (média)
Frequência maior ou igual a 31 (mediana)	<b>NÚCLEO CENTRAL</b> Tecnologia (92; 1,92) Inovação (82; 2,41) Baixo custo (35; 2,97) Finanças (35; 2,43)	<b>PRIMEIRA PERIFERIA</b> Agilidade (51; 3,06) Facilidade (31; 3,35)
Frequência maior ou igual a 19 e menor que 31 (mediana)	<b>ZONA DE CONTRASTE</b> Startup (19; 2,89) Praticidade (19; 2,79)	<b>SISTEMA PERIFÉRICO</b> Evolução (30; 4,07) Segurança (22; 3,41) Modernidade (19; 3,68)

Para reafirmar os resultados acima apresentados, a Figura 8, gerada pelo software EVOC, ressalta as mesmas categorias dentro das mesmas respectivas classes.

Figura 8: Quadro de Vergès gerado pelo EVOC



Para que se possa confirmar o núcleo central e sistema periférico acima encontrados, Pereira (1997) sugere que uma análise de similitude seja realizada, tornando possível colocar em evidência a organizações dos dados e identificar uma estrutura comum entre eles. O próximo tópico decorrerá sobre tal análise, bem como enfatizará *softwares* de apoio para realizá-la.

### 5.3 Análise de similitude

Introduzida em 1970 por Claude Flament, com apoio de Vergès e Degenne, a análise de similitude atua dentro do campo das representações sociais como a principal técnica para detectar o grau de conexidade entre os elementos que compõem uma representação social (SÁ, 1996 apud MARTINS; TRINDADE; ALMEIDA, 2003) e (VERGARA, 2005). De acordo com Pecora e Sá (2008), tal conexidade busca confirmar a centralidade dos elementos que estão dentro do quadro de quatro casas previamente elaborado.

Dessa forma, ao considerar a conexidade entre os elementos que compõem uma representação social, potencializa-se a determinação dos elementos centrais e periféricos, conforme exposto por Bortolai, Aguilar e Rezende (2016, p. 4), para quem “o valor simbólico da RS é retratado pela articulação entre relevância (frequência e importância) e a conectividade (medida pelo grau de similitude) das evocações registradas pelos sujeitos da pesquisa”.

De acordo com Pereira (1997), essa técnica se limita a uma análise local, gerando zonas de maior densidade que contribuem para encontrar explicações em nível cognitivo, o que contribui fortemente para a organização da representação social. Ainda, segundo Pereira (1997), um gráfico conexo simples pode ser representado por uma árvore máxima, onde exclui-se os conjuntos de semelhanças fracos e enfatiza-se somente os mais fortes localmente, tornando possível encontrar explicações sobre certo fenômeno.

Vergès (2001) explica que a análise de similitude é uma técnica oriunda da matemática aplicada e se baseia na teoria dos grafos. De acordo com Mendes et al. (2016), um grafo se constitui no modelo ideal para estudar a relação entre quaisquer objetos, pois possibilita identificar as coocorrências entre as palavras e seus resultados, bem como as indicações de conexidades existentes.

De acordo com Almeida e Cunha (2003, p. 151), Flament se baseou em três pressupostos para elaborar a análise de similitude:

- a) Uma representação social corresponde a um conjunto de cognomes organizados por múltiplas relações;
- b) Essas relações podem ser orientadas (implicação, causalidade hierarquia...) ou simétricas (equivalência, semelhança, antagonismo...), mas todas podem se degradar em uma relação simétrica traduzindo a ideia vaga de ir junto;
- c) Essas relações, em geral, não são transitivas: se A se liga a B por certas razões, e B com C por outras, pode ser que A e C não tenham alguma razão de se associar.

De acordo com Pereira (1997), dentro da análise de similitude, os índices que se aplicam às representações sociais podem ser classificados em três grupos, conforme apresentado pela Tabela 7:

Tabela 7: Índices para análise de similitude

<b>Categoria do grupo</b>	<b>Tipos de índice</b>
Expressam agregação coletiva	Coocorrência: $c(I,J)$ Coocorrência simétrica: $cs(I,J) = c(I,J) + z(I,J)$
Fazem referência à hipótese de independência estatística entre as distribuições de duas variáveis correlacionadas	Phi de Contingência Phi sobre Phimax H de independência
Baseiam-se numa relação de implicação	I de implicação: $Im(I,J) = c(I,J) / \min(n(I), n(J))$

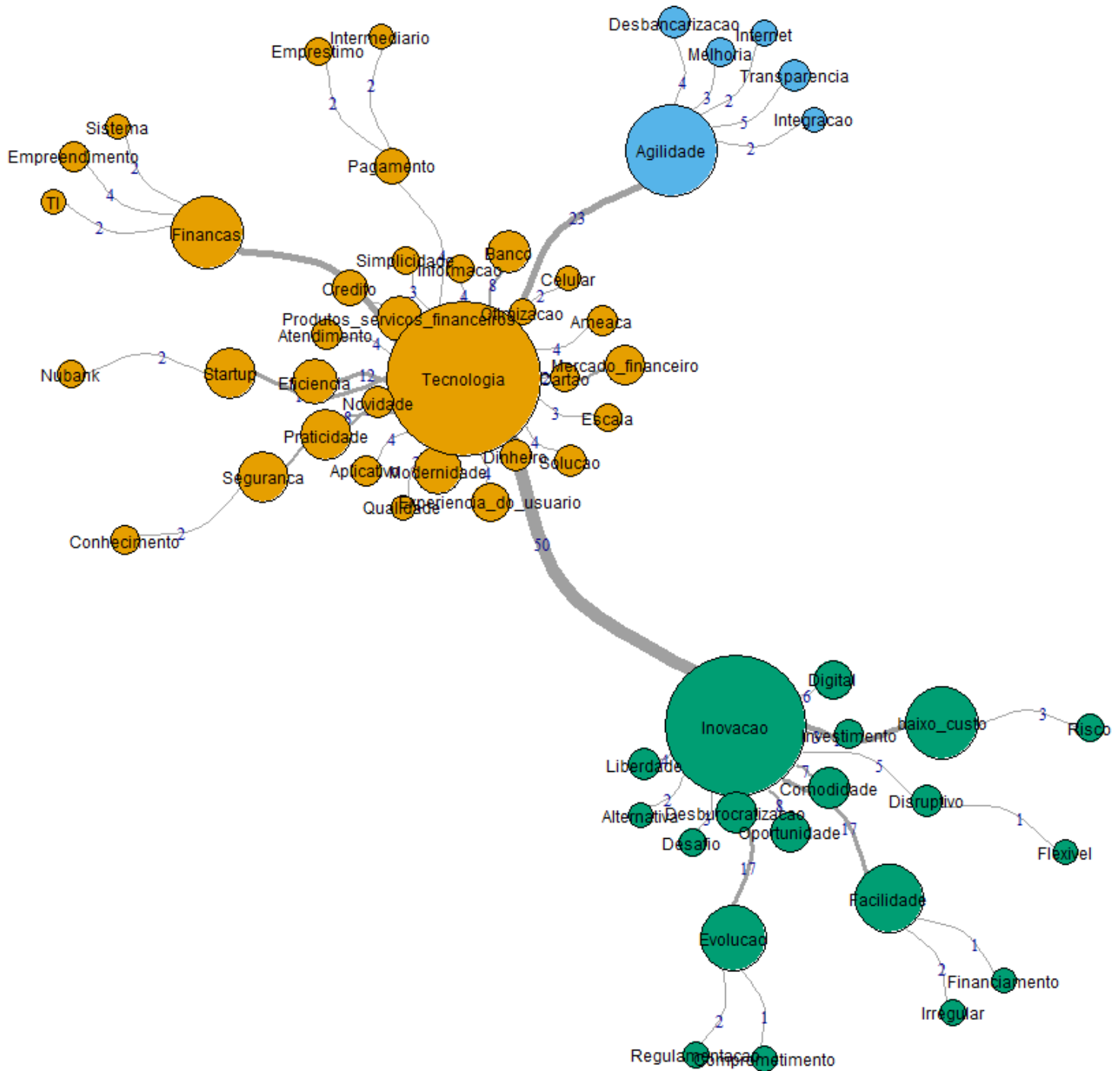
Fonte: Adaptado de Pereira (1997, p. 54)

Dessa forma, para tornar possível construir uma árvore máxima e ligar os elos entre os elementos que compõe a representação social de fintechs, utilizou-se neste trabalho o índice de coocorrência e o algoritmo de Fruchterman Reingold (MARCHAND; RATINAUD, 2012). Utilizou-se como software de apoio o IRAMUTEQ (Interface de R pour les analyses multidimensionnelles de textes et de Questionnaires) em sua versão 0.7 alpha 2, para proceder com tal análise de forma simplificada (BORTOLAI; AGUILAR; REZENDE, 2016).

Uma vez de posse das palavras evocadas, foi necessário o agrupamento das mesmas por uma matriz, com suas respectivas ordens de evocação por respondente e a importação delas para o IMARUTEQ. Importante destacar que os elementos que foram evocados apenas uma única vez foram desconsiderados para esta análise, uma vez que tais elementos não estariam presentes em mais de uma resposta. Dessa forma, a Figura 9 representa a conexidade entre todos os 58 elementos que possuem a frequência mínima de duas evocações.



Figura 9: Árvore máxima de similitude das fintechs



Analisando a árvore máxima de similitude gerada, percebe-se que o agrupamento dos elementos mais associados divide-se em três segmentos (CAMARGO; JUSTO, 2016). Percebe-se que para cada grupo, existe um elemento chave que se consagra como o mais relevante entre todos os elementos que existem lá. Dessa forma, as categorias **Tecnologia**, **Inovação** e **Agilidade** se caracterizam como as mais representativas da árvore máxima de

similitude das fintechs. Não é surpresa que tecnologia e inovação estejam em forte evidência, uma vez que estas foram as duas categorias mais representativas no núcleo central desenvolvido pela técnica do quadro de quatro casas. No entanto, o elemento Agilidade foi caracterizado como parte da primeira periferia na análise conduzida anteriormente. Dessa forma, sugere-se alterar o núcleo central inicialmente constituído com a integração da categoria Agilidade.

Cabe aqui ressaltar que o Iramuteq considera as conexões mais fortes entre elos (BORTOLAI; AGUILAR; REZENDE, 2016). Logo, elementos que não estão ligados no gráfico podem estar presentes na mesma resposta, porém a intensidade é tão baixa que não se torna representativa graficamente. Para Bortolai, Aguilar e Rezende (2016, p. 7), a maneira correta de se analisar a conexidade de elementos que compõem uma árvore máxima é “composta pelo número de arestas ( $\sum Ar$ ) e pela somatória de coocorrências ( $\sum Co$ ), [onde] as arestas representam a ligação entre os dois termos [e] a somatória das coocorrências expressa os termos evocados por dois ou mais sujeitos participantes da pesquisa”. A Tabela 8 resume as principais informações a serem observadas pela árvore máxima de similitude das fintechs.

Tabela 8: Conexidade dos elementos

<b>Categoria</b>	<b><math>\sum</math> Arestas</b>	<b><math>\sum</math> Coocorrências</b>
<b>Tecnologia</b>	<b>27</b>	<b>241</b>
<b>Inovação</b>	<b>12</b>	<b>141</b>
<b>Agilidade</b>	<b>6</b>	<b>39</b>
<b>Finanças</b>	<b>4</b>	<b>35</b>
<b>Facilidade</b>	<b>3</b>	<b>20</b>
<b>Evolução</b>	<b>3</b>	<b>20</b>
<b>Pagamento</b>	<b>3</b>	<b>8</b>
<b>Baixo Custo</b>	<b>2</b>	<b>21</b>
<b>Startup</b>	<b>2</b>	<b>17</b>
<b>Segurança</b>	<b>2</b>	<b>10</b>
<b>Disruptivo</b>	<b>2</b>	<b>6</b>

Como a quantidade de arestas pode impactar fortemente o número de coocorrências, buscou-se neste trabalho identificar a média de coocorrências por aresta para cada uma das

categorias acima. Torna-se assim possível uma comparação mais apurada e menos desigual entre tais elementos. A Tabela 9 apresenta os resultados de forma decrescente.

Tabela 9: Média de coocorrências por arestas

<b>Categoria</b>	<b>Média</b>
<b>Inovação</b>	<b>11,8</b>
<b>Baixo Custo</b>	<b>10,5</b>
<b>Tecnologia</b>	<b>8,9</b>
<b>Finanças</b>	<b>8,8</b>
<b>Startup</b>	<b>8,5</b>
<b>Facilidade</b>	<b>6,7</b>
<b>Evolução</b>	<b>6,7</b>
<b>Agilidade</b>	<b>6,5</b>
<b>Segurança</b>	<b>5,0</b>
<b>Disruptivo</b>	<b>3,0</b>
<b>Pagamento</b>	<b>2,7</b>

Enquanto na formulação no quadrante de Vergès há uma vasta literatura – apesar de não haver consenso – sobre que pontos de corte devem ser adotados para a construção do quadrante, não foi encontrado nenhum material que auxilie quantificar os valores a serem adotados na Tabela 9. Dessa forma, a análise principal continuará sendo feita com base na árvore máxima de similitude e, as informações dos Quadros 8 e 9 servirão apenas para auxílio na análise do pesquisador e como fontes para futuras pesquisas.

Conforme apontado por Mazzotti e Judith (2007), na análise de similitude as palavras que apresentam uma única conexão podem ser consideradas como clichês, sem muito significado para as pessoas. Logo, percebe-se que apesar da categoria **Tecnologia** apresentar 27 conexões, muitas delas não são relevantes a ponto de serem explicitadas neste trabalho.

Dentre os elementos que estão mais associados com **Tecnologia**, destaca-se **Finanças**, **Pagamento**, **Startup** e **Segurança** (**Inovação** e **Agilidade** serão tratadas à parte). A relação com as duas últimas parece ser mais objetiva, uma vez que muitas startups se utilizam de tecnologia para desenvolver seu modelo de negócio (ver seção 3.1). Ademais, a segurança pode ser potencializada com o bom uso da tecnologia. A ligação com pagamento está relacionada a uma atividade específica que vem sendo impactada com a tecnologia. Há poucos anos era necessário se dirigir a uma agência bancária para pagar qualquer conta.

Atualmente, em poucos segundos, realiza-se a mesma atividade com um celular. Já a conexão com finanças se relaciona com todo o contexto em que a tecnologia das fintechs está inserida.

Ao verificar os elementos associados à **Inovação**, destacam-se **Evolução**, **Baixo Custo** e **Facilidade**. Os últimos dois denotam um aspecto positivo da inovação, deixando claro que estes são responsáveis por desencadear menor custo e maior facilidade no mercado financeiro atual. Já na ligação com evolução, percebe-se que inovação, aqui, se trata de um propulsor, impulsionando a evolução do setor.

Por fim, verifica-se que a categoria **Agilidade** não se associa com nenhum outro elemento em intensidade relevante que não seja **Tecnologia**. A conexão entre as duas palavras pode estar relacionada de modo que, à medida que a tecnologia vem sendo estruturada com as fintechs, mais agilidade pode ser esperada nos serviços, produtos, procedimentos e prazos – ou seja, no setor como um todo.

Com base na análise de similitude, foi possível visualizar a relação entre os elementos e a respectiva conectividade dentro de cada classe, assim como a ligação entre várias classes (MENDES et al., 2016). A árvore máxima de similitude sugere que se altere a categoria **Agilidade** de lugar, retirando-a da primeira periferia e colocando-a como parte do núcleo central. Dessa forma, o Quadro 7 apresenta a representação social final das fintechs.

Quadro 7: Representação social das fintechs

<p><b>NÚCLEO CENTRAL</b></p> <p>TECNOLOGIA INOVAÇÃO AGILIDADE BAIXO CUSTO FINANÇAS</p>	<p><b>PRIMEIRA PERIFERIA</b></p> <p>FACILIDADE</p>
<p><b>ZONA DE CONTRASTE</b></p> <p>STARTUP PRATICIDADE</p>	<p><b>SISTEMA PERIFÉRICO</b></p> <p>EVOLUÇÃO SEGURANÇA MODERNIDADE</p>

A próxima seção atende ao requisito proposto por Nascimento-Schulze e Carmargo (2000), buscando tratar o material textual das respostas abertas dos entrevistados como análise complementar à análise de evocação e associação livre de palavras.

## 5.4 Análise de conteúdo

Em muitos casos, sugere-se que a análise lexical anteceda à de conteúdo (FREITAS, 2011). De acordo com Pinto, Mazieri e Vils (2017), a análise de léxico tem como objetivo a simplificação e a sumarização dos dados, buscando organizar estruturas de texto, decompostos em palavras, e as distâncias entre elas. Da mesma forma, Vergara (2005) entende que a análise de conteúdo é uma técnica que tem como objetivo trabalhar os dados coletados e identificar o que está sendo dito. Sugere-se ainda que análise de conteúdo busque atingir uma representação do conteúdo analisado, se tratando de “um conjunto de técnicas de análise de comunicações, que tem com objetivo ultrapassar as incertezas e enriquecer a leitura dos dados coletados” (MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011, p 734).

A análise léxica, por sua vez, propicia resultados rápidos sobre a noção do conteúdo chave de um conjunto de textos, facilitando a análise e levando a melhores resultados (FREITAS, 2011). Assim, Freitas (2011) sugere que esta anteceda à de conteúdo, pois facilita o trabalho do pesquisador.

A classificação hierárquica descendente é considerada por Nascimento-Schulze e Camargo (2000) como a forma ideal de se iniciar um estudo que utiliza em conjunto os métodos de lexicometria e análise de conteúdo. Na próxima seção será explicada a utilização da respectiva técnica.

Sugere-se ainda que o tratamento de texto possa contar com o auxílio de softwares, ajudando o pesquisador nas apurações estatísticas e potencializando seu tempo para análise efetiva dos dados (NACIMENTO; MENANDRO, 2006, p. 73).

O tratamento estatístico de dados provenientes de fontes tradicionalmente utilizadas em Ciências Humanas e Sociais, como material textual publicado ou resultante de entrevista, efetuado com o auxílio de softwares, tem se mostrado cada vez mais freqüente nos trabalhos em que o corpus a ser analisado é volumoso. Um ganho evidente de tal procedimento é a economia do tempo com tabulação e efetuação dos cálculos necessários ao tratamento do conjunto de informações coletadas. Esse “tempo poupado” pode ser utilizado na análise mais detida dos dados já organizados pelo computador ou na tarefa de confrontar o procedimento com outros no tratamento da mesma informação coletada, potencializando o entendimento do material de interesse.

Dessa forma, na próxima seção utilizou-se novamente o software IRAMUTEQ com outras funcionalidades disponíveis.

### 5.3.1 Classificação Hierárquica Descendente

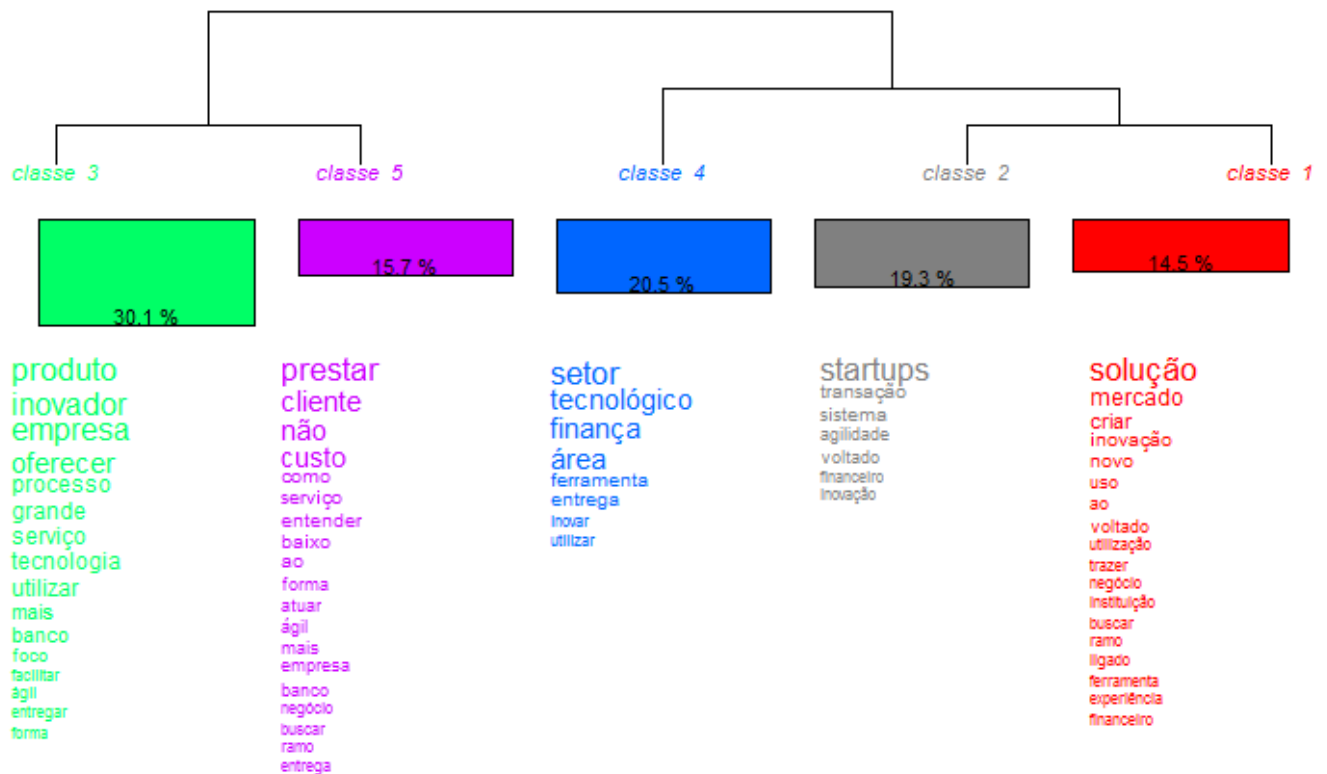
O método da classificação hierárquica descendente foi proposto por Reinert (1990) e inicialmente era função exclusivamente do *software* desenvolvido pelo mesmo pesquisador, ALCESTE. De acordo com Camargo e Justo (2013, p. 516), o propósito da CHD é classificar “os segmentos de texto em função dos seus respectivos vocabulários, e o conjunto deles é repartido com base na frequência das formas reduzidas (palavras já lematizadas)”.

Ou seja, espere-se que tal método vá além de uma análise lexical comum, separando o corpus em classes lexicais que sejam caracterizadas por um vocabulário específico e por segmentos de textos que partilhem tal vocabulário (CAMARGO; JUSTO, 2013). A separação de classes é apresentada via dendograma – uma representação gráfica de palavras correlacionadas a partir de suas semelhanças (BUENO; COUTO, 2017).

Para o tratamento dos dados textuais, foi necessário transformar cada uma das respostas abertas em textos separados por “\*\*\*\*”, possibilitando assim a leitura do software e o entendimento de que cada resposta se referia a um respondente. Das 152 respostas que foram coletadas, apenas 111 (73%) foram aproveitadas para análise. Razão disso é que muitas respostas não continham informações relevantes para o objetivo deste estudo. O IRAMUTEQ, por sua vez, constatou 112 segmentos de textos. Do *corpus* total, 83 (74,77%) foram considerados para a classificação hierárquica descendente. A partir dos segmentos de textos analisados, o corpus foi dividido em cinco classes, conforme indicado no Gráfico 5. Percebe-se que, na primeira partição, as classes 3 e 5 contrapuseram-se às demais, enquanto a segunda partição subdivide a classe 4 das classes 1 e 2. A CHD termina quando suas classes se tornam estáveis, ou seja, compostas por vocabulários semelhantes (MENTES et al., 2016).

Mentes et al. (2016) sugerem que a maneira correta de interpretar tal divisão é por meio da relação que as classes possuem entre si. Dessa forma, entende-se que as classes 1 e 2 possuem a maior relação ou proximidade na análise, ao mesmo tempo que estas classes estão relacionadas com a classe 4. De forma oposta, a classe 3 e 5 estão vinculadas de uma forma que não possuem relação com as demais, enfatizando caminhos opostos.

Gráfico 5: Dendograma das fintechs



Percebe-se, assim, que o software “permite a elaboração de um dendograma da classificação hierárquica descendente, demonstra as relações existentes entre as categorias temáticas resultantes do procedimento” (OLTRAMARI; CAMARGO, 2004, p. 319). Espera-se ainda, que separação entre as classes seja baseada em categorias temáticas, tomando-se como pressuposto as características lexicais dos elementos que as compõem (OLTRAMARI; CAMARGO, 2004).

Dessa forma, segundo Oltramari e Carmargo (2004), é possível realizar análise de conteúdo do material, bem como compará-lo segundo suas características.

O dendograma apresentado no Gráfico 5 inicia-se separando as classes 3 e 5 em um grupo à esquerda e as demais em outro grupo à direita. Enquanto o primeiro parece se referir à ótica dos clientes, destacando-se palavras como *produto*, *oferecer*, *prestar*, *cliente* e *custo*, o segundo se refere a pontos mercadológicos, com palavras como *setor*, *startups* e *mercado*. Tal distinção está de acordo com a amostra deste trabalho, onde os entrevistados, além de usuários de serviços financeiros, também estão inseridos como profissionais ativos do mesmo mercado.

A classe 3 se destaca pela maior concentração de segmentos de textos, possuindo 30,1% do total analisado. Esses estão alinhados com a ideia de que, com base na tecnologia, empresas são capazes de oferecer serviços melhores a seus clientes. Destacam-se abaixo alguns exemplos:

*“São empresas que se utilizam de tecnologias para facilitar a vida financeira das pessoas. E buscam cada vez mais ofertar produtos e serviços financeiros que substituam os ofertados pelos bancos tradicionais.”*

*“Empresas que usam tecnologia para oferecer serviços financeiros de forma inovadora.”*

*“Empresas inovadoras no mercado financeiro muito ligadas a tecnologia e utilizam-se dela para propagar produtos e serviços.”*

*“Empresas que utilizam a tecnologia para oferecer produtos e serviços financeiros diferenciados.”*

A classe 5 tem o foco no cliente. Representando 15,7% dos segmentos de textos, propõe que as fintechs fidelizem os clientes com diferentes propostas de valor, bem como atuem em um nicho específico – a população que não faz parte do sistema financeiro formal. Destaca-se as frases abaixo:

*“Serviços oferecidos à clientes com baixo custo, pois não tem estruturas de uma agência bancária convencional. Tudo é feito eletronicamente, bastando ter celular ou Internet.”.*

*“Empresas que se utilizam da tecnologia para prestar um serviço, principalmente aos não bancarizados, de uma forma mais simples e ágil.”*

*“Empresas que entregam valor para clientes de forma ágil, digital e com custos reduzidos. Normalmente as Fintechs tem foco em nichos de mercado, no qual o nosso sistema financeiro não atua, devido à grande barreira de entrega imposta por nosso governo.”*



*“Novas empresas que estão inovando o mercado financeiro, buscando fidelizar clientes com preços justos e serviços de qualidades com alta tecnologia.”*

As ideias propostas nas classes 3 e 5 corroboram a ideia de Brummer e Golfine (2014) de que as fintechs se apoiam em tecnologia e inovação para mudar a forma como as pessoas interagem no sistema financeiro, oferecendo plataformas amigáveis e fomentando a inclusão financeira. Da mesma forma, Buckley e Webster (2016) afirmam que as fintechs melhoram a experiência do usuário ao oferecer os mesmos serviços que os bancos, apoiando-se em tecnologia e modelos de negócios inovadores.

Analisando agora o lado direito do dendrograma do Gráfico 5, a classe 4 se refere ao setor em que as fintechs atuam, bem como o tipo de empresa em que se enquadram. Entretanto, ao analisar as frases abaixo, percebe-se que não há um consenso se as fintechs são uma empresa de tecnologia que atua no mercado financeiro, ou se são empresas do setor financeiro que se utilizam da tecnologia.

*“Empresas de solução tecnológica com foco no setor financeiro.”*

*“É uma inovação tecnológica associada ao setor financeiro.”*

*“Empresas da área financeira com forte base tecnológica.”*

*“Empresas da área de tecnologia que operam no mercado financeiro.”*

A classe 2, representada por 19,3% do total dos segmentos, consagra as fintechs como uma startup, ou seja, um modelo de negócio específico. Além disso, deixa a percepção de que essas empresas contribuem de forma positiva tanto para o mercado quanto para os serviços existentes. Destaca-se aqui a palavra agilidade, enfatizando-se que as fintechs seriam supostamente superiores às instituições tradicionais, como visto abaixo:

*“São startups que agregam tecnologia e agilidade nas transações financeiras.”*

*“Startups financeiras que estão trazendo importantes contribuições para o sistema de inovação do mercado financeiro mundial.”*

*“Startups que utilizam inovações tecnológicas para entregar serviços financeiros, gerando praticidade e agilidade nas operações.”*

*“Startups voltadas pra utilização de tecnologia com finanças.”*

Por último, apresenta-se a classe 1, representando 14,5% dos segmentos de textos e enfatizando, principalmente, a capacidade das fintechs desenvolverem soluções aplicadas ao mercado financeiro. Destaca-se também que essas empresas buscam a melhoria não só para o mercado, mas, também, para os clientes e suas experiências de consumo. Dessa forma, destacam-se as seguintes frases:

*“Modelo de negócio cujas soluções desenvolvidas são voltadas para o mercado financeiro.”*

*“Empresa que disponibilizam soluções de maneira inovadora ao mercado financeiro.”*

*“Iniciativas para criar soluções simples ligadas ao uso de novas tecnologias no ramo financeiro.”*

*“Empresas de tecnologia que buscam otimizar o mercado e criar inovações que facilitem as experiências de consumo e score.”*

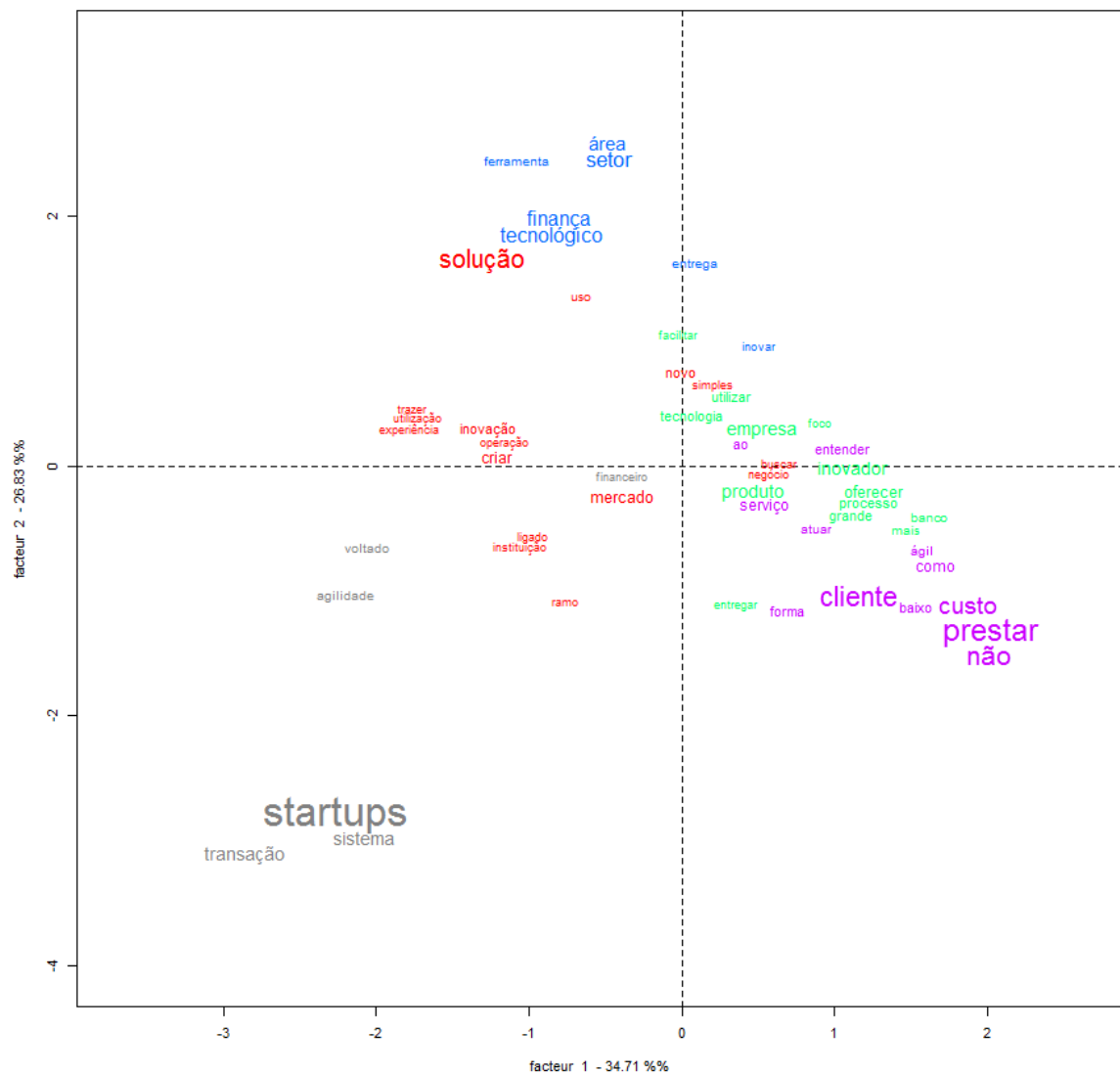
Verifica-se que o lado direito do dendograma enfatiza aspectos mais mercadológicos, possuindo características que buscam definir e enquadrar as fintechs, bem como a forma que funciona e opera seu modelo de negócio. Chun e Teo (2015) enquadram as fintechs como um modelo de negócio específico. A busca por desenvolver soluções, enfatizada por um número considerado de entrevistados, é discutida por Arner, Barberis e Buckley (2015) como característica importante das fintechs.

Detalhe importante que cabe aqui ressaltar é o cuidado ao se analisar o dendograma, pois como o lado esquerdo está mais concentrado, é normal que suas classes pareçam mais representativas. Entretanto, verifica-se que a soma total do lado direito representa 54,3% do total dos segmentos de textos analisados. Para evitar certa fragilidade, Mendes et al. (2016) sugerem que uma análise fatorial de correspondência (AFC) seja apresentada em um plano cartesiano. Segundo Pereira (1997, p. 59):

A AFC não é mais do que uma generalização da análise factorial de componentes principais adaptada ao tratamento de dados qualitativos que se apresentam sob a forma de uma tabela de contingências de frequências. Pode ser simples, se se considera para análise uma única variável por linha e outra por coluna, ou múltipla, se um desses conjuntos de variáveis por coluna ou por linha apresenta vários sub conjuntos. [...] a análise de correspondências trata as variáveis a partir do conceito de distância entre elas num espaço Euclidiano [...].

Dessa forma, apresenta-se na Figura 10 a AFC das palavras que apareceram na CHD analisada anteriormente, apresentando-se as palavras que mais se destacam, bem como a relação de distância entre todas as outras.

Figura 10: Análise fatorial de correspondências das fintechs



## 6 DISCUSSÃO

Após análise das palavras evocadas e das respostas abertas das entrevistas, mediante a técnica da casa dos quatro cantos (VERGÈS, 2003), análise de similitude com árvore máxima (PECORA; SÁ, 2008) e análise léxical de conteúdo com classificação hierárquica descendente (CAMARGO; JUSTO, 2013), Joia e Correia (2018) sugerem que se deva comparar a representação social das fintechs sob a ótica dos profissionais do mercado financeiro com o referencial teórico utilizado.

De acordo o proposto na primeira técnica utilizada nesta dissertação – casa dos quatro cantos de Vergès –, verificou-se as categorias semânticas das palavras evocadas que possuíam as maiores frequências e a menores ordens médias de evocação. Assim, definiram-se quatro dimensões como pertencentes ao núcleo central: **Tecnologia, Inovação, Baixo Custo e Finanças**; enquanto três dimensões compuseram o sistema periférico: **Evolução, Segurança e Modernidade**.

Em seguida, considerada como complementar a anterior, utilizou-se a técnica de análise de similitude via árvore máxima. Constatou-se assim que uma nova dimensão, **Agilidade**, compusesse o núcleo central. Conforme explicado por Pecora e Sá (2008), alterações no núcleo central que sobrevenham à análise de similitude são importantes para garantir a estabilidade da representação social e confirmar a centralidade dos elementos que a pertencem.

Dessa forma, “as representações sociais, para este primeiro tipo de procedimento, são concebidas como sistemas socio-cognitivos verificados pela estruturação de elementos linguísticos” (NASCIMENTO-SCHULZE; CAMARGO, 2000, p. 296).

Como as representações sociais se organizam em torno do núcleo central e do sistema periférico (MACHADO; ANCIETO, 2010), apresenta-se no Quadro 8 as categorias finais que definem a representação social das fintechs. Enquanto os elementos que pertencem ao NC são considerados como parte do senso comum (BORTOLAI; AGUIAR; REZENDE, 2016), onde há consenso sobre seu significado (SÁ, 2002), e possuem bases sólidas e rígidas da RS (MAZZOTTI, 2002), o sistema periférico é caracterizado por ser não consensual (MAZZOTTI, 1997), de fácil mutação (VERGARA; FERREIRA, 2005) e de menor importância (SÁ, 2002).

Quadro 8: Núcleo central e sistema periférico da representação social das fintechs

<p><b>NÚCLEO CENTRAL</b></p> <p>TECNOLOGIA INOVAÇÃO AGILIDADE BAIXO CUSTO FINANÇAS</p>	
	<p><b>SISTEMA PERIFÉRICO</b></p> <p>EVOLUÇÃO SEGURANÇA MODERNIDADE</p>

Algumas ponderações podem ser feitas a respeito de cada uma dessas categorias, buscando auferir (se possível) relação com o referencial teórico utilizado.

A categoria **Tecnologia** obteve a maior frequência de evocações, menor ordem média de evocações, maior conexidade entre os termos e maior coocorrência. Dessa forma, cumpriu as quatro propriedades conforme por Sá (1996), representando valor simbólico, poder associativo, relevância e conexidade. De acordo com Neenu e Hemalatha (2016), a tecnologia é utilizada como forma de auxílio às fintechs – um facilitador para suas funções. Já para Arner, Barberis e Buckley (2015), é com base nessa dimensão que tais empresas desenvolvem soluções financeiras. No tocante ao dia a dia de quem vivencia o contexto de atuação das fintechs, é notável que a tecnologia seja o propulsor dessas empresas.

A palavra fintech é uma aglutinação dos nomes em inglês: *financial* e *technology*. A palavra tecnologia, por sua vez, é apenas a tradução do português da *technology*. Vale, Ferreira e Joia (2014) salientam que quando se trata do teste de evocação, é comum que os entrevistados respondam palavras ou expressões similares ao termo indutor. No entanto, pela sua representatividade, não se deve deixar de levar em consideração as ponderações que foram feitas anteriormente.

**Inovação** foi a segunda categoria mais importante nesta pesquisa. Seu nível de proximidade com a categoria tecnologia faz entender que ambas caminham juntas e estão fortemente interligadas. Autores como Salampasis e Mention (2017) enfatizam que a inovação das fintechs se refere a como essas empresas entendem as necessidades de seus clientes, e, assim, buscam oferecer serviços personalizados que os diferenciem da concorrência. Já Brummer e Golfine (2014) suportam que a inovação seja uma característica

das fintechs, uma vez que tais empresas buscam mudar a maneira de interagir com serviços financeiros, desenvolvendo plataformas mais amigáveis.

O termo inovação tem ganhado muito espaço na literatura moderna. Henderson e Clark (1990) determinaram quatro tipos possíveis de inovação que podem estar presentes em produtos e serviços. Os autores as diferenciam por radicais, incrementais, modulares e arquiteturas. A denominação de inovação incremental enquadra-se bem ao presente estudo, tendo em vista que as fintechs buscam melhorar e potencializar produtos e serviços que já existem. Ao mesmo tempo, Christensen (1997) explica que inovação (ou tecnologia) incremental pode vir a ser tornar disruptiva em algum momento no futuro, extinguindo um setor tradicional com empresas estabelecidas. Importante destacar que o termo disruptivo não entrou na representação social de fintech.

As categorias **Agilidade**, **Baixo Custo** e **Finanças** também se mostraram significantes, a ponto de fazerem parte do núcleo central. O termo **Agilidade** foi pouco encontrado na revisão bibliográfica. Apenas Brear (2015) destaca que o referido aspecto tem potencial para que as fintechs venham a se tornar uma tecnologia disruptiva no futuro. No entanto, percebe-se a presença desse elemento nas respostas abertas dos entrevistados, possuindo a percepção do seu impacto positivo nas operações e transações que ocorrem no mercado financeiro.

Já a categoria **Baixo Custo** possui duas interpretações diferentes. A primeira está de acordo com o que é exposto por Salampasis e Mention (2017) e Brummer e Golfine (2014), onde o baixo custo estaria diretamente ligado ao modelo de negócio da empresa, fazendo com que as fintechs consigam escalabilidade de maneira muito mais fácil que os bancos. A segunda diz respeito à forma como essas empresas oferecem os mesmos serviços que bancos a um custo menor, desafiando o sistema tradicional e fomentando a inclusão financeira (BRUMMER; GOLFINE, 2014).

Dessa forma, pode-se entender que o baixo custo dos modelos de negócios das fintechs seja repassado ao consumidor final.

A interpretação da categoria **Finanças** tende a ser muito subjetiva. Primeiro pela vasta possibilidade de aplicação do termo e segundo por também estar presente na palavra indutora (*financial technology*), fazendo com que ela possa não ter muito significado para os entrevistados.

No entanto, cabe ressaltar aqui a visão de alguns autores. Neenu e Hemalatha (2016), por sua vez, entendem que esse termo esteja ligado à educação das pessoas quanto aos aspectos relacionadas a finanças. Dessa forma, os autores sugerem que as fintechs

potencializam a educação e conscientização financeira. Já Arner, Barberis e Buckley (2015) entendem finanças como fontes alternativas de investimentos e financiamentos, desenvolvendo assim novas soluções para tomadores e investidores.

As categorias **Evolução**, **Segurança** e **Modernidade** fazem parte do sistema periférico da representação social das fintechs; uma interpretação adequada sobre estas também se faz necessário. Importante destacar que os elementos que fazem parte desse quadrante se denotam há falta de consenso sobre seu significado, representando divergência entre as pessoas e até dúvidas (VERGARA; FERREIRA, 2005).

Autores como Nenu e Hemalatha (2016), Reed (2016) e Figurelli (2017) indicam a categoria **Evolução** como um novo patamar que as fintechs estão levando a sociedade. O ponto que estes autores enfatizam, ao falar de evolução, é que os bancos e empresas tradicionais precisam se adaptar para acompanhá-la e continuarem “vivos” no mercado. No entanto, na própria análise de conteúdo elaborada, nada se encontrou referente a esse termo, confirmando a falta de consenso e dúvidas quanto a seu significado.

A questão da **Segurança** é bem definida por Arner, Barberis e Buckley (2015), onde, de maneira simplificada, suportam que as fintechs garantem maior segurança para o uso de dados e informações na Internet. Sugere-se assim que a vulnerabilidade de dados a crimes cibernéticos se reduza à medida que essas empresas se consolidem. O fato dessa categoria se encontrar no sistema periférico demonstra que as pessoas ainda não estão convictas de que as fintechs são plataformas seguras.

A última palavra que compõe o sistema periférico, e, por sua vez, a representação social das fintechs, é a categoria **Modernidade**. Tal elemento não foi encontrado na bibliografia utilizada nesta dissertação. Sua classificação dentro da representação demonstra que as pessoas apresentam dúvidas se as fintechs realmente representam algo moderno, uma vez que, como muitas outras tecnologias que já emergiram, podem-se extinguir depois de certo tempo.

Como o foco desta seção é comparar os resultados da pesquisa com o referencial teórico da seção 3.1, faz-se necessário comentar as quatro dimensões que a literatura atual caracteriza as fintechs:

- **Modelo de negócio**
- **Experiência do usuário**
- **Inclusão financeira**

- **Tecnologia disruptiva**

A primeira característica diz respeito ao **Modelo de Negócio** diferenciado que as fintechs utilizam para atuar no mercado (SALAMPASIS; MENTION, 2017). Modelos que seguem os princípios LASIC (CHUEN; TEO, 2015) e MVP (RIES, 2011) são adequados para entender como essas empresas iniciam seus negócios. Tal característica esteve presente nos discursos dos respondentes bem como na zona de contraste do quadro de Vergès, sendo representada pela palavra **Startup**. Convém aqui reforçar que as startups possuem um modelo de negócio específico, conforme é explicado por Eisenmann, Ries e Dillard (2013) em seu artigo “*Hypothesis-Driven Entrepreneurship: The Lean Startup*” (Anexo A).

**Experiência do Usuário**, por vez, vincula-se a categoria **Inovação**, onde enfatize-se que as fintechs buscam por novas (e melhores) formas de atender e prestar serviços aos clientes. Também foi verificada a sua presença durante a análise de conteúdo, como denotam as frases que abaixo:

*“Empresas que mesclam tecnologia com finanças, visando inovar as operações e a experiência dos clientes nos serviços financeiros.”*

*“Empresas de tecnologia que buscam otimizar o mercado e criar inovações que facilitem as experiências de consumo e score.”*

Detectar, ao menos que parcialmente, a presença dessa característica na percepção dos profissionais do mercado financeiro brasileiros é importante, tendo em vista sua ampla abordagem na literatura. Autores como Buckley e Webster (2016) e Brummer e Golfine (2014) destacam que o propósito das fintechs é melhorar a experiência do usuário ao utilizar os serviços financeiros.

De forma oposta aos autores que defendem que o enfoque principal das fintechs seja a experiência do cliente, Salampasis e Mention (2017) defendem que tais empresas tenham um propósito social, buscando, com apoio da inovação e tecnologia, a **Inclusão Financeira** de uma maior parte da população mundial. Chishti e Barberis (2016) corroboram esse pensamento, alegando que as fintechs têm capacidade de atingir a base da pirâmide econômica, atuando especialmente em países emergentes e com baixa infraestrutura. De certa forma, a estrutura enxuta e baixos custos de operação fazem com que as fintechs atinjam um nível de escalabilidade que os bancos tradicionais até hoje nunca conseguiram (REED, 2016).



A **Inclusão Financeira** possui vinculação com as categorias **Baixo Custo** e **Finanças**, uma vez que enfatizam a importância das fintechs para disseminar serviços financeiros mais acessíveis e tornar a população mais consciente sobre o tema. Além disso, a mesma pode ser encontrada em respostas da análise de conteúdo, como segue abaixo:

*“Empresas que se utilizam da tecnologia para prestar um serviço, principalmente aos não bancarizados, de uma forma mais simples e ágil.”*

A última dimensão que o referencial teórico indica, resultado das três primeiras, trata da potencial **Tecnologia Disruptiva** que possa emergir. De acordo com Dapp (2014), as fintechs buscam explorar exatamente as vulnerabilidades do sistema atual, oferecendo serviços e produtos melhores e mais simples para clientes insatisfeitos. Há ainda autores mais radicais, como é caso de Buckley e Webster (2016), que argumentam que os métodos atuais podem se tornar obsoletos, e Figurelli (2017), que acredita que o sistema financeiro tradicional já esteja comprometido. Já para Nenu e Hemalatha (2016) e Reed (2016) ainda há solução para as instituições financeiras, contanto que as mesmas busquem se adaptar às novas tendências e tecnologias.

Entretanto, a característica **Tecnologia Disruptiva** não foi encontrada em nenhuma das análises realizadas neste trabalho, bem como nenhum termo que esteja ligado à mesma. Tal ponto pode ser considerado preocupante, em função da real ameaça que as fintechs trazem para alterar ou até romper a estrutura atual do mercado. A falta de percepção pelos profissionais quanto a essa dimensão pode indicar baixa maturidade dos mesmos quanto a novas tecnologias.

Verifica-se, dessa forma, que ao mesmo tempo em que a literatura e os profissionais do mercado financeiro compartilham certos entendimentos sobre as fintechs, há também um *gap* entre certas percepções. O Quadro 9 apresenta essa comparação de maneira resumida, onde os termos em negrito realçam os pontos em comum.

Quadro 9: Comparação entre a percepção dos profissionais e o referencial teórico de fintechs

Referencial Teórico	Teoria da Representação Social
Modelo de Negócio	Tecnologia
Experiência do Usuário	Inovação
Inclusão Financeira	Agilidade
Tecnologia Disruptiva	Baixo Custo
	Finanças
	Evolução
	Segurança
	Modernidade

Dessa forma, percebe-se que das categorias pertencentes do núcleo central – Tecnologia, Inovação, Agilidade, Baixo Custo e Finanças – e sistema periférico – Evolução, Segurança e Modernidade –, todas, com exceção de Modernidade, foram percebidas no referencial teórico. O fato de todo o núcleo central estar presente do referencial teórico reforça a robustez do material analisado e de como a literatura está bem alinhada com a visão dos profissionais do mercado.

Já as dimensões que compõe o referencial teórico de fintechs – Modelo de Negócio, Experiência do Usuário, Inclusão Financeiro e Tecnologia Disruptiva –, todas, com exceção de Tecnologia Disruptiva foram evidenciadas de alguma forma na representação social, ou seja, na percepção dos profissionais do mercado financeiro brasileiro. Denota-se que apesar dessas palavras não serem explicitamente citadas na RS, estão fortemente vinculadas com as categorias que são. Além disso, a análise de conteúdo do discurso aberto dos respondentes corroborou com o entendimento por parte dos profissionais e com tal vinculação.

A dissonância existente entre a literatura moderna e o entendimento dos profissionais do mercado financeiro a respeito de fintechs como tecnologia disruptiva, ressaltam o desalinhamento destes profissionais com o potencial que as fintechs apresentam como ameaça para a indústria como um todo, vis-à-vis como o que ocorreu em outros segmentos com o surgimento de novas tecnologias (eg: Uber vs Taxi e Netflix vs Locadoras).

## 7 CONCLUSÃO

Neste último, capítulo discute-se as ponderações finais dos resultados que foram encontrados, consolidando-os e desenvolvendo uma conclusão. Desenvolvem-se também as implicações acadêmicas e gerenciais, bem como as limitações do estudo e possibilidades de futuras pesquisas.

Buscando responder à pergunta de pesquisa inicialmente proposta nesta dissertação “*Qual a representação social das fintechs para os profissionais do mercado financeiro do Brasil?*”, utilizaram-se três técnicas indicadas em pesquisas de Representações Sociais. Essas técnicas auxiliaram os passos desde a seleção e coleta de dados, até a análise e interpretação dos mesmos. Os resultados finais encontrados foram comparados com o referencial teórico utilizado sobre o tema fintech, cumprindo, dessa forma, o objetivo principal proposto nesta pesquisa.

Os objetivos secundários foram realizados conforme mostrado abaixo.

- 1) Com base em vasta literatura, compreendeu-se o conceito de fintech sob a ótica de acadêmicos, especialistas e entusiastas do assunto.
- 2) A Teoria de Representação Social foi definida com base em autores clássicos que discutem o tema. A mesma teve seus aspectos principais evidenciados, bem como as teorias complementares, como Núcleo Central e Sistema periférico também foram esclarecidos.
- 3) A pesquisa de campo seguiu os preceitos de Vergara (2005) e Wachelke, Wolter e Matos (2016) para garantir a validação e confiabilidade da amostra.
- 4) Os dados foram analisados com auxílio de planilhas em Excel e confirmados posteriormente por meio do software EVOC.
- 5) Análise de similitude foi realizada por meio de Árvore Máxima de Similitude (FLAMONT, 1985).

De acordo com a literatura pesquisada, as fintechs podem ser definidas em quatro dimensões: (1) Modelo de Negócio, (2) Experiência do Usuário, (3) Inclusão Financeira e (4) Tecnologia Disruptiva. Esta última aparece como consequência das três primeiras, sugerindo que o mercado como se conhece pode mudar, e que os bancos e instituições tradicionais precisam se adaptar para acompanhar tal tendência.

Ao verificar os resultados da amostra coletada, nenhuma dessas quatro dimensões de fintechs compôs a representação social (núcleo central + sistema periférico) das fintechs. Entretanto, foi possível verificar algumas percepções entre essas categorias e os dados coletados.

Características de **Modelo de Negócio** foram encontradas na zona de contraste do quadro de Vergès (categoria **Startup**), demonstrando que esse aspecto possui importância significativa. Porém, a baixa frequência de respondentes que evocaram tal categoria fez com que a mesma não se tornasse representativa suficiente para compor o núcleo central. Além disso, também há vinculação com a categoria **Tecnologia**, categoria principal do Núcleo Central, sustentando que é isso o que sustenta e torna viável o modelo de negócio das fintechs.

Por vez, **Experiência do Usuário** e **Inclusão Financeira** foram identificadas nas respostas abertas, assim como a primeira possui relação com a categoria **Inovação** da RS e a segunda com as categorias **Baixo Custo** e **Finanças**. Cabe destacar que a busca de soluções para melhorar a experiência de usuários atuais e a inclusão financeira de pessoas que não tem acesso a esses serviços se destacam como estratégia de muitas fintechs. Dessa forma, percebe-se a importância do alinhamento com base no potencial que as fintechs têm a oferecer, o que pode desencadear novas oportunidades para o mercado.

Já a ideia de **Tecnologia Disruptiva** não foi detectada em nenhum momento, seja na associação de palavras evocadas ou nas respostas abertas da amostra. Essa situação se mostra alarmante, uma vez que o mercado que se encontra ameaçado dentro dessa dimensão é justamente o que estes profissionais estão inseridos. Resta a impressão de que eles não estejam preparados para toda a mudança que as fintechs podem trazer.

As categorias que compuseram o núcleo central de fintech são relevantes, apesar de algumas delas (**Tecnologia**, **Inovação** e **Finanças**) serem um pouco rotuladas. Dentre elas, apenas **Baixo Custo** e **Agilidade** representam uma característica positiva sobre as fintechs. Todas essas categorias foram encontradas na revisão bibliográfica.

Salienta-se aqui que o núcleo central foi encontrado com base nas quatro propriedades impostas por Sá (1996): Valor simbólico, poder associativo, relevância e forte conexidade. Ainda por Sá (1996), indica-se, em pesquisas de representação social, o uso de métodos quantitativos com qualitativos em conjunto. Dessa forma, utilizou-se a técnica do quadro de quatro casas, análise de similitude e análise de conteúdo com lexical.

Destaca-se, por fim, a utilização de *softwares* de apoio para a condução de pesquisas de representação social. Utilizou-se o EVOC para confirmação do quadrante de Vergès e o

IRAMUTEQ para construção da árvore máxima de similitude. A utilização adequada de ambas as ferramentas corrobora o trabalho de Mozzato e Grzybovski (2011), em que *softwares* podem potencializar a validação dos resultados de uma pesquisa.

## **7.1 Implicações acadêmicas e gerenciais**

Sob a ótica acadêmica, este trabalho evidenciou a relação entre a percepção dos profissionais do mercado financeiro brasileiro com a literatura nacional e internacional a respeito do tema fintechs. Observa-se que há uma dissonância entre o que a literatura diz e o que os profissionais do mercado percebem.

Ênfase foi dada na Teoria das Representações Sociais, que, apesar de ter seu surgimento na Psicologia, tem se mostrada de alta aplicabilidade para estudos de novos fenômenos no campo da Administração – especialmente na área da Administração da Informação. Ao levar em consideração a quantidade de novas tecnologias que têm surgido, recomenda-se o uso contínuo das Representações Sociais para um melhor entendimento de como inovações estão impactando organizações.

Quanto à forma que este estudo foi conduzido, o casamento metodológico entre técnicas estatísticas e inferenciais com análise lexical e de conteúdo potencializa um debate que está em ascensão: o uso conjunto de metodologias de cunho qualitativo com quantitativo (FLICK, 2009). Este trabalho demonstrou que a utilização de técnicas quali-quantitativa pode fornecer resultados mais apurados e profundos.

Ainda no aspecto acadêmico, destaca-se que a utilização de softwares como facilitador e apoio à pesquisa corrobora o manuseio das informações e apurações nos resultados, especialmente em pesquisas com grandes volumes de dados.

Já no lado gerencial, a dissonância presente entre a literatura e a percepção dos profissionais deve ser tratada como um grave problema. A literatura destaca aspectos de alta relevância e que foram pouco percebidos pelos profissionais do mercado financeiro. Dentre esses aspectos, destaca-se o potencial que as fintechs possuem para explorar novos mercados, fidelizar clientes e até romper estruturas já estabelecidas, o que pode representar uma ameaça às instituições tradicionais.

Considerando a importância das pessoas para a estratégia de organizações, bem como uma das fontes de recursos mais importantes para vantagem competitiva sustentável

(BARNEY; WRIGHT, 1998), as instituições financeiras devem buscar promover e incentivar o alinhamento e entendimento dos seus profissionais a respeito de tecnologias que surgem em seu setor, buscando, assim, garantir longevidade no mercado.

## **7.2 Limitações da pesquisa**

A primeira limitação desta pesquisa diz respeito à categorização que foi realizada na seção 4.1. Reduzir 760 palavras a 82 categorias semânticas pode gerar certo grau de subjetividade por parte do pesquisador. Logo, há possibilidade do enquadramento de algumas palavras terem sido enviesadas.

A validação dos dados, apesar da inferência de três técnicas distintas, seria potencializada com o retorno a campo, confirmando (ou não) os resultados encontrados. Além disso, a utilização de outros *softwares* com metodologias diferentes (e.g. CHIC com análise implicativa) poderia ter sido feita para confirmação do núcleo central e sistema periférico.

Um terceiro aspecto quanto às limitações se encontra na frequência mínima estipulada e nos cortes feitos para FME intermediária e OME média. Como não há consenso sobre esses valores, é possível que a escolha de uma mensuração diferente possa interferir nos resultados finais apresentados.

Há ainda a falta de controle sobre respondentes, devido às respostas serem virtuais e à distância. Qualquer um dos entrevistados pode ter pesquisado sobre o tema durante a evocação das cinco palavras, o que, por sua vez, invalidaria as respostas.

Por fim, denota-se que o fato de 70% da amostra trabalhar em empresas de grande porte evidência que maioria dos profissionais não devem trabalhar dentro de fintechs (o que geralmente são empresas pequenas), podendo ter enviesado os resultados encontrados.

## **7.3 Futuras pesquisas**

A partir da análise da representação social das fintechs, sugere-se que diversos novos estudos possam contribuir para um tema novo que está em ascensão.

Donato et al. (2016) sugerem que a coleta de dados por meio de grupos focais seja uma alternativa consistente para o levantamento de dados em representações sociais. Sugere-se assim, um estudo que compare os resultados desta dissertação com os resultados provindos de um grupo focal associado ao tema aqui estudado.

Como a amostra desta dissertação filtrou apenas pessoas que atuem no mercado financeiro, uma segunda pesquisa seria aplicar a metodologia aqui presente com funcionários de bancos tradicionais e, posteriormente, com funcionários de fintechs. Comparando-se a diferença entre os resultados, seria possível encontrar divergências (ou não) entre as percepções dos mesmos, bem como analisar o tipo de perfil que está presente em cada modelo de empresa.

## REFERÊNCIAS

ABRIC, J. C. A Abordagem Estrutural das Representações Sociais. In: MOREIRA, O. D. (Org). **Estudos Interdisciplinares de Representação Social**. Goiânia: AB, 1996.

\_\_\_\_\_. Le recherché du noyau central et de la zone muette des représentations sociales. In: \_\_\_\_\_. (Org.). **Méthods d'étude des representations sociales**, p. 59-80, Ramonville Saint-Agne, France: Éres, 2003.

AGRESTI, A.; FINLAY, B. **Métodos Estatísticos para as Ciências Sociais**. Porto Alegre: Penso, 2012

ALMEIDA, A. M. O.; SANTOS, M. F. S.; TRINDADE, Z. A. **A Teoria das Representações Sociais: 50 anos**. Technopolitik Editora: Brasília, 2014.

ALMEIDA, A. M. O.; CUNHA, G. G. Representações sociais do desenvolvimento humano. **Psicol. Reflex. Crit.** Porto Alegre, v. 16, n. 1, p. 147-155, 2003 . Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-79722003000100015&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-79722003000100015&lng=en&nrm=iso)>. Acessado em 03/08/2018.

ARNER, D. W.; BARBERIS, J.; BUCKLEY, R. P. The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm? The University of Hong Kong Faculty of Law, n. 2015/047, out. 2015

ARRUDA, A. A Teoria das Representações Sociais e Teorias de Gênero. **Cadernos de Pesquisa**, n. 117, p. 127-147, nov. 2002

BARBERIS, J.; CHISHTI, S. **The FINTECH Book: The Financial Technology Handbook for Investors, entrepreneurs and Visionaries**. 2016.

BARNEY, J. B; WRIGHT, P. M. On Becoming a Strategic Partner: The Role Of Human Resources in Gaining Competitive Advantage. **Human Resource Management**, v. 37, n. 1, p. 31-46, 1998.

BID; FINNOVISTA. FINTECH – Inovações Que Não Sabia Que Eram da América Latina e o Caribe, 2017. Disponível em: <<https://publications.iadb.org/handle/11319/8265?locale-attribute=pt&>> Acesso em: 27 de Janeiro de 2018.

BLUMER, Herbert. The methodological position of symbolic interactionism. **Symbolic interactionism: Perspective and method**, p. 1-60, 1969.



BREAR, D, M. What Diffentiates Banking and Fintech? 20, jun, 2015.

BRUMMER, C.; GOLFINE, D. Fintech: Bulding a 21st Century Regualtor's Toolkit. 2014.

BORTOLAI, M. M. S.; AGUILAR, M. B. R.; REZENDE, D. B. Núcleo Central e Periferia das Representações Sociais de Alunos do Ensino Médio Sobre Ciência. **XVIII Encontro Nacional de Ensino de Química**, Florianópolis, 25 a 28 de julho de 2016.

BUCKLEY, R. P.; WEBSTER, S. Fintech in Developing Countries: Charting New Customer Journeys. **Journal of Financial Transformation**, v. 44, 2016.

BUENO, E. D. L.; COUTO, G. S. Representações Sociais e Tecnológicas: O Que Dizem as Teses e Dissertações 2013-2017. **IV Seminário Internacional de Representações Sociais, Subjetividade e Educação**, 2017.

Camargo, B. V. ALCESTE: Um Programa Informático de Análise Quantitativa de Dados Textuais. In A. S. P. Moreira, B. V. Camargo, J. C. Jesuíno, & S. M. Nóbrega (Eds.), **Perspectivas teórico-metodológicas em representações sociais**. João Pessoa, PB: Editora da Universidade Federal da Paraíba, 2005.

CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M. IRAMUTEQ: um software gratuito para análise de dados textuais. **Temas psicologia**. Ribeirão Preto, v. 21, n. 2, p. 513-518, dez. 2013.

CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M. Tutorial Para Uso do Software IRAMUTEQ. 2016

CHISHTI, S.; BARBERIS, J. **The Fintech Book: The Financial Technology Handbook For Investors, Entrepreneurs and Visionaries**. John Wiley & Sons Ltd, West Sussex, United Kingdom, 2016.

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

CHUEN, D. L. L.; TEO, E. G. S. Emergence of Fintech and the LASIC Principles. **Journal of Financial Perspectives**, v. 3, p. 1-26, dez 2015.

CORREIO, W. S. C. et al. O Poder das Redes Sociais Online nas Manifestações Ocorridas no Brasil. **Revista de Tecnologia Aplicada**, v.5, n.1, p. 17-31, jan/abr 2016.

CITIGROUP. Digital Disruption: How Fintech is Forcing Banking to a Tipping Point. **Citi GPS: Global Perspectives & Solutions**. March, 2016. Disponível em <<https://ir.citi.com/D%2F5GCKN6uoSvhhvCmUDS05SYsRaDvAykPjb5subGr7f1JMe8w2oX1bqpFm6RdjSRSpGzSaXhyXY%3D>>. Acesso em: 12 de Janeiro de 2018.

CRUZ, J.F.P;WOOD, T.J. Impacto dos “MBAs” nas Carreiras: Estudo com Alunos de Programas Brasileiros de Pós-graduação em Formação Gerencial. Congresso EnAnpad – Rio de Janeiro/RJ – 7-10 de 2013.

DAPP, T, F. **Fintech – The Digital (R)evolution in the Financial Sector**. Deutsche Bank Research, Frankfurt, Nov 2014.

DONATO, ET AL. Da Análise de Similitude ao Grupo Focal: Estratégias para Estudos na Abordagem Estrutural das Representações Sociais. *Revista Educação e Cultura Contemporânea*, v. 14, n. 37, 2016.

EISENMANN, T.; REIS, E.; DILLARD, S. Hypothesis-Driven Entrepreneurship: The Lean Startup. **Harvard Business School**. N 812-095, 10 july, 2013.

FARR, R. M. Representações Sociais: A Teoria e a Sua História. In: GUARASCHI, P. A.; JOVCHELOVITCH, S. (Org) **Textos em Representações Sociais**. 7ª ed. Petrópolis, RJ. Vozes, 2002.

FEBRABAN. Pesquisa Febraban de Tecnologia Bancária, 2018. Disponível em: <<https://portal.febraban.org.br/pagina/3106/48/pt-br/pesquisa>> Acesso em: 08 de Janeiro de 2018.

FLAMENT, C. (1985). L’analyse de similitude: une technique pour les recherches sur les représentations. *Informatique et Sciences Humaines*, 67, 41-58.

FLICK, U. **Desenhando a Pesquisa Qualitativa**. Porto Alegre: Artmed/Bookman, 2009.

FIGURELLI, R. **FINTECH: A Arena Digital e à Prova de Futuro de Bancos**. E-book Kindle, 2017.

FRANCO, M. L. P. B. Representações Sociais, Ideologia e Desenvolvimento da Consciência. **Cadernos de Pesquisa**, São Paulo, v. 34, n. 121, p. 169-186, jan/abr 2004.

HE, D.; ET AL. Fintech and Financial Services: Initial Considerations. IMF Staff Discussion Note. Jun, 2017.

FREITAS, H. M. R. Réplica 1 - Análise de Conteúdo: Faça Perguntas às Respostas Obtidas com sua 'Pergunta'. **Revista de Administração Contemporânea**, jul-ago, 2011.

FREITAS, H. M. R.; JANISSEK, R. **Análise Léxica e Análise de Conteúdo**: Técnicas Complementares, sequenciais e Recorrentes para Exploração de Dados Qualitativos. Porto Alegre, RS: Sphinx Sagra, 2000.

GIGLIO, C. R. F. S.; GALEGALE, N. V.; Azevedo, M. M. Comparação Entre o Método Ágil e o Tradicional no Desenvolvimento e Software. **XII Workshop de pós-graduação e pesquisa do centro Paula Souza**. 346-356, out, 2017.

GRAS, R. ALMOULOU, S. A. A Implicação Estatística Usada Como Ferramenta em um Exemplo de Análise de Dados Multidimensionais. **Revista Educação Matemática Pesquisa**, v. 4, n. 2, p-75-88, 2002.

GOLDSCHMIDT, C. C;. Resiliência. [dissertação]: um estudo exploratório da percepção de gestores sobre o constructo, nas dimensões humana e organizacional. FGV-EBAPE, Rio de Janeiro, 2015

GOMES, F. P.; ARAÚJO, R. D. Pesquisa Quanti-Qualitativa em Administração: Uma Visão Holística do Objeto em Estudo. **Seminários em Administração**, v.8, 2005.

GOOMAN, L. A. Snowball Sampling. **The Annals of Mathematical Statistics**, v. 32, n. 1, p. 148-170, mar 1961.

INFOWESTER. **O que é Fintech?** Mar, 2016. Disponível em <<https://www.infowester.com/fintech.php>>. Acesso em 04/01/2018.

JODELET, D. Representações Sociais: Um Domínio em Expansão. In: JODELET, D. (Org) **As Representações Sociais**. Rio de Janeiro, RJ. EdUERJ, 2001.

JOIA, L. A. A Teoria da Representação Social e a Definição de Constructos na Área de Administração da Informação. **ENADI – VI Encontro de Administração da Informação**. Curitiba, 28 a 30 de Maio de 2017.

JOIA, L. A.; CORREIA, J. C. P. CIO Competencies From the IT Professional Perspective: Insights From Brazil. **Journal of Global Information Management (JGIM)**, 26(2), p. 74-103, 2018.

LOYOLA, M. V; Et al. O Impacto da Pós-Graduação Lato Sensu em Administração na Carreira. Congresso EnGPR 2017 – Curitiba / PR - 28 - 30 de Maio de 2017.

MACHADO, L. B.; ANICETO, R. A. Núcleo Central e Periferia das Representações Sociais de Ciclos de Aprendizagem Entre Professores. **Ensaio: Aval. Pol. Públ. Educ.**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 67, p. 345-364, abr/jun 2010.

Marchand, P., & Ratinaud, P. (2012). L'analyse de similitude appliqué aux corpus textuelles: les primaires socialistes pour l'élection présidentielle française. In *Actes des 11eme. Journées internationales d'Analyse statistique des Données Textuelles. JADT 2012* (pp. 687-699). Liège, Belgique.

MARCHISOTTI, G. G. **A Representação Social do Cloud Computing na Visão dos Profissionais de TI Brasileiros** (dissertação de mestrado, EBAPE/FGV), 2014.

MARTINS, P. O.; TRINDADE, Z. A.; ALMEIDA, A. M. O. O ter e o ser: representações sociais da adolescência entre adolescentes de inserção urbana e rural. **Psicol. Reflex. Crit.**, Porto Alegre , v. 16, n. 3, p. 555-568, 2003.

MAZZOTTI, T. B. Representação social de “problema ambiental”: uma contribuição à educação ambiental. **Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos**, Brasília, v. 78, n. 188/189/190, p. 86-123, jan/dez 1997.

MAZZOTTI, A. J. A. A Abordagem Estrutural das Representações Sociais. **Revista Psicologia da Educação**, São Paulo, n. 14-15, p. 17-35, 2002.

MAZZOTTI, A. J. A. A. Representações da identidade docente: uma contribuição para a formulação de políticas. **Ensaio: aval.pol.públ.Educ.**, Rio de Janeiro , v. 15, n. 57, p. 579-594, Dec. 2007.

MENDES, F. R. P. Et al. Representações sociais dos estudantes de enfermagem sobre assistência hospitalar e atenção primária. *Rev Bras Enferm* [Internet]. 2016;69(2):321-8. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/0034-7167.2016690218i>

MOSCOVICI, Serge. **Representações Sociais: Investigações em Psicologia Social**. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. 11ª ed. Petrópolis, RJ. Vozes, 2015.

MOZZATO, A. R. & GRZYBOVSKI, D. Análise de Conteúdo como Técnica de Análise de Dados Qualitativos no Campo da Administração: potencial e desafios. **RAC**, v. 15, n. 14, jul/ago, 2011.

NASCIMENTO, A. R. A.; MENANDRO, P. R. M. Análise Lexical e Análise de Conteúdo: uma proposta de utilização conjugada. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, n. 2, 2ª semestre de 2006.

NASCIMENTO-SZCHULZE, C. M.; CAMARGO, B. V. Psicologia Social, Representações Sociais e Métodos. *Temas em Psicologia da SBP*, v. 8, n. 3, p. 287-299, 2000.

NEENU, J.; HEMALATHA, N. A Survey on the Implementation of Fintech in Different Industries. **International Journal of Latest Trends in Engineering and Technology**. Special Issui SACAIM, p. 461-465, 2016.

OLTRAMARI, L. C.; CAMARGO, B. V. Representações sociais de mulheres profissionais do sexo sobre a AIDS. **Estud. psicol.**, Natal, v. 9, n. 2, p. 317-323, Ago. 2004

PECORA, A. R.; SÁ, C. P. Memórias e Representações Sociais de Cuibá, ao Longo de Três Gerações. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, v. 21, n. 2, p. 319-325, 2008.

PEREIRA, C. A Análise de Dados nas Representações Sociais. **Análise Psicológica**, v.1, n. 15, 1997.

PINTO, J. C.; MAZIERI, M. R.; VILS, L. Análise Léxica Automatizada em Administração de Empresas: In: Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade, São Paulo, 2017. **Anais do VI SINGEP**, São Paulo: 2017.

POLLI, Gislei Mocelin; CAMARGO, Brigido Vizeu. Representações Sociais do Meio Ambiente e da Água. **Psicol. cienc. prof.**, Brasília, v. 35, n. 4, p. 1310-1326, dez. 2015.

REED, J. Fintech: Financial Technology and modern finance in the 21<sup>st</sup> century. 2016.  
RIES, E. **Lean Startup**. 2011

REINERT, M. Alceste, une méthodologie d'analyse des données textuelles et une application: Aurelia de Gerard de Nerval. **Bulletin de Methodologie Sociologique**, v.26, p.24-54, 1990.

SÁ, C. P. Representações Sociais: Teoria e Pesquisa do Núcleo Central. **Revista Temas da Psicologia**, Ribeirão Preto, v. 4, n.3, p. 19-33, dez 1996.

\_\_\_\_\_. **Núcleo Central das Representações Sociais**. 2ª ed. Petrópolis, RJ. Vozes, 2002.

SALAMPASIS, D.; MENTION, A. L. Fintech: Harnessing Innovation for Financial Inclusion p. 451-462, 2017.

STRATEGY & PWC. The Un(der)banked is Fintech's Largest Opportunity. DeNovo Q2 2016 Fintech Recap and Funding Review. Disponível em: <<https://www.strategyand.pwc.com/media/file/DeNovo-Quarterly-Q2-2016.pdf>>. Acesso em: 19/01/2018.

TOMÉ, V. T. **Utilização de Machine Learning Para Categorização Dos Gastos de Bitcoin no Brasil** (dissertação de mestrado, EMAP/FGV), 2017.

VERGARA, S. C. **Métodos de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2005.

VERGARA, S. C. **Métodos de Coleta de Dados no Campo**. 2ª Edição. São Paulo: Atlas, 2012.

VERGARA, S. C.; FERREIRA, V. C. P. A representação social de ONGs segundo formadores de opinião do município do Rio de Janeiro. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 39, n. 5, p. 1137-a, 2005.

\_\_\_\_\_. Teoria das representações sociais: uma opção para pesquisas em administração. **Revista Angrad**, v. 8, n. 2, p. 225-241, 2007.

VERGÈS, P. L'Analyse des Données Par Les Graphes de Similitude. **Sciences Humaines**. 2001.

VERGÈS, P. EVOC – **Ensemble de Programmes Permettant l'Analyse des Évocations**: Manuel Version 15 octobre 2003. Aix-en-Provence: Laboratoire Méditerranéen de Sociologie (LAMES), 2003.

WACHELKE, J.; WOLTER, R. Critérios de construção e relato da análise prototípica para representações sociais. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 27, n. 4, p. 521-526, 2011.

WACHELKE, J.; WOLTER, R.; MATOS, F. R. Efeito do Tamanho da Amostra na Análise de Evocações para Representações Sociais. *Liberabit. Revista de Psicología* [en linea] 2016, 22 [Fecha de consulta: 30 de julio de 2018] Disponible en:<<http://248.redalyc.org/articulo.oa?id=68649318002>> ISSN 1729-4827

WHARTON FINTECH. What is Fintech? Feb, 2016. Disponível em  
<<https://www.whartonfintech.org/blog-archive/2016/2/16/what-is-fintech>> Acesso em  
16/01/2018.

YIN, R.K. **Pesquisa Qualitativa**: Do início ao fim. Porto Alegre: Penso, 2010.

## APÊNDICE A – E-MAIL E QUESTIONÁRIO UTILIZADOS NA PESQUISA

### i) E-mail enviado.

Prezado (a),

Estou iniciando minha pesquisa para finalizar a dissertação do Mestrado em Gestão Empresarial da Fundação Getúlio Vargas.

No meu trabalho, busco identificar qual a percepção dos profissionais do mercado financeiro brasileiro sobre as fintechs.

Peço que reencaminhe este questionário aos seus contatos (amigos, família, etc.) que atuem no mercado financeiro e também responda, caso atue na área.

<http://pesquisa.fgv.br/index.php?sid=18768&lang=pt-BR>

Desde já agradeço e conto com a sua colaboração.

Rodrigo Proença.

### ii) Conteúdo do Questionário.



**FGV EBAPE**

**A representação social das fintechs na visão dos profissionais do mercado financeiro brasileiro**

Por meio da análise das respostas a este questionário, busca-se identificar como as fintechs são percebidas pelos profissionais do mercado financeiro brasileiro.

Seja bem vindo ao questionário de pesquisa eletrônica referente ao meu projeto de pesquisa de Mestrado em Gestão Empresarial da EBAPE/FGV - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas.

Conto com a sua colaboração para responder todas as questões que levará cerca de 10 minutos para ser respondido. O sucesso deste trabalho depende da sua ajuda, a qual agradeço antecipadamente.

Carregar questionário não concluído      Próximo >>      Sair e limpar questionário

**Este questionário não está ativo. Você não poderá salvar suas respostas.**



**FGV EBAPE**

**A representação social das fintechs na visão dos profissionais do mercado financeiro brasileiro**

Por meio da análise das respostas a este questionário, busca-se identificar como as fintechs são percebidas pelos profissionais do mercado financeiro brasileiro.

0%  100%

Teste de evocação de palavras


**\*Escreva em ordem de importância, as cinco (5) primeiras palavras ou expressões que lhe vem a mente quando você pensa em fintechs.**

Primeira palavra/expressão	<input type="text"/>
Segunda palavra/expressão	<input type="text"/>
Terceira palavra/expressão	<input type="text"/>
Quarta palavra/expressão	<input type="text"/>
Quinta palavra/expressão	<input type="text"/>

Continuar mais tarde      Próximo >>      Sair e limpar questionário

**Este questionário não está ativo. Você não poderá salvar suas respostas.**





**A representação social das fintechs na visão dos profissionais do mercado financeiro brasileiro**

Por meio da análise das respostas a este questionário, busca-se identificar como as fintechs são percebidas pelos profissionais do mercado financeiro brasileiro.

0%  100%

Questionário complementar

**Nome**

**\*Idade**

*Apenas números serão aceitas nesse campo.*

**\*Sexo**

☐ Feminino ☐ Masculino

**\*Escolaridade**  
Escolha uma das seguintes respostas:

☐ Ensino Médio/Técnico

☐ Graduação

☐ Pós-Graduação/MBA

☐ Mestrado

☐ Doutorado

☐ Outros:

**\*Área de formação**  
Escolha uma das seguintes respostas:

☐ Administração/Economia/Contabilidade

☐ Engenharia

☐ Matemática/Estatística

☐ Tecnologia da Informação

☐ Direito

☐ Comunicação

☐ Outros:

**\*Trabalha no mercado financeiro?**

☐ Sim ☐ Não

**\*Estado onde trabalha**  
Escolha uma das seguintes respostas:

Por favor, selecione... ▼

**\*Tamanho da empresa em que trabalha**  
Escolha uma das seguintes respostas:

☐ Até 20 funcionários

☐ Entre 20 e 100 funcionários

☐ Entre 100 e 500 funcionários

☐ Acima de 500 funcionários

**Segmento da empresa onde trabalha**

**\*Tipo da empresa onde trabalha**  
Escolha uma das seguintes respostas:

☐ Pública

☐ Privada

☐ Sem fins lucrativos

☐ Outros:

**\*Qual a sua posição dentro da estrutura organizacional?**  
Escolha uma das seguintes respostas:

☐ Menor aprendiz

☐ Estagiário

☐ Trainee/Junior

☐ Gerência

☐ Superintendente

☐ Diretoria

☐ Presidência/Conselho

☐ Outros:

**Empresa onde trabalha**

\*Área de atuação

Escolha uma das seguintes respostas:

☐ Comercial

☐ Administrativo

☐ Tecnologia

☐ RH

☐ Produção

☐ Outros:

\*Tempo de experiência no mercado financeiro (em anos)

Apenas números serão aceitos nesse campo.

\*Você já ouviu falar de fintechs?

☐ Sim

☐ Não

O que você entende sobre o tema fintechs?

Correio eletrônico - Incluir caso deseje receber uma cópia da dissertação

Continuar mais tarde

Enviar

Sair e limpar questionário

Este questionário não está ativo. Você não poderá salvar suas respostas.

Obrigado por contribuir no desenvolvimento da pesquisa no Brasil.  
Caso tenha incluído seu e-mail no formulário você receberá uma cópia da dissertação.

Não foi salvo

As respostas não foram salvas. O questionário ainda não foi ativado.

## APÊNDICE B – PALAVRAS EVOCADAS NO TESTE

ID	Primeira	Segunda	Terceira	Quarta	Quinta
4	Startup	Tecnologia	Serviços financeiros	Inovação	Bancos
5	Inovação	Tecnologia	Agilidade	Sem burocracia	Menos taxas
6	Tecnologia	Pagamento	Empréstimo	Investimento	Mercado
7	Tecnologia	Inovação	Finanças	Mobilidade	Agilidade
13	Financeiro	Tecnologia	Meio de pagamento	Crédito	Agilidade
20	Tecnologia	Agilidade	Criatividade	Solução	Oportunidade
29	Tecnologia	Finanças	App	Sistemas	Ti
36	Pagamento	Cartão	Boleto	Dinheiro	Câmbio
42	Digital	Tarifas Reduzidas	Aplicativo	Agilidade	Integração
44	Inovação	Desbancarização	Tecnologia	Experiência do Usuário	Rapidez
46	Taxa	Juros	Facilidade	Comodidade	Atendimento
52	Tecnologia	Melhorar a experiência do cliente	Agilidade	Aprimoramento	Entrega de valor
69	Transparência	Conhecimento Técnico	Rapidez	Confiança	Comprometimento
70	Facilidade	Tecnologia	Segurança	Agilidade	Futuro
71	Inovação	Solução	Desburocratização	Facilidade	Economia
73	Inovação	Redução de spread	Qualidade de serviço	Tecnologia	Machine learning
77	Tecnologia	Inovação	Finanças	Futuro	Desruptiva
78	Tecnologia	Praticidade	Conveniência	Startup	Nubank
80	Aplicativo	Agilidade	Internet	Tecnologia	Dinheiro
92	Facilidade	Low cost	Crédito	Tecnologia	Auto atendimento
93	Inovação	Tecnologia	Desburocratização	Eficiência	Escalabilidade
95	Discriminação	Perfil	Desemprego	Otimização	Mudança
97	Eficiência	Custo	Tecnologia	Segurança	Agilidade
99	Tecnologia	Custo	Eficiência	Inovação	Competitivo
101	Futuro	Disruptivo	Praticidade	Pagamento	Cartão de crédito
107	Inovação	Rapidez	Custo menor	Integração	User friendly
110	Inovação	Tecnologia	Nova geração	Futuro	Inovar
111	Tecnologia	Baixo custo	Eficiência	Inovação	Facilidade
116	Banco	Tecnologia	Dinheiro	Aplicativo	Inovação
118	Tecnologia	Dinheiro	Meios de pagamento	Jovens	Inovação
122	Prático	Ágil	Rápido	Dinâmico	Fácil
127	Empresa de tecnologia	Financeira	Soluções financeiras	Atualidade	Tecnologia
129	Tecnologia	Custo baixo	Transparência	Eficiência	Facilidade
130	Tecnologia	Inovação	Acesso	Penetração	Investimento
131	Inovação	Negócio	Financeiro	Globalização	Oportunidade
132	Inovação	Tecnologia	Agilidade	Redução de custo	Segurança
133	Finanças	Aplicação	Juros	Aplicativos	Inovação
137	Tecnologia	Bancos	Finanças	Crédito	Tarifa
138	Desbancarização	Tecnologia	Simplicidade	Agilidade	Arranjo de pagamento
139	Finanças	Tecnologia	Inovação	Facilidade	Conveniência
143	Inovação	Novas	Desafio	Informação	Eficiência

	tecnologias				
152	Tecnologia	Financeira	Novas	Mercado	Dinheiro
156	Banco	Digital	Capacidade de adaptação	Poucos funcionários	Redução de custos com tarifas
157	Finanças	Tecnologia	Tecnologia voltada ao mundo financeiro	Agilidade	Concorrente dos bancos
158	Tecnologia	Finanças	Moderno	Inovador	Startup
159	Financeiras	Tecnologia	Meios digitais	Inovação	Startup
162	Tecnologia	Mercado financeiro	Inovação	Atendimento	Eficiência
163	Fintech	Banco	Cartão	Empréstimo	Consumidor
164	Tecnologia	Financiamento	Regulamentação	Mercado financeiro	Capital de giro
169	Startup	Bancos	Investimentos	Simplificação	Desburocratização
174	Inovação	Praticidade	Gestão financeira	Tecnologia	Economia
179	Inovação	Agilidade	Facilidade	Regulamentação	Futuro
182	Celular	Tecnologia	Inovação	Digital	Finanças
183	Peer to peer	Blockchain	Robô	Big Data	Independente
184	Praticidade	Agilidade	Comodidade	Facilidade	Eficiência
188	Modernidade	Inovação	Evasão fiscal	Disrupção	Facilidade
189	Inovação	Burocracia	Financiamento	Marketing	Facilidade
202	Insegurança	Regulamentação	Desafio	Rentabilidade	Futuro
203	Agilidade	Inovação	Rentabilidade	Oportunidade	Desafio
204	Inovação	Novidade	Tecnologia	Inovação	Atualização
206	Performance	Agilidade	Diferencial	Mordenidade	Oportunidade
209	Startup	Banco	Tecnologia	Dinheiro	Inovação
211	Tecnologia	Financeira	Tecnológico	IT	Mercado financeiro
215	Tecnologia	Praticidade	Custo baixo	Controle	Variedade de serviços
217	Inovação	Facilidade	Transparência	Agilidade	Correção
218	Segurança	Confiabilidade	Rentabilidade	Conhecimento	Flexibilização
222	Tecnologia	Informática	Finanças	Startup	Empresa
232	Tecnologia	Inovação	Oportunidade	Transformação	Facilidade
242	Comodidade	Rapidez	Facilidade	Sem burocracia	Nubank
259	Inovação	Baixo Custo	Menos burocracia	Liberdade de Escolha	Transformação Digital
263	Rapidez	Juros mais baixo	Melhor atendimento	Tecnologia	Internet
265	Inovação	Responsabilidade e	Comprometimento	Desafio	Mudança
270	Tecnologia	Inovação	Serviços financeiros	Startup	Praticidade
276	Tecnologia	Liberdade	Futuro	Custo benefício	Praticidade
278	Digital	Alternativa para bancos	Inovação	Nubank	Startup
279	Relacionamento	Alta performance	Clientes	Parceiros	Dedicação
280	Financeiro	Tecnologia	Inovação	Prospecção	Avanço
292	Tecnologia	Revolucionário	Inovador	Tendência	Estrutura
293	Tecnologia	Mundo moderno	Praticidade	Eficiência	Descoladas
299	Tecnologia	Simplicidade	Celular	Sem tarifas	Atendimento
308	Startup	Inovadora	FINANCEIRA/TECNOLOGIA	Baixo custo	Agilidade
312	Inovação	Praticidade	IA	Rapidez	Agilidade
315	Subadquirente	Cip	Comodidade	Liquidação	Facilitador
					Rede

318	Facilidade	Inovação	Crédito	Futuro	Realidade
321	Startup	Tecnologia	Financeiro	Produtos e serviços	Crédito
326	Tecnologia	Finanças	Informação	Segurança	Gestão
337	Inovação	Mercado financeiro	Futuro	Melhoria	Ousadia
342	Agilidade	Tecnologia	App	Juros baixos	Risco
356	Comodidade	Inovação	Alta tecnologia	Modernidade	Segurança
364	Inovação	Taxa	Risco	Banco	Dinheiro
377	Tecnologia	Poder	Moderno	Flexível	Revolução
379	Tecnologia	Sistema financeiro	Segurança	Bancos	Cartões
384	Mundo digital	Comodidade	Facilidade	Segurança	Privacidade
385	Tecnologia	Agilidade	Inteligência Artificial	Inovação	Competitividade
386	Tecnologia	Mercado Financeiro	Serviços	Startup	Guia Bolso
390	Inovação	Tecnologia	Mercado financeiro	Revolução	Tendência
392	Acesso	Crédito	Desbancarizados	Agilidade	Desenvolvimento
406	Inovação	Tecnologia	Mudança	Novo mercado	Novos produtos
409	Startup	Compra e venda	Inovação	Investimento	Financeiro
412	Inovação	Tecnologia	Agilidade	Eficiência	Resultados
413	Inovação	Agilidade	Solução	Praticidade	Produtividade
414	Tecnologia	Modernidade	Agilidade	Facilidade	Praticidade
415	Inovação	Mudança	Bem estar	Justo	Liberdade
417	Serviços	Bancos	Custos	Velocidade	Inovação
418	Resolução	Empatia	Tecnologia	Simplicidade	Eficiência
419	Digital	Velocidade	Praticidade	Modernidade	Auto serviço
429	Facilidade	Menores juros	Menor burocracia	Segurança	Acesso para todas as classes sociais
430	Financeiro	Tecnologia	Inovação	Praticidade	Bancos
438	Finanças	Tendência	Tecnologia	Serviço	Sistema
443	Tecnologia	Inovação	Otimização	Segregação	Escala
446	Ruptura	Inovação	Tecnologia	Otimização	Nubank
447	Inovação	Tecnologia	Melhoria	Desenvolvimento	Qualidade
463	Tecnologia	Agilidade	Segurança	Pouco burocrático	Produtos e serviços inteligentes
464	Banco	Crédito	Inovação	Tecnologia	Praticidade
467	Parasita	Intermediário	Mais do mesmo	Banco Eletrônico	Pagamento Eletrônico
469	Novo Modelo	Agilidade	Praticidade	Nicho	Futuro
475	Tecnologia	Banco	Startup	Financeiro	Avanço tecnológico
478	Tecnologia	Finanças	Agilidade	Experiência	Transparência
480	Alternativa	Concorrência	Inovação	Futuro	Descentralização
483	Lucro	Investimento	Segurança	Inovação	Moderno
484	Rapidez	Desburocratização	Inovação	Menor custo x benefício	Alcance maior (pessoas)
489	Preço	Agilidade	Comodidade	Tecnologia	Tempo
494	Finanças	Tecnologias	Inovação	Agilidade	Modernização
498	Digital	Serviços Financeiros	Tecnologia	Startup	Inovação
500	Preço	Facilidade	Tecnologia	Inovação	Serviços diferenciados

501	Certificação	Transparência	Ética	Empatia	Negociação
507	Inovação	Startup	Tecnologia	Facilidade	Crescimento
510	Inovação	Concorrência	Evolução	Atendimento	Tecnologia
513	Soluções	Produto	Financeiro	Serviços	Rapidez
515	Inovação	Digital	Tecnologia	Serviços financeiros	Serviços bancários
516	Moderno	Custo zero	Eficiência	Rapidez	Futuro
521	Rapidez	Transparência	Segurança	Inovação	Credibilidade
523	Tecnologia	Finanças	Startup	Desenvolvimento	Juventude
528	Tecnologia	Cartão	Inovação	Crédito	Facilidade
530	Tecnologia	Inovação	Serviços Financeiros	Startups	Evoluções
541	Segurança	Empréstimo	Custo	Produtos	Forma de pagamento
542	Digital	Burocracia menor	Agilidade	Escala	Facilidade
552	Tecnologia	Setor financeiro	Inovação	Agilidade	Informações
553	Inovação	Tecnologia	Finanças	Facilitação	Rapidez
554	Praticidade	Inovação	Alta performance	Tecnologia	Comodidade
555	Inovação	Empreendedor	Facilidade	Modernidade	Novo
557	Tecnologia	Especialização	Soluções	Finanças	Evolução
561	Praticidade	Desconfiança	Baixo custo	Preocupação com segurança da informação	Inovação
567	Comodidade	Facilidade	Portabilidade	Segurança	Inovação
571	Tecnologia	Startup	Financeiro	Finanças	Novidades
574	Digital	Facilidade	Inovação	Comodidade	Complexo
580	Crédito	Facilidade	Financeira	Empréstimo	Irregular
586	Inovação	Tecnologia	Facilidade	Baixo custo para consumidor	Eficiência
587	Agilidade	Segurança	Transparência	Tempo	Liberdade
614	Empresa	Finanças	Mercado	Clientes	Serviço
615	Praticidade	Tempo	Autoatendimento	Facilidade	Desburocratização
620	Mercado Financeiro	Segurança	Comodidade	Menos Burocracia	Inovação

## APÊNDICE C – CATEGORIZAÇÃO DAS PALAVRAS EVOCADAS

Agilidade	Ágil; Agilidade; Velocidade; Rapidez; Rápido; Tempo
AI	Inteligência Artificial
Alternativa	Alternativa; Alternativa para bancos
Ameaça	Concorrência; Concorrente dos bancos; Competitividade; Competitivo; Desemprego
Aplicativo	Aplicação; Aplicativo; Aplicativos; App
Atendimento	Atendimento; Auto atendimento; Autoatendimento
Baixo custo	Baixo Custo; Baixo custo; Baixo custo para consumidor; Custo; Custo baixo; Custo benefício; Custo menor; Custo zero; Juros; Juros baixos; Juros mais baixo; Justo; Low cost; Preço; Menor custo x benefício; Menores juros; Menos taxas; Tarifa; Tarifas Reduzidas; Taxa; Economia; Redução de custo; Redução de custos com tarifas; Redução de spread; Sem tarifas
Banco	Banco; Banco eletrônico; Bancos
Big Data	Big Data
Blockchain	Blockchain
Boleto	Boleto
Câmbio	Câmbio
Capital de giro	Capital de giro
Cartão	Cartão; Cartão de crédito; Cartões
Celular	Celular
Crédito	Crédito
Comodidade	Comodidade; Conveniência
Compra e venda	Compra e venda
Comprometimento	Comprometimento; Dedicção
Conhecimento	Conhecimento; Conhecimento Técnico; Especialização; Certificação; Complexo
Desafio	Desafio
Desbancarização	Acesso; Acesso para todas as classes sociais; Alcance maior (pessoas); Desbancarização; Desbancarizados; Discriminação
Desburocratização	Desburocratização; Sem burocracia; Burocracia; Burocracia menor; Menor burocracia; Pouco burocrático; Menos burocracia
Descentralização	Descentralização
Diferencial	Diferencial
Digital	Digital; Meios digitais; Mundo digital
Dinâmico	Dinâmico
Dinheiro	Dinheiro
Disruptivo	Disrupção; Disruptiva; Disruptivo; Ruptura; Revolução; Revolucionário
Eficiência	Eficiência; Performance; Alta performance
Empreendimento	Empresa; Negócio; Empreendedor; Negociação; Gestão
Empréstimo	Empréstimo
Entrega de valor	Entrega de valor

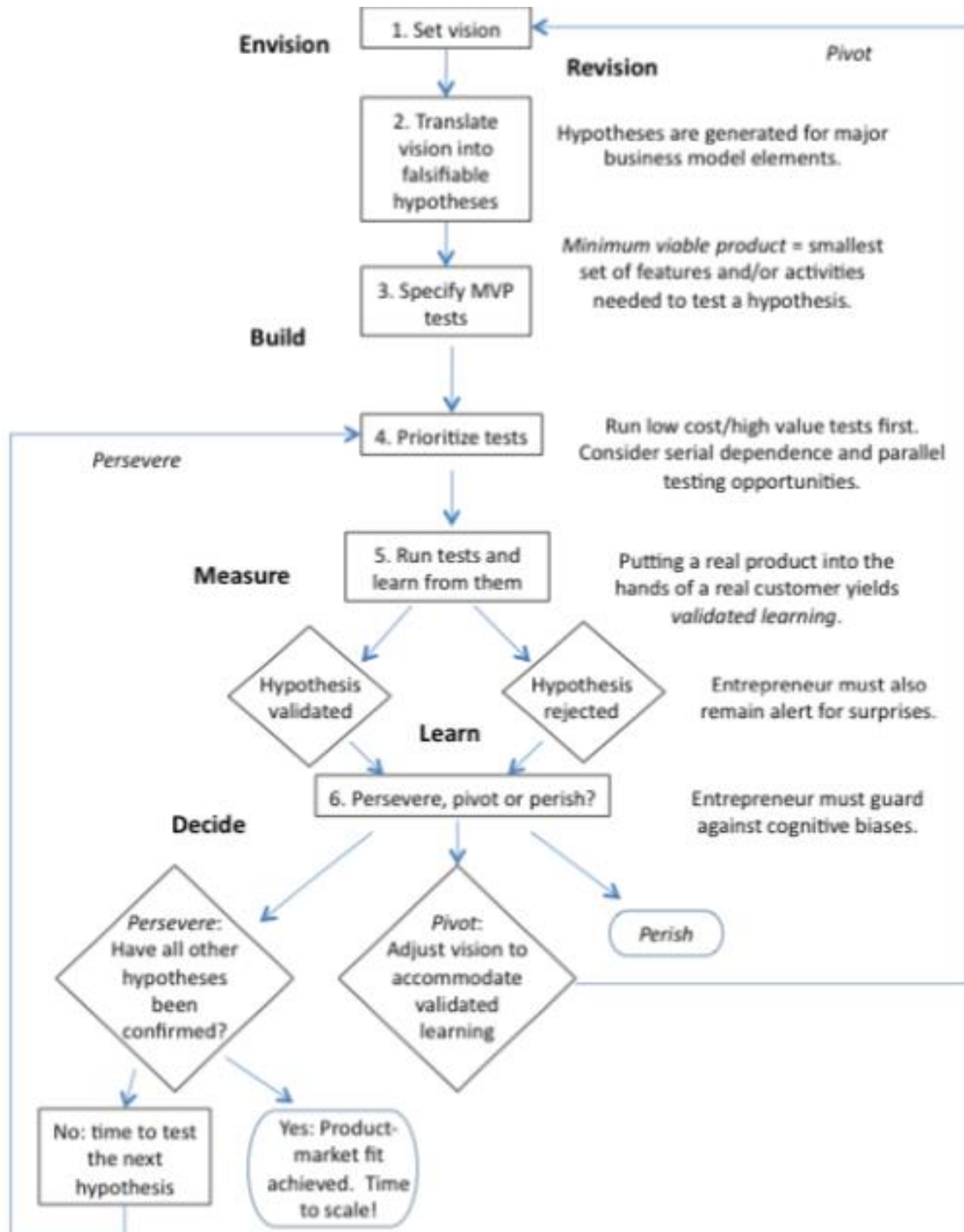
Escala	Escala; Escalabilidade; Crescimento
Estrutura	Estrutura
Evolução	Evolução; Evoluções; Futuro; Mudança; Desenvolvimento; Avanço; Avanço tecnológico; Capacidade de adaptação; Tendência; Transformação; Transformação Digital
Experiência do usuário	Melhorar a experiência do cliente; User friendly; Experiência; Experiência do Usuário; Empatia; Clientes; Consumidor; Relacionamento; Perfil; Bem estar
Facilidade	Fácil; Facilidade; Facilitação; Facilitador
Finanças	Finanças; Financeira; FINANCEIRA/TECNOLOGIA; Financeiras; Financeiro; Gestão financeira
Financiamento	Financiamento
Fintech	Fintech
Flexível	Flexibilização; Flexível
Guia Bolso	Guia Bolso
Informação	Informação; Informações; Informática
Inovação	Inovação; Inovador; Inovadora; Inovar; Criatividade
Integração	Integração
Intermediário	Intermediário; Subadquirente
Internet	Internet; Rede
Investimento	Investimento; Investimentos
Irregular	Evasão fiscal; Parasita; Irregular
Irrelevante	Mais do mesmo
Liberdade	Liberdade; Liberdade de Escolha; Portabilidade; Mobilidade; Independente
Liquidação	Liquidação
Machine learning	Machine learning
Marketing	Marketing
Melhoria	Melhor atendimento; Melhoria; Aprimoramento; Correção
Mercado financeiro	Mercado; Mercado financeiro; Setor financeiro; Sistema financeiro
Modernidade	Atualidade; Atualização; Modernidade; Modernização; Moderno; Mundo moderno; Descoladas; Jovens; Juventude; Globalização; Realidade
Nicho	Nicho
Novidade	Novidade; Novidades; Novo; Novo mercado; Novo Modelo; Novos produtos; Nova geração; Novas
Nubank	Nubank
Oportunidade	Oportunidade; Rentabilidade; Lucro; Resultados; Parceiros; Prospecção; Produtividade
Otimização	Otimização
Ousadia	Ousadia
Pagamento	Arranjo de pagamento; Pagamento; Pagamento eletrônico; Meio de pagamento; Meios de pagamento; Cip; Forma de pagamento
Penetração	Penetração
Poder	Poder
Poucos funcionários	Poucos funcionários



Praticidade	Praticidade; Prático
Produtos e serviços financeiros	Produto; Produtos; Produtos e serviços; Produtos e serviços inteligentes; Serviços bancários; Serviços diferenciados; Serviços financeiros; Variedade de serviços; Serviço; Serviços; Auto serviço
P2P	Peer to peer
Qualidade	Qualidade; Qualidade de serviço
Regulamentação	Regulamentação
Responsabilidade	Responsabilidade
Risco	Risco; Desconfiança; Insegurança
Robô	Robô
Segregação	Segregação
Segurança	Segurança; Credibilidade; Confiabilidade; Confiança; Preocupação com segurança da informação; Controle; Privacidade
Simplicidade	Simplicidade; Simplificação
Sistema	Sistema; Sistemas
Solução	Solução; Soluções; Soluções financeiras; Resolução
Startup	Startup
Tecnologia	Tecnologia; Tecnologia voltada ao mundo financeiro; Tecnologias; Tecnológico; Alta tecnologia; Empresa de tecnologia; Novas tecnologias
TI	IT; Ti
Transparência	Transparência; Ética

## ANEXO A – MODELO HYPOTHESIS-DRIVEN ENTREPRENEURSHIP

### Hypothesis-Driven Entrepreneurship



Fonte: Eisenmann, Ries e Dillard (2013, p.3)